

Sllavica Kovačevska Velkova

Zoran Zlatkovski

Dimitar Eftimovski

BAZAT E BIZNESIT

PËR VITIN E DYTË

DREJTIMI EKONOMIK, JURIDIK DHE TREGTAR

Shkup, 2010

Autorë:

Sllavica Kovačevska Velkova
Zoran Zlatkovski
Dimitar Eftimovski

Recensues:

Dr. Kiril Postolov – kryetar
Vesna Trajkovska Gikovska – anëtare
Sonja Ilieva – anëtare

Përkthyes:

Nazmi Abdurahmani

Redaktor i botimit në gjuhën shqipe:

Doc. dr. Seadin Xhaferi

Lektore e botimit në gjuhën shqipe:

Armira Kolari

Përgatitja kompjuterike:

Autorët

Dizajni i kopertinës:

Datapons

Botues:

Ministria për Arsim dhe Shkencës e Republikës së Maqedonisë

Shtypi:

Qendra grafike Shpk, Shkup

Tirazhi: 1400 copë

Me aktvendim të Ministrisë për Arsim dhe Shkencë të Republikës së Maqedonisë, nr. 22-4322/1, të datës 29.07.2010, aprovohet përdorimi i këtij libri.

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека “Св.Климент Охридски”, Скопје

658.1(075.3)

КОВАЧЕВСКА Велкова, Славица

Основи на бизнисот за втора година економска, правна и трговска струка /
Славица Ковачевска Велкова, Зоран Златковски, Димитар Ефтимоски. - Скопје :
Министерство за образование и наука на Република Македонија, 2010. - 146 стр.
; 25 см

Библиографија: стр. 143-144

ISBN 978-608-226-068-6

1. Златковски, Зоран [автор] 2. Ефтимоски, Димитар [автор]

COBISS.MK-ID 84237066

PARATHËNIE

Të nderuar nxënës, ky libër është shkruar sipas programit arsimor të lëndës „Bazat e biznesit“ dhe në bazë të konceptit për përgatitjen e librave si dhe është dedikuar për nxënësit e vitit të dytë për arsim të mesëm profesional-drejtimi ekonomik, juridik dhe tregtar

Qëllimi dhe detyra primare e librit është që nëpërmjet tij të njoftoheni me rolin dhe rëndësinë e biznesit të vogël, t’i kuptoni arsyet për fillimin e biznesit personal dhe të dalloni mënyrat e fillimit të biznesit të vogël, ta kuptoni planifikimin e biznesit të vogël, të kuptoni esencën e udhëheqjes me prodhimin, të njoftoheni me burimet e financimit të biznesit të vogël, të kuptoni se si formohet çmimi i prodhimit dhe të kuptoni principet ekonomike të punës.

Libri ka karakter punues. Ai mundëson mësimin gradual, përmes të menduarit, informimit, konstatimit dhe përgjithësimit me ç’rast Ju duhet në mënyrë aktive të merrni pjesë dhe me vëmendje t’i përcillni dhe përvetësoni përmbajtjet e reja mësimore. Kujdes të veçantë i përkushtuam madhësisë dhe maturisë së përmbajtjeve mësimore me çka shpresojmë se librin e adaptuam ndaj moshës tuaj.

Përmbajtjet e librit janë të grupuara në shtatë tema, kurse njësit mësimore kanë shenja. Çdo njësi mësimore është e ndarë në pjesë të cilat paraqesin tërësi të harmonizuara. Nocionet kryesore të çdo njësie mësimore janë të ndara dhe të theksuara në mënyrë të dukshme. Përmes pjesës ilustruese-tabelave, skemave dhe grafikëve, do t’i thelloni, plotësoni dhe zgjeroni dituritë tuaja, gjegjësisht me sukses dhe individualisht do ta mësoni rëndësinë thelbësore të nocioneve dhe objekteve të mësimin. Në fund të çdo teme është dhënë përmbyllja, si dhe pyetjet për kontrollimin e diturisë.

Libri i konceptuar në këtë mënyrë duhet të kontribuojë për përvetësimin sa më të mirë dhe sa më të suksesshëm të materialit.

Sinqerisht shpresojmë që ky libër do t’ua bëjë të këndshme çastet e mësimin.

Autorët

PËRMBAJTJA:

Tema 1: ROLI DHE RËNDËSIA E BIZNESIT TË VOGËL

1. Kuptimi i ekonomisë së tregut	11
1.1. Ekonomia e tregut dhe tregu	11
1.2. Ekonomia e tregut – ekonomia e kombinuar	12
2. Rëndësia e biznesit të vogël në ekonomitë e tregut	13
3. Karakteri i biznesit të vogël.....	14
3.1 Aftësia konkurruese e biznesit të vogël.....	14
3.2. Menaxhmenti në biznesin e vogël.....	15
3.3. Karakteri familjar i biznesit të vogël.....	16
3.4. Roli prodhues i biznesit të vogël.....	17
3.5. Sipërmarrësia në biznesin e vogël.....	18
4. Karakteristikat e biznesit të vogël në Republikën e Maqedonisë	18
4.1. Parakushtet për zhvillimin e biznesit të vogël në Republikën e Maqedonisë.....	18
4.2. Karakteristikat e bizneseve të vogla në Republikën e Maqedonisë	19

Tema 2: FILLIMI I BIZNESIT PERSONAL

1. Arsyet e fillimit të biznesit personal.....	25
1.1 Çka është e domosdoshme për fillimin e biznesit	25
1.2. Cilat janë arsyet e fillimit të biznesit të vogël.....	25
1.3. Përparësitë dhe mangësitë për fillimin e biznesit të vogël.....	26
2. Mënyrat e fillimit të biznesit personal.....	27
2.1. Blerja e ndërmarrjes ekzistuese	27
2.2. Themelimi i ndërmarrjes së re	30
3. Përparësitë dhe mangësitë e blerjes së ndërmarrjes ekzistuese edhe të themelimit të ndërmarrjes personale.....	32
3.1. Përparësitë dhe mangësitë e blerjes së ndërmarrjes ekzistuese	32
3.2. Përparësitë dhe mangësitë e themelimit të ndërmarrjes personale.....	34
4. PROCEDURA PËR FILLIMIN E BIZNESIT TË RI.....	35

4.1. Zgjedhja e emrit të ndërmarrjes	35
4.2. Zgjedhja e lokacionit të biznesit	35
4.3. Procedura për themelimin e shoqatave tregtare	37

Tema 3: PLANIFIKIMI I BIZNESIT TË VOGËL

1. Nevoja për planifikimin e biznesit të vogël.....	41
1.1. Përgatitja për nisjen e biznesit të vogël.....	41
1.2. Vlerësimi i mundësive për sukses	42
2. Procedura e planifikimit të biznesit	43
2.1. Planifikimi i biznesit	43
2.2. Rëndësia e planit të biznesit.....	43
2.3. Përbajtja e planit të biznesit.....	44
3. Karakteristikat e planit të biznesit.....	44
3.1. Përgatitja e planit të biznesit.....	44
3.2. Pjesët përbërëse të planit të biznesit.....	46
4. Planifikimi strategjik i biznesit	48
4.1. Strategjia, plani strategjik dhe planifikimi strategjik	48
4.2. Thelbi i planifikimit strategjik	49

Tema 4: UDHËHEQJA ME PRODHIMIN

1. Planifikimi i prodhimit.....	57
1.1. Rëndësia e planifikimit të prodhimit	57
1.2. Projektimi i prodhimit.....	57
1.3. Projektimi i procedurës teknologjike.....	58
2. Zgjedhja e lokacionit, makinave dhe pajisjeve	58
2.1. Lokacioni i ndërmarrjeve prodhuese	59
2.2. Zgjedhja e materialeve, pajimeve dhe objekteve	61
3. Rëndësia e cilësisë dhe standardeve, nevoja për standardizim	63
3.1. Cilësia e prodhimit	63
3.2. Standardizimi dhe standardet	66
4. Llojet e proceseve prodhuese dhe fazat e prodhimit.....	68
4.1. Nocioni dhe llojet e proceseve prodhuese.....	68
4.2. Fazat e procesit prodhues	68
4.3. Llojet e proceseve teknologjike.....	70
5. Rezervat e materialit	71
5.1. Nocioni i rezervave të materialit.....	71
5.2. Faktorët e rezervave të lëndës së parë	71

5.3 Faktorët e rezervave të prodhimit në rrjedhë	72
5.4. Faktorët e rezervave të prodhimeve të gatshme.....	72
5.5. Optimalizmi i rezervave	72
6. Rëndësia e punës në procesin e prodhimit	73
6.1. Puna si faktor i prodhimit.....	73
6.2. Çmimi i punës (Paga).....	74
6.3. Vlerësimi i punës.....	75
6.4. Matja e punës	75
7. Organizimi i vendit të punës	76
7.1. Thelbi i vendit të punës	76
7.2. Llojet e vendeve të punës	77
7.3. Përgatitja në vendin e punës	77
7.4. Shërbimi në vendin e punës	78
8. Paketimi dhe ruajtja e prodhimeve të gatshme.....	78
8.1. Paketimi i prodhimeve të gatshme.....	78
8.2. Ruajtja e prodhimeve të gatshme	80
9. Transporti i brendshëm	82
9.1. Transporti dhe harxhimet e transportit	82
9.2. Mjetet dhe pajisjet transportuese	83
9.3. Planifikimi i sistemit të transportit të brendshëm	84
10. Shfrytëzimi dhe mirëmbajtja e makinave dhe pajisjeve.....	84
10.1. Nevoja për shfrytëzim	85
10.2. Llojet e mirëmbajtjes	85
10.3. Ekonomizimi i mirëmbajtjes	86

Tema 5: FINANCIMI I BIZNESIT TË VOGËL

1. Nocioni dhe esenca e financimit të biznesit të vogël	93
1.1. Nocioni për financimin e biznesit të vogël.....	94
1.2. Thelbi i financimit	95
2. Burimet e financimit të biznesit të vogël.....	95
2.1. Burimet personale.....	95
2.2. Burimet e huaja të mjeteve	96
2.3. Burimet e huaja (subvencionet).....	98
3. Kreditimi i biznesit të vogël.....	100
3.1. Nocioni i kredisë	100
3.2. Kreditimi për zhvillimin e biznesit të vogël.....	100
4. Klasifikimi i kredive	102

5. Shfrytëzimi dhe kthimi i kredive	104
5.1. Shfrytëzimi i kredisë	104
5.2. Kthimi i kredisë	105

Tema 6: FORMIMI I ÇMIMIT TË PRODHIMIT

1. Vërtetimi i shpenzimeve	111
2. Nocioni dhe struktura e çmimit kushtues.....	112
2.1. Definimi dhe esenca e çmimit kushtues.....	112
2.2. Struktura e çmimit kushtues.....	113
3. Llogaritja shpenzimeve direkte dhe indirekte	114
3.1. Cilat janë shpenzimet direkte dhe indirekte	114
3.2. Metodat e llogaritjeve (kalkulimeve) të shpenzimeve direkte dhe indirekte.....	115

Tema 7: PARIMET THEMELORE EKONOMIKE TË PUNËS

1. Produktiviteti në punë	125
1.1. Nocioni i produktivitetit	125
1.2. Thelbi i produktivitetit	125
1.3. Produktiviteti nga aspekti i ekonomisë nacionale	126
1.4. Matja e produktivitetit të punës	127
1.5. Faktorët prej të cilëve varet produktiviteti i punës	130
2. Ekonomizimi në punë.....	132
2.1. Thelbi i ekonomizimit	132
2.2. Nocioni i ekonomizimit	133
2.3. Ekonomizimi dhe produktiviteti i punës	133
2.4. Matja e ekonomizimit	134
2.5. Faktorët e ekonomizimit	137
3. Rentabiliteti (profitabiliteti).....	138
3.1. Nocioni dhe esenca e rentabilitetit	138
3.2. Matja e rentabilitetit.....	139
3.3. Faktorët e rentabilitetit	140

Literatura	143
-------------------------	------------

TEMA 1

ROLI DHE RËNDËSIA E BIZNESIT TË VOGËL

PERMBAJTJA E TEMËS :

Kuptimit i ekonomisë së tregut

Ekonomia e tregut dhe tregu

Ekonomia e tregut –ekonomia e përzier

Rëndësia e biznesit të vogël në ekonominë e tregut

Karakteri i biznesit të vogël

Aftësia konkurruese e biznesit të vogël

Menaxhimi në biznesin e vogël

Karakteri familjar në biznesin e vogël

Roli prodhues i bizneseve të vogla

Ndermarrësia në bizneset e vogla

Karakteristikat e biznesit të vogël në Republikën e Maqedonisë

Parakushtet për zhvillimin e bizneseve të vogla në Republikën e Maqedonisë

Karakteristikat e biznesit të vogël në Republikën e Maqedonisë

QËLLIMET:

Pas leximit të kësaj teme ju do të jeni në gjendje :

- të kuptoni esencën e ekonomisë së tregut
- të shikoni rëndësinë e biznesit të vogël në ekonominë e tregut
- të shikoni aftësinë konkurruese në biznesin e vogël
- ta kuptoni rëndësinë e karakteristikave personale të pronarit në organizimin e biznesit të vogël
- të shqyrtoni karakterin familjar në biznesin e vogël
- të zbuloni rolin prodhues dhe rëndësinë e biznesit të vogël
- të kuptoni lidhjen ndërmjet ndërmarrësisë dhe biznesit të vogël
- t'i njihni karakteristikat e biznesit të vogël në Republikën e Maqedonisë

1. THELBI I EKONOMISË SË TREGUT

1.1. EKONOMIA E TREGUT DHE TREGU

Për të kuptuar esencën e ekonomisë së tregut së pari herë duhet të bëhet analiza e nocionit treg. Nocioni treg nënkupton këmbim i organizuar i të mirave, shërbimeve, parave, kapitalit, letrave me vlerë, fuqisë punëtore, informative etj., ndërmjet subjekteve ekonomike në një ekonomi. Në këmbimin formohet çmimi si rezultat i baraspeshës së përcaktuar ndërmjet ofertës dhe kërkesës. Nga këtu vijmë në përfundim se nocioni treg na drejton në katër momente. Së pari, në tërësinë e këmbimit ndërmjet subjekteve ekonomike në një ekonomi. Së dyti, në raportin konkurrues ndërmjet subjekteve ekonomike. Së treti, në ekzistimin e tregut integral me çka nënkupton: treg me shërbime të mira, treg të parave, treg i fuqisë punëtore, treg të kapitalit etj., dhe së katërti, në formimin e lirë të çmimeve nën ndikimin e ofertës dhe kërkesës. Kur tregu, ose oferta, kërkesa dhe çmimet e zgjidhin problemet ekonomike qendrore: çka, si dhe për kë të prodhohet, themi se ekziston ekonomi e tregut. Për ta arritur baraspeshën e nevojshme, tregu i shfrytëzon instrumentet e ndërtuara natyrore për rregullim, të cilat kryejnë:

Kur tregu, ose oferta, kërkesa dhe çmimet e zgjidhin problemin ekonomik qendror: çka, si dhe për kë të prodhohet, thonë se ekziston ekonomia e tregut.

- seleksionim të prodhimeve të nevojshme
- shfrytëzim efikas të resurseve natyrore
- alokacioni i kapitalit dhe investimeve
- alokacioni fuqisë punëtore
- ndarja e profitit
- stabilizimi i prodhimit dhe shpenzimeve
- stimulimi dhe destimulimi i subjekteve ekonomike gjatë vërtetimit në madhësinë, strukturën dhe dinamikës së prodhimeve të drejtuara për treg etj.

1.2. EKONOMIA E TREGUT – EKONOMIA E PËRZIER

Nocioni ekonomi e kombinuar, na drejton në ekonominë në të cilën, qeveria ka rol dhe ndikim të rëndësishëm në formimin e raporteve të tregut ndërmjet subjekteve ekonomike.

Në mendimin ekonomik, gjithashtu edhe në praktikë, thuhet se çdoherë kur bëhet fjalë për ekonominë e tregut mendohet në ekonominë në të cilën të gjitha raportet lidhen dhe realizohen në treg. Por veprimtaria e tregut shpesh ka ndikim negativ në segmentet sociale, ekonomike dhe politike të shoqërisë. Për këto arsye Qeveritë gjatë realizimit të politikës ekonomike shfrytëzojnë masa dhe instrumente për zvogëlimin e veprimtarisë së lirë në treg me çka kufizojnë raportet e njëjta të tregut, ose të njëjtën ekonomi të tregut. Nga këtu mund të thuhet se sot ekonomia e tregut në formën e saj të pastër nuk ekziston, për shkak se për atë ekzistojnë kushte shoqërore. Do të thotë se kur përmendet ekonomia e tregut në esencë mendohet për ekonominë e përzier.

Ekonomia bashkëkohore e tregut (e përzier) i ka këto karakteristika:

- ekzistim dhe respektim i ligjeve prodhuese, siç është Ligji për ekonomin nga madhësia
- ekzistim dhe respektim i ligjeve të tregut, siç janë Ligji për ofertën dhe Ligji për kërkesën ;
- ekzistim i intervenimeve shtetërore rreth rrjedhave ekonomike. Qeveritë e gjitha shteteve në botë kanë rol të rëndësishëm në ekonominë e vendit, sepse miratojnë masa dhe instrumente ekonomike (politike) për rregullimin e veprimtarisë së tregut :
- ekzistim i elementeve të konkurrencës bashkëkohore, ose një numër i madh i shitoreve të vogla dhe pavarura të shërbimeve të njëjta ose të ngjashme.
- dominim i strukturave të tregjeve oligopolistike në shumë industri, si industrinë automobilistike, industrinë farmaceutike, industrinë e aeroplanëve.
- Pjesëmarrjen e monopoleve në korniza të disa degëve strategjike si: ujësjellës, gazsjellës, elektrodistribucion etj.
- pjesëmarrjen në konkurrencën monopolistike nga e cila ekzistojnë një numër i madh i ndërmarrjeve të cilat shesin prodhime të diferencuara të ashtuquajtura : prodhime me kualitet të ndryshëm

2. RËNDËSIA E BIZNESIT TË VOGËL NË EKONOMINË E TREGUT

Njësit prodhuese dhe shërbyese të vogla çdoherë kanë qenë subjekte tipike ekonomike në ekonominë e tregjeve. Ambienti i tregut, pronësia private dhe liria e nismës private janë rrethimi më i natyrshëm për zhvillimin e tyre. Për këtë shkak ato konsiderojnë zhvillimin më të rëndësishëm në ekonomitë e llojit të tregut.

Procesi i rritjes së numrit të bizneseve të vogla në ekonomitë me orientim të tregut intensifikohet në mesin e viteve të 80-ta të shek të kaluar. Më pas ky proces inkadroi edhe shtetet me zhvillim të pa mjaftueshëm si dhe shtetet në tranzicion.

Kjo është si rezultat i dy faktorëve:

1. Nga teknologjitë e reja, të krijuara rreth mikroelektronikës, të cilat mundësuan paraqitjen dhe zhvillimin e numrit të madh të bizneseve të vogla;

2. Në fleksibilitetin e bizneseve të vogla me ç'rast ato më lehtë u merrnin me krizat ekonomike në periudhën e kaluar.

Rëndësia e bizneseve të vogla është e madhe sepse pozitivisht ndikon rreth zhvillimit rrjedhave ekonomike të secilit shtet. Kjo rëndësi shikohet nga këto efekte pozitive:

- Bizneset e vogla hapin vende të reja të punës ;
- Bizneset e vogla e angazhojnë kapitalin lirë të qytetarëve dhe bizneseve;
- Bizneset e vogla i aktivizojnë të gjitha resurset lokale në përdorim;
- Bizneset e vogla mundësojnë zvogëlimin e papunësisë lokale
- Bizneset e vogla në mënyrën më të lehtë i përvetësojnë përvojat e reja me çka kontribuojnë për rritjen e madhësisë, strukturës dhe të cilësisë së prodhimit, duke i rrënuar strukturat monopole të tregut.
- Bizneset e vogla veprojnë mbi bazën kooperative, ndihmojnë të zvogëlohen shpenzimet për prodhimin e bizneseve të mëdha.
- Bizneset e vogla shpesh përdorin teknologji universale çka mundëson kursimin e resursit më të shtrenjtë-kapitalit. Kjo teknologji në

të njëjtën kohë është shumë fleksibile dhe mundet të përdoret për qëllime të ndryshme dhe riorganizim prodhues të shpejt, në përputhje me kushtet e tregut.

- Bizneset e vogla sigurojnë më shumë beneficione për ekonomin lokale. Në më shumë shtete, bizneset e vogla në nivel lokal mundësojnë më shumë vende të punës në raport me bizneset e mëdha. Gjithashtu, ato mundësojnë ambient më të volitshëm social për popullatën dhe kryejnë riinvestime më të mëdha të profiteve në mjedisin lokal.

- Bizneset e vogla janë veçanërisht të ndryshueshme d.m.th. shpejt reagojnë në ndryshime tregtare dhe adaptohen në krizat ekonomike.

- Arritjet e fundit të teknologjisë mundësuan që bizneset e vogla të paraqiten edhe në sektorët me fitime të larta të ekonomisë etj.

3. KARAKTERI I BIZNESIT TË VOGËL

3.1. AFTËSIA KONKURUESE E BIZNESIT TË VOGËL

Konkurrenca e çmimit është e përcaktuar me ndryshueshmërinë e çmimit si instrument themelor me të cilin ndërmarrja ndikon rreth kërkesës së prodhimeve të veta.

Bizneset e vogla aftësinë e tyre konkurruese i zhvillojnë nëpërmjet dy strategjive edhe atë: konkurrencës së çmimit dhe konkurrencës strategjike. Këto dy strategji themelohen në bashkimin e instrumenteve të marketingut :prodhimi, çmimi, distribuim dhe promovimi.

Konkurrenca e çmimit është e përcaktuar me ndryshueshmërinë e çmimit si instrument themelor me të cilin ndërmarrja ndikon rreth kërkesës së prodhimeve të veta. Rreth konkurrencës së çmimit ndikojnë dy grupe të faktorëve: interne dhe eksterne.

a) Faktorët intern janë harxhimet e prodhimit si determinim themelor për përcaktimin e lartësisë së çmimit të prodhimit.

b) Faktorët eksterne: ndikimi i ofertës dhe kërkesës në treg, konkurrencës, si dhe masat politikës ekonomike të shtetit në sferën e çmimeve.

Me këtë strategji bizneset e vogla arrijnë efekte në afat të shkurtër dhe e aplikojnë si reaksion në ndryshimet e shpejta në kushte të tregut.

Konkurrenca e çmimit është e përcaktuar me ndryshimin e çmimit me të cilin ndërmarrja ndikon rreth kërkesës të prodhimeve të veta.

Konkurrenca strategjike (funktionale) realizohet nëpërmjet prodhimit, kanaleve te distribuimit dhe promocionit.

Konkurrenca strategjike (funktionale) realizohet nëpërmjet prodhimit, kanaleve te distribuimit dhe promocionit.

a) Bizneset e vogla e zhvillojnë aftësinë konkurruese nëpërmjet përmirësimit të karakteristikave të prodhimit: përmirësimin e kualitetit të prodhimit, përsosmëria e funksionalitetit të prodhimit, zhvillimin e dizajnit të prodhimit, përmirësimin e paketimit dhe ambalazhit të prodhimit, oferta të shërbimeve të shitjes dhe postshitjes etj.

Konkurrenca strategjike ka për qëllim të siguron zhvillim stabil të ndërmarrjes në afat të gjatë. Rëndësia e çmimit si faktor i konkurrencës në ekonomin e tregut sa më shumë bie në llogari të faktorëve joçmimor të cilët kontribuojnë për rritjen e shitjes.

b) Kanalet e distribuimit përfaqësojnë segment të rëndësishëm në zhvillimin e aftësisë konkurruese. Zgjedhja e ndërmjetësuesve, numri i distributorve, efikasiteti i distributorëve mundëson që me kohë të dorëzojnë prodhimet deri tek shitësit për fitimin e aftësisë konkurruese.

c) Promovimi gjithashtu është faktor i rëndësishëm i konkurrencës. Promovimin e përbëjnë aktivitete konkrete me të cilin lind komunikata mes bizneseve të vogla dhe blerësit me qëllim: të tërhiqet kujdesi i blerësve: të sfidohet interesi i tyre, të sfidohet dëshira për blerje, të rritet shitja.

3.2. MENAXHMENTI NË BIZNESIN E VOGËL

Dihet se biznesi i vogël ka strukturë të thjeshtë të organizimit dhe të udhëheqjes me të cilën pronarët e bizneseve të vogla njëkohësisht paraqiten edhe në rolin e menaxherëve.

Renditja organizative e biznesit të vogël është e thjeshtë dhe shpesh herë i bërë në mënyrë elementare varësisht nga sasia dhe ndërlikueshmëria e qëllimeve dhe të detyrave të punës. Aktivitetet e punës nuk janë në mënyrë precize të ndara dhe nuk ekziston specializim. Porosia, shitja, financat, vendosshmëria dhe aktivitetet e tjera janë të koncentruara tek pronari –menaxheri.

Kjo shpie drejt gjendjes së a.q “kurthi për bazë”, gjegjësisht pronari që zhvillon biznesin deri te kufijtë e aftësive personale, duke mos shfrytëzuar kreativitetin e të punësuarve. Kjo mund të jetë arsyeja për dështimin e biznesit të vogël, veçmas për shkak të mostrajnitimit të pronarëve për menaxhim, si dhe për shkak të rezistencës së pronarëve-menaxherëve për përvetësimin e njohurive bashkëkohore nga sfera e menaxhmentit.

Me ekzistimin shumëvjeçarë dhe punën e suksesshme, biznesi i vogël fillon të zhvillojë forma më të ndërlikuara organizative – formohen mini sektorë, specializohen të punësuarit dhe ngjashëm, por më pas nuk zvogëlohet koncentrimi i fuqisë dhe i autoritetit të pronarit-menaxher.

Suksesi dhe zhvillimi i biznesit të vogël në masë të madhe varet nga aftësia dhe nga veçoritë personale të pronarit-menaxher: ndjenjës së zhvilluar për pavarësi në vendimmarrje. Shpirtit garues, gatishmërisë për të punuar vazhdimisht pa orare të caktuar pune.

3.3. KARAKTERI FAMILJAR I BIZNESIT TË VOGËL

Biznes familjar është secili biznes në të cilin pronësia dhe kontrolli i biznesit janë në duart e anëtarëve të familjes.

Biznes familjar është secili biznes në të cilin pronësia dhe kontrolla e biznesit janë në duart e anëtarëve të familjes. Biznesi familjar është i përbërë prej dy ose më shumë anëtarëve të një familjeje të cilët kanë investuar mjete (para), sende apo të drejta në një formë të ligjshme të biznesit të organizuar. Biznesi familjar paraqet forcë lëvizëse të ekonomisë së shteteve të zhvilluara. Statistika që prej 70% deri më 90% të bizneseve në perëndim të Evropës janë në pronësi familjare ku i njejtë edhe gjeneron gjysmën e bruto prodhimit vendas, flet mjaftë për vendin dhe rolin e biznesit familjar në zhvillimin ekonomik të një shteti.

Pjesa më e madhe e bizneseve familjare janë “mikro” biznese të cilët punësojnë deri më 5 punëtorë. Interesant është numri i bizneseve familjare të cilët punësojnë deri më 100 punëtorë.

Bizneset familjare themelohen me qëllim për tu siguruar punësim për pronarët themelues dhe për anëtarët e familjes së tyre të ngushtë edhe atë nëpër vende menaxhuese. Anëtarët e familjes munden të kenë pjesëmarrje direkte dhe indirekte në biznesin. Pjesëmarrja direkte përbëhet prej:

investimit të parave, sendeve, mundit, të drejtave etj., përderisa pjesëmarrja indirekte me së shpeshti përbëhet prej angazhimit të punës.

Ndërmarrjet e sotshme të vogla dhe të mesme kane filluar si mikrobiznese të themeluara në pronësi individuale. Më vonë, me punë të suksesshme, ato janë transformuar në një formë më të ndërlikuar të organizimit: partnerë, shoqëri me përgjegjësi të kufizuara apo shoqëri aksionare. Biznes familjar është secili biznes në të cilin kontrolli dhe pronësia e biznesit janë në duart e familjes.

3.4 ROLI PRODHUES I BIZNESEVE TË VOGLA

1. Bizneset e vogla si inovatorë

Bizneset e vogla paraqesin një faktor vital të zhvillimit në secilën ekonomi. Ata më së shpeshti i zhvillojnë individual të cilët posedojnë aftësi prodhuese dhe një shpirt kreativ.

Përvoja në tregjet ekonomike tregon se në shumë degë të industrisë si dhe në tregtinë, ndërmarrjet e vogla janë më të adaptueshme në ndryshimet tregtare nga ndërmarrjet e mëdha, dhe në një kohë lajmërohen si inovatorë të produkteve të reja, shërbimeve dhe teknologjisë. Shumë inovacione të mëdha dhe të rëndësishme shpeshherë rrjedhin prej ndërmarrjeve të vogla. Ndërmarrjet e vogla, apo novatorë, i kanë krijuar kompjuterët personal, radion, motorët me avull, fotokopjen, aparatit fotografues dhe shumë inovacione të tjera. Gjenialiteti i tyre njerëzimit i dhuroi: Lapsin kimik, mbështjellësin, birën, helikopterin dhe shume zbulime të tjera.

2. Bizneset e vogla si kooperime satelitore

Në botën janë gjithnjë më tepër të pranishme marrëdhëniet e bashkëpunimit kooperativ ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mëdha, të njohura si kooperacioni satelitor. “Sateliti” paraqesin ndërmarrje të vogla të cilat më së shpeshti i furnizojnë ndërmarrjet e mëdha me të mirë, shërbime dhe materiale. “General Motors” p.sh. furnizohet dhe merr mall nga furnizues ku numri më i madh i tyre janë ndërmarrje të vogla, numri i të cilëve sillet mbi 30 000. Arsyeja për gjithnjë e më të shpeshta marrëveshje kooperative ndërmjet bizneseve të vogla e të mëdha është fakti që ndërmarrjet e mëdha nuk mund të ofrojnë produkte aq të lira si bizneset e vogla. Nëpërmjet kooperimit, bizneset e mëdha i zvogëlojnë shpenzimet mesatare dhe e zmadhojnë produktivitetin, a bizneset e vogla sigurojnë plasman të prodhimeve të tyre, me çka e zvogëlojnë rrezikun e falimentimit.

Ndërmarrjet e vogla lajmërohen si inovatorë të produkteve, shërbimeve dhe teknologjive të reja, më shumë se sa ndërmarrjet e mëdha prodhuese.

3.5. NDËRMARRËSIA NË BIZNESET E VOGLA

Ndërmarrësia paraqet proces të zbulimit të mundësive dhe ndërmarrjes së aktiviteteve (riziqe) për realizimin e atyre mundësive, me përdorje racionale të resurseve.

Ndërmarrësia paraqet proces të zbulimit të mundësive dhe ndërmarrjes së aktiviteteve (riziqe) për realizimin e atyre mundësive, me përdorje racionale të resurseve. Fjala ndërmarrësi më së shpeshti ndërlidhet për mikro, ndërmarrjet e vogla dhe ndërmarrjet e mesme, të cilat në ekonomitë bashkëkohore marrin pjesë me më shumë se 95% prej numrit të përgjithshëm të ndërmarrjeve dhe punësojnë rreth 80% të fuqisë punëtore në përgjithësi.

Ndërmarrësit janë njerëz të cilët dallohen me inovativitetin, energjinë e madhe për punë dhe dinamikën në kryerjen e aktiviteteve, ndërmarrjen e rizikut dhe ballafaqimin me atë, kreativiteti dhe orientimi kah suksesi individual si dhe suksesi i ndërmarrjes personale.

Pronarët e bizneseve të vogla pa ndalur kërkojnë dhe krijojnë shanse. Ata nuk presin që tjetër kush t'iu siguron resurse ose t'iu krijon një moment të përshtatshëm për të filluar me biznes ose ta zgjerojnë biznesin ekzistues. Ndërmarrësit e vërtetë shanset për biznes i kërkojnë në ndryshimet : ndryshimet e çmimeve, ndryshimet e nevojave të konsumatorëve, ndryshimet e modës, ndryshimet sezonale, ndryshimet e ligjeve etj. Në qoftë se e gjejnë ose e njohin shansin ata janë të gatshëm që të investojnë mjete që i posedojnë ata ose mjete të huazuara në atë biznes, duke e ndërmarrë rizikun për dështim. Dështimi dhe falimentimi i numrit të madh të bizneseve të vogla bëhen për shkak të mungesës së ndërmarrësit në ata.

Pronarët e bizneseve të vogla pa shpirt të ndërmarrësit rëndë i zbulojnë mundësitë, ndërmarrjen e tyre e udhëheqin duke menduar se suksesi varet nga begatia e resurseve dhe se profiti do të vjen vetë pas vetit. Ata presin që dikush tjetër duhet t'iu krijon kushte dhe resurse për zhvillimin e biznesit të tyre.

4. KARAKTERISTIKAT E BIZNESIT TE VOGLË NË R. MAQEDONISË

4.1. PARAKUSHTET PËR ZHVILLIMIN E BIZNESEVE TË VOGLA NË R. MAQEDONISË

Zhvillimi i bizneseve të vogla në Maqedoni është i determinuar nga më shumë faktorë: sistemi politik në të cilën janë zhvilluar marrëdhëniet

ekonomike- shoqërore, niveli i zhvillimit ekonomik, rrethi, disa gjendje dhe ndikime nga organizata ndërkombëtare etj.

Në të kaluarën, në Maqedoni kanë ekzistuar forma të biznesit privat në zejtarinë dhe bujqësinë, por prapë se prapë, nuk mundet të thuhet se në atë kohë iniciativa e biznesit privat ka funksionuar në mënyrë të organizuar dhe se ajo ka qenë sistematikisht e përkrahur.

Kushtet e sotshme dhe mundësitë për zhvillim të biznesit të vogël në R. Maqedonisë janë të ndryshuara dhe të përmirësuara në masë të madhe. Ndryshimet e tilla janë të krijuara falas ekzistimit të këtyre kushteve :

- ❖ Ekzistimit të praksës sipërmarrëse dhe të aftësive sipërmarrëse tek menaxherët në R. Maqedonisë si parakusht kryesor për paraqitjen e iniciativës personale e cila manifestohet me hapjen e një numrit të madh të ndërmarrjeve.

- ❖ Zhvillimi i sektorit financiar, veçanërisht paraqitja e një numri të madh bankash të cilat ofrojnë programe për zhvillim dhe kredite të volitshme për hapjen dhe zhvillimin e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme.

- ❖ Orientimi Evropian i ekonomisë maqedonase mundëson lidhje intensive të bizneseve të vogla e të mëdha me partnerët nga Unioni Evropian, duke shfrytëzuar përvoja të cilat na kontribuojnë për zmadhimin e mundësive për punë dhe zhvillim.

- ❖ Marrja e vendimeve ligjore nga përvojat evropiane kontribuoi për zhvillimin më të shpejtë të sektorit privat: sjellja e sistemit të regjistrimit vetëm prej një sporteli, një procedurë doganore më të thjeshtë, lehtësime të taksave për biznese të vogla të sapoformuara etj.

- ❖ Zhvillimi dhe shumëllojshmëria e institucioneve arsimore në programet edukative gjithnjë e më shumë mundësojnë krijim të kuadrit të kualifikuar i cili ardhmërinë dhe perspektivën e vet e sheh tek hapja e bizneseve personale ne të cilat do ti zbatojnë dituritë dhe aftësitë e fituara.

