



UNIVERSITETI “ALEKSANDËR MOISIU” DURRËS
FAKULTETI I BIZNESIT

“NDIKIMI I FAKTORËVE TË RISKUT NË PERFORMANCËN FINANCIARE TË FIRMAVE QË OPEROJNË ME NËNKONTRAKTIME NË DISTANCË”

UDHËHEQËSI SHKENCOR
Prof. As. Dr. Mirjeta BEQIRI

DISERTANT
Kleida (TUFI) HETA, MF

Qershor, 2016

Copyright
i
Kleida (TUF1) HETA
2016

Udhëheqësi i Kleida (Tufi) Heta vërteton se ky është version i miratuar i disertacionit të mëposhtëm:

**“NDIKIMI I FAKTORËVE TË RISKUT NË
PERFORMANCËN FINANCIARE TË FIRMAVE QË
OPEROJNË ME NËNKONTRAKTIME NË DISTANCË”**

Prof. As. Dr. Mirjeta BEQIRI

“NDIKIMI I FAKTORËVE TË RISKUT NË PERFORMANCËN
FINANCIARE TË FIRMAVE QË OPEROJNË ME
NËNKONTRAKTIME NË DISTANCË”

Përgatitur nga: Kleida (Tufi) HETA, MF

Disertacion i paraqitur në

Fakulteti i Biznesit

Universiteti “Aleksandër Moisiu” Durrës

Në përputhje të plotë

Me kërkesat

Për gradën “Doktor”

Universiteti “Aleksandër Moisiu” Durrës

Qershor, 2016

Dedikim

Babës tem,
për frymëzimin që më ka dhënë gjithmonë!

“Tak-tak”-u i butonave të makinës së shkrimit kur ti shtypje disertacionin tënd, u ngulit fort tek unë që në vogëli. Tek të shikoja të rrethuar me librat e tu të sportit, me shumë letra e dorëshkrime dhe vazhdimisht me medalje e rekorde kombëtare, ëndërroja që një ditë të bëhesha si ti!

Falenderime

Këto pesë vitet e fundit kanë qenë një sakrificë e madhe për të ndarë kohën mes punës shkencore, mësimdhënies dhe ninullave. Një *përrulje dhe respekt* për të gjithë ato, që më shtynë drejt kësaj rruge, që më mbështetën, që më ndihmuan, që më dhanë forcë të ec përpara edhe kur dukej e pamundur!

Falenderimi i parë shkon për udhëheqësen time Prof. As. Dr. *Mirjeta Beqirin*, jo vetëm për idetë, këshillat dhe sugjerimet e vlefshme gjatë të gjitha fazave të punimit, por edhe për frymëzimin, motivimin e mbështetjen e pakushtëzuar edhe në ditë të vështira! E falenderoj edhe për të gjithë shembullin pozitiv që ka percjell tek unë si një intelektuale dhe akademike e shkëlqyer! Shpresoj që një ditë të jem edhe unë po aq e denjë për t'iu shërbyer studentëve të mi!

Falenderoj të gjithë kolegët e Fakultetit Ekonomik të Universitetit të Shkodrës! Me ta ndamë eksperiencat tona gjatë këtyre viteve, shkëmbyem ide dhe patëm suportin maksimal. Gjithashtu, gjej rastin të falenderoj edhe kolegët e departamentit të Financë-Kontabilitetit të UAMD-së, për të gjitha këshillat dhe sugjerimet e vlefshme!

Falenderoj shumë të gjitha ato kompani dhe drejtues të tyre që u bënë pjesë e këtij studimi me shumë dëshirë! Një tjetër falenderim shkon edhe për 11 brezat e studentëve të Fakultetit Ekonomik të Universitetit të Shkodrës, të cilëve i'u kam dhënë mësim! Keni një rol të padiskutueshëm në formimin tim profesional dhe akademik!

Një falenderim i shumë i veçantë shkon edhe për bashkëshortin tim dhe prindërit tanë. Pa ndihmën e të gjithëve ju së bashku, nuk do ia kisha arritur kurrë! Faleminderit shumë për durimin e treguar!

Së fundmi, i kërkoj shumë ndjesë vajzës dhe djalit tim për kohën e munguar dhe përrallat e palexuara! Ju erdhët në jetë gjatë këtyre viteve shumë intensive për mua. Këtë rrugëtim e bëmë së bashku, e më në fund, them se ia dolëm!

Deklaratë mbi origjinalitetin

Kleida (Tufi) Heta

Deklaroj se kjo tezë përfaqëson punën time origjinale dhe nuk kam përdorur burime të tjera, përveç atyre të shkruajtura nëpërmjet citimeve.

Të gjitha të dhënat, tabelat, figurat dhe citimet në tekst, të cilat janë riprodhuar prej ndonjë burimi tjetër, duke përfshirë dhe internetin, janë pranuar në mënyrë eksplicite si të tilla.

Jam e vetëdijshme se në rast të mospërputhjeve, Këshilli i Profesorëve të UAMD-së është i ngarkuar të më revokojë gradën “Doktor”, që më është dhënë mbi bazën e kësaj teze, në përputhje me “Rregulloren e Programeve të Studimit të ciklit të tretë (Doktoratë) të UAMD-së, neni 33, miratuar prej Senatit Akademik të UAMD-së me Vendimin nr. , datë _____.

Durrës, më _____

Firma

Përmbledhje

Ndërkombëtarizimi, apo siç njihet në ditët e sotme globalizimi, ka një ndikim të madh në situatën politike të një vendi, në gjendjen ekonomike apo edhe në ambientin socio-kulturor të atij vendi. Me rritjen e konkurrencës ndërmjet firmave, ato mundohen të gjejnë avantazhe të tjera konkurrese si për shembull të investojnë në një vend tjetër ku kostot e punës apo inpute të tjera janë më të lira, ka më pak rregulla shtërnguese, ka nivel më të ulët taksash, etj. Në këtë mënyrë ato, jo vetëm reduktojnë kostot, por edhe hyjnë në tregje të reja.

Termi “nënkontraktim në distancë” i referohet kryerjes së proceseve të prodhimit ose shërbimit në një vend të huaj, nëpërmjet pajtimit të palëve të treta ose edhe brenda kompanisë apo grupit (Blinder, 2007). Shumë firma të huaja kanë zgjedhur Shqipërinë për prodhimin e produkteve të tyre kryesisht si rezultat i kostove të ulëta të punës, pozicionit gjeografik, taksave, punonjësve të kualifikuar, etj.

Në Shqipëri, firmat që operojnë me nënkontrakte i përkasin firmave prodhuese të tekstileve (veshjeve) apo lëkurë-këpucëve dhe “qendrave të thirrjes” (call centers) që ofrojnë shërbime. Këto firma kanë një rëndësi të madhe në ekonominë shqiptare pasi një numër i madh njerëzish janë të punësuar në këtë sektor si edhe për shkak të kontributit në PBB-n e vendit, kontributit në eksporteve, etj. Sipas INSTAT 2013, ndërmarrjet që operonin në këtë sektor ishin 46.79% e numrit total të ndërmarrjeve në të gjithë vendin dhe ky sektor punësonte rreth 27.56% e gjithë numrit të të punësuarve në mbarë vendin. Pësia e industrisë fason në totalin e eksporteve për vitin 2014 ishte 48.9% (ACIT, 2015).

Qëllimi i studimit konsiston në evidentimin e faktorëve të riskut, të brendshëm dhe të jashtëm, që ndikojnë në objektivat financiare të firmave me nënkontrakte që operojnë në vendin tonë. Rezultatet e këtij studimi do i vijnë në ndihmë menaxherëve të këtyre firmave për të përmirësuar strategjitë e biznesit të tyre, në mënyrë që të përfitojnë nga avantazhet që këto faktorë sjellin, apo të menaxhojnë risqet që mund të shkaktohen prej tyre, në mënyrë që të përmirësojnë performancën financiare të tyre.

Pas rishikimit të literaturës për çështje që lidhen me nënkontraktimin në distancë, lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, një vështrimi të përgjithshëm mbi kompanitë që operojnë me nënkontrakte në Shqipëri, nëpërmjet analizave statistikore u ekzaminua lidhja që ekziston ndërmjet faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Të dhënat u grumbulluan nëpërmjet pyetësorëve. Gjithashtu, u analizua edhe ecuria financiare e këtyre kompanive bazuar në pasqyrat e tyre financiare. Përfundimi ishte se ky sektor ka patur një përmirësim të situatës financiare gjatë periudhës 2012-2014.

Fjalët kyçe: nënkontraktimi në distancë, investime të huaja direkte vertikale, faktor risku, performancë financiare, industria fason, call centers

Summary

The internationalization, or nowadays known as globalization has a big impact in a country's political state, economic state or even in the social-cultural environment. As competition increases among firms, they try to find out other different advantages like investing in another country where labor costs or other inputs are cheaper, there are less restrictive rules, lower level of taxes, etc. In this way, they not only reduce costs, but also penetrate in another market.

Offshoring refers to a task or work process being moved out of the country either to an external partner or within the same company or group (Blinder, 2007). Many foreign firms have chose Albania to conduct their business, mainly due to low labor costs, geographic location, tax incentives, qualified personnel, etc.

In Albania, firms included as service providers are mainly comprised from product development firms (mainly textiles and shoes) and call centers. Service provider firms have a strong impact in our economy due to high employment rate in this sector, the contribution in GDP growth, export increase, etc. According to INSTAT 2013, enterprises operating in this sector comprise 46.79% of the total number of enterprises in the whole country. The large number of these enterprises is characterized a lso from the highest employee level. This sector employs 27.56% of the total employees in the whole country. Acording to ACIT (2015), the weight of apparel industry on total exports for 2014 was 48.9%.

This study focuses on how risk factors, internal and external, affect the financial performance of global service provider firms (inshoring firms) operating in Albania. In this way, we can help firms operating in this industry to use the advantages of Albanian strategic factors and manage internal and external risks that this sector faces, in order to improve the financial performance.

After a literature review on offshoring related issues, the relationship of risk factors and financial performance, an overview of inshoring firms operating in Albania, some statistical analyses were conducted to examine the relationship between risk factors and financial performance. Date was gathered through questionnaires. There were also conducted some financial analyses based on companies' financial statements. It turned out that this industry has been financially improving during the period 2012-2014.

Key words: offshore outsourcing, vertical foreign direct investments, risk factor, financial performance, apparel industry, call centers

TABELA E PËRMBAJTJES

Dedikim
Falenderime
Deklaratë mbi origjinalitetin
Përmbledhje
Tabela e përmbajtjes
Lista e tabelave
Lista e figurave
Lista e shkurtimeve

KAPITULLI 1- HYRJE

1.1 Parathënie	17
1.2 Fokusi i studimit	18
1.3 Qëllimi i studimit.....	19
1.4 Objektivat	19
1.5 Pyetjetet kërkimore.....	19
1.6 Modeli konceptual.....	20
1.7 Metodologjia	21
1.8 Rëndësia e punimit	21
1.9 Kufizimet e punimit.....	22
1.10 Struktura e punimit.....	23

KAPITULLI 2- RISHIKIMI I LITERATURËS

2.1 Nënkontraktimi në distancë	25
2.1.1 Aspekte teorike mbi nënkontraktimin ndërkombëtar	26
2.1.2 IHD vertikale kundrejt nënkontraktimit ndërkombëtar	29
2.1.3 Faktorët nxitës të nënkontraktimeve në distancë.....	31
2.1.3.1 Faktorët që nxisin firmat të nënkontrakojnë në vende të huaja	31
2.1.3.2 Faktorët që nxisin firmat të zgjedhin vendin për të nënkontraktuar	33
2.1.4 Efektet e nënkontraktimeve në distancë	35
2.1.4.1 Efektet e nënkontraktimeve në vendet e zhvilluara	35
2.1.4.2 Efektet e nënkontraktimeve në vendet në zhvillim.....	36
2.1.4.3 Efektet globale të nënkontraktimeve	37
2.1.5 Nënkontraktimi në distancë dhe tregu i punës: studime empirike	39

2.1.5.1 Efektet në nivelin e punësimit në vendet e zhvilluara	39
2.1.5.2 Efektet në nivelin e punësimit dhe zhvillimit ekonomik në vendet në zhvillim dhe ato në tranzicion	41
2.2 Performanca financiare dhe risqet	42
2.2.1 Performanca financiare dhe matja e saj	42
2.2.2 Risqet që ndikojnë në aktivitetin e ndërmarrjeve	44
2.2.3 Faktorët e riskut dhe lidhja me performancën e firmës	45
2.3 Përmbledhje e kapitullit.....	52

KAPITULLI 3- NËNKONTRAKTIMI NË SHQIPËRI

3.1 Karakteristika të përgjithshme të biznesit fason në Shqipëri.....	54
3.2 Arsytet e zhvillimit të biznesit fason në shqipëri.....	57
3.3 Zhvillimet makro-tregtare dhe industria fason	68
3.3.1 Zhvillimet në Botë dhe rajon	69
3.3.2 Zhvillimet në Shqipëri	70
3.3.3 Karakteristikat kryesore të tregtisë shqiptare	71
3.3.4 Flukset tregtare të industrisë fason	74
3.4 Nismat e ndërmarra nga qeveria.....	76
3.5 Perspektiva e industrisë fason në Shqipëri	79
3.6 Call center.....	80
3.6.1 Kuptimi dhe funksionimi i biznesit të call center-ave	80
3.6.2 Avantazhet e Shqipërisë për zhvillimin e call center-ave.....	82
3.6.3 Zhvillimi i call center-ave në Shqipëri	83
3.7 Përmbledhje e kapitullit.....	85

KAPITULLI 4- METODOLOGJIA E STUDIMIT DHE ANALIZA E TË DHËNAVE

4.1 Metodologjia e studimit.....	86
4.1.1 Qëllimi, pyetjet kërkimore dhe hipotezat e studimit	86
4.1.2 Metodologjia dhe qasja e modelit të kërkimit	88
4.1.3 Mbledhja e të dhënave dhe pyetësori	88
4.1.4 Matja e variablave	89
4.1.4.1 Faktorët e brendshëm strategjik.....	89
4.1.4.2 Faktorët e brendshëm operacional	91

4.1.4.3 Faktorët e brendshëm financiar	92
4.1.4.4 Faktorët e jashtëm strategjik.....	93
4.1.4.5 Faktorët e jashtëm operacional	93
4.1.4.6 Faktorët e jashtëm financiar	94
4.1.4.7 Performanca Financiare	94
4.1.5 Analiza e të dhënave.....	95
4.1.5.1 Pjesa e parë – Statistika përshkruese të kompanive të marra në studim.....	95
4.1.5.2 Pjesa e dytë – Analiza statistikore për vërtetimin e hipotezave.....	95
4.2 Analiza e të dhënave.....	98
4.2.1 Statistika përshkruese të kompanive të marra në studim.....	98
4.2.1.1 Përshkrimi i mostrës së marrë në studim.....	98
4.2.1.2 Analiza e performancës financiare të kompanive të marra në studim	99
4.2.1.3 Analiza përshkruese e faktorëve të riskut.....	102
4.2.2 Analiza e përcaktimit të variablave (faktoriale dhe e besueshmërisë).....	112
4.2.2.1 Faktorët e brendshëm të riskut.....	112
4.2.2.2 Faktorët e jashtëm të riskut.....	118
4.2.3 Analiza e regresionit.....	125
4.2.4 Analiza e regresionit hierarkik	137
4.2.5 Analiza e efektit të variablit të kontrollit.....	150
4.3 Përmbledhje e përfundimeve të kapitullit.....	151

KAPITULLI 5- KONKLUSIONE DHE REKOMANDIME

5.1 Konkluzione të përgjithshme.....	154
5.2 Konkluzione nga kërkimi primar.....	156
5.3 Rekomandime të përgjithshme për politikbërësit	157
5.4 Rekomandime për bizneset.....	158
5.5 Sugjerime për kërkime të mëtejshme	159

BIBLIOGRAFIA	161
---------------------------	------------

APENDIKSET	172
-------------------------	------------

APENDIKS A	172
------------------	-----

APENDIKS B.....	175
-----------------	-----

LISTA E FIGURAVE

Figura 1. 1. Modeli konceptual i thjeshtuar	20
Figura 2. 1. Kufijtë e pronësisë së kompanive shumëkombëshe	26
Figura 2. 2. Ndryshimi mes prodhimit në një vend të huaj (offshoring) & nënkontraktimit ndërkombëtar (outsourcing).....	27
Figura 2. 3. Faktorët nxitës për nënkontraktime të shërbimeve në vendet e huaja.....	32
Figura 2. 4. Përqindjet e përgjigjeve mbi rëndësinë e faktorëve nxitës për zgjedhjen e një vendi si destinacion për nënkontraktime.....	34
Figura 3. 1. Numri i kompanive fason sipas qyteteve (a. këpucë, b. veshje).....	55
Figura 3. 2. Kostoja mesatare për orë pune (në euro)	58
Figura 3. 3. Paga minimale (bruto) mujore për disa vende të Ballkanit, Janar 2015 (në euro)	59
Figura 3. 4. Shkalla standarde e TVSH (%) në rajon.....	62
Figura 3. 5. Avantazhet e Tregtisë së lirë	67
Figura 3. 6. Rritja e PBB, eksporteve, importeve dhe flukseve tregtare.....	72
Figura 3. 7. Struktura e eksporteve e industrisë fason (2014)	75
Figura 3. 8. Shpërndarja gjeografike e tregtisë së industrisë fason, 2014	76
Figura 3. 9. Numri i ndërmarrjeve në fushën e informacionit dhe komunikacionit	83
Figura 4. 1. Modeli konceptual i punimit	87
Figura 4. 2. Elementet e zhvillimit të produkteve/shërbimeve të reja	103
Figura 4. 3. Rëndësia e elementeve të cilësisë së shërbimeve	104
Figura 4. 4. Rëndësia e elementeve të kapitalit njerëzor	104
Figura 4. 5. Rëndësia e elementeve të kulturës organizative	105
Figura 4. 6. Frekuenca e ndodhjes së elementeve të riskut nga burimet njerëzore.....	105
Figura 4. 7. Përshtatshmëria e elementeve të sistemeve që përdor firma	106
Figura 4. 8. Niveli i teknologjisë që përdorin kompanitë	107
Figura 4. 9. Rëndësia e elementeve që përbëjnë konkurrencën	107
Figura 4. 10. Rëndësia e elementeve të kërkesës.....	108
Figura 4. 11. Rëndësia e elementeve të legjislacionit fiskal dhe doganor	109
Figura 4. 12. Elementet e zbatueshmërisë së ligjit në Shqipëri	109
Figura 4. 13. Ndikimi i elementeve të ambientit politik.....	110
Figura 4. 14. Elementet e kontratave me klientët.....	110
Figura 4. 15. Përqindjet e kompanive që operojnë me nënkontraktorë	111
Figura 4. 16. Marrëdhëniet me furnitorët.....	111
Figura 4. 17. Ndikimi i kurseve të këmbimit.....	112
Figura 4. 18. Lidhja skematike e ndikimit të karakteristikave të firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare	138

LISTA E TABELAVE

Tabela 2. 1. Terminologji të ndryshme të përdorura për punët e kryera nga filiali kundrejt kontraktimit me një palë të tretë	28
Tabela 2. 2. Perspektiva teorike e pasojave të nënkontraktimit.....	38
Tabela 3. 1. Të dhëna përshkruese të industrisë fason në Shqipëri	56
Tabela 3. 2. Kostoja për orë pune sipas numrit të të punësuarëve në ndërmarrje	59
Tabela 3. 3. Normat e tatimit mbi fitimin (në përqindje) për vendet e rajonit.....	62
Tabela 3. 4. Barra tatimore e përgjithshme (%).....	63
Tabela 3. 5. Përmbledhje e kohës dhe kostove për eksport dhe import.....	64
Tabela 3. 6. Renditja për shkëmbimet tregtare përmes kufijve	65
Tabela 3. 7. Renditja e vendeve të rajonit sipas lehtësisë së fillimit të një biznesi	66
Tabela 3. 8. Ndryshimi vjetor i PBB real (në përqindje)	69
Tabela 3. 9. Kërkesa totale e brendshme (reale)	70
Tabela 3. 10. Qarkullimi i mallrave në tregtinë e jashtme (në milion lekë)	72
Tabela 3. 11. Eksporti sipas grup mallrave (në përqindje)	73
Tabela 3. 12. Tregtia e industrisë fason 2009-2014.....	74
Tabela 3. 13. Eksportet sipas sektorëve të industrisë fason.....	75
Tabela 3. 14. Numri i ndërmarrjeve aktive të informacionit dhe komunikacionit sipas pronësisë	84
Tabela 4. 1. Të dhëna përshkruese për kompanitë e marra në studim	98
Tabela 4. 2. Kompanitë e marra në studim, sipas kategorive të numrit mesatar të të punësuarve (2014).....	99
Tabela 4. 3. Ecuria e performancës financiare të kompanive	100
Tabela 4. 4. Përqindjet e kompanive sipas ecurisë së nivelit të shitjeve dhe të ardhurës neto.....	100
Tabela 4. 5. Të dhëna në lidhje me financimet e kompanive	101
Tabela 4. 6. Pohimet për matjen e zhvillimit të produktit	113
Tabela 4. 7. Elementet për matjen e rëndësisë së cilësisë së shërbimit	113
Tabela 4. 8. Elementet për matjen e rëndësisë së kapitalit njerëzor	114
Tabela 4. 9. Matrica e komponentëve të rrotulluar për matjen e rëndësisë së kulturës organizative.....	115
Tabela 4. 10. Elementet për matjen e rëndësisë së “KO puna në grup”	116
Tabela 4. 11. Elementet për matjen e rëndësisë së “KO vizioni dhe drejtimi”.....	116
Tabela 4. 12. Elementet për matjen e gabimeve nga burimet njerëzore	117
Tabela 4. 13. Elementet për vlerësimin e sistemeve	117
Tabela 4. 14. Matrica e komponentëve të rrotulluar për matjen e konkurrencës	118
Tabela 4. 15. Pohimet për matjen e “konkurrencës”	119
Tabela 4. 16. Matrica e komponentëve të rrotulluar për matjen e kërkesës	120
Tabela 4. 17. Pohimet për matjen e “kërkesës”	120
Tabela 4. 18. Matrica e komponentëve të rrotulluar për matjen e rëndësisë së legjislacionit fiskal dhe doganor	121
Tabela 4. 19. Elementet për matjen e rëndësisë së “reformave në taksa”	122
Tabela 4. 20. Elementet për matjen e rëndësisë së “taksave”	122

Tabela 4. 21. Matrica e komponentëve të rrotulluar për matjen e ambientit politik.....	123
Tabela 4. 22. Elementet për matjen ndikimit të kontratave me klientët	124
Tabela 4. 23. Elementet për matjen ndikimit të kontratave me furnitorët/nënkontraktorët	124
Tabela 4. 24. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të brendshëm të riskut	126
Tabela 4. 25. Faktorët (variablat) e brendshëm strategjik	126
Tabela 4. 26. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të brendshëm operacional....	128
Tabela 4. 27. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të brendshëm të riskut financiar	130
Tabela 4. 28. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të jashtëm strategjik	131
Tabela 4. 29. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të jashtëm operacional.....	133
Tabela 4. 30. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të jashtëm financiar	135
Tabela 4. 31. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s	139
Tabela 4. 32. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-s	140
Tabela 4. 33. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-s	140
Tabela 4. 34. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-s	141
Tabela 4. 35. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes riskut të normave të interesit dhe ROA-s	142
Tabela 4. 36. Efekti moderues i madhësisë së firmës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s	143
Tabela 4. 37. Efekti moderues i madhësisë së firmës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-s	143
Tabela 4. 38. Efekti moderues i madhësisë së firmës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-s	144
Tabela 4. 39. Efekti moderues i madhësisë në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-s	145
Tabela 4. 40. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes riskut të normave të interesit dhe ROA-s	145
Tabela 4. 41. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s.....	147
Tabela 4. 42. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-s	147
Tabela 4. 43. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-s.....	148
Tabela 4. 44. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-s	149
Tabela 4. 45. Efekti moderues i i sektorit të firmës në lidhjen mes riskut të normave të interesit dhe ROA-s.....	149
Tabela 4. 46. Rezultatet e analizës së variacionit	150
Tabela 4. 47. Përmbledhje e ndikimit të variablave.....	151
Tabela 4. 48. Përmbledhje e rezultateve të efektit të variablave moderues	152
Tabela 4. 49. Përmbledhje e rezultateve të hipotezave H1 deri H6.....	152
Tabela 4. 50. Përmbledhje e rezultateve H7-H9	153
Tabela 4. 51. Përmbledhje e rezultateve të H10.	153

LISTA E SHKURTIMEVE

AIDA	Agjensia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve
BE	Bashkimi European
CC	Call center
CEFTA	Marrëveshja e tregtisë së lirë për vendet e Europës qendrore
DHFSH	Dhoma e fasonistëve të Shqipërisë
EFTA	Marrëveshja e tregtisë së lirë për vendet e Europës
EJL	Europa Juglindore
IF	Industria fasone
IHDV	Investime të huaja direkte vertikale
MMSR	Ministria e Mirëqënies Sociale dhe Rinisë
MSA	Marrëveshja e stabilizim-asociimit
MTL	Marrëveshjet e tregtisë së lirë
MZHETTS	Ministria e Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë & Sipërmarrjes
OBT	Organizata Botërore e tregtisë
PBB	Produkti i përgjithshëm bruto
QKR	Qendra Kombëtare e Regjistrimit
SHPK	Shoqëri me përgjegjësi të kufizuar
TVSH	Tatimi mbi vlerën e shtuar
VKM	Vendim i Këshillit të Ministrave

KAPITULLI I - HYRJE

1.1 PARATHËNIE

Termi “nënkontraktim në distancë¹” i referohet kryerjes së proceseve të prodhimit ose shërbimit në një vend të huaj, nëpërmjet pajtimit të palëve të treta. Megjithëse është një fenomen i vjetër, ai ka fituar një vëmendje shumë të madhe si rezultat i uljeve të kostove të transportit dhe përparimeve të mëdha në teknologjinë e informacionit (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). Si rezultat, është lehtësuar mjaft fragmentimi ose ndarja e proceseve të punës dhe vendosja e prodhimit të tyre në vende të ndryshme. Shtetet në zhvillim po luajnë një rol gjithnjë e më të rëndësishëm në këtë proces. Përfshirja e këtyre vendeve në “zinxhirët global të prodhimit” u lejon firmave shumëkombëshe të përfitojnë nga kostot e punës relativisht të lira në vendet në zhvillim.

