

**BY LEAP**

BALKANS YOUTH: LINKING EDUCATION,  
ABILITIES AND PARTNERSHIP POTENTIAL  
IN REGIONAL EMPLOYMENT PRACTICE

Funded by  
the European Union



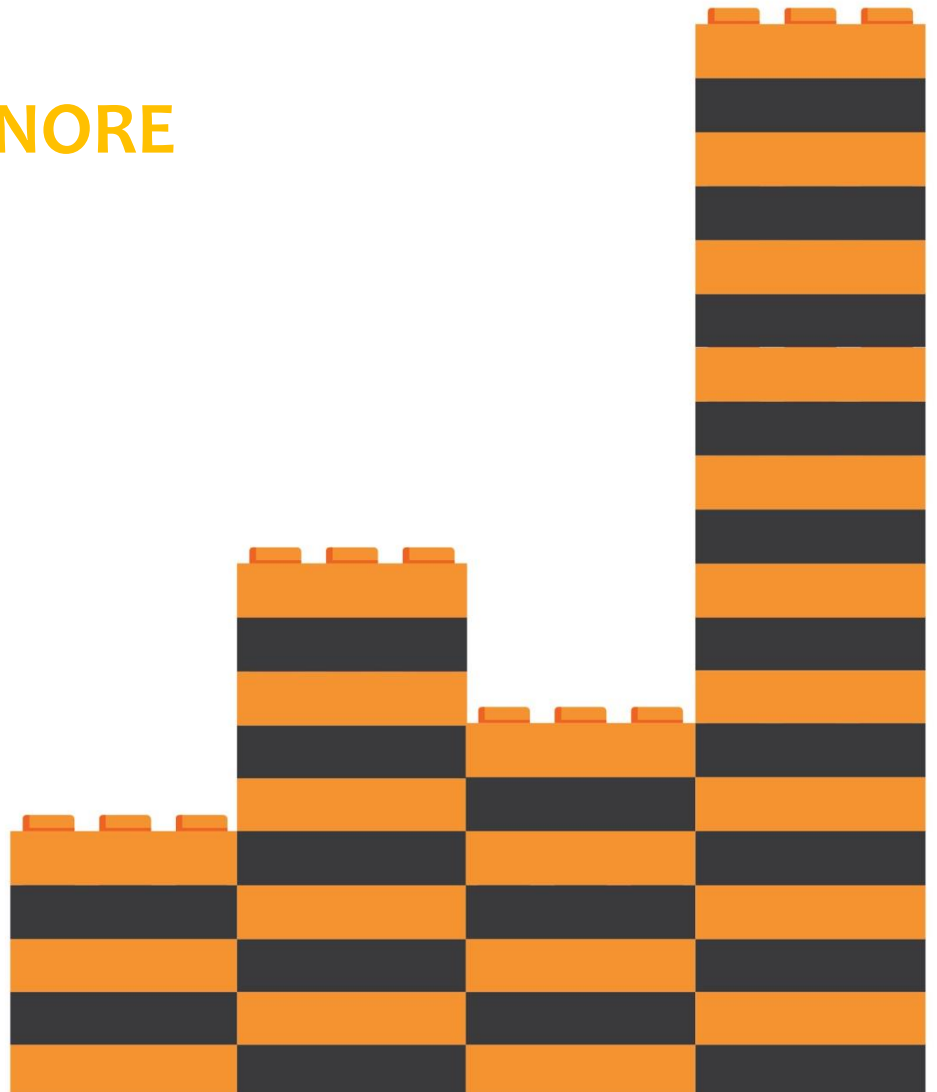
# PAKETË ME MJETE PËR RRITJEN DHE **TRANSFORMIMIN** E KOMPANIVE TË NXËNËSVE NË **KOMPANI RINORE**



WEBIN  
Western Balkans Institute



National Youth Council  
of Macedonia



## Impressum

Autor dhe redaktor: Aleksandra Vidanoviq

Kontribues në nivel kombëtar: Vesna Ivanoska, Angela Mitrinovska, Milivoje Jovanovic, Alen Nikezic, Celik Kubilay Oren, Faola Hodaj, Majda Mujanovic Babovic

Dokumenti mund të shkarkohet nga faqja zyrtare e projektit në: [www.by-leap.com](http://www.by-leap.com)

Ky projekt u financua nga Programi i Bashkimit Evropian për Shoqërinë Civile dhe Mediat sipas Marrëveshjes së Grantit Nr. 2020/413-829.

Përmbajtja e këtij publikimi është përgjegjësi vetëm e autorëve dhe nuk përfaqëson në asnjë mënyrë pikëpamjen e Komisionit Evropian ose të shërbimeve të tij.

## Tabela e përmbajtjes

Hyrje	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Procesi i transformimit hap pas hapi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Përzgjedhja	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Idetë dhe planet e biznesit	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Procesi i para-inkubacionit	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Mentorimi	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Rritja	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Financimi dhe mbledhja e fondeve	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Mësimet e nxjerra	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Konkluzionet	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Informacion për projektin <i>BY LEAP</i>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

# Hyrje

Projekti *BY LEAP*<sup>1</sup> synon të kontribuojë për krijimin e mundësive për sipërmarrjen rinore dhe të forcojë perspektivat e punësimit të të rinjve në Ballkanin Perëndimor. Objektivat specifike janë:

- Forcimi i rrjetit rajonal të edukimit për sipërmarrjen dhe i kapacitetit të tij për të marrë pjesë në procesin e reformimit;
- Mbështetja e punës për rritjen e iniciativave inovative të sipërmarrjes rinore, duke përfshirë edhe ato që ndodhen në zonat rurale dhe të largëta, si dhe për transformimin e tyre në NVM të qëndrueshme rinore;
- Nxitja e punësimit të të rinjve dhe mundësive për sipërmarrje nëpërmjet promovimit të mjedisit ligjor të prirur për zhvillimin e qëndrueshëm të kompanive të nxënësve dhe kompanive rinore.