4.2. KARAKTERISTIKAT E BIZNESIT TË VOGËL NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË

Karakteristikat kryesore te biznesit të vogël në R. Maqedonisë për nga aspekti i rolit dhe rëndësisë së tij, udhëzon tek përfundimet vijuese:

- Pjesa më e madhe nga firmat e regjistruara në R. e Maqedonisë janë biznese mikro, dhe jo biznese të vogla. Ky përfundim rrjedh nga fakti se një numër i madh i indërmarrjeve në R. e Maqedonisë kanë një nga tre të punësuar.
- Shumat mesatare të kapitalit fillestar dhe rezervat, si dhe vlera mesatare e mjeteve të përhershme në një firmë janë shumë modeste.
- Numër i madh i bizneseve të vogla merren me tregti. Kjo gjendje është e zakonshme, nëse dihet përvoja e ekonomisë së zhvilluar tregtare, në të cilën pikërisht në tregti vjen deri te akumulimi i rëndësishëm i kapitalit monetar, i cili më tej investohet në veprimtaritë prodhuese.
- Pjesëmarrja e bizneseve të vogla në ekonominë e R. Maqedonisë është e madhe. Ky përfundim themelohet në analizën mbi më shumë kriteriume si: numri i firmave të regjistruara, të ardhurat totale të realizuara, numri i të punësuarve, shpenzimet totale të realizuara, madhësia e profitit të realizuar, madhësia e humbjes së realizuar etj.
- Numër i rëndësishëm i bizneseve të vogla merren me zejtarë. Këto biznese luajtën rol të rëndësishëm në zhvillimin në periudhën e kaluar. Disa prej biznese të vogla zejtare të cilat u paraqitën në vitet e 90 të shekullit të mëparshëm, sot janë të shndërruara kapacitete industriale të vogla, me orientim të theksuar të zhvillimit.
- Investimet në mjete fikse në bizneset e vogla dhe të mesme në R. Maqedonisë shënojnë rritje intensive.
- Bizneset e vogla janë shumë pak të përfshira në industrinë dhe xeheroret, edhe pse vërehen ndryshime pozitive më së shumti nëpër degët tradicionale si: industria ushqimore, industria e tekstilit, prodhimi i aksesorëve të lëkurës etj.
- Lidhja e bizneseve të vogla me bizneset e mëdha në R. Maqedonisë është ende e vogël dhe jo e zhvilluar, përkatësisht ekziston mangësi e bashkëpunimit në baze kooperative.

PËRMBLEDHJE 1

Kur tregu, përkatësisht oferta, kërkesa dhe çmimet e zgjedhin problemin qendror ekonomik: çfarë, si dhe për kë të prodhohet, themi se ekziston ekonomia e tregut. Ekonomia e tregut në formën e saj të pastër nuk ekziston për shkak se për atë nuk ekzistojnë kushte shoqërore. Kur përdoret kuptimi ekonomia e tregut, në të vërtetë në ekonomi të përzier. Teknologjitë e reja të bazuara mbi mikroelektronikën e mundësuan zhvillimin e një numri të madh biznesesh.

Fleksibiliteti i bizneseve të vogla i'u mundëson me lehtë të dalin prej krizave ekonomike. Konkurrenca strategjike ka për qëllim që të sigurojë një zhvillim stabil të biznesit të vogël në një afat të gjatë. Rëndësia e çmimit si faktor tregtar i konkurrencës gjithë e më shumë ulet për shkak të faktorëve jo çmimor të cilët gjithnjë e më shumë po kontribuojnë për zmadhimin e shitjes. Biznesi familjar është i përbërë prej dy ose më shumë anëtareve të cilët investojnë mjete (para), sende ose të drejta në ndonjë formë ligjorë të biznesit të organizuar. Numri më i madh i bizneseve të regjistruara në Maqedoni janë mikro biznese, jo biznese të vogla. Numri më i madh i tyre gjinden në veprimtarinë tregtare, mirëpo po ashtu edhe një numër i rëndësishëm janë në zeytari. Në R. Maqedonisë shumë pak biznese të vogla janë të përfshira në miniera dhe industrinë.

NOCIONET KYÇE

EKONOMIA TREGTARE
EKONOMIA E PËRZIER
BIZNESI FAMILJAR
SIPËRMARRËSIA

Pyetje për diskutim :

1. Çfarë paraqet ekonomia tregtare e sotme?
2. Prej ku del rëndësia e biznesit të vogël?
3. Çka është konkurrencë e çmimit, e çfarë konkurrenca strategjike?
4. Cilat biznese konsiderohen si biznese familjare?
5. Çka nënkupton nga kuptimi ndërmarrësi?
6. Në çfarë kushte zhvillohen bizneset e vogla në Maqedoni?
7. Me çka dallohet biznesi i vogël në Maqedoni?

TEMA 2

FILLIMI I BIZNESIT PERSONAL

PËRMABJTJA E TEMËS:

Arsyet për fillimin e biznesit personal

Mënyrat e fillimit të biznesit personal

Blerja e ndërmarrjes ekzistuese

Themelimi i një ndërmarrjes së re

**Përparësitë dhe mangësitë e blerjes së ndërmarrjes ekzistuese
dhe themelimit të ndërmarrjes personale**

Përparësitë dhe mangësitë e blerjes së ndërmarrjes ekzistuese

Përparësitë dhe mangësitë e themelimit të ndërmarrjes personale

Procedura e themelimit të biznesit të ri

Zgjedhja e emrit të ndërmarrjes

Zgjedhja e lokacionit të biznesit

Procedura e themelimit të shoqërisë tregtare

QËLLIMET:

Pas leximit të kësaj teme ju do të jeni në gjendje:

- t'i njihni arsyet për fillimin e biznesit personal
- t'i shpjegoni mënyrat e fillimit të biznesit personal
- t'i dalloni përparësitë dhe mangësitë gjatë blerjes së ndërmarrjes ekzistuese
- t'i dalloni përparësitë dhe mangësitë gjatë themelimit të biznesit personal
- ta kuptoni procedurën e fillimit të biznesit të ri

1. ARSYJET PËR FILLIMIN E BIZNESIT PERSONAL

1.1. ÇKA ËSHTË E DOMOSDOSHME PËR FILLIMIN E BIZNESIT?

Thuajse nuk ekziston njeri i cili të paktën njëherë në jetë nuk ka dashur të ketë biznes personal, të ketë liri në vendimmarrje, të jetë i suksesshëm dhe të fitojë shumë para. Por çdonjëri duhet të dijë se bota e biznesit është si një ndeshje, ndërsa për ndeshje nevojiten përgatitje gjithëpërfshirëse, vetëbesim, qëndrueshmëri, vullnet, marrjen e rrezikut dhe dëshirë të madhe për sukses. Gjatë fillimit të biznesit rëndësi më të madhe kanë:

- motivimi për biznes (dëshira për të fituar a.q realizimi i fitimit, të vendosët kontroll mbi paratë, të sigurohet një ardhmëri e sigurtë për vete dhe për familjen, të sigurohet statusi dhe prestigji në shoqëri, për të qenë i fuqishëm dhe autoritativ);
- mjedisi në të cilin do të zhvillohet biznesi;
- përvoja dhe rëndësia për biznesin; dhe
- karakteri i personalitetit i cili fillon biznesin (dëshira për sukses, besim, vendosmëri, këmbëngulje, vetënjohje, dëshira për përkryerje dhe për veprim).

Nxitjet e brendshme tek çdo individ mund të jenë të ndryshme, por manifestimi i jashtëm çdoherë është një përmbledhje e procedurave, të drejtave, detyrimeve dhe praktikës tashmë të provuar. Inovacioni është çdoherë i kapshëm për atë që është i sigurt në të dhe nuk druhet nga mossuksesit.

Qëndrimi pozitiv mund të ndihmojë shumë. Ideja për fillimin e biznesit duhet të përpunohet, të mendohet për të, të ndërtohet plani, të mblidhen informatat, të kërkohet rrugët, të qenët këmbëngulës dhe i vendosur.

1.2 CILAT JANË ARSYJET PËR FILLIMIN E BIZNESIT PERSONAL?

Pa marrë parasysh mënyrën se si themeluesi do themelojë biznesin (themelimit të biznesit të vogël ose blerjen e biznesit ekzistues të vogël), si arsye të mundshme për fillimin e biznesit personal mund të numërohen:

1. *Dëshira për pavarësi* – Pronari i biznesit të vogël kënaqet të jetë vetë patron. Ai dëshiron të bëjë diçka në mënyrën e vetë dhe ta përdor kreativitetin e vet.

2. *Realizimi i kontakteve të drejtpërdrejta* – Puna krijon mundësi për kontakte të drejtpërdrejta me investitorë, bankierë, konsumatorë, të punësuar, furnizues dhe shumë të tjerë.

3. *Fleksibiliteti* – Biznesi i vogël pasqyrohet me aftësinë që të reagojë në ndryshimet e tregut lokal. Nga ana tjetër, fleksibiliteti do të thotë mundësi që të ndërmerret aksion kolektiv për vendimet veç më të marra. Fleksibiliteti mund të ndërlidhet me: sasinë e prodhimit, vlerën e çmimeve, asortimanin dhe ngjashëm.

4. *Kënaqësia personale* – Fillimin e biznesit, pronari e përjeton si vazhdim të kënaqësisë personale që të mbikëqyrë se si i njëjti zhvillohet dhe zgjerohet.

1.3. PËRPARËSITË DHE DOBËSITË E FILLIMIT TË BIZNESIT PERSONAL

Vendimi për të filluar biznes sjell edhe përparësi tjera të përgjithshme:

Mundësia për fitim është e pakufizuar dhe nuk varet nga koha e kaluar në punë. Pronarit të biznesit të vogël i takon tërë fitimi i realizuar.

Mundësi financiare – Shumë pronarë të bizneseve të vogla fitojnë më shumë para përmes udhëheqjes së biznesit personal se sa të ishin të punësuar tek dikush tjetër. Mundësia për fitim është e pakufizuar dhe nuk varet nga koha e kaluar në punë. Pronarit të biznesit të vogël i takon tërë fitimi i realizuar.

Puna e sigurt – Kur fillon biznesi i vogël, pronari siguron vend të sigurt të punës, i cili varet vetëm nga zhvillimi i ndërmarrjes.

Punësimi i familjes – Fillimi i biznesit të vogël krijon mundësi për punësimin e anëtarëve të familjes për shkak të besimit tek ta.

Sfida – Përparësi shumë e rëndësishme e fillimit të biznesit të vogël është sfida e cila shoqëron idenë. Pronarët e dinë se ekzistojnë gjasa të barabarta për sukses dhe mosesukses varësisht nga aftësitë e tyre personale, andaj sfida u jep kënaqësi psikologjike.

Suksesi në punë varet nga dituria e cila nga ana tjetër në masë të madhe varet nga përvoja

Krahas përparësive, fillimi i biznesit personal ka edhe disa dobësi:

Suksesi në punë varet nga dituria e cila nga ana tjetër në masë të madhe varet nga përvoja.

Rreziku nga mossuksesi – Për shkak të faktorëve të cilët janë jashtë ndikimit të pronarit, çdoherë ekziston rrezik që biznesi të dështojë (pronari t'i humbë paratë e investuara në biznes).

Papërvoja - Suksesi në punë varet nga dituria e cila nga ana tjetër në masë të madhe varet nga përvoja. Ekzistojnë shumë shembuj të pronarëve të bizneseve të cilët kanë dështuar për shkak të padituriës.

Papërvoja në menaxhment – Funkcionimi i suksesshëm i biznesit të vogël varet edhe nga dituria a.q aftësia e pronarit të biznesit të vogël për të qenë edhe menaxher (ta planifikojë punën dhe zhvillimin, të organizojë, të udhëheqë, kontrollojë, koordinojë dhe ngjashëm).

Puna e mundimshme – Fillimi i biznesit personal kërkon më shumë se tetë orë punë në ditë. Veçmas gjatë viteve të para, pronari duhet tërësisht t'i përkushtohet biznesit, që do të thotë – koha e lirë nuk ekziston.

2. MËNYRAT PËR FILLIMIN E BIZNESIT PERSONAL

Ekzistojë disa mënyra për fillimin e biznesit personal. Depërtimet më të thjeshta për fillimin e biznesit nga ana e pronarëve janë:

- blerja e biznesit i cili ekziston dhe
- themelimi i biznesit të ri.

Hulumtimet tregojnë se mënyra më e shpeshtë e fillimin të biznesit personal është përmes themelimit të biznesit të ri, më pas vijojnë trashëgimia e ashtuquajtur vazhdimi i biznesit personal, huazimi i biznesit, si dhe blerja e biznesit ekzistues.

2.1 BLERJA E NDËRMARRJES EKZISTUESE

Me hyrjen e vendit tonë në procesin e tranzicionit në fillim të viteve të nëntëdhjeta të shekullit të kaluar, filloi transformimi i pronësisë së kapitalit në ndërmarrjet ekzistuese. Ndërmarrjet e deriatëhershme shoqërore u privatizuan, ndërsa më së shpeshti veprohej përmes copëtimit të ndërmarrjeve të mëdha shoqërore në më shumë ndërmarrje të vogla dhe shitjen e tyre individëve ose njerëzve në grupe. Por, kjo nuk është mënyra e vetme për blerjen e ndërmarrjes ekzistuese. Mund të blihet edhe

ndërmarrje ekzistuese pronari i të cilës, për arsye të caktuara nuk është në gjendje me sukses ta udhëheq biznesin, andaj e shet. Në të dy rastet, blerja e biznesit është ndërhyrje serioze që kërkon kujdes të madh.

Hapat gjatë blerjes së ndërmarrjes ekzistuese

Arsyet për blerjen e ndërmarrjes ekzistuese mund të jenë të ndryshme: për shkak të fillimit të biznesit të ri, për shkak të zgjerimit të atij ekzistues, për shkak të shmangies së vështirësive gjatë fillimit të biznesit të ri etj.

Që të jetë e suksesshme blerja, ndërmarrje ekzistuese duhet t'i ndjek hapat si vijojnë:

1. *Përcaktimin e llojit të biznesit që blihet* (duhet të këmbëngulet që të blihet biznes për të cilin ka përvojë dhe dituri)
2. *Gjetjen e biznesit përkatës për blerje* (përmes shpalljes në gazetë, përmes ndërmjetësuesit ose përmes rekomandimit me gojë).
3. *Analizimit të biznesit që është ofruar për shitje* (lloji i biznesit, lokacionit, madhësisë, qarkullimit, analizës së menaxhmentit)

Po ashtu, duhet të bëhen përpjekje që të mblidhen sa më shumë informata për ish-pronarin, për punën e tij dhe për arsyet për shkak të cilave ai e shet ndërmarrjen e vet.

Vlerësimi i biznesit

Që të merret vendim për blerjen e biznesit ekzistues është vështirë meqë pronari i ardhshëm përballet me një varg të njerëzve të panjohur dhe dilemash. Vetë vendimi është një gjë komplekse dhe që të jetë i drejtë, duhet të merret në bazë të numrit të madh të informatave për ndërmarrjen që është ofruar në shitje, për punën e saj të deritanishme, por edhe për faktorët e rrethimit ekstern prej të cilave varet puna e saj e ardhshme. Andaj, vendimi për blerjen e një biznesi të caktuar ekzistues duhet të merret në bazë të rezultateve të një analize të përgjithshme e cila duhet të përmbajë:

1. Hulumtimin e arsyeve për shitjen e biznesit
2. Analizimin e dokumentacionit pronësor juridik
3. Analizimin e profitabilitetit
4. Analizimin financiar dhe
5. Analizimin e rrethimit

Vetëm informatat e sakta mund të japin fotografi objektive për gjendjen dhe punën e ndërmarrjes.

Pyetjet e para për të cilat pronari i ardhshëm duhet të gjejë përgjigje janë: Pse shitet biznesi ekzistues? Çfarë është gjendja e vërtetë e ndërmarrjes të cilën dëshiron ta blejë?

Vetëm informatat e sakta mund të japin fotografi objektive për gjendjen dhe punën e ndërmarrjes, andaj duhet të mblidhen informata prej më shumë burimeve: nga bankat, klientët, furnizuesit, kreditorët, gjykatat, drejtoria për të ardhura etj.

Arsyet për shkak të cilave një biznes i caktuar shitet mund të jenë të ndryshme: për shkak të punës së keqe, për shkak të dëshirës për të hyrë në ndonjë biznes tjetër, për shkak të pleqërisë dhe mospasjes së trashëgimitarit ose për shkak të diçkaje tjetër. Në vendin tonë, në periudhën e tranzicionit, arsyeja më e shpeshtë për shitjen e ish-ndërmarrjeve shoqërore ishte nevoja për ndryshimin e pronësisë nga ajo shoqërore në private. Por, kushtet nën të cilat bëhet shitja në këtë rast janë më të ndryshme se ato kur bëhet fjalë për shitje klasike të biznesit prej ndonjë pronari të njohur ndaj tjetrit.

Çështja tjetër të cilës duhet vënë kujdes të veçantë është *rregullshmëria e dokumentacionit pronësor juridik* meqë dokumentacioni i rregullt për pronësi është kushti kryesor për fitimin ligjor të së drejtës së pronësisë së atij që blen biznes. Me fjalë tjera askush nuk mund të shet diçka që nuk është e tij; nuk është tërësisht e tij, apo është e pandarë; diçka që është vënë nën hipotekë për sigurimin e ngritjes së kredisë ose diçka që sipas dispozitave pozitive ligjore është jashtë qarkullimit.

Analizimi i *profitabilitetit* nënkupton shqyrtimin e fitimit të realizuar të ndërmarrjes gjatë viteve të fundit që mund të arrihet përmes: analizimit të qarkullimit të përgjithshëm të ndërmarrjes gjatë periudhës së kaluar, analizimit të investimeve që i ka bërë ndërmarrja, analizimit të rritjes dhe zhvillimit të arritur, analizimit të rrogave të të punësuarve etj. Po ashtu preferohet që të bëhet edhe vlerësim i tregut dhe sasisë së shitjes si dhe të shqyrtohen mundësitë për zgjerimin e tregut dhe për rritjen e shitjes.

Gjendja financiare e ndërmarrjes mund të kuptohet përmes madhësisë dhe vlerës së pronës edhe atë: të objekteve, pajisjes, mjeteve transportuese, rezervave etj, më tej vlerës së të gjitha kërkesave ndaj ndërmarrjeve dhe individëve tjerë dhe vlerës së të gjitha borxheve. Po ashtu duhet bëhet analizë e gjendjes së objekteve dhe pajisjes, infrastrukturës së

nevojshme dhe të investimeve të nevojshme për rinovimin e kapaciteteve dhe zëvendësimin e makinave të vjetruara.

Për në fund, me rëndësi jo të vogël është edhe *analizimi i rrethimit*. Ndikim dhe rëndësi të madhe për suksesin e biznesit në të ardhmen kanë gjendjet në rrethimin si për shembull: gjendja në shtet, ekonomia, veçmas dega ekonomike në të bën pjesë, gjendja në komunën ku biznesi vepron etj. Për të kuptuar gjendjet në rrethimin duhet të bëhet SËOT analiza me ç’rast do të fitohen informata për përparësitë dhe dobësitë e konkurrencës, për nevojat e klientit, për imazhin e fituar të ndërmarrjes në rrethim etj.

2.2 THEMELIMI I NDËRMARRJES SË RE

Themelimi i ndërmarrjes së re është më e komplikuar dhe më e rrezikshme se blerja e ndërmarrjes ekzistuese meqë e njëjta është përcillet me shumë gjëra të panjohura dhe të pa definuara. Për këtë shkak, sukcesi ose mossuksesit i ndërmarrjes së re në masë të madhe varet nga parashikimet e themeluesit. Që të bëhen parashikime reale, themeluesi i biznesit domosdo të bëjë studim për qëndrueshmërinë e idesë së vet e cila duhet të përmbajë analizë të përgjithshme edhe atë: analizë të tregut, analizë të lokacionit, analizë të prodhimitarisë (procesit të dhënies së shërbimit), analizë të financave dhe të rregullativës ligjore.

1. *Hulumtimi i tregut* – Hulumtimi i tregut paraqet mbledhjen e informatave për karakteristikat e tregut në të cilin planifikohet realizimi i idesë, informatat për karakteristikat e klientëve potencialë dhe informata për karakteristikat e konkurrencës ekzistuese.

Lidhur me karakteristikat e tregut, do të duhej të sigurohen informata për madhësinë e tregut, shpërndarjen gjeografike të tregut, informata për atë se cilat të mira dhe shërbime shiten, me çfarë çmimi shiten, në çfarë sasi shiten, cilat prodhime kërkohen në treg (trende) dhe cilat kushte të shitjes përdoren në treg për momentin.

Sukcesi ose mossuksesit i ndërmarrjes së re në masë të madhe varet nga parashikimet e themeluesit

Analizimi i klientëve ka të bëjë me: moshën, gjininë, vendin e jetesës, fuqinë blerëse, cilët klientë blejnë, pse blejnë, çka presin nga prodhimi, cilat janë dëshirat dhe pritjet e tyre.

Lidhur me konkurrencën, duhet të sigurohen informata për: çmimin e prodhimit të tyre, cilësinë e prodhimit konkurrues, kushtet e shitjes që i ofron dhe reagimin e konkurrentëve pas paraqitjes së prodhimit tonë në treg.

1. *Analiza e lokacionit* – vendi ku do të locohen objektet e ndërmarrjes është po ashtu shumë me rëndësi për suksesin e biznesit, veçmas në aspektin e afërsisë së tregut, qasjes, infrastrukturës, qasjes së fuqisë së punës, mundësive për zgjerimin e kapacitetit të biznesit etj.

2. *Analiza e prodhimitarisë (procesi i prodhimitarisë)* – lidhur me realizimin e idesë personale, që të prodhohet një produkt i mirë, duhet të analizohen lëndët para dhe materialet që do të përdoren, fuqia e nevojshme e punës si dhe teknologjia që do të përdoret.

Lidhur me sigurimin e lëndëve të para dhe materialeve të cilat do të përdoren në prodhimtari ose furnizimet e prodhimeve të gatshme të cilat do të shiten, duhet të gjenden disa furnizime alternative, duhet të shqyrtohet se në çfarë sasi do të furnizohen dhe sa mjete financiare do të harxhohen për të.

3. *Analiza e fuqisë së punës* ka të bëjë me kualifikimet e nevojshme të të punësuarve, profesionalizmin dhe përvojën e nevojshme të të punësuarve si dhe ekipin e nevojshëm menaxherik. Lidhur me teknologjinë e cila do të shfrytëzohet, duhet shqyrtohet se cilat janë makinat e nevojshme, veglat dhe pajisja tjera, objektet, hapësira prodhuese, hapësira shitëse dhe përgatitja e saj, mjetet transportuese dhe ngjashëm.

4. *Financat e nevojshme* – Për fillimin e biznesit personal të domosdoshme janë mjetet financiare, ndaj në këtë aspekt duhet t'i kushtohet vëmendje më shumë gjërave: sa mjete financiare janë të nevojshme për fillimin e biznesit, ku do të gjenden (kursimi personal, huaja, paratë familjare, kreditë nga bankat ose nga institucionet tjera financiare), në cilën mënyrë kreditë do të sigurohen, sa duhet të jenë të ardhurat e përgjithshme që pas refuzimit të shpenzimeve të mbesin mjete të mjaftueshme për

mbijetesë, por edhe për zhvillim të ashtuquajtur për investime shtesë në biznesin.

5. *Analiza e rregullativës ligjore* – Realizimi i idesë biznesore gjegjësisht fillimi i biznesi domosdo duhet të jetë në pajtim me rregullativën ligjore. Andaj domosdo është të studiohen dispozitat ligjore që kanë të bëjnë me themelimin e shoqërisë tregtare, se a ekzistojnë kufizime apo duhet të sigurohen disa kushte të posaçme. Po ashtu është e nevojshme që të analizohen dispozita që kanë të bëjnë me punën e mëtejshme të shoqërisë tregtare (tatime, dogana, ligj për marrëdhënie pune), për të vlerësuar se a ka mundësi të njëjtat të respektohen në punë ose jo.

3. PËRPARËSITË DHE MANGËSITË E BLERJES SË NDËRMARRJES EKZISTUESE DHE TË THEMELIT TË NDËRMARRJES PERSONALE

3.1 PËRPARËSITË DHE MANGËSITË E BLERJES SË NDËRMARRJES EKZISTUESE

Blerja e ndërmarrjes ekzistuese (biznesit të vogël) ka anë të mira dhe të këqija. Me këtë mënyrë të fillimit të biznesit kursethet koha, zvogëlohen përpjekjet dhe tensione që paraqiten në fillim të punës dhe në parim, biznesi blihet me çmim më të ulët.

Si anë të mira (përparësi) të blerjes së ndërmarrjes ekzistuese mund të theksohen ato si vijojnë:

1. *Sigurimi i lokacionit* – me blerjen e ndërmarrjes ekzistuese pronari i ri nuk shpenzon kohë për zgjedhjen e lokacionit përkatës për biznesin e vet;

2. *Mjete të njohura materialo-teknike për punë*: objekte, pajisje, makina, punëtorë të trajnuar me përvojë të caktuar;

3. *Resurse të njohura njerëzore*- në ndërmarrjen që blihet janë të punësuar punëtorë të kualifikuar dhe të trajnuar me përvojë të caktuar;

4. *Mjete më të vogla fillestare financiare* – ndërmarrja tashmë punon, dhe disponon me rezerva të caktuara të prodhimeve të gatshme, ka kërkesa të papaguara dhe ngjashëm.

5. *Fitimi i realizuar në mënyrë më të shpejtë* - ndërmarrja tashmë ka përvetësuar treg të caktuar dhe ka krijuar imazh në këtë treg;

6. *Fitimi i klientëve* – me blerjen e ndërmarrjes zakonisht fitohen edhe klientë ekzistues;

7. *Planifikimi më i lehtë dhe më i organizuar i punës* – puna tashmë është planifikuar dhe organizuar, ndaj më thjeshtë është të bëhen disa ndryshime për përmirësime, se sat ë planifikohet dhe organizohet për herë të parë;

8. *Rrezik më të vogël në punë* – meqë ekziston treg dhe klientë të definuar, janë vendosur marrëdhënie me bankat dhe me furnizuesit, ka distribuues të njohur.

Por, përveç përparësive të theksuara, blerja e ndërmarrjes ekzistuese karakterizohet edhe me dobësi të caktuara meqë me blerjen trashëgohen disa negativitete prej ndërmarrjes ekzistuese. Negativitetet e tilla mund të jenë:

1. *Lokacioni i zgjedhur i keq* - kjo mund të jetë arsyeja kyçe për shkak të cilës pronari i mëparshëm e shet biznesin;

2. *Çmimi jopërkatës* – shumë është vështirë që realisht të vërtetohet çmimi i ndërmarrjes që blihet. Ajo duhet të jetë me vlerësim të plotë të biznesit, që të jetë e pranueshme çmimi i tregut;

3. *Objektet dhe mjetet e vjetruara* – nëse ndërmarrja që blihet disponon me objekte dhe pajisje të vjetruara, do të duhet të investohet në modernizimin e tyre, që mund të shkaktojë harxhime shtesë pas blerjes së ndërmarrjes.

4. *Gjendjet e hasura të këqija*: marrëdhëniet e këqija mes të punësuarve, marrëdhëniet e këqija me konsumatorët dhe me furnizuesit, prodhimi (i të mirave dhe shërbimeve) me cilësi të keqe etj.

5. *Rezerva jopërkatëse* – nëse ndërmarrja që blihet nuk ka pasur planifikim përkatës, me blerjen e saj do të ndërmerren edhe shumë rezerva të panevojshme cilat nuk do të shiten.

6. *Borxhet* – veçanërisht është me rëndësi pasja e njëfarë pasqyre në borxhet e ndërmarrjes meqë me blerjen e tyre do të trashëgohen edhe detyrimet e papaguara ndaj subjekteve tjera gjë që do ta zvogëlojë fitimin e mundshëm të ndërmarrjes.

7. *Imazhi i keq* – gjatë blerjes së ndërmarrjes ekzistuese duhet të mblidhen edhe informata të cilat kanë të bëjnë me imazhin ekzistues të ndërmarrjes sipas të cilës ai njihet në rrethimin.

Ekzistojnë edhe negativitete tjera të cilat mund të paraqiten gjatë blerjes së ndërmarrjes ekzistuese të cilat vështirë mund të parashikohen, siç janë: manipulimet gjatë udhëheqjes së evidentimit kontabilist dhe gjatë përpunimit të raporteve financiare, klima dhe kultura jopërkatese organizuese, humbja e ish-klientëve të rëndësishëm etj.

3.2. PËRPARËSITË DHE MANGËSITË E THEMELIMIT TË NDËRMARRJES PERSONALE

Edhe themelimi i ndërmarrjes së re ka përparësitë dhe negativitetet e veta.

Negativitetet të cilat lajmërohen tek blerja e ndërmarrjeve ekzistuese, e që kanë të bëjnë me lokacionin, organizimin e punës, me gjetjen e potencialeve njerëzore, imazhin e ndërmarrjes ekzistuese dhe ngjashëm, këtu mund të evitohen, madje edhe të shndërrohen në përparësi. Kështu, si përparësi të themelimit të ndërmarrjes personale mund të përmenden ato si vijojnë:

- themeluesi e zgjedh lokacionin sipas vlerësimeve dhe mundësive personale;
- themeluesi e zgjedh veprimtarinë dhe domenin e punës;
- themeluesi e organizon punën;
- ai i zgjedh punëtorët;
- në ndërmarrjet e reja ekziston mundësia e krijimit të klimës dhe kulturës organizuese të cilat do t'i nxisin frymën sipërmarrëse dhe inovativitetin.

Megjithatë, themelimi i ndërmarrjes së re ka edhe mangësitë siç janë:

- rreziku më i madh për mosp sukses;
- nevojitet më shumë kohë dhe përpjekje për të fituar klientë dhe të ndërtohet imazhi i dëshiruar i ndërmarrjes;
- për fillimin e biznesit të ri nevojiten më shumë mjete financiare se sa për blerjen e një biznesi veç më funksional.

4. PROCEDURA PËR FILLIMIN E BIZNESIT TË RI

4.1. ZGJEDHJA E EMRIT TË NDËRMARRJES

Zgjedhja e emrit të ndërmarrjes është njëra nga vendimet e rëndësishme që duhet t'i marrë pronari. Për fat të keq, gjatë fillimit të biznesit, shumë pak veta i kushtojnë rëndësi kësaj çështje. Sot është shumë e rëndësishme që të zgjedhjet emri apo shenja “e duhur”: të jenë dalluese dhe që japin përshtypje dhe ngjashëm. Emrin dhe shenjën mund t'i zgjedh vetë pronari, por rekomandohet konsultimi me ndonjë marketing agjenci. Gjatë marrjes së vendimit për emrin e ndërmarrjes, duhet pasur në mendje se emri duhet të jetë i lehtë për t'u kuptuar, i lehtë të shqiptohet dhe i lehtë të mbahet mend. Duhet të evitohen emrat që janë të ngjashme me ato të cilat tashmë përdoren. Emri mund të paraqet imazh i asaj që e ofron ndërmarrja, mund ta shpreh cilësinë, shpejtësinë, shkathtësitë, përvojën, çmimet e ulëta etj. Po ashtu edhe prodhimi i ndërmarrjes mund të jetë pjesë e emrit.

4.2 ZGJEDHJA E LOKACIONIT PËR BIZNES

Njëra nga vendimet e para që duhet të merret gjatë fillimit të biznesit të ri është vendimi se a të blihet apo të merret me qira hapësira afariste. Që të merret vendimi i drejtë, nevojiten konsultime me shërbimet kompetente për planin urbanistik të qytetit, si dhe konsultime me agjencitë për patundshmëri që të merret këshillë profesionale dhe informata tjera të nevojshme.

Zgjedhja e lokacionit për biznes duhet t'i kushtohet vëmendje e madhe. Lokacioni i zgjedhur i keq nuk është vetëm harxhim i kotë i parave, por mund të jetë arsye për dështimin e biznesit.

Me lokacion për biznes zakonisht nënkuptohet vendpozita e objekteve të ndërmarrjes. Zgjedhja e lokacionit duhet të bëhet duke marrë parasysh më shumë faktorë, e para se gjithash janë veprimtaritë e ndërmarrjes çka do të bëhet në objektet e tij, afërsia e a.q qasjes deri te klientët, afërsia e a.q qasjes së fuqisë punëtore dhe lëndëve të para, si dhe lidhjet komunikuese.

Zgjedhja e lokacionit për biznes mund të jetë vendimtare për sukses ose mosesukses të biznesit

Me lokacion për biznes zakonisht nënkuptohet vendpozita e objekteve të ndërmarrjes

Për shembull, objektet në të cilat do të zhvillohet procesi i prodhimit, ose hapësira e deposë për të cilën nevojiten më tepër se qindra metra katror hapësirë, mund të locohen më larg se qendra e qytetit ku çmimi i lokacionit është shumë më i ulët. Në këto raste gjatë zgjedhjes së lokacionit ndikim vendimtar kanë afërsia e lëndëve të para, afërsia e fuqisë së punës dhe lidhjet komunikuese.

Lokacioni i shitoreve koloniale, barnatoreve, floktarive, kiosqeve dhe bizneseve të vogla të ngjashme, duhet të zgjidhet në afërsi të klientëve potencialë, në rrugë frekuentuese në qendër të qytetit, në afërsi të objekteve të mëdha ndërtimore në ndonjë lagje të caktuar dhe ngjashëm. Në këto raste e domosdoshme është që të kontrollohet edhe frekuentimi i komunikacionit rreth lokacionit për biznes që të parashikohet sa është numri i vizitorëve potencialë.

Ndikim të madh mbi zgjedhjen e lokacionit për biznes ka edhe ekzistimi i hapësirës për parkim. Objekti në të cilin blihet ose merret me qira hapësira afariste duhet të jetë në gjendje të mirë, të jetë e mirëmbajtur dhe ta posedojë tërë infrastrukturën e domosdoshme. Me rëndësi mund të jetë dhe bizneset fqinjë (për shembull shitoret), varësisht nëse janë konkurrencte ose janë sa duhet atraktive për të tërhequr klientë edhe për shitoret përreth.

Lokacioni për biznes duhet të studiohet edhe nga aspekti i njerëzve që jetojnë ose punojnë në mjedisin (kultura, tradita, religjioni ose gjendja sociale), për të mësuar nëse prodhimet e ofruara do të jenë tërheqëse sa duhet për ta.

Varësisht nga rajoni i veprimtarisë së biznesit (prodhimtaria, tregtia, ndërtimtaria, shërbimet), gjatë zgjedhjes së lokacionit rëndësi dominuese kanë faktorët e ndryshëm. Por edhe kur bëhet fjalë për biznes të llojit të njëjtë, mund të jenë dominues edhe faktorët e ndryshëm varësisht prej madhësisë së biznesit.

Për shembull, lokacioni ideal për furrë e cila ka prodhimtari me sasi të vogël do të ishte ndonjë lokacion në objektin e qytetit në të cilin do të vendosej edhe shitoret për bukë. Në këtë rast afër është tërë tregu, lidhjet transportuese janë të shkëlqyeshme, ndërsa pronari ka mundësi ideale për mbikëqyrjen e tërë procesit. Megjithatë, për biznesin e njëjtë, por për sasi të mëdha, lokacioni i tillë nuk është fare adekuat.

4.3. PROCEDURA PËR THEMELIMIN E SHOQËRISË TREGTARE

Sipas teorisë juridike, shoqata tregtare themelohet për shkak të krijimit të fitimit. Themelues i shoqërisë tregtare është personi ose personat të cilët në mënyrë aktive marrin pjesë në krijimin e shoqërisë tregtare dhe në fillimin e saj me punë. Këta persona i ndërmarrin të gjitha veprimet dhe formalitetet për krijimin e shoqërisë dhe e bartin tërë rrezikun e punës. Themeluesit domosdo saktë ta vërtetojnë veprimtarinë gjegjësisht veprimtaritë të cilat do t'i kryejë shoqëria dhe ta zgjedhin formën juridike gjegjësisht formën organizative që është më e përshtatshme për realizimin e qëllimit për të cilin është themeluar shoqëria. Po ashtu ato vërtetojnë edhe shumën e kapitalit që duhet të investohet me çka krijojnë bazamentin e shoqërisë.

Shoqata tregtare fiton subjektivitet juridik me regjistrimin e saj në regjistrin të cilin e udhëheq Regjistri Qendror i Republikës së Maqedonisë.