Në Shqipëri, firmat që operojnë me nënkontrakte i përkasin firmave prodhuese të tekstileve (veshjeve) apo lëkurë-këpucëve dhe “qendrave të thirrjes” (call centers). Këto firma kanë një rëndësi të madhe në ekonominë shqiptare pasi një numër i madh njerëzish janë të punësuar në këtë sektor. Gjithashtu, këto firma janë të rëndësishme për shkak të kontributit në produktin e brendshëm bruto (PBB) të vendit, rritjes së eksporteve, etj. Sipas INSTAT 2013, ndërmarrjet që operonin në këtë sektor ishin 46.79% e numrit total të ndërmarrjeve në të gjithë vendin dhe ky sektor punësonte rreth 27.56% e gjithë numrit të të punësuarve në mbarë vendin. Pësia e industrisë fasonë në totalin e eksporteve për vitin 2014 ishte 48.9% (ACIT, 2015).

Duke parë rëndësinë e këtij sektori në ekonominë shqiptare, natyrshëm lind diskutimi për ecurinë financiare të këtyre firmave, pra të performancës financiare të tyre. Janë të shumtë faktorët që ndikojnë në performancën financiare të një firme, duke filluar nga konkurrenca brenda dhe jashtë vendit, nga kërkesa e klientëve (apo numrit të kontratave që firmat shqiptare arrijnë të nënshkruajnë), kultura e biznesit që ekziston në vendin tonë, etj. Si pasojë, lindin pyetje të tilla si: a ka krijuar qeveria një ambient mikëpritës për investitorët që operojnë në këtë sektor, çfarë ndikimi ka situata financiare në vend në performancën financiare të këtyre firmave, po strategjia që ndjek vetë biznesi, cilësia e produkteve/shërbimeve, teknologjia dhe sistemet që përdor, a ndikojnë në performancën e kompanisë? Këto e një sërë pyetjesh do të marrin përgjigje gjatë këtij punimi.

Ky studim fokusohet dhe synon të shpjegoj cilët faktorë të riskut ndikojnë mbi performancën financiare të firmave shqiptare që operojnë me nënkontrakte në distancë dhe se si këto faktorë ndikojnë mbi performancën financiare. Në këtë mënyrë, ne mund të ndihmojmë firmat që operojnë me nënkontrakte, të shfrytëzojnë avantazhet strategjike që Shqipëria ofron, si dhe të evidentojmë ato faktorë, të brendshëm dhe të jashtëm të firmës, që përbëjnë risk, dhe si të tillë duhen menaxhuar. Nga ana tjetër, ky studim do i vijë në mbështetje, sa do modeste, edhe politikbërësve për të përmirësuar ambjentin politiko-ekonomik, për favorizimin dhe rritjen e performancës së këtyre kompanive.

Objektivi i një firme është të maksimizojë pasurinë e aksionerëve/pronarëve, ose thënë ndryshe, të maksimizojë vlerën e firmës në treg. Kjo kryesisht matet me suksesin e

¹ Nga anglishtja offshore outsourcing

performancës financiare të firmës, e përcaktuar nga rritja e shitjeve, rritja e marzhit të fitimit, rritja e kapitalit, kthimi nga kapitali i vet, kthimi nga mjetet, etj.

Realizimi i punës në një vend të huaj (offshoring) mund të kryhet nëpërmjet filialit të firmës në vendin e huaj, ose nëpërmjet një partneri të huaj (Blinder, 2007). Rasti i parë njihet si *investim i huaj direkt vertical* (IHDV), ndërsa rasti i dytë si *nënkontraktim në distancë / nënkontraktim ndërkombëtar* (offshore outsourcing / international outsourcing). Shumë firma të huaja kanë zgjedhur Shqipërinë për të realizuar proceset e prodhimit kryesisht për koston e ulët të fuqisë punëtore, vendodhjes gjeografike, sistemit tatimor nxitës, fuqisë punëtore të kualifikuar, etj.

Zhvillimi i industrisë së fashioneve në Shqipëri varet nga aftësia konkurruese e këtyre bizneseve me ato të vendeve të rajonit. Për këtë, bizneset duhet të jenë sa më inovativ dhe të fusin në përdorim një teknologji të avancuar, në mënyrë që t'i lejojë ato të specializohen në prodhimet e tyre. Industria e veshjeve dhe e këpucëve ka shanse të mëdha për të rritur kapacitetet e tyre prodhuese dhe eksportuese.

Procesi i nënkontraktimit të punës me qendrat e thirrjes (call centers) në vendet e Europës juglindore ka ardhur duke u rritur vitet e fundit. Kjo ka ardhur kryesisht si rezultat i zhvillimeve të mëdha teknologjike, rënies së tarifave të telekomunikimit, si dhe resurset e arsimuara dhe poliglote në vendet e EJT-së. Nga ana tjetër, krizat ekonomike që goditën vendet e Europës, kanë shtyrë shumë firma të huaja call centers që t'i mbyllin vendet e punës në shtetet e tyre, dhe t'i hapin ato në vendet në zhvillim, ku dhe kostoja e punës është më e lirë. Call centers në vendet në zhvillim mund të jenë një zgjedhje mjaft e mirë për shërbime në gjuhën angleze, franceze, gjermane, italiane, spanjolle apo greke.

Vitet e fundit, sidomos pas krizës financiare të vitit 2012, shumë biznese në Shqipëri u ndeshën me vështirësi të mëdha financiare dhe shumë prej tyre nuk i mbijetuan krizës. E kundërta ka ndodhur me biznesin e call centers-ave, ato kanë ardhur duke u rritur në numër gjatë viteve. Ndërsa në vitet 2005-2006 numëroheshin diku te 5 deri në 10 kompani, sot ato e kanë kaluar shifrën njëqind (Monitor, 2014).

Parashikimet makroekonomike flasin në favorin tonë. Në vendet e BE-së, ku dhe ndodhen partnerët/investitorët kryesor, parashikohen norma rritëse në PBB si dhe kërkesa e këtyre vendeve do jetë në rritje. Kjo shton shanset e rritjes së kërkesës së këtyre vendeve për mallrat që prodhohen nëpërmjet industrisë fashione në Shqipëri si dhe të shërbimeve që ofrohen nga call center-at.

1.2 FOKUSI I STUDIMIT

Në këtë studim do të fokusohem në përcaktimin e faktorëve kryesorë të riskut të brendshëm dhe të jashtëm që ndeshin firmat me nënkontraktime në distancë që operojnë në Shqipëri. Duke u fokusuar në këto faktorë, do të bëhet identifikimi i atyre që kanë më tepër ndikim mbi performancën financiare të këtyre kompanive. Lidhja mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare do të përcaktohet duke analizuar firmat edhe nga disa karakteristika të tjera siç janë madhësia e firmës, mosha, natyra e sektorit ku operon dhe pronësia².

² Pronësia i referohet mënyrës se si firmat e huaja që punojnë me nënkontraktime kanë hyrë në tregun tonë (nëpërmjet investimeve të huaja direkte vertikale apo duke nënkontraktuar me firma vendase)

1.3 QËLLIMI I STUDIMIT

Qëllimi i studimit konsiston në evidentimin e faktorëve të riskut, të brendshëm dhe të jashtëm, që ndikojnë në objektivat financiare të firmave me nënkontrakte që operojnë në vendin tonë. Gjatë këtij studimi do përpiqem që të identifikoj ato faktorë, statistikisht të rëndësishëm, që ndikojnë në performancën financiare në këtë industri.

Këto faktorë do jenë të klasifikuar si të brendshëm (që lindin nga aktiviteti i brendshëm i firmës) dhe të jashtëm (që ndikojnë në këtë industri). Duke testuar këto lidhje, do të identifikoj varësinë që ekziston mes këtyre faktorëve dhe performancës financiare.

Rezultatet e këtij studimi do i vijnë në ndihmë menaxherëve të këtyre firmave për të përmirësuar strategjitë e biznesit të tyre, në mënyrë që të përfitojnë nga avantazhet që këto faktorë sjellin, apo të menaxhojnë risqet që mund të shkaktohen prej tyre, në mënyrë që të përmirësojnë performancën financiare të tyre. Nga ana tjetër, edhe politikbërësit do të kenë një studim akademik ku mund të mbështeten për të përmirësuar ambjentin politiko-ekonomik, që të nxisin rritjen e kësaj industrie.

1.4 OBJEKTIVAT

Objektiva e kësaj teme janë si më poshtë:

- Matja e treguesve të performancës financiare të firmave që punojnë me nënkontrakte
- Identifikimi i faktorëve strategjik të Shqipërisë që tërheqin firmat ndërkombëtare që punojnë me nënkontrata
- Identifikimi dhe matja e faktorëve të brendshëm dhe të jashtëm të riskut që ndeshin firmat shqiptare që operojnë me nënkontrakte
- Përcaktimi i lidhjes mes faktorëve të brendshëm të riskut dhe performancës financiare
- Përcaktimi i lidhjes mes faktorëve të jashtëm të riskut dhe performancës financiare
- Përcaktimi i ndikimit të madhësisë së firmës, moshës dhe sektorit në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare
- Identifikimi nëse performanca financiare ka ndryshime në varësi të pronësisë.

1.5 PYETJETET KËRKIMORE

Siç është mbështetur edhe nga studime të realizuara më parë, faktorët strategjik të Shqipërisë tërheqin investitorët e huaj, duke rritur kështu avantazhet konkurruese për firmat shqiptare. Kjo ndikon në mënyrë të drejtëpërdrejtë në performancën financiare. Nga ana tjetër, duke menaxhuar faktorët që shkaktajnë risqet, firmat do të jenë më konkurruese dhe do të performojnë financiarisht më mirë. Prandaj, pyetja kryesore kërkimore është:

Cilët faktorë të riskut ndikojnë në performancën financiare të firmave që operojnë me nënkontrakte në distancë?

Nga pyetja kërkimore kryesore lindin edhe nënpyetjet e mëposhtme:

- Cilët faktorët të brendshëm të riskut (strategjik, operacional, financiar) ndikojnë në performancën financiare?
- Cilët faktorët të jashtëm të riskut (strategjik, operacional, financiar) ndikojnë në performancën financiare?
- A ndikojnë madhësia e firmës, mosha e saj dhe sektori ku ajo operon, në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare?
- A ekzistojnë ndryshime në performancën financiare sipas pronësisë së firmës?

1.6 MODELI KONCEPTUAL

Në figurën 1.1 paraqitet modeli konceptual i thjeshtuar i punimit. Nga njëra anë kemi faktorët e brendshëm të riskut si edhe faktorët e jashtëm të riskut dhe do të shikohet nëse këto ndikojnë në performancën financiare të firmave që operojnë me nënkontrakte në distancë. Si faktorët e brendshëm të riskut, ashtu edhe ato të jashtëm të riskut përbëhen nga faktorët strategjik, operacional dhe financiar.

Gjithashtu do të studjohet nëse karakteristikat e firmës si mosha, madhësia dhe sektori ndikojnë në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Do të studjohet gjithashtu nëse ka ndryshime në performancën financiare në varësi të pronësisë. Pra, do të shikohet nëse ka ndryshime në performancën financiare nëse firma është me kapital vendas, të huaj apo të përbashkët.

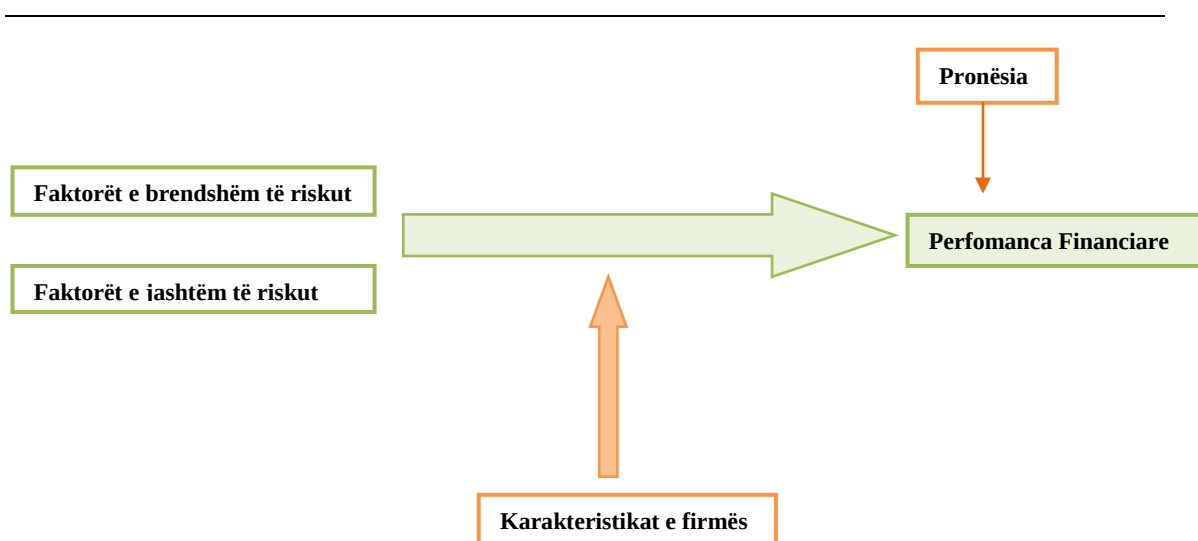


Figura 1. 1. Modeli konceptual i thjeshtuar

1.7 METODOLOGJIA

Hapat në të cilat ka kaluar ky studim janë: rishikimi i literaturës, formulimi i pyetjes kryesore kërkimore dhe i nënpyetjeve kërkimore, hartimi i modelit konceptual, përcaktimi i hipotezave, hartimi i pyetësorit, mbledhja e të dhënave, përpunimi dhe analizimi i të dhënave dhe në fund nxjerrja e rezultateve dhe rekomandimeve.

Në përgjithësi, ky studim ka një qasje induktive, ku nëpërmjet testimit empirik të të dhënave të grumbulluara (përmes pyetësorëve dhe pasqyrave financiare), për të vërtetuar hipotezat e ngritura, mundohet të interpretoj rezultatet duke u bazuar dhe krahasuar me studimet e mëparshme empirike.

Mbledhja e të dhënave të këtij studimi është realizuar nëpërmjet pyetësorëve. Pyetësorët u plotësuan nga menaxherët/pronarët e kompanive dhe nga financierët e tyre (pjesa e informacionit financiar). Megjithatë, për të parë saktësinë e informacionit financiar, ai është krahasuar edhe me informacionin nga pasqyrat financiare të kompanive të publikuara në faqen e Qendrës Kombëtare të Regjistrimit (QKR). Për analizën e të dhënave është përdorur programi SPSS.

Analiza e të dhënave të këtij studimi është e ndarë në dy pjesë kryesore: pjesa përshkuese dhe pjesa e analizës me metodat statistikore. Pjesa përshkuese e punimit është e bazuar kryesisht në të dhëna sasiore primare (të përfituara nëpërmjet pyetësorit të realizuar) dhe sekondare (informacione të marra nga pasqyrat financiare të firmave të përfshira në studim), të ndërthurura edhe me të dhëna cilësore të përfituara nga intervista të pastrukturuara me drejtuesit e disa prej kompanive të përfshira në studim. Ato janë të ndërthurura gjatë pjesës përshkuese së bashku me analizën e të dhënave sasiore. Ndërsa, pjesa e analizës statistikore, ku përshkruhet marrëdhënia mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, si dhe ndikimi i faktorëve moderues në këtë lidhje është i bazuar në të dhëna sasiore primare (të përfituara nga pyetësori) dhe sekondare (informacioni financiar i kompanive i marrë nga pasqyrat e tyre financiare). Në këtë studim janë përdorur metoda të tilla si: analiza e regresionit të thjeshtë e të shumëfishtë, analiza e regresionit hierarkik, ANOVA dhe t-test.

1.8 RËNDËSIA E PUNIMIT

Duke u nisur nga pesha e madhe e rëndësisë së sektorit të fashioneve dhe call center-ave në ekonominë shqiptare, qoftë si sektori që kanë numrin më të madh të të punësuarve, qoftë si sektori³ me peshë më të madhe në eksportet shqiptare, është i rëndësishëm studimi i kompanive që operojnë në këto sektorë. Një mënyrë e mirë për të parë ecurinë e kompanive që punojnë me nënkontraktime në distancë është performanca financiare e tyre. Nga ana tjetër, është mjaft i rëndësishëm studimi i faktorëve të riskut që ndikojnë në performancën financiare të këtyre firmave.

Duke studjuar faktorët e riskut me të cilët përballen bizneset shqiptare, do të identifikohen ato faktorë të cilët kanë një ndikim domethënës në performancën financiare të kompanive. Në këtë mënyrë, kompanitë duhet të fokusohen për të menaxhuar këto risqe, si edhe politikbërësit duhet të japin kontributin e tyre në hartimin e politikave që ndihmojnë në zhvillimin dhe mbështetjen e këtyre sektorëve.

³ I referohemi sektorit të fashioneve që zë 48.9% të totalit të eksporteve për vitin 2014 (ACIT 2015)

Nëpërmjet pyetësorit dhe analizës përshkruese të tij, do të shohim nëse qeveria ka krijuar apo jo një ambient mikëpritës për investitorët që operojnë në këtë sektor. Gjithashtu do të dal në pah ndikimi i situatës financiare në vend në aktivitetin e kompanive. Do të shikohet ndikimi i strategjisë që ndjekin kompanitë, cilësisë së shërbimeve/produkteve, nivelit të teknologjisë, sistemeve, konkurrencës, kërkesës, etj. në performancën financiare të firmës.

Përveç sa më sipër, në punim jepet edhe një analizë e përgjithshme e ecures së performancës financiare gjatë një periudhe dy vjeçare (2012-2014), duke analizuar mesataret sipas sektorëve në ndryshimin e nivelit të shitjeve, raportit të likuiditetit, raportit të borxhit afatgjatë, marzhit të fitimit, marzhit të fitimit operativ, ROA-s, ROE-s dhe ROI-s. Llogaritja e këtyre raporteve sipas sektorëve të tekstil-veshjeve, lëkurë-këpucëve dhe call center-ave, mund të shërbejnë si tregues që kompanitë e këtyre sektorëve t'i përdorin si mesatare të industrive për t'u krahasuar. Gjithashtu, edhe institucioneve kredithënëse mund t'iu hyjnë në punë këto raporte financiare për të krahasuar kompanitë të cilat kanë aplikuar për marrje kredie, apo edhe palëve të treta si firmave kliente, nënkontraktorëve, furnitorëve etj. për të krahasuar dhe bërë një vlerësim të situatës financiare të kompanisë krahasuar me mesataren e industrisë, e më pas vendosjen për të punuar apo lidhur kontrata me këto kompani.

Gjithashtu, duke parë një mungesë të literaturës në gjuhën shqipe mbi kompanitë që operojnë me nënkontraktime në distancë, besoj që ky punim, sado modest, është një vlerë e shtuar në këtë fushë.

1.9 KUFIZIMET E PUNIMIT

Një ndër kufizimet më të rëndësishme të këtij studimi është numri prej 73 pyetësorësh të realizuar, pavarësisht se u kontaktuan rreth 130 kompani. Një pjesë e kompanive të kontaktuara nuk kthyen përgjigje brenda afatit kohor ose nuk kthyen përgjigje aspak duke qenë totalisht të painteresuara. Kjo ka ardhur kryesisht si rezultat i hezitimit për të dhënë informacionin financiar. Gjithashtu, një pjesë e pyetësorëve kishin mangësi në të dhënat financiare, ose mosrakordim të tyre⁴. Pavarësisht se u bë edhe një përpjekje që të krahasoheshin të dhënat e raportuara në pyetësor me të dhënat e marra direkt nga pasqyrat financiare të publikuara në faqen e QKR-së, shpesh kompanitë nuk i kishin të publikuara pasqyrat aty. Prandaj, këto pyetësor nuk u morën si të vlefshëm për studim. Nga ana tjetër, kishte kompani që e kishin filluar aktivitetin e tyre pas vitit 2012⁵, prandaj nuk përkonin me periudhën raportuese që nevojitej për studimin; prandaj as këto kompani nuk u përfshin në studim.

Një tjetër kufizim është edhe shtrirja gjeografike e kompanive të marra në shqyrtim, pasi thuajse gjysma e kompanive të përfshira operojnë në qytetin e Shkodrës, 26% në qytetin e Tiranës, 6% në qytetin e Durrësit dhe pjesa tjetër në qytetet e tjera të Shqipërisë. Meqënëse ky është një studim që përfshin gjithë Shqipërinë, do kishte qenë më mirë që fokusi kryesor të kishte qenë në qytetet e Tiranës dhe Durrësit, meqë këto

⁴ Mosrakovime të tipit shuma e aktiveve afatshkurta dhe atyre afatgjata nuk korrespondojnë me totalin e bilancit.

⁵ Sidomos kompani që i përkasin sektorit të call center-ave, pasi shumica e tyre e ka filluar aktivitetin pas vitit 2012.

janë dy qytetet ku kompanitë që operojnë me nënkontrakte operojnë më së shumti (DHFSH, 2015).

Vërtetësia e pasqyrave financiare, mbetet një tjetër kufizim i këtij studimi. Ne jemi të gjithë të ndërgjegjshëm që në kompanitë shqiptare punohet maksimalisht me manipulimin e të dhënave për të rezultuar në të ardhura sa më të ulta si pasojë e pagimit sa më pak të taksave. Në këtë studim janë përdorur të dhënat financiare të marra nga pasqyrat financiare të firmave (të cilat gjenden edhe të publikuara në faqen zyrtare të QKR-së), shumica e të cilave janë edhe të audituara. Megjithatë, vërtetësia e hartimit të tyre mbetet një sfidë për ekonominë shqiptare, pavarësisht shtimit të kontrolleve nga organet tatimore dhe ato doganore.

Sfida më e madhe mbetet hartimi i një database të saktë në lidhje me këto kompani. Dhoma e Fasonistëve të Shqipërisë (2015) ndërmori një projekt mbi krijimin e një sistemi të dhënash mbi industrinë e veshjeve dhe këpucëve në Shqipëri, ku rezultuan gjithsej 1,335 njësi prodhimi fason të regjistruara në QKR. Por pas verifikimeve të kryera në terren dhe kontakteve të marra me Zyrat Tatimore nëpër rrethe, Degët Doganore, Zyrat e Punës, Agjensi Rajonale të Zhvillimit, etj., vetëm 536 subjekte rezultuan të kryenin aktivitetet të rregullt në Shqipëri. Unë përsëri do të shtoja që sërish ka probleme me këto lista. Nga verifikimet e bëra në qytetin e Shkodrës, më rezultuan që një pjesë e kompanive që sipas DHFSH ishin aktive, realisht ato nuk ishin të tilla. Përpjekje po bëhen edhe për sektorin e call center-ave nga Albanian Outsourcing Center, por që akoma nuk ka publikime zyrtare.

1.10 STRUKTURA E PUNIMIT

Ky punim është i strukturuar në pesë kapituj.

Në **kapitullin e parë** është trajtuar hyrja në këtë temë, e cila përfshin një paraqitje të shkurtër të kompanive që operojnë me nënkontrakte në distancë. Më pas është trajtuar fokusi i studimit, qëllimi dhe objektivat. Kapitulli vazhdon me parashtrimin e pyetjeve kërkimore, me modelin konceptual të thjeshtuar dhe me një përshkrim të shkurtër të metodologjisë së përdorur në këtë studim. Më pas jepet rëndësia e këtij studimi, kufizimet e tij dhe një përshkrim i shkurtër i strukturës së temës.

Në **kapitullin e dytë**, është bërë rishikimi i literaturës mbi çështje teorike në lidhje me nënkontraktimin në distancë si edhe mbi performancën financiare, riskun dhe lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Pjesa e parë e kapitullit trajton aspekte teorike në lidhje me nënkontraktimin në distancë, trajton diferencat ndërmjet dy formave të nënkontraktimit në distancë si investime të huaja direkte vertikale dhe nënkontraktimi ndërkombëtar. Më pas diskutohen faktorët që nxisin firmat të nënkontraktojnë punën në vende të tjera si edhe faktorët që nxisin firmat të zgjedhin vendin se ku të kontraktojnë punën. Në fund të pjesës së parë të kapitullit trajtohen edhe efektet e nënkontraktimeve në distancë në vendet e zhvilluara, në vendet në zhvillim dhe në aspektin global, si edhe disa studime empirike në lidhje me nënkontraktimin në distancë dhe tregut të punës, qoftë në vendet e zhvilluara ashtu edhe në ato në zhvillim ose që janë në tranzicion.

Ndërsa, pjesa e dytë e kapitullit flet për performancën financiare dhe matjen e saj, për risqet që ndikojnë në aktivitetin e biznesit dhe për lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

Kapitulli i tretë i këtij punimi trajton nënkontraktimin në Shqipëri. Kapitulli fillon me një paraqitje të përgjithshme të biznesit fason në vendin tonë e më pas shtron dhe trajton arsyet e zhvillimit të këtij sektori në Shqipëri, duke identifikuar të gjithë avantazhet që ofron vendi ynë për zhvillimi e fasoneve. Më pas trajtohen zhvillimet makro-tregtare qoftë në botë dhe në rajon, ashtu edhe në Shqipëri për të bërë studjuar peshën që ky sektor zë në flukset tregtare, se si ka qenë ndër vite industria fasone dhe për të bërë parashikime mbi ecurinë e saj në të ardhmen. Në vazhdim trajtohen nismat që ka ndërmarrë qeveria për të mbështetur këtë sektor si edhe perspektiva e tij në të ardhmen. Kapitulli mbyllet me një përshkrim të sektorit të call center-ave, për mënyrën se si funksionojnë dhe zhvillimin e tyre në Shqipëri.