Kjo paketë me mjete që do të ndikojë në rritjen dhe transformimin e kompanive të nxënësve në kompani rinore bazohet në përvojën e mbledhur nga procesi i transformimit në vendet pjesëmarrëse për sipërmarrësit e rinj në rajon dhe përfshin dhe pranon dallimet specifike të vendeve të evidentuara gjatë procesit. Gjithashtu, ajo bazohet edhe në kontributet metodologjike të *Junior Achievement* dhe mbështetet në disa prej praktikave më të mira nga e gjithë Evropa.

Sipas një ankete të zhvilluar më 1 mars 2022 nga *Junior Achievement USA*, rreth 60% e adoleshentëve janë më të interesuar që një ditë të hapin biznesin e tyre në vend që të

---

<sup>1</sup> Rinia e Ballkanit: Projekti 'Lidhja e Arsimit, Aftësive dhe Potencialit të Partneritetit në Praktikën Rajonale të Punësimit' (në tekstin e mëtejshëm *BY LEAP*) i zbatuar në vendet e Ballkanit Perëndimor (Shqipëri, Bosnjë dhe Hercegovinë, Mal i Zi, Maqedoni e Veriut, Serbi dhe Turqi) dhe i mbështetur nga *JA Europe* në fushën e punësimit të të rinjve. Projekti financohet nga Programi i Bashkimit Evropian (në vijim BE) për Shoqërinë Civile dhe Mediat 2018-2019 që synon të mbështesë rrjetet tematike rajonale të organizatave të shoqërisë civile në punën për krijimin e zgjidhjeve inovative për nxitjen e punësimit të të rinjve.

punojnë në një vend tradicional pune. Ky anketim, i cili përfshiu 1,000 adoleshentë të moshës 13 deri në 17 vjeç, u realizua në internet nga firma kërkimore *Wakefield Research*. Gati 2 në 5 adoleshentë të anketuar u shprehën se frymëzimi dhe dëshira e tyre për sipërmarrjen vjen kryesisht nga influencersit e mediave sociale dhe personat e famshëm. Anketa zbuloi gjithashtu se 45% e adoleshentëve duan të mësojnë nga përvoja e vetë pronarëve aktualë të bizneseve dhe 37% do të ishin të interesuar për të ndjekur programe mësimore në shkollë ose pas shkolle në lidhje me sipërmarrjen.

Transformimi i biznesit në kuadrin e projektit *BY LEAP* përfshiu të rinj të moshës 15-30 vjeç nga gjashtë vende ku po zbatohet projekti me dëshirën për të demonstruar mënyrën e funksionimit të të gjithë procesit për krijimin dhe rritjen e startup-eve dhe mënyrën se si të rinjtë mund të kthehen në sipërmarrës të vërtetë.

Kjo paketë me mjete synon të shërbejë si një instrument i dobishëm dhe praktik që mund të replikohet dhe përdoret nga sipërmarrësit e rinj të ardhshëm si një udhëzues që shpjegon procesin hap pas hapi, sfidat, arritjet dhe mësimet e nxjerra nga procesi i transformimit. Gjithçka fillon me një ide dhe "*Për ta zhvilluar atë ide nuk ju nevojitet një kompani me 100 persona.*" – Larry Page, bashkëthemelues i *Google*.

## Procesi i transformimit hap pas hapi

Sipërmarrja është një proces dinamik. Të bëhesh, të rritesh dhe të lulëzosh si sipërmarrës do të thotë të lundrosh në një vazhdimësi ngjarjesh dhe fazash që ndikohen nga shumë faktorë. Ky transformim fillon me **fazën e ngjizjes**, kur fitohen vokacioni sipërmarrës, motivimi dhe aftësitë kryesore dhe përcaktohet ideja e biznesit. Faza tjetër është **faza e aktivizimit/nisjes së punës** që përfshin vlerësimin përfundimtar të projektit dhe përpjekjet për tu qasur dhe për të organizuar burimet e nevojshme për vënien në lëvizje të biznesit. Ajo pasohet nga **faza e hershme e zhvillimit**, e karakterizuar nga hyrja në treg dhe përpjekjet për të adresuar

problemet operationale me të cilat përballen firmat e reja. Sipërmarrësit që nuk heqin dorë dhe vazhdojnë të këmbëngulin hyjnë në **fazat** pasuese **të rritjes/pjekurisë**.<sup>2</sup> Kalimi i suksesshëm nga një fazë në tjetrën kërkon kombinimin diferencial të aftësive dhe kushteve mundësuese në çdo fazë.

Kjo paketë me mjete do të trajtojë secilën prej këtyre fazave duke i ndarë ato në "nënfaza" në mënyrë që të kuptohet i gjithë procesi i transformimit në mënyrë më të lehtë. Ajo do të ndjekë fazat e përcaktuara nga projekti *BY LEAP* dhe do të përdorë edhe disa shembuj dhe mësim të nxjerra nga projekti.

## Përzgjedhja

*Sipërmarrësi është një person që ka një vizion për diçka, si dhe dëshirën për të krijuar.* – David Karp, themelues dhe Drejtor Ekzekutiv i Tumblr.

Konkurset për planet e biznesit synojnë nxitjen e sipërmarrësve të rinj të orientuar drejt rritjes. Ato kanë për qëllim të zgjedhin sipërmarrësit potencialë të orientuar drejt rritjes dhe të ofrojnë shërbime të kombinuara të trajnimit, mentorimit dhe financimit për fituesit. Përzgjedhja e bizneseve, të cilat do të përfshiheshin në procesin e transformimit nga kompani nxënësish në kompani rinore, u bë përmes organizimit të konkurseve në secilin prej vendeve të rajonit.