Shoqëria tregtare fiton subjektivitet juridik me regjistrimin e themelimit të saj në regjistrin të cilin e udhëheq Regjistri Qendror i R. Maqedonisë. Përmes sistemit njësportel për regjistrim, sigurohet bashkimi i të gjitha të dhënave relevante juridike statusore për fillimin e punës dhe për realizimin e të drejtave të subjektit afarist.

◇ Përcaktimi dhe ndarja e numrit të vetëm amë subjektit për regjistrimin dhe përcaktimin e shifrës dhe emrit të veprimtarisë së regjistruar sipas Klasifikimit nacional të veprimtarive dhe shifrës së formës organizuese të subjektit të regjistrimit.

◇ Vendosja e numrit të vetëm tatimor.

◇ Vendosja e llogarisë nga banka afariste sipas zgjedhjes së subjektit të regjistrimit

◇ Informimi i Drejtorisë doganore për subjektet që kanë veprimtari të regjistruar në qarkullim të jashtëm.

PËRMBLEDHJE 2

Arsyet për fillimin e biznesit personal në të shumtën e rasteve janë: dëshira për pavarësi, mundësia për realizimin e kontakteve të drejtpërdrejta, fleksibiliteti i biznesit të vogël dhe ndjenja e kënaqësisë personale.

Fillimi i biznesit personal mund të realizohet kryesisht për dy arsye: me blerjen e biznesit i cili ekziston dhe me themelimin e biznesit të ri. Që të merret vendim për blerjen e biznesit ekzistues domosdo është së pari herë të bëhet vlerësimi i atij biznesi. Për themelimin e ndërmarrjes së re domosdo është bëhet hulumtimi i tregut, analizimi i lokacionit, analizimi i procesit të prodhimitarisë (dhënies së shërbimeve), analizimi i financave të nevojshme si dhe analizimi i rregullativës ligjore.

Të dyja arsyet për fillimin e biznesit personal kanë disa përparësi dhe mangësi. Me blerjen e ndërmarrjes ekzistuese fitohet në kohë, zvogëlohen përpjekjet dhe tensione dhe në parim biznesi blihet me çmim më të lirë.

Procedura për fillimin e biznesit të ri përbëhet prej: zgjedhjes së emrit të ndërmarrjes, zgjedhjes së lokacionit për biznes dhe regjistrimi i themelimit në regjistrin tregtar.

NOCIONET KYÇE

BLERJA E NDËRMARRJES EKZISTUESE
THEMELIMI I NDËRMARRJES SË RE
VLERËSIMI I BIZNESIT
HULUMTIMI I TREGUT
LOKACIONI PËR BIZNES
FITIMI I SUBJEKTIVITETIT JURIDIK

Pyetje për diskutim:

1. Cilat janë arsyet më të shpeshta për fillimin e biznesit personal?
2. Cilat janë mënyrat e fillimit të biznesit personal?
3. Në çka përbëhet vlerësimi i biznesit që blihet?
4. Çka nënkupton me studim për qëndrueshmërinë e idesë personale për themelimin e ndërmarrjes së re?
5. Numëro përparësitë dhe mangësitë e blerjes së ndërmarrjes ekzistuese?
6. Cilat janë përparësitë dhe mangësitë e themelimit të ndërmarrjes personale?
7. Sqaro procedurën për themelimin e shoqërisë tregtare?

TEMA 3

PLANIFIKIMI NË BIZNESIN E VOGËL

PËRMBAJTJA E TEMËS:

Nevoja për planifikimin e biznesit të vogël

Përgatitja për nisjen e biznesit të vogël

Vlerësimi i mundësive për sukses

Procedura e planifikimit të biznesit

Planifikimi i biznesit

Rëndësia e biznes planit

Përmbajtja e biznes planit

Karakteristikat e biznes planit

Përgatitja e biznes planit

Pjesët përbërëse të biznes planit

Planifikimi strategjik i biznesit

Strategjia, plani strategjik dhe planifikimi strategjik

Thelbi i planifikimit strategjik

QËLLIMET:

Pas leximit të kësaj teme Ju duhet të jenë në gjendje:

- ta kuptoni nevojën e planifikimit në ndërmarrjet e vogla;
- ta njihni procedurën e planifikimit të biznesit të ri;
- t'i sqaroni karakteristikat e planit biznesor
- ta njihni mënyrën e përgatitjes së planit biznesor;
- t'i theksoni pjesët përbërëse të planit biznesor;
- ta kuptoni nevojën e planifikimit strategjik të biznesit.

**Planifikimi i
biznesit paraqet
bartjen e idesë në
realitet**

1. NEVOJA PËR PLANIFIKIMIN E BIZNESIT TË VOGËL

Për të filluar biznes personal është vendim i rëndësishëm dhe i vështirë për cilin nevojitet përgatitje – planifikim i detajuar, mbështetja nga familja dhe nga të afërmit.

Të menduarit për fillimin e biznesit paraqet fillesën e planifikimit të biznesit. Në fakt, planifikimi i biznesit paraqet bartjen e idesë në realitet. Njohja e gjendjeve në rrethimin, kapitali i siguruar dhe ideja origjinale janë disa prej parakushteve për biznes të suksesshëm. Ndonëse asnjëherë nuk mund të parashikohet se sa do të jetë i suksesshëm biznesi (rreziku çdoherë ekziston), me përgatitje paraprake si dhe me planifikim, mund në masë të madhe të përmirësohen gjasat për sukses. Në kuadër të përgatitjes para se gjithash hyn të menduarit për fillimin e biznesit.

1.1. PËRGATITJA PËR FILLIMIN E BIZNESIT TË RI

Çështja për fillimin e biznesit të ri nuk përfshin vetëm dëshirën për të pasur biznes personal (veprimtari afariste), por para se gjithash edhe vetëdijen për “viktimat” të cilat do të duhet të merren, si dhe aftësia e cila duhet poseduar që të arrihet sukcesi. Do të thotë pronari i ardhshëm i biznesit (veprimtarisë afariste) duhet:

-të jetë i vetëdijshëm për përgjegjësitë të cilat duhet t'i bartë (kjo është veçanërisht e rëndësishme për rata që mendojnë për fillimin e biznesit personal, e që deri tani nuk kanë udhëhequr biznes)

- t'i vendos qëllimet e tij (njohja e qëllimeve do të ndihmojë në zgjedhjen konkrete të biznesit, gjegjësisht veprimtarisë afariste);

- të vendos se çfarë lloji të biznesit do të fillojë dhe në cilën mënyrë;

- të mbledhë sa më shumë informata për biznesin që dëshiron ta fillojë (për shembull për mentalitetin e popullatës në vendin ku që ka ndër mend ta fillojë biznesin e tij, për konkurrencën, lokacionin e mundshëm të hapësirës afariste, shkuarjen deri te lokacioni etj).

- ta matë (vlerësojë) suksesin e biznesit të vetë.

- të sigurojë mbështetje – biznesi i paramenduar mirë jep mundësinë për marrjen e mbështetjes së nevojshme financiare (kreditimit).

1.2. VLERËSIMI I GJASAVE (MUNDËSIVE) PËR SUKSES

Që të bëhet vlerësimi i gjasave për sukses domosdo duhet të mendohet para se gjithash se sa para do të nevojiten për të filluar dhe funksionuar biznesi. Askush nuk do të duhej të hyjë në themelimin e shoqatës tregtare nëse nuk është në gjendje të sigurojë kapital të mjaftueshme, madje edhe më shumë se kjo. Do të ishte mirë të posedohet edhe pronë private që të mund të konkurrohet për marrjen e kredisë nga ndonjë institucion financiarë.

Gjasat (mundësitë) për sukses po ashtu në masë të madhe varen edhe nga kushtet e tregut. Andaj, që të ulët rreziku i dështimit, domosdo duhet të bëhet vlerësimi i tregut, e pastaj edhe një herë të mendohet për veprimtarinë. Me fjalë të tjera, duhet të mësohet a ekziston treg për prodhimin e planifikuar (të mirën ose shërbimin) dhe sa është ai, si dhe ajo se cilat janë barrierat për kyçjen në sektorin përkatës. Preferohet të bëhet vlerësimi se kush do t'i blejë prodhimet, në çfarë sasive dhe të planifikohet se në cilën mënyrë do të tërhiqen blerësit.

Konkurrenca çdoherë paraqet kërcënim për suksesin e biznesit të planifikuar, ndaj është e domosdoshme që të hulumtohet se kush është konkurrenca ekzistuese, por edhe potenciale, sa biznese në atë rajon kanë arritur sukses, e sa jo, cilat do të ishin përparësitë dhe dobësitë personale lidhur me konkurrencën.

Në fund, planifikimi i biznesit nevojitet edhe për shkak se me të qartë do të parashikohen jo vetëm mundësitë por edhe problemet. Në fakt, duhet paraparë edhe mundësia e dështimit.

Duhet të behët edhe “Plani B” - plan për çdo rastësie, për shkak se asnjëherë nuk mund të parashihet.

2. PROCEDURA PËR PLANIFIKIMIN E BIZNESIT TË RI

Procedura e planifikimit të biznesit të ri përbëhet në përpilimin e **planit biznesor dhe planit strategjik**.

Qëllimi i planifikimit është të orientohen dhe harmonizohen aktivitetet në ndërmarrjen për arritjen e qëllimeve për shkak të cilave është themeluar.

2.1. PLANIFIKIMI I BIZNESIT

Procedura e planifikimit të biznesit të ri përbëhet në përpilimin e **planit biznesor dhe planit strategjik**. Çdo aktivitet i ri biznesor bartë rrezik, ndërsa plani biznesor ndihmon që rreziku të shqyrtohet dhe të zvogëlohet. Procedura e planifikimit të biznesit të ri përbëhet në përpilimin e planit biznesor dhe planit strategjik. Planit biznesor paraqet ndihmesë parësore në duart e pronarit të ndërmarrjes për caktimin e rrjedhjes së zhvillimit të biznesit. Ai është shprehje e praktikës, i përmban qëllimet e biznesit, mënyrën si të mbërrihet te ato dhe në cilën periudhë kohore. Nga ana tjetër, plani strategjik, paraqet udhërrëfyes sipas të cilit pronari i biznesit duhet të udhëhiqet për një periudhë të gjatë dhe në bazë të së cilës do të dijë se ku gjendet, deri ku ka mbërritur dhe ku shkon më tutje. Ky plan i përmban qëllimet afatgjate të ndërmarrjes dhe sjelljen e tij në të ardhmen. Qëllimi i planifikimit është të orientohen dhe harmonizohen aktivitetet në ndërmarrjen për arritjen e qëllimeve për shkak të cilave është themeluar.

2.2. RËNDËSIA E PLANIT BIZNESOR

Çdo veprim i ri biznesor bart rrezik, ndërsa plani biznesor ndihmon që rreziku të shqyrtohet dhe të zvogëlohet.

Përpilimit të planit biznesor i paraprinë „lindja“ e biznesit dhe paraqitja e tij në treg. Planit biznesor i nevojitet edhe ndërmarrjeve më të vogla, gjegjësisht ai nevojitet pavarësisht madhësisë së biznesit. Çdo veprim i ri biznesor bart rrezik, ndërsa plani biznesor ndihmon që rreziku të shqyrtohet dhe të zvogëlohet. Planit biznesor i mundëson pronarit edhe njëherë ta kontrollojë realizimin e idesë së tij biznese. Me fjalë tjera, plani biznesor paraqet formë të shkruar të idesë biznese të pronarit të ndërmarrjes.

Planit biznesor mund të përpilohet nga ana e pronarit të ndërmarrjes, por jo rrallë herë pronari i bizneseve të vogla këtë ia beson ndonjë personi profesional më me përvojë. Analiza e cila do të prezantohet në planin biznesor shumë do të ndihmojë që të kuptohet nëse biznesi është i realizueshëm dhe nëse do të mbijetojë dhe të zhvillohet me sukses.

Rëndësia e planit biznesor është e shumëfishtë meqë me ndihmën e tij pronari i ndërmarrjes do të mund:

– *Të fitojë pasqyrë për rreziqet eventuale gjatë realizimit të qëllimeve* – me hartimin e planit biznesor pronari paraprakisht ka mundësinë që t'i zbulojë problemet e mundshme në të cilat mund të hasë dhe të planifikojë si t'i zgjidhë.

– *Të paraqitet para investitorëve dhe para kreditorëve kur do të nevojitet ndihma financiare* – zgjidhje optimale për çdo pronar të biznesit të vogël është ta hartojë planin biznesor që para se të fillojë të punojë, e më pas vazhdimisht e shqyrton, plotëson dhe e përmirëson (gjatë secilit ndryshim në biznesin), që të mund plani biznesor në çdo moment ta pasqyrojë gjendjen reale të biznesit.

2.3. PËRMBAJTJA E PLANIT BIZNESOR

Në aspektin e përmbajtjes së planit biznesor mund të thuhet se nuk ekziston zgjidhje e unifikuar për atë se cilat elemente duhet t'i përmbajë. Çfarëdo standardizimi i përmbajtjes së planit biznesor paraqet zgjidhje jopërkatese. Me fjalë të tjera, për çdo ndërmarrje dhe çdo dedikim, autorët rekomandojnë plan të specifikuar biznesor. Megjithatë, në esencë çdo plan biznesor në të cilin planifikohet fillimi i biznesit të ri duhet ta ketë përmbajtjen si vijon: arsyen për formimin e biznesit, qëllimit, lokacionit, analizën e tregut dhe të furnizimit, analizën së tregut të shitjes, analizën parësore të zgjidhjes tekniko-teknologjike, analizën fillestare financiare, të punësuarit e planifikuar, menaxhment strategjitë e planifikuara, marketing strategjitë e planifikuara, biografitë e pronarëve, gjegjësisht të menaxherëve kryesor, si dhe SËOT analizë të përpunuar me kujdes (analizë për anët e forta dhe të dobëta të biznesit, mundësive dhe kërcënimeve).

3. KARAKTERISTIKAT E PLANIT BIZNESOR

3.1 PËRGATITJA E PLANIT BIZNESOR

Edhe përkundër asaj se ekzistojnë një varg veçorish gjatë përpilimit të planit biznesor, në përgjithësi mund të thuhet se çdo plan biznesor duhet:

Plani i paramenduar mirë biznesor paraqet mundësi për fitimin e mbështetjes së nevojshme për kreditim.

- ◆ qartazi t'i definojë qëllimet e ndërmarrjes;
- ◆ t'i theksojë aktivitetet të cilat janë të nevojshme për arritjen e këtyre qëllimeve;

- ◆ t'i supozojë pasojat financiare prej këtyre aktiviteteve.

Qëllimi i planit biznesor është që ta bind investitorin në zbatueshmërinë së idesë që ofrohet me të, por edhe në aftësinë e sipërmarrësit për të realizuar atë. Plani biznesor është udhërrëfyese fillestar për vlerësimin e të qenurit të suksesshëm të projektit dhe për vlerësimin e profitabilitetit. Ai duhet të përgjigjet në pyetjen parësore që e parashtron çdo investitor: Sa është projekti atraktiv dhe sa premtun se do ta mbulojë rrezikun që lidhet me financimin e tij?

Plani i paramenduar mirë biznesor paraqet mundësi për fitimin e mbështetjes së nevojshme për financiare (kreditim), por ai njëkohësisht paraqet bazë për punë të suksesshme dhe zhvillim të biznesit të vogël. Për këtë qëllim gjatë përpilimit të planit biznesor duhet t'i kushtohet vëmendje rekomandimeve vijuese:

- *Të evitohet mbivlerësimi* – asnjë e dhënë e planit biznesor nuk duhet të teprohet në përshkrimin dhe secili elementi i tij duhet të mbështetet me dokumente relevante;

- *është e domosdoshme përsëritja e disa elementeve në pjesë të ndryshme të planit biznesor*, meqë një numër i madh i lexuesve (menaxheri bankar, investitori etj) do ta kërcejnë pjesën tjetër dhe do ta lexojnë vetëm atë pjesë që u intereson atyre;

- *Plani biznesor duhet të jetë i qartë dhe i shkurtër*;

- *Plani biznesor duhet të përmbajë të dhëna të vërteta*, meqë çdo e dhënë mund të kontrollohet.

- *Plani biznesor duhet të orientohet drejt ardhmërisë*, gjegjësisht në të duhet të theksohen trendet dhe parashikimet e reja në aspektin e veprimit të planifikuar.

- *Plani biznesor duhet të jetë njëkahësh* -duhet ndërlidhet me një veprim afarist, gjegjësisht të fokusohet në një mundësi si qëllim kryesor i ndërmarrjes.

- *Plani biznesor duhet ta mbajë vëmendjen dhe interesin e atij që e lexon* (me faqen kryesore dhe me përmbledhjen mund të arrihet shumë për shkaktimin e interesit);

- *Plani biznesor duhet të shkruhet në vetën e tretë.*

3.2. PJESËT PËRBËRËSE TË PLANIT BIZNESOR

Përpilimi i planit biznesor në të shumtën e rasteve nënkupton hartimin e kapitujve vijues:

1. *Parathënien* – qëllimi i parathënies është të sigurojë pasqyrë të aspekteve kryesore të planit biznesor. Në një ose dy faqe duhet të ekspozohen:

- strategjitë kryesore të biznesit;
- aktivitetet më të rëndësishme të cilat do të ndërmerren;
- mjetet e nevojshme për investim dhe si ato do të shfrytëzohen;
- përvoja e menaxherëve lidhur me propozimin e ofruar;
- kontributi i prituri i kapitalit.

2. *Hyrjen në biznesin (historia e biznesit)* – kjo pjesë e planit biznesor duhet të jetë njëfarë pasqyre koncize e biznesit dhe prodhimeve të saj duke përfshirë prapavijën e biznesit: historinë e shkurtër të biznesit, rezultatet e pritura, arsyet e vërteta për shkak të cilave hapëron në projektin e ri dhe detaje për financimin e tanishëm të biznesit, strukturën pronësore, borxhin dhe ngjashëm.

3. *Qëllimet* – në këtë pjesë më saktë përcaktohen qëllimet që menaxhmenti i ka vendosur për biznesin dhe mënyrën e cila duhet të arrihen (për shembull: si dhe kur planifikohet shitja apo si dhe kur do të jepen shërbimet?).

3. *Prodhimet (të mirat dhe shërbimet)* – Çdo financier potencial, para se t'i investojë mjetet financiare, dëshiron t'i dijë të gjitha detajet për prodhimin. Për këtë shkak në këtë pjesë identifikohet prodhimi (e mira apo shërbimi) me karakteristikat kryesore dhe dobinë për klientët potencial. Më lehtë është në planin biznesor që të kyçen broshura dhe katalogë për të mirat dhe shërbimet.

4. *Tregun dhe konkurrencën* – Në këtë pjesë duhet të theksohen të gjithë konkurrentët direkt sipas llojit të prodhimit dhe sipas tregut gjeografik. Po ashtu, nevojitet që të përshkruhen anët e dobëta dhe të forta të konkurrentëve, si dhe parashikimi personal për atë mbi të cilën bazë ky biznes do të jetë konkurrent. Kjo pjesë duhet të sigurojë edhe analiza të klientëve ekzistues dhe potencialë, madhësisë së tregut dhe orientimit të tij, si dhe analizë të konkurrencës potenciale.

5. *Metodat e marketingut dhe shitjes* – Kjo pjesë duhet të paraqesë njohje të shkurtër me marketing strategjinë globale, para se gjithash me politikën e çmimeve të ndërmarrjes të orientuara drejt përmirësimit të konkurrentshmërisë, si dhe njohjen me politikën e promovimit: zgjedhjen e mediumit për propagandë, veçmas shpërblimin e personalitë shites për rezultatet në shitjen, nivelin e paraparë të shpenzimeve për promovimin dhe dobinë e pritur prej saj etj. Më tej, në këtë pjesë duhet të analizohen mënyrat e mundshme të distribuimit të prodhimit (rrjetit personal shites, përmes tregtisë me pakicë, eksportit, dërgesës direkte etj).

6. *Ekipin menaxherik dhe kuadrin* – Kjo është njëra nga pjesët më të rëndësishme në planin biznesor meqë aftësia e ekipit menaxherik është njëra nga faktorët kyç për atë nëse investitori do të pajtohet të investojë në biznesin e ofruar. Me këtë rast duhet pasur parasysh momentet vijuese:

- marrëdhënia mes pronësisë dhe menaxhmentit (investitori, në parim është shumë më i sigurt nëse menaxheri ka interes për arritjen e suksesit të biznesit, gjegjësisht nëse ka investim personal në të).

- biografia e shkurtër e menxherëve kulmorë, mosha, përvoja, profesionaliteti, rezultatet e deritanishme, arritjet dhe kontributi i tyre në zhvillimin e ndërmarrjes.

- të dhënat për të punësuarit tjerë, rrogat dhe shpërblimet e tyre, politikën për zgjedhjen dhe stërvitjen e kuadrove.

8. *Analizën financiare* - Kjo pjesë e planit biznesor duhet të përmbajë: deklaratë për fitimin e planifikuar dhe humbjet e mundshme; parashikim për lëvizjen e mjeteve të gatshme: pasqyrë për gjendjen ekzistuese dhe analizimin e të ardhurave dhe shpenzimeve (kufiri i rentabilitetit).

- *Deklaratën për fitimin e planifikuar dhe humbjet e mundshme* duhet të tregojë se biznesi i ofruar është profitabil. Ajo duhet detajisht t'i tregojë supozimet dhe planet (për shitjen sipas sasisë dhe vlerës, shpenzimet dhe pagat) për periudhën prej dy viteve.

- *Parashikimin për lëvizjen e parave të mëdha* - është e rëndësishme për shkak të asaj se nga menaxhimi efektiv me to varet edhe sukcesi i biznesit. Terminët e pagesës janë të rëndësishme për shkak të parashikimit të burimeve të mjaftueshme të mjeteve për mbulimin e të gjitha shpenzimeve.

-*Bilanci i gjendjes* paraqet gjendjen reale të mjeteve dhe burimeve të mjeteve të ndërmarrjes.

- *Kufiri i rentabilitetit* vërtetohet me analizë të të gjitha të ardhurave dhe shpenzimeve në një periudhë të caktuar kohore, me ç'rast shpenzimet e rritura në krahasim të ardhurat do të thotë punë jorentabile (punë me humbje), ndërsa shpenzimet më të vogla në krahasim me të ardhurat do të thotë punë rentabile a.q. punë profitabile.

9. *Rreziku dhe shpërblimi* – me këtë pjesë të planit biznesor menaxhmenti tregon se është i vetëdijshëm për rrezikun i cili ekziston dhe se me planin biznesor ka ofruar zgjidhje për minimizimin e tyre. Këtu duhet potencuar anët e forta të projektit. Kjo pjesë duhet të përbëhet prej elementeve si vijojnë: rreziqet e mundshme në çdo pjesë të biznesit, aktivitetet të cilat janë ndërmarrë ose të cilët do të ndërmerren për minimizimin e rrezikut, fitimin e investitorit nëse plani realizohet (për shembull, vlera e biznesit pas disa viteve dhe kontributi i kapitalit në këtë periudhë).

10 *Ndihmesa* – biografitë e menaxherëve kulmorë, skemat organizative, analizat e tregut, specifikat teknike të prodhimit, licencat, lejet, standardet industriale, referencat, shfaqje të gjendjes ekonomike-financiare për tre apo më shumë vitet e fundit dhe projektimet financiare për periudhën prej tre deri në pesë vjet.

4. PLANIFIKIMI STRATEGJIK I BINZNESIT

4.1 STRATEGJIA, PLANI STRATEGJIK DHE PLANIFIKIMI STRATEGJIK

Plani strategjik është plan fundamental sipas të cilit një ndërmarrje duhet të përmbahet për shkak të biznesit më të suksesshëm, udhëheqjes më efikase të financave, angazhimit më të madh të ekipit menaxherik dhe organizimit planifikues të reklamës dhe marketing aktiviteteteve tjera. Plani strategjik i mundëson ndërmarrjes që ta njeh gjendjen e saj të vërtetë duke e hequr iluzionin – e qëllimshëm ose të paqëllimshëm. Gjendja reale e ndërmarrjes shqyrtohet përmes gjendjes së saj të brendshme dhe përmes

Nocioni strategji lidhet me qëllimet afatgjate të ndërmarrjes, gjegjësisht me raportin e ndërmarrjes në ardhmëri.

rrethanave të jashtme a.q konkurrenca, si dhe përmes raportit mes tyre, i cili është i ndryshueshëm.

Nocioni strategji lidhet me qëllimet afatgjate të ndërmarrjes, gjegjësisht me raportin e ndërmarrjes në ardhmëri. Zgjedhja e strategjisë, planit strategjik dhe sjelljes strategjike japin mundësi që të realizohen qëllimet afatgjate.

Fitimet bazike nga planifikimi strategjik janë ato si vijojnë:

◆ Meqë kushtet për punë shpejtë ndryshohen, planifikimi strategjik është mënyra e vetme për të paraparë problemet dhe mundësitë e ardhshme;

◆ Planifikimi strategjik i furnizon të gjithë të punësuarit me qëllime dhe kahje të qarta për ardhmërinë e ndërmarrjes;

◆ Planifikimi strategjik vendos standarde për kontroll me çka do të zbatohen rezultatet e ardhshme.

Planifikimi strategjik është proces proaktiv i formulimit të qëllimeve, politikave dhe planeve afatgjate në rrethimin e paraparë.

4.2. THELBI I PLANIFIKIMIT STRATEGJIK

Planifikimi strategjik është proces proaktiv i formulimit të qëllimeve, politikave dhe planeve afatgjate në rrethimin e paraparë. Kjo i ndihmon pronarit të biznesit që ta njeh rrethimin e drejtpërdrejt, konkurrencën, konsumatorët dhe ardhmërinë e biznesit.

Procesi i planifikimit strategjik kalon nëpër shumë faza:

- o Përpilimin e raportit të qartë për misionin;
- o Vlerësimi i përparësive dhe dobësive ndërmarrjeve
- o Përpunimi i analizës për tregun;
- o Analizimi i konkurrentëve;
- o Krijimi i qëllimeve të ndërmarrjeve
- o Formulimin e opsioneve strategjike dhe zgjedhjen e strategjive përkatëse
- o Transformimi i planeve strategjike në planet aksionare

Planifikimi strategjik nuk përmbahet vetëm prej parashikimeve dhe prezantimeve të asaj se çka dhe si do të prodhohet, por paraqet proces të zhvillimit të programeve (strategjive) për realizimin e detyrave dhe qëllimeve finale. Tërë plani strategjik në vete bart komponenta të cilat

e ardhshme. Ai bën hulumtimin e tregut, të mundësive për zgjerimin e tregut, të sferave të rrezikshme të zgjerimit të tij, të shkallës së rrezikut si në të ardhmen e afërt, ashtu edhe në atë më të gjatë. Sektori hulumtues çdoherë është në disponim të sektorëve tjerë. Ai i informon sektorët tjerë për gjithçka ndërmarrin ndërmarrjet konkurruese.

- **Menaxhmenti strategjik** – ky sektor merr të dhëna dhe informata nga sektori hulumtues, por edhe nga sektorët tjerë. Në bazë të shqyrtimit më detajor të të dhënave, ky sektor propozon projekt plane. Menaxhmenti strategjik duhet vazhdimisht të jetë në kontakt me situatën e tanishme dhe në bazë të përvojës dhe informatave të fituara të gjejë strategji të reja (të sjell plane strategjike) të cilat do ta avancojnë punën.

Shembull, për këtë sektor të propozojë prodhimtari ose shitje të një prodhimi të caktuar, i njëjti domosdo duhet të punojë me sektorët tjerë për të mësuar nëse ekziston prodhim i tillë në tregun, sa është i suksesshëm, a ekziston nevojë për një prodhim të tillë, në cilat sasia nevojitet, sa financa janë të nevojshme, cilat marketing aktivitete janë të nevojshme, a ekzistojnë veç më fabrika të cilat do të prodhonin atë produkt, a mund të njëjtat të blihen, çfarë vlere kanë aksionet e tyre në treg etj. Plani i bërë strategjik dorëzohet te strategu kryesor i autorizuar (pronar ose menaxher), i cili vendos për të njëjtën.

- **Menaxhmenti financiar** – Dihet se për të ekzistuar aftësia për prodhim, domosdo paraprakisht duhet të ekzistojë aftësi për investim. Investimi në ndonjë biznes pa plan paraprak mund të sjell vetë shkatërrim. Ky sektor, siç tregon emri i tij është përgjegjës për financat. Detyra e tij është të kryejë monitorim, t'i mbledh rezultatet për mjetet e harxhuara financiare dhe maksimalisht të orvatet të mbajë bilancin pozitiv të mjeteve financiare. Nëse një plan i caktuar strategjik kërkon mjete më të mëdha financiare nga ato që i disponon, ky sektor ka për detyrë që të përkujdeset për sigurimin e të njëjtave përmes bankave dhe kreditorëve. Përmes shkëmbimit të informatave me sektorin hulumtues dhe të marketingut, menaxhmenti financiar përkujdeset për punë më rentabile të ndërmarrjes. Për shembull, informatat për atë se ku mund të furnizohen lëndë të para

më të lira, ku mund të gjenden hapësira më të lira efikase të marketingut dhe ngjashëm.

- **Marketingu** është sektor i cili direkt ose indirekt merret me shitje dhe ka rolin kryesor në shitjen e prodhimeve. Detyra e këtij sektori është që të bëjë plan gjegjësisht strategji në cilën mënyrë (kur dhe si) do ta reklamojë lëndën e strategjisë, si duhet të duket reklama, si të realizohet inovacioni në reklamën, si të fitohet besimi tek blerësit etj. Nëse nuk arrihen rezultatet e pritura, ndryshohet mënyra e marketingut. Marketingu çdoherë duhet të me pikëpamje inovacioni ndaj blerësve dhe dëshirave të tyre, duke marrë parasysh psikologjinë e tyre.

- **Aksionerë dhe brokerë** – për bizneset (kompanitë) e organizuara si shoqëri aksionare pjesë e rëndësishme janë aksionerët dhe përfaqësuesit e tyre – brokerët. Aksioneri i cili posedon pjesën më të madhe të aksioneve vendos për ardhmërinë e kompanisë. Por, madje edhe atëherë kur njëri posedon pjesën më të madhe të aksioneve, kjo mund të ndryshohet meqë aksionerët çdoherë kanë informata për bursën e aksioneve. Ky sektor është pjesë e planit strategjik meqë informatat të cilat kyçe mund t'i japin aksionerët si partnerë anonim.

Shembull: është dhënë propozimi për prodhim dhe shitje të një produkti të caktuar në një vend të caktuar. Që të ekzistojë aftësia për fillimin e realizimit të këtij plani, të gjitha komponentat paraprake domosdo duhet të harmonizohen:

- ◆ Sektori huluntues do të gjejë informata për tregun, për konkurrentët dhe për popullatën e cila do të jetë blerës potencial;
- ◆ Financat e nevojshme dhe mënyra se si të sigurohen do t'i përcaktojë sektorin financiar;
- ◆ Si të bëhet fushata e marketingut do ta përcaktojë marketing sektorë
- ◆ Si është gjendja e aksioneve në bursë (nëse ka prodhim të tillë), nëse dhe si të blihen aksionet ose një numër minimal i aksioneve të nevojshme nga fabrika e cila tashmë e prodhon atë produkt, do të vendosin aksionerët.

PËRMBLEDHJE 3

Planifikimi i biznesit paraqet shndërrimin e idesë në realitet dhe është e domosdoshme që të vlerësohet gatishmëria personale për fillimin e biznesit të ri dhe të vlerësohen gjasat për sukses. Procedura e planifikimit të biznesit të ri përbëhet prej përpilimit të planit biznesor dhe të planit strategjik.

Çdo biznes i ri bart rrezik, ndërsa plani biznesor ndihmon që rreziku të shqyrtohet dhe të zvogëlohet. Ne ekziston zgjidhje e unifikuar për elementet e biznesit dhe çfarëdo standardizimi paraqet zgjidhje jopërkatëse. Megjithatë, mund të thuhet se plani biznesor në të shumtën e rasteve i përmban kapitujt si vijojnë: parathënien, historinë e biznesit, qëllimet, prodhimet (të mirat dhe shërbimet), tregun dhe konkurrencën, metodat e marketingut dhe shitjes, ekipin e marketingut dhe kuadrin, analizën financiare dhe shpërblimet.

Plani strategjik ka të bëjë me qëllimet afatgjate të ndërmarrjes gjegjësisht të ndërmarrjes në të ardhmen. Sektorët e ndarë të ndërmarrjes duhet të lidhen në një tërësi të caktuar strategjike me ç'rast vendimin kryesor thuajse çdoherë e sjell pronari i ndërmarrjes.

NOCIONET KYÇE

**PLANIFIKIMI
PLANI BIZNESOR
PLANI STRATEGJIK
STRATEGJIA
INVESTITORËT**

Pyetje për diskutim:

1. Pse nevojitet planifikimi i biznesit të vogël?
2. Në çka përbëhet procedura e planifikimit të biznesit të ri?
3. Sqaro rëndësinë e planit biznesor?
4. Cilat janë karakteristikat e përbashkëta të çdo plani të ri biznesor?
5. Cilave rekomandime duhet pasur kujdes gjatë përpilimit të planit biznesor?
6. Numëro pjesët përbërëse të planit biznesor?
7. Sqaro rëndësinë e planit strategjik!
8. Çka nënkupton me tërësinë strategjike?

TEMA 4

MENAXHIMI ME PRODHIMIN

PËRMBAJTJAE TEMËS:

Planifikimi i prodhimitarisë,
Zgjedhja e lokacionit, makinave dhe pajisjeve,
Rëndësia e prodhimitarisë dhe standardeve, nevoja e standardizimit,
Llojet e proceseve prodhuese dhe fazave të prodhimit,
Rezervat e materialeve,
Roli i punës në procesin e prodhimitarisë,
Organizimi i vendit të punës,
Paketimi dhe depotizimi i prodhimeve të gatshme,
Transporti i brendshëm,
Shfrytëzimi dhe mirëmbajtja e makinave dhe pajisjes.

QËLLIMI:

Pas leximit të kësaj teme Ju duhet të jeni në gjendje:

- ta kuptoni nevojën e planifikimit të prodhimitarisë;
- ta sqaroni rëndësinë e zgjedhjes së lokacionit, të makinave dhe pajisjeve;
- ta kuptoni rëndësinë e cilësisë dhe standardeve të prodhimitarisë;
- t'i identifikoni fazat e prodhimitarisë;
- ta sqaroni rolin e materialeve në prodhimtarinë, si dhe rolin e tepicës së materialeve
- ta kuptoni rolin e punës në procesin e prodhimitarisë;
- ta përshkruani procesin e organizimit në vendin e punës;
- ta kuptoni rolin e transportit të brendshëm;
- ta kuptoni rëndësinë e mirëmbajtjes së makinave dhe pajisjeve;

1. PLANIFIKIMI I PRODHIMTARISË

1.1. RËNDËSIA E PLANIFIKIMIT TË PRODHIMIT

Planifikimi i prodhimtarisë fillon me krijimin e idesë për prodhimin e një produkti të caktuar, i cili në të shumtën e rasteve paraqitet si rezultat i hulumtimit të tregut.

Proceset prodhuese bashkëkohore janë të ndërlikuara dhe kushtojnë shumë. Më shumë makina, kompjuterë, lloje të ndryshme të materialeve dhe njerëz duhet të vendosen së bashku në një sistem të ashtuquajtur prodhues ashtu që operacionet prodhuese do të kryheshin me sukses. Që të arrihet kjo, proceset prodhuese duhet me kujdes të planifikohen dhe kontrollohen.

Planifikimi i prodhimtarisë fillon me krijimin e idesë për prodhimin e një produkti të caktuar, i cili në të shumtën e rasteve paraqitet si rezultat i hulumtimit të tregut.

Planifikimi i prodhimtarisë duhet të përmbajë:

- planifikimin (paramendim) e furnizimit të materialeve, burimeve të furnizimit (furnizuesit), varësisht prej një ose më shumë furnizuesve, burimeve rezervë për furnizim dhe fazat kritike në furnizimin:
- sigurimin e teknologjisë prodhuese;
- vlerësimin e shpenzimeve prodhuese;
- planifikimin e cilësisë dhe strategjisë së plotë për ndjekjen e cilësisë së prodhimtarisë;
- zgjedhjen e lokacionit: vendit, rrugëve transportuese dhe mundësive për zgjerim.