Kapitulli i katërt trajton metodologjinë e punimit dhe analizën e rezultatet e të dhënave. Në pjesën e parë të kapitullit trajtohet metodologjia ku janë përfshirë qëllimi, pyetjet kërkimore, hipotezat e ngritura, metodologjia dhe qasja e modelit të kërkimit. Më pas është përshkruar hartimi i pyetësorëve dhe mbledhja e të dhënave, duke vazhduar me përshkrimin se si janë matur variablat e në fund me një përshkrim të analizave të përdorura në studim.

Pjesa e dytë e kapitullit trajton dhe paraqet në mënyrë të detajuar të gjitha analizat e realizuara dhe rezultatet e dala prej tyre. Seksioni i parë paraqet statistika përshkruese të kompanive të marra në studim, duke filluar me përshkrimin e mostrës, analizën e performancës financiare të këtyre kompanive për një periudhë dy vjeçare, e ndarë edhe sipas tre sektorëve (tekstile-veshje, lëkurë-këpucë dhe call center), si edhe analizën përshkruese se si kompanitë i kanë vlerësuar faktorët e riskut në bazë të pikëve të rëndësisë. Në seksionin e dytë është realizuar analiza faktoriale dhe ajo e besueshmërisë për përcaktimin e variablave të përfshirë në studim. Seksioni i tretë paraqet analizën e regresionit të thjeshtë dhe të shumëfishtë për të parë lidhjen që ekziston mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Në seksionin e katërt, nëpërmjet analizës së regresionit hierarkik është studjuar ndikimi i karakteristikave të firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, ndërsa në seksionin e fundit të këtij kapitulli, nëpërmjet analizës së variacionit është studjuar nëse ka ndryshime në performancën financiare si pasojë e llojit të pronësisë së firmave.

Në **kapitullin e pestë** jepen konkluzionet, rekomandimet dhe sugjerime të mëtejshme në lidhje me këtë temë.

KAPITULLI II – RISHIKIM I LITERATURËS

2.1 NËNKONTRAKTIMI NË DISTANCË

Ndërkombëtarizimi, apo siç njihet në ditët e sotme globalizimi, ka një ndikim të madh në situatën politike të një vendi, në gjendjen ekonomike apo edhe në ambientin socio-kulturor të atij vendi. Përmes marrëveshjeve ndërkombëtare, shumë vendime politike ndikohen nga institucione dhe organizata ndërkombëtare si Bashkimi Europian, Organizata Botërore e Tregtisë, Fondi Ndërkombëtar Monetar, G8, etj., si dhe nga organizata joqeveritare, të cilat ndikojnë në politikat publike. Globalizimi i madh që ndodhi në vitet '90 përshpejtoi rritjen e një tregu global dhe integrimin ekonomik, duke i bërë vendet të varur ndaj njëri-tjetrit (Refslund, 2014). Në qoftë se i hedhim një sy statistikave të ndryshme të një vendi gjatë viteve, do të shikojmë një rritje të tregtisë ndërkombëtare, një rritje të flukseve kapitale dhe investimeve të huaja gjithashtu. Jeta dhe puna e njerëzve është shumë më ndryshe nëpërmjet transferimeve teknologjike, mjeteve komunikuese, lehtësirave në transport, etj.

Nga perspektiva ekonomike, globalizimi rrit konkurrencën dhe duhet të kemi parasysh që janë vetë kompanitë që konkurojnë në ekonominë globale, e jo shtetet (Krugman, 1997). Me rritjen e konkurrencës ndërmjet firmave, ato mundohen të gjejnë avantazhe të tjera konkurrese si për shembull të investojnë në një vend tjetër ku kostot e punës apo inpute të tjera janë më të lira, ka më pak rregulla shtërnguese, ka nivel më të ulët taksash, etj. Në këtë mënyrë ato, jo vetëm reduktojnë kostot, por edhe hyjnë në tregje të reja. Sipas Baldwin (2006), së pari globalizimi u karakterizua nga prodhimi në vende të tjera dhe më pas kemi ndarjen e fazave të prodhimit në vende të ndryshme.

Firmat përdorin metoda të ndryshme për të ndërmarrë biznes ndërkombëtar. Metodat më të zakonshme janë: tregtia ndërkombëtare, liçensimi, franshizimi, ndërmarrjet e përbashkëta, blerjet e aktiviteve ekzistuese, ndërtimi i filialeve në vendet e huaja, etj. (Madura, 2009). Kur firmat vendosin të zgjerohen jashtë kufijve të shtetit të tyre, ato duhet të marrin vendime të rëndësishme për mënyrën më të përshtatshme për të hyrë në tregun e huaj (Gattai, 2013), në mënyrë që të maksimizojnë kthimin për risk nga investimi (Anderson & Gatignon, 1986). Së pari, firmat duhet të shqyrtojnë strategjinë e pronësisë për t'u vendosur në vendin e huaj. Ato duhet të analizojnë me kujdes se cilët aktivitete performohen më mirë brenda firmës dhe cilët realizohen më mirë jashtë saj. Kjo lloj analize ka lidhje me vendimin e pronësisë. Pra, firma mund të vendosë t'a prodhojë vetë produktin ose t'a blejë atë nga firma të tjera. Më tej, firma mund të vendosë t'i prodhojë apo t'i blejë inputet në tregun vendas apo në një treg të huaj. Kjo ka lidhje me zgjedhjen e vendit ose strategjinë e vendodhjes. Duke kombinuar strategjinë e pronësisë dhe të vendodhjes, krijohet një matricë si në figurën 2.1, ku kemi katër kuadrante: integrimi vendas, investim i huaj direkt (IHD), nënkontraktim vendas dhe nënkontraktim ndërkombëtar.

Prodhimi i fazave të ndryshme të produktit në vende të huaja ka fituar një vëmendje të madhe si pasojë e rënies së kostove të transportit dhe komunikimit si dhe avantazheve të mëdha që ofron zhvillimi i teknologjisë (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). Kjo e lehtëson ndarjen e proceseve prodhuese dhe rivendosjen e fazave të prodhimit në vende të ndryshme.

Firmat mundohen të realizojnë proceset e prodhimit në vende më kosto të ulëta të fuqisë punëtore, prandaj në dhjetëvjeçarin e fundit shumë firma i janë drejtuar vendeve në zhvillim. Nga ana tjetër, kjo dukuri ka rritur frikën dhe debatet për shkurtimet e vendeve të punës në vendet e zhvilluara. Bottini, Earnst dhe Leubker (2007) në studimin e tyre arritën në konkluzionin që frika për shkurtimet e vendeve të punës dhe presioni për uljen e pagave që ka shkaktuar procesi i rilokimit të prodhimit janë më të mëdha se sa kërcënimi i vërtetë.

		PRONËSIA	
		Bëj: prodhon vetë firma	Blej: kontraktin një palë të tretë
VENDODHJA	Vendase	Integrim vendas	Nënkontraktim vendas
	Huaj	IHD	Nënkontraktim ndërkombëtar

Figura 2. 1. Kufijtë e pronësisë së kompanive shumëkombëshe
Burimi: Gattai (2013)

Nga ana tjetër, ky fenomen sjell shumë mundësi të mira për vendet në zhvillim ku vendoset të prodhohen faza të ndryshme të produktit. Nga këndvështrimi i vendeve destinacion të nënkontraktimeve në distancë, ky proces njihet si “*inshoring*” (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). “*Inshoring*” krijon punë si në sektorin e prodhimit ashtu edhe në atë të shërbimeve. Në qoftë se puna do të jetë e një standardi cilësor, atëherë do të kontribuojë për zhvillimin e mëtejshëm të këtyre vendeve dhe krijimin e punëve në sektorin formal. Nuk ekzistojnë shumë studime mbi përfitimet që vendet në zhvillim kanë nga ky fenomen, por përfitimet më të rëndësishme janë krijimi i vendeve të reja të punës, përmirësimi i cilësisë së punës, transferimi teknologjik dhe përfitime të tjera ekonomike si rritja e PBB, përmirësimi i bilancit tregtar, etj. Në mënyrë që vendet në zhvillim të jenë sa më atraktive dhe konkurruese, duhet që qeveritë e tyre të krijojnë një ambient mikëpritës me politika tërheqëse.

2.1.1 Aspekte teorike mbi nënkontraktimin ndërkombëtar

Zhvillimet në transport dhe në teknologjinë e komunikimit kanë çuar sistemin e prodhimit në një fazë të re, ku prodhimi mund të zhvendoset dhe të prodhohet në një vend të huaj. Në këtë mënyrë firmat mund të fitojnë nga avantazhet e kostove dhe cilësisë së punës. Mallrat mund të lëvizin më shpejt se përpara dhe urdhërat apo komunikimet realizohen dhe ekzekutohen menjëherë. Fillimisht firmat transferuan faza të ndryshme të prodhimit të produktit në industritë prodhuese (e cila kërkonte punë krahu), por me

zhvillimet teknologjike ky trend ka kapur edhe sektorin e shërbimeve (siç është rasti i “call center”-ave).

Realizimi i punës në një vend të huaj (offshoring) mund të kryhet ose nëpërmjet filialit të firmës në vendin e huaj (IHD), ose nëpërmjet një partneri të huaj (nënkontraktimi ndërkombëtar) (Blinder, 2007).

Bottini, Earnst dhe Leubker (2007) bëjnë disa specifikime të terminologjisë që lidhet me këtë fenomen si më poshtë:

Puna që mund të kryhet në një vend të huaj mund të jetë *materiale* dhe *jomateriale*. Rasti i parë ka të bëjë me prodhimin e mallrave të prekshëm në një vend tjetër, ndërsa rasti i dytë ka të bëjë me kryerjen e shërbimeve në një vend tjetër. Këtu mund të përmendim shërbime biznesi si psh call centers, shërbime kontabiliteti, shërbime financiare, shërbime për klientin, etj.

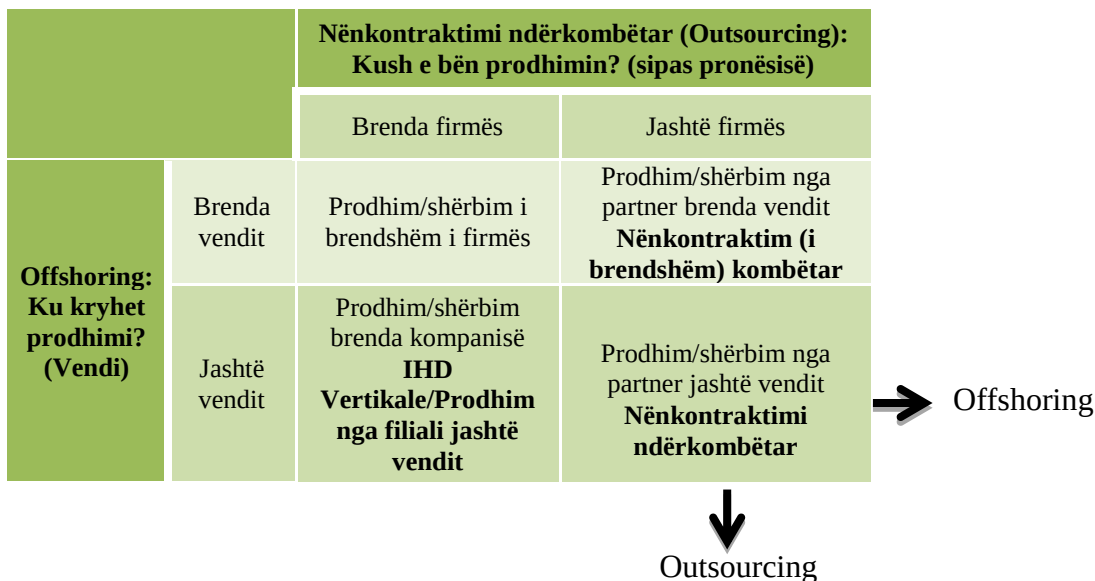


Figura 2. 2.Ndryshimi mes prodhimit në një vend të huaj (offshoring) & nënkontraktimit ndërkombëtar (outsourcing)

Burimi: Kirkegaard (2007) and Refslund (2014)

Një tjetër aspekt që autorët i kushtojnë vëmendje në terminologji është *kryerja e proceseve të punës në një vend tjetër (offshoring)* kundrejt *nënkontraktimit (outsourcing)*. Duke u bazuar te forma e pronësisë, të bëj vetë apo të blej, firma vendos nëse do të kontrakttojë për proceset prodhuese apo jo. Në qoftë se firma vendos të mos e bëj vetë procesin, por t’a blej atë nga një palë e tretë, njihet si nënkontraktim (outsourcing). Nënkontraktimi mund të kryhet brenda vendit (nënkontraktim vendas) ose edhe me klientë jashtë vendit (nënkontraktim ndërkombëtar). Nga ana tjetër, duke u bazuar në vendin ku firma vendos të bëj ose të blej procesin e punës, mund të ndodh brenda vendit, ose jashtë vendit. Nëse firma vendos të bëj ose të blej jashtë vendit, atëherë kemi të bëjmë me procesin e prodhimit jashtë (offshoring). Në figurën 2.2 paraqitet në një matricë me

katër kuadrantë ajo që sapo u shpjegua më sipër. Kuadranti i katërt, ku realizimi jashtë vendit i procesit bashkohet me nënkontraktimin, njihet si nënkontraktimi ndërkombëtar (offshore outsourcing ose international outsourcing).

Vendimi mbi formën e pronësisë, i cili mund të shtrihet nga modeli i zotërimit total (IHD) deri te zgjedhja e bazuar në kontrata (nënkontraktimi ndërkombëtar), ka profile të ndryshme të shkallës së kontrollit, përdorimit të burimeve, riskut dhe fitimeve të mundshme (Kim, Kim, & Lee, 2002). Nëpërmjet investimeve të huaja direkte vertikale (IHDV) firmës do i duhet të investojë në mjete fikse dhe në kapital njerëzor. Në këtë mënyrë firma rrit shkallën e kontrollit dhe atë riskut. Nga ana tjetër, nënkontraktimi ndërkombëtar kërkon një investim të limituar në burime. Firmat do të kenë një reduktim të ekspozimit ndaj riskut, por, në të njëjtën kohë, dhe humbje të kontrollit mbi procesin e prodhimit jashtë vendit.

Nqs një firmë vendos të prodhojë në një vend të huaj, ajo ka dy mundësi: t'i realizojë vetë ose të kontrakttojë me palë të treta. Nqs firma vendos t'i realizojë vetë produktet/shërbimet, atëherë ajo duhet të investojë në një filial të vetin në vendin e huaj. Studjuesit i referohen këtij fenomeni si IHD vertikale (Grossman & Helpman, 2003), captive offshoring (Shaalf, 2005, siç është cituar nga Bottini, Ernst, & Luebker, (2007)), ose thjesht offshoring (Kirkegaard, 2007). Nqs firma vendos të nënkontrakttojë punën me një palë të tretë jashtë vendit, atëherë ky fenomen njihet si nënkontraktim ndërkombëtar (Grossman & Helpman, 2003), nënkontraktim jashtë vendit (Kirkegaard, 2007), ose kontratat e “shtrirjes së krahut” (Feenstra & Hanson, 2001). Në mënyrë të përmbledhur, në tabelën 2.1 paraqiten terminologjitë e ndryshme të përdorura për punët e kryera nga filiali kundrejt kontraktimit me një palë tjetër.

Tabela 2. 1. Terminologji të ndryshme të përdorura për punët e kryera nga filiali kundrejt kontraktimit me një palë të tretë

Autorët	Prodhim brenda firmës	Nënkontraktim
Kirkegaard, 2007	Offshoring	Nënkontraktimi jashtë vendit
Grossman & Helpman, 2003	IHD	Nënkontraktimi ndërkombëtar
Shaalf, 2005	Captive offshoring	Nënkontraktimi jashtë vendit
Feenstra & Hanson, 2001 Grossman & Rossi-Hansberg, 2006	IHD Vertikale	Kontrata e “shtrirjes së krahut”

Burimi: Përshtatur nga autori prej Bottini, Ernst, & Luebker (2007)

Sipas literaturës së IHD, ekzistojnë *IHD horizontale* dhe *IHD vertikale*. Jo të gjitha IHD nënkuptojnë që po bëhen procese të prodhimit jashtë vendit. IHD horizontale i referohet faktit kur një kompani shumëkombëshe investon në një ndërmarrje në një vend të huaj dhe produktet apo shërbimet shiten në vendin ku është bërë investimi. Ndërsa IHD vertikale i referohet faktit kur shumëkombëshja ka investuar në një ndërmarrje në një vend të huaj dhe produktet apo shërbimet importohen në vendin e origjinës së kompanisë shumëkombëshe (Madura (2009); Bottini, Ernst, & Luebker, (2007)). Këto kompani ndryshe njihen si kërkuese të efijencës.

2.1.2 IHD vertikale kundrejt nënkontraktimit ndërkombëtar

Grossman dhe Helpman (2003), Antras (2003), Ottaviano dhe Turrini (2007) kanë studjuar mbi përfitueshmërinë e IHD vertikale kundrejt nënkontraktimit ndërkombëtar bazuar në pronësinë dhe kostot e transaksioneve. Ato arritën në përfundimin se IHDV janë më pak efikente kur bëhet fjalë për prodhimet e ndërmjetme si pasojë e kostove më të larta të hyrjes. Në këtë kontekst nënkontraktimi ndërkombëtar është më efektiv. Megjithatë, nga ana tjetër, prodhuesit e specializuar ndërkombëtarisht do të kenë kosto më të larta kur nuk plotësohen kushtet e kontratës, gjë e cila dekurajon nënkontraktimin.

Dunning (1977) zhvilloi një model të njohur si teoria OLI⁶: pronësia, vendodhja dhe ndërkombëtarizimi. Firmat do të zgjedhin se si do të ndërmarrin biznes duke kërkuar avantazhe bazuar në faktorët e sipërpërmendur. Si IHDV, ashtu edhe nënkontraktimi ndërkombëtar kanë në vetvete avantazhin e vendodhjes⁷, pasi proceset e punës zhvillohen jashtë vendit në të dy rastet. Ato dallojnë sipas pronësisë⁸ dhe ndërkombëtarizimit⁹. Sa më të mëdha avantazhet konkurrese të firmës, si psh marka, teknikat prodhuese, patenta, etj., aq më tepër firma do të zgjedh IHDV kundrejt nënkontraktimit ndërkombëtar. Sa më të mëdha përfitimet e të përdorurit të mjeteve nga vetë firma, aq më shumë firma do të priret të zgjedhë IHDV (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007).

Antras (2003) doli në konkluzionin që firmat nënkontraktojnë kur nevojiten proceset e punës me dorë, dmth kur nevojiten njerëz për të bërë procesin e punës. Kjo kërkon një nivel relativisht të lartë të punës krahasuar me investimin kapital. Nga ana tjetër, nqs nevojitet më tepër kapital për të investuar se sa puna e krahut, firmat tentojnë të integrohen nëpërmjet IHDV. Bottini, Ernst, & Luebker (2007) pohojnë se produktet finale në sektorin ku nevojiten investime kapitale kryhen nëpërmjet IHDV, kurse në atë sektor ku nevojitet puna njerëzore më shumë, procesi i prodhimit kryhet nëpërmjet nënkontraktimeve. Ato e lidhën këtë fakt me “qasjen e të drejtës së pronësisë”¹⁰. Për më tepër, firmat nga vendet me kapital të madh integrohen nëpërmjet IHDV, ndërsa ato me mungesë kapitali nëpërmjet nënkontraktimeve ndërkombëtare (Antras, 2003).

Kontratat jo të plota ndikojnë në vendimin mes nënkontraktimit ndërkombëtar dhe IHDV. Mos specifikimet e plota në kontrata bëhen një problem serioz kur palët janë të lidhura me një investim specifik. Secila palë shqetësohet nëse pala tjetër do të refuzojë të kryej pagesat në datën e caktuar, duke pretenduar se disa çështje të pambuluara nga kontratat kanë ndodhur (Gattai, 2013). Ndërsa kontratat jo të plota zakonisht ulin prirjen për nënkontraktime, siç edhe u përmend më sipër, Gattai (2013) me anë të studimit të saj gjeti që kontratat jo të plota mund të rrisin ose të ulin nënkontraktimin ndërkombëtar kundrejt IHDV. Studimi i saj konsistoi në firma italiane dhe sugjeroi që kontratat e specifikuar kanë një impakt pozitiv dhe të rëndësishëm në nënkontraktimet e firmave italiane, që do të thotë se një rritje në raportin specifikues rrit nënkontraktimin ndërkombëtar. Ajo gjithashtu gjeti një lidhje pozitive mes madhësisë së kompanisë, e matur nga numri i punonjësve, mosha, eksperiencia ndërkombëtare në menaxhimin e operacioneve të huaja dhe nënkontraktimeve.

⁶ OLI qëndron për termat anglisht ownership, location, internalization

⁷ Avantazhet e vendodhjes si psh lënda e parë, pagat, taksat, etj.

⁸ Avantazhet e pronësisë si psh marka, teknikat e prodhimit, etj.

⁹ Avantazhet e ndërkombëtarizimit janë kur është më me lehtësi të nënkontraktosh punën se sa t'a prodhosh brenda vetë firmës

¹⁰ Property Right Approach

Grossman and Helpman (2003) dolën në përfundimin se disa firma kryejnë nënkontraktime ndërkombëtare dhe disa të tjera IHDV në varësi të distancës mes furnizuesit të inputeve dhe prodhuesit final të së mirës. Pra, sa më afër gjeografikisht të ndodhen palët, aq më tepër prirën firmat të nënkontraktojnë me palë të treta prodhimin e produktit, se sa të angazhohen nëpërmjet IHDV-ve.

Grossman, Helpman & Szeidl (2005) përmendin se një faktor tjetër që ndikon në zgjedhjen mes IHDV dhe nënkontraktimit ndërkombëtar është edhe “dendësia e tregut¹¹”. Sa më i dendur tregu, aq më i madh numri i firmave që ofrohen për të nënkontraktuar (firmave “inshoring” ose ofrueset e kontratave). Në këtë mënyrë, firma që do të realizojë punën nëpërmjet nënkontraktimit ka më tepër mundësi për zgjedhje, gjë që nënkupton se ajo ka kosto më të ulët për të kërkuar për një ofrues. Në këtë situatë, ajo do të zgjedh nënkontraktimin ndërkombëtar kundrejt IHDV, të cilat kanë kosto më të larta fikse.

Gooris and Peeters (2012) përmendin në studimin e tyre dy perspektiva të ndryshme që përshkruajnë vendimin për formën e pronësisë: postulata ekonomike e kostove të transaksionit¹² dhe mendimi i shkollës Uppsala¹³. *Postulata ekonomike e kostove të transaksionit*¹⁴ është përdorur gjerësisht nga kërkuesit për të studjuar vendimet e firmës për t’u integruar vertikalisht apo nëpërmjet nënkontraktimeve ndërkombëtare. Firmat do të krahasojnë kostot (ato të kordinimit dhe të transaksioneve) mes dy alternativave dhe do të zgjedhin mënyrën e administrimit që minimizon kostot dhe riskun. Ky model bazohet mbi pasigurinë, specifikimin e mjeteve¹⁵ dhe frekuencën e transaksioneve, ku pasiguria lidhet me ndryshimet kulturore, riskun e vendit dhe mungesën e eksperiencës ndërkombëtare (Anderson & Gatignon, 1986). Të gjithë këto faktorë rrisin kostot e organizimit për secilën mënyrë të hyrjes në treg. Sipas McIvor (2009), kostot e transaksionit përfshijnë asimetrinë e informacionit mes firmave dhe ofruesve, racionalitetin e lidhur¹⁶ dhe devijimin e prodhuesit të të mirave dhe shërbimeve nga interesa e klientit. Me rritjen e këtyre kostove, preferohet më tepër IHDV kundrejt nënkontraktimit ndërkombëtar.

Ndryshimi në kulturë, specifikimi i mjeteve, pasiguritë institucionale janë debatuar mjaft mes akademikësh. Kogut and Singh (1988), Gatignon and Anderson (1988), Gooris and Peeters (2012) argumentojnë që sa më i madh ndryshimi mes kulturave, aq më pak firmat preferojnë të angazhohen nëpërmjet IHDV, ndërsa Anand and Delios (1997) argumentojnë të kundërtën.

Specifikimi për mallrat e ndërmjetme është një faktor tjetër që është studjuar nga shumë autorë për zgjedhjen ndërmjet IHDV dhe nënkontraktimit ndërkombëtar (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). Specifikimi i mjeteve ndikon në lidhjen mes prodhuesit dhe klientit, duke favorizuar IHDV si mënyrë hyrjeje në treg. Por, Grossman and Helpman (2003) arritën në përfundimin se firmat do të preferonin më tepër nënkontraktimin ndërkombëtar kur firmat ofruese kanë më tepër avantazhe në prodhim, përmasat e

¹¹ Nga anglishtja “market thickness”

¹² Nga anglishtja “Transaction Cost Economic postulate”

¹³ Nga anglishtja “Uppsala school of thought”

¹⁴ E iniciuar nga Williamson në 1975

¹⁵ Shkalla e përshtatjes së transaksioneve (McIvor, 2009)

¹⁶ I referohet pamundësisë për të specifikuar në mënyrë të plotë transaksionet dhe të gjithë outputet e mundshme të kontratës mes palëve të përfshira (Williamson, 1998) siç citohet nga Gooris and Peeters (2012)

industrisë rriten, pagat e punonjësve ulen dhe kur ka përmirësime në ambientin kontraktues.

Firmat, të cilat kanë si karakteristikë ekzekutimin e kontratave, do të preferojnë më tepër nënkontraktimin kundrejt IHDV, meqë gjetja e palës tjetër është më e lehtë dhe më e sigurtë (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). Spenser and Qiu (2001) duke analizuar specifikimin e produkteve të ndërmjetme, arritën në përfundimin se në qoftë se firmave iu nevojiten komponentë specifik, ato do të preferojnë nënkontraktimin brenda vendit, për shkak të afërsisë me ofruesin, ose do të preferojnë t'i prodhojnë më lirë nëpërmjet IHDV. Në qoftë se zgjedhin mënyrën e parë, ato nuk do të kenë kosto për investimin fillestar, që normalisht janë të larta. Ndërsa, ndërkohë që pasiguria e institucioneve financiare rritet, inkurajohet angazhim më i vogël prej firmave, duke favorizuar kështu mënyrën e hyrjes nëpërmjet nënkontraktimeve ndërkombëtare. Në këtë mënyrë, firma duhet të marrë në konsideratë kostot si të organizimit, ashtu edhe të transaksioneve gjatë vendim-marrjes për mënyrën se si duan të prodhojnë produktin.