Pjesëmarrja në konkursin e planeve të biznesit ju detyron të mendoni në mënyrë kritike për pothuajse çdo aspekt të kompanisë suaj: vlera e teknologjisë suaj, tregu i synuar dhe madhësia e tij, konkurrentët tuaj, arritjet tuaja kryesore, fuqia e ekipit tuaj dhe parashikimet

---

<sup>2</sup> Nassif, Vania, Alexandre Ghobril dhe Newton Silva, *Understanding the Entrepreneurial Process: A Dynamic Approach*, Vlerësim i Administratës Braziliene, vëllimi 7 (2), fq 213-226, 2010; Ford, Kalyah, et al., *Igniting Climate Entrepreneurship in Morocco*, Banka Botërore, 2017.

tuaja financiare. Ky presion i jashtëm ofron mundësinë për të bërë një hap prapa dhe për të vlerësuar kompaninë tuaj në një nivel detajesh që mund të anashkalohet gjatë punës së përditshme. Dhe, duke e bërë këtë, ju tregoheni të hapur ndaj zhvillimit të proceseve të reja të vlefshme të reflektimit. A mjafton tregu për rritjen e vazhdueshme? Cilat janë grackat kryesore për kompaninë suaj? A është ideja juaj realiste? A keni reflektuar në lidhje me risqet tuaja? Shumica e konkurseve të planit të biznesit kërkojnë që ju të përballeni dhe t'u përgjigjeni këtyre pyetjeve të vështira që duhet të marrin përgjigje pa humbur kohë.

Disa nga elementët që u matën gjatë fazës së përzgjedhjes ishin:

- Identifikimi dhe eksplorimi i problemit;
- Përshkrim i shkurtër i modelit të biznesit;
- Propozimi i vlerave;
- Përvoja e themeluesit/ekipit;
- Financat dhe investimet.

Konkurset e organizuara përfshinë të rinjtë e moshës 15-30 vjeç dhe qëllimi ishte përzgjedhja e 10 prej ideve të biznesit rinor që do të bëheshin më tej pjesë e procesit të transformimit. Në rastin e Shqipërisë, mbi 45% e aplikimeve ishin nxënës që kishin marrë pjesë më parë në Programin 'Kompania e Nxënësve', ndërsa vetëm 1 prej tyre vazhdon punën me të njëjtin produkt. 80% e aplikimeve në fazën e idesë kishin ndërmarrë disa hapa fillestarë për të testuar idenë e tyre përmes versionit të hershëm bazë të produktit minimal të zbatueshëm. Në Mal të Zi, Serbi dhe Bosnje-Hercegovinë pas përzgjedhjes së dhjetë bizneseve fillestare, katër biznese kishin arritur pikën e pjekurisë dhe ishin gati për tu përfshirë në të gjithë procesin e transformimit, bazuar në kriteret e paracaktuara dhe potencialin e tyre për rritje.

## **Idetë dhe planet e biznesit**

Ideja e biznesit duhet të ketë në fokus klientët, blerësit ose audiencën. Tre janë faktet kryesore që e dallojnë një ide biznesi nga një ide krijuese:

- Duhet të ekzistojë një nevojë e qartë për produktin ose shërbimin tuaj (ose duhet të krijoni një nevojë të tillë), dhe duhet të ofroni një zgjidhje të re ose të përmirësuar për këtë nevojë.
- Kjo nevojë duhet të ketë potencial të mjaftueshëm për të krijuar një kërkesë.
- Shpërblimi që do të gjenerohet nga ideja juaj duhet të jetë i mjaftueshëm, në mënyrë që të jeni në gjendje të plotësoni nevojat e menjëhershme të biznesit tuaj, si dhe kërkesat e ardhshme të biznesit tuaj.

Plani i biznesit është një përshkrim strategjik i mënyrës se si biznesi do të arrijë të përmirësojë teknologjinë/produktin/shërbimin e tij për të siguruar përfitim dhe sukses. Ai është një dokument i gjallë dhe do të duhet të rishikohet për të pasqyruar kushtet në ndryshim të biznesit dhe të tregut ku ushtron aktivitetin e tij.

Vlera e vërtetë e zhvillimit të një plani fillestar biznesi nuk është vetë produkti i përfunduar, por puna hulumtuese dhe reflektuese mbi të cilin bazohet plani. Krijimi i planit të biznesit e ndihmon sipërmarrësin për të parashikuar në mënyrë sistematike të gjitha aspektet e biznesit. Përveç kësaj, plani i biznesit është vendimtar për një biznes të ri (*start-up*) që po përpiqet të sigurojë financime të jashtme. Plani i biznesit u tregon investitorëve të jashtëm se ju e keni eksploruar tërësisht tregun dhe mënyrën se si përshtatet pikërisht produkti ose shërbimi juaj në atë treg. Niveli i detajeve në plan do të varet nga llojet e investitorëve ose financimi që kërkohet.

Në secilin prej vendeve partnere, gjatë konkurseve u prezantuan shumë ide biznesi që vinin ose nga nxënës të mëparshëm të JA-së ose nga të rinj të tjerë që dëshironin të përfitonin mbështetje për zhvillimin dhe rritjen e bizneseve të tyre.

Për shembull, në Shqipëri, nga 30 aplikime të dërguara, 27 ishin në fazën e idesë dhe vetëm 3 ishin në fazën fillestare. Inovacioni lidhej në mënyrë rigoroze me ofrimin e zgjidhjeve online nëpërmjet aplikacioneve në internet ose aplikacioneve për probleme të ndryshme si

praktikat profesionale, siguria rrugore, UX/UI, etj. Një tjetër lloj inovacioni ndër aplikacionet e prezantuara lidhej me idetë e gjelbra, duke i kushtuar vëmendje të madhe riciklimit, ripërdorimit kreativ, arkitekturës së gjelbër, turizmit, etj. Në përgjithësi, inovacioni, veçanërisht në fazën e idesë, ishte i guximshëm dhe frymëzues me potencial të madh për t'u zbatuar, testuar, duke sjellë kështu vlerë në tregun vendas. Një produkt ose shërbim inovativ mund të hapë tregje të reja duke sfiduar edhe panoramën ekzistuese të konkurrencës. Kjo ju ndihmon të ndërtoni një monopol të ri (edhe nëse vetëm për një kohë të shkurtër), i cili do t'ju ndihmojë të rriteni pa konkurrencë. Por gjithsesi, duhet të bëni kujdes! Inovatorët që janë të parët në treg shpesh kanë përvoja negative dhe humbasin në vlera monetare, ndërsa ndjekësit korrin shpërblimet: përfitimi nga ndërgjegjësimi për produktin ose shërbimin, dhe prezantimi i versioneve të rishikuara që zgjidhin problemet fillestare dhe shmangin çështjet e pronësisë intelektuale. Pra, krahas pyetjeve 'Çfarë bëj unë?' dhe 'Pse duhet t'u interesojë klientëve të mi ky produkt/shërbim?', ju duhet pyesni veten edhe:

- A ekziston nevoja për atë që po ofroj?
- A do të ketë kërkesë të mjaftueshme?
- A do të më sjellë ky produkt/shërbim shpërblim të mjaftueshëm për të çuar përpara biznesin tim?

Për të qenë të suksesshëm, ju duhet të balanconi përpjekjet për kthimin e idesë në biznes me disa elementë të tjerë të domosdoshëm. Nëse një ndërmarrje udhëhiqet kryesisht nga idetë, por nuk përmban asnjë aspekt komercial, ajo nuk do të jetë e qëndrueshme. Po ashtu, nëse një biznes motivohet nga aspektet komerciale pa marrë parasysh inovacionin dhe kreativitetin e tij, atëherë ai mund të mos jetë efektiv për një periudhë afatgjatë. Arritja e ekuilibrit midis pasioneve, talenteve dhe shtytjes ekonomike është e rëndësishme.

Si në Serbi ashtu edhe në Mal të Zi, lindi nevoja e organizimit të disa trajnimeve fillestare për ngritjen e kapaciteteve për aplikantët e rinj që ishin vetëm në fazën e idesë për biznesin e tyre në momentin që u bënë pjesë e garës.



## Procesi i para-inkubacionit

Faza e para-inkubacionit është një fazë shumë e rëndësishme në të cilën përkufizohen dhe përcaktohen pikat e forta dhe të dobëta dhe kapacitetet që nevojiten. Para-inkubacioni është procesi që përfshin idenë ose projektin e biznesit, ku *startup*-et kanë filluar të punojnë vetëm ose me një ekip, por nuk janë përfshirë për ta realizuar këtë ide. Sipërmarrësit në procesin e para-inkubacionit kanë nevojë për trajnime specifike, për mentorim dhe shërbime konsulente për të kuptuar nëse idetë e tyre janë të zbatueshme, të komercializueshme, të shkallëzueshme, etj. Edhe përcaktimi i roleve që i nevojiten biznesit është i rëndësishëm së bashku me:

- Identifikimin e aspekteve ku përshtaten aftësitë dhe interesat tuaja personale brenda biznesit tuaj;
- Njohjen e nevojave sa i takon nivelit të aftësive tuaja personale në mënyrë që të përftoni një grup të plotë aftësish për drejtimin e biznesit;
- Identifikimin e marrëdhënieve që duhet të ndërtoni me njerëz dhe biznese të tjera për ta bërë biznesin tuaj sa më të suksesshëm.

Tre aspektet kryesore që duhen mbajtur parasysh për krijimin e biznesit të qëndrueshëm janë si më poshtë:

- Sipërmarrësi duhet të ketë një ide të qartë se çfarë produkti/shërbimi do të ofrojë biznesi i tij.
- Sipërmarrësi duhet të dijë që për produktin/shërbimin që do të ofrojë do të ketë një audiencë ose treg.
- Sipërmarrësi duhet të zhvillojë procesin e biznesit për ta ofruar këtë produkt/shërbim për një çmim më të lartë se sa kostoja e prodhimit.

Procesi i para-inkubacionit në Shqipëri, për shembull, përfshiu 4 shtylla:


- Përcaktimi i qëllimit të biznesit;

- Zhvillimi i hipotezave;
- Kryerja e eksperimenteve të suksesshme;
- Përdorimi i të dhënave dhe informacionit për vendimmarrje.

Të 4 shtyllat u përdorën për të fuqizuar dhe ndihmuar idetë e përzgjedhura, për të validuar idetë e tyre/ *startup*-et ekzistuese. Nëpërmjet përcaktimit të objektivave më të rëndësishme, *startup*-et nisën rrugëtimin e tyre për të kuptuar dhe perceptuar biznesin e tyre. Dhe kjo është arsyeja pse me secilin prej *startup*-ve u përgatitën hipoteza në lidhje me objektivat e biznesit të tyre. Çdo hipotezë ishte planifikuar të shoqërohej me një sërë eksperimentesh duke iu afruar klientëve të mundshëm të synuar. Secili eksperiment duhej të mblidhte sa më shumë të dhëna, si metodologji, për t'u përpunuar dhe për të kuptuar, në fund të fundit, nëse supozimet/hipotezat fillestare ishin të drejta. Duke u bazuar mbi këto të dhëna, sipërmarrësit bënë modifikimet e nevojshme të ideve/*startup*-eve ekzistuese ose u rrotulluan për të lëvizur në një drejtim tjetër të eksploruar përmes eksperimenteve.