1.2. PROJEKTIMI I PRODHIMIT

Në kushte të zhvillimit dinamik ekonomik, të gjitha ndërmarrjet prodhuese në kontinuitet investojnë përpjekje për avancimin e prodhimtarisë me qëllim që ta mbajnë pozitën e fituar në treg dhe ta përmirësojnë të njëjtën. Përvoja tregon se të suksesshme janë to ndërmarrje prodhuese të cilat jo vetëm që i ndjekin arritjet e njohura, por edhe marrin pjesë në hulumtime shkencore. Ndërmarrjet e tilla depërtojnë rrugë të vet drejt progresit, duke fituar përparësi konkurrencte.

Që të jetë në rregull zgjedhja e prodhimit i cili do të prodhohet, nevojitet të zbatohen disa hulumtime lidhur me vet prodhimin, me mundësinë e shitjes së tij, materialet prej të cilave do të bëhet dhe proceset

nëpër të cilat do të kalojë. Në fakt, që të mund të kryhen në rregull zgjedhja e prodhimit, fillimisht nevojitet që ta bëhet hapi në të ashtuquajturin projektim i prodhimit.

Projektimi i një prodhimi paraqet aktivitet i drejtuar në vlerësimin e arsyeshmërisë ekonomike të krijimit të prodhimit dhe në realizimin e zgjidhjes teknik-teknologjike me të cilën do të arrihen karakteristikat të cilat e bëjnë prodhimin të dobishëm dhe të pranueshëm për blerësit.

Projektimi i prodhimit siguron zgjidhjen e dy llojeve të problemeve:

- *ekonomike – shqyrtimin e mundësive për plasimin dhe zbulimin e karakteristikave të përdorura të prodhimit që janë me rëndësi për pranimin e tij;*

- *teknike – gjetjen e zgjidhjes konkrete për produktin në të cilin do të përfaqësohen karakteristikat dhe cilësitë e kërkuara.*

Përmes projektimit të prodhimit vërtetohet pamja e prodhimit, karakteristikat funksionale dhe eksploative. Më tej vijon projektimi i procedurës teknologjike.

1.3 PROJEKTIMI I PROCEDURËS TEKNOLOGJIKE

Me projektimin e procedurës teknologjike duhet të përcaktohet se cilat operacione punuese duhet të kryhen mbi sendet, ku dhe si të njëjtat do të duhet të kryhen.

Përgatitja teknologjike zhvillohet në disa etapa:

Etapa 1. Analizimi i prodhimit dhe i pjesëve të tij përbërëse për të vërtetuar se cilat pjesë do të prodhohen në ndërmarrjen, e cilat do të furnizohen nga ndërmarrjet tjera

Etapa 2. Vërtetimi i nevojave për materiale sipas llojit dhe sasisë.

Etapa 3. Vërtetimi i operacioneve punuese dhe i orarit të kryerjes së tyre.

Etapa 4. Përcaktimi i sasisë në të cilën do të bëhet prodhimi. Për shembull, gjatë prodhimit sipas porosisë, sasia do të jetë ashtu siç është dakorduar për shitje. Nëse sërish prodhohet për ndonjë blerës tjetër të panjohur, atëherë përcaktimi i sasisë së prodhimtarisë duhet të bazohet në parimin e sasisë optimale, gjegjësisht të prodhohet sasi me ç'rast

shpenzimet për përgatitjen e prodhimit dhe shpenzimet për ruajtjen e tepricës do të ishin minimale.

Etapa 5. Përgatitja e formularëve për informimin e sektorit të prodhimtarisë me teknologji planifikuese.

2. ZGJEDHJA E LOKACIONIT, MAKINAVE DHE PAJISJES

2.1. LOKACIONI I NDËRMARRJES PRODHUESE

Rëndësia e zgjedhjes së lokacionit

Njëri nga elementet më të rëndësishme prej të cilit varet suksesi ose mospuksesi i çdo ndërmarrje është lokacioni.

Ndërmarrje prodhuese paraqet sistem të hapur i cili mund të ekzistojë vetëm me mbajtjen e kontaktit të vazhdueshëm me rrethimin prej të cilit i siguron faktorët e nevojshëm të prodhimtarisë (puna, pajisja, materialet, energjia), ndërsa pas kryerjes së procesit prodhues aty i dorëzon të mirat prodhuese materiale. Andaj, lokacioni për ndërmarrjen është shumë me rëndësi dhe paraqet problem i cili meriton vëmendje të veçantë.

Me lokacion nënkuptohet vend i caktuar ku gjenden objektet e ndërmarrjes, në të cilat ushtron veprimtarinë e vet. Lokacioni i zgjedhur gabimisht nuk është vetëm shpenzim i panevojshëm i parave, por mund të jetë edhe arsyeje për gjetjen e ndërmarrjes. Një lokacion do të konsiderohet si optimal nëse ofron kushte për ushtrim cilësor të punës me shpenzime më të ulëta.

Faktorë të lokacionit të ndërmarrjes prodhuese

Marrja e vendimit për zgjedhjen e lokacionit të ndërmarrjes prodhuese duhet të bazohet në analizë të shpenzimeve të më shumë lokacioneve alternative, me ç'rast duhet të përfshihen të gjitha shpenzimet e punës së shumë lokacioneve të ndryshme: shpenzimet për transportin e materialeve dhe të prodhimeve të gatshme dhe për transportin e fuqisë së punës, rrogat e punëtorëve, shpenzime të lidhura me hapësirën (qiraja, shpenzimet për ngrohjen e hapësirave), shpenzime për energjinë elektrike, gaz, ujë dhe ngjashëm, tatimet e shtetit dhe kompensimet për sigurimin e

Marrja e vendimit për zgjedhjen e lokacionit të ndërmarrjes prodhuese duhet të bazohet në analizë të shpenzimeve të më shumë lokacioneve alternative.

punëtorëve, shpenzimet për mbrojtjen e mjedisit jetësor etj. Sipas kësaj, si faktorë të përgjithshëm për zgjedhjen e lokacionit të ndërmarrjeve prodhuese do të mund t'i përmendim ato si vijojnë:

- **Afërsia e konsumatorëve** - Disa ndërmarrje prodhuese më tepër preferohet që të jenë të locuara afër konsumatorëve meqë kështu ata nuk do të detyrohen të kalojnë distanca të mëdha, e me këtë të bëjnë shpenzime shtesë për ta plasuar prodhimin e tyre. Në këtë mënyrë prodhuesi i zvogëlon shpenzimet transportuese për distribuimin e prodhimeve me çka ulet çmimi i tyre shitës.

Kështu për shembull, ku bëhet fjalë për prodhimtari të sasisë së vogël të ndonjë prodhimi ushqimor (furrë), lokacioni më i qëlluar mund të jetë: një objekt në qytet në të cilin gjendet edhe shitore për bukë. Në këtë mënyrë pronari ka mundësi ideale për mbikëqyrjen tërë procesit (të prodhimtarisë dhe shitjes), ndërmarrja është afër tregut tërësor, lidhjeve transportuese janë të shkëlqyera, ndërsa nevojiten pak mjete financiare që objekti t'i përmbush normat e nevojshme tekniko-teknologjike. Megjithatë, për biznesin e njëjtë, por me sasi më të madhe, lokacioni i tillë fare nuk është adekuate. Sqaro përse!

- **Afërsia e furnizuesve**- Lëndët e para, materialet, energjinë dhe elementet tjera hyrëse të nevojshme për punë, ndërmarrjet prodhuese i marrin nga furnizuesit. Sa më afër është furnizuesi, aq më shumë zvogëlohet koha për transport, shfrytëzimi i mjeteve transportuese dhe shpenzimeve transportuese. Kjo mundëson që ndërmarrjet prodhuese të bëjnë kursime në punë. Shembull i mirë për këtë janë ndërmarrjet që merren me konservimin e perimeve. Lokacioni i tyre është gjithmonë afër vendeve ku kultivohen perimet.

- **Qasja e fuqisë së punës** – Të gjitha ndërmarrjeve prodhuese u nevojiten punëtorë me kualifikime të ndryshme, me kohë dhe me numër të përshtatshëm të llojit dhe sasisë së punës. Nëse punëtorët për çdo ditë vijnë në punë prej së largu, shpenzimet për pagesën e punës do të jenë më të mëdha. Afërsia e fuqisë së punës është faktor shumë i rëndësishëm i lokacionit të këtyre ndërmarrjeve prodhuese të cilat absorbojnë një numër të madh të punëtorëve (në sektorët e punës intensive), siç janë për shembull fabrikat e tekstilit.

– *Shfrytëzimi i linjave transportuese dhe infrastrukturës.*

Ky faktor është veçanërisht i rëndësishëm për ndërmarrjet prodhuese të cilat i transportojnë lëndët e para nga vendi i eksploatimit dhe marrjes, deri te vendi i përpunimit të tyre. Këto ndërmarrje zakonisht janë të locuara afër rrjetit të zhvilluar rrugor që u mundëson shpejt t'i transportojnë lëndët e para dhe gjysmë prodhimet prej njërit vend në tjetrin. Për këto ndërmarrje prodhuese të cilat shfrytëzojnë shumë energji, zgjedhet lokacioni i cili mundëson shfrytëzimin e burimeve të lira energjetike. Ndërmarrjet puna e të cilave varet nga shfrytëzimi i sasive të mëdha të ujit, ndërtohen në lokacione me burime të pasura të ujit, gjegjësisht me furnizim të pandërprerë të ujit, si për shembull fabrikat e birrës dhe lëngjeve.

2.2. ZGJEDHJA E MATERIALEVE, DHE OBJEKTEVE

Zgjedhja e materialeve për punë

Nga zgjedhja e llojit dhe të cilësisë së materialeve të nevojshme për zhvillimin e procesit prodhues varen veçoritë dhe cilësia e produkteve prodhuese. Nëse merret parasysh edhe fakti se ndikimi i zgjedhjes së materialit zgjerohet edhe mbi shpenzimet prodhuese dhe përgatitjen teknike të prodhimtarisë, atëherë imponohet nevoja e qasjes serioze gjatë zgjedhjes së llojit më të përshtatshëm të materialeve për punë. Ato duhet t'u përshtaten karakteristikave të vërtetuara të prodhimit dhe parimeve ekonomike të punës.

Mbi zgjedhjen e materialit nisës për punë ndikojnë shumë faktorë, në mesin e të cilëve si më të rëndësishëm do t'i veçojmë:

- cilësinë e materialit
- çmimin e tij furnizues
- madhësinë e shpenzimeve për përpunimin e materialit
- shkallën e shfrytëzimit të kapacitetit etj.

Duke i marrë parasysh faktorët e numëruar, zgjedhja optimale e materialit nisës për punë është ajo si vijon: materiali të ketë cilësisë të lartë, furnizimi i tij të realizohet me çmim më të ulët, përpunimi i materialit të bëhet me shpenzimet më të ulëta dhe me shfrytëzim optimal të kapacitetit.

Ato duhet t'u përshtaten karakteristikave të vërtetuara të prodhimit dhe parimeve ekonomike të punës.

Zgjedhja e objektit – hapësirës afariste

Çdo ndërmarrje prodhuese ka nevojë për objekt a.q hapësirë afariste për kryerjen e veprimtarisë së vet. Pavarësisht nëse objekti – hapësira afariste merret me qira apo ndërtohet një i ri, kjo çdoherë përfshin pjesën më të madhe të shpenzimeve të përgjithshme. Që të reduktohen këto shpenzime në minimum, duhet të shfrytëzohet vetëm ai lloj i hapësirës dhe në atë madhësi që janë të patjetërsueshme për zhvillim normal të procesit të prodhimit.

Madhësia e hapësirës varet nga natyra e procesit të prodhimit, me ç'rast para se gjithash mendohet për hapësirën e mjaftueshme për renditjen e makinave, për qarkullimin e punëtorëve, për rrjedhjen e transportit të brendshëm, për vendosjen e tavolinave punuese etj.

Lloji i objektit në të cilin do të zhvillohet prodhimtaria varet edhe nga lloji dhe natyra e materialit që shfrytëzohet në prodhimtarinë, meqë disa materiale kërkojnë të ruhen nga ndikimet atmosferike, e disa jo.

Krahas këtyre faktorëve të cilët kufizojnë zgjedhjen e objektit – hapësirës afariste, kyçe mund të jenë edhe disa të tjera, siç janë kushtet klimatike, mënyra e punës, natyra e punës, natyra e procesit teknologjik etj.

Zgjedhja e pajisjes dhe makinave

Zgjedhja e pajisjes për prodhimin shprehet mbi madhësinë e investimeve në kapitalin fiks, mbi shpenzimet prodhuese, mbi madhësinë e kapacitetit, mbi mjetet e angazhuara në tepricat etj.

Zgjedhja e rregullt e pajisjes varet nga kërkesat e përgjithshme dhe specifike. Si kërkesa më të rëndësishme të cilat duhet të plotësohen gjatë zgjedhjes së pajisjes konsiderohen: karakteristikat teknike, karakteristikat organizative dhe ekonomike të pajisjes.

Në *karakteristikat teknike* bëjnë pjesë: funksionaliteti i pajisjes, kapaciteti i pajisjes, mundësia për shfrytëzimin e kapacitetit dhe shkalla e saktësisë në punë.

Karakteristikat organizuese për të cilat duhet mbajtur llogari gjatë zgjedhjes së pajisjes janë: problemet rreth furnizimit të pajisjes, montimi, mënyrat e mirëmbajtjes, hapësira e nevojshme për funksionim, numri i punëtorëve dhe kualifikimi i tyre i nevojshëm, mbrojtja gjatë punës.

Në *karakteristikat ekonomike* të pajisjes bëjnë pjesë: shpenzimet për furnizim, shpenzimet transportuese, shpenzimet për montim dhe eksploitim.

Furnizimi i pajisjes varet nga ajo se a bëhet fjalë për pajisje vendore apo importuese, nga çmimi furnizues, afatet e dërgesës dhe nga shpenzimet transportuese.

3. RËNDËSIA E CILËSISË DHE STANDARDEVE, NEVOJA E STANDARDIZIMIT

3.1.CILËSIA E PRODHIMIT

Nocioni për cilësinë e prodhimit

Me fjalën cilësi nënkuptohet përmbledhje e të gjitha veçorive dhe karakteristikave të prodhimit për të përmbushur nevojat e vërtetuara dhe të shprehura të blerësit.

Kur bëhet fjalë se një prodhim është cilësor mendohet në atë se karakteristikat e tij të rëndësishme veçohen në masë të madhe. Nëse bëhet fjalë për ndonjë prodhim i cili duhet të kryejë një funksion të caktuar, atëherë në të shumtën e rasteve mendohet në karakteristikat e tij funksionale. Tek prodhimet për konsum personal, përveç karakteristikave funksionale me rëndësi janë edhe disa të tjera, para se gjithash karakteristikat estetike, siç janë forma, dukja, ngjyra, stili etj: por edhe kohëzgjatja e përdorimit, mënyra e mirëmbajtjes etj. Sipas kësaj, me cilësi nënkuptohet përmbledhje e të gjitha veçorive dhe karakteristikave të prodhimit për të përmbushur nevojat e vërtetuara dhe të shprehura të blerësit.

Gjatë marrjes së vendimeve lidhur me cilësinë, ekipet menaxherike zakonisht përballen me vështirësi më të mëdha meqë cilësia e prodhimit ndikon mbi të ardhurat dhe mbi shpenzimet. Me realizimin e cilësisë më të lartë të prodhimit mundësohet shitje më e madhe në treg, realizim më të lehtë të shitjes, qarkullim më të madh të mjeteve qarkulluese dhe realizim të të ardhurave më të mëdha. Nga ana tjetër, për cilësi më të madhe të prodhimeve nevojitet sigurimi i materialeve më cilësore, angazhimin e fuqisë punëtore me shkallë të profesionalizmit, numër më të madh të kontrollimit gjatë përpunimit, teknologji dhe mjete më bashkëkohore, matje dhe kontrollim të cilësisë.

Me fjalën cilësi nënkuptohet përmbledhje e të gjitha veçorive dhe karakteristikave të prodhimit për të përmbushur nevojat e vërtetuara dhe të shprehura të blerësit.

Koncepti për cilësinë, i cili është vendosur në shumë vende të zhvilluara, përmban tre aspekte të rëndësishme:

Aspekti tregtar: beteja për përvetësimin e tregut zhvillohet përmes cilësisë së prodhimeve, e jo përmes çmimeve të ulëta.

Aspekti afarist: Strategjia për cilësi nënkupton aftësinë e ndërmarrjes për punë efikase. Kjo do të thotë zvogëlimin e shpenzimeve, ndërsa rritjen e produktivitetit dhe të fitimit.

Aspekti afarist: strategjia për cilësi nënkupton aftësinë e ndërmarrjes për punë efikase. Kjo do të thotë zvogëlimi e shpenzimeve, ndërsa zmadhimin e produktivitetit dhe të fitimit.

Cilësia e jetesës: Ruajtja e shëndetit dhe sigurimi i njerëzve, si dhe mjedisi natyror.

Kontrolli i cilësisë së prodhimit

Kontrolli i cilësisë së prodhimeve ka detyrën parësore që ta kontrollojë dhe konstatojë cilësinë e prodhimeve të realizuara në procesin prodhues.

Kontrolli është i suksesshëm nëse mbahet rrjedhja qarkore, i njohur si “Qarku Demingov i cilësisë” i cili përmban planin, aksionin (kryerjen), kontrollin dhe korrigjimin.

Kontrolli duhet të jetë masë preventive, e cila duhet të parandalojë paraqitjen e gabimeve tek prodhimet finale dhe në këtë mënyrë ta vendos në masën më të vogël shkatërrimin e materialeve dhe shpenzimin e panevojshëm të punës njerëzore.

Rëndësia ekonomike e kontrollimit të cilësisë është e shumëfishtë:

- ◆ Kontrollimi i cilësisë ndikon mbi tërësinë e procesit të prodhimtarisë në ndërmarrjen. Mangësitë më të mëdha tek prodhimet sjellin deri te rritja e reklamimeve nga ana e blerësve, e kjo nga ana tjetër shprehet negativisht mbi reputacionin e ndërmarrjes.
- ◆ Kontrolli i cilësisë mund ta parandalojë shpenzimin e mëtejshëm të panevojshëm të punës dhe mjeteve përmes ndarjes me kohë të prodhimeve të parregullta.
- ◆ Kontrollimi i cilësisë siguron që rritja e produktivitetit të punës të mos jetë në dëm të cilësisë së prodhimeve.

Metodat për kontrollimin e cilësisë së prodhimit

Në praktikë përdoren metoda të ndryshme për kontrollimin e cilësisë të cilat mund të grupohen në tre grupe:

- Metodë për kontrollim të njëqind për qind
- Metodë individuale
- Metodë statistikore

Metoda e parë përbëhet në atë se prodhimet kontrollohen në të gjitha fazat e përpunimit, montimit dhe funksionit. Kjo metodë është relativisht e shtrenjtë meqë angazhon shumë njerëz dhe mjete.

Ekzistojnë më shumë metoda individuale për kontrollimin e cilësisë së prodhimeve: metoda vizuale, metoda për matjen e dimensioneve, testimin e funksionimit, hulumtimin e përbërjes kimike dhe të cilësisë fizike të prodhimeve. Zgjedhja e metodës së kontrollimit diktohet nga veçoritë e prodhimit dhe nga lloji dhe karakteristikat e prodhimit që duhet kontrolluar. Më së shpeshti për kontrollimin e cilësisë së një prodhimi paraqitet nevoja e shfrytëzimit të kombinuar të më shumë metodave individuale për kontrollim, me ç'rast kontrollimi vizual paraqitet thuasje pa përjashtim.

Metoda statistikore përdor “Ligjin për të ngjarë” dhe gjen zbatim për kontrollim të cilësisë gjatë prodhimtarisë së madhe serike dhe masive.

Menaxhimi me cilësi totale (Total Quality Management –TQM)

Në ditët e sotme problematikës së cilësisë i kushtohet vëmendje të posaçme. Nevojitet të përmendet dallimi mes nocioneve:

- Kontrollimi i cilësisë dhe
- Menaxhimi me cilësinë

Kontrollimi i cilësisë ka të bëjë me kontrollimin e prodhimeve dhe shmangien e pjesëve që nuk i posedojnë performansat e parashikuara;

Menaxhimi me cilësinë do të thotë se bëhet këmbëngulje që të parandalohen të gjitha elementet të cilat mund të shkaktojnë cilësi jo përkatëse, duke filluar nga projektimi, zgjedhja e materialeve, përpunimi, montimi dhe kontrollimi etapor gjatë tërë procesit të prodhimit. *Menaxhimi me cilësi totale* (Total Quality Management –TQM) paraqet filozofi të menaxhmentit për përmirësimin e vazhdueshëm të cilësisë, të udhëhequr nga menaxhmenti, me qëllim që të përmbushen nevojat e konsumatorëve. Nga menaxhmenti i ndërmarrjes pritet jo vetëm cilësia në procesin prodhues, por edhe në funksionet tjera përbërëse siç janë: furnizimi, financat, shitja etj. Për cilësinë përgjegjës janë të gjitha funksionet dhe të gjithë të punësuarit në ndërmarrjen, ndërsa puna e çdo të punësuarit duhet të bazohet në vetëkontroll, për të ardhur deri te parimi “zero gabim” mbi prodhimet.

Thelbi i konceptit për cilësi totale (TOM) nuk është në atë vetëm të vërtetohen gabimet por edhe të gjendet mënyrë për parandalimin e tyre para se të paraqiten.

Me standard nënkuptohet kriteri i vërtetuar të cilin duhet ta përmbushin karakteristikat e caktuara të prodhimit (cilësia, forma, dimensionet) apo të procedurave (përpunim, ruajtje, paketim, transport)

Në botë rëndësi gjithnjë e më të madhe kanë standardet ndërkombëtare të cilat mundësojnë dhe lehtësojnë lëvizjen e prodhimeve në përmasa ndërkombëtare.

Thelbi i konceptit për cilësi totale (TOM) nuk është në atë vetëm të vërtetohen gabimet por edhe të gjendet mënyrë për parandalimin e tyre para se të paraqiten. Andaj me nocionin TOM nënkuptohet strategjia e ndërmarrjes me të cilën të gjitha pjesëve të saj i urdhërohet të punojnë me përgjegjësi dhe njëkohësisht në mënyrë permanent eta përmirësojnë punën dhe cilësinë e tyre të prodhimeve dhe proceseve.

3.2. STANDARDIZIMI DHE STANDARDET

Nocioni për standardizimin dhe standardet

Nocioni standardizim rrjedh nga fjala angleze standard me të cilën tregohet diçka e zakonshme, diçka që shërben si shembull apo matës me të cilën do të maten apo zbatohen karakteristikat apo vlerat e disa dukurive ose sendeve të caktuara.

Standardizimi ka një varg efektesh pozitive edhe për prodhimin edhe për konsumatorin meqë lehtësohet zbatimi i kontrollit dhe lehtësohet zgjedhja e prodhimit për shkak të cilësisë së garantuar.

Me standard nënkuptohet kriteri i vërtetuar të cilin duhet ta përmbushin karakteristikat e caktuara të prodhimit (cilësia, forma, dimensionet) apo të procedurave (përpunim, ruajtje, paketim, transport). Ky kriter mund të vërtetohet nga ana e prodhuesit, në bazë të përvojës së tij, ose nga ana e ndonjë autoriteti më të lartë (agjenci shtetërore) dhe përdoret si bazë për zbatim gjatë një periudhe të caktuar.

Standardet duhet të theksohen në njësi matëse dhe të kuptueshme. Standardet e miratuara njëherë nuk mund të qëndrojnë si të tilla një periudhë të caktuar kohore, që do të thotë se, ato ndryshohen me kalimin e kohës në mënyrë përkatëse me ndryshimet në prodhimtarinë, por edhe tek konsumatorët.

Me vendosjen e standardeve në disa vende merren një ose më shumë organizata të specializuara, të cilat punojnë nën kontroll të shtetit. Në botë rëndësi gjithnjë e më të madhe kanë standardet ndërkombëtare të cilat mundësojnë dhe lehtësojnë lëvizjen e prodhimeve në përmasa ndërkombëtare. Këto standarde i sjellin organizatat ndërkombëtare për standardizim, e i pranojnë ndërmarrjet prodhuese prej vendeve të caktuara.

Në pjesën më të madhe të rasteve, standardet nacionale të disa vendeve të zhvilluara ekonomike në botë siç janë SHBA-të, Gjermania, Japonia etj, në botën afariste pranohen si standarde ndërkombëtare.

Standarde për cilësi

Sot në mbarë botën vëmendje të madhe i kushtohet sistemit të standardeve për cilësi **ISO 9000**. ISO 9000 paraqet seri të standardeve ndërkombëtare të cilat duhet të instalohen në punën e ndërmarrjes. Ato janë standarde ndërkombëtare të cilat BE-ja i zbaton si kriter të vetëm për bashkëpunim mes ndërmarrjeve dhe vendeve në këmbim të të mirave dhe shërbimeve. Standardet e serisë *ISO 9000* nuk janë të obligueshme – nuk janë kusht ligjor për shitjen e prodhimeve në tregun botëror. Megjithatë, ato janë të përpiluara në atë mënyrë që blerësit i mundëson siguri.

Certifikata për cilësi është dokument nga institucioni përkatës me të cilën konfirmohet se ndërmarrja i plotëson kërkesat për sigurimin e cilësisë, sipas standardeve për cilësi

Ndërmarrjet të cilat posedojnë “certifikatë” ofrojnë prodhime me cilësi të vazhdueshme. Certifikata për cilësi është dokument nga institucioni përkatës me të cilën konfirmohet se ndërmarrja i plotëson kërkesat për sigurimin e cilësisë, sipas standardeve për cilësi.

Deri më tani janë definuar më shumë standarde në serinë ISO 9000: *ISO 9001*, *ISO 9002* dhe *ISO 9004*. Standardi *ISO 9001* për shembull, ka të bëjë me ndërmarrjet që merren me përpunimin e metaleve dhe përmban 20 elemente për marrjen e aktiviteteve me të cilat sigurohet cilësia.

Duke pasur parasysh renditjen universalet e standardeve dhe interesimin e ndërmarrjeve të cilat dalin në tregun e huaj, thuajse të gjitha vendet në botë (duke përfshirë edhe vendin tonë), standardet i pranojnë në formën origjinale, ndërsa u mbetet ndërmarrjeve që të njëjtat t’i zbatojnë dhe respektojnë në punën e tyre.

ISO 9001 – siguron cilësinë në projektimin, zhvillimin, prodhimin, instalimin, dërgesën dhe servisimin.

ISO 9002 – siguron cilësinë prodhimtarisë, dërgesës dhe servisimit.

ISO 9003 – siguron cilësinë për kontrollin dhe hulumtimin e kryer

ISO 9004 – definojnë esencën e të gjitha aktiviteteve të cilat kanë të bëjnë me cilësinë e prodhimeve dhe shërbimeve.

ISO 8400 – standard i cili definojnë nocionet dhe terminet për cilësi

4. LLOJET E PROCESVEVE PRODHUESE DHE FAZAT E PRODHIMIT

4.1 NOCIONI DHE LLOJET E PRODHIMEVE

Veprimet përmes të cilave kryhet përshtatja e materialit për të shërbyer për pëmbushjen e nevojës ose dëshirës së caktuar paraqet **proces prodhues**.

Përshtatja e materialeve të natyrës për t'i shërbyer njeriut bëhet përmes një vargu të veprimeve kryerja e të cilave nuk është kaotike, por zhvillohet sipas një rendi të përcaktuar. Të gjitha veprimet përmes të cilave kryhet përshtatja e materialeve që të shërbejë për pëmbushjen e nevojës ose dëshirës së përcaktuar paraqesin proces prodhues.

Proceset prodhuese mund të paraqiten në lloje të ndryshme edhe atë si:

– **procese për marrjen e materialeve** – procese primare meqë përmes tyre vendosen kontaktet e para të njeriut me natyrën (procese në minierë për nxjerrjen e qymyrit, naftës, miniera të ndryshme jometalike dhe metalike).

– **procese të transformimit të materialeve** – procese përmes të cilave ngjajnë ndryshimet thelbësore tek materialet, si në formë ashtu edhe në përbërjen e tyre (procese në industrinë kimike, në metalurgjinë, në industrinë ushqimore, në industrinë për fitimin e energjisë) dhe

– **procese të riformësimit të materialeve** – këto procese kanë shprehje mbi formën e materialeve dhe janë tipike për përpunimin e metalit dhe elektrodistributimit, si dhe për një varg degësh të industrisë së lehtë.

Varësisht nga shkalla e përparimit të prodhimit që është në rrjedhë, proceset prodhuese mund të jetë:

1. përgatitëse
2. përpunuese
3. finale

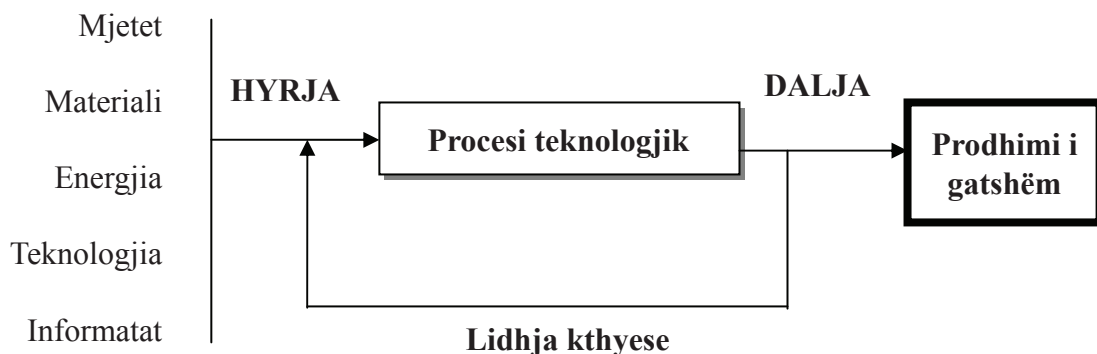
Ky dallim i proceseve ka rëndësi për planifikimin e tyre hapësinore dhe kohore.

4.2 FAZAT E PROCESIT PRODHUES

Procesi prodhues, ndërsa veçmas procesi teknologjik si pjesë e tij, sipas rregullit është proces i ndërlikuar. Shkalla e ndërlikueshmërisë së tij varet prej ndërlikimit të prodhimit. Proceset prodhuese në të shumtën

e industrive kalojnë nëpër shumë faza prodhuese, të cilat kryhen përmes operacioneve punuese.

Fazat (pjesët) e procesit prodhues në të shumtën e rasteve janë si vijojnë: a) përgatitja e prodhimtarisë dhe vendosja e materialeve të furnizuara, b) përpunimi (procesi teknologjik), c) transporti i brendshëm, d) kontrolli, e) paketimi dhe vendosja.



Fotografia nr. 2 – Sistemi teknologjik

Në fazën e parë materialet e furnizuara vendosen nëpër depo për lëndë të para dhe materiale ku mirëmbahen dhe ruhen derisa nuk fillon procesi teknologjik. Përgatitja e prodhimtarisë dallohet varësisht nga lloji i prodhimtarisë. Tek përgatitja individuale përgatitja është minimale dhe përfshin përpunimin e dokumentacionit konstruktiv – teknologjik, gjatë prodhimit serial përgatitja e prodhimtarisë është më detajore dhe ka të bëjë me të gjitha operacionet dhe veprimet, ndërsa tek prodhimtaria masive përgatitja e prodhimtarisë është e përpunuar në detaje me shfrytëzimin e studimeve dhe analizave të kohës, vendosjen e mikro lëvizjeve dhe analizave vlerësuese.

Procesi teknologjik është pjesë e procesit prodhues në të cilin nën ndikim të njeriut dhe mjeteve bëhet ndryshimi i formës apo i përbërjes së materialeve. Proceset teknologjike sipas karakterit të tyre mund të jenë të ndryshme: procese të përpunimit mekanik, procese termike, procese montimi, procese të përpunimit sipërfaqësorë, procese të formësimit të prodhimit etj.

Procesi teknologjik është pjesë e procesit prodhues në të cilin nën ndikim të njeriut dhe mjeteve bëhet ndryshimi i formës ose përbajtjes së materialeve.

Procesi transportues është pjesë e procesit prodhues në të cilin sendet gjenden në lëvizje prej njërit vend pune në tjetrin apo prej njërit repart në tjetrin, apo gjenden në pushim, të ngarkuara në mjetet transportuese.

Procesi kontrollues është po ashtu fazë gjegjësisht pjesë e procesit prodhues në të cilin bëhet kontrollimi i lëndëve me qëllim që të vërtetohet nëse ato janë vënë në gjendje që përshkruhet me prodhimtarinë teknologjike.

Pas finalizimit të procesit teknologjik dhe pas kontrollit të kryer, prodhimi pakëtohet në ambalazhin përkatës dhe vendoset nëpër depo si prodhime të gatshme deri në dërgesën e tyre.

4.3. LLOJET E PROCESEVE TEKNOLOGJIKE

Varësisht prej sasisë së prodhimeve dhe pjesëve të përpunuara në mënyrën e njëjtë, proceset teknologjike ndahen në:

- prodhimtari individual
- prodhimtari serial
- prodhimtari masovik

Këto lloje të proceseve teknologjike në literaturë njihen si „lloje të prodhimtarisë“.

Prodhimtaria individuale karakterizohet me përpunimin e një ose disa prodhimeve të njëjta përnjëherë, për periudhë më të gjatë kohore. Procesi teknologjik është çdoherë i ndryshëm dhe varet nga lloji i prodhimit, për shembull, përpunimi i avionit, anijeve, lokomotivave dhe ngjashëm.

Prodhimtaria serike bëhet në seri. Me fjalën seri nënkuptohet përpunimi i një sasi të caktuar të prodhimeve (1000.5000.10000), me kushte plotësisht të njëjta të punës dhe procesi nuk pushon derisa nuk punohet edhe copa e fundit. Prodhimtaria serike paraqet mënyrën racionale të prodhimtarisë dhe është lloji më i zbatueshëm i prodhimtarisë.

Prodhimtaria masive dallohet me kohëzgjatje të shkurtër të procesit teknologjik i cili përsëritet për një periudhë të shkurtër kohore. Zbatohet gjatë përpunimit të një numri të madh të prodhimeve të imëta.

5. REZERVAT E MATERIALEVE

5.1. PËR REZERVAT E MATERIALEVE

Rezervat paraqesin sasi e materialeve që në një moment të caktuar gjenden në ndërmarrjen në stadiume të ndryshme të shndërrimit – si material fillestar, prodhimi në rrjedhë dhe prodhime të gatshme

Përveç zgjedhjes së materialit fillestar, për ekonomizimin e prodhimit dhe për punën në përgjithësi, rëndësi të madhe kanë rezervat e materialeve.

Rezervat paraqesin sasi të materialeve që në një moment të caktuar gjenden në ndërmarrjen në stadiume të ndryshme – si material fillestar, prodhimi në rrjedhë dhe prodhime të gatshme.

Rezervat zakonisht lidhin pjesën më të madhe të mjeteve të ndërmarrjeve prodhuese. Përveç kësaj, vendosja e tepricave, ruajtja dhe mirëmbajtja e tyre kërkon hapësirë të caktuar, pajisje dhe njerëz, prej çka del nevoja e angazhimit të mjeteve financiare – krijim të shpenzimeve. Nëse rezervat e materialeve janë më të mëdha, edhe shpenzimet që lidhen me to do të jenë më të mëdha, po ashtu do të jetë më e madhe edhe ndikimi i tyre mbi rezultatin financiar të ndërmarrjes.

5.2. FAKTORËT E REZERVAVE TË MATERIALIT FILLESTAR

Mbi rezervat e materialit fillestar ndikojnë më shumë faktorë në mesin e të cilave më të rëndësishme janë : (1) madhësia e sasive hyrëse të materialeve në krahasim me konsumin ditor dhe (2) kohëzgjatja nga hyrja e materialit në ndërmarrjen deri në nxjerrjen e tij në prodhimi.