Postulata e modelit të ndërkombëtarizimit *Uppsala* thotë që firmat e rrisin në mënyrë graduale angazhimin në aktivitetet e huaja (Gooris & Peeters, 2012). Për aq kohë sa ambienti i huaj është i ri për firmën dhe shpesh edhe i vështirë për t'u kuptuar apo për t'u parashikuar, pasiguritë rriten. Në këtë mënyrë, firma përballet me “distancën psikologjike” e cila ka lidhje me faktorët që influencojnë parashikimin dhe kuptimin e ambientit të jashtëm. Firmat do të zgjedhin të integrohen vertikalisht në ato vende ku “distanca psikologjike” është e ulët. Nga ana tjetër, “distanca psikologjike” është e vështirë për t'u parashikuar meqë përfshin faktorë të ndryshëm si ndryshimet kulturore, ndryshimet gjuhësore, stabilitetin qeveritar, sistemin politik dhe ligjor, edukimin, indikatorët ekonomik, etj. (Dow & Karunaratna, 2006). Rritja e “distancës psikologjike”, bazuar në faktorët e mësipërm, bën që firmat të ulin angazhimet e huaja dhe të priren më tepër ndaj nënkontraktimeve ndërkombëtare (Gooris & Peeters, 2012).

2.1.3 Faktorët nxitës të nënkontraktimeve në distancë

2.1.3.1 Faktorët që nxisin firmat të nënkontraktojnë në vende të huaja

Sipas Kohler (2004), një ndër forcat që nxit më tepër firmat për të nënkontraktuar faza të ndryshme të punës në vendet e huaja, është padyshim ndryshimi në çmimet e faktorëve të prodhimit. Këto firma mund t'i konsiderojmë si “kërkuese të eficiencës”, meqë ato shpërngulin faza të prodhimeve në vende të tjera për të përfituar nga avantazhet e resurseve (qoftë në çmime më të lira, ashtu edhe në cilësi më të mirë) (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). Diferencat më të mëdha janë ato mes *çmimeve të punës*. Shpërngulja e proceseve të prodhimit që bazohen kryesisht te forca punëtore, drejt vendeve me paga më të lira, është një ndër faktorët kyç për të përfituar nga arbitrazhi në çmime.

Reduktimi i kostove të prodhimit ka qenë faktori kryesor i nxitjes së zhvendosjes së prodhimit në fazat e para të zhvillimit të nënkontraktimeve ndërkombëtare. Më vonë, kur firmat filluan të nënkontraktinin aktivitetet e tjera si kërkim zhvillim apo suport teknologjik, atëherë qëllimi kryesor nuk ishte më reduktimi i kostove, por *aksesi drejt një*

profesionalizmi më të madh, zgjerimi i kapaciteteve prodhuese apo zbulimi i mundësive të reja për biznesin.

Në studimin e kryer nga Duke University ORN¹⁷ (2009) reduktimi i kostove të punës rezulton si faktori kryesor nxitës për të kryer nënkontraktime ndërkombëtare (offshoring) thuajse për të gjitha industritë, por tashmë firmat nuk kënaqen vetëm me këtë fakt. Ato po marrin në konsideratë faktorë shumëdimensional për të nënkontraktuar operacionet e tyre (Lewin, Ajchariyawong, Sappenfield, & Aird, 2009).

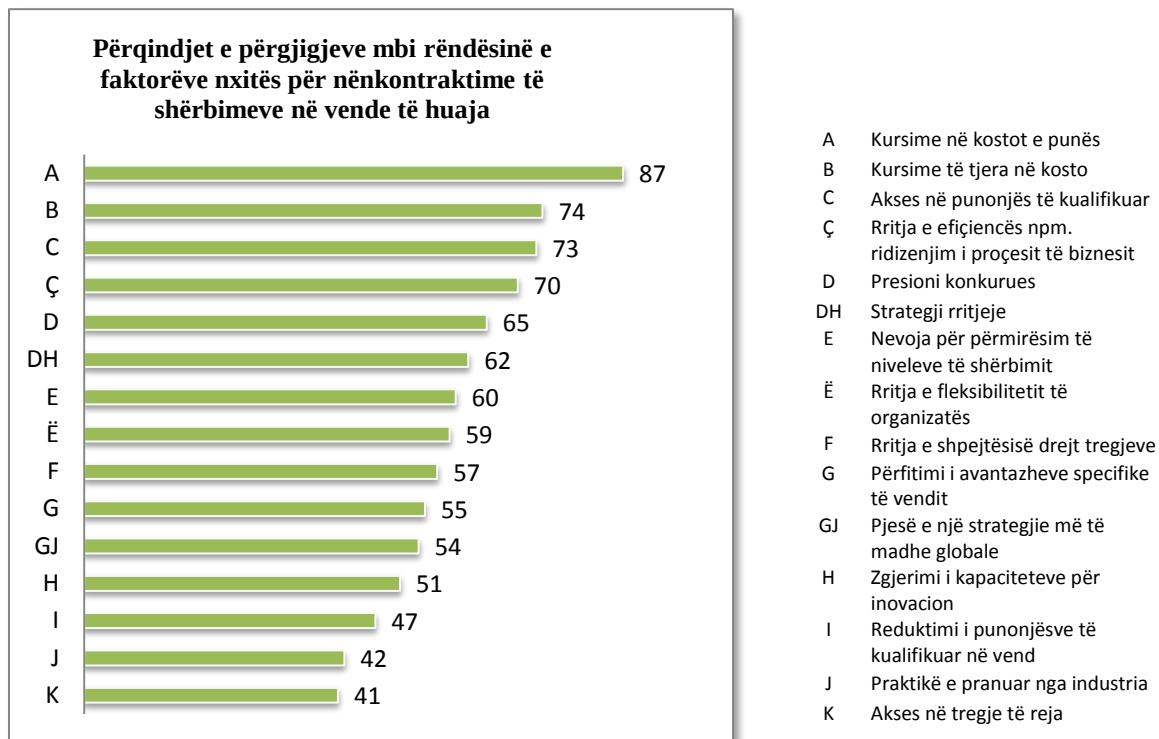


Figura 2. 3. Faktorët nxitës për nënkontraktime të shërbimeve në vendet e huaja
Burimi: Duke University ORN (2009)

Në figurën 2.3 paraqiten përqindjet e përgjigjeve “të rëndësishme” dhe “shumë të rëndësishme” nga firmat e intervistuar¹⁸ për secilin nga faktorët që nxisin firmat të nënkontraktojnë në vende të huaja.

Nga ana tjetër, zhvillimi i madh teknologjik është arsyeja kryesore që ka mundësuar nënkontraktimin. Zhvillimet kompjuterike dhe ato të telekomunikacionit kanë qenë baza për zhvillimin e telemarketingut, call center-ave, prodhimeve të software-ve,

¹⁷ Database i Duke University ORN i kalon 2000 kompani nga e mbarë bota. Në studimin e vitit 2009 u përfshin 514 kompani nga 50 shtete nga 6 kontinente, të cilat ofrojnë shërbime për firmat që duan të nënkontraktojnë ndërkombëtarisht. Kompanitë janë nga sektorë të ndryshëm dhe nënkontraktojnë shërbime të ndryshme gjithashtu. Të ndara sipas madhësisë këto kompani ishin 27% të mëdha (mbi 10,000 punonjës), 30% të mesme (500-10,000) dhe 43% të vogla (nën 500 punonjës).

¹⁸ Përgjigjet e pyetjeve janë dhënë nga firmat që ofrojnë shërbimin. Ato janë përgjigjur mbi rëndësinë e arsyeve që nxisin klientët e tyre të nënkontraktojnë jashtë kufijve.

përpunimit të informacionit, etj. Rënia e jashtëzakonshme e kostove të komunikimit ka një rol bazë në zhvillimin dhe rritjen e nënkontraktimeve në fushën e shërbimeve.

2.1.3.2 Faktorët që nxisin firmat të zgjedhin vendin për të nënkontraktuar

Studime të ndryshme kanë arritur në përfundimin se faktorët kryesor që nxisin firmat për të zgjedhur një vend janë *kostot e punës, afërsia gjeografike, ngjashmëria kulturore, gjuha, shpejtësia e lëvrimit të mallit, fleksibiliteti në organizimin e prodhimit, etj.* (Evans & Harrigans, 2003; Baldone, Sdogati, & Tavoli, 2001). Edhe Bottini, Ernst & Luebker (2007) theksojnë se firmat nuk nisen vetëm nga kostot e ulëta të punës për të zgjedhur vendin për të prodhuar produktin/shërbimin apo pjesë të produktit/shërbimit të tyre. Ato gjithashtu do të gjejnë një ekuilibër mes vendeve me kosto më të ulëta të punës dhe *cilësisë, nivelit të produktivitetit apo infrastrukturës.*

Me kalimin e viteve, kompanitë kanë ardhur duke e zgjeruar gamën e faktorëve që influencojnë vendin që zgjedhin për të zhvendosur procese të punës së tyre. Kjo ka ardhur kryesisht nga hyrja në tregjet ndërkombëtare e ekonomive në zhvillim, të cilat kanë konkuruar ndjeshëm vendet e zhvilluara që më përpara ishin destinacion i nënkontraktimeve. Kjo është arsyeja që tashmë listës së faktorëve përzgjedhës të një vendi i janë shtuar edhe *pozicionimi gjeografik, apo cilësia e infrastrukturës së vendit* (si psh. telekomunikacioni, sistemet energjitike, sistemet e transportit, etj.).

Kina dhe India mbesin dy vendet kryesore që kanë ofruar paga të ulta qoftë në sektorin e prodhimit ashtu edhe në atë të shërbimit. Ndërkohë, Freeman (2005) cilëson se edhe transformimet politiko-sociale në Europën Qendrore dhe Lindore kanë kontribuar në dyfishimin e forcës punëtore globale, shumica e të cilëve mjaft të kualifikuar. Avantazhi i këtyre shteteve është se ndodhen shumë pranë vendeve të industrializuara të Europës Perëndimore. Shumë firma nga vendet e zhvilluara europiane kanë zhvendosur cikle të ndryshme të prodhimit drejt vendeve europiane në zhvillim nisur nga *kostot e ulëta të punës.* Kjo sidomos mori një hov të madh pas viteve 1990.

Ekzistojnë edhe disa faktorë të jashtëm që ndikojnë në përzgjedhjen e vendit për të nënkontraktuar, të cilët nuk varen nga firma. Pavarësisht se mund të ketë mundësi të mëdha arbitrazhi, shpesh nënkontraktimi është i pamundur si rezultat i disa barrierave penguese që rrjedhin nga kostot tregtare. Këto përfshijnë të gjitha ato kosto që ndikojnë për të marrë një produkt nga prodhuesi drejt përdoruesit final si: kostot e transportit, barrierat politike, kostot e informimit, zbatimi i kontratave, kostot ligjore, dhe kostot e shpërndarjes lokale (Anderson & vanWincoop, 2004). Prandaj, listës së faktorëve nxitës të nënkontraktimeve mund t'i shtojmë edhe *reduktimet në barrierat tregtare, reduktimet në kostot e transportit dhe ndryshimet teknologjike* (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007). Reduktimi i tarifave doganore, bazuar këto edhe në marrëveshjet mes shteteve¹⁹, do ulin ndjeshëm kostot e nënkontraktimeve.

Ndërkohë që studimi i Duke University ORN (2009), bazohet në këndvështrimin e firmave ofruese të shërbimeve²⁰, studimi i një viti më përpara përfshinte kompanitë që

¹⁹ Marrëveshje të tilla si NAFTA, CEFTA, EFTA, Bashkimi Europian, Organizata Botërore e Tregtisë, etj, janë trajtuar në kapitullin 3.

²⁰ si financë dhe kontabilitet, call centr-a, prokurime, marketing dhe shitje, burime njerëzore, shërbime ligjore, teknologji informacioni, zhvillim produkti, inovacion, etj. (në studim nuk janë përfshirë firma që ofrojnë prodhim produktesh)

kryejnë nënkontraktimin e punëve përtej kufijve. Sipas këtij studimi, i cili bazohej në 418 kompani amerikane të cilat nënkontraktajn pjesë të proceseve të punës, arsyet kryesore për zgjedhjen e vendit se ku do të kryhet puna e nënkontraktuar, janë *kostoja e fuqisë punëtore, ekspertiza dhe eksperiencia e firmave dhe punonjësve, afërsia gjeografike, ngjashmëria kulturore, stabiliteti politik, politikat nxitëse dhe lehtësuese që ndjek qeveria, cilësia e infrastrukturës, etj.* (2007-2008 ORN survey report: Offshoring reaches the C-Suite). Përqindjet e përgjigjeve “të rëndësishme” dhe “shumë të rëndësishme” nga firmat e marra në studim nga Duke University ORN paraqiten në figurën 2.4.

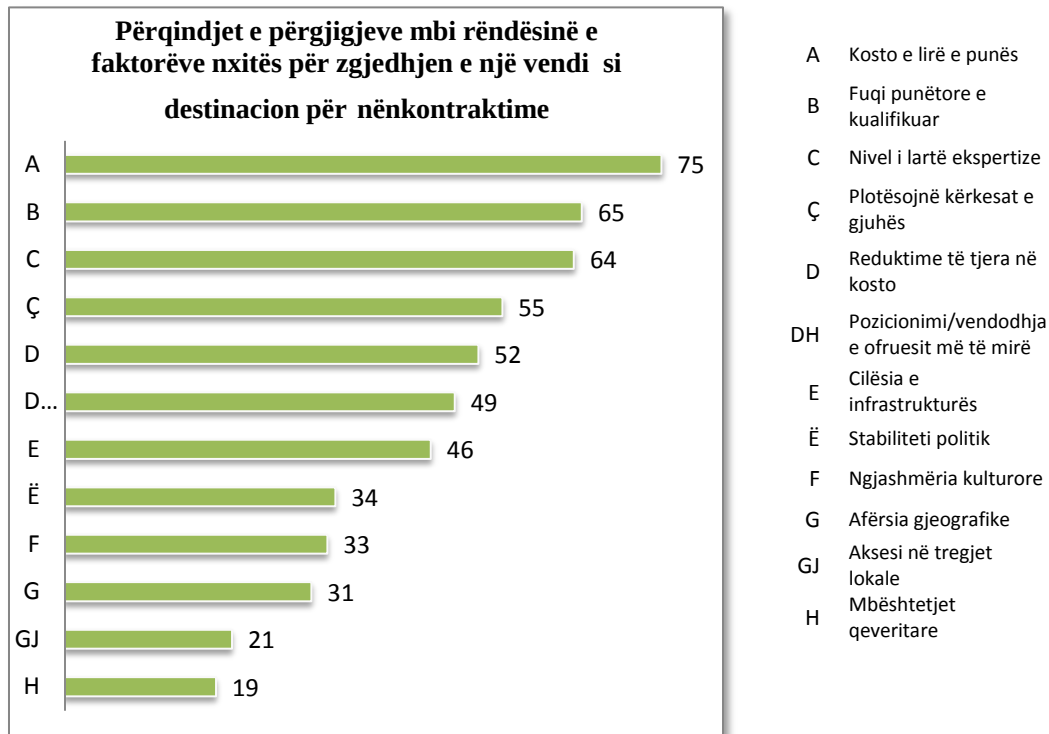


Figura 2. 4. Përqindjet e përgjigjeve mbi rëndësinë e faktorëve nxitës për zgjedhjen e një vendi si destinacion për nënkontraktim

Burimi: Duke University ORN (2009)

Siç edhe do e shikojmë në kapitullin 3, faktorët tërheqës të Shqipërisë për nënkontraktimet ndërkombëtare janë kostoja e lirë e punës, afërsia gjeografike me vendet e BE-së dhe të qenurit e të njëjtës orë, fuqia punëtore e kualifikuar, shpejtësia e lëvrimin të produktit (përfshi këtu edhe lehtësirat që ofron Kodi Doganor për përshpejtimin e procedurave doganore), legjislacioni mbështetës për IHD-të, sistemi tatimor, marrëveshjet e tregtisë së lirë, procedurat lehtësuese për regjistrimin e bizneseve, eksperiencia shumëvjeçare në treg e firmave shqiptare (garanci kjo për cilësinë e produktit dhe korrektësinë në bashkëpunime ndërkombëtare), rrjedhshmëria e gjuhëve të huaja që flasin shqiptarët, njohja dhe ngjashmëria kulturore me vendet e EU-së, etj.

Partneri kryesor për eksportet Shqiptare mbetet Italia me rreth 52% të totalit të eksporteve në vitin 2014 (INSTAT, 2015). Ajo gjithashtu dominon edhe si partnere kryesore në industrinë e fashioneve ku rreth 78% e totalit të eksporteve të industrisë fason shkojnë drejt Italisë (ACIT, 2015). Italia gjithashtu dominon edhe sektorin e call center-ave. Nga një studim i kryer për firmat Italiane që nënkontraktojnë faza të ndryshme të prodhimit në vende të tjera, Cassaburi & Minerva (2008) dolën në përfundimin se firmat italiane bazohen për nënkontraktimet e tyre në *nivelin e produktivitetit, afërsisë së ofrues-blerësit, dhe fleksibilitetit të prodhimit*, karakteristika këto që firmat shqiptare i përmbushin më së miri.

2.1.4 Efektet e nënkontraktimeve në distancë

Proçesi i nënkontraktmeve sjell ndikime të ndryshme pozitive dhe negative si në vendet e zhvilluara, ashtu edhe në ato në zhvillim. Për sa i përket vendeve të zhvilluara, ekonomistët janë fokusuar në çështjet e punësimit. Në fakt, me zhvendosjen e disa fazave të proçeseve të punës jashtë kufijve, firmat zëvendësojnë punëtorët vendas me ato të huaj.

Ndërkohë që nënkontraktimet në vendet në zhvillim krijojnë aktivitete dhe vende të reja pune, fenomeni ka edhe pasoja të tjera më komplekse. Qeveritë shpesh fokusohen në politika për tërheqjen e IHD-ve dhe neglizhojnë promovimin e prodhimit dhe investimit vendas. Disa autorë argumentojnë që IHD-të gjenerojnë një efekt “dalës” së kapitalit më tepër se sa të hyrat nëpërmjet investimit në mjete fikse. Kjo është në dëm edhe të firmave të vogla dhe të mesme, të cilat janë shtylla kryesore e ekonomive të vendeve në zhvillim. (Ghose, 2004).

2.1.4.1 Efektet e nënkontraktimeve në vendet e zhvilluara

Gjerësisht flitet se nënkontraktimet “materiale” kanë përkeqësuar kushtet e punës për punëtorët e pakualifikuar (përfshi këtu edhe uljen e pagave) dhe si edhe nënkontraktimet në fushën e shërbimeve kanë zëvendësuar punëtorët e kualifikuar. Ky fenomen lidhet me efektin negativ që sjell oferta për nënkontraktime: zhvendosja e punës në një vend tjetër ka të njëjtin efekt sikurse rritja e ofertës për një punë të caktuar. Kjo nënkupton ose *zëvendësimin e punëtorëve vendas me ato të huaj*, ose *presion për uljen e pagave* (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007).

Ndikimi i proçesit të nënkontraktimit në uljen e nivelit të pagës apo në reduktimin e numrit të punëtorëve varet nga karakteristikat e tregut të punës së vendit në fjalë²¹. Nga ky këndvështrim, efekti i nënkontraktimeve është i njëjtë me efektin që sjell ndryshimi i teknologjisë, i cili mund të sjell reduktim të kostove dhe/ose zëvendësim të krahut të punës. Në lidhje me nënkontraktimin e shërbimeve, ka një frikë të shtuar se zëvendësimi i punëtorëve të kualifikuar vendas me punëtorë të huaj, mund të reduktojë nxitjet për investime në edukim/arsimim dhe kështu të ketë pasoja negative në akumulimin e kapitalit njerëzor.

Megjithatë, duhet të kemi parasysh që nëpërmjet nënkontraktimeve *krijohen edhe vende të reja pune*. Së pari, kemi krijimin e vendeve të punës për koordinimin dhe supervizimin e proçeseve që do nënkontraktohen. Së dyti, nënkontraktimi sjell përfitime në efikasitet për firmat që nënkontraktojnë pjesë të proçesit të aktivitetit të saj punë-

²¹ Vendi i cili nënkontraktin punën drejt një vendi tjetër

intensiv dhe përmirëson shkallën e konkurrueshmërisë me një efekt final pozitiv mbi punonjësit. Në modelin e tyre teorik, Mitra dhe Ranhjan (2007) treguan se si rezultat i rritjes së produktivitetit dhe reduktimit të kostove, papunësia u ul dhe pagat u rritën.

Studjuesit kanë zhvilluar modele të ndryshme teorike për të kuptuar dhe shpjeguar ndikimin e procesit të nënkontraktimeve mbi nivelin e punësimit dhe aftësive/profesionalizmit të punëtorëve. Bottini, Ernst & Luebker (2007) përmendin Jones & Kierzkowski (1990, 2001)²², të cilët krijuan një model për të parë ndikimin në nivelin e punësimit kur një proces i prodhuar më përpara në një vend, ndahej në dy ose më shumë segmente prodhimi në vende të ndryshme. Me modelin e tyre ato nxorën si përfundim që nënkontraktimi ka ndikime të kundërta mbi nivelin e punësimit, e varur kjo nga faktorët prodhues të vendit. Ato treguan se një mundësi ishte që një vend, i cili prodhonte produktin e integruar, pushonte së prodhuari pjesën “punë-intensivë” (ose e thënë ndryshe e nënkontraktonte atë), por mbetej konkurrues në tregun ndërkombëtar për segmentin e procesit kapital-intensiv. Firma do e dominonte këtë sektor dhe do bëhej eksportuese (duke rritur kështu prodhimin). Ndaj, ajo do të punësonte më tepër për prodhimin në pjesën e mbetur që prodhohet në vend. Nga ekstremi tjetër, ekziston mundësia që vendi nuk është i pari në segmentin e prodhimit të integruar. Secili nga segmentet do të zhvendoset në vende që e prodhojnë më mirë (në aspektin e kostos dhe cilësisë). Në këtë mënyrë, vendi humbet të gjithë prodhimin, e bashkë me të edhe të gjitha vendet e punës.

Si përmbledhje, mund të themi që teoria mbi efektet e punësimit në vendet e zhvilluara që sjell procesi i nënkontraktimeve mund të jetë ose pozitive, ose negative. Megjithatë arrihet në përfundimin që nënkontraktimi do të *rrisë diferencat në pagë mes punëtorëve të kualifikuar dhe atyre të pakualifikuar*.

2.1.4.2 Efektet e nënkontraktimeve në vendet në zhvillim

Siç citon edhe Arndt (1997), në vendet në zhvillim, normalisht do të presim një efekt pozitiv në tregun e punës, meqë këto janë vendet destinacion ku zhvendosen proceset prodhuese. Prandaj, për këto vende, nënkontraktimi do të thotë krijimi i aktiviteteve të reja. Kjo do të çojë në krijimin e vendeve të reja të punës, sidomos për ato vende që specializohen për prodhime bazuar në procesin punë-intensiv. Si rezultat, punësimi dhe prodhimi i industrisë rriten.

Vendet në zhvillim kanë me shumicë një fuqi punëtore të pakualifikuar, prandaj pritshmëritë janë që këto vende do të specializohen në procese që nuk kërkojnë punëtorë të kualifikuar. Zhvendosja e proceseve të punës drejt vendeve në zhvillim sjell një rritje të kërkesës së firmave për punëtorë të pakualifikuar në këto vende. Rritja e kërkesës çon në rritjen e nivelit të pagave për këtë kategori punëtorësh, duke ngushtuar kështu diferencën mes nivelit të pagave të punëtorëve të kualifikuar dhe atyre pa ndonjë kualifikim (sipas modelit Stolper-Samuelson (1941)). Studimet empirike gjatë viteve të fundit kanë treguar që ky model nuk qëndron më pasi kushtet e tregut kanë ndryshuar. Si pasojë e liberalizimit të tregtisë ndërkombëtare, është rritur hendeku në nivelin e pagave (Davis & Mishra (2006), Feenstra (2004)). Kjo vjen edhe nga fakti që proceset e

²² Për më tepër referoj: Jones, R. W.; Kierzkowski, H. 2001. “Globalization and the Consequences of International Fragmentation”, te Calvo, G.; Dornbusch, R.; Obstfeld, M. (eds), Money, Capital Mobility, and Trade. Essays in Honor of Robert Mundell. (Cambridge, MA: MIT Press), fq. 365-383.

nënkontraktuara kërkojnë një farë ekspertize apo kualifikimi të punëtorëve. Prandaj, firmat në vendet në zhvillim do të rrisin kërkesën për punonjës relativisht të kualifikuar e si rezultat do të kemi edhe rritjen e pagave për këtë kategori punonjësish. Në këtë mënyrë do të kemi një thellim të diferencës së niveleve të pagave të punëtorëve relativisht të kualifikuar dhe atyre të pakualifikuar (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007).

Megjithatë, ajo çfarë Bottini, etj. nuk përmendin në studimin e tyre është edhe fakti se në vendet në zhvillim, ku fuqia punëtore e pakualifikuar gjendet me shumicë, njerëzit jetojnë në kushte shumë të vështira ekonomike. Ky fakt, si edhe vendet e kufizuara të punës në vendet në zhvillim, bën që kjo kategori punonjësish të jetë e gatshme të punojë me çfarë do lloj page, e cila shpesh është edhe poshtë pagës minimale (në sektorin informal). Një tjetër arsye që nuk është përmendur, është edhe oferta e madhe e punës në këto vende, e cila bën presion në rënien e nivelit të pagave për këtë kategori punonjësish, duke rritur kështu edhe diferencën mes punëtorëve të kualifikuar dhe atyre të pakualifikuar.