**BY LEAP**  
BALKANS YOUTH: LINKING EDUCATION, ABILITIES AND PARTNERSHIP POTENTIAL IN REGIONAL EMPLOYMENT PRACTICE

Funded by the European Union




## Trening za 10 poslovnih ideja

**1**

- Izrada biznis planova,
- Poslovni biznis modeli
- Marketing i prodaja proizvoda/ usluga
- Osnova finansija i finansijsko planiranje
- Izvori finansiranja za start-up biznise

**2**

**Inkubacija/ BIZNIS MENTORING ZA 4 POSLOVNE IDEJE**

**3**

- Razrada i oblikovanje poslovne ideje;
- Razvoj proizvoda/usluge/ Asortiman;
- Organizacija i Planiranje;
- Analiza Tržišta-Segmentacija, Targetiranje i Pozicioniranje na tržištu, 4P i /7P Marketing miks, marketing strategija;
- Osnovi Prodaje, Prodajni kanali, Strategija i Plan prodaje, Pregovaranje sa kupcima-, Izrada biznis modela poslovanja;
- Finansijski plan,formiranje cene proizvoda/usluge, Fiksni i Varijabilni Troskovi poslovanje, prelomna tačka rentabilnosti,projekcije poslovanja, racio analiza;
- Izvori finansiranja za Start-Up biznise; Pitch

**PRETVORI IDEJU U SVOJ PRVI BIZNIS!**

MODULI TRENINGA

**PRO BUSINESS CONSULTING**

Në Serbi, para fillimit të punës për zhvillimin e mëtejshëm të ideve të përzgjedhura, partnerët hartuan një plan të tërë, i cili shërbeu si bazë për trajnimet që pasuan. I gjithë projekti ishte i ndarë në disa module dhe secili prej tyre kishte për detyrë t'i prezantonte të rinjtë me fushat kryesore të biznesit. Baza për modulet nëpërmjet të cilave është realizuar edukimi i të rinjve janë: Përgatitja e Planit të Biznesit, Modelet e Biznesit, Marketimi dhe Shitjet, Bazat Financiare dhe Planifikimi Financiar, si dhe Burimet e Financimit për hapjen e një biznesi. Pavarësisht faktit që trajnimi ishte kryesisht teorik, gjithçka u mbështet me shembuj praktikë dhe propozime komerciale. Për procesin e trajnimit u përzgjedhën 10 ide biznesi, nga të cilat 4 prej tyre u listuan si idetë përfituese të mentorimit dhe mbështetjes për transformimin e mëtejshëm të biznesit.

## Mentorimi

*"Mënyra më e shpejtë për të ndryshuar veten është të shoqërohesh me njerëz që tashmë janë ashtu siç dëshiron të jesh."* – Reid Hoffman, bashkëthemelues i LinkedIn.

Në vitin 2015, YBI - Youth Business International<sup>3</sup> kreu një studim për të kuptuar se çfarë funksionon kur bëhet fjalë për procesin e mentorimit, jo vetëm në aspektin e zhvillimit të biznesit, por edhe të zhvillimit personal. Projekti kërkimor dyvjeçar, gjatë të cilit u zhvilluan mbi 1,600 intervista të thelluara me të mentoruar dhe mentorë, gjurmoi ndikimin e mentorimit në dy faza. Në fund, zbuluam se gati tre të katërtat (74%) e sipërmarrësve të rinj ishin më të sigurt në drejtimin e biznesit të tyre dhe 72% mendonin se kishin përfunduar aftësi më të forta vendimmarrëse përmes mbështetjes së ofruar nga mentorët e tyre. Niveli personal i besimit u rrit edhe gjatë programit dhe deri në fund të tij 71% e sipërmarrësve mendonin se kishin mësuar shumë më shumë në lidhje me pikat e tyre të forta dhe fushat e zhvillimit personal.

---

<sup>3</sup> <https://www.youthbusiness.org/resource/the-impact-of-mentoring-on-young-entrepreneurs>

Kjo tregon se mentorimi është një aspekt thelbësor i inkubacionit dhe rritjes dhe i transformimit të plotë të bizneseve rinore. Procesi i mentorimit përcakton fazat e ndryshme që duhen ndjekur për zhvillimin e marrëdhënies së mentorimit. Procesi i mentorimit është zakonisht sistematik, i diferencuar dhe kompleks. Natyra e tij sistematike i atribuohet nevojave zhvillimore që rrethojnë evolucionin e një marrëdhënieje mentorimi. Nevojat zhvillimore përfshijnë zhvillimin e aspektit social-emocional, njohës dhe të identitetit, të cilat kërkojnë nivele të ndryshme të strukturës, drejtimit dhe mbështetjes. Si të tilla, dallimet në aftësinë e mentorëve për të menaxhuar sfidat e qenësishme që lidhen me nevojat zhvillimore të të mentoruarve janë vendimtare. Gjithashtu, mendohet se procesi i mentorimit është një proces i ndërlikuar, pasi kanali për orientimin e të mentoruarve përmes niveleve të varësisë ndaj autonomisë dhe pavarësisë nuk është lineare. Ideja e procesit të transformimit është që të rinjtë që po hapin bizneset e tyre të bëhen më të fortë, më të pjekur dhe më të pavarur me ndihmën e një mentori.

Disa nga pyetjet thelbësore që duhej të trajtoheshin në këtë fazë me ndihmën e mentorëve ishin si më poshtë:

- Si mund të krijohet dhe strukturohet një plan biznesi të përshtatshëm dhe si mund ta argumentoj biznesin tim në mënyrë sa më realiste?
- Si mund të strukturohet dhe të përgatitet planin për mbledhjen e fondeve dhe ku mund të kërkojë mbështetje financiare?
- Si mund të strukturohet dhe të hartohet një strategji të vlefshme dhe optimale për marketimin?
- Si mund të përgatitet dokumentacionin për regjistrimin e NVM-ve?

Fushat kryesore që u trajtuan përmes mentorimit të biznesit në vendet partnere janë: Përpunimi dhe formësimi i një ideje biznesi; Zhvillimi i produkteve/shërbimeve/asortimenteve; Organizimi dhe planifikimi; Analiza e tregut-segmentimi; Shënjestrimi dhe pozicionimi në treg; Kombinimi i marketimit 4P dhe /7P; Strategjia e marketimit; Bazat e shitjeve; Kanalet e shitjes; Strategjia dhe plani i shitjeve; Negociimi me klientët; Krijimi i modelit të biznesit; Plani financiar; Përcaktimi i çmimit të produktit/shërbimit; Kostot fikse

dhe të ndryshueshme të biznesit; Pika e rentabilitetit; Projektionet e biznesit; Analiza e raportit; Burimet e financimit për bizneset fillestare; Prezantimi i idesë së biznesit.