Në pjesën më të madhe të ndërmarrjeve prodhuese rezervat e materialeve paraqiten si pasojë e mospërputhshmërisë së sasive të materialeve që në një moment hyjnë në ndërmarrjen, me sasinë e materialeve që jepen në prodhimi. Më së shpeshti për arsye ekonomike, por edhe të tjera, tregohet si e arsyeshme që pranimi i materialeve në ndërmarrjen të bëhet në sasi më të mëdha nga ato që jepen në prodhimi, për shkak të cilës një pjesë e materialit të pranuar çdoherë mbetet në rezerva (furnizimi i materialeve bëhet i shtrenjtë nëse bëhet shpesh, ndërsa me sasi më të vogla).

5.3. FAKTORËT E REZERVAVE TË PRODHIMTARISË NË RRJEDHË

Rezervat e prodhimit në rrjedhë të cilat shprehen si tregues të vlerave, i përbëjnë elemente të ndryshme në mesin e të cilave bëjnë pjesë materialet harxhuese, amortizimi (si tepricë e mjeteve fikse) dhe shumat e kompensimeve për punën e bërë në prodhimtari.

Rezervat e prodhimit në rrjedhë varen nga madhësia e shpenzimeve ditore të faktorëve të prodhimit dhe nga kohëzgjatja e ciklit prodhues. Madhësia e shpenzimeve ditore të faktorëve të prodhimit kushtëzohet me llojin e prodhimeve që prodhohen dhe nga sasitë në të cilat prodhohen. Nga ana tjetër kohëzgjatja e ciklit prodhues varet nga më shumë faktorë edhe atë: nga kohëzgjatja e procesit teknologjik, koha e transportit të brendshëm, koha e kontrollit të prodhimit dhe koha e pritjeve të ndryshme.

5.4 FAKTORËT E REZERVAVE TË GATSHME

Që nga momenti i daljes nga prodhimi e deri te braktisja e ndërmarrjes apo deri te hyrja në ndonjë prodhimtari tjetër, materiali gjendet në formë të prodhimit të gatshëm. Nëse prodhimi pas finalizimit i dorëzohet blerësit, në ndërmarrjen nuk do të paraqiten rezerva të prodhimeve të gatshme. Por raste të tilla në praktikë janë shumë të rralla (për shembull, sasia e bukës së prodhuar gjatë ditës së njëjtë u dorëzohet blerësve). Në të shumtën e rasteve për shkak të mospërputhjes sasiore dhe kohore të finalizimit të prodhimeve dhe dorëzimit të tyre deri te blerësit, në ndërmarrjen paraqitet një sasi e caktuar e rezervave të prodhimeve të gatshme. Kështu, çdo finalizim i prodhimeve në sasira më të mëdha se ajo që u është dorëzuar blerësve sjell deri te zmadhimi i rezervave të prodhimeve të gatshme.

5.5. OPTIMALIZIMI I REZERVAVE

Madhësia e rezervave të materialeve në stadiume të ndryshme të shndërrimit ndikon mbi madhësinë e mjeteve të angazhuara në to, ndërsa me këtë edhe mbi madhësinë e shpenzimeve të financimit, vendosjen dhe

ruajtjen e rezervave. Nga kjo mund të fitohet përshtypje se optimalizimi ekonomik i rezervave do të realizohet me mbajtjen e tyre në nivelin më të ulët ose me eliminimin e tyre të tërësishëm. Por, konstatimi i tillë nuk është tërësisht i arsyeshëm për arsyt si vijojnë:

1. Për shkak të mosmbajtjes së rezervave të nevojshme minimale-të materialit fillestar, të prodhimtarisë në rrjedhë apo të prodhimeve të gatshme, do të mund të vjen deri te prishja e kontinuitetit të procesit të prodhimtarisë.

2. Harmonizimi i plotë i hyrjes dhe daljes së materialeve mund të shkaktojë efekte të mëdha negative se sa ato që paraqiten si pasojë rezervave të zmadhuara për shkak të dallimeve në sasi të materialeve që hyjnë dhe dalin në forma të caktuara. Kështu për shembull me sigurimin e ndërmarrjes me material fillestar në sasira më të vogla, rezervat e materialeve vihen në minimum, por për atë shkak furnizimi bëhet më shpesh dhe në sasira më të vogla. Kështu në llogari të zvogëlimit të rezervave dhe të shpenzimeve për mirëmbajtjen e tyre, zmadhohen shpenzimet lidhur me transportin dhe me pranimin e shpeshtë të materialeve në sasi më të vogla. Po ashtu, dërgesa e prodhimeve të gatshme në sasi më të vogla (për shembull, aq sa është prodhimtaria ditore), i vë rezervat e prodhimeve të gatshme në nivelin më të ulët, por për atë shkak kjo sjell deri te rritja e shpenzimeve për dërgesë, meqë ajo duhet të kryhet më shpesh dhe në sasi më të vogla.

6. ROLI I PUNËS NË PROCESIN E PRODHIMIT

6.1. PUNA SI FAKTOR I PRODHIMIT (PËRSËRITJES)

Për punën thuhet se nuk është vetëm një prej faktorëve të prodhimit, porse është faktori më i rëndësishëm i prodhimit. Puna si aktivitet manifestohet në shpenzimin e fuqisë dhe energjisë njerëzore, në shfrytëzimin e diturive, dhe aftësive të tij me qëllim që të prodhohet një produkt i caktuar. Do të thotë, që të mund njerëzit të prodhojnë, domosdo duhet të posedojnë dituri, aftësi dhe përvojë të caktuar. Krahas kësaj, këtu bëjnë pjesë edhe aftësitë punuese, disiplina e punës, aftësia që një periudhë

të caktuar pandërprerë të kalohet në procesin e prodhimitarisë (orar pune prej tetë orëve) etj.

Puna është veprimtari tërësore dhe racionale e njeriut me të cilën ndryshohet dhe aftësohet natyra ndaj nevojave të tyre. Puna e kualifikuar është bazë e a.q aftësi e ndërmarrjes prodhuese, ndërsa aftësitë e çdo ndërmarrje kanë të bëjnë me mundësinë e tij që t'i shfrytëzojë resurset me qëllim që të realizohet fitimi.

Thelbi i aftësisë së ndërmarrjes varet nga dituritë e të punësuarve dhe të menaxherëve dhe nga gatishmëria e tyre për t'i kryer detyrat e përcaktuara. Andaj, shpejtësia me të cilën fitohen dhe zhvillohen dituritë, aftësitë dhe shkathtësitë është faktor kyç i ndërmarrjes në luftën me konkurrencën.

6.2. ÇMIMI I PUNËS (PAGA)

Vlera e pagës së punëtorëve paraqet çmimin për punën e bërë në procesin e prodhimitarisë

Vlera e pagës së punëtorëve paraqet çmimin për punën e bërë në procesin e prodhimitarisë. I padiskutueshëm është fakti se rrogat e disa punëtorëve në ndërmarrjen dallohen, e këto dallime dalin nga kërkesat e ndryshme që i imponon kryerja e llojeve të caktuara të punëve nga ana e punëtorit. Kështu, llojet e caktuara të punëve kërkojnë nga punëtori njohuri, aftësi dhe përgjegjësi të ndryshme, si dhe kryerjen e punës në kushte të ndryshme.

Meqë diferencimi i të ardhurave të punëtorëve është domosdoshmëri, shtrohet pyetja cilat janë kriteret për diferencimin e tillë?

Nëse merret parasysh se dallimet në punë vihen në dallimet e kërkesave që duhet t'i përmbushin punëtorët për kryerjen e llojeve të caktuara të punëve, atëherë është shumë normale, që këto dy rrethana të shërbejnë edhe si kriteret për diferencimin e të ardhurave të individëve.

Si rezultat i kushteve për të gjetur zgjidhje më të mira për diferencimin e të ardhurave të punëtorëve në ndërmarrjen, në praktikë paraqiten sisteme të ndryshme të punës, me ç'rast secila prej tyre është e orientuar drejt zgjidhjes së çështjeve kyçe në vijim:

1. Çështja për kriteret për diferencimin e të ardhurave sipas kërkesave të ndryshme të punës

2. Çështja për diferencimin e të ardhurave sipas efekteve të realizuara nga puna

Drejt zgjidhjes së çështjes së parë hapërohet me vlerësim të punës, ndërsa në çështjen e dytë, me anë të matjes së madhësisë së punës së kryer.

6.3 VLERËSIMI I PUNËS

Me vlerësimin e punës duhet të përcaktohet vlera relative e llojeve të caktuara të punës në ndërmarrjen.

Me vlerësimin e punës duhet të përcaktohet vlera relative e llojeve të caktuara të punës në ndërmarrjen. Vlera relative e llojeve të caktuara të punës, varet nga kërkesat që duhet t'i përmbush punëtori për kryerjen e rregullt të punës. Këto kërkesa janë të shumta dhe për arsye praktike mund të grupohen në disa grupe, si për shembull, arsimi profesional dhe përvoja e punës, aftësia fizike, aftësia intelektuale, përgjegjësia për mjetet dhe njerëzit në punën, kushtet e punës etj.

Dallohen shumë metoda për vlerësim të cilat do të mund të grupohen kryesisht në dy grupe kryesore:

1. Metoda detyra e të cilave është të kryejë sistemimin e punëve sipas „peshës“ së tyre gjegjësisht sipas rëndësisë së tyre për organizim dhe

2. Metoda detyra e të cilave, përveç sistemimit të punëve sipas „peshës“ është edhe t'i sasiojë „vlerat“ e llojeve të caktuara të punës. Grupi i parë i metodave jep përgjigje pyetjes se a duhet që një punë të paguhet më shumë ose më pak se një punë tjetër, ndërsa grupi i dytë i metodave, jep përgjigje pyetjes se sa duhet të paguhet një punë më shumë ose më pak se ndonjë punë tjetër

6.4 MATJA E PUNËS

Nga ajo që u tha deri më tani mund të theksohet se me vlerësimin e punës përcaktohet çmimi i llojeve të caktuara të punës, por jo edhe madhësia e shumës që duhet t'i paguhet çdo punëtori. Që të merret përgjigje edhe ndaj kësaj pyetje nevojitet të zbatohet matja e punës së bërë. Për këtë

qëllim mund të shërbejnë më shumë matje të cilat do të mund të përfshihen në dy grupe, edhe atë:

- koha e kaluar në punë, dhe
- performanca e realizuar me punën.

Në bazë të këtyre matjeve paraqiten dy sisteme themelore për pagesën e punës, edhe atë:

- pagesa sipas kohës së kaluar në punë, dhe
- pagesa sipas performancës së realizuar.

Shumë shpesh në kombinim me këto dy sisteme bazike për pagesën e punës zbatohet edhe sistemi i premive mbi baza të ndryshme, siç është kursimi i materialeve, përmirësimi i cilësisë, zvogëlimi i hedhurinave etj.

7. ORGANIZIMI I VENDIT TË PUNËS

7.1. THELBI I VENDIT TË PUNËS

Vendi i punës paraqet hapësirë të caktuar e siguruar me makina, vegla dhe mjete tjera të nevojshme me të cilat punëtori kryen një operacion të caktuar pune

Vendi i punës paraqet hapësirë të caktuar e siguruar me makina, vegla dhe mjete tjera të nevojshme me të cilat punëtori kryen një operacion të caktuar pune. Efikasiteti i një vendi të punës varet nga organizimi i tij. Organizimi i vendit të punës përfshin më shumë çështje siç janë: zhvendosja e makinave, vendosja e materialeve dhe prodhimeve të gatshme sipas vendeve të caktuara të punës, transportimi i prodhimeve të gatshme, gjysmëprodhimeve dhe llojeve të ndryshme të lëndëve të para dhe materialeve, organizimi i punës në vendin e punës, përgatitja e punës në vendin e punës etj.

Që të arrihet produktivitet më i madh i punës domosdo është që të sigurohet baraspeshë më e madhe në lëvizjen dhe veprimin e punëtorit gjatë procesit punues dhe të evitohen të gjitha lëvizjet e panevojshme në punë.

Me organizim racional të vendit të punës nënkuptohet:

- kryerja e lëvizjeve më të shkurtra dhe më të pakta lodhëse
- shpërndarja e barabartë e peshës së punës mbi të gjitha muskujt e trupit
- zvogëlimi i lëvizjeve punuese me anë të bërjes së lëvizjeve të panevojshme.

7.2. LLOJET E VENDEVE TË PUNËS

Vendet e punës mund të klasifikohen sipas kriterëve të ndryshme. Klasifikimet më të rëndësishme janë:

– *Sipas profesionit të punëtorit në ndërmarrjen* – dallohen më shumë vende të punës si për shembull, vendi i punës, fonditor, zejtar, zdrukthëtar etj.

– *Sipas specializimit të punës* – dallohen vende të specializuara dhe jo të specializuara të punës. Specializimi i vendit të punës më së lehti mund të vendoset gjatë prodhimitarisë masive dhe serike.

– *Sipas numrit të punëtorëve që punojnë në një vend pune* – vende pune individuale dhe grupe

– *Sipas kufizimit të hapësirës për punë* – vende pune të stacionuara dhe lëvizëse.

– *Sipas shkallës së mekanizimit të punës* – vendet e punës me punë të mekanizuar, me punë pjesërisht të mekanizuar dhe punë dore.

7.3. PAJISJA E VENDIT TË PUNËS

Pajisja e vendit të punës bëhet me makina, vegla dhe mjete tjera. Njëra nga kushtet kryesore për organizim të drejtë të vendit të punës është renditja e rregullt e makinave, si dhe zgjedhja e llojit më të qëlluar të makinave. Gjatë zgjedhjes së makinave duhet mbajtur llogari për konstruksionin e tyre – të sigurohet punë jo e rrezikshme, me lodhje më të vogël të punëtorit, sipas mundësisë puna e makinës të bëhet në pozitën ulëse me shfrytëzimin e njëkohshëm të të dy duarve.

Ruajtja e veglave mund të organizohet në mënyra të ndryshme:

– *Me dorëzimin e veglave lirohet vendi i punës.* Ato ruhen në dollap special dhe gjatë ndryshimit të ndërrimeve të punës bëhet dorëzimi dhe pranimi i ndërsjellë;

– *Me dorëzimin e veglave lirohet çdo punëtor.* Çdonjëri e përdor dhe e ruan veglën me të cilën lirohet prej saj

– *Para fillimit të ndërrimit të punës çdo punëtor lirohet me veglën e nevojshme nga depoja për vegla,* ndërsa pas mbarimit të ndërrimit të punës i njëjti kthehet, gjegjësisht lirohet nga vegla.

7.4. SHËRBIMI I VENDIT TË PUNËS

Shërbimi me kohë i vendeve të punës me materialet e nevojshme, veglat dhe me gjëra tjera mundëson realizimin e pandërprerë të procesit të punës.

Gjatë organizimit të sistemit për shërbimin e vendeve të punës me materiale, duhet të mbahet llogari për:

– Rrjedhjen e procesit prodhues dhe për rrugën që duhet ta kalojë personi duke bërë shërbimin e një numri të madh të vendeve të punës.

– Furnizimi me kohë i vendeve të punës, në interval të përcaktuar Pavarësisht llojit të prodhimtarisë, në fillim të ndërrimit të punës materialet e nevojshme, veglat, vizatimet dhe mjetet tjera duhet të gjenden në vendet e punës.

8. PAKETIMI DHE DEPOZITIMI I PRODHIMEVE TË GATSHME

8.1 PAKETIMI I PRODHIMEVE TË GATSHME

Rëndësia e paketimit të prodhimeve

Paketim quhet procesi i vendosjes së prodhimit në ambalazh, gjegjësisht mënyra sipas të cilës prodhimi vendoset në ambalazh. Paketimi është me rëndësi të veçantë për disa prodhime të cilat nëse nuk janë të paketuara si duhet, nuk mund të përdoren për shkak se mund të vjen deri te prishja apo dëmtimi i tyre gjatë transportit dhe përdorimit. Për disa prodhime të caktuara ekzistojnë standarde përkatëse për mënyrën se si duhet të paketohen.

Procedura e paketimit përbëhet në kryerjen e më shumë aktiviteteve qëllimi përfundimtar i së cilës është dorëzimi i së mirës përkatëse deri te shfrytëzuesi final në gjendje dhe në mënyra të cilat mundësojnë kënaqjen optimale të nevojave të tij. Tek çdo paketim dallohen:

- materiali në të cilën pakëtohet prodhimi (ambalazhi) dhe
- procedura e paketimit

Paketim quhet procesi i vendosjes së prodhimit në ambalazhe, gjegjësisht mënyra sipas të cilës prodhimi vendoset në ambalazh.

Materialit në të cilin pakëtohet e mira e prodhuar quhet ambalazh.

Ambalazha ka më shumë funksione: përdorues, ruajtës, depozitar, transportues, promovues, funksion të përdorimit të sërishëm dhe

Thelbi i ambalazhit dhe funksionet e tij.

Materiali në të cilin pakëtohet e mira e prodhuar quhet ambalazhë. Ajo doemos duhet t'i përgjigjet llojit të së mirës së karakteristikave të saj. Do të thotë ambalazha nga njëra anë duhet të mundësojë shfrytëzimin dhe ruajtjen e e të mirës, ndërsa nga ana tjetër duhet të mundësojë edhe distribuimin e saj më të mirë.

Ambalazhi ka më shumë funksione: funksion përdorues, ruajtës, depozitar, transportues, promovues, funksion të përdorimit të sërishëm etj. Vëmendje të veçantë duhet t'i kushtohet funksionit promovues të ambalazhës meqë përmes ambalazhës realizohet kontakti i parë i konsumatorit me prodhimin, andaj thuhet se ambalazha e shet prodhimin. Ajo përmban informata në formë tekstuale dhe në formë të fotografisë për karakteristikën e të mirës, informata për mënyrën e përdorimit, markën dhe shenjë dalluese me të cilën tregohet për veçorinë e të mirës nga të mirat tjera në konkurrencë.

Duke marrë parasysh shpenzimet e mëdha të cilat prodhuesi i ka lidhur me ambalazhën, me rëndësi të madhe është që përmes hulumtimit përkatës, të vërtetohet se cila ambalazhë është më e qëlluar për paketimin e të mirës. Me fjalë të tjera, për prodhuesin me rëndësi është që të marrë vendim të drejtë për materialin që do të përdoret për ambalazhë (dru, xham, metal etj) dhe për formën e ambalazhës që në mënyrën më të qëlluar do t'i potencojë funksionet e theksuara të së mirës së ambalazhuar.

Procedura e paketimit

Procedura, gjegjësisht mënyra e paketimit të së mirës së prodhuar është në varësi të drejtpërdrejt të llojit të së mirës, mënyrës së shitjes, të qëllimit të së mirës, mënyrës së transportit, llojit të mjetit transportues, largësinë ku duhet të transportohet etj.

Vëmendje të veçantë gjatë paketimit i kushtohet prodhimeve të cilat transportohen në distanca më të mëdha, ndërsa kur ato transportohen në distanca më të vogla, mund të jenë edhe gjysmë të paketuara. Mënyra e paketimit varet edhe nga lloji i mjetit transportues. Kështu për shembull, nëse transporti bëhet me avion, atëherë e mira pakëtohet në ambalazh sa më të lehtë.

Kur bëhet fjalë për procedurën e ashtuquajtur mënyrë e paketimit, duhet të bëhet dallimi mes:

- paketimit komercial, dhe
- paketimit transportues.

Paketimi komercial paraqitet si pjesë përbërëse e procesit prodhues a.q si fazë e procesit teknologjik. Kështu për shembull, shumë prodhime ushqimore, farmaceutike dhe të tjera nuk do të mund të përdoren nëse në fazën e fundit të prodhimit të tyre nuk njihen në ambalazh përkatës (pijet në shishe; pastë për dhëmbë në tubë).

Pas paketimit komercial vijon paketimi transportues i cili duhet të sigurojë mbrojtjen e prodhimeve të gatshme gjatë bartjes së tyre gjegjësisht transportimit. Nga paketimi transportues kërkohet që t'i ruajë prodhimet nga dëmtimet e ndryshme, të orientojë përmes shenjave përkatëse, si të manipulohet në mënyrën më të mirë me prodhimin e pakeluar, të jep informata për prejardhjen e tij dhe drejtimin e lëvizjes dhe ngjashëm (shishet me pije paketohen në arkë; prodhimet ushqimore në kuti-paketime).

8.2. DEPOTIZIMI I PRODHIMEVE TË GATSHME

Nevoja për depozitim

Zgjidhje ideale për një ndërmarrje prodhuese është ajo kur materialet furnizuese nga furnizuesit do të gjendeshin në fabrikë në sasi të nevojshme, në momentin kur duhet të dorëzohen në prodhimtarinë. Më tej ato duhet në vazhdimësi të transportohen prej njërit vend të punës në tjetrin, deri në prodhimin e produkteve të gatshme të cilat pas përfundimit të përpunimit do t'u distribuohen blerësve. Por, për shumë arsye edhe për kundër planifikimit të mirë, zgjidhja e tillë në praktikë nuk është e realizueshme. Që të sigurohet me kohë fillimi i prodhimtarisë, paraqitet nevoja që materialet të jenë në disponim një kohë të caktuar para dorëzimit të tyre në prodhimtari, gjegjësisht disa sasi prej tyre një kohë të caktuar gjenden në rezerva. Nga ana tjetër, prodhimet e gatshme, nuk do të mund të në çfarëdo sasi dhe në çfarëdo kohe, pak para përpunimit të tyre t'u dorëzohen blerësve, meqë racionaliteti i dërgesës nënkupton sasinë e prodhimeve.

Rezervat e materialeve të llojeve të ndryshme dhe për qëllime të ndryshme kërkojnë hapësirë të caktuar për vendosje, për depozitim, që të ruhen nga ndikimet e dëmshme të natyrës dhe të njeriut.

Për shkak të nevojës për të realizuar harmonizimin sasior dhe kohor të qarkullimit të materialeve nga furnizuesit deri te fabrika, e më pas, në kuadër të fabrikës, e deri te blerësit e prodhimeve të gatshme, paraqitet nevoja e vendeve të caktuara që të ekzistojnë disa sasi të rezervave. Rezervat e materialeve të llojeve të ndryshme dhe për qëllime të ndryshme kërkojnë hapësirë të caktuar për vendosje, për depozitim, që të ruhen nga ndikimet e dëmshme të natyrës dhe të njeriut.

Depot, si hapësirë rezerve, të pajisura në mënyrë përkatëse për ruajtjen e rezervave deri në dorëzimin e tyre për përpunim të mëtejshëm ose për dërgesën deri tek blerësit, varësisht prej asaj se çka ruhet, mund të jenë të ndryshme. Kështu ekzistojnë depo për materiale fillestare, depo për prodhime të gatshme, depo për prodhimtari në rrjedhë, depo për materiale elemnetare, depo për materiale ndihmëse, depo për karburante, depo për vegla, depo për pajisje dhe pjesë rezerve etj.

Planifikimi i sistemit të depotizimit

Me planifikimin e sistemit të depotizimit duhet të merret përgjigjja, kryesisht, e tre pyetjeve vijuese:

1. A ekziston nevoja e hapësirës për depo?
2. Sa duhet të jetë madhësia e depove dhe rregulli i tyre i brendshëm?
3. Si duhet të jetë renditja e depove në fabrikën dhe renditja e tyre e brendshme?

Sipas një rregulli duhet të evitohet ndërtimi i hapësirës për depo aty ku është e mundur pa u shkaktuar pasojat negative mbi rrjedhjen e rregullt të procesit të prodhimtarisë. Por, në shumicën e rasteve kjo nuk është e mundur. Ekzistimi i rezervave dhe depove për vendosjen e tyre është i pashmangshëm veçmas në rastet si vijojnë:

1. Kur ekziston interval i ndryshëm kohor mes marrjes së materialeve nga furnizuesit dhe dhënies së tyre në prodhimtari.
2. Kur ekziston nevoja e ndryshimit të rrjedhjes së prodhimtarisë
3. Kur ekziston mospajtim kohor dhe sasior mes finalizimit të prodhimeve dhe dërgesës së tyre deri tek blerësit.

Sistemi i depozitimit ka ndikim të fuqishëm mbi planifikimin e sistemit të transportit të brendshëm, meqë me sistemin e transportit të brendshëm duhet të lidhen edhe depotë si qendra ku kohë pas kohe mbahen rezervat në forma të ndryshme. Por edhe sistemi i transportit të brendshëm ka ndikim të fuqishëm mbi planifikimin e sistemit për depozitimit. Për këtë shkak sistemi i depozitimit dhe sistemi i transportit të brendshëm planifikohen në të njëjtën kohë, duke marrë parasysh ndikimin e tyre të ndërsjellë.

9. TRANSPORTI I BRENDSHËM

9.1. TRANSPORTI DHE SHPENZIMET E TRANSPORTIT

Në ndërmarrjet prodhuese ku esenca e proceseve prodhuese është transformimi i materialeve, pozitë të rëndësishme merr transporti i materialeve.

Sa janë shpenzimet lidhur me transportin e brendshëm në ndërmarrje, nuk mund të thuhet me ndonjë saktësi të madhe.

Nga evidentimi i ndërmarrjes mund të merren të dhëna për madhësinë e investimeve në mjetet transportuese dhe për shfrytëzimin e tyre, si dhe për shpenzimet që i shkaktojnë këto mjete dhe kompensimin e punës së punëtorëve që janë të angazhuar në transportin e brendshëm. Megjithatë evidentimi i ndërmarrjes nuk jep pasqyrë të plotë të të gjitha shpenzimeve në transportin. Me fjalë tjera, një numër i madh i operacioneve transportuese në prodhimtari dhe jashtë tij siç janë ngritja, bartja, zbritja e gjësendeve, që bëhen nga ana e punëtorëve, nuk përfshihen në evidentimin e shpenzimeve në transportin.

Shpenzimet në transportin e brendshëm në të shumtën e rasteve nuk do të mund plotësisht të evitohen, andaj ekzistojnë mundësi për zvogëlimin e tyre, Mënyra më e mirë për zvogëlimin e shpenzimeve transportuese është që të evitohet çdo lloj i transportit të materialeve ku ekziston mundësia për të.

Gjatë kohës së udhëtimit të tyre nëpër fabrikën materialet shumë herë ngarkohen në mjete transportuese, zhvendosen dhe shkarkohen, me ç'rast krijohen shpenzime të caktuara.

Nëse kjo nuk është e mundur, atëherë transporti duhet të bëhet në mënyrë që është më afër optimale.

Mënyra më e mirë për kryerjen e transportit është ai që mban llogari për parimet vijuese:

- Të minimizohet numri i lëvizjeve transportuese
- Materiali të mbahet në lartësi të caktuar nga dyshemeja me çka evitohet që materiali i njëjtë të lëshohet dhe sërish të ngrihet në lartësinë e nevojshme:
 - Të shfrytëzohet forca e gravitacionit çdoherë kur për të ekzistojnë mundësitë:
 - Të bëhet mekanizmi i lëvizjeve transportuese
 - Vendet e punës të lidhen me transport të vazhdueshëm (shirita transportuese) aty ku metoda dhe orari i prodhimitarisë e mundësojnë atë.
 - Aty ku domosdo duhet të zbatohet transporti jo i vazhdueshëm, të shfrytëzohen njësitë standarde për bartje (ngarkesa me dimensione të njëjta) për shkak të shfrytëzimit më efikas të mjeteve transportuese.

9.2. PAJISJA DHE MJETET TRANSPORTUESE

Në transportin e brendshëm përdoren mjete të ndryshme pajisje dhe mjete të ndryshme transportuese. Rëndësi më të madhe kanë mjetet transportuese me të cilat bëhet ngritja, zbritja apo bartja e materialeve, por rëndësi ka edhe pajisja në të cilën vendosen materialet që të ngarkohen dhe barten me mjete transportuese. Kjo pajisje në të shumtën e rasteve haset me emrin – kontennjerë dhe përbëhet prej platformave, sëndukëve, kornizave, arkave të ndryshme (shërbejnë që në mënyrën më të thjeshtë, me pjesëmarrje minimale të njeriut, materialet të ngarkohen).

Mjetet transportuese që gjejnë zbatim në transportin e brendshëm janë të ndryshme dhe kryesisht do të mund të theksohen grupet vijuese: vinçet, traktorët me rimorkio, karroca me motor, hekurudhë (makina dhe vagonë), ashensorë, mjete pneumatike, mjete hidraulike, ulluqe, gypa etj.

Zgjedhja e llojit përkatës të mjeteve transportuese kërkon njohuri të gjera të mjeteve transportuese, përparësive dhe mangësive të tyre njohjen e karakteristikave të materialeve që do të transportohen etj.

9.3. PLANIFIKIMI I SISTEMIT PËR TRANSPORT TË BRENDSHËM

Transporti i brendshëm ka rëndësi të madhe për vazhdimësinë e proceseve prodhuese dhe për zhvillimin e tyre ekonomik. Për këtë shkak ekziston nevoja që edhe kjo veprimtari në fabrikë të planifikohet.

Planifikimi i transportit të brendshëm përfshin:

1. Zgjedhja e llojit të pajisjeve dhe mjeteve transportuese
2. Përcaktimi i sasisë së mjeteve transportuese
3. Përcaktimi i kaheve për lëvizjen e mjeteve transportuese

Mbi zgjedhjen e mjeteve transportuese ndikojnë më shumë faktorë:

- veçoritë e sendeve që transportohen
- madhësia e bartjes
- distanca në të cilën do të bëhet bartja e sendeve

Krahas llojit të mjeteve transportuese, për zhvillimin normal të transportit rëndësi të madhe ka numri i mjeteve transportuese. Mungesa e mjeteve transportuese mund të sjellë deri te furnizimi i parregullt i vendeve të punës me materiale dhe deri te ndërprerja e proceseve. Nëse numri i mjeteve transportuese është mbi nevojat, ato nuk do të shfrytëzohen në mënyrë të mjaftueshme.

Kahet e lëvizjes së mjeteve transportuese duhet të jenë të atilla që të mundësojë bartjen e sendeve përmes rrugës më të shkurtë të mundshme dhe pa lëvizje kthyese dhe udhëkryqe.

10. SHFRYTËZIMI DHE MIRËMBAJTJA E PAJISJES DHE MAKINAVE

10.1 NEVOJA PËR MIRËMBAJTJE

Për shfrytëzimin normal dhe të përhershëm të makinave dhe pajisjeve tjera nevojitet të sigurohen kushte përkatëse. Pjesët e makinave që janë në lëvizje të vazhdueshme janë të ekspozuara në fërkime dhe ngrohje, për shkak të cilës është e mundur deformimi i tyre. Andaj nevojitet ftohja dhe lyerja e vazhdueshme. Por edhe gjatë mirëmbajtjes së vazhdueshme, gjatë përdorimit shumë pjesë të makinave harxhohen. Me fjalë të tjera, çdo pjesë ka jetëgjatësi të caktuar, e cila varësisht prej shumë rrethanave, mund të jetë më e gjatë ose më e shkurtë.

Që të vazhdohet jetëgjatësia e përdorimit të pajisjes dhe të objekteve ndërtimore, nevojitet mirëmbajtja e tyre e rregullt.

Jo vetëm makinat, por edhe pajisja tjetër dhe objektet ndërtimore janë të ekspozuara në ndikimin destruktiv të kohës, gjë që zvogëlon vlerën e tyre.

Që të vazhdohet jetëgjatësia e përdorimit të pajisjes dhe të objekteve ndërtimore, nevojitet mirëmbajtja e tyre e rregullt. Qëllimi i këtij aktiviteti është:

- të zvogëlohet shpenzimi fizik i pajisjes dhe i objekteve ndërtimore:
- të vihen në minimum pasojat negative nga shpenzimi fizik dhe nga prishja e paparashikuar e makinave:
- të evitohen defektet e ngjara tek makinat, tek pajisja dhe tek objektet ndërtimore në mënyrën më ekonomike

Mbi jetëgjatësinë e makinave, pajisjes dhe objekteve ndërtimore ndikojnë më shumë rrethana prej të cilave më të rëndësishme janë:

- mënyra e përdorimit dhe shfrytëzimit
- dizajni i pajisjes (konstrukcioni)
- efikasiteti i mirëmbajtjes.

10.2. LLOJET E MIRËMBAJTJES

Mirëmbajtja në vete përfshinë kryesisht dy lloje të intervenimeve edhe atë:

- intervenime që ndërmerren para paraqitjes së pasojave nga shpenzimi dhe prishja e pajisjeve,
- intervenime që ndërmerren pasi që të ndodhin pasojat nga shpenzimi dhe prishja e pajisjes.

Grupi i parë i aktiviteteve ka për detyrë ta zvogëlojë intensitetin e shpenzimit të mjeteve, ta parandalojë paraqitjen e defekteve ose t'i zbulojë para se të paraqiten ato. Grupi i parë i aktiviteteve janë të drejtuara në mënjanimin e difekteve tek pajisja pasi që të paraqiten ato.

Varësisht nga vazhdimësia dhe nga sasia e punëve të mirëmbajtjes, bëhet dallimi mes:

- *mirëmbajtjes natyrore*, e cila përfshin masa të ndryshme që ndërmerren lidhur me makinat dhe pjesët e tyre në afate të përcaktuara: ditore, javore, mujore etj.
- *remonteve të pjesërishme* – që përfshihen me disa pjesë dhe përbërje të makinave, zakonisht ato që janë më të ndjeshme dhe që janë të ekspozuara në shpenzime më intensive.

– *remonteve të plota (të përgjithshme)*, që përfshijnë demontimin e plotë të makinës, kontrollit të amortizimit të pjesëve dhe zëvendësimin e tyre.

10.3. EKONOMIZIMI I MIRËMBAJTJES

Puna e mirëmbajtjes shkakton shpenzime të cilat do të mund të ndahen në dy grupe:

1. Shpenzime që bëhen për mirëmbajtjen e pajisjes dhe të objekteve ndërtimore, e që dalin nga harxhimi i materialeve (pjesëve rezervë) dhe nga angazhimi i fuqisë punëtore dhe mjeteve./

2. Shpenzime që janë si pasojë e sasisë së zvogëluar të punës për shkak të kohës së humbur në pritje për të filluar ndreqjen.

Duke i pasur parasysh arsyet e paraqitjes së shpenzimeve, përpjekjet e ndërmarrjeve për realizimin e ekonomizimit më të madh në mirëmbajtjen, do të duhet të orientohen në:

– zvogëlimin e shpenzimeve të materialeve, pajisjes dhe fuqisë së punës të cilat përdoren për ndreqjet dhe

– zvogëlimin e kohës së humbur në pritje për të filluar ndreqja dhe ajo të kryhet.

Për shkak të ekonomizimit të mirëmbajtjes, nevojitet të zbatohet politika e mirëmbajtjes preventive, e cila përbëhet në zbatimin e mirëmbajtjes së planifikuar të makinave, pajisjes dhe objekteve ndërtimore. Me mirëmbajtjen preventive duhet të parandalohet paraqitja e ngecjes së paparashikuar të makinave e cila zakonisht shkakton prishjen e rrjedhjes së planifikuar të prodhimtarisë.

Mirëmbajtja preventive ka përparësi të mëdha lidhur me mirëmbajtjen që paraqitet si nevojë pasi të lajmërohet ndërprerja e punës për shkak të prishjes së makinave. Në mesin e përparësive më të rëndësishme të mirëmbajtjes preventive janë:

1. Puna e shërbimit për mirëmbajtje mund të planifikohet:

2. Pjesët rezerve mund të sigurohen paraprakisht:

3. Rezervat e pjesëve rezervë mund të mirëmbahen në nivel racional

4. Shpenzimet për mirëmbajtje mund të zvogëlohen.

5. Shërbimi për planifikim dhe kontroll të prodhimtarisë mund ta planifikojë prodhimtarinë duke mbajtur llogari edhe për kohën e cila është e nevojshme që të bëhet remonti i pajisjes:

PËRMBYLLJE 4

Planifikimi i prodhimit fillon me krijimin e idesë për prodhimin e një produkti të caktuar dhe përbëhet prej: projektimit të produktit dhe projektimit të procedurës teknologjike.