Një pyetje që studjuesit shtrojnë, është nëse këto vende pune në vendet në zhvillim, krijohen në sektorin formal apo në atë informal. Ajo që ndodh shpesh është se firma që ka marrë një kontratë nga një firmë e huaj për të prodhuar pjesë të produktit, mund të nënkontraktojë një firmë tjetër në vend në mënyrë që të reduktojë më tej kostot e prodhimit. Oferta në treg për punë të ngjashme mund të rritet e si pasojë të rritet konkurenca. Kjo do të çojë në një presion për rënien e çmimeve të punës dhe rënien e përfitueshmërisë së firmave. Si pasojë, firmat do të priren të nënkontraktojnë në tregun informal, në mënyrë që të ulin më tej kostot e punës. Kjo do të thotë krijim i vendeve të reja të punës në sektorin informal e si pasojë edhe paga poshtë pagave minimale të vendit përkatës.

Një tjetër çështje shqetësuese në vendet në zhvillim ka lidhje me standardet e punës apo të drejtat e punëtorëve. Ekziston një risk i madh që konkurenca për të përfituar kontratat realizohet kryesisht bazuar në çmimin e punës, duke ulur kështu standardet dhe kushtet e të punuarit.

Përveç sa më sipër, vendi në zhvillim duhet të shikojë dhe të analizojë me kujdes ndikimin që ka zhvillimi i “inshoring” (përfitimi i kontratave nga firmat e huaja) në zinxhirin prodhues vendas. Nëse nënkontraktimi nxit firmat vendase të specializohen vetëm në prodhimin e produkteve të ndërmjetme, atëherë do të kemi një pengim në zhvillimin e fazave të tjera të prodhimit (për shembull industria e kultivimit të lëndës së parë, industria e përpunimit të saj, etj.). Kjo do të çojë në një kufizim të madh të zhvillimit dhe rritjes ekonomike të vendit.

2.1.4.3 Efektet globale të nënkontraktimeve

Nga një këndvështrim global, nënkontraktimi ka më shumë gjasa të ketë një ndikim pozitiv në nivelin e punësimit. Sipas Agrawel, Farrell, & Remes (2003) më shumë vende pune do të krijohen në vendet në zhvillim (ku puna zhvendoset), se sa do të reduktohen në vendet e zhvilluara. Kjo vjen si rezultat i rindërtimit të proceseve prodhuese apo mënyrës së ofrimit të shërbimit drejt përdorimit më të madh të krahut të punës dhe zvogëlimit të përdorimit të kapitalit. Kostot më të ulta të punës u mundësojnë firmave edhe përballimin e pikut të kërkesës, duke rritur kështu cilësinë e ofrimit të shërbimit. Për më tepër, shpesh herë, puna e krijuar në vendet në zhvillim, nuk është

thjesht zhvendosje e punës nga vendet e zhvilluara. Në këto të fundit, si pasojë e kostove të larta të punës, një produkt mund të mos ishte prodhuar aspak. Në këtë këndvështrim, puna e krijuar për prodhimin e këtij produkti me një kosto më të lirë pune në vendet në zhvillim, është totalisht një vend i ri pune i krijuar (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007).

Tabela 2. 2. Perspektiva teorike e pasojave të nënkontraktimit

	Efekti në vendet e zhvilluara	Efekti në vendet në zhvillim	Efekti Global
Niveli i punësimit	- Ulet	+ Rritet	+ Rritet
Punësimi i punonjësve të kualifikuar	+ Rritet/Nuk ndryshon (në rastin e nënkontraktimeve materiale) - Ulet (në rastin e nënkontraktimeve të shërbimeve)	+ Rritet	+ Rritet
Punësimi i punonjësve të pakualifikuar	- Ulet	+ Rritet	+ Rritet
Diferenca mes pagave të punonjësve të kualifikuar dhe të pakualifikuar	- Rritet (sidomos në rastin e nënkontraktimeve materiale)	- Rritet (nqs priret nga ndryshimet teknologjike) + Ulet (sipas efektit të modelit Stolper-Samuelson)	- Rritet
Efekte indirekte	+ Rritet produktiviteti (rritet punësimi dhe ulen pabarazitë në paga) + Rritet përfitueshmëria e firmave	+Eksternalitete pozitive për ekonominë, rritet produktiviteti + Rritet integrimi në tregtinë ndërkombëtare, mundësi më të mira biznesi + Rritet pjesmarrja në zinxhirët global të prodhimit + Rriten aftësitë kualifikuese të punëtorëve - Rritet risku që ekonomia të fokusohet vetëm te nënkontraktimi, duke lënë mënjanë zhvillimin e proceseve prodhuese - Rritet sektori informal i punësimit - Përkeqësohen kushtet e punës	+ Rritet tregtia ndërkombëtare +Rritet produktiviteti - Efekt negativ në terma të kushteve të punës (rritje e sektorit informal, pasiguri e punëtorëve në punë)

Burimi: Përshtatur nga autori prej Bottini, Ernst, & Luebker (2007)

Me gjithë efektet pozitive në krijimin e vendeve të reja të punës, nënkontraktimi nuk do të sjell një avantazh global real nëse cilësia e “punës së re” është e ulët. Ekziston një mundësi reale që “puna e mirë” në vendet e zhvilluara, të jetë zëvendësuar me një “punë të dobët” në vendet në zhvillim. Kjo vjen si rezultat i krijimit të vendeve të reja të punës në sektorin informal në vendin në zhvillim ku dhe është zhvendosur puna. Një tjetër arsye është se punonjësit ndeshjen me pasiguri të mëdha në vendin në zhvillim, pavarësisht se mund t’i përkasin sektorit formal, meqë rregullat e tregut të punës janë më pak të konsoliduara se sa ato në vendet e zhvilluara. Nga ana tjetër, në vendet në zhvillim kemi përdorimin e një teknologjie më pak të zhvilluar, ku do të duhen më tepër orë pune për të realizuar produktin. Prandaj, puna në vendin në zhvillim është më pak produktive se sa puna e humbur në vendin e zhvilluar. Së fundmi, në vendet në zhvillim do të kemi

rritje të pakënaqësive për mosrespektim të të drejtave të punonjësve dhe kushteve të punës, sidomos në industrinë e tekstileve dhe këpucëve (Bottini, Ernst, & Luebker, 2007).

Në tabelën 2.2 paraqitet një përmbledhje e efekteve që ka procesi i nënkontraktimit në vendet e zhvilluara, në ato në zhvillim si dhe efekti global.

2.1.5 Nënkontraktimi në distancë dhe tregu i punës: studime empirike

Diskutimi teorik i trajtuar në pjesën më sipër nuk na mundëson nxjerrjen e një konkluzioni të saktë rreth ndikimit që ka nënkontraktimi në distancë mbi tregun e punës. Për vendet e zhvilluara frika më e madhe është zhvendosja e vendeve të punës nga këto vende drejt ekonomive në zhvillim. Kjo do të ketë një rezultat negativ mbi nivelin e punësimit të ekonomive të zhvilluara, sidomos për pjesën e fuqisë punëtore të pakualifikuar, pagat e të cilëve gjithashtu priten të bien krahasuar me ato që kanë një kualifikim të caktuar. Megjithatë, përveç këtij efekti të shkaktuar nga rënia e ofertës për punë në tregun e brendshëm, nënkontraktimi në distancë rrit edhe produktivitetin në këto ekonomi të zhvilluara. Prandaj, në një periudhë afatgjatë, do të kemi krijim të vendeve të reja të punës, jo vetëm në vendet në zhvillim, por edhe në vendet e zhvilluara. Efekti neto i nënkontraktimit në distancë në lidhje me vendet e punës, kthehet në një çështje empirike studimi, ku shumë ekonomistë kanë dhënë kontributin e tyre me anë të studimeve të ndryshme të realizuara ndër vite.

2.1.5.1 Efektet në nivelin e punësimit në vendet e zhvilluara

Shumica e studimeve empirike kanë rezultuar që nënkontraktimi në distancë ka ose një ndikim negativ, por të vogël, mbi nivelin e punësimit në vendet e zhvilluara, ose një ndikim të parëndësishëm (Bottini, etj. (2007)).

Në studimin e tyre Anderton, Brenton dhe Oscarsson (2002) u fokusuan te ndikimi i nënkontraktimeve materiale mbi nivelin e punonjësve pa kualifikim në vende si Suedia, Italia, Shtetet e Bashkuara të Amerikës, Britania e Madhe. Ato dolën në përfundimin që nënkontraktimi në distancë shoqërohet me një rënie të kërkesës për fuqinë punëtore të pakualifikuar, e cila reflektohet në një rënie të punësimit dhe nivelit të pagave për këtë kategori. Si matës të nënkontraktimit në distancë ato përdorën importet nga vendet me paga të ulta. Po të njëjtën metodë matjeje për nënkontraktimet në distancë përdorën edhe Kucera & Milberg (2003) për të studjuar efektin në nivelin e punësimit të sektorit prodhues. Ato nxorën si rezultat që tregtia me vendet jashtë OECD-së çoi në humbjen e 3.5 milion vendeve të punës në industrinë prodhuese për 10 shtete të OECD-së për periudhën 1970-1990²³.

Nga ana tjetër, Falk dhe Koelber (2002) morën në studim sektorin prodhues në Gjermani. Ato konkluduan se rritja e kërkesës për importin e produkteve gjysëm të gatshme apo blerjes së shërbimeve janë pasojë e rritjes së outputit dhe nuk është zhvendosje e vendeve të punës. Falk dhe Wolfmayr (2005) e ndan studimin e tyre në dy

²³ Këtu duhet të kemi parasysh që nuk është vetëm efekti i nënkontraktimit në distancë. Nga ana tjetër përfitimet nga rritja e punësimit në sektorin e shërbimeve mund të kompensojnë këto humbje.

këndvështrime. Fillimisht ato vërtetuan që importi i materialeve në Bashkimin Europian nga vende me paga të ulta, ka një lidhje signifikante dhe negative me totalin e nivelit të punësimit. Më pas ato e ndanë këtë ndikim mbi nivelin e punësimit të punonjësit në ato me apo pa kualifikim. Rezultatet treguan që ndikimi domethënës dhe negativ qëndronte vetëm për nivelin e punësimit pa kualifikim. Edhe Egger dhe Stehrer (2003) dolën në të njëjtin përfundim. Ato studjuan punësimin e punonjësve meshkuj në Austri për periudhën 1988-2001. Sipas tyre rritja e nënkontraktimeve në distancë ndikon negativisht probabilitetin e qëndrimit të punëtorëve në sektorin prodhues.

Harrison dhe McMillan (2006) u fokusuan në ndryshimin e nivelit të punësimit në kompaninë mëmë dhe filialeve të saj. Në shqyrtim u morën kompani shumëkombëshe me seli qëndrore në SHBA për periudhën 1977-1999. Ato dolën në përfundimin se vendet e punës në filialet që operojnë në shtete me paga të ulta janë zëvendësuese për vendet e punës në kompaninë mëmë, ndërsa vendet e punës në filialet që operojnë në shtete me paga të larta janë plotësuese për punën në kompaninë mëmë. Për më tepër, ato studjuan se si importet dhe eksportet brenda kompanisë shumëkombëshe ndikonin në punësimin në SHBA duke konkluduar që IHDV shoqërohen me një rënie të nivelit të punës në USA, pavarësisht nëse vendi destinacion është me të ardhura të larta apo të ulta.

Bisqurp dhe Kramarz (2004) studjuan ndikimin e tregtisë së produkteve gjysëm të gatshme dhe atyre të gatshme në nivelin e punësimit në Francë për periudhën 1986-1992. Rezultatet e tyre treguan që rritja e eksporteve sjell rritje të punësimit, ndërsa rritja e importeve shoqërohet me një rënie të nivelit të punësimit. Ndikimi më i madh negativ vihet re më shumë te firmat që importojnë produktet e gatshme, se sa te ato që importojnë produkte gjysëm të gatshme.

Nga ana tjetër ekzistojnë edhe shumë punime të tjera empirike, të cilat tregojnë që nënkontraktimi në distancë ka një ndikim të parëndësishëm në vendet e zhvilluara. Marin (2004) në studimin e tij mbi punësimin në kompanitë me qendër në Austri dhe Gjermani, doli në përfundimin që IHDV drejt vendeve lindore europiane nuk shkaktonin reduktime të mëdha në vendet e punës për kompanitë në fjalë. Përkundrazi, delegimi i punës drejt vendeve me paga të ulëta i bënte firmat të ishin më konkurrese në treg. Të njëjtin rezultat arritën edhe Castellani, Mariotti, & Piscitello (2008) të cilët nuk gjetën evidenca të reduktimit të vendeve të punës si rezultat i nënkontraktimeve nga firmat prodhuese.

Hijzen dhe Swaim (2007) e studiuan këtë ndikim në aspektin brenda industrisë dhe ndërmjet industrive të ndryshme. Ato morën në shqyrtim 17 vende të OECD-së. Rezultatet e tyre treguan që nënkontraktimi në distancë redukton intensitetin e punës brenda së njëjtës industri, pa ndikuar në punësimin total. Kjo do të thotë që reduktohen vendet e punës të cilat nuk kërkojnë shumë kualifikim dhe rriten vendet e punës me një kualifikim më të madh. Nga ana tjetër, nënkontraktimi në distancë ndërmjet industrive të ndryshme, nuk ndikon në reduktimin e vendeve të punës intensive (asaj që nuk ka nevojë për kualifikim), por ka një efekt pozitiv në punësimin total. Autorët, gjithashtu sugjeruan që rritja e përfitueshmërisë nga nënkontraktimi në distancë, është e mjaftueshme për të kompensuar reduktimin e vendeve të punës si rezultat i zhvendosjes së prodhimit. Ky efekt është signifikativ vetëm për nënkontraktimin material.

Kërkimet e OECD-s (2007) tregojnë që nënkontraktimi në distancë nuk ka efekt mbi punësimin. Aty citohet që disa vende pune mund të humbasin kur aktivitetet prodhuese zhvendosen jashtë vendit, por gjithashtu krijohet një numër i ngjashëm me vendet e punës të humbura, pasi firmat rrisin shkallën e prodhimit. Por, kjo nuk do të

thotë që puna e krijuar kërkon të njëjtat aftësi me ato të humbura. Ndërsa në raportin e vitit 2012 (OECD Employment Outlook 2012) citohet që nënkontraktimi në distancë në të njëjtën industri (i përcaktuar si raporti i importeve të inputeve të së njëjtës industri ndaj outputit vendas), ka lidhje negative me kërkesën e punës dhe lidhje pozitive me elasticitetin e pagës.

Përsa i përket tregut të punës në SHBA, Mankiw dhe Swagel (2006) arrijnë në përfundimin se nënkontraktimi në distancë nuk ka ndikuar shumë në reduktimin e vendeve të punës. Ato dolën në përfundimin që rritja e punësimit në filialet e firmës jashtë vendit shoqërohet më tepër me punësim në kompaninë mëmë se sa me humbjen e vendeve të punës nga zhvendosja e punës.

2.1.5.2 Efektet në nivelin e punësimit dhe zhvillimit ekonomik në vendet në zhvillim dhe ato në tranzicion

Rritja e nivelit të punësimit në vendet në zhvillim si pasojë e nënkontraktimeve është e vështirë të përcaktohet me saktësi, por fakti është se këto vende përfitojnë mjaft në rritjen e nivelit të punësimit. Duket sikur vendet në zhvillim janë vënë në garë me njëri-tjetrin për të thithur sa më shumë kontraktorë. Qeveritë e këtyre vendeve po ndjekin politika lehtësuese për firmat që operojnë me nënkontraktime. Por, siç u theksua edhe më sipër, këto vende nuk duhet të fokusohen vetëm në zhvillimin e këtij sektori duke lënë mënjanë ciklet e tjera të prodhimit, pasi kjo nuk do të sillte zhvillim ekonomik për vendin. Sanchez-Ancochea (2005) nënvizon në studimin e tij (i cili u fokusua në nënkontraktimin “material” në Kosta-Rika për periudhën 1980-2003), se pavarësisht krijimit të vendeve të reja të punës, nënkontraktimi nuk shërben si një motor për rritjen ekonomike.

Studimet për ndikimin e nënkontraktimeve në vendet në zhvillim fokusohen më tepër te sektori i shërbimeve, por jo më pak të rëndësishme janë edhe nënkontraktimet në sektorin e prodhimit. Bardhan (2006) studjoi ndikimin e nënkontraktimeve të shërbimeve në Indi nga periudha 1998-2005. Ai doli në përfundimin se ekziston një rritje në nivelin e punësimit, por jo dhe aq eksternalitete të tjera pozitive për ekonominë, pasi ky lloj nënkontraktimi është i përqendruar kryesisht në sektorin e teknologjisë informatike, call center, e cila zë një pjesë të vogël të ekonomisë totale. Nga ana tjetër, Jenkins (2006) arriti në përfundimin se flukset e konsiderueshme të IHD-ve në Vietnam gjatë viteve '90 nuk sollën një rritje të konsiderueshme në punësim. Kjo rezultoi për faktin se vlera e shtuar e nënkontraktimeve ishte e vogël. Edhe studimet e zhvilluara nga UNCTAD (2004) si në Indi, Filipine, Europën Juglindore, Afrikën e Jugut (për periudhën 1990-2003 për nënkontraktimet e shërbimeve) rezulton në rritjen e nivelit të punësimit, por me një impakt të vogël në rritjen ekonomike. Në të njëjtat përfundime arrijnë edhe Farrell et al. (2005) për Indin, Kinën, Rusin, Brazilin dhe nga Hansen, Pedersen dhe Petersen (2009) për Danimarkën dhe vendet e tjera europiane në zhvillim.

Siç doli në pah edhe në seksionet më sipër, konsekuencat e nënkontraktimeve janë mjaft të qarta në lidhje me vendet “pritëse” të kontratave: meqë nënkontraktimi në distancë kryesisht përfshin segmentet e prodhimit që nuk kërkojnë shumë kualifikim, kategoria që përfiton më tepër tregun e punës nga nënkontraktimet në distancë është pikërisht fuqia punëtore e pakualifikuar. Megjithatë, jo domosdoshmërisht është kështu

në të gjitha rastet. Sipas Feentra dhe Hanson (1997), ai proces pune që në vendin e zhvilluar mund të konsiderohet si një proces pune që nuk kërkon punëtor të kualifikuar, në vendin në zhvillim mund të konsiderohet si një punë që kërkon një nivel kualifikimi të caktuar. Eagger dhe Stehrer (2003) studiuat efektin e shpërndarjes së rritjes së eksporteve të mallrave gjysëm të gatshëm (të 14 industrive prodhuese) në Republikën Çeke, Hungari dhe Poloni gjatë viteve '90. Ato dolën në rezultatin që primet për kualifikimet e punonjësve ishin rritur dhe një ndikim të konsiderueshëm kishte patur nënkontraktimi në distancë. Ndërkohë edhe në Meksikë i njëjti fenomen kishte shkaktuar rritje të punonjësve të kualifikuar e si rezultat edhe rritje të pagave të tyre (Feenstra & Hanson, 1997).

2.2 PERFORMANCA FINANCIARE DHE RISQET

2.2.1 Performanca financiare dhe matja e saj

Performanca nënkupton kryerjen e një pune të caktuar, e matur kundrejt një standardi saktësie, përmbushjeje, kostoje dhe shpejtësie (Lipi, 2014). Termi performancë është mjaft i gjërë dhe ai përfshin performancën financiare, operacionale si edhe performancën e biznesit në tërësi²⁴.

Performanca financiare na tregon realizimin ose përmbushjen e objektivave financiare të vendosura nga firma. Performanca financiare na jep një pamje se si ka performuar firma në terma të likuiditetit, drejtimit të mjeteve, borxhit, frytshmërisë dhe vlerës së tregut (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010). Analiza e performancës financiare të firmës është mjaft e dobishme, pasi ajo jo vetëm mundëson një krahasim të shëndetit financiar të firmës nga një periudhë në një tjetër, por i jep mundësi asaj të krahasohet edhe me firmat e sektorit ku ajo operon apo me një mesatare të industrisë.

Sipas Valkauskas (2013), në mënyrë që të kemi një pamje cilësore të situatës financiare të kompanisë, ka metoda cilësore për të analizuar pozicionin financiar të saj. Drejtuesit e kompanisë duan informacion rreth kompanisë: nëse kompania është likuide, nëse ka detyrime monetare, cilat janë detyrimet e saj afatshkurtra dhe afatgjata, sa efektivisht po përdoren mjetet e saj afatshkurtra dhe afatgjata, sa është vlera e kapitalit të pronarit (kapitalit të vet), struktura e saj dhe përfitueshmëria. Një analizë korrekte e situatës financiare jep informacion nëse vendimet menaxheriale të kryera në të shkuarën kanë qenë të duhura, vendimet aktuale menaxheriale janë me baza, si edhe vendimet që do të merren në të ardhmen janë të arsyeshme dhe bazohen në argumenta.

Analiza e performancës financiare të kompanisë shpesh përcakton një trend për oportunitetet se ku duhet të fokusohet firma në mënyrë që të përmirësoj performancën e firmës dhe të arrijë objektivat e saj. Sa më shpejt të përcaktohen këto oportunitete, aq më e madhe mundësia që për të arritur rezultate më të mira. (Valkauskas, 2013). Gjithashtu, elementet për të parashikuar pozicionin financiar të kompanisë janë mjaft të rëndësishme, pasi një parashikim sa më i saktë i rezultateve financiare ndihmon në përcaktimin e trendit të ardhshëm operacional të kompanisë në treg, në marrjen e vendimeve bazuar në analiza korrekte si edhe në vlerësimin në mënyrë sa më objektive të alternativave të ndryshme.

²⁴ Financiare + operacionale

Ka mjaft diskutime rreth matjes së performancës financiare dhe literatura nuk e përcakton dot se cili ose cilët janë matësit më të saktë të performancës financiare. Megjithatë kjo varet kryesisht nga aktiviteti i firmës, madhësia e saj, sektori, pronësia, etj. Në industrinë prodhuese sugjerohet që performanca financiare të matet me raportin e rritjes së shitjeve, kthimit nga kapitali i vet (ROE), kostos për njësi, vlerës ekonomike të shtuar (EVA), të ardhurës para interesave dhe taksave (EBIT) (Fernandes, Raja, & Whalley, 2006). Ndërkohë për bizneset familjare sugjerohen rritja e të ardhurës dhe përmirësimi i produktivitetit (Craig & Moores, 2005). Në qoftë se do të konsideronim biznesin e modës, autorët kanë sugjeruar marzhin e shitjeve, rritjen e shitjeve për dyqan, qarkullimin e inventareve dhe përqindjen e shitjeve nga dyqanet e reja (Cardinaels & Veen-Dirks, 2010).

Ahmad, Mehra dhe Pletcher (2004) sugjerojnë fitimin operativ, raportin fitmi/shitje, flukset e parave nga aktiviteti operues dhe kthimin nga investimi si matësa të performancës financiare, ndërsa si matësa të performancës së rritjes, ato sugjeruan normën e rritjes së shitjeve dhe pjesën e tregut. Nga ana tjetër, Zigan dhe Zeglat (2010), sugjeruan si matësa të performancës financiare përfitueshmërinë, likuiditetin dhe strukturën e kapitalit, ndërsa si matësa të konkurrueshmërisë sugjeruan pjesen relative të tregut apo rritjen e shitjeve.

Kotane dhe Merlino (2012) theksuan në punimin e tyre që treguesit financiar shprehen shpesh si raporte financiare. Raportet janë një mjet strategjik të cilët i japin informacion të interesuarve në mënyrë konçize dhe sistematike informacionin voluminoz që përmbajnë pasqyrat financiare. Bazuar në raportet financiare, Cohen, et al. (2008) sugjeruan si matës për vlerësimin e performancës financiare përdorimin e kthimit nga mjetet (ROA), kthimin nga kapitali i vet (ROE), qarkullimin e inventarit, qarkullimin e borxhit, marzhin e shitjeve, qarkullimin e mjeteve. McGivern dhe Tvorik (1998) sugjeruan ROA-n, kthimin nga investimi (ROI), kthimin nga shitjet, kthimin nga kapitali i investuar, etj. si matësa të performancës. Ndërsa Beuren, Hein dhe Klann (2008) sugjeruan tregues të borxhit (si për shembull raportin e borxhit, varësinë financiare, qëndrueshmërinë e kapitalit permanent), tregues të likuiditetit (likuiditeti i përgjithshëm, likuiditeti korent), tregues të vlerësimit të performancës ekonomike (ROA, kthimi nga mjetet likuide).

Cohen, et al. (2008) studjuan lidhjen mes indikatorëve financiar dhe jofinanciar dhe dolën në përfundimin se volumi i indikatorëve financiar përcaktohet nga ndikimi i indikatorëve jofinanciar: inovacioni dhe të nxëniti pozitivisht ndikojnë rezultatin e brendshëm të performancës, e cila ndikon në lidhjen mes kompanisë dhe klientëve. Treguesit sasior do të jenë ato financiar. Treguesit financiar përbëjnë një prej kategorive të *balanced scored card* dhe përdoren për të vlerësuar performancën e kompanisë, përveç indikatorëve të tjerë jofinanciar.

Një pjesë tjetër studjuesish kur vjen puna për të matur performancën financiare të firmës janë bazuar në vetdeklarimet e drejtuesve të firmës duke i matur me shkallë Likert. Në studimin e saj Lipi (2014) bën një përmbledhje të autorëve që kanë provuar se përqasja e matjes subjektive të treguesve financiar ose raportimi individual është i besueshëm. Ajo citon që Dess, Lumpkin dhe Covin (1997) sugjeruan që vlerësimet subjektive të performancës së firmës mund të jenë koherente me vlerësimet ose treguesit objektiv të performancës, duke rritur kështu besueshmërinë dhe vlefshmërinë e përdorimit të këtyre treguesve në studimet e performancës. Edhe Droge, Jayaram dhe

Vickery (2004) kanë dëshmuar se ekziston një korelacion i rëndësishëm mes treguesve objektiv të performancës dhe atyre subjektiv të vetdeklaruar nga drejtuesit e kompanive në lidhje me tregues si ROA, ROI, ROS, etj. (cituar nga Lipi (2014)).

Pavarësisht besueshmërisë së matjes së treguesve financiar nëpërmjet qasjes së vetdeklarimit, bazuar në gjykimin subjektiv, në këtë punim është përdorur qasja objektive duke i llogaritur treguesit e performancës financiare bazuar në pasqyrat financiare të kompanive.