## Rritja

Kjo është faza vendimtare dhe më e komplikuar dhe, në fakt, faza më e gjatë, që përfshin në një farë mënyre të gjithë hapat e mëparshëm në mënyrë të pafundme, pasi rritja dhe transformimi nuk përfundojnë automatikisht në momentin e krijimit të biznesit. Disa nga elementët e fazës së rritjes/maturimit janë përgjigje për pyetjet e mundshme, si për shembull:

- Përcaktimi i problemit dhe zgjidhjet e tjera të mundshme në treg;
- Sintonzimi i propozimit të vlerës;
- Modelimi financiar (kostot, të ardhurat, fluksi monetar);
- Marketimi dhe vizibiliteti;
- Mbledhja e fondeve dhe gatishmëria për investime.

Sipas teorisë së biznesit, faza e rritjes është pikërisht faza ku biznesi juaj konsolidon pozicionin e tij në treg. Kthejeni vëmendjen tuaj në brendësi të biznesit gjatë kohës së krijimit të ekipeve dhe punësoni njerëzit e duhur për të drejtuar operacionet. Shpenzoni kohën duke zhvilluar aktivitete që e ndihmojnë kompaninë që të rritet dhe identifikoni pengesat që mund të frenojnë rritjen tuaj. Merrni kohë për të forcuar marrëdhëniet tuaja me klientët. Investoni për punonjësit tuaj dhe nxitini ata që të marrin më shumë përgjegjësi për zhvillimin e proceseve të brendshme dhe të marrëdhënieve me klientët.

Faza e rritjes kërkon investime. Sipërmarrësit duhet ta përdorin fitimin për të financuar rritjen ose për të kërkuar kapital të jashtëm investues, qoftë nëpërmjet investitorëve apo kredive. Në rastin e investitorëve, ju hiqni dorë nga kapitali dhe fitoni konsulentë. Në rastin e

kredive, ju ruani të gjithë kapitalin tuaj, por ka të ngjarë që do t'ju duhet të nënshkruani garanci personale me bankat për të marrë financime.

Gjatë planifikimit të hapave tuaj të ardhshëm, është e vështirë që të dilet vetëm me një zgjidhje të vlefshme për të gjitha problemet, por gjithsesi më poshtë gjeni disa pyetje të thjeshta që mund t'ju shërbejnë si orientim:

- Cila është puna më e mirë e biznesit tuaj të vogël në këtë moment?
- Çfarë i gjeneron fitimet?
- Si është panorama aktuale e konkurrencës?
- Cilat janë kushtet aktuale të tregut?

Është ende herët që në procesin e transformimit të kompanive të nxënësve në kompani rinore të flitet për rritje dhe pjekuri të vërtetë, por është e rëndësishme që të gjitha këto pyetje dhe çështje të mbahen parasysh, nëse duam të shohim dhe të kemi biznese të qëndrueshme rinore në të ardhmen. Si biznese në rritje, qëllimi i tyre është identifikimi i faktorëve diferencues të tregut dhe i faktorëve gjenerues të fitimeve dhe hartimi më pas i strategjive për t'i zgjeruar në mënyrë sa më efikase të dyja këto aspekte. Në secilin prej vendeve ku po zbatohet projekti, katër biznese rinore kanë demonstruar potencialin e tyre për transformim real dhe rritje të mundshme dhe këto janë pikërisht çështjet që duhet të kenë parasysh në këtë proces.

## Financimi dhe mbledhja e fondeve

*“Mbledhja e kapitalit është gjithmonë më e vështirë se sa e keni menduar dhe gjithmonë merr më shumë kohë. Pra, planifikojeni!” - Richard Harroch, kapitalist sipërmarrës.*

Financimi mund të ndahet në tre kategori, secila prej të cilave me implikime të ndryshme për investitorin, sipërmarrësin dhe biznesin:

- **Grantet:** Shlyerja e tyre nuk është detyrim për sa kohë përmbushen kushtet e grantit.

- **Borxhi:** Fonde të marra hua, të ripagueshme brenda afateve fikse dhe me interes.
- **Kapitali:** Pronësia nëpërmjet aksioneve ose anëtarësimit. Financimi me kapital mund të ketë ndikim të thellë mbi aktet nënligjore, të drejtat e votës, kontrollin operacional dhe të drejtat e ardhshme.

Në secilin prej vendeve ku po zbatohet projekti mund të identifikohen lloje të ndryshme fondesh dhe mundësish financimi, si dhe lloje të ndryshme sfidash dhe vështirësish me të cilat po përballen sipërmarrësit e rinj. Nuk ekziston asnjë lloj financimi që mund të funksionojë njësoj për të gjitha kompanitë. Disa biznese kanë nevojë për një sasi të madhe kapitali nga investitorë të jashtëm për të sjellë në jetë idetë e tyre. Disa të tjerë kanë nevojë për një kredi të vogël për t'i shtyrë drejt të ardhurave më të mëdha dhe lirisë financiare.

Mbledhja e fondeve për *startup*-et është një nga periudhat më emocionuese dhe sfiduese për një kompani. Puna për të kërkuar investitorë, kredi, grante dhe forma të tjera financimi për të ndihmuar biznesin e tyre që të rritet është një detyrë dhe përgjegjësi e madhe. Nëse kjo punë rezulton e suksesshme, atëherë *startup*-i do të ketë kapitalin e nevojshëm për të vazhduar punën për krijimin e produkteve të tij ose ofrimin e funksionaliteteve të reja për klientët. Nëse jo, kompanisë ndoshta do t'i duhet të mbyllë dyert e saj përgjithmonë.

Investitorët duan të mbështesin *startup*-et në të cilat besojnë, por duan që edhe të përfitojnë nga kthimi i investimit të tyre. Kjo është arsyeja pse pothuajse të gjitha marrëveshjet me investitorët engjëj, kapitalistët sipërmarrës ose firmat e kapitalit privat përfshijnë edhe kapitalin në kompani. Ideja është që në momentin që kompania do të fillojë të dalë me fitim, investitorët do të marrin mbrapsht paratë e tyre fillestare, plus pjesën shtesë të kapitalit për shkak të guximit dhe përfshirjes në investim.