Me lokacion të ndërmarrjes prodhuese nënkuptohet një vendpozitë e caktuar ku gjenden objektet e ndërmarrjes në të cilat ajo kryen veprimtarinë e saj. Faktorë për zgjedhjen e lokacionit të ndërmarrjes prodhuese janë: afërsia e konsumatorëve, afërsia e furnizuesve, qasja e fuqisë së punës, mundësia për shfrytëzimin e linjave transportuese dhe infrastruktura.

Nga zgjedhja e llojit dhe të cilësisë së materialeve të nevojshme për zhvillimin e procesit prodhues varen karakteristikat dhe cilësia e produkteve prodhuese. Që të kontrollohet dhe konstatohet cilësia e prodhimeve, domosdo është kontrollimi i cilësisë për të cilën shfrytëzohen metoda të ndryshme. Menaxhimi me cilësinë e totale (TOM) paraqet filozofi të menaxhmentit të përmirësimit të vazhdueshëm të cilësisë me qëllim që të përmbushen nevojat e konsumatorëve.

Standardizimi ka një varg të efekteve pozitive edhe për prodhuesin edhe për konsumatorin meqë lehtësohet zbatimi i kontrollit dhe lehtësohet zgjedhja e prodhimit për shkak të cilësisë së garantuar.

Sot në mbarë botën vëmendje të madhe i kushtohet sistemit të standardeve për cilësi ISO 9000. ISO 9000 paraqet seri të standardeve ndërkombëtare të cilat duhet të instalohen në punën e çdo ndërmarrjeje. Të gjitha veprimtaritë përmes të cilave bëhet përshtatja e materialit për të shërbyer për përmbushjen e një nevoje apo dëshirë të caktuar paraqet proces prodhues fazat e të cilës janë : përgatitja e prodhimit dhe depozitimi i materialeve të furnizuara, përpunimi (proces teknologjik), transporti i brendshëm, kontrolli, paketimi dhe depozitimi.

Rezervat paraqesin sasi të materialit që në një moment të caktuar gjenden në ndërmarrjen në stadiume të ndryshme të transformimit – si material fillestar, prodhimi në rrjedhë dhe prodhime të gatshme.

Vlera e rrogës së punëtorëve paraqet çmimin për punën e bërë në procesin e prodhimit. Në praktikë paraqiten sisteme të ndryshme për pagesën e punës edhe atë: diferencimi i të ardhurave sipas kërkesave të ndryshme të punës dhe diferencimi i të ardhurave sipas efekteve të realizuara nga puna. Vendi i punës paraqet hapësirë të caktuar i siguruar me makina, vegla dhe mjete tjera të ndryshme me të cilat punëtori kryhen operacion të caktuar punues.

Paketimi quhet proces i vendosjes së prodhimit në ambalazh, gjegjësisht mënyra se si prodhimi vendoset në ambalazh. Materiali në të cilin paketohet e mira prodhuese quhet ambalazh. Ajo domosdo duhet t'i përshtatet të mirës.

Ekzistimi i rezervave dhe depove për vendosjen e tyre është e pashmangshme veçmas në rastet vijuese: kur ekziston interval i ndryshëm kohor mes marrjes së materialeve nga furnizuesit dhe dhënies së tyre në prodhimtari, kur ekziston nevoja për ndryshimin e rrjedhjes së prodhimit, kur ekziston mospajtueshmëri kohore dhe sasiore mes finalizimit të prodhimeve dhe dërgesës së tyre deri te blerësve.

Planifikimi i transportit të brendshëm përfshin: Zgjedhjen e llojit të mjeteve dhe pajisjeve transportuese, përcaktimin e sasisë së mjeteve transportuese, përcaktimin e kahjeve të lëvizjes së mjeteve transportuese.

Për shkak të ekonomizimit të mirëmbajtjes, nevojitet që të zbatohet politika e mirëmbajtjes preventive, e cila përbëhet në zbatimin e mirëmbajtjes së planifikuar të makinave, pajisjes dhe objekteve ndërtimore.

NOCIONE KYÇE

PROJEKTIMI I PRODHIMIT
PROJEKTIMI I PROCEDURËS TEKNOLOGJIKE
CILËSIA E PRODHIMIT
MENAXHIMI ME CILËSINË E PLOTË
FAZAT E PROCESIT PRODHUES
PROCESET TEKNOLOGJIKE
REZERVAT E MATERIALEVE
PAGESA E PUNËS
VENDI I PUNËS
PAKETIMI
AMBALAZHA
DEPOZITIMI
TRANSPORTI I BRENDSHËM
MIRËMBAJTJA

Pyetje për diskutim:

1. Pse nevojitet planifikimi i prodhimit dhe në çka përbëhet?
2. Çka nënkupton me lokacion të ndërmarrjes prodhuese dhe si merret vendimi për zgjedhjen e lokacionit?
3. Sqaro rëndësinë e zgjedhjes së materialeve, pajisjes dhe objekteve!
4. Sqaro rëndësinë e kontrollit të cilësisë së prodhimeve!
5. Çka nënkupton me menaxhimin e cilësisë totale?
6. Cilat janë efektet e procesit të standardizimit dhe të vendosjes së standardeve?
7. Numëro fazat e procesit prodhues!
8. Çka janë rezervat dhe si arrihet optimalizimi i rezervave?
9. Sqaro rolin e punës në procesin e prodhimit?
10. Çka është vendi i punës dhe cilat vende të punës dallohen?
11. Çka është ambalazhi dhe cilat janë funksionet e saj?
12. Çka mundëson planifikimi i sistemit të depozitimit?
13. Sqaro se si mund të zvogëlohen shpenzimet e transportit të brendshëm!
14. Pse është e nevojshme mirëmbajtja e makinave dhe pajisjes dhe si arrihet ekonomizimi i mirëmbajtjes?

TEMA 5

FINANCIMI I BIZNESIT TË VOGËL

PËRMBAJTJA E TEMËS

Nocioni dhe thelbi i financimit të biznesit të vogël

Parimi i financimit

Burimi i financimit

Burimet personale të financimit

Burimet e huaja të financimit

Burimet tjera të financimit (subvencionet)

Kreditimi i biznesit të vogël

Nocioni për kredi

Kreditimi i zhvillimit të biznesit të vogël

Klasifikimi i kredive

Shfrytëzimi dhe kthimi i kredisë

Shfrytëzimi i kredisë

Kthimi i kredisë

QËLLIMI:

Pas leximit të kësaj teme Ju duhet të jeni në gjendje:

- ta definoni nocionin e financimit:
- ta kuptoni thelbin e financimit
- t'i dalloni burimet e financimit
- ta kuptoni rëndësinë e kredisë në financimin e biznesit
- ta definoni nocionin e kredisë
- ta kuptoni klasifikimin e kredive sipas kritereve të ndryshme
- ta kuptoni se në cilën mënyrë shfrytëzohen dhe kthehen kreditë

1. NOCIONI DHE THELBI I FINANCIMIT TË BIZNESIT TË VOGËL

Financimi është këmbëngulje për të siguruar mjete të mjaftueshme financiare të domosdoshme për rrjedhjen normale të punës dhe zhvillimin e biznesit

Çdo ndërmarrje vazhdimisht ka nevojë që të shfrytëzojë mjete financiare. Kjo do t thotë se në ndërmarrjen realizohet proces i vazhdueshëm i financimit, i cili ndryshon varësisht nga ndryshimi i kushteve të shfrytëzimit të kapitalit të disponueshëm.

Financimi është këmbëngulje për të siguruar mjete të mjaftueshme financiare të domosdoshme për rrjedhjen normale të punës dhe zhvillimin e biznesit. Ose thënë me fjalë tjera, me financim nënkuptohet njëfarë përpjekje e pronarit të ndërmarrjes për sigurimin dhe për shfrytëzimin e drejtë të mjeteve financiare të huaja dhe personale, të domosdoshme për realizimin e qëllimeve të hartuara.

Në definicionin për financimin janë përfshirë elementet kyçe vijuese: Segmenti i *parë*, pronari i biznesit në fillim ndërmerr një varg aktiviteteve për gjetjen e mjeteve financiare të domosdoshme për fillimin e biznesit. *Segmenti i dytë* ka të bëjë me mënyrën e drejtë të shfrytëzimit të mjeteve financiare për shkak të arritjes së dobisë ekonomike dhe *segmenti i tretë*, ka të bëjë me mënyrën dhe dinamikën e kthimit të mjeteve financiare, nëse ndërmarrja krahas mjeteve financiare personale, shfrytëzon edhe mjete financiare të huaja.

Nevoja për shfrytëzimin e mjeteve financiare gjatë punës së ndërmarrjes varet nga:

- Madhësia, dinamika dhe struktura e aktiviteteve
- Lloji i veprimtarisë së ndërmarrjes
- Mjetet e disponueshme personale si burimi themelor dhe më i shpeshtë i financimit të biznesit të vogël.
- Vlera e fitimit që realizohet nga puna
- Mundësitë dhe kushtet për shfrytëzimin e mjeteve të huaja financiare.

Mund të thuhet se procedura qëllimi i së cilës është sigurimi i mjeteve financiare për të punuar bizneset e vogla quhet financim. Financimi është njëra nga sferat më të rëndësishme për nxitjen e zhvillimit të biznesit të vogël. Në fakt, financat janë forma më e shpeshtë për mbështetje, e

domosdoshme për hyrjen e pjesëmarrësve të rinj në treg dhe për zhvillimin e bizneseve të tyre. Pa treg të zhvilluar financiar, praktikisht është shumë vështirë të mbahet niveli i caktuar i aktivitetit investues, gjegjësisht hyrjes së pjesëmarrësve të rinj në treg dhe zhvillimin e atyre ekzistuese.

1.1. PARIMET E FINANCIMIT

Gjatë realizimit të politikës së financimit domosdo është respektimi i disa **parimeve të financimit**, e ato janë:

- parimi i stabilitetit të financimit
- parimi i ekonomizimit
- parimi i rentabilitetit

Me **stabilitet** të financimit nënkuptohet aftësia e ndërmarrjes që përmes sigurimit të rregullt të mjeteve të mundësojë rrjedhjen e vazhdueshme dhe të pandërprerë të prodhimitarisë dhe aktiviteteve tjera. Duke marrë parasysh se një pjesë e mjeteve janë të huazuara, atëherë stabiliteti i financimit nënkupton, që me kthimin e mjeteve të huazuara në afatet e parapara, ndërmarrja të mos vihet në gjendje ta ndërpret punën e vet për shkak të mungesës së mjeteve.

Me **likuiditet** nënkuptohet aftësia e ndërmarrjes që t'i paguajë të gjitha detyrimet. Kundrejt kësaj, ndërmarrja është jolikuiduese kur nuk disponon me mjete financiare për pagesën e detyrave të veta në afatet e parapara.

Me financim **ekonomik** nënkuptohet financimi gjatë së cilës shpenzimet e shkaktuara nga sigurimi i mjeteve financiare për realizimin e një pune të caktuar janë më të vogla se të ardhurat e realizuara. Si shpenzim më i rëndësishëm konsiderohet kamata e mjeteve të huazuara, por krahas këtij shpenzimi, lajmërohen edhe shpenzime tjera, si për shembull provizioni i cili është si kompensim për shërbimet e kryera.

Parimi **rentabilitet** është këmbëngulje që me anë të angazhimit të një sasive të caktuar të mjeteve në punë, të realizohet fitim sa më i madh. Shkalla e rentabilitetit i cili është raport mes fitimit të realizuar dhe mjeteve të angazhuara, tregon në fakt shkallën e përtëritjes së mjeteve. a.q rritjes së punës.

2. BURIME TË FINANCIMIT TË BIZNESIT TË VOGËL

2.1 BURIME PERSONALE TË FINANCIMIT

Financimi nga burimet personale bazohet në mjetet e pronarëve të ndërmarrjeve për të cilat nuk ekziston detyrimi për kthimin

Financimi nga burimet personale bazohet në mjetet e pronarëve të ndërmarrjeve për të cilat nuk ekziston detyrimi për kthimin.

Burimet personale të mjeteve financiare shpesh herë paraqesin burime thelbësore prej të cilave sigurohet puna e ndërmarrjes. Themeluesit e ndërmarrjes, (qofshin në pyetje një ose më shumë persona fizikë dhe juridikë) përmes investimeve të tyre sigurojnë sasinë e mjeteve të nevojshme për fillimin e biznesit.

Ekzistojnë më shumë lloje të burimeve personale të financimit të cilat mund të ndahen në dy grupe edhe atë:

a) Mjete në formë të investimeve të pronarëve gjatë themelimit të ndërmarrjes:

Kapitali i pronarit të ndërmarrjes është burimi themelor i financimit të biznesit

Kapitali i pronarit të ndërmarrjes është burimi themelor i financimit të biznesit. Që të fillojë biznesi nevojitet të sigurohen mjete financiare në sasi dhe strukturë të atillë që do t'i përgjigjet veprimtarisë dhe madhësisë së ndërmarrjes. Mjetet initiale financiare të pronarit mund të rrjedhin nga më shumë burime: kursimet, rezervat, paratë e fituara përmes shitjes së pronës personale të patundshme, paratë e fituara përmes shitjes së letrave personale me vlerë, dhuratat, trashëgimia etj.

Investimet e përbashkëta – kapital i cili formohet në bazë të marrëveshjes mes investitorëve, themeluesve të ndërmarrjes

Investimet e përbashkëta. Ndërmarrjet të cilat janë themeluar prej më shumë themeluesve (siç janë: Shoqëritë me përgjegjësi të kufizuar, Shoqëritë publike tregtare dhe të fillojnë me punë duke shfrytëzuar investimet e themeluesve: Ky kapital formohet në bazë të marrëveshjes mes investitorëve, themeluesve të ndërmarrjes. Me marrëveshjen përcaktohet vlera e investimeve që duhet çdonjëri prej themeluesve ta investojë. Investimi i çdo ortaku është vënë në funksion të realizimit të veprimtarisë së ndërmarrjes, ndërsa efektet e punës i takojnë të gjithë ortakëve varësisht mjeteve të investuara.

b) Mjetet nga kursimi që krijohen në punën e ndërmarrjes. Në këto mjete numërohen:

Fitimi paraqet burimin më të rëndësishëm të financimit të ndërmarrjes. Mundësia për të financuar punën personale është më e madhe, nëse ndërmarrja realizon fitim.

Amortizimi është njëra nga mënyrat përmes të cilave pronari i ndërmarrjes mund ta financojë një pjesë të punës. Amortizimi si formë e financimit vjen në shprehje tek ato biznese ku mjetet ekzistuese (fiksë) kanë vlerë të lartë dhe e ndjejnë trysinë e zhvillimit tekniko-teknologjik. Ky burim ndonëse nuk e zmadhon kapitalin e ndërmarrjes, megjithatë paraqet burim të rëndësishëm të mjeteve financiare për shkak të faktit që kompenson vlerën e shpenzuar të mjeteve ekzistuese (fiksë).

Nëse burimet personale të mjeteve nuk mjaftojnë, atëherë biznesi detyrohet të shfrytëzojë burime shtesë (të huaja) të mjeteve të cilat i siguron në tregun financiar.

2.2. BURIME TË HUAJA FINANCIARE

Puna e ndërmarrjes pa marrë parasysh veprimtarinë që e kryen, duhet të mbështetet me sasinë e nevojshme të mjeteve financiare. Edhe përkundër përparësisë së madhe që e ka financimi nga burimet personale, praktika tregon se thujtë është e pashmangshme shfrytëzimi i mjeteve nga burimet e huaja. Burimet personale të mjeteve financiare shpesh herë nuk janë të mjaftueshme për investim fillestar ose për investim në zgjerimin e punës së ndërmarrjes.

Forma më e shpeshtë e financimit të punës së bizneseve të vogla nga burimet e huaja janë kreditë afatshkurtë dhe afatgjatë.

Kreditë afatshkurta (kredi me afat kthimi deri në një vit) dedikohen për financimin e nevojave rrjedhëse të ndërmarrjes, siç janë: furnizimi i lëndëve të para dhe materialeve, furnizimi i karburantit, mirëmbajtja e makinave dhe pajisjes etj. Ato kanë për qëllim që të sigurojnë kontinuitet në punën e ndërmarrjes. Me kreditë afatshkurte në fakt financohen shpenzimet

Kreditë afatshkurta dedikohen për financimin e nevojave rrjedhëse.

e përditshme të punës. Ato kthehen përnjëherë në ndonjë periudhë të vitit rrjedhës.

Burimet e kredive afatshkurta mund të jenë:

Kredia tregtare - ngjan atëherë kur ndërmarrja furnizon disa prodhime të caktuara nga furnizuesi, ndërsa borxhin e paguan më vonë. Obligimet e papaguara ndaj furnizuesve paraqesin kredi afatshkurta për ndërmarrjen. Për shembull, ndërmarrja për prodhimin e bukës, furnizon miell nga mulliri, ndërsa e paguan me marrëveshje pas 3 ose 6 muaj.

Kredia nga institucionet financiare- ngjan atëherë kur ndërmarrja merr kredi me afat të kthimit deri në një vit nga banka ose nga institucionet tjera financiare. Kjo kredi dedikohet për sigurimin e mjeteve (qarkulluese) rrjedhëse (lëndëve të para, materiale ose prodhime të gatshme të dedikuara për shitje).

Kreditë nga ndërmarrjet tjera – Si burim i financimit (kreditimit) të ndërmarrjes mund të paraqitet edhe ndërmarrje tjetër – partneri i tij afarist. Partneri afarist krediton ndërmarrjen me qëllim që të realizojë ndonjë dobi ekonomike për veti: furnizim të lëndëve të para dhe materialeve, shitjen e prodhimeve të gatshme dhe ngjashëm. Kështu, kultivuesit e pemëve dhe perimeve i kreditojnë ndërmarrjet bujqësore, që ata të realizojnë prodhimtari më të madhe bujqësore, e cila nevojitet për përpunim.

Kreditë afatgjatë (kredi me afat kthimi deri në pesë vite) i aprovojnë bankat për investime të cilat kanë për qëllim që ta zgjerojnë ose përkryejnë kapacitetin ekzistues të ndërmarrjeve. Ato dedikohen për furnizim të mjeteve ekzistuese (fikse): furnizim të pajisjes, ndërtim të objekteve, ndërtim të konstruksioneve, ndërtim të instalimeve dhe ngjashëm. Kthimi i kredive afatgjatë bëhet nga fitimi i realizuar ose nga mjetet e dedikuara për amortizim. Duke marrë parasysh atë se kredia afatgjatë ka karakter investues, për aprovimin e saj bankat kërkojnë nga ndërmarrja një biznes plan për mënyrën e shfrytëzimit të tyre.

Kreditë afatgjate
dedikohen për
zgjerimin ose
përkryerjen e
kapacitetit ekzistues
të ndërmarrjeve

Financimi nga burimet e huaja ka justifikim ekonomik nëse ndërmarrjes i mundëson zvogëlimin e shpenzimeve për prodhimin e një njësie të produktit

Financimi nga burimet e huaja ka justifikim ekonomik nëse ndërmarrjes i mundëson zvogëlimin e shpenzimeve për prodhimin e një njësie të produktit. Kredia nuk do të kishte justifikim ekonomik për pronarin e ndërmarrjes nëse ai nuk i mundëson rritjen e përgjithshme të punës, rritjen e të ardhurave nga shitja dhe rritjen e fitimit.

Shfrytëzimi i mjeteve nga burimet e huaja në njëfarë mënyre shkakton pasoja mbi punën e ndërmarrjes, para se gjithash për shkak të obligimit që të kthehen në një afat të caktuar, me çka zvogëlohet stabiliteti i financimit. Më tej, pagesa e kamatës për mjetet e huazuara zvogëlon fitimin e realizuar. Po ashtu, me shfrytëzimin e burimeve të huaja të mjeteve rritet varësia e ndërmarrjes nga kreditori dhe kufizohet liria e marrjes së vendimeve.

2.3. BURIME TJERA TË FINANCIMIT (Subvencionet)

Subvencionet paraqesin ndihmë financiare pa obligim të kthimit

Përveç burimeve personale dhe të huaja të mjeteve financiare, ndërmarrjet mund të shfrytëzojnë mjete të pakthyeshme për financimin e punës nga ana e subjekteve tjera, në formë të subvencioneve. Subvencionet paraqesin ndihmë financiare pa obligim të kthimit. Si ndihmues lajmërohen ndërmarrjet (partnerët afaristë) ose shteti. Me shfrytëzimin e subvencioneve sigurohet rritja e të ardhurave të përgjithshme në periudhën rrjedhëse të përlllogaritur dhe përmirësohet rezultati financiar.

Subvencionet mund të paraqiten në forma të ndryshme. Më të shpeshta janë:

Premitë janë ndihmë financiare në bujqësinë, ndërsa më rrallë në industrinë për stimulimin e prodhimtarisë

Premitë, si njëfarë lloji i ndihmës financiare, në të shumtën e rasteve u jepen ndërmarrjeve të bujqësisë, ndërsa më rrallë ndërmarrjeve të industrisë, për stimulimin e prodhimtarisë të disa produkteve bujqësore dhe industriale të cilat të deficituara ose kanë rëndësi strategjike (qumësht, gru, duhan, rrush, mish dele etj). Premia i ndahet ndërmarrjes nga ana e shtetit si një shumë e caktuar financiare mbi çmimin shitës (blerës) të produktit të prodhuar.

Regresi paraqet kthimin e një pjesë të shumës që blerësi e ka paguar si çmim (kompensim) për prodhimet e blera

Kompensimin e ndan shteti duke e zotuar ndërmarrjen që prodhimet e veta t'i shet me çmim më të ulët se në treg. Në fakt, kompensimi paraqitet si shtesë mbi çmimin e vërtetuar, deri në nivelin e çmimit shitës i cili do të mund të konsiderohet si i pagueshëm.

Regresi, paraqet kthimin e një pjese të shumës financiare që blerësi e ka paguar si çmim (kompensim) për prodhimet e blera. Me pranimin e regresit, prodhimi i blerë për blerësin bëhet më i lirë, që në mënyrë të vulltshme shprehet mbi pozitën e tij financiare. Me regresim në të shumtën e rasteve janë të përfshirë prodhimet për konsumin prodhues me qëllim që të parandalohet rritja e shpenzimeve për prodhimtarinë (për shembull, bujqit fitojnë regres pasi të furnizojnë mbeturinat artificiale).

Kompensimin e ndan shteti duke e zotuar ndërmarrjen që prodhimet e veta t'i shet me çmim më të ulët se në treg. Në fakt, kompensimi paraqitet si shtesë mbi çmimin e vërtetuar, deri në nivelin e çmimit shitës i cili do të mund të konsiderohet si i pagueshëm. Kështu, konsumatorët final e paguajnë çmimin më të ulët, ndërsa shteti zotohet t'ia paguajë shitësit dallimin nga [mimi i vërtetuar e deri në atë të tregut, në formë të kompensimit.

Përveç rasteve të përmendura të ndihmës direkte financiare, është i mundur edhe shfrytëzimi i ndihmës prej shtetit dhe në mënyrë indirekte, përmes trajtimit më të vulltshëm gjatë pagesës së obligimeve të ndryshme financiare ndaj tij. Kjo realizohet përmes shkallëve të diferencuara të tatimeve, kontributeve, doganave ose përmes lirimit të plotë për pagesën e tyre. Shteti në situata të caktuara ndërmerr obligimin e ndërmarrjeve për pagesën e kontributeve ndaj fondeve sociale, shëndetësore dhe pensionale, me qëllim që të rriten mjetet financiare të ndërmarrjeve dhe të stimulohet punësimi i disa punëtorëve të rinj.

Mjetet financiare krijohet spontanisht prej detyrimeve të kohëpaskohshme të papaguara ndaj subjekteve tjera gjatë punës rrjedhëse të ndërmarrjes. Në fakt, këto mjete financiare i qëndrojnë në disponim ndërmarrjes nga momenti i ngjarjes së tyre deri në momentin e pagesës. Të tilla janë:

- detyrimet e papaguara ndaj furnizuesve për materialet, lëndët e para, prodhimet e blera tregtare, shërbimet e kryera etj.
- detyrimet e papaguara për rroga të të punësuarve
- tatimet dhe kontributet e papaguara ndaj shtetit etj.

3. KREDITIMI I BIZNESIT TË VOGËL

3.1 NOCIONI PËR KREDI

Kredia është marrëdhënie huadhënëse – kreditore sipas të cilit kreditori i liron shfrytëzuesit të kredisë një vlerë të caktuar reale (prodhime ose para) për shfrytëzim në kohë të caktuar, me kushte të caktuara, me detyrim që vlera e pranuar të kthehet.

Kredia është njëra nga burimet më të rëndësishme të mjeteve financiare përmes të cilit sigurohet kryerja normale e veprimtarisë së biznesit të vogël.

Kredia (ose marrëdhënia kreditore) është marrëdhënie huadhënëse – kreditore sipas të cilit kreditori i liron shfrytëzuesit të kredisë një vlerë të caktuar reale (prodhime ose para) për shfrytëzim në kohë të caktuar, me kushte të caktuara, me detyrim që vlera e pranuar të kthehet.

Marrëdhënia kreditore mes kreditorit dhe shfrytëzuesit të kredisë bazohet mbi besimin e kreditorit në huamarrësin që del nga njohja e ndërsjellë ose nga njohja e disa fakteve të caktuara që janë të rëndësishme për këtë besim. Shumë shpesh besimi bazohet mbi ndonjë vlerë reale që i kredituari do ta jep si garancë tek kreditori për sigurimin e kthimit të mjeteve të huazuara.

Nga ky dimension del se formulimi i marrëdhënies kreditore bazohet në tre elemente:

- lirim e një vlere të caktuar për shfrytëzim
- besimin e kreditorit në të kredituarin (huamarrësin)
- detyrimin e huamarrësit që ta kthejë vlerën e pranuar në afatin e caktuar.

Marrëdhënia kreditore është vullnetare dhe bazohet në firmosjen e marrëveshjes së ndërsjellë në formë të shkruar – marrëveshje për kredi. Përmes kredisë mundësohet që mjetet e lira financiare që gjenden tek disa subjekte të mobilizohen, të mblidhen dhe të vendosen në disponim për ata që në një periudhë të caktuar u nevojiten.

3.2. KREDITIMI I ZHVILLIMIT TË BIZNESIT TË VOGËL

Sasia dhe struktura e mjeteve financiare të cilat do t'i nevojiten biznesit të vogël varen prej tre faktorëve kryesorë:

- prirja e ndërmarrjes ndaj zhvillimit;
- prirja për të menaxhuar me zhvillimin dhe
- prirja që të sigurojë burime stabile të mjeteve financiare.

Mund të njihen tre mënyra të reagimit të bizneseve të vogla lidhur me nevojën e kreditimit të punës dhe raportin ndaj zhvillimit personal.

1. Në grupin e parë bëjnë pjesë ato ndërmarrje të cilat kanë prirje të dobët ndaj zhvillimit, siç janë bizneset e vogla me karakter të përkohshëm dhe sezonal, si dhe ndërmarrjet të cilat sigurojnë të ardhura dhe fitime që i tejkalon nevojat për një jetë komode të pronarit dhe familjes së tij, por nuk ndjenë nevojë për mjete financiare shtesë edhe përkundër potencialeve të disponueshme në zhvillim. Ata, nevojën e mjeteve financiare në të shumtën e rasteve e sigurojnë nga burimet personale (fondet familjare, huazimet nga miqtë etj, ndërsa më rrallë nga kreditë bankare. Pavarësia e lartë dhe kontrolli mbi biznesin nuk lejon marrjen e vendimeve për investime dhe zgjerimin e ndërmarrjes. Kjo ndodh për dy arsye. *E para*, sepse ekziston druajtje tek pronari i ndërmarrjes nga humbja e pavarësisë në marrjen e vendimeve dhe rritjen e varësisë nga kreditorët potencialë. *E dyta*, sepse bankat nuk janë të interesuara për aprovimin e kredive për shkak të kapitalit të vogël potencial të ndërmarrjes dhe jostabilitetit, pasigurisë së theksuar të bizneseve të vogla.

2. Për bizneset e suksesshme të vogla, financimi përmes kredive është me rëndësi të madhe. Në këto ndërmarrje pronari dëshiron kritere të larta për shitje dhe fitim pa mos e zvogëluar ose humbur kontrollin mbi punën. Për arritjen e këtyre qëllimeve ndërmarrja mbështetet në burimet personale të mjeteve financiare, të mbështetura me kredi afatshkurte, që të zvogëlohet ndikimi i kreditorit mbi punën. Bankat shikojnë me simpati ndaj këtyre bizneseve, me kujdes duke marrë vendime për aprovimin e kredive. Zakonisht kreditë e aprovuara janë afatshkurta, në shuma të vogla, me kamata të larta dhe me nivel të lartë të sigurimit nga rreziku.

3. Bizneset e orientuara në zhvillim karakterizohen me këmbëngulje që të realizohen të ardhura dhe fitime të cilat jo vetëm që janë më të mëdha se ato që nevojiten për jetën e pronarit, por në masë të konsiderueshme e tejkalojnë atë. Që të sigurohet zhvillimi përmes rritjes së kapacitetit, ose përkryerjes së prodhimit dhe të procesit shitës, të domosdoshme janë kreditë afatgjate. Pronari do të heqë dorë prej njëres pjesë të vendimmarrjes së pavarur dhe udhëheqjes së ndërmarrjes, duke ia lëshuar kreditorëve dhe garantuesve për borxhin e tij, në llogari të realizimit të fitimit më të madh. Humbja e pavarësisë në punë arsyetohet me pjesëmarrjen në shpërndarjen e fitimit më të madh, siç thuhet në fjalën e urtë: „ më shumë e dua copën e vogël të pitës së madhe, se sa copën e madhe të pites së vogël“.

Për bizneset orientuara në zhvillim bankat aprovojnë kredite afatgjate me kushte të volitshme: me afat të gjatë kthimi, shkallë të ulët kamatore, grejs periudhë të aprovuar etj. Bankat janë të interesuara për aprovimin e kredive nëse:

- mjetet investohen në veprimtari në të cilat realizohet fitim i madh.
- pronari merr pjesë në investimin edhe me mjete personale
- pronari siguron kthimin e kredisë me vënien në hipotekë të patundshmërive ose përmes fondeve garantuese të cilat sigurojnë kthimin e borxhit.
- pronari i lejon të rishikojnë bankës-kreditor në raportet financiare, për mënyrën dhe efektet e shfrytëzimit të kredisë.

4. KLASIFIKIMI I KREDIVE

Në praktikën e kreditimit hasen lloje të ndryshme të kredive, andaj në teori ekziston klasifikimi i tyre i ndryshëm. Ekzistojnë më shumë mënyra të klasifikimit dhe kreditimit, sipas kriterëve të ndryshme. Më të rëndësishme janë:

1. Sipas kohës së shfrytëzimit kreditë mund të jenë afatshkurta (deri në një vit), dhe afatgjate (mbi një vit). Qëllimi i tyre është sqaruar më parë.

2. Sipas llojit të institucioneve të cilat i aprovojnë kreditë, ato mund të jenë:

- kredi prej institucioneve financiare (banka, kursimore)
- kredi prej ndërmarrjeve tjera
- kredi prej fondeve qeveritare dhe joqeveritare dhe prej organizatave për mbështetje të zhvillimit të biznesit të vogël.

3. Sipas formës në të cilën aprovohen, dallojmë:

- kredi financiare (aprovohet në para dhe kthehet në para)
- kredi tregtare (aprovohet në prodhime, ndërsa kthehet në para)

4. Sipas mënyrës së sigurimit nga rreziqet – sipas mënyrës në të cilën sigurohet kthimi i kredive, në praktikë hasen llojet vijuese të kredive:

- *Kredia hipotekare* është kredi afatgjatë të cilën e aprovojnë bankat në bazë të vënies në hipotekë të pronës së patundshme (tokë, objekte ndërtimore) ose të tundshme me vlerë të madhe (avionë, anije etj). Vënia në hipotekë e sendeve regjistrohet në librat e pronësisë (lista pronësore) nga ana e organeve gjyqësore me kërkesë të kreditorit. Deri në pagesën e plotë të kredisë, kufizohet e drejta e pronësisë. Në rast të mospagesës me kohë të detyrimeve kreditore, kreditori ka të drejtë ta të huazoj sendin dhe ta përmbush kërkesën.

- *Kredia lomberde* është kredi afatshkurte e siguruar me vënien në hipotekë të një vlere të caktuar reale në formë të pronës së tundshme ose letrave me vlerë. Që të mund ndonjë lëndë të shërbejë si sigurim i kthimit të kredisë, duhet të ketë vlerë stabile dhe të ekzistojë mundësia për të huazimin e lehtë të tij. Në rast të pamundësisë së kthimit të kredisë, kreditori ka të drejtë që sendin e vënë në hipotekë ta shesë dhe nga shuma e fituar t’i përmbush kërkesat e veta.

- *Kredi akceptuese* aprovojnë bankat me dhënien e pëlqimit për pagesën e (akceptimin) e kambialit. Me dhënien e akceptit të kambialit banka zotohet ta paguajë kambialin në afat të caktuar nëse atë nuk e bën komitenti i saj. Me kredinë e akceptuar nuk i lihet në disponim shfrytëzuesit një shumë e caktuar e mjeteve, por vetëm garanton se do ta kryejë detyrimin vetëm nëse komitenti i saj nuk e bën atë në afat të caktuar.

Kredia hipotekare është kredi afatgjatë të cilën e aprovojnë bankat në bazë të vënies në hipotekë të pronës së patundshme

Kredia lomberde është kredi afatshkurte e siguruar me vënien në hipotekë të një vlere të caktuar reale në formë të pronës së tundshme ose letrave me vlerë.

Me dhënien e **akceptit** të kambialit banka zotohet ta paguajë kambialin në afat të caktuar nëse atë nuk e bën komitenti i saj.

Andaj kredia akceptuese bën pjesë në grupin e kredive të garantuara.

■ *Kredia eskonte është kredi në formë të blerjes së kërkesës të cilën e ka një ndërmarrje në krahasim me një ndërmarrjen tjetër nga ana e ndonjë banke, e cila është e siguar me kambial që rrjedh nga qarkullimi i të mirës dhe shërbimit*

■ *Kredia llogari korente është kredi të cilën banka ia aprovon komitentit në llogarinë e tij. Kredia llogari korente dedikohet për mbajtjen e likuiditetit rrjedhës të shfrytëzuesit.*

5. SHFYTËZIMI DHE KTHIMI I KREDISË

5.1. SHFRYTËZIMI I KREDISË

Pas firmosjes së marrëveshjes mes kreditorit dhe shfrytëzuesit të kredisë edhe pas përmbushjes së kushteve të dakorduara, kreditori ia lë në disponim kredinë e aprovuar shfrytëzuesit. Shfrytëzuesi i kredisë nuk mund ta shfrytëzojë shumën e dakorduar për realizimin e qëllimeve tjera, të ndryshme nga ato që janë vërtetuar në marrëveshjen.

Mjetet e kredisë së aprovuar, kreditori i transferon në llogarinë e shfrytëzuesit ose në llogarinë e kreditorit ndaj të cilit ekziston detyrimi për shlyerjen e borxhit të bërë paraprak. Me këtë rast kreditori e fut në borxh shfrytëzuesin e kredisë në vlerë të kredisë së shfrytëzuar, ndërsa shfrytëzuesi i kredisë e evidenton detyrimin e vet ndaj kreditorit. Shfrytëzimi i kredisë së aprovuar duhet të kryhet në afat të caktuar. Pas skadimit të afatit, pjesa e pashfrytëzuar e kredisë mund të shuhet.

Shfrytëzimi i kredisë afatgjate në të shumtën e rasteve zhvillohet sipas dinamikës së vërtetuar paraprake. Shfrytëzimi i kredisë mund të zgjasë më së paku një ose dy vite. Vërtetimi i rregullt i dinamikës për shfrytëzimin e kredisë ka rëndësi të madhe si për kreditorin, ashtu edhe për shfrytëzuesin e kredisë, për shkak të shfrytëzimit racional të mjeteve.