2.2.2 Risqet që ndikojnë në aktivitetin e ndërmarrjeve

Terminologjia dhe klasifikimi i riskut varion nga një organizatë në tjetrën dhe shpesh terma të ndryshëm nënkuptojnë të njëjtin risk. Më poshtë do të paraqes disa perspektiva të autorëve të ndryshëm se si ato e klasifikojnë riskun dhe në fund do të paraqes një listë të risqeve me të cilat përballen firmat shqiptare me nënkontrakte.

Kompanitë ndeshen me shumë faktorë të brendshëm dhe të jashtëm. Aktiviteti i tyre influencohet nga risku politik (ndryshimet në jetën politike të vendit, akte të reja ligjore), risku kriminalistik (raste të situatave kriminalistike të ndërlikuara apo korrupsioni, të cilat nuk zgjidhen nga institucionet ligjore), risku financiar (ndryshime në tregjet financiare) dhe risku tregtar (ndryshimet në import-eksportin e mallrave, një sistem taksash jo perfekt, logjistikë e keqe, etj.). Prandaj, drejtuesit e kompanive duhet të vlerësojnë të gjithë këto faktorë në mënyrë objektive në mënyrë që të arrijnë objektivat e dëshiruara (Valkauskas, 2013).

Epstein & Rejc (2005) në një guidë kontabiliteti drejtimi sugjerojnë që organizatat duhet të identifikojnë risqet me të cilat përballen. Disa risqe potenciale sipas tyre janë risqet strategjike, risqet operacionale, risqet e raportimit dhe risqet e pajtueshmërisë. Risqet strategjike përfshijnë riskun ekonomik, riskun e industrisë, riskun e transaksioneve strategjike, riskun social, riskun teknologjik, riskun politik dhe riskun e organizimit të sistemeve. Risqet operacionale përfshijnë riskun e ambientit, riskun financiar, riskun e vazhdimësisë së biznesit, riskun e inovacionit, riskun tregtar, riskun e projektit, riskun e burimeve njerëzore, riskun shëndetësor dhe të sigurisë, riskun e pronësisë dhe riskun e reputacionit. Risqet e raportimit përfshijnë riskun e informimit dhe riskun e raportimit. Risqet e pajtueshmërisë përfshijnë riskun ligjor dhe rregullator, riskun e kontrollit, dhe riskun profesional.

Ndërkohë Dhuci (2011) klasifikon riskun e ndërmarrjeve sipas riskut të ngjarjeve, diversifikimit të riskut dhe sipas riskut ekonomik kundrejt atij financiar. Bazuar në ngjarjen e cila shkakton riskun, ato klasifikohen sipas faktit që çdo ngjarje risku shkakton një dhe vetëm një risk. Ky lloj klasifikimi e ndan riskun në dy komponent: (i) ndryshimi në faktorin e riskut²⁵ dhe (ii) shuma e ekspozuar ndaj riskut²⁶. Risqet sipas këtij lloj klasifikimi janë risku i tregut, risku i kredisë, risku operacional dhe risku i përbërjes së strukturës së bilancit. Kategoria e fundit përfshin riskun e likuiditetit, riskun e normave të interesit dhe riskun e monedhës. Klasifikimi i risqeve sipas tiparit të diversifikimit, bëhet më tepër për qëllime akademike. Risku ndahet në të diversifikueshëm dhe në të padiversifikueshëm.

²⁵ Çdo çmim apo normë që ndryshon me luhatjet e indikatorëve të tregut, dhe që me siguri ka një efekt mbi mjetet apo detyrimet e firmës

²⁶ Shuma neto e mjeteve apo detyrimeve, ose diferenca e tyre neto me të njëjtën monedhë dhe afat maturimi

Risqet ekonomike apo risqet e biznesit janë risqe të ndryshimit të të ardhurës operative si pasojë e ndryshimit në kërkesën e tregut për produktet/shërbimet e firmës, ndryshimit në çmimin e tyre, koston, levën operacionale, etj. Nga ana tjetër risqet financiare janë risqe të cilat bazohen në aktivitetin ekonomik të sipërmarrjes dhe shkaktohen nga ndryshimi në të ardhurat, kostot apo përbërjes së kapitalit si pasojë e aktiviteteve financiare apo investuese.

Sipas Muca & Lito (2012), risqet me të cilët zakonisht përballen firmat shqiptare klasifikohen në të brendshëm dhe të jashtëm. Risqet e brendshme janë risqe që lindin nga aktiviteti i brendshëm i firmës. Risqet e brendshme përfshijnë risqet strategjike (cilësia e zhvillimit të produktit/shërbimit, kapitali njerëzor/intelektual), risqet operacionale (burimet njerëzore, sistemet, teknologjia), risqet financiare (risku i likuiditetit, mungesa e burimeve financiare) dhe risku i përgjegjshmërisë. Risqet e jashtme janë risqe që vijnë nga ambienti i jashtëm i firmës. Ato klasifikohen në risqe strategjike, operacionale, financiare dhe risqet e katastrofave. Risqet strategjike përfshijnë riskun e konkurrencës apo tregut, kërkesën e klientit dhe fuqinë blerëse, si dhe kulturën e biznesit. Risqet operacionale përfshijnë ligjin dhe zbatimin e tij, ambientin politik, furnitorët, kontratat, etj. Risqet financiare janë risqet e normave të interesit, kurseve të këmbimit dhe shtërngimit të kredisë.

Katër nivele të ndryshme klasifikimi që përdoren nga institucione dhe organizata rregullatore janë FSA Prudential Sourcebook, German Regulatory BaFin, Lloyds Banking Group dhe Prudential plc (Kelliher, Wilmot, Vij, & Klumpes, 2011). Kategoritë e riskut të FSA Prudential Sourcebook janë risqet e tregut, risqet e kredisë, risqet e sigurimit, risqet e likuiditetit, risqet operacionale dhe risqet e grupit. Klasifikimi i risqeve sipas German Regulatory BaFin janë risqet e tregut, risqet e kredisë, risqet e nënshkrimit, risqet e likuiditetit, risqet operacionale, risqet e përqendrimit, risqet strategjike dhe risqet e reputacionit. Kategoritë e klasifikimit të risqeve sipas Lloyds Banking Group janë risqet e tregut, risqet e kredisë, risqet e sigurimit, risqet operacionale, risqet financiare dhe risqet e biznesit²⁷. Ndërsa klasifikimi sipas Prudential përfshin risqet e tregut, risqet e kredisë, risqet e sigurimit, risqet e likuiditetit, risqet operacionale, risqet e ambientit të biznesit dhe risqet strategjike. Bazuar në këto klasifikime të ndryshme, Kelliher, Wilmot, Vij, & Klumpes (2011) bënë një klasifikim të tyrin të risqeve në risqe tregu, risqe të kredisë, risqe të sigurimit dhe demografik, risqet operacionale, risqet e likuiditetit, risqet strategjike, risqet e ndarjes dhe risqet agregate.

2.2.3 Faktorët e riskut dhe lidhja me performancën e firmës

Ditët e sotme po i kushtohet gjithnjë e më tepër rëndësi mjeteve të paprekshme të firmës. Në të kaluarën, shtimi i vlerës së firmës bazohej në pronat, materiale të lëndës së parë, mjetet prodhuese dhe laboratorët. Sot, vlera e shtuar financiare e firmave moderne përfshin faktorët e prodhimit jomaterial si inovacioni, promovimi i burimeve njerëzore, teknologjia e informacionit, e komunikimit, etj. si dhe mënyra se si këto burime ndërveprojnë me njëri-tjetrin (Waghamare, et al. (2011)).

Çdo biznes ndjek një strategji të caktuar, e cila mund të jetë e shkruar ose mund të jetë në mendjen e pronarit/menaxherit. Elementet apo faktorët e strategjisë mund të jenë

²⁷ Këto mbulojnë edhe risqet që lidhen me strategjinë.

një burim risku nqs nuk janë të vlerësuar në mënyrën e duhur. Kjo lidhet me **risqet e strategjisë së brendshme**; më poshtë do analizoj cilët faktorë që përfshihen në këtë kategori shkaktojnë risk dhe se si ato ndikojnë mbi performancën financiare.

Zhvillimi/përmirësimi i produktit/shërbimit

Inovacioni në organizata përkufizohet si përfshirja dhe mbështetja e ideve të reja, eksperimenteve dhe procesit krijues që mund të rezultojë në produkte, shërbime apo proçese teknologjike të reja (Lumpkin & Dess, 1996). Në një ekonomi të globalizuar, firmat vazhdimisht duhet të rrisin eficiencën e tyre dhe inovacionin, në mënyrë që të përmirësojnë avantazhet konkurruese dhe të mbijetojnë në treg (Veryzer, 1998). Inovacioni i produkteve ndikon pozitivisht në performancën e firmës, madje firmat të cilat adaptojnë strategji të zhvillimit të produkteve/shërbimeve kanë shumë gjasa të tejkalojnë performancën e firmave konkurente (Zehir, Yilmaz, & Velioglu, 2008). Studimet e fundit mbështesin faktin që prezantimi i produktit/shërbimit të ri luan një rol kyç në rritjen e shitjeve. Menaxherët mundohen të përmirësojnë performancën financiare dhe vlerën e firmës duke krijuar dhe prezantuar produkte/shërbime të reja. Pauwels, et al. (2003) realizuan një studim ku nxorrën si përfundim që prezantimi i produkteve/shërbimeve të reja influencon performancën financiare si në rritjen e shitjeve ashtu edhe në rritjen e të ardhurës neto. Sipas tyre, suksesi i produktit/shërbimit të ri duhet kohë e konsiderueshme për t'u materializuar dhe gjithçka varet nga karakteristikat e inovacionit të realizuar. Sipas Porter, siç është cituar nga Waghmare, et al. (2011), strategjia e ndryshimit inovativ e ndihmon firmën të krijojë avantazhe konkurruese duke hedhur në treg produktin/shërbimin e ri. Kjo çon në një performancë më të mirë financiare. Nga ana tjetër, produkti/shërbimi i cili nuk përmbush kriteret e një cilësie të caktuar, që është i vështirë për t'u prodhuar apo nuk është konkurrenës, detyrimisht do të jetë një dështim (Muca & Lito, 2012).

Cilësia e shërbimit

Cilësia e shërbimit dhe kënaqësia e klientit janë koncepte mjaft të rëndësishme që kompanitë duhet t'i kuptojnë në qoftë se ato dëshirojnë të jenë konkurruese dhe të rriten më tej. Në ditët e sotme, në një ambient kaq konkurrenës, ofrimi i një cilësie të lartë shërbimi është çelësi i avantazhit konkurrues. Menaxhimi i cilësisë totale është një filozofi e gjërë menaxheriale për përmirësimin e vazhdueshëm të produktit/shërbimit/proçeseve duke u fokusuar te nevojat dhe pritshmëritë e klientit për të rritur kënaqësinë e tyre dhe performancën e firmës. Ka rezultate të ndryshme të lidhjes mes menaxhimit të cilësisë totale dhe performancës. Kjo si arsye e metodave (variabla) të ndryshme të përdorura, i konteksteve studimore të ndryshme si vende apo industri të ndryshme, apo i pengesave të ndryshme për t'i matur ato (Sadikoglu & Olcay, 2014). Në studimin e tij, Nair (2006) arriti në përfundimin se ekziston një lidhje domethënëse dhe pozitive mes praktikave të drejtimit të cilësisë dhe performancës së firmës. Në të njëjtin rezultat dolën edhe në studimin e tyre Fuentes, Montes dhe Fernandez (2006) mbi menaxhimin e cilësisë, orientimin strategjik dhe performancën e organizatës. Studimi konsistoi në firmat spanjolle. Në të njëjtin rezultat arritën edhe Sadikoglu & Olcay (2014) për firmat në Turqi. Pra ekziston një lidhje pozitive mes cilësisë dhe performancës së firmës.

Kapitali njerëzor dhe intelektual

Kapitali njerëzor është përkufizuar si një element kyç në përmirësimin e aseteve të firmës në mënyrë që të rrisë produktivitetin si dhe të ofroj avantazhe konkurruese për firmën (Schultz, 1993). OECD (2001) e përkufizon kapitalin njerëzor si njohuri, aftësi, kompetencat dhe atributet e një individi të cilat lehtësojnë krijimin e mirëqënies personale, sociale dhe ekonomike. Kapitali njerëzor i referohet proceseve që lidhen me trajnimet, edukimet dhe iniciativa të tjera profesionale, në mënyrë që të rrisë nivelin e njohurive, aftësive, vlerave, etj. të punonjësve, të cilat do të rrisin kënaqësin dhe performancën e tyre e si rezultat edhe performancën e firmës (Marimuthu, Arokiasamy, & Ismail, 2009).

Kapitali njerëzor dhe intelektual është pozitivisht i lidhur me performancën financiare të firmës. Megjithatë ky burim nuk paraqitet në fletën e bilancit të firmës, ky është një ndër elementet më të rëndësishëm të një suksesi afatgjatë (Muca & Lito, 2012). Siç edhe citohet nga Waghamare, et al. (2011), Cheng & Hwang në 2005 zhvilloi një model regresioni që vërtetoi se kapitali intelektual i firmës është pozitivisht i lidhur me performancën financiare. Kapitali njerëzor varet nga sjellja e punonjësve në punë, prandaj performanca financiare është direkt e lidhur me besnikërinë dhe përkushtimin e punonjësve në kompaninë ku punojnë. Në një studim të Bontis dhe Fitzenz (2002) që konsistoi në 25 firma të sektorit financiar u vërtetua që kapitali njerëzor është i influencuar pozitivisht nga niveli i edukimit të punonjësve dhe kënaqësisë së tyre në punë. Kjo kishte një ndikim direkt mbi ROI-n e firmës. Nga ana tjetër, Seleim, Ashour and Bontis (2007) analizuan lidhjen mes kapitalit njerëzor dhe performancës së organizatës të kompanive të software-ve. Ato arritën në përfundimin se indikatorët e kapitalit njerëzor kishin një lidhje pozitive me performancën e organizatës. Edhe Dooley (2000) gjeti një korrelacion pozitiv domethënës mes cilësisë së kapitalit njerëzor dhe volumit të pjesës së tregut. Kraja (2013) në punimin e saj që konsistoi në studimin e praktikave të burimeve njerëzore, performancës individuale dhe ndikimit të tyre në performancën organizative, për organizatat publike në Shqipëri, doli në përfundimin se praktikatat e menaxhimit të burimeve njerëzore ndikojnë në performancën e organizatave. Bazuar në studimet e mësipërme, mund të konkludohet që ekziston një lidhje pozitive mes kapitalit njerëzor dhe performancës së firmës.

Kultura organizative

Kultura përkufizohet si një model i supozimeve, besimeve dhe pritshmërive që udhëheqin veprimet dhe interpretimet e anëtarëve, duke përcaktuar kështu sjelljet e tyre brenda organizatës (Fiol, 1991).

Lidhja mes kulturës organizative dhe performancës financiare mbetet disi e paqartë, megjithatë studimet e realizuara (Hartnell, Ou, & Kinicki, 2011). Studimet e hershme sugjerojnë që një kulturë e fortë organizative, e cila koordinon sjelljet e njerëzve me objektivat e organizatës, çon në një performancë financiare më të mirë. Ndërkohë, një këndvështrim i viteve të fundit është se meqë kultura organizative bëhet rezultat për sjellje rutine dhe të njëjta, ato janë më pak efektive në një ambient dinamik (Sorensen, 2002).

Ndërkohë, Chatman, Caldwell, O'reilly dhe Doerr (2014), për t'i dhënë përgjigje kësaj çështjeje, sugjerojnë që studjuesit më përpara nuk kanë qënë mjaftueshëm të qartë në ndarjen dhe kuptimin mes lidhjes së tre elementeve të kulturës: konsensusi kulturor,

intensiteti i normave dhe përmbajtja e tyre. Në studimin e tyre u evidentua që një kulturë e fortë, jo domosdoshmërisht është një disavantazh në ambientet dinamike²⁸. Në fakt, nëse kultura e fortë është një avantazh apo disavantazh varet nga përmbajtja dhe forca e kulturës në organizatë. Firmat me konsensus të lartë, si dhe me një theksim intensiv në mundësitë për të krijuar përshtatshmëri, performojnë më mirë financiarisht në një periudhë luhatshmërie tre vjeçare.

Kultura e biznesit është shpesh një çështje e neglizhuar në Shqipëri. Bizneset shqiptare, sidomos SME-të menaxhohen me një vizion afatshkurtër. Kjo nënkupton që ato mundohen të realizojnë fitime në një periudhë afatshkurtër, duke mos patur kështu një vizion afatgjatë, gjë që pengon aktivitetin afatgjatë dhe perspektivën e firmës (Muca & Lito, 2012).

Risku operacional është risku i humbjes, i shkaktuar nga proceset, njerëzit apo sistemet brenda firmës (Dhuci, 2011). Shpesh kjo kategori konsiderohet si risku më pak i rëndësishëm nga firmat shqiptare, gjë që është totalisht e gabuar pasi pasojat mund të jenë të konsiderueshme (Muca & Lito, 2012).

Burimet njerëzore

Burimet njerëzore në një organizatë janë burimi kryesor i riskut operacional. Gabimet dhe mashtrimet janë më se të zakonshme. Duhet një drejtim tejte i kujdesshëm dhe një sistem kontrolli efektiv (sistemi i auditit të brendshëm). Ekziston një lidhje pozitive mes angazhimit të punonjësve dhe performancës së firmës. Studime të shumta tregojnë se angazhimi i punonjësve mund të ndikojë pozitivisht ose negativisht mbi performancën financiare dhe si pasojë të rris apo të zvogëlojë riskun e biznesit. Performanca financiare e organizatave me nivel të lartë të angazhimit të punonjësve e kalon në mënyrë të konsiderueshme atë të organizatave ku punonjësit nuk janë të angazhuar dhe të përkushtuar (Berry, Mok, & Otter, 2013).

Sistemet e firmës

Zhvillimi i teknologjisë kompjuterike ka rritur mjaft teknologjinë e ruajtjes dhe procesimit të të dhënave. Teknologjia kompjuterike ka rritur përdorimin e informacionit në saj të aftësive për të analizuar sasi të mëdha të dhënash saktë dhe në kohë rekord. Këto karakteristika të aftësive kompjuterike kanë sjellë zhvillimin e një sërë sistemesh informacioni si sistemet e kontabilitetit, sistemet e planifikimit të prodhimit, sistemet e burimeve njerëzore, sistemet e shpërndarjes, etj.

Të dhëna dhe raporte të marra në kohë reale janë padyshim një ndihmesë në menaxhim për të marrë vendime më të drejta. (Ismail, Abdullah, & Tayib, 2003). Sistemet që përdor firma e ndihmojnë atë të ketë një performancë më të mirë (Kharuddin, Ashhari, & Nassir, 2010). Studimet tregojnë që nëse sistemet që përdor firma i përshtaten strategjive të saj, atëherë edhe performanca financiare e firmës është më e mirë (Shin, 2001).

Sistemet e firmës, përfshirë këtu sistemet e informatikës, sistemet financiare dhe kontabile apo sistemet logjistike, mund të kenë probleme ose të mos funksionojnë siç duhet. Menaxherët duhet të mbajnë nën kontroll sistemet e përdorura në organizatë.

²⁸ Që janë në ndryshim të vazhdueshëm

Teknologjia

Niveli i teknologjisë që përdorin firmat grupohet në nivelin e teknologjisë së makinerive që përdor për prodhim dhe në nivelin e teknologjisë së informacionit (kryesisht për firmat e sektorit të call center-ave).

Cohen, Thiraios dhe Kandilorou (2008) arrijnë në përfundimin se kompanitë, të cilat kishin përjetuar rritje të ROA-s dhe ROE-s gjatë tre viteve të fundit, kishin investuar më tepër në inovacion, teknologji moderne, shkëmbim të informacionit, etj., se sa firmat të cilat kishin përjetuar rënie të këtyre dy treguesve të performancës. Gjithashtu edhe Shosha (2014) në studimin e saj gjeti një lidhje domethënëse mes nivelit të teknologjisë dhe rentabilitetit të firmës.

Teknologjia e informacionit gjithashtu është shumë e rëndësishme, sidomos për ato firma që janë direkt të lidhura me teknologjinë e informacionit apo komunikimit (rasti i call center-ave) (Muca & Lito, 2012).

Risqet e brendshme financiare përfshijnë risqe që lidhen me pamundësin për të paguar detyrimet dhe/apo për të gjetur kapital për financimin e aktivitetit apo rritjes së biznesit (Muca & Lito, 2012).

Risku i likuiditetit

Risku i likuiditetit është risku i mjeteve për t'u kthyer në cash, pa humbje të mëdha në vlerë, në mënyrë që të përballohen detyrimet e firmës në datën e maturimit (Dhuci, 2011). Likuiditeti është një çështje mjaft e rëndësishme, e cila mund t'a çojë një firmë deri në falimentim (Muca & Lito, 2012). Lidhja mes likuiditetit dhe performancës financiare nuk është e prerë. Autorët herë kanë gjetur lidhje pozitive e herë lidhje negative mes likuiditetit dhe performancës financiare të firmës. Omondi & Muturi (2013) gjetën një efekt të rëndësishëm pozitiv të likuiditetit mbi performancën financiare (ROA) të kompanive të listuara në Nairobi Security Exchange, ndërsa Abbas, Bashir, Manzoor, & Akram (2013) nuk gjetën një lidhje domethënëse ndërmjet faktorëve të sipërpërmendur për firmat e tekstilit që operonin në Pakistan.

Mungesa e burimeve financiare

Mungesa e burimeve financiare nënkupton vështirësi në marrjen e një kredie bankare, mungesë të tregjeve të kapitalit apo rënie të fitimeve të mbajtura. Të gjitha këto shkaktojnë një rënie të investimeve të reja për rritje të mëtejshme të biznesit (Muca & Lito, 2012). Prandaj, mungesa e burimeve financiare lidhet negativisht me performancën financiare të firmës.

Risqet e jashtme strategjike kërcënojnë seriozisht ekzistencën apo vazhdimësinë e biznesit. Shumica e firmave dalin jashtë biznesit si pasojë e rënies së shitjeve nga një rënie në kërkesë për produktin/shërbimin që firma ofron, apo nga konkurrenca.

Konkurrenca

Rënia e nivelit të shitjeve si pasojë e konkurrencës së tregut njihet si *risku i konkurrencës* apo *i tregut*. Në Shqipëri kjo është një çështje mjaft shqetësuese si pasojë e konkurrencës jo të ndershme. Problematikat më të mëdha janë informaliteti (biznese të paregjistruara që operojnë në treg), evazioni fiskal, arbitraritet në taksa, etj. (Muca &

Lito, 2012). Rritja e konkurrencës pritet të ketë një ndikim negativ mbi performancën e firmës. Por nëq kompania ka avantazhe konkurrese kundrejt konkurrentëve, atëherë këto avantazhe konkurrese ndikojnë pozitivisht në performancën e firmës (Kraja Y. B., 2014).

Kërkesa e klientit dhe fuqia blerëse

Sektorë të ndryshëm përjetojnë luhatje të ndryshme ndaj ndryshimit të kërkesës apo rënies së fuqisë blerëse, sidomos në ato ekonomi ku fuqia blerëse është shumë e ndjeshme ndaj krizave ekonomike (Muca & Lito, 2012). Ky risk është shumë i lartë për firmat që operojnë me nënkontraktime në distancë, pasi edhe pse Shqipëria mund të mos jetë duke përjetuar një krizë ekonomike, ky sektor do të përballlet direkt me një rënie të kërkesës nga klientë që vijnë nga vende që po përjetojnë një krizë ekonomike. Firmat duhet të rrisin kërkesën duke përdorur teknikat e marketingut, apo gjetjen e klientëve të tjerë nga vende që nuk po kalojnë një krizë. Këto mund të jenë mënyra për të ulur efektin e rënies së kërkesës. Rritja e kërkesës apo fuqisë blerëse pritet të ketë një ndikim pozitiv mbi performancën e firmës.

Ligji dhe zbatueshmëria e tij

Ligji dhe zbatueshmëria e tij në çështjet e biznesit mbetet një ndër çështjet më shqetësuese të ambientit të biznesit në Shqipëri. Ndryshimet e vazhdueshme në sistemin fiskal, dhe zgjatja e proceseve gjyqësore janë kosto për firmën. Pavarësisht masave ligjore lehtësuese të ndërmarra nga qeveria për të lehtësuar ecurinë e sektorit të fashioneve, mjaft shqetësuese mbetet rritja e tatimit fitimit me 50% (nga 10% në 15%).

Ambienti politik

Ambienti politik ndikon direkt në klimën investuese të një vendi (qofshin ato investime të huaja apo të brendshme), sikurse edhe në imazhin “prodhuar në Shqipëri”. Industri të tilla si turizmi apo sektori me nënkontraktime në distancë ndikohen direkt nga imazhi i stabilitetit politik.

Kontratat, nënkontraktorët, furnitorët

Lidhja me furnitorët apo palët e treta mund të sjellë probleme gjatë krizave ekonomike. Sigurimi i kontratave, kohëzgjatja e tyre, koha e shlyerjes së detyrimeve, etj. ndikojnë në aktivitetin e kompanisë, e si pasojë edhe në performancën e saj. Një sektor i ekonomisë i cili mund të jetë duke përjetuar probleme, mund të ndikojë edhe në sektorë të tjerë të ekonomisë. Këtu mund të përmendim krizën e sistemit energjitik në Shqipëri, e cili ka shkaktuar luhatje në kostot prodhuese të fashioneve, etj.

Risqet financiare kryesisht lidhen me parametrat makroekonomik. Këto ndikojnë në aftësinë financuese të firmës dhe në të ardhurën/humbjen e saj. Jo të gjitha firmat preken në të njëjtën mënyrë. Risqet e jashtme financiare përfshijnë riskun e normës së interesit, riskun e kurseve të këmbimit dhe risku i shtërngimit të kredisë.