Për shembull, ekosistemi shqiptar i *startup*-eve dhe inovacionit është shumë i ri dhe financon nismat për krijimin e *startup*-eve. Megjithatë, organizata të ndryshme ndërkombëtare kanë luajtur rolin e investitorit engjëll përmes granteve të dhëna për *startup*-et. Këto grante

aksesohen në momentin e hapjes së thirrjeve nga këto organizata për *startup*-e ose ide *startup*-i. Kjo ka ndodhur edhe në vendet e tjera të rajonit. Në Mal të Zi, secilës prej kompanive rinore iu ofrua nga mentorët e tyre të biznesit një listë e detajuar dhe e përshtatur e investitorëve dhe financuesve të mundshëm të cilëve mund t'u drejtohen, si dhe përshtatjet e bankave dhe rregullore të huave dhe mundësive që mund të përdorin.

Të rinjtë në Serbi kanë lloje të ndryshme financimi në dispozicion, nga të cilat më të rëndësishmet janë si më poshtë:

- StarTech: Programi financohet plotësisht nga fondet e kompanisë private Philip Morris International në Serbi. Ai zbatohet nga NALED me mbështetjen e ENECA, dhe është i destinuar për ekipet e *startup*-eve, sipërmarrësit, ndërmarrjet mikro, të vogla dhe të mesme.
- Fondi për aktivitetet inovative: I dedikohet ndërmarrjeve private mikro dhe të vogla në fazat e hershme të zhvillimit, të cilat zotërojnë inovacion teknologjik dhe kanë potencial për të krijuar pronë të re intelektuale, si dhe një nevojë të qartë të tregut.
- Fondi i zhvillimit - investime për mbështetje kreditore.
- Kredi (për blerje pajisjesh, makinerish, impiantesh, ndërtimi ose blerje të objekteve prodhuese ose komerciale).
- Kredi për aktive fikse dhe rrjedhëse (për blerjen e lëndëve të para dhe materialeve, artikujve të ndryshëm) si dhe kosto të tjera të prodhimit, të arkëtueshme nga klientët, detyrime ndaj furnitorëve.
- Kredi fillestare: hua për gratë sipërmarrëse dhe të rinjtë, program për nxitjen e sipërmarrjes përmes projekteve zhvillimore, kredi për subjektet e biznesit që e ushtrojnë aktivitetin e tyre në zona të pazhvilluara dhe qartazi të nënzhvilluara.
- Kredi standarde bankare: kredi për blerjen e aseteve fikse; kredi për blerjen e kapitalit qarkullues; kredi për likuiditet; linja kreditore rrotulluese; mbitërheqja nga llogaria rrjedhëse.



## Mësimet e nxjerra

Disa nga mësimet kryesore të nxjerra në kuadrin e projektit *BY LEAP* dhe të proceseve të transformimit në rajon janë kryesisht në lidhje me periudhën dhe kohën e zbatimit të projektit dhe të proceseve dhe kur dhe si kjo mund të shkojë në mënyrën më të mirë të mundshme. Në shumicën e vendeve kjo periudhë kohore ka qenë shumë e shkurtër duke mos lejuar krijimin e një tabloje të plotë dhe nxjerrjen e përfundimeve në lidhje me procesin, ose është caktuar në periudhën kur të rinjtë nuk mund të angazhohen edhe aq shumë.

Në sajë të studimeve të pavarura të kohëve të fundit që flasin për inaktivitet të lartë të krahut të punës, veçanërisht në rradhët e të rinjve, dhe faktit që punësimi informal dhe papunësia afatgjatë janë një sfidë e konsiderueshme me nivele kritike të larta të papunësisë tek të rinjtë (mesatarisht 50%), ajo që u vu re në Serbi, për shembull, ishte problemi i mungesës së arsimit dhe përvojës në aspektin e biznesit dhe mungesa e gatishmërisë për të hapur biznesin e tyre në mesin e popullatës së re në moshë. Të qenit i ri dhe i papunë çon në rritjen e riskut të varfërisë dhe përjashtimit social, si dhe shkakton humbje të motivimit dhe apati.

Në Turqi, aspektet më të vështira për bizneset e transformuara nga biznese të nxënësve në biznese rinore kishin të bënin me krijimin e kapitalit. Kapitali i krijuar nga shitja e aksioneve nuk u mjaftonte dhe filluan negociatat me investitorët. Negociatat me investitorët nuk kanë përfunduar gjithmonë pozitivisht për kompanitë rinore.

Sfidat kryesore në Shqipëri lidhen me ‘inflacionin’ e lartë të aktiviteteve që zhvillohen në ekosistemin e *startup*-eve dhe inovacionit. Mbi 90% e këtyre aktiviteteve janë seminare, kurse intensive trajnimi dhe aktivitetet e kodimit me trajnime dhe mentorim të butë, por me financim/investim të ulët ose pa asnjë financim/investim. Fokusimi në fazën e hershme dhe në fazën e idesë paraqet probleme për *startup*-et që duan të ndërtojnë më shumë në fazat e

mëpasme, deri në fazën e Gatishmërisë për Investim. Sfida e dytë që prek të gjitha nismat lidhet me faktin që shumë prej këtyre aktiviteteve zhvillohen në kryeqytetin e vendit, në Tiranë. Prandaj, për tu qasur tek këto njohuri praktike ju duhet të jetoni në Tiranë ose të udhëtoni drejt Tiranës duke mbuluar shpenzimet vetë, të cilat mund të jenë të kushtueshme dhe të komplikuar për të rinjtë. Ky problem nuk ekziston vetëm në Shqipëri. Në shumë prej vendeve të rajonit ekziston i njëjti problem që ka të bëjë me centralizimin e njohurive, burimeve dhe aksesit për grupe të ndryshme të rinjsh, veçanërisht të atyre që jetojnë në zonat rurale.