5.2. KTHIMI I KREDISË

Kthimi i kredisë bëhet në kuadër të afateve të dakorduara. Kreditë afatshkurte në të shumtën e rasteve kthehen në shumën e plotë përnjëherë, kredi, së bashku me kamatën e përcaktuar. Nëse mundësitë financiare të shfrytëzuesit të kredisë e lejojnë, kredia mund të kthehet në afat më të shkurtë se ai që është dakorduar më parë. Në këtë rast bankat përllorarin dhe paguajnë një lloj të provizionit për shkak të kthimit të hershëm të kredisë.

Kreditë afatgjate kthehen gjatë periudhë më të gjatë, në këste të cilat arrijnë në intervale të caktuara (tremujore, gjysmëvjetore dhe intervale vjetore), sipas planit të vërtetuar paraprakisht a.q amortizues, në pajtim me marrëveshjen për kredi. Më pas, çdo këst – anuitet, përveç pagesës së pjesës së kredisë, përmban edhe kamatë për pjesën e pashfrytëzuar të kredisë. Me çdo pagesë të anuitetit, zvogëlohet borxhi i shfrytëzuesit të kredisë ndaj kreditorit për shumën e pagesës që përmbahet në anuitetin.

Nëse për shkak të vonimit të pagesës së kredisë paraqitet ndonjë pjesë e papaguar e kredisë, atëherë përveç kamatës së rregullt, shfrytëzuesi i kredisë obligohet të paguajë edhe kamatë për vonesën e cila llogaritet me shkallë më të lartë të kamatës së rregullt. Me kërkesë të palëve në marrëveshjen për kredi, në ekzistimin e marrëdhënies së kredisë mund të vjen deri te ndryshimi i disa dispozitave të marrëveshjes, si: rritja e kredisë, rritja ose zvogëlimi i shkallës kamatore, vazhdimi i afatit për kthim etj.

Shembull – Plani amortizues për kredi afatgjate prej 1.000.000.00 denarëve me afat të pagesës prej 10 viteve me anuitete të barabarta vjetore dhe me shkallë kamatore prej 9 për qind në vit.

Anuitet - këst,
paraqet shumën në mes të shlyerjen e kredisë dhe të interesit.

Periudha	Kredia	Anuiteti vjetor	Kamata vjetore	Pagesa vjetore
1	1,000,000.00	155,820.00	90,000.00	65,820.00
2	934,180.00	155,820.00	84,076.00	71,744.00
3	862,436.00	155,820.00	77,619.00	78,201.00
4	784,235.00	155,820.00	70,551.00	85,239.00
5	698,996.00	155,820.00	62,910.00	92,910.00
6	606,086.00	155,820.00	54,548.00	101,272.00
7	504,814.00	155,820.00	45,433.00	110,386.00
8	394,427.00	155,820.00	35,498.00	120,322.00
9	274,105.00	155,820.00	24,670.00	131,150.00
10	142,955.00	155,820.00	12,865.00	142,955.00
Gjithsej:	1,000,000.00	1,558,200.00	558,200.00	1,000,000.00
Tabela 1				

PËRMBYLLJE 5

Me financim nënkuptohet njëfarë përpjekje e pronarit të ndërmarrjes për sigurimin dhe për shfrytëzimin e drejtë të mjeteve financiare të huaja dhe personale, të domosdoshme për realizimin e qëllimeve të hartuara.

Kapitali i pronarit të ndërmarrjes është burimi themelor për financimin e biznesit. Burimet personale të mjeteve financiare shpesh herë nuk janë të mjaftueshme për investimin fillestar ose për investimin në zgjerimin e punës së ndërmarrjes. Forma më e shpeshtë e financimit të ndërmarrjes prej burimeve të huaja janë kredi afatshkurtre dhe afatgjate. Kredia nuk do të kishte kurrfarë kuptimi ekonomik nëse ai nuk mundëson rritjen e sasisë së punës, gjegjësisht rritjen e fitimit.

Përveç burimeve personale dhe të huaja të mjeteve financiare, ndërmarrjet mund të shfrytëzojnë mjete të pakthyeshme në formë të subvencioneve.

Kredia është burimi më i rëndësishëm i mjeteve financiare i cili siguron kryerjen e pandërprerë të veprimtarisë së biznesit të vogël. Kreditë afatshkurte dedikohen për financimin e nevojave rrjedhëse të ndërmarrjes. Kreditë afatgjate dedikohen për furnizim të pajisjes, ndërtimin e objekteve, ndërtimin e konstruksioneve, ndërtimin e instalimeve etj.

Kredia tregtare realizohet përmes shitjes së të mirave dhe shërbimeve me anulimin e pagesës.

NOCIONET KRYESORE:

FINANCIMI
BURIMET PERSONALE Të MJETEVE
BURIMET E HUAJA Të MJETEVE
SUBVENCIONET
KREDITË
KREDIA AFATSHKURTE
KREDIA AFATGJATE
PLANI AMORTIZUES
ANUITETI

Pyetje për diskutim:

1. Çka nënkupton me nocionin financim të biznesit të vogël?
2. Cilat janë burimet personale të financimit?
3. Cilat janë arsyet për shfrytëzimin e mjeteve financiare nga burimet e huaja?
4. Cilat janë format dhe llojet e burimeve të huaja të financimit?
5. Çka nënkupton nocioni subvencione?
6. Cilat janë llojet e subvencioneve?
7. Defino nocionin kredi?
8. Cili është roli i kredisë për zhvillimin e biznesit të vogël?
9. Bëj klasifikimin e kredive?

TEMA 6

FORMIMI I ÇMIMIT TË PRODHIMIT

PËRMBAKTJA E TEMËS:

Përcaktimi i shpenzimeve

Nocioni dhe struktura e çmimit kushtues

Definimi dhe thelbi i çmimit kushtues

Struktura e çmimit kushtues

Llogaritja e shpenzimeve direkte dhe indirekte

Shpenzimet direkte dhe indirekte

Metodat për llogaritjen (kalkulimin) e shpenzimeve direkte dhe indirekte

QËLLIMET :

Pas leximit të kësaj teme Ju do të jeni në gjendje:

- ta kuptoni rëndësinë e caktimit të shpenzimeve;
- ta kuptoni rëndësinë dhe rolin e kalkulimit;;
- ta definoni nocionin e çmimit kushtues;
- ta dini strukturën e çmimit kushtues;
- ta bëni ndarjen në shpenzime direkte dhe indirekte;
- t'i zbatoni metodat e llogaritjes së shpenzimeve dhe të çmimit kushtues.

1. PËRCAKTIMI I SHPENZIMEVE

Asnjë vendim në biznes nuk guxon të merret pa ndonjë analizë për ndikimin e saj në madhësinë e shpenzimeve në punë.

Të gjitha masat dhe aktivitetet të cilat ndërmerren për organizimin e punës në ndërmarrje, duke filluar nga furnizimi i materialeve dhe lëndëve të para, organizimin dhe kryerjen e procesit të prodhimit, si dhe shitjen e prodhimeve të gatshme, ndikojnë në madhësinë e shpenzimeve të punës dhe e përcaktojnë madhësinë dhe strukturën e tyre. Shpenzimet paraqiten si faktor të rëndësishëm kryesor për madhësinë e fitimit të realizuar të ndërmarrjes. Për atë, asnjë vendim në biznes nuk guxon të merret pa ndonjë analizë për ndikimin e saj në madhësinë e shpenzimeve në punë.

Shpenzimet të cilat ndodhin në punë janë të shumta dhe të ndryshme dhe vazhdimisht të ndjekjen dhe evidentohen. Nga evidentimi i shpenzimeve i cili bëhet në seksionin e llogaritjes së ndërmarrjes, fitohen të dhëna për madhësinë e shpenzimeve të bëra në qarkun e punës së ndërmarrjes. Të tilla janë:

- shpenzime për prodhimet veç e veç;
- shpenzime sipas vendit të ndodhjes, si: vende të punës, reparte etj.;
- shpenzime të lëndëve të para dhe materialeve;
- shpenzime të mjeteve fikse (amortizimi);
- shpenzime për pagesën e punëtorëve etj.

Të dalat paraqesin shpenzime të mjeteve të cilat janë të orientuara në krijimin e vlerave të reja, gjegjësisht prodhime të reja.

Të dhënat e fituara për shpenzimet më tutje shërbejnë për caktimin e rezultatit financiar, për caktimin e rezervave, për caktimin e çmimit të furnizimit dhe të shitjes së prodhimeve, etj.

Gjatë caktimit dhe vendosjes së kategorisë shpenzim duhet bërë dallim me nocionin të dala. Gjegjësisht, nëse shpenzimet të shprehura në para paraqesin harxhim të fuqisë punëtore dhe mjeteve të nevojshme për prodhimin e ndonjë produkti të caktuar, atëherë të dala paraqesin harxhime të mjeteve të cilat nuk janë të orientuara drejt krijimit të vlerave të reja, gjegjësisht prodhime të reja. si të dala mund t'i cekim: deficitet, gjjobat, dallimet e kursit etj.

Në çdo biznes duhet të ndiqen, caktohen dhe llogariten të gjitha shpenzimet të cilat do të mund të ndodhin ose të cilat kanë ndodhur gjatë kryerjes së ndonjë aktiviteti të caktuar afarist. Për këtë shkak, procedura për caktimin e shpenzimeve në realizimin e çfarëdo qoftë detyre fillon me përpunimin e *kalkulimit*.

Kalkulimi është instrument kryesor i cili mundëson caktimin dhe kontrollën e shpenzimeve të tërësishme dhe mesatare, llogaritjen e çmimit furnizues dhe shitës të prodhimit.

2. NOCIONI DHE STRUKTURA E ÇMIMIT KUSHTUES

2.1. DEFINIMI DHE THELBI I ÇMIMIT KUSHTUES

Qëllimi kryesor i evidentimit dhe i caktimit të shpenzimeve të punës në biznes është të vendos kontroll mbi ekonominë e punës.

Shpenzimet e bëra për prodhimin e një produkti formojnë çmimin kushtues. Kjo gjë pronarit të biznesit i tregon sa e kushton prodhimi i të mirës apo shërbimit, gjegjësisht sa të holla ka dhënë ose do të jep për të prodhuar një të mirë apo shërbim.

Me analizën e kalkulimit mund të caktohet pjesëmarrja dhe raportet e llojeve të caktuara të shpenzimeve në strukturën e shpenzimeve të tërësishme për prodhim të caktuar. Gjithashtu, mund të arrihet deri tek njohuri të dobishme për kualitetin e vendimeve afariste të menaxherëve.

Në madhësinë dhe strukturën e shpenzimeve të punës ndikojnë një numër i madh i faktorëve të brendshëm dhe të jashtëm. Për shembull, gjatë prodhimit të një automobili sasia e shpenzimeve, gjegjësisht çmimi kushtues, do të jetë i determinuar nga këta faktorë të brendshëm: cilësia e lëndëve të para dhe e materialeve të cilat instalohen në automobil, përdorimi i teknologjisë moderne në prodhimtari, eksperiencia e prodhuesve etj. Si faktorë të jashtëm të cilët ndikojnë në shpenzimet, gjegjësisht në çmimin kushtues, mund t'i numërojmë: çmimet e prodhimeve të konkurrentëve,

Çmimi kushtues paraqet shumën e të gjitha shpenzimeve që ndodhin për krijimin e një njësie prodhim.

niveli i rrogave të popullsisë, kushtet ekonomike në vend, politika ekonomike e qeverisë etj.

Për shkak të nevojës për analiza ekonomike dhe për shkak krahasimit më të lehtë të të dhënave nga kalkulimet (e kaluara dhe të ardhshme) e patjetërsueshme është shpenzimet e punës të grupohen vazhdimisht në mënyrë identike.

2.2. STRUKTURA E ÇMIMIT KUSHTUES

Caktimi i çmimit kushtues bëhet përmes grupimit të shpenzimeve direkte dhe indirekte të punës.

Caktimi i çmimit kushtues të prodhimeve të caktuara bëhet përmes grupimit të 5 grupeve të shpenzimeve:

1. *Shpenzime për materiale për përpunim*

Shpenzimet për materiale për përpunim paraqesin harxhim i të hollave të bëra për furnizim me lëndë të para, materiale ndihmëse, derivate, energji etj. dhe janë direkt të ndërlidhura me procesin e prodhimit. Këta paraqesin shpenzime direkte të punës.

2. *Shpenzimet për rroga të punëtorëve prodhues*

Këta shpenzime paraqesin harxhim i të hollave për kompensim të punës së bërë të punëtorëve prodhues. Këto kanë karakter të shpenzimeve direkte meqë në mënyrë direkte ndërlidhen me prodhimin e ndonjë produkti të caktuar.

3. *Amortizimi*

Me zbatimin e shkallëve amortizuese bëhet shlyerja e tepricës së mjeteve fikse të cilat përdoren në prodhimtari. Kur bëhet fjalë për amortizimin si shpenzim i shprehur në para, të një makine, ajo mund të llogaritet si *shpenzim direkt* nëse makina shfrytëzohet për prodhimin e një produkti ose si *shpenzim indirekt* nëse makina e njëjtë shfrytëzohet për prodhimin e më shumë produkteve.

4. *Shpenzime indirekte për përpunim*

Shpenzimet indirekte për përpunim i përfshijnë ato harxhime të parave të cilat janë të ndërlidhura me prodhimtarinë, por nuk mund të identifikohet madhësia e tyre për çdo prodhim në veçanti. Ato janë më shpesh shpenzimet për rroga të punëtorëve administrativ, për rroga të ndihmës punëtorëve të reparteve (analistë, magacioner etj.), shpenzimet për transport të brendshëm, për ndriqim dhe nxehje të reparteve, kamata për kredit të mjeteve fikse, kamata për kredit të mjeteve qarkulluese etj.

5. Shpenzimet indirekte për menaxhment dhe marketing

Këto shpenzime janë të ndërlidhura me udhëheqjen dhe organizimin e biznesit. Ato janë të përbashkëta dhe kanë të bëjnë me ndërmarrjen në tërësi, si: rroga për punëtorët administrativ, rroga për menaxherët, shpenzime për marketing, shpenzime për distribuim, për nxehjen e ndërtesës së udhëheqësisë, qiranë e objekteve etj.

3. LLOGARITJA E SHPENZIMEVE DIREKTE DHE INDIREKTE

3.1. SHPENZIMET DIREKTE DHE INDIREKTE

Sipas mënyrës së llogaritjes dhe mënyrës së renditjes së shpenzimeve të prodhimeve të caktuara, shpenzimet ndahen në shpenzime direkte (të pa ndërmjetësuar, individuale) dhe shpenzime indirekte (të ndërmjetësuar, të përgjithshme).

Shpenzime direkte janë ato shpenzime për të cilat dihet nga më herët për cilin prodhim janë të bëra. Për këtë shkak, shpenzimet direkte mundet në mënyrë direkte të llogariten në çmimin e kostos. Të tilla janë: materialet e harxhuara dhe lëndët e para për përpunim, rrogat e punëtorëve të cilët kanë punuar në prodhimin e ndonjë produktit të caktuar dhe të gjitha shpenzimet për të cilat mund të bëhet identifikim për cilin prodhim janë bërë. Për shembull, druri për përpunim të një tavoline është shpenzim direkt gjatë prodhimit të tavolinës, rroga e punëtorit i cili e prodhon tavolinën është shpenzim direkt për prodhimin e tavolinës etj.

Shpenzimet indirekte janë ato shpenzime që gjatë ndodhjes nuk dihet për cilin prodhim janë bërë, por bëhen për më shumë prodhime ose për ndërmarrjen në tërësi. Kjo do të thotë se madhësia e shpenzimeve indirekte nuk mund të identifikohet veç e veç për çdo prodhim, gjegjësisht ka të bëjë për më shumë prodhime. Meqë këto shpenzime mund të kufizohen në prodhime veç e veç, ato llogariten si shpenzime të përbashkëta për një repart, për një punëtor ose për ndërmarrjen në tërësi.

Për shpenzime indirekte llogariten: rrogat për punëtorët të cilët prodhojnë më shumë prodhime ose nuk janë të kyçura në procesin e prodhimitarisë (kontabilistë, rojtarë etj), rrogat e menaxherëve, shpenzimet

Shpenzimet indirekte janë ato shpenzime që gjatë ndodhjes nuk dihet për cilin prodhim janë bërë, por bëhen për më shumë prodhime ose për ndërmarrjen në tërësi.

për nxehe, shpenzimet për rrymë elektrike, shpenzime për pastrim dhe mirëmbajtje etj.

3.2. METODAT PËR LLOGARITJEN (KALKULIMIN) E SHPENZIMEVE DIREKTE DHE INDIREKTE

Ekzistojnë shumë metoda për llogaritjen dhe ndarjen e shpenzimeve direkte dhe indirekte. Cila metodë do të shfrytëzohet varet nga natyra e prodhimit. Si metoda më shpesh të shfrytëzuara mund të veçohen:

Ekzistojnë më shumë metoda për llogaritje dhe ndarje të shpenzimeve direkte dhe indirekte. Cila metodë do të përdoret varet nga natyra e prodhimit. Si metoda që përdoren më shpesh janë:

- a) Përpjestuese, gjegjësisht kalkulimi divizionar
 - *kalkulimi pastër divizionar*
 - *kalkulim divizion me ndihmën e numrave ekuivalent*
- b) Kalkulimi shtesë dhe
- c) Kalkulim i prodhimeve të lidhura.

a) Kalkulimi përpjesëtues (divizionar)

- kalkulimi i pastër ndarës

Themelimi i kalkulimit të pastër ndarës është i thjeshtë dhe nuk kërkon teknika të veçanta të llogaritjes. Ajo përbëhet në atë se madhësia e të gjitha llojeve të shpenzimeve të bëra mbledhet dhe më pas numri i fituar përpjesëtohet me sasinë e prodhuar të produkteve. Për shembull: Ndërmarrja që prodhon tavolina, brenda një muaji ka prodhuar 500 copë me shpenzime të përgjithshme (direkte dhe indirekte) prej 2.000.000 den. Në këtë rast, çmimi kushtues i një tavoline arrin 4.000 den. ($2.000.000/500 = 4.000$).

Kjo metodë është e qëlluar për kalkulimin e a.q për llogaritjen e shpenzimeve për njësi prodhim kur prodhimtaria është homogjene (prodhimi i çimentos, prodhimi i sheqerit, fitimi i rrymës elektrike).

- *Kalkulimi divizionar me ndihmën e numrave ekuivalent*

Kalkulimi divizionar me ndihmë të numrave ekuivalent zbatohet në raste kur prodhohen më shumë variante të një prodhimi të njëjtë:

prodhimin e produkteve të porcelanit, prodhimi i tullave me dimensione të ndryshme et.

Në këtë rast, të gjitha njësitë e prodhimeve janë rezultat i një procesi të njëjtë teknologjik dhe mes veti dallohen vetëm sipas dimensioneve, sipas trashësisë, sipas masës. Meqë shpenzimet për prodhimin e varianteve të ndryshme të një prodhimi të njëjtë gjenden në raport të caktuar, ato mund të vendosen në masë të përbashkët të a.q numra ekuivalent.

Për shembull. Një fabrikë brenda një muaji ka prodhuar 15.000 kg. prej një prodhimi, por me tre dimensione të ndryshme, edhe atë:

varianti “A” - 7.000 kg.

varianti “B” - 5.000 kg.

varianti “C” - 3.000 kg.

Shpenzimet për përpunimin e varianteve të caktuara gjenden në korelacion 1:1.2 : 1.4 të numrave ekuivalent dhe arrijnë gjithsej 860.000 den. (shpenzime direkte dhe indirekte).

Fillimisht. Numrat ekuivalent (1, 1.2 dhe 1.4) shumohen me prodhimtarinë e realizuar të çdo produkti që të fitohet sasia e prodhimtarisë e shprehur në njësi ekuivalente (kolona 4). Më tej, pjesëtohen shpenzimet e realizuara të përgjithshme të cilat arrijnë 860.000 den. me prodhimtarinë e përgjithshme të shprehur në njësi ekuivalente (17.200), që të fitohet shuma e shpenzimeve për një njësi prodhimtari ekuivalente, e ato janë 50 den. (kolona 5). Me qëllim që të vërtetohet shuma e përgjithshme e shpenzimeve për çdo variante veç e veç, prodhimtaria e realizuar e cila më parë është shndërruar në njësi ekuivalente (kolona 4) shumohen me 50 den. (kolona 6). në Fund, çmimi kushtues për çdo variante do të fitohet kur shuma e shpenzimeve për prodhimtarinë e çdo variante do të pjesëtohet me shumën e prodhuar (kolona 7) Shih tabela nr.2

Nr. rendor	Prodhim	Sas. Të prodhuara	Nr. Ekuiv.	prodhime në numra ekuiv.	Shpenzime për një njësi ekuiv.	Gjithsej shpenzime të prodh.	Çmimi kushtues për 1 kg.
	1	2	3	4	5	6	7
1.	A	7.000	1	7.000	50	350.000	50
2.	B	5.000	1,2	6.000	50	300.000	60
3.	V	3.000	1,4	4.200	50	210.000	70
	Gjithsej:			17.200		860.000	

Tabela nr. 2

b) Kalkulimi shtesë

Kalkulimi shtesë përbëhet në atë se shpenzimet indirekte ndahen në prodhime të ndryshme që prodhohen në ndërmarrjen. Ndarja e shpenzimeve indirekte bëhet me “kliç” të përcaktuar më herët, llogaritur sipas materialeve të nevojshme ose sipas rrogave të punëtorëve të angazhuar në prodhimtari.

Për shembull: Në një ndërmarrje prodhohen tre prodhime të ndryshme edhe atë:

1. karrige – 1.500 copë
2. tavolinë – 1.200 copë
3. bankë – 1.800 copë

Sipas të dhënave nga evidentimi kontabilist, shpenzimet direkte janë dhënë në tabelën 3.

nr. rendor	prodhim	Rroga për përpunim	Material për përpunim	Amortizim
1.	“karrige”	80.000	150.000	40.000
2.	“tavolinë”	60.000	120.000	25.000
3.	“bankë”	100.000	180.000	60.000
	Gjithsej	240.000	450.000	125.000

Tabela nr. 3

Gjithashtu janë bërë shpenzime indirekte në një shumë prej 120.000 den. prej të cilave 72.000 den. llogariten të shpenzimeve indirekte të repartit, edhe atë:

- energji elektrike 30.000 den.
- lëndë djegëse 25.000 den.
- ujë 5.000 den.
- lubrifikant 12.000 den.

Shpenzimet indirekte për menaxhment dhe marketing kapin shumën prej 48.000 den. edhe atë:

- rrogat e punëtorëve joprodhues 15.000 den.
- rrogat e menaxherëve 10.000 den.
- shpenzime për marketing 5.000 den.
- shpenzime për transport 7.000 den.
- shpenzime për materiale për në zyrë 5.000 den.
- qira për shitoret 6.000 den.

Për t’i shpërndarë shpenzimet indirekte në secilin lloj të prodhimeve, është e nevojshme të llogaritet vlera e “çelësit” me ndihmën e të cilit do të përcaktohet se sa nga shpenzimet indirekte i takojnë çdo produkti. Nëse çelësi për shpërndarjen caktohet sipas rrogave të punëtorëve të prodhimit, atëherë shuma e tij fitohet në këtë mënyrë:

$$Q = \frac{\textit{Shpenzime indirekte të repartit}}{\textit{Rroga të punëtorëve të prodhimit}} \times 100$$

Ose

$$Q = \frac{72.000}{240.000} \times 100 = 30\%$$

Ndërsa, çelësi për shpërndarjen e shpenzimeve indirekte të administrimit dhe shitjes do të fitohet në këtë mënyrë:

$$Q = \frac{\textit{Shpenzime indirekte të menaxhmentit dhe marketingut}}{\textit{Rroga të punëtorëve të prodhimit}} \times 100$$

Ose

$$Q = \frac{48.000}{240.000} \times 100 = 20\%$$

Me çelësat e fituar për shpërndarje të shpenzimeve indirekte shumëzohen rrogat e punëtorëve për prodhim për çdo produkt në veçanti. Në shembullin, ato shuma janë:

a) shpenzime indirekte të repartit për:

$$\text{“Karrige”} = \frac{80.000}{100} \times 30 = 24.000$$

$$\text{“Tavolinë”} = \frac{60.000}{100} \times 30 = 18.000$$

$$\text{“Bankë”} = \frac{100.000}{100} \times 30 = 30.000$$

b) shpenzime indirekte për menxhment dhe marketing për:

$$\text{“Karrige”} = \frac{80.000}{100} \times 20 = 16.000$$

$$\text{“Tavolinë”} = \frac{60.000}{100} \times 20 = 12.000$$

$$\text{“Bankë”} = \frac{100.000}{100} \times 20 = 20.000$$

Në bazë të llogaritjeve të mëparshme kalkulimi i shpenzimeve direkte dhe indirekte është e paraqitur në:

Elemente të çmimit të kostos	Gjithsej	Prodhime		
		Karrige	Masa	Stol
Material për përpunim	450.000	150.000	120.000	180.000
Amortizim	125.000	40.000	25.000	60.000
Rroga për punëtorë të prodhimit	240.000	80.000	60.000	100.000
Shpenzime indirekte të repartit	72.000	24.000	18.000	30.000
Shpenzime indirekte për menaxhment dhe marketing	48.000	16.000	12.000	20.000
Shpenzimet total	935.000	310.000	235.000	390.000
Çmimi kushtues për njësi produkti		206,6	195,8	216,9

Tabela nr. 4

Kalkulimi i shtuar konsiderohet si metoda më e mirë me ndihmën e të cilit shpenzimet indirekte shpërndahen në çdo produkt në veçanti, duke i shtuar shumatat e shpenzimeve indirekte kah shpenzimet direkte për çdo lloj produkti.

b) Kalkulimi për prodhime të lidhura

Formimi i çmimit të kostos duke përdorur kalkulimin për produkte të lidhura praktikohet në ato ndërmarrje në të cilat prodhohen më shumë produkte, të ndara si produkte kryesore dhe jo kryesore. Për shembull: sheqer dhe thelë, miell dhe krunde etj. Meqë këto produkte janë rezultat i të njëjtit proces teknologjik dhe i përdorimit të lëndëve të para dhe materialeve të njëjta, gjegjësisht shpenzime të njëjta direkte dhe shpenzime të njëjta indirekte, vështirë se mund të ndahen. Për të përcaktuar çmimin e kostos të produktit kryesor shfrytëzohet çmimi i tregut i prodhimit jo kryesor e cila minusohet nga shpenzimet e përgjithshme të prodhimit. Për shembull: Shpenzimet e përgjithshme të prodhimit të 1200 metrave pëlhurë tekstili në një fabrikë tekstili janë 600.000 den. Në të njëjtën kohë, si rezultat i të njëjtit proces prodhues fitohen edhe 5.000 kg pjesë tekstili si produkt jo kryesor. Çmimi i tregut i pjesëve të tekstit është 12 den. për një kilogram

ose $5.000 \times 12 = 60.000$. Nëse këto 60.000 den minusohen nga shpenzimet e përgjithshme të prodhimit (600.000) fitohen 540.000 den. që paraqesin çmimin e kostos të produktit kryesor. Pasi që në fabrikë janë prodhuar 1200 metra pëlhurë tekstili, çmimi i kostos për një meter është 450 den. ($540.000/1200=450$)

PËRMBLEDHJE 6

Shpenzimet gjatë punës paraqesin faktor me ndikim të zgjidhjes mbi madhësinë e fitimit të realizuar. Çmimi kushtues tregon sa shpenzime janë bërë ose duhet të bëhen për prodhimin e një njësi prodhim. Mbi madhësinë e shpenzimeve, e me këtë edhe mbi vlerën e çmimit kushtues ndikojnë një numër i madh i faktorëve intern dhe ekstern.

Struktura e çmimit kushtues: 1. Materiale për përpunim; 2. Rrogat e punonjësve prodhues, 3. Amortizimi. 4, Shpenzimet indirekte për përpunim, 5. Shpenzimet indirekte për menaxhment dhe marketing.

Shpenzimet direkte janë: materialet harxhuese dhe lëndët e para harxhuese për përpunim, rrogat e punëtorëve të cilët kanë punuar në prodhimin e një produkti të caktuar etj. Shpenzimet indirekte janë: rrogat e punëtorëve të cilat nuk janë të angazhuara në prodhimtarinë, rroga e menaxherit, shpenzimet për ngrohje, shpenzimet për energji elektrike, shpenzimet për pastrim etj.

Metodat më të përdorura për kalkulimin e shpenzimeve janë. Përpjestuese, gjegjësisht kalulimi divizionar, kalkulimi divizionar dhe kalkulimi i prodhimeve të lidhura.

NOCIONET KYÇE

SHPENZIMET
TË DALURAT
KALKULIMET
ÇMIMI KUSHTUES
SHPENZIMET DIREKTE
SHPENZIMET INDIREKTE

Pyetje për diskutim:

1. Pse është e domosdoshme ndjekja, evidentimi dhe vërtetimi i shpenzimeve?
2. Sqaro dallimin mes shpenzimeve dhe të dalurave?
3. Çka paraqet kalkulimi?
4. Çka paraqet çmimi kushtues?
5. Cilat faktorë ndikojnë mbi shpenzimet dhe mbi çmimin kushtues?
6. Sqaro strukturën e çmimit kushtues?
7. Cilat janë shpenzimet direkte, e cila indirekte?
8. Cilat metoda përdoren për formimin e çmimit kushtues?

PRINCIPET KRYESORE TEMA 7 EKONOMIKE TË PUNËS

PËRMBAJTJA E TEMËS :

Produktiviteti në punë

- Nocioni i produktivitetit
- Thelbi i produktivitetit
- Produktiviteti nga aspekti i ekonomisë kombëtare
- Matja e produktivitetit të punës
- Faktorë nga të cilët varet produktiviteti i punës

Ekonomizimi në punë

- Thelbi i ekonomizimit
- Nocioni i ekonomizimit
- Ekonomizimi dhe produktiviteti i punës
- Matja e ekonomizimit
- Faktorët e ekonomizimit

Rentabiliteti

- Nocioni dhe thelbi i rentabilitetit
- Matja e rentabilitetit
- Faktorët e rentabilitetit

QËLLIMET E MËSIMIT:

Pas leximit të kësaj teme Ju duhet të jeni të aftë:

- të definoni dhe kuptoni nocionin produktivitet;
- të dini si mundet të përmirësohet produktiviteti në biznes;
- të llogaritni produktivitetin e punës;
- të definoni dhe kuptoni nocionin ekonomizim;
- të përcaktoni cilët faktorë ndikojnë në ekonomizimin;
- të definoni dhe kuptoni nocionin rentabilitet;
- të kuptoni cilët faktorë ndikojnë në rentabilitetin

1. PRODUKTIVITETI NË PUNË

1.1. NOCIONI I PRODUKTIVITETIT

Produktiviteti është masë e sasive e të mirave dhe shërbimeve të cilat një punëtor mundet t'i prodhojë për një orë.

Produktiviteti mund të definohet në mënyra të ndryshme. Pra, me produktivitet mund të nënkuptohen lidhja në mes sasive të prodhimeve dhe sasia e cilit do nga faktorët (punës, kapitali dhe burimet natyrore) që kanë marrë pjesë në prodhimtari. Në këtë kuptim mund të dallohet produktiviteti i makinave, produktiviteti i materialeve, produktiviteti i punës etj. Megjithatë, pa marrë parasysh se secili prej këtyre faktorëve të prodhimit kontribuon për prodhimtarinë, vetëm me punën e njerëzve të gjithë faktorët tjerë të prodhimit mund të vihen në funksion, prej çka do të dalin të mira ose shërbime. Pikërisht për këtë shkak, më së shpeshti flitet për produktivitet të punës, ndërsa termi “produktivitet” shfrytëzohet si sinonim për produktivitetin e punës.

Me termin produktivitet nënkuptohet aftësi e punës e angazhuar në procesin e prodhimit për të krijuar sasi të caktuara të prodhimeve për njësi kohe (zakonisht 1 orë).

1.2. THELBI I PRODUKTIVITETIT

Kapaciteti paraqet aftësi e ndonjë makine për të prodhuar një sasi të caktuar të prodhimeve për një kohë të caktuar.

Kur flitet për produktivitetin, mendohet në kapacitetin e ndonjë makine, përkatësisht për aftësinë e sajë të prodhojë një sasi të caktuar të prodhimeve për një kohë të caktuar. Por, për produktivitet bëhet fjalë edhe atëherë kur mendohet në atë se sa lëndë të para ose materiale japin prodhim të pastër, si për shembull: Sa flori të pastër mund të fitohet nga një minierë e arit e nxjerrë nga toka? Do të thotë, mund të dallohen aq lloje të produktivitetit, sa që ekzistojnë faktorë të ndryshëm të prodhimit të cilat marrin pjesë në prodhimtari. Në ekonomi dhe biznes, për produktivitet flitet në atë kuptim se sa njësi prodhimi mund të prodhojë një punëtorë ose një grup punëtorësh për një kohë të caktuar. Në të vërtet, produktiviteti thuhet çdoherë është i lidhur me punën dhe aftësitë e saja për të krijuar prodhime. Prej këtu, për produktivitetin bëhet fjalë atëherë kur më shpenzim të njëjtë

të punës të punëtoreve në njësi kohore do të mund të prodhohet sasi më të madha të mirave dhe shërbimeve ose kur një sasi të njëjtë të mirave dhe shërbimeve, punëtorët do t'i prodhojnë për kohë më të shkurtër. Do të thotë, mund të përmbillet se produktiviteti i punës shprehet në sasi të produkteve të prodhuara gjatë përqendrimit normal të fuqisë punëtore, në njësi kohe të punës.

1.3. PRODUKTIVITETI NGA ASPEKTI I EKONOMISË KOMBËTARE

Produktiviteti mund të shqyrtohet si mikro dhe makro kategori ekonomike. Kur shikohen marrëdhëniet e faktorëve të prodhimit të cilat janë të angazhuara në procesin e prodhimit dhe numri i produkteve të prodhuara, në kuadër të një biznesi bëhet fjalë për produktivitet në aspekt mikro. Kur analizohen marrëdhëniet në mes faktorëve të përgjithshëm të prodhimit dhe prodhimi i përgjithshëm i realizuar në një ekonomi kombëtare, produktiviteti trajtohet si kategori makro-ekonomike. Nga kjo rrjedh se rritja e produktivitetit është e lidhur me rritjen e prodhimit të ekonomisë kombëtare, gjegjësit me rritjen e Bruto prodhimit vendor (BPV), e paraqitur në kokë banori (per capita).

Bruto prodhimi vendor (BPV) e paraqet vlerën e përgjithshme të tregut të të gjitha të mirave dhe shërbimeve finale të prodhuara në një periudhë kohore prej një viti në kuadër të një ekonomie kombëtare.

Bruto prodhimi vendor e paraqet vlerën e përgjithshme të tregut të të gjitha të mirave dhe shërbimeve finale të prodhuara në një periudhë kohore prej një viti në kuadër të një ekonomie kombëtare. BPV është shprehje e vlerës përmes së cilës matet rritja vjetore ekonomike në një vend.

Rritja e produktivitetit në ekonominë kombëtare ndikon në përmirësimin e mirëqenies njerëzore (standardit jetësor), zvogëlimin e shpenzimeve të prodhimit, forcimin e aftësive eksportuese dhe konkurruese në ekonomi etj.

Niveli i arritur i zhvillimit në një ekonomi më së miri mund të shprehet përmes realizimit të rezultateve të produktivitetit.

1.4. MATJA E PRODUKTIVITETIT TË PUNËS

1.4.1. Si matet produktiviteti i punës?

Gjatë definimit të konceptit të produktivitetit të punës e përmendim formulën e përgjithshme për matjen e produktivitetit të punës. Produktiviteti i punës i definuar në atë mënyrë mund të shprehet me formulën e përgjithshme.