Risku i normës së interesit

Risku i normës së interesit është risku që e ardhura neto nga interesat, sikurse edhe vlera e sipërmarrjes, do të ndryshojë si pasojë e ndryshimeve të normave të interesit në treg (Dhuci, 2011). Ky risk ndikon direkt në aftësinë dhe koston e financimit. Për të

ekzaminuar ndikimin e këtij risku te një firmë duhet parë se sa e ekspozuar është ajo ndaj këtij risku, gjë që do të thotë se duhet të shikojmë raportin e borxhit. Sa më i lartë ky raport, aq më i madh do të jetë edhe ekspozimi i firmës ndaj këtij risku.

Risku i kurseve të këmbimit

Risku i kurseve të këmbimit mund të përkufizohet gjërësisht si risku që performanca e kompanisë të ndikohet nga luhatshmëria e kurseve të këmbimit (Madura, 2009). Në një kuptim më të ngushtë ai përkufizohet si mundësia e humbjes direkte (si rezultat i ekspozimit jo të mbrojtur) ose humbjes indirekte në flukset e parave të firmës, mjeteve dhe detyrimeve, fitimit neto, e si rezultat i vlerës së aksioneve në treg prej luhatjeve të kurseve të këmbimit (Papaioannou, 2006). Risku i monedhës është risku që e ardhura neto apo vlera e firmës ndryshon si pasojë e luhatjeve të monedhave (Dhuci, 2011). Efektet më të mëdha janë në ato sektor të cilët varen totalisht nga eksport/importi. Sa më i madh ekspozimi i firmës ndaj këtij risku, aq më i lartë do jetë edhe ndikimi i tij në performancën e firmës.

Gjatë periudhës 2002-2014 luhatjet në kurset e këmbimit ALL/USD kanë qenë më të larta se sa ato ALL/EUR. Po kështu ishin edhe luhatjet e flukseve tregtare të matura në USD. Kurset e këmbimit kanë qenë relativisht stabël gjatë vitit 2014 krahasuar me 2013 (ACIT, 2015).

Risku i shtërngimit të kredisë

Risku i shtërngimit të kredisë përkufizohet si risku i mosplotësimit të marrëveshjeve kontraktuale të detyrimeve nga njëra palë, ose përkeqësimi i situatës financiare. Sipas Muca & Lito (2012), ky risk është rritur ndjeshëm si pasojë e krizave financiare, të cilat kanë shkaktuar vështirësi në sistemin bankar.

Rritja e huave problematike i ka bërë bankat të shtërngojnë kredidhënien dhe të jenë shumë të kujdesshme në dhënien e tyre. Nqs marrim në konsideratë kreditë e humbura, rritja është e konsiderueshme: në 2012 ato kanë patur një nivel prej 7.7%, në 2013 niveli është rritur në 11.45%, duke u rritur edhe më tej në 2014 në 11.83% (Banka e Shqipërisë, 2015). Kjo është një çështje shqetësuese, sidomos për ato sektorë ku nevojitet financim periodik për kapitalin punues. Ky risk gjithashtu ndikon në ato sektorë ku kërkesa varet më së shumti nga financimi i kredisë (si paisjet e shtëpisë, ndërtimi, etj).

Një tregues tjetër është kreditimi i ekonomisë me një ritëm rritjeje 2.2% në 2014, krahasuar me një vit më përpara dhe vetëm 0.9% krahasuar me 2012, duke reflektuar një rënie të kreditimit me 1.2% në 2013. Nqs shohim vetëm kreditimin e biznesit, kjo rritje në 2014 është vetëm 2.5% krahasuar me 2013 dhe vetëm 0.7% krahasuar me 2012. Po t'i referohemi monedhës së përdorur, kreditë në lek dhe në dollar amerikan janë rritur, ndërsa ato në euro kanë pësuar rënie (Banka e Shqipërisë, 2015). Politikat e mbikqyrjes dhe masat rregullatore të ndërmarra nga Banka e Shqipërisë në lidhje me huatë me probleme, duhet të koordinojnë me politika të tjera mbështetëse për të promovuar më tej kreditimin në ekonomi.

2.3 PËRMBLEDHJE E KAPITULLIT

Prodhimi i fazave të ndryshme të produktit në vende të huaja ka fituar një vëmendje të madhe si pasojë e rënies së kostove të transportit dhe komunikimit si dhe avantazheve të mëdha që ofron zhvillimi i teknologjisë. Kjo ka lehtësuar shumë ndarjen e proçeseve prodhuese dhe rivendosjen e fazave të prodhimit në vende të ndryshme. Vitet e fundit kemi një rritje të firmave që po synojnë t'i drejtojnë fazat prodhuese drejt vendeve në zhvillim, të cilat kanë përfitime të mëdha nga ky proçes.

Duke u bazuar te forma e pronësisë, të bëj vetë apo të blej, firma vendos nëse do të kontraktojë për proçeset prodhuese apo jo. Në qoftë se firma vendos të mos e bëj vetë proçesin, por t'a blej atë nga një palë e tretë, njihet si nënkontraktim (outsourcing). Nënkontraktimi mund të kryhet brenda vendit (nënkontraktim vendas) ose edhe me klientë jashtë vendit (nënkontraktim ndërkombëtar). Nga ana tjetër, duke u bazuar në vendin ku firma vendos të bëj ose të blej proçesin e punës, mund të ndodh brenda vendit, ose jashtë vendit. Nëse firma vendos të bëj ose blej jashtë vendit, atëherë kemi të bëjmë me proçesin e prodhimit jashtë (offshoring).

Ndër faktorët më të rëndësishëm që nxisin firmat të nënkontraktojnë janë: kursimi në kostot e punës, kursime të tjera në kosto, akses në punonjës të kualifikuar, rritja e efikasitetit nëpërmjet dizenjimit të proçesit të biznesit, presioni konkurrues, strategjia e rritjes, etj. Ndërsa, ndër faktorët që nxisin një firmë për të zgjedhur një vend ku do të nënkontraktojë mund të përmendim si më të rëndësishmit: kostoja e lirë e fuqisë punëtore, fuqia punëtore e kualifikuar, niveli i lartë e i ekspertizës, gjuha e huaj, reduktime të tjera në kosto, pozicioni gjeografik (afërsia), etj.

Efektet kryesore që sjell nënkontraktimi në distancë në vendet e zhvilluara janë: rënie në nivelin e punësimit, rritje në diferencën e pagave mes punëtorëve të kualifikuar dhe të pakualifikuar, rritje në produktivitetin dhe përfitueshmërinë e firmave, etj.. Në vendet në zhvillim (vendet destinacion), nënkontraktimi në distancë sjell rritje të nivelit të punësimit, eksternalitete pozitive në ekonomi, rritje të produktivitetit, rritje të integritetit në tregtinë ndërkombëtare, rritje e pjesëmarrjes në zinxhirët global të prodhimit, por edhe rritje të sektorit informal apo lënie mënjanë të zhvillimit të proçeseve të tjera prodhuese, etj. Në rang global mund të themi që nënkontraktimi në distancë sjell rritje të nivelit të përgjithshëm të punësimit, rritje të tregtisë ndërkombëtare, rritje të produktivitetit, etj..

Faktorët që shkaktojnë risk mund t'i klasifikojmë në dy grupe: faktorë të brendshëm të riskut dhe faktorë të jashtëm të riskut. Të dyja këto kategori më pas ndahen në faktorë strategjik të riskut, operacional dhe financiar. Te faktorët e brendshëm strategjik përfshihen: zhvillimi i produktit, cilësia e shërbimit, kapitali njerëzor dhe kultura organizative. Si faktorë të brendshëm operacional mund të përmendim: risku që shkaktohet nga burimet njerëzore, sistemet dhe teknologjia. Të gjithë faktorët e sipërpërmendur kanë një ndikim pozitiv në performancën financiare. Ndërsa si faktorë të brendshëm financiar të riskut kemi: likuiditetin dhe burimet financiare. Ndikimi i likuiditetit në performancën financiare është i paqartë, ndërsa mungesa e burimeve financiare ka një efekt negativ në performancën financiare.

Faktorët e jashtëm strategjik përfshijnë: konkurrencën/tregun dhe kërkesën e klientit/fuqinë blerëse. Faktorët e jashtëm operacional përfshijnë ligjin dhe zbatimin e tij, ambientin politik dhe kontratat /furnitorët. Këto faktorë pritet të kenë një ndikim pozitiv në performancën financiare, përveç konkurrencës. Së fundmi, risku i jashtëm financiar

vjen si rezultat i normave të interesit, kurseve të këmbimit apo edhe shtërngimit të kredisë. Këto risqe pritët të kenë një ndikim negativ në performancën financiare.

Si matës të performancës financiare mund të shërbejnë rritja e nivelit të shitjeve, rritja e të ardhurës neto, marzhi i fitimit, rritja e bilancit të firmës, ROA, ROE, ROI, etj.

KAPITULLI III - NËNKONTRAKTIMI NË SHQIPËRI: HISTORIKU, GJENDJA AKTUALE & PERSPEKTIVA

3.1 KARAKTERISTIKA TË PËRGJITHSHME TË BIZNESIT FASON NË SHQIPËRI

Fjala “fason” rrjedh nga frëngjishtja “à façon” dhe nënkupton kryerjen e një pune për një porositës, i cili kryen furnizimin edhe me lëndën e parë²⁹. *Ndërmarrjet fason*, apo siç njihen ndryshe *ndërmarrjet që operojnë në industrinë e përpunimit aktiv*, janë ndërmarrje që prodhojnë produkte me porosi të një pale të tretë, e cila furnizon me inputet e nevojshme për prodhimin e këtij produkti. Për këtë arsye, këtyre lloj ndërmarrjesh shpesh u referohemi edhe me termin “*ndërmarrje me material porositës*” (DHFSH, 2015). Në këtë rast, porositësi që vjen nga një vend i huaj (offshoring firm), kontraktin me një firmë vendase (inshoring firm, një ndërmarrje fason) për prodhimin e një porositë. Firma e huaj e furnizon firmën vendase me lëndën e parë gjysëm të gatshme, siç është shembulli i kallepëve të prerë (tekstile apo lëkurë), të cilat sillen për t’u qepur. Pasi kryhet prodhimi i porosisë, ai dërgohet në vendin e porositësit. Ndërmarrja fason paguhet për punën e realizuar. Në këtë mënyrë, këto ndërmarrje janë njëkohësisht dhe importuese dhe eksportuese.

Gjatë periudhës 1960-1990 industria e tekstilit dhe veshjeve, së bashku me atë të lëkurë këpucëve, kanë qenë ndër industritë kryesore në Shqipëri. Zinxhiri i prodhimit fillonte që nga lënda e parë (prodhimi i fibrave) deri te produktet përfundimtare. Të gjitha këto ndërmarrje zotëroheshin nga shteti. Në bazë të dokumentacioneve të kohës, maksimumi i prodhimit arriti në fillimin e viteve ’80, ku prodhimi i kësaj industrie, jo vetëm plotësonte nevojat e popullsisë, por edhe eksportohej.

Me ndryshimet politike që pësoi vendi pas viteve ’90 edhe këto ndërmarrje pësuan ndryshime të mëdha. Një pjesë e mirë u mbyllën dhe pushuan së ekzistuari, ndërsa pjesa tjetër u privatizua, duke u transformuar kështu në një lloj tjetër, të pandeshur më përpara në vendin tonë, në atë *me material porositës*, ose ndryshe në *regjimin e përpunimit aktiv*. Këto sektorë, vazhduan të pozicionoheshin ndër sektorët kryesorë të eksporteve shqiptare. Ashtu si edhe përpara viteve ’90, këto kompani karakterizohen nga një numër i madh të punësuarish, ku dhe u përdor përvoja dhe eksperiencia e trashëguar si dhe forca punëtore e kualifikuar që deri atëherë kishte punuar në ndërmarrjet shtetërore.

Përballja dhe përshtatja e këtyre kompanive me tregjet e huaja ka qenë e vështirë edhe për shkak se Shqipëria në tranzicion nuk u orientua drejt një politike bashkëkohore industriale. Megjithatë, duke parë rëndësinë e këtyre dy sektorëve³⁰ në ekonominë shqiptare, si nga numri i madh i të punësuarve, ashtu edhe nga pozicionimi në totalin e eksporteve, gjithnjë e më tepër qeveria po i kushton atyre vëmendje më të madhe. Masa dhe nisma të reja janë ndërmarrë për të lehtësuar thithjen e investitorëve dhe të qenurit sa më konkurrues në rajon dhe më gjërë. Ende pritet shumë të bëhet për këto industri, ku synimi final është kthimi nga forma e prodhimit me material porositës drejt një industrie autonome ose me cikël të plotë prodhimi.

Sipas Dhomës së Fasonistëve të Shqipërisë (2015), sot këto kompani prodhojnë një larmishmëri produktesh si rroba pune, veshje sportive, pantallona, këmisha, të

²⁹ https://fr.wiktionary.org/wiki/à_façon

³⁰ Sektori i tekstile-veshjeve dhe ai i lëkurë-këpucëve

brendshme, çanta kartoni, rripa, këpucë, etj. Marka shumë të njohura të tregjeve europiane kanë lidhur kontrata prodhimi me kompanitë shqiptare. Investitorët kryesorë vijnë kryesisht nga Italia, Greqia dhe Gjermania. Arsyt kryesore të ardhjes së investitorëve të huaj mbeten krahuri i lirë i punës, punëtorë të kualifikuar, cilësia e lartë e produkteve finale, pozita gjeografike, etj. Qytetet kryesore ku kompanitë fason ushtrojnë aktivitetin e tyre janë Tirana, Durrësi, Shkodra, Vlora, Kruja, Berati, Fieri, dhe Korça. Shpërndarja e kompanive fason sipas qyteteve paraqitet në figurën 3.1 (a, b) përkatësisht për sektorin e këpucëve dhe sektorin e veshjeve.

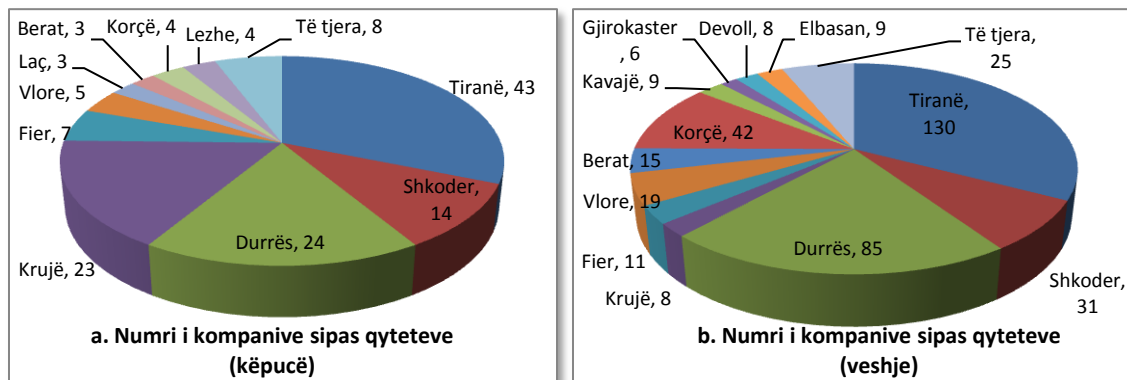


Figura 3. 1. Numri i kompanive fason sipas qyteteve (a. këpucë, b. veshje)
Burimi: DHFSH (2015)

Sot, pas një eksperience më të madhe se 15 vjeçare, numërohen dhjetëra sipërmarrje në këto dy sektorë, të cilat blejnë vetëm lëndën e parë nga jashtë dhe kanë kaluar si eksportues të mirëfilltë. Megjithatë, numrin më të madh e kanë kompanitë që punojnë me material porositësi në qepje, më pak janë ato kompani që kanë edhe procesin e prerjes dhe një numër edhe më i vogël që prodhojnë për llogari të tyre.

Në gjithë këto vite tranzicion në vendin tonë duket që industrisë fason nuk i është kushtuar vëmendja e duhur. Kjo reflektohet edhe në mungesën e statistikave të sakta (si nga institucionet shtetërore, ashtu edhe nga shoqatat/organizatat e bizneseve), për sa i përket numrit të kompanive, numri të të punësuarve në këto kompani, kapaciteteve prodhuese, investimeve të kryera etj. Vetëm një vit më përpara, Dhoma e Fasonistëve të Shqipërisë (2015) ndërmorri një projekt mbi krijimin e një sistemi të dhënash mbi industrinë e veshjeve dhe këpucëve në Shqipëri³¹. Sipas përfundimeve të këtij studimi, rezultojnë gjithsej 1,335 njësi prodhimi fason të regjistruara në QKR, por pas verifikimeve të kryera në terren dhe kontakteve të marra me Zyrat Tatimore nëpër rrethe, Degët Doganore, Zyrat e Punës, Agjensi Rajonale të Zhvillimit, etj., vetëm 536 subjekte rezultojnë të kryejnë aktivitet të rregullt në Shqipëri. Nga këto, 398 operojnë në sektorin e tekstilit dhe veshjeve dhe 138 në sektorin e lëkurë-këpucëve. Numri i të punësuarve nga këto ndërmarrje arrin 70,037 (39,331 në sektorin e veshjeve dhe 30,706 në sektorin e lëkurë-këpucëve).

³¹ Ky projekt u financua nga fondacioni Albanian Besa Capital. Projekti u quajt “Krijimi i një database të integruar për industrinë e veshjeve dhe këpucëve në Shqipëri”. Projekti zgjati nga muaji Maj 2014 deri në Shkurt 2015.

Industria fason karakterizohet nga një moshë e relativisht e re e të punësuarëve, ku mosha mesatare është 31 vjeç. Paga mesatare e kësaj industrie rezulton të jetë 27,500 lekë. Ky sektor ka krijuar vende pune kryesisht për femra me arsim të ulët. 95% e të punësuarve janë femra dhe vetëm 5% janë meshkuj. Ndërkohë që niveli i tyre arsimor është 75% me arsim 9-vjeçar, 20% me arsim të mesëm dhe vetëm 5% kanë arsim të lartë. Sipas anketimit të kryer gjatë studimit të DHFSH (2015), 95% e subjekteve janë shprehur që kanë nevojë për rinovim të teknologjisë, por e kanë të pamundur t'a realizojnë atë me burimet e tyre financiare. Përsa i përket aftësive të punonjësve të marrë rishtazi në punë, 97% janë shprehur për një paaftësi totale profesionale të punonjësve të rinj. Prandaj, duhen ndërmarrë masa për hapjen e shkollave dhe krijimin e programeve të trajnimeve profesionale. Përsa i përket proceseve të prodhimit, 85% e kompanive në industrinë e këpucëve kryejnë të gjitha proceset e prodhimit të mallit (CMT³²), ndërsa në industrinë e veshjeve kjo shifër është më e ulët, ku 67% e kompanive kryejnë ciklin e plotë CMT.

Gjithnjë duke u bazuar te studimi i mësipërm, tregjet ku këto dy sektorë eksportojnë janë: 82.5% në Itali, 7.9% në Greqi, 2.3% në Gjermani dhe 2.3% në shtete të si Spanja, Franca dhe 5% në shtete të tjera. Përsa i përket objektit ku zhvillohet aktiviteti prodhues, 83% e kompanive i kanë të marra me qera (qoftë nga shteti apo nga privatët) dhe kanë 5 deri në 15 vite që ushtrojnë aktivitetet në të njëjtin vend.

Vlera e investimeve të kryera në këto kompani që nga viti i themelimit të tyre deri në vitin 2014 kap shifrat e 114,550,000 euro; gjithashtu këto kompani realizojnë një xhiro vjetore prej 287,320,000 euro me një fitim neto prej 35,828,000 euro (DHFSH, 2015). Në tabelën 3.1 paraqiten disa të dhëna përshkruese për industrinë e tekstitit dhe veshjeve si dhe atë të lëkurë-këpucëve.

Tabela 3. 1. Të dhëna përshkruese të industrisë fason në Shqipëri

Mosha mesatare e punonjësve	31 vjeç
Paga mesatare e sektorit fason	27,500 lekë
Arsimimi i punonjësve	5% arsim i lartë 20% arsim i mesëm 75% arsim 9-vjeçar
Gjinia e të punësuarve	95% femra 5% meshkuj
Numri i subjekteve	536 total 398 tekstile & veshje 138 lëkurë & këpucë
Numri i të punësuarve	70,037 total 39,331 tekstile & veshje 30,706 lëkurë & këpucë
Investimi i kryer në këto kompani prej themelimit deri në vitin 2014	114,550,000 euro
Xhiro vjetore	287,320,000 euro
Fitimi vjetor	35,828,000 euro

Burimi: AGFI (Albanian Garment and Footwear Industry) (DHFSH, 2015)

³² CMT-cut, make & trim: keto njësi prodhuese kryejnë të gjithë ciklin e prodhimit të mallit. Ato realizojnë prerjen e copave, qepjen, ngjitjen, vendosjen e pullave, etiketave, etj.

3.2 ARSYET E ZHVILLIMIT TË BIZNESIT FASON NË SHQIPËRI

Kur firmat vendosin të nënkontraktojnë ndërkombëtarisht, ato ndeshen me një sërë risqesh, si brenda kompanisë, ashtu edhe jashtë saj. Në mënyrë që të minimizojnë sa më shumë këto risqe, firmat shqyrtojnë një sërë faktorësh për vendin ku vendosin të zgjedhin firmën nënkontraktore. Ashtu siç edhe u përmend në kapitullin e dytë, studime të ndryshme kanë arritur në përfundimin se faktorët kryesor që nxisin firmat për të zgjedhur një vend konsistojnë në kostot e punës, afërsia gjeografike, ngjashmëria kulturore, gjuha, shpejtësia e lëvrimit të mallit, fleksibiliteti në organizimin e prodhimit, etj. (Evans & Harrigans, 2003 & Baldone, Sdogati, & Tavoli, 2001). Sipas një publikimi nga Duke University ORN (2007-2008 ORN survey report: Offshoring reaches the C-Suite), bazuar në një studim mbi 418 kompani amerikane të cilat nënkontraktojnë pjesë të proceseve të punës, arsyet kryesore për zgjedhjen e vendit se ku do kryhet puna e nënkontraktuar, janë: kostoja e fuqisë punëtore, ekspertiza dhe eksperiencia e firmave dhe punonjësve, afërsia gjeografike, ngjashmëria kulturore, stabiliteti politik, politikat nxitëse dhe lehtësuese që ndjek qeveria, cilësia e infrastrukturës, etj. Sipas Anamalit (2015), përparësitë e Shqipërisë për të thithur investitorët e huaja janë pozicioni gjeografik, rritja ekonomike me norma pozitive, kostoja e lirë e fuqisë punëtore, kultura europiane dhe gjuhët e huaja, mosha e re e popullsisë, shkollimi jashtë Shqipërisë, pasuritë natyrore të vendit tonë, integrimi në industrinë fason dhe stabiliteti në vend.

Duke e parë nga këndvështrimi i firmave fason shqiptare, mund të themi se arsyet kryesore të thithjes së klientëve për të nënkontraktuar proceset e prodhimit me firmat shqiptare janë: kostoja e lirë e punës, afërsia gjeografike me tregjet europiane, fuqia punëtore e kualifikuar, shpejtësia e lëvrimit të produktit të prodhuar, kuadri ligjor mbi investimet e huaja, sistemi tatimor, kodi doganor, procedurat e regjistrimit të bizneseve, marrëveshjet e tregtisë të nënshkruara nga Shqipëria, pasuritë shtetërore dhe eksperiencia shumëvjeçare në treg me firma të njohura europiane.

Kosto e lirë e punës

Një faktor tërheqës i Shqipërisë për investitorët e huaj është padyshim kostoja e lirë e punës. Shqipëria ofron paga relativisht më të ulta jo vetëm se sa shtetet e BE-së, por edhe ndër vendet e Europës juglindore (EJL). Investitorët, sidomos për ato që kostoja e punës zë një peshë të madhe në koston totale të produktit/shërbimit (siç është rasti i fasonëve apo i call-centerave) janë të prirur të kryejnë investime të konsiderueshme në Shqipëri.

Kostoja e punës për një punëdhënës përfshin kostot për pagën dhe kostot “jo-pagë”. Kjo e fundit nënkupton kontributet e sigurimeve shoqërore, shëndetësore apo edhe pagesa të tjera që paguan punëdhënësi për punëmarrësin si taksa, trajnime, shpenzime për rekrutime, etj³³. Duke iu referuar shifrave të Eurostat (2015), kostoja mesatare për orë pune në të gjithë ekonominë (duke përfshirë sektorin e bujqësisë dhe administratën shtetërore) e Bashkimit Europian gjatë vitit 2014 ishte 24.6 euro. Megjithatë, kjo mesatare përfshin diferenca shumë të mëdha ndërmjet shteteve anëtare të BE-së. Vendet me kosto të punës më të ulët janë Bullgaria (3.8 euro), Rumania (4.6 euro), Lituania (6.5

³³ Kostoja “jo-pagë” varion nga shteti në shtet dhe mesatarja e peshës që zë kjo kosto në totalin e koston së punës për BE-në është 24.4% . Më e ulëta është në Maltë (6.9%) dhe Danimarkë (3.1%), ndërsa më e larta në Suedi (31.6%) dhe Francë (33.1%). (Eurostat, 2015)

euro) dhe Letonia (6.6 euro), ndërsa ato me kosto më të lartë të punës janë Danimarka (40.3 euro), Belgjika (39.1 euro), Suedia (37.4 euro) dhe Luksemburgu (35.9 euro). Ndërmjet sektorëve të biznesit, kostoja mesatare e punës për orë në BE është më e lartë në sektorin e industrisë (25.5 euro), të ndjekura nga shërbimi (24.3 euro) dhe ndërtimi (22 euro). Duke parë koston e lartë të punës, shtetet e BE-së gjithnjë e më tepër synojnë vende ku mund t'a realizojnë prodhimin me një kosto më të ulët, siç janë për shembull vendet e Ballkanit ose të Europës Juglindore.