Në kontekstin e sfidave të njohura për transformimin e ideve të biznesit në *startup*-e dhe (më pas) në NVM, sfidat kryesore që janë identifikuar në Republikën e Malit të Zi janë si më poshtë:

- Nxënësit nuk janë ende të qartë financiarisht;
- Menaxhimi i zotimeve;
- Balancimi i punës, shkollës dhe familjes;
- Frika nga përballja me konkurrencën në treg;
- Procesi i të menduarit jashtë kornizave është evidentuar në mesin e nxënësve, por duhet të pasurohet më tej dhe të thjeshtohet në mënyrë që t'i ndihmojë ata për të planifikuar dhe menaxhuar idetë e tyre të biznesit.

## Konkluzione

Financimi është një nga problemet më të mëdha kur bëhet fjalë për kompanitë rinore. Ata që nuk kërkojnë financim fillestar zakonisht zgjedhin t'i vetëfinancojnë bizneset e tyre. Ata përdorin kursimet e tyre personale ose paratë e marra hua nga familja dhe miqtë për të ngritur dhe vënë në funksionim kompanitë e tyre. Ky është një argument shumë i debatuar, por që i ndihmon sipërmarrësit të ruajnë kontrollin e bizneseve të tyre, në vend që t'i japin kapital investorëve dhe të shmangin pagesat e interesit për kreditë e marra. Ana tjetër e

medaljes është se nëse *startup*-i dështon, sipërmarrësi humbet kursimet e tij ose të familjes dhe miqve të tij.

Mbledhja e fondeve nga burime të ndryshme dhe të shumta (*crowdfunding*) mund të jetë një mënyrë e mirë për të mbledhur fonde në internet në këmbim të shpërblimeve, kapitalit, borxhit ose në këmbim të asgjëje. Bizneset e vogla rinore mund të përdorin faqet e *crowdfunding* për të aksesuar paratë në mënyrë të shpejtë, në shkëmbim të ndërtimit të një strategjie të fortë promovuese, heqjes dorë nga kapitali në biznes dhe të qenit transparent në lidhje me 'shëndetin' e kompanisë.

Sipas anketave të zhvilluara në Turqi nga partnerët e projektit rezulton që nxënësit që ishin pjesë e programit deklaruan se programi i kompanisë dhe kampet e inovacionit e kishin rritur interesin e tyre për sipërmarrjen me 76%. 82% e nxënësve deklaruan se trajnimi ka përmbushur pritshmëritë dhe nevojat e tyre, dhe se kanë përmirësuar aftësitë e tyre në aspektin e kulturës financiare. Pas përgatitjes së planeve të tyre të biznesit disa ekipe arritën të fillonin punën për prodhimin e produkteve dhe shitjen e tyre në vend. Disa të tjerë arritën të nisnin procesin për krijimin e prototipit të shërbimeve dhe produkteve të tyre. Ata filluan testimin e produktit me grupe të vogla testimi.

Analizimi në mënyrë gjithëpërfshirëse i ekosistemit të biznesit në Serbi bëri të mundur identifikimin e potencialit më të madh të të rinjve në sektorët që përmirësojnë produktivitetin dhe konkurrencën e ekonomisë serbe: TIK (inovacioni dhe IoT – interneti i gjërave), energjia e rinovueshme dhe efikasiteti i energjisë. Gjithashtu, një nga konkluzionet e nxjerra nga përvoja e Serbisë është se të rinjtë duhet të jenë të gatshëm të ushtrojnë aktivitetin e tyre edhe me ndonjë humbje për gjashtë muajt e parë të aktivitetit të biznesit të tyre, para se të arrijnë të gjenerojnë të ardhura të mjaftueshme, të bëhen më të qëndrueshëm dhe të ndjejnë rritjen reale.

Si përfundim - bizneset e reja në rajon përballen me tre çështje/probleme kryesore. Ato përfshijnë mungesën e kapitalit fillestar për shkak të stimujve jo të favorshëm të qeverisë

dhe tendencës për lëvrimin e kredive bankare për NVM-të e zhvilluara dhe mungesës së investitorëve. Përveç kësaj, vihet re edhe mungesa e perspektivës dhe e njohurive të nevojshme sipërmarrëse. Ndërsa nga ana tjetër, të rinjtë në vendet e BE-së janë disi në një situatë më të mirë financiare. Taksimi është më i rregulluar dhe i mirëpërcaktuar. Sjellja sipërmarrëse inkurajohet më shumë në vendet e BE-së.

## Informacion për projektin *BY LEAP*

Projekti 'Rinia e Ballkanit: Lidhja e Arsimit, Aftësive dhe Potencialit të Partneritetit në Praktikën Rajonale të Punësimit (*BY LEAP*) synon të forcojë pjesëmarrjen e OSHC-ve në bazë dhe nismave rinore në rrjetin rajonal dhe të sigurojë qëndrueshmërinë e sipërmarrësve të rinj (nxënës/të rinj) përmes demonstrimit dhe aktiviteteve të trajnimit/mentorimit. Përpjekjet do të synojnë përmirësimin e mjedisit politik dhe mbështetjen e iniciativave për zhvillimin e kapaciteteve njerëzore/të fuqisë punëtore dhe kapaciteteve institucionale që u përgjigjen nevojave të OSHC-ve dhe përfituesve lokalë/në bazë.

Objektivi i përgjithshëm është të kontribuojë për krijimin e mundësive për sipërmarrjet rinore dhe të forcojë perspektivat e punësimit të të rinjve në Ballkanin Perëndimor.

Data e fillimit: 1 mars, 2020

Data e përfundimit: 28 shkurt, 2023

Koordinatori i projektit: Junior Achievement Serbia

Partnerët e projektit:

Instituti i Ballkanit Perëndimor (Serbi)

Junior Achievement of Albania

Këshilli Rinor Kombëtar i Maqedonisë

Qendra e Biznesit Studentor

JA Turkey

Inkubatori i Inovacionit Social MUNJA

JA Europe