A.

$$\text{Produktiviteti i punës} = \frac{\text{Sasia e prodhimeve}}{\text{Sasi e punës e harxhuar}}$$

B.

$$\text{Produktiviteti i punës} = \frac{\text{Sasia e punës së harxhuar}}{\text{Sasia e prodhimeve}}$$

Me shprehjen A) fitohet treguesi i produktivitetit të punës i cili tregon se sa produkte prodhohen për një njësi punë e harxhuar.

Nga kjo del se produktiviteti i punës është marrëdhënie në mes shprehjes fizike të sasisë të prodhimeve, të prodhuara në një kohë të caktuar, dhe shprehjes fizike e sasisë së punës së harxhuar. Me shprehjen **A** fitohet treguesi i produktivitetit të punës i cili tregon se sa produkte prodhohen për një njësi punë e harxhuar. Përveç kësaj, treguesi i produktivitetit të punës mund të fitohet edhe me llogaritjen e vlerës reciproke të madhësive të përdorura më parë, e treguar në shprehjen **B**, rezultati i së cilës do të tregojë se sa sasi e punës e harxhuar është e nevojshme për të prodhuar një njësi të produktit. Gjatë mënyrës së parë të llogaritjes, sasi më e madhe e prodhimeve për njësi të punës së harxhuar tregon produktivitet më të madh të punës, ndërsa mënyra e dytë e llogaritjes, sasi më e vogël e investuar e punës në njësi prodhimi, tregon produktivitet më të madh të punës.

Nëse është e nevojshme të matet produktiviteti i cilit do nga faktorët e tjerë të prodhimit, mund të përdoret formula e njëjtë, por në vend të vlerave të sasive të punës së harxhuar do të merren parasysh vlerat e faktorëve të prodhimit për të cilët matet produktiviteti. Koeficientet – treguesit që do të fitohen me llogaritjen e madhësive mund të jenë interesante, sepse tregojnë shkallën e shfrytëzimit të secilit prej faktorëve të prodhimit.

1.4.2. Zbatimi i matjes së produktivitetit të punës

Produktiviteti për prodhimtarinë e përgjithshme

Te ndërmarrjet të cilat prodhojnë një ose më shumë prodhime homogjene që mund të reduktohen në një tregues të njëjtë, përdoret formula në vijim:

$$\text{Produktiviteti} = \frac{\text{Sasi e prodhimeve}}{\text{Punë e harxhuar e shprehur në orë punuese}}$$

Produktivitet për prodhime të caktuara të rëndësishme

Produktiviteti i punës për prodhime të caktuara të **rëndësishme do të fitohet përmes treguesit në vijim:**

$$\text{Produktiviteti} = \frac{\text{Sasi e prodhimeve (të prodhimeve të caktuara)}}{\text{Orë të punës efektive të harxhuara}}$$

Faktori “Orë të punës efektive të harxhuara” në atë rast duhet ti përfshijë të gjitha orët punuese efektive vetëm të atyre punëtorëve të cilët janë të angazhuar në mënyrë direkte në prodhimtarinë e produkteve të caktuara, gjatë të gjitha fazave të prodhimtarisë të atij produkti.

Produktiviteti i një punëtori i punësuar në prodhimtari

Te ndërmarrjet të cilat prodhojnë një ose më shumë prodhime të njëjlojshme, produktiviteti fitohet kur sasia e prodhuar pjesëtohet me numrin e punëtoreve (vetëm ato punëtor të cilët në mënyrë direkte janë të kyçur në prodhimtari). Kjo shprehet në këtë mënyrë :

$$\text{Produktiviteti} = \frac{\text{Sasi e prodhimeve}}{\text{Numri i punëtoreve në prodhimtari}}$$

Faktori “ numri i punëtoreve në prodhimtari” duhet të tregojë numrin mesatar të punëtoreve të punësuar gjatë vitit.

Përveç këtyre udhëzimeve praktike për llogaritjen e produktivitetit të punës, mund të thuhet se llogaritja zgjerohet në të gjitha ato vendet në të cilat puna prodhon ndonjë produkt, si për shembull: produktivitet në vendin e punës, produktivitet i reparteve, produktiviteti i makinave etj.

1.4.3. Produktiviteti i punës ndikon në vlerën

Produktiviteti i punës ndikon në vlerën e prodhimit. Me rritjen e produktivitetit, në thelb ulët vlerën e prodhimit. Duhet të marrim parasysh edhe këtë: Si ndikon produktiviteti në vlerën e prodhimtarisë të përgjithshme? dhe Si produktiviteti ndikon në vlerën e njësisë të produktit? Produktiviteti gjithmonë e ulë vlerën e njësisë të prodhimit që nuk do të thotë se e zvogëlon edhe vlerën e prodhimtarisë. Për shembull, për prodhimin e 10 palë këpucëve të nevojshme janë 100 orë pune. Nëse një orë vlen një dollar, atëherë e kemi këtë vlerë : 100 dollarë vlerë e prodhimtarisë totale dhe 10 dollarë vlerë e një njësie prodhimi (një palë këpucë). Nëse produktiviteti rritet për 50%, kjo do të thotë se do të rritet prodhimi nga 10 në 15 palë këpucë, e atëherë do e kemi këtë vlerë : 100 dollarë vlerë e prodhimtarisë totale dhe diku shtatë dollarë vlerë e një njësie prodhimi (sepse 100 dollarë = 15 palë këpucë). Prej këtu shihet se rritja e produktivitetit nuk e ka ndryshuar vlerën e prodhimtarisë totale,

por me rritjen e sasive të produkteve të prodhuara, zvogëlohet vlera e një prodhimi. Me përdorimin e mjeteve të sofistikuara për punë, rritja e produktivitetit do të ndikoj dhe në rritjen e prodhimtarisë me zvogëlimin e punës së harxhuar. Kjo në të vërtetë është thelbi i produktivitetit të punës – të zvogëlohet vlera e një njësie prodhimi, me atë edhe vlera e prodhimtarisë totale, me çka arrihen dy rezultate: e para, ulen çmimet e prodhimeve në treg dhe e dyta, lehtësohet prodhimtaria e tyre.

1.5. FAKTORËT NGA TË CILËT VARET PRODUKTIVITETI I PUNËS

Faktorët e produktivitetit

Kapitali njerëzor – përmbledhja e njohurive prodhuese, shkathtësive, aftësive dhe përvojat e punëtorëve;

Niveli i përsosmërisë të mirave kapitale;

Kushtet natyrore;

Niveli i zhvillimit të shkencës së teknologjisë dhe zbatimi i arritjeve shkencore;

Të gjithë faktorët që marrin pjesë në procesin e punës, më shumë ose më pak ndikojnë në produktivitetin e punës, për atë paraqiten edhe si faktorë të sajë. Të tillë janë faktorët në vijim:

1.5.1. Kapitali njerëzor (eksperienca, njohuria, shkathtësitë dhe aftësitë)

Kapitali njerëzor është faktorë shumë i rëndësishëm prej të cilit varet niveli i produktivitetit të punës. Për shembull, përvoja më e madhe prodhuese, njohuria, shkathtësia dhe aftësia, mjeshtri i zanatit të këpucëve do të jetë në mundësi për kohë më të shkurtër të prodhojë një palë këpucë, përkundër një punëtori të rij. Me fjalë tjera, mjeshtri i zanatit të këpucëve falë nivelit më të lartë të përvojës të kapitalit njerëzor, do të jetë në mundësi për kohë të njëjtë të punës të prodhojë më shumë palë këpucë përkundër një punëtori të ri. Sipas kësaj, mund të thuhet se produktiviteti i punës së tij është më e madhe.

1.5.2. Zhvillimi i të mirave kapitale

Produktiviteti i punës, më tutje, varet nga zhvillimi i të mirave kapitale, siç janë makinat, mjetet, pajisjet etj. Kështu për shembull, rrobaqepësi i cili shfrytëzon makinë për qepje, për kohë shumë më të shkurtër do të qep një kostum, për dallim nga ai rrobaqepësi i cili punon

me dorë. Prandaj, zhvillimi i të mirave kapitale i cili përdoret në procesin e prodhimit është faktorë shumë i rëndësishëm i cili ndikoj në rritjen e produktivitetit të punës.

1.5.3. Kushtet natyrore

Kushtet natyrore në të cilat zhvillohen proceset prodhuese, gjithashtu paraqet faktorë i cili mund të ndikojnë në nivelin e produktivitetit të punës. Për shembull, në bujqësi, nëse krahasohen rezultatet e punës së dy parcelave të ndryshme të truallit, prej të cilave njëra është më e pasur, ndërsa tjetra përmban përbërje të domosdoshme për vegjetacion të bimëve, apo gjendet në pjesën ku ka më shumë reshje, atëherë mund të vihet në përfundim se sasia e njëjtë e punës së bërë në të dyja parcelat do të sjell kontribute më të mëdha në të parën se sa në parcelën e dytë. Mund të thuhet se kushtet natyrore janë arsye për produktivitet më të madh të punës të parcelës së parës përball parcelës së dytë. E ngjashme është edhe në minierë. Nëse parashikohet se minatorët nga dy miniera të ndryshme për kohë të njëjtë mund të gërmojnë sasi të njëjtë të xeheve, atëherë produktiviteti i punës do të jetë më i lartë i atyre minatorëve të cilët punojnë në miniere me xehe më të pasura me materiale (metale) të dobishme. Këto shembuj tregojnë se kushtet natyrore ndikojnë rrënjësisht në produktivitetin e punës.

1.5.4. Zhvillimi i shkencës

Për rritjen e produktivitetit të punës mund të ndikojë edhe zhvillimi i shkencës dhe mundësia rezultatet e saja të shfrytëzohen në prodhimtari. Të marrim shembullin me përgatitjen e lëkurës për përpunim të mëtutjeshëm. Që të mundet lëkura të përpunohet, së pari ajo duhet të regjet. Në të kaluarën, procesi i regjes ka zgjatur më shumë javë, që të arrihet niveli i duhur përpunues i lëkurës. Megjithatë, me zhvillimin e shkencës, janë krijuar mundësi që procesi i njëjtë të zgjasë më shkurt, me përdorimin e mjeteve kimike. Do të thotë, falë zbatimit të disa rezultateve nga hulumtimet shkencore në prodhimtari, për kohë më të shkurtet bëhen operacionet e njëjta prodhuese ose për kohë të njëjtë prodhohet sasi më e madhe e të mirave dhe shërbimeve.

Faktorët e produktivitetit

Organizimi i punës, përkatësisht organizimi i prodhimitarisë;

Marrëdhëniet ndërnjerëzore;

Motivimi i punëtorëve etj.

1.5.5. Organizimi i punës, marrëdhëniet ndër njerëzore dhe motivimi si faktorë i produktivitetit

Organizimi i punës (organizimi i prodhimit) mundet të ndikojë në produktivitetin e punës. Pikërisht, varësisht prej asaj se në një proces prodhues është kryer ndarja e operacioneve prodhuese, ashtu që punëtorët e caktuar kryejnë disa pjesë të një prodhimi ose një punëtor prodhon një produkt nga fillimi deri në fund, produktiviteti i punës mund të jetë më i vogël ose më i madh. Rezultate të njëjta do të fitohen dhe si pasojë e transmetimit të mirë ose të keq të lëndëve të para, përdorimi profesional ose joprofesional i makinave dhe pajisjeve etj. Marrëdhëniet e dëmtuara ndër njerëzore në ndërmarrje dhe motivimi jo i mjaftueshëm i punëtorëve, rezulton me produktivitet të ulët të punës, për çka menaxherët kanë përgjegjësin më të madhe.

2. EKONOMIZIMI NË PUNË

2.1. THELBI I EKONOMIZIMIT

Me fjalën “ekonomizim” shprehen marrëdhëniet e njerëzve ndaj punës në drejtim të shpenzimit të faktorëve në procesin e prodhimit

Kur krijimin i produkteve bëhet me shpenzime më të ulëta të faktorëve të prodhimit, thuhet se puna është e ekonomizuar, ndërsa kur prodhimtaria kryhet me shpenzime më të mëdha të faktorëve të prodhimit, themi se punohet në mënyrë jo ekonomizuese.

Me fjalën “ekonomizim” shprehen marrëdhëniet e njerëzve ndaj punës në drejtim të shpenzimit të faktorëve në procesin e prodhimit. Nëse krahasohet prodhimtaria e një ndërmarrje në dy vite të ndryshme dhe në qoftë se madhësia e prodhimit është e njëjtë, shpenzimet e vitit vijues janë më të ulëta në krahasim me shpenzimet e vitit të kaluar, kjo do të thotë se janë realizuar kursimet në lidhje me shpenzimet e bëra, me çka është realizuar ekonomizim më i madh. Nëse shkohet më tutje me analizën dhe nëse konstatohet se dhe pagat e punëtorëve në vitin vijues janë më të ulëta, me qëllim që të kursehet në pagesën e punës, në krahasim me vitin e kaluar, atëherë edhe këtu është arritur ekonomizim më i madh. Gjithashtu, ekonomizim më i madh i punës arrihet edhe atëherë kur prodhohet sasi e

njëjtë e produkteve, por çmimet e shpenzimeve të vitit në vijim janë më të ulëta në krahasim më atë të një viti më parë. Madhësia e shpenzimeve, shuma e pagave të punëtorëve, çmimi i kostos etj, janë tregues përmes së cilëve mund të caktohet ekonomizimi i biznesit, si në shprehe të vlerës – para, ashtu edhe në njësi natyrore : m³, kg, kë orë etj.

Në të vërtetë, ekonomizimi i punës të çdo biznesi arrihet në dy mënyra:

1. Me përdorimin e faktorëve ekzistuesë të prodhimitarisë gjatë së cilës arrihet efekt më i lartë (madhësi e prodhimitarisë, të ardhurat totale etj.) dhe
2. Qëllimi i caktuar arrihet me shpenzime më të ulëta, gjegjësisht me përdorimin sa më të vogël të faktoreve të prodhimit

2.2. NOCIONI I EKONOMIZIMIT

Produktiviteti i punës do të thotë me më pak punë të krijohen sa më shumë prodhime. Te ekonomizimi, mendohet kjo: me më pak punë; me më pak lëndë të parë dhe materiale; me më pak shpenzime të të mirave kapitale, të krijohet sa më shumë efekt (prodhim, të ardhura totale). Ekonomizim do të thotë kursim i të gjithë faktorëve që i shërbejnë prodhimitarisë, duke përfshirë edhe punën e punëtorëve. Por, nuk bëhet fjalë për kursim me çdo kusht, sepse patjetër duhet të bëhet kujdesie edhe për:

- ◆ kualitetin e prodhimeve që prodhohen dhe për
- ◆ përfitimet e prodhimeve

Sipas kësaj mund të përfundojmë se principi i ekonomizimit paraqet angazhimin e njeriut me më pak shpenzime të faktorëve të prodhimit të arrihet madhësi më e madhe e prodhimit, duke marrë parasysh kualitetin dhe përfitimet e prodhimeve.

2.3. EKONOMIZIMI DHE PRODUKTIVIETI I PUNËS

Produktiviteti i punës ishte i dufuar si lidhje në mes sasive të produkteve të prodhuara dhe sasi e punës së shpenzuar. Ndërsa, ekonomizimi, definohet si lidhje në mes sasive të prodhimeve dhe sasive të

Ekonomizimi
paraqet angazhim
i njeriut që me më
pak shpenzime
të faktorëve të
prodhimit të arrihet
madhësi sa më e
madhe e prodhimit.

secilit nga faktorët e prodhimit veçmas ose të sasive të gjithë faktorëve të prodhimit të marra së bashku. Prej këtu, del se në raste kur flitet për lidhje në mes sasive të produkteve të prodhuara dhe mendi i investuar, produktiviteti i punës barazohet me ekonomizimin. Pikërisht, edhe me ekonomizim bëhet fjalë për përdorimin (shpenzimin) e faktorit punë, me atë dallim që, kur flitet për produktivitet të punës, çdoherë mendohet në aftësitë e punës të krijojë sasi të caktuar të prodhimeve, ndërsa kur flitet për ekonomizim, çdoherë mendohet në kursimin e punës për prodhimin e produkteve. Rritja e produktivitetit të punës do të thotë rritje të ekonomizimit të punës, dhe në të njëjtën kohe dhe të ekonomizimit total, nëse shpenzimet e faktorëve të tjerë kanë mbetur të pa ndryshuara, është zvogëluar ose është rritur në përmasë më të vogël nga zvogëlimi i punës së shpenzuar.

2.4. MATJA E EKONOMIZIMIT

2.4.1. Matja e ekonomizimit përmes faktorëve të shpenzuara të prodhimit (shprehje natyrale e ekonomizimit)

Prej definicionit të ekonomizimit, rrjedh dhe masë e përgjithshme e ekonomizimit në formën në vijim:

$$\text{Koeficienti natyral i ekonomizimit} = \frac{\text{Sasia e produkteve të prodhuara}}{\text{Sasi e faktorëve të shpenzuara}}$$

Në varësi të numrit dhe prodhimeve të ndryshme që krijohen në ndërmarrje, si dhe nga numri i faktorëve që merren parasysh gjatë matjes së ekonomizimit, matja e ekonomizimit mund të shprehet edhe në forma të ndryshuara.

Nëse duhet të matet shkalla e ekonomizimit të punës në lidhje me shpenzimin e vetëm një faktori të prodhimit, ajo mund të bëhet në mënyrë

më të thjeshtë nëse madhësia e produkteve të prodhuara të shprehura në njësi natyrore gjatë së cilës tregohet edhe sasia e faktorëve të shpenzuara. Për shembull, për prodhimin e 20.000 m² parket druri, janë përdorur 1.000 m³ lëndë druri. Nga këto të dhëna fitohet:

$$\frac{\text{Koeficienti i ekonomizimit të shendimit të lëndës së parë për parket druri}}{20.000} = \frac{20.000}{1.000} = 20$$

që do të thotë se nga 1m³ lëndë druri prodhohen 20 m parket. Kuptohet, ndërmarrja tenton nga 1m³ lëndë druri të prodhojë sa më shumë sasi parket druri.

2.4.2. Matja e ekonomizimit përmes çmimit (shprehje e vlerës së ekonomizimit)

Nëse ndërmarrja prodhon më shumë prodhime të ndryshme të cilat mund të tregohen si vlerë totale e prodhimit të shprehur në para, atëherë për matjen e ekonomizimit total të punës së ndërmarrjes mund të përdoren çmimet. Për t'u llogaritur kjo, duhet të shumëzohet madhësia totale e prodhimit të destinuar për tregun me çmimet e shitjes, dhe të vihet në lidhje me prodhimin nga sasia e harxhuar e faktorëve të prodhimit dhe çmimet e tyre. Me përdorimin e çmimeve të tanishme shitëse të prodhimeve dhe çmimet e tanishme të faktorëve të prodhimit, madhësia e produkteve të prodhuara dhe madhësia e harxhuar e faktorëve të prodhimit shprehen në vlerë, prandaj edhe treguesi i ekonomizimit shprehet në vlerë. Shprehja e matjes vlerësore të ekonomizimit e ka formën në vijim:

$$\frac{\text{Koeficienti vlerësor i ekonomizimit}}{Sasia e prodhimeve} = \frac{X \text{ Çmimet shitëse}}{Sasia e harxhuar e faktorëve të prodhimit} \times \frac{\text{Çmimet e faktorëve të prodhimit}}$$

Koeficienti i ekonomizimit, kur përdoren një ose më shumë prodhime, mund të fitohet edhe në formë më të thjeshtë, edhe të::

$$\text{Koeficienti vlerësor i ekonomizimit} = \frac{\text{Të ardhura nga shitja e prodhimit}}{\text{Shpenzimet për prodhimin e produktit}}$$

Shembull:

Elementet	Viti aktual 2009
Madhësia e prodhimtarisë në kg	900
Çmimi shitës i prodhimit	80
Shpenzime për lëndë të para	1.000 kg x 20 denar
Shpenzime për punë	2.000 orë x 19 denar
Amortizimi	1.000 denar

$$E_o(2009) = \frac{900 \times 80}{(1.000 \times 20) + (2.000 \times 19) + 1.000} = 1,22$$

Nga përlllogaritjet del se koeficienti i ekonomizimit në vitin 2009 arrin 1.22.

Për shkak të përdorimit të çmimeve rrjedhëse gjatë përlllogaritjes së ekonomizimit, mbi koeficientin e ekonomizimit mund të ndikojë jo vetëm marrëdhënia e ndërmarrjes ndaj shpenzimit të faktorëve të caktuar të prodhimtarisë, por edhe faktorët e jashtëm gjegjësisht vlera e çmimeve shitëse të kontributeve dhe vlera e çmimeve furnizuese të prodhimtarisë. Me qëllim që të fitohet pasqyrë e drejtë për ndikimin e faktorëve të brendshëm dhe të jashtëm mbi ekonomizimin e punës, gjatë përlllogaritjes së ndryshimeve të ekonomizimit përdoren çmime bazike të vazhdueshme, me çka përjashtohet ndikimi i çmimeve mbi ndryshimin e ekonomizimit.

2.5 FAKTORËT E EKONOMIZIMIT

2.5.1. Prej ku dalin faktorët të cilët ndikojnë mbi ekonomizimin?

Për prodhimin e çdo njësie të prodhimit domosdo përcaktohet shpenzimi i mundit, materialeve, të mirave kapitale etj. Do të thotë, si faktorë të ekonomizimit paraqiten paraqiten para se gjithash faktorët e prodhimtarisë. Sipas kësaj, ndërmarrja e masave për rritjen e ekonomizimit kanë të bëjnë fillimisht për to, gjegjësisht për të gjitha ato veprime dhe aktivitete që kontribuojnë për shpenzimin e tyre më të vogël dhe më efikas.

Niveli i ekonomizimit është përcaktuar nga sasia e prodhimeve (kontributeve) dhe nga sasia e faktorëve të shpenzuar për krijimin e tyre. Megjithatë, edhe në një rën madhësi edhe në tjetrën ndikojnë dy grupe të faktorëve: interne, të cilat shprehen mbi shpenzimin e faktorëve të caktuar të prodhimtarisë dhe ato ekstern, të cilat ndryshojnë vlerën si të prodhimeve të gatshme ashtu edhe të faktorëve të prodhimtarisë.

2.5.2. Faktorët ekstern të cilët ndikojnë mbi ekonomizimin

Faktorët ekstern të cilët ndikojnë mbi ekonomizimin janë: ndryshimet e çmimeve të prodhimeve të gatshme dedikuar për shitje dhe ndryshimet në çmimet e faktorëve të prodhimtarisë të cilat duhet të furnizohen për prodhimtari. Do të thotë, vlera e çmimeve shitëse të prodhimeve dhe vlera e çmimeve furnizuese të faktorëve të prodhimtarisë ndikojnë mbi vlerën e sasisë së prodhuar të produkteve (shprehur përmes të ardhurave nga shitja e prodhimeve dhe shpenzimet për produktet e prodhuara). Kështu, çmimet më të larta shitëse të prodhimeve, si dhe çmimet më të ulta me të cilat janë “furnizuar” faktorët, pozitivisht ndikojnë mbi rritjen e ekonomizimit të punës, ndërsa çmimet më të ulëta shitëse të prodhimit dhe çmimet më të larta furnizuese të faktorëve shkaktojnë zvogëlimin e ekonomizimit të punës.

2.5.3. Faktorët intern të cilët ndikojnë mbi ekonomizimin

Ndërmarrjet përpjekjet e tyre për rritjen e ekonomizimit në punë i orientojnë në mënyrën e shfrytëzimit të faktorëve të brendshëm edhe atë përmes:

- ◆ *Përmirësimi të organizimit të punës* – vendosja organizues e punës në të cilën ekzistojnë detyra të punës të renditura në mënyrë adekuate mes të punësuarve, vendosja e standardeve për punë, kontrolli i operacioneve të kryera punuese, përmirësimi i kushteve për punë, sigurimi i vazhdimësisë dhe rrjedhshmërisë në punë etj.
- ◆ *Rritjes së diturive dhe aftësive punuese të të punësuarve* – dituritë, shkathtësitë dhe aftësitë punuese (kapitali njerëzor) të cilat arrihen përmes procesit të arsimit dhe përvojës së punës, kontribuojnë për përmirësimin e ekonomizimit.
- ◆ *Marrëdhënia e punëtorëve ndaj shpenzimit të mjeteve* – rritja e motivimit të të punësuarve dhe përmirësimi i marrëdhënies së tyre ndaj shpenzimit të mjeteve, përdorimi i drejtë dhe kursimore i lëndëve të para dhe materialeve, karburantit, energjisë, zvogëlimi i mbeturinës etj, shpie drejt rritjes së ekonomizimit. Po ashtu, me përdorimin, ruajtjen dhe mirëmbajtjen e drejtë të makinave, veglave dhe pajisjes, gjegjësisht me vazhdimin e jetëgjatësisë së tyre të përdorimit, kontribuohet në ekonomizimin gjatë punës.

3. RENTABILITETI (PROFITABILITETI)

3.1. NOCIONI DHE THELBI I RENTABILITETIT

Me shprehjen **rentabilitet** ndërlidhet kërkesa ose këmbëngulja që të realizohet fitim më i madh me sa më pak mjete të angazhuara

Me shprehjen rentabilitet ndërlidhet kërkesa ose këmbëngulja që të realizohet fitim më i madh me sa më pak mjete të angazhuara (fikse dhe rrjedhëse). Kjo shprehje në fakt është i lidhur për nocionin fitim dhe thekson përqindjen e caktuar të “fitimit” (profitit) që realizohet lidhur me mjetet e shfrytëzuara gjatë punës. Nëse merret parasysh ajo se qëllimi final i punës së ndërmarrjes është maksimalizimi i fitimit, atëherë shkalla e realizuar e rentabilitetit, në fakt, tregon shkallën e suksesit të të punuarit të ndërmarrjes, gjegjësisht shkallën e realizimit të qëllimit të saj themelor. Realizimi i shkallës së caktuar të rentabilitetit gjatë punës është kusht për ekzistimin e ndërmarrjes. Me punë rentabile krijohen kushte që një pjesë e fitimit të dedikohet për rritjen e kapitalit të ndërmarrjes, ndërsa me këtë të sigurohet zhvillimi i saj i mëtutjeshëm. Ndërmarrja me punë jorentabile

a.q ndërmarrje e cila një periudhë të gjatë kohore punon me humbje, për shkak të zvogëlimit të pjesës personale të mjeteve (kapitalit), nuk siguron kushte për punë të përhershme dhe do të jetë e detyruar të pushojë së vepruari. Andaj, parimi rentabilitet, duhet të jetë kriteri bazik gjatë marrjes së të gjitha vendimeve biznesore.

3.2. MATJA E RENTABILITETIT

Shkalla e rentabilitetit të punës paraqet përqindjen e cila fitohet mes fitimit të realizuar dhe madhësisë mesatare të mjeteve të shfrytëzuara në punë. Ai mund të përlllogaritur me zbatimin me shprehjen vijuese:

$$\text{Shkalla e rentabilitetit} = \frac{\text{Fitimi}}{\text{Mjetet mesatare të shfrytëzuara (fikse dhe rrjedhëse)}} \times 100$$

Ndonëse zbatimi i kësaj shprehje është i thjeshtë, gjatë përlllogaritjes së rentabilitetit paraqiten disa dilema lidhur me përmbajtjen e fitimit dhe të mjeteve mesatare të shfrytëzuara.

Dihet se ndërmarrja përveç kapitalit personal (mjetet), përdor edhe mjete të huaja (të huazuara në afat të shkurtë apo të gjatë), për të cilat ka detyrim që të paguajë kamatë. Prej këtui del edhe dallimi mes ndërmarrjeve të cilat në tërësi shfrytëzojnë mjetet personale dhe të atyre që pjesërisht shfrytëzojnë mjete personale, e pjesërisht mjete të huaja. Nëse supozojmë se fitimi i përgjithshëm i të dyja ndërmarrjeve lidhur me vlerën e mjeteve të përgjithshme të shfrytëzuara është i barabartë, për shkak të caktimit të një pjese të fitimit për pagesën e kamatës për mjetet e huazuara, fitimi i ndërmarrjes në të cilën shfrytëzohen mjetet e huazuara, në fakt është më i vogël. Sipas kësaj, për matjen më reale të rentabilitetit, fitimi i ndërmarrjes duhet të vendoset në raport me vlerën e mjeteve të përgjithshme ose fitimi i zvogëluar për shumën e kamatës së mjeteve të huaja, të vendoset në raport me mjetet personale.

3.3. FAKTORËT E RENTABILITETIT

Nga parimi i rentabilitetit del se vlera e fitimit dhe vlera e mjeteve të punës janë determinantet esenciale të shkallës së rentabilitetit të ndërmarrjes. Fitimi paraqitet si dallim mes të ardhurave të realizuara me shitjen e prodhimeve me çmime të caktuara dhe shpenzimeve të bëra për krijimin e këtyre prodhimeve. Nëse merret parasysh se fitimi në tërësi nuk i takon ndërmarrjes, por vetëm pjesa që ngel pas pagesës së kamatës së mjeteve të huazuara, atëherë si faktorë më të rëndësishëm të rentabilitetit (efektivitetit) të ndërmarrjes mund të konsiderohen:

- sasia e prodhimeve shitëse.
- çmimet shitëse të prodhimeve
- shpenzimet për prodhimin e produkteve
- vlera e mjeteve të përgjithshme personale dhe të huazuara të punës.
- Vlera e shkallëve kamatore.

PËRMBLEDHJE 7

Produktiviteti i punës në kuptimin më të gjerë të fjalës paraqet marrëdhënien mes sasisë së prodhimit dhe sasisë së mundit të harxhuar për atë prodhimtar.

Duhet ditur se jo çdo rritje e produktivitetit është e arsyeshme dhe ekonomikisht e pranueshme, veçmas nëse ajo është arritur me shpenzime më të mëdha materiale dhe njerëzore se sa në gjendje normale.

Produktiviteti është faktori esencial në rritjen e ekonomizimit. Ekonomizimi si parim ekonomik i punës nënkupton prodhimin e të mirave dhe shërbimeve me shpenzimin sa më të paktë të kohës, mundit dhe mjeteve.

Për rentabilitetin thuhet se është si rezultat i zbatimit të tërësishëm të dy parimeve paraprake, gjegjësisht nënkupton realizimin e fitimit sa më të madh me angazhim të sa më pak mjeteve personale (fikse dhe rrjedhëse).

NOCIONET KYÇE

PRODUKTIVITETI EKONOMIZIMI RENTABILITETI

Pyetje për diskutim:

1. Defino nocionin produktivitet?
2. Sqaro se si shprehet produktiviteti mbi ekonominë nacionale?
3. Thekso faktorët më të rëndësishëm të produktivitetit?
4. Sqaro si ndikon përparimi teknologjik mbi produktivitetin?
5. Përshkruaj çfarë është lidhja mes ekonomizimit dhe produktivitetit të punës?
6. Trego si mund të përllogaritet ekonomizimi?
7. Thekso faktorët ekstern të ekonomizimit dhe përshkruaj veprimtarinë e tyre?
8. Numëro disa faktorë të cilët ndikojnë mbi ekonomizimin?
9. Përshkruaj si ndikojnë marrëdhënia e të punësuarve dhe faktorëve organizues mbi ekonomizimin?
10. Çka nënkupton me nocionin rentabilitet?

LITERATURA :

1. B.Nenovski, V. Stojanova dhe A. Josifovska - “Zhvillimi i ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme dhe ulja e papunësisë në R. Maqedonisë”; Fondacioni “Fridrih Ebert” – Zyra Shkup viti 1997 r.
2. B. Shuklev - “Menaxhmenti i biznesit të vogël “; Shkup v.1999.
3. B.Strezoski - “Menaxhmenti dhe biznesi”, Prosvetno dello – Shkup v.2000
4. V. Taleska, S. Spasov, T. Markov - “Ekonomika dhe organizimi i ndërmarrjes “, Prosvetno dello – Shkup v.1991
5. G. A. Cole - Management, Theory and Practice - London 1996.
6. G. Petrevski - “Zhvillimi ekonimik”, Fakulteti Ekonomik, Shkup v.2001
7. Grup i autorëve - “Ndërmarrjet e vogla në zhvillimin e R. Maqedonisë “; Instituti Ekonomik; Shkup v.2002
8. D. Eftimovski - “Ekonomia e zhvillimit”, Instituti Ekonomik; Shkup v.2003
9. D. Pandev - “Zhvillimet perspektive dhe bizneset e vogla në Makedonski Brod”, Fondacioni “Fridrih Ebert” – Shkup dhe instituti Ekonomik viti 1999 r.
10. D. Pandev - “Udhëheqës për ndërmarrësi dhe biznes të vogël “; Instituti Ekonomik; Shkup v.2000
11. D. Bojaxhioski -”Ekonomija e ndërmarrjes”, Fakulteti Ekonomik,Shkup v.1998
12. D.Sekston, N.B. Aprton, C. Smilevski, D. Jankoski “Ndërmarrësi “, Shkup v.1994;
13. David Campbell - “Business”, Londër, 1994
14. D. Stenhoff - Small business management fundamentals, Neë York 1988
15. D. Kuratko & R. Hodgetts - Entrepreneurship: A contemporaru approach, Fort ëotth: Harcourt College Publishers 1986
16. G..Cepjunoski, V.Cepjunoska -,„Udhëheqje me kualitetin në praktikë, Fakulteti Ekonomik,Shkup v.1993
17. Zh. Ristiq - “Tregu i parasë – teoria dhe praksa”, Beograd v.1990
18. Zh. Ristiq - “Tregu i kapitalit – teoria dhe praksa”, Beograd v.1990
19. Përmbledhje e punimeve - “ Zhvillimi ekonomik dhe regjional, biznesi familjar dhe bashkëpunimi “ Instituti Ekonomik - Shkup, Shoqta për zhvillim të qëndrueshëm - Shkup - Fondacioni “ Fridrih Ebert “ – Zyra Shkup v.2003
20. Shoqata e avokatëve të ekonomisë në R. Maqedonisë - “Udhëheqës i biznesit” -Shkup v.2001
21. M. Z. Potevska - “Perspektivat e biznesit të vogël”, Shkup v.2000
22. M. Nestorovski – ”Investimet”t, Fakulteti ekonomik v.2006

-
23. P. Drucker - "Our Enterpreneurial Ekonomy";Ekonomic Impact;ëashington 1984.
 24. P. Samuelson dhe V. Hordhaus - "Ekonomija", botimi XIV v.1992
 25. S. Ristevski - "Statistika ekonomike", Shkup v.1992.
 26. S. Markovski, B. Nedev - "Kontabiliteti i menaxhmentit afarist "
 27. S. Spasov - "Menaxhmetni i prodhimit", Fakulteti ekonomik v.1996
 28. S. Spasov -"Menaxhmenti financiar", Fakulteti ekonomik v.1996
 29. S. Ristevski - "Statistika ekonomike", Shkup v.1992.
 30. S. Markovski, B. Nedev - "Kontabiliteti i menaxhmentit afarist "
 31. T. Krlev- "Menaxhmenti industrial pjesa 1 dhe 2", " ; Prosvetno dello, Shkp v.1992
 32. T. Jovanovski - "Tregjet financiare", Qendra ekonomike, Shkup v.1996
 33. T. Fiti dhe grup autorë - "Ekonomia", Shkup v.1997
 34. T. Fiti, V. Filipovski- "Bazat e mikroekonomisë", Shkup v.1999
 35. T. Fiti dhe V. H. Markovska "Small Business Development and Privatization in Republic of Macedonia", - Shkup v.1995
 36. T. Fiti dhe V. H. Markovska-"Small Business Development and Privatization in Republic of Macedonia", - Shkup v.1994
 37. T. Rusevski - "Kontabiliteti financiar", Shkup v.1990.
 38. T. Rusevski dhe S. Tvrtkoviç - "Kontabiliteti financiar, Shkup v.2002
 39. T. Rusevski - "Kontabilitet për fillestarë", Shkup v.2001.
 40. C. Smilevski - "Sfida dhe zotërimi i ndryshimeve organizative", - qendra Detra - Shkup v.2000
 41. ë. Pride, R. Hughes and J. Kapoor - "Business", U.S.A., 1996;
 42. ë. Berstein -"Alokator integral i mjeteve", K.H.V. e R. Maqedonisë, v.2002
 43. www.crm.org.mk