Po t'i hedhim një sy kostove të punës së vendeve të rajonit, do të shohim se në vitin 2012³⁴, Shqipëria kishte kostot më të ulëta në Ballkan (INSTAT, 2015). Në figurën 3.2 paraqiten kostot mesatare në euro për orë pune, qoftë të vendeve të BE-së, ashtu edhe të vendeve të rajonit. Shqipëria paraqitet me koston mesatare më të ulët³⁵. Kjo e bën këtë vend mjaft të lakmuar për investitorët e huaj dhe sidomos për ato që synojnë proceset e prodhimit nëpërmjet punës së krahut, siç është sektori i fashioneve. Gjithashtu, në Shqipëri aplikohet paga minimale, e përcaktuar me VKM, e cila është paga më e ulët që punëdhënësi duhet t'i paguaj punëmarrësit. Që nga korriku i vitit 2013, kjo pagë në Shqipëri është 22,000 lekë/muaj³⁶, ose rreth 157 euro/muaj.

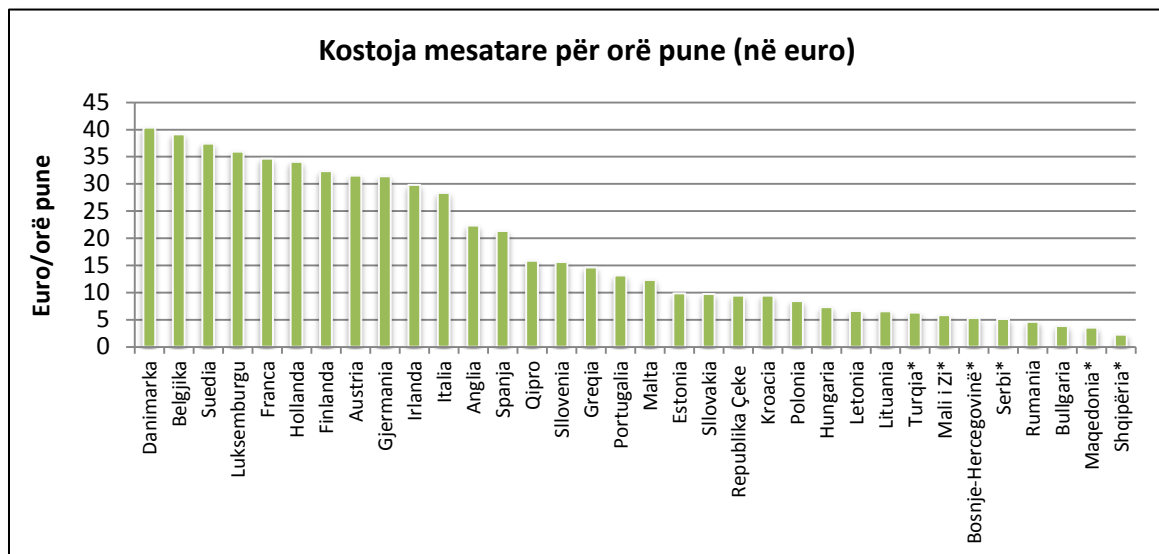


Figura 3. 2. Kostoja mesatare për orë pune (në euro)

Burimi: EUROSTAT (2015) dhe INSTAT (2015)

*Të dhënat i referohen vitit 2012

Nqs do t'i hedhim një sy nivelit të pagave minimale të vendeve të rajonit (figura 3.3), do të shohim se Shqipëria ka pagën më të ulët minimale në rajon³⁷, duke u ndjekur nga Kosova me 170 euro/muaj, Bullgaria 184 euro/muaj, Maqedonia 214 euro/muaj,

³⁴ Instat ka kryer një studim gjatë vitit 2013 mbi kostot e punës në Shqipëri për vitin 2012. Ky studim është publikuar në vitin 2015. Nuk ka të dhëna të tjera të përditësuara në lidhje me kostot e punës në Shqipëri.

³⁵ Përjashtoj Kosovën për të cilën nuk u arrit të gjehej një e dhënë zyrtare.

³⁶ Por vetëm në Janar të 2015 kjo pagë është barazuar me pagën minimale mujore në shkallë vendi. Deri në atë kohë, për efekt të sigurimeve shoqërore dhe shëndetësore ka shërbyer paga prej 19,406 lekë/muaj.

³⁷ Përveç Kosovës, e cila aplikon 2 nivele të pagës minimale: deri në 35 vjeç është 135 euro/muaj dhe 35-65 është 170 euro/muaj.

Rumania 218 euro/muaj, Serbia 235 euro/muaj, Mali i Zi 288 euro/muaj, Kroacia 396 euro/muaj, Turqia 424 euro/muaj dhe Greqia me 684 euro/muaj³⁸.

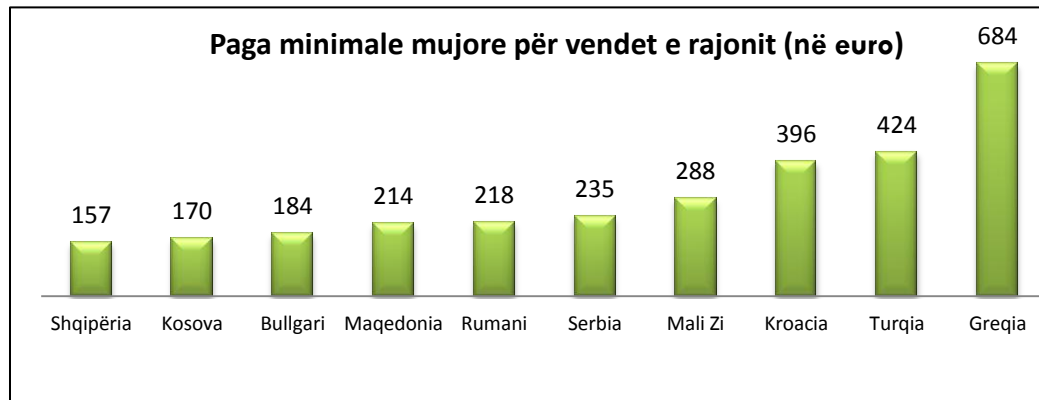


Figura 3. 3. Paga minimale (bruto) mujore për disa vende të Ballkanit, Janar 2015 (në euro)

Burimi: The Federation of Interantional Employers (2015)

Duke u nisur nga kostoja shumë më e lirë e punës, krahasuar me vendet nga vijnë investitorët, vendet e Ballkanit mbeten të lakmuara prej tyre. Nga ana tjetër, Shqipëria gëzon një avantazh konkurses për sa i përket kostove të punës kundrejt vendeve të tjera të rajonit, si rezultat i pagave të ulta në vendin tonë. Kostoja për orë pune në vendin tonë për industrinë përpunuese është 219 lekë (INSTAT, 2015). Ndërkohë, kostoja për orë pune varion edhe nga numri i të punësuarve në ndërmarrje. Të dhënat paraqiten në tabelën 3.2.

Tabela 3. 2. Kostoja për orë pune sipas numrit të të punësuarëve në ndërmarrje

Madhësia e ndërmarrjes sipas numrit të të punësuarëve	Kosto për orë (në lekë)
... < 10	314
10 - 49	265
50 - 249	294
250 - 499	347
500 - 999	370
1000 < ...	363

Burimi: INSTAT (2015)

Afërsia gjeografike me tregjet europiane

Vendet me të cilat ndërmarrjet fason shqiptare bashkëpunojnë më së shumti janë Italia, Greqia, Gjermania, Spanja, Franca, etj. (DHFSH, 2015), të cilat pozicionohen gjeografikisht afër me Shqipërinë. Kjo bën që kostot e transportit të jenë më të ulta se sa me vendet që gjeografikisht kanë distanca më të largëta. Përveç kësaj, vendodhja e saj në korridoret e mëdha të tranzitit të Europës, e bën atë me një pozicion mjaft strategjik.

³⁸ Këto paga janë të aplikuara me 1 Janar 2015 dhe janë të publikuara nga The Federation of International Employers.

Shqipëria lidh vendet perëndimore mesdhetare me vendet e Ballkanit dhe Azisë, duke u bërë kështu një portë lidhëse ndërmjet lindjes dhe perëndimit (AIDA, 2014).

Në Shqipëri gjenden edhe të gjitha format e transportit: ujqor, ajror, tokësor (rrugë automobilistike apo hekurudhore).

Fuqia punëtore e kualifikuar

Një tjetër përparësi që gëzon Shqipëria për zhvillimin e biznesit fason është edhe fuqia punëtore e kualifikuar. Shqipëria ka një mesatare relativisht të re të moshës së fuqisë punëtore krahasuar me vendet e BE-së. Gjithashtu, norma e papunësisë për vitin 2014 në masën 17.5% (INSTAT, 2015) tregon që ka një treg pune ende të pashfrytëzuar në Shqipëri. 57% e popullsisë është nën moshën 35 vjeç dhe ka mbi 1 milion profesionistë të mirëarsimuar dhe të motivuar (AIDA, 2014).

Gjatë periudhës së diktaturës, industria e veshjeve dhe këpucëve ishin ndër industritë kryesore në vend, jo vetëm për nga niveli i prodhimit, por edhe nga numri i madh i punonjësve në këto ndërmarrje. Në momentet kur këto ndërmarrje u privatizuan, një pjesë e mirë e punëtorëve vazhduan të punonin në këto ndërmarrje duke mbartur me vete eksperiencën të gjatë profesionale dhe teknike. Përveç kësaj, duhet patur parasysh që numri më i lartë i të punësuarve janë femra, përgjithësisht me arsim 9-vjeçar apo të mesëm që vijnë nga zonat rurale. Puna e dorës në familje është trashëguar edhe në brezat e rinj, prandaj gjinia femërore, kryesisht e pashkolluar, është e prirur të punojë në ndërmarrje të tilla.

Një arsye tjetër që ndikon në një fuqi punëtore të kualifikuar është edhe ekzistenca e shkollave profesionale për qepje dhe konfeksione dhe e qendrave të ndryshme për trajnimin profesional, por që në vendin tonë nuk kanë qenë shumë efektive. Në vitet e fundit kemi një rënie në numrin e të regjistruarve në këto shkolla, por nga ana tjetër kemi një rritje në numrin e të diplomuarve nga arsimi i lartë. Nga të dhënat e Bankës Botërore, Shqipëria ka numrin më të ulët ndër vendet e rajonit të regjistruar në shkollat profesionale; vetëm 5% në vitin 2012 (cituar nga Anamali (2015)). Sipas DHFSH (2015), 97% e firmave fason janë shprehur për një paaftësi totale profesionale të punonjësve të marrë rishtazi në punë, gjë që bën firmat të harxhojnë shumën të konsiderueshme në trajnimin e tyre.

Këto dy vitet e fundit qeveria ka ndërmarrë masa për zhvillimin e shkollave profesionale në mbarë vendin dhe nxitjen e popullsisë për të studjuar në këto shkolla. Në këtë mënyrë qeveria po mundohet të riorientojë tërësisht arsimin profesional drejt nevojave të tregut dhe kthimin e shtetit në financuesin kryesor të aftësisë profesionale.

Një tjetër fakt karakterizues për popullsinë tonë është njohja e disa gjuhëve të huaja. Pjesa më e madhe e popullsisë njohin dhe flasin gjuhën Italiane. Anglishtja është bërë gjuhë e detyruar në shumicën e shkollave, ndërsa Greqishtja dominon në pjesën e jugut të vendit edhe si rezultat i emigracionit dhe marrëdhënieve të shumta bashkëpunuese që ekzistojnë me Greqinë.

Shpejtësia e lëvrimit të produktit të prodhuar

Duke patur një afërsi gjeografike me vendet e BE-së, Shqipëria është mjaft konkurruese për kohën e shkurtër të ofrimit dhe prodhimit. Cikli i porosisë kryhet mesatarisht për dy javë që nga dhënia e porosisë e deri në transportin në vendin destinacion. Duhet të kemi parasysh që industria e veshjeve dhe e këpucëve është e prirur

drejt trendeve të modës dhe ndryshimit të sezoneve, ku vazhdimisht kërkohen porosi me “dizajn”³⁹ të ri. Shqipëria arrin të përmbush më së miri këto nevoja dhe kërkesat e firmave porositëse.

Kuadri ligjor mbi investimet e huaja

Shqipëria ka një kuadër ligjor relativisht liberal në lidhje me investimet e huaja në mënyrë që të inkurajojë ardhjen e investitorëve të huaj në Shqipëri. Ligji nr. 7764, datë 2.11.1993 (Për investimet e huaja), i ndryshuar me ligjin nr.10316, datë 16.9.2010 (Ndryshime në ligjin për investimet e huaja), nxit dhe tërheq investime në ekonomi, nëpërmjet procedurave favorizuese, lehtësuese apo përshpejtuese të mbështetjes dhe shërbimeve ndaj investitorëve të huaj. Ligji ofron garanci të konsiderueshme ndaj investitorëve të huaj në të gjithë sektorët e ekonomisë.

Investimet e huaja nuk mund të shpronësohen ose shtetëzohen në mënyrë direkte ose indirekte, me përjashtim të rasteve të veçanta, në interes të përdorimit publik, të përcaktuara me ligj. Në ligj nuk ka asnjë kufizim në lidhje me përqindjen e pjesëmarrjes së huaj në kompani (një pjesëmarrje edhe 100% është e mundur). Investitorët e huaj kanë të drejtë të transferojnë jashtë territorit të Republikës së Shqipërisë të gjitha fondet dhe kontributet në natyrë që kanë të bëjnë me një investim të huaj. Nëse lind një mosmarrëveshje për një investim të huaj ndërmjet një investitori të huaj dhe një pale private shqiptare apo një ndërmarrjeje ose shoqërie shtetërore shqiptare, atëherë investitori mund të zgjedhë për t’a zgjidhur mosmarrëveshjen sipas çdo procedure të rënë dakord më parë. Investitori ka të drejtë t’i drejtohet një gjykate apo arbitrazhi kompetent të Republikës së Shqipërisë.

Reformat e ndërmarra në kuadrin ligjor rreth mbrojtjes së investitorëve shikohen edhe në rritjen në renditjen me 10 vende nga Doing Business 2016⁴⁰ (The World Bank, 2015).

Sistemi Tatimor

Politika fiskale përdoret nga qeveritë e një vendi në varësi të kushteve politike, ekonomike e sociale që përjeton vendi. Sistemi tatimor i një vendi është një ndër faktorët kryesor që nxit një investitor të huaj të operojë në një vend. Sistemi tatimor ndikon direkt në aktivitetin e kompanive. Taksat kryesore në Shqipëri për biznesin janë tatimi mbi fitimin dhe tatimi mbi vlerën e shtuar.

Gjatë viteve, Shqipëria është mundur të ndjek një politikë fiskale në ndihmë të tërheqjes së investitorëve të huaj, në mënyrë të tillë që të jetë konkurrese me vendet e rajonit. Në qoftë se i hedhim një sy tabelës 3.3 mbi normat e tatim-fitimit në vite për vendet e rajonit, do të shohim se Shqipëria në 2008 ka reduktuar ndjeshëm tatim-fitimin duke u kthyer në një vend mjaft konkurrese për sa i përket këtij tatimi. Megjithatë, këto dy vitet e fundit qeveria me reformat e ndërmarra e ka rritur me 50% tatim-fitimin, gjë që po ndikon negativisht tek investitorët e huaj, duke qenë se ato mund t’a zhvendosin prodhimin në vende me kosto më të ulëta.

Për sa i përket TVSH-së, Shqipëria së bashku me Serbinë dhe Bullgarinë, kanë normën e dytë më të lartë në rajon prej 20% (figura 3.4). Kjo nuk i jep avantazh

³⁹ krijim

⁴⁰ Studimi i Doing Business përfshin 189 shtete. Në “Doing Business 2015” Shqipëria renditej e 18-ta për mbrojtjen e investitorëve minoritar, ndërsa në “Doing Business 2016” renditej e 8-ta.

konkurues Shqipërisë, por për sa i përket TVSH-së për regjimin e përpunimit aktiv, ajo është e përjashtuar nga TVSH-ja për importin dhe eksportin e mallrave (Ministria e Financave, 2015). Ligji i ri “Për tatimin mbi vlerën e shtuar”, që ka hyrë në fuqi me 1 Janar 2015, konsiston në heqjen e statusit të “i përjashtuar nga TVSH” për nënkontraktorët në regjimin e përpunimit aktiv. Me këtë status ato nuk e faturonin TVSH për punën e kryer dhe nuk rimbursnin TVSH për blerjet. Mosrimbursimi i TVSH-së në blerje nuk ishte i drejtë për këto kompani. Ana tjetër e medaljes e këtij ligji është se tashmë edhe nënkontraktorët do të faturojnë punën me TVSH, gjë që do të shkaktojë bllokim të likuiditetit për kontraktorët kryesorë. Megjithatë, ligji i ri tashmë parashikon edhe rimbursimin që përfitojnë ndërmarrjet e fasonit në rastet kur: tatimpaguesi është eksportues me risk zero, rimbursimi është i menjëhershëm; kur tatimpaguesi është eksportues, rimbursimi është brenda 30 ditëve; në rastin e tatimpaguesve të tjerë rimbursimi është brenda 60 ditëve.

Tabela 3. 3. Normat e tatimit mbi fitimin (në përqindje) për vendet e rajonit⁴¹

Shteti	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Shqipëria	20	20	10	10	10	10	10	10	15	15
Bosnje-Herc.	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Bullgaria	15	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Greqia	29	25	25	25	24	20	20	26	26	26
Kroacia	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Maqedonia	15	12	10	10	10	10	10	10	10	10
Mali i Zi	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Rumania	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
Serbia	10	10	10	10	10	10	10	15	15	15
Slovenia	25	23	22	21	20	20	18	17	17	17

Burimi: KPMG (2015)

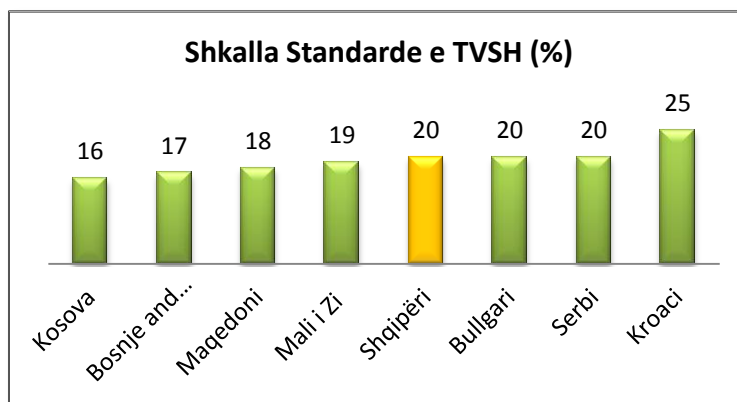


Figura 3. 4. Shkalla standarde e TVSH (%) në rajon

Burimi: European Commission (2015) dhe website zyrtare të shteteve⁴²

⁴¹ Përveç Kosovës. Norma e tatim fitimit në Kosovë është aktualisht është 10% (2015).

Pavarësisht lehtësirave fiskale që i ka ofruar qeveria sektorit të fashioneve, si në heqjen e TVSH-së (përfshi këtu edhe për importin e makinerive që përdoren në proceset prodhuese), apo edhe në lehtësirat e procedurave doganore, përsëri ka ende shumë për t'u përmirësuar. Përsa i përket sistemit të taksave, këtë vit raporti Doing Business 2016 (The World Bank, 2015) e ka klasifikuar disa shkallë më poshtë Shqipërinë për sa i përket lehtësisë së të bërit biznes. Një faktor negativ që ka ndikuar në zbritje të klasifikimit është edhe rritja e taksave (si tatim fitimi), forcimi i kontrolleve tatimore, vënia në përdorim e kasave fiskale, vendosja e gjobave e deri te ndjekjet penale për ato që nuk paguajnë taksat. Në tabelën 3.4 paraqiten barrat e përgjithshme tatimore (si përqindje ndaj fitimit) për Shqipërinë dhe shtetet e rajonit. Pavarësisht se Shqipëria nuk ka barrat më të ulta të mundshme, përsëri mbetet konkurrese në rajon.

Tabela 3. 4. Barra tatimore e përgjithshme⁴³ (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Kosovë					28.3	16.5	15.8	15.6	15.4	15.4	15.2
Shqipëri	58.2	56.5	51.3	49.6	43.6	40.3	38.3	38.5	31.5	31.4	36.5
Bullgari	45.2	41.6	35.8	33.9	30.4	28	27.2	27.8	27	27	27
Kroaci	20.8	20.8	20.8	20.8	20.8	21.5	21.3	21.2	19.3	18.4	20
Greqi	54	49.5	48.9	46.7	46.7	46.7	45.9	44.1	44	50.7	49.6
Maqedoni	17.8	17.8	17.8	15.4	13	8.1	7.5	7.4	7.4	8.3	12.9
Mali i Zi		33.1	33.1	33.6	29.9	29	24.4	21.6	21.6	21.6	21.6
Rumani	55.8	48.2	45.6	45.4	45.1	44	43.5	43.3	43.2	43.2	42
Serbi	32.9	32.9	32.9	31.2	31.2	33.3	33.3	33.3	33.2	38.6	39.7
Bosnje-Herc.	42.8	42.7	42.8	42.8	25.9	22.2	23.6	23.6	22.2	23.3	23.3

Burimi: Doing Business (The World Bank, 2015)

Kodi doganor

Në një botë të globalizuar si kjo e sotmja, lehtësimi i tregtisë ndërmjet vendeve sa vjen e bëhet gjithnjë e më i rëndësishëm. Kërkesa për dokumenta të panumërta, procedura të tejzgjatura doganore, praktika portuale inefficiente dhe infrastruktura e papërshtatshme rrisin kostot dhe kërkojnë më tepër kohë për eksportuesit dhe importuesit, duke vështirësuar kështu marrëdhëniet tregtare.

Qeveritë e vendeve të ndryshme kanë ndërmarrë masa për të lehtësuar tregtinë ndërkombëtare, siç është rasti i sporteleve të vetme, sistemet e shkëmbimit elektronik, etj. Këto masa ndihmojnë tregtinë dhe nxisin konkurrencën ndërkombëtare të firmave. Shqipëria e ka lehtësuar eksportin dhe importin nëpërmjet ndryshimeve në Kodin Doganor.

Kodi doganor nënkupton rregullat e “komunikimit” të bizneseve importuese ose eksportuese me entet publike (qeverinë, etj.). Kodi i ri doganor (Ligji nr. 32, datë

⁴² Kosova (Portali Shtetëror i Republikës së Kosovës), Bosnje-Hercegovina (Indirect Taxation Authority of Bosnia and Herzegovina), Maqedoni (Republic of Macedonia, 2015), Mali i Zi (Worldwide-Tax), Shqipëri (Ministria e Financave), Serbi (DMK tax and finance).

⁴³ Nënkupton që janë llogaritur të gjitha normat e tatimit së bashku si përqindje ndaj fitimit.

02.04.2015 "për disa ndryshime dhe shtesa në Kodin Doganor të Republikës së Shqipërisë") synon lehtësimin dhe thjeshtimin e procedurave doganore dhe luftën kundër mashtrimit. Gjithashtu këto ndryshime bëhen me qëllim përafrimin e legjislacionit Doganor Shqiptar me atë të BE-së.

Përmes kodit të ri janë qartësuar procedurat për rregulloren, qoftë për bizneset, ashtu edhe për Administratën Doganore. Gjithashtu, janë përmirësuar, lehtësuar dhe thjeshtuar rregullat dhe procedurat doganore, duke i bërë ato më efikase. Kodi i ri parashikon edhe kalimin në një mjedis doganor elektronik pa letër, duke futur konceptin e operatorëve ekonomik të autorizuar (AEO). AEO-të kanë akses në procedurën e zhdoganimit të centralizuar, duke i lejuar të paraqesin deklaratat doganore dhe të paguajnë detyrimet nga zyra e tyre e regjistruar. Ato mund të lëvizin mallrat, ndërkohë që janë ende nën magazinim të përkohshëm.

Në kod parashikohen edhe "sportelet e vetme"⁴⁴, ku subjektet paraqesin dokumentacionin dhe informacionin e kërkuar në lidhje me importin, eksportin apo tranzitin në një sportel të vetëm. Në këtë mënyrë kemi një thjeshtim të procedurave doganore, reduktimin e kohës dhe kostove për kryerjen e procedurave doganore, ambiente administrative "pa letër", si dhe transaksione doganore transparente.

Tabela 3. 5. Përmbledhje e kohës dhe kostove për eksport dhe import

	Bosnje-Herc.	Bullgari	Greqi	Kosovë	Kroaci	Mali i Zi	Maqedoni	Serbi	Shqipëri	Europa & Azia Qendrore
Koha për eksport (orë)	5	4	24	56	0	8	9	4	18	28
Kosto për eks. (\$)	106	52	300	137	0	158	103	47	181	219
Koha për eks. në dokumenta (orë)	4	2	1	62	1	5	2	2	6	31
Kosto për eksp. në dokumenta (\$)	67	52	30	227	0	67	45	66	57	144
Koha për import (orë)	6	1	1	16	0	23	8	3	9	23
Kosto për imp. (\$)	87	0	0	83	0	306	150	52	101	202
Koha për imp. në dokumenta (orë)	8	1	1	6	1	10	3	3	8	27
Kosto për imp. në dokumenta (\$)	57	0	0	92	0	100	50	71	56	108

Burimi: Doing Business 2016 (The World Bank, 2015)

Në tabelën 3.5 paraqiten koha dhe kostot e firmave që kryejnë transaksione në dogana, pra firma eksportuese dhe importuese, përkatësisht për Shqipërinë si dhe vendet e rajonit. Një firmë eksportuese shqiptare, do i nevojiten 18 orë mesatarisht për të kryer një eksport dhe kostoja për këtë lëvizje është mesatarisht \$181. Koha e nevojshme për përgatitjen e dokumentacionit të nevojshëm është 6 orë dhe kostoja për përgatitjen e tij është \$57. Koha për procedurat e importit është mesatarisht 9 orë dhe kushton \$101. Koha e përgatitjeve të dokumentacionit të nevojshëm për importin është 8 orë dhe kushton rreth \$56 (Doing business in Albania 2016). Shqipëria ka përmirësuar mjaft si kohën e nevojitur ashtu edhe procedurat nëpërmjet kodit të ri doganor. Vendi ynë paraqitet shumë herë më mirë se sa mesatarja e Europës dhe Azisë Qendrore.

⁴⁴ Single window – ky koncept është adaptuar për qëllime doganore nga Organizata Botërore e Doganave (WCO), duke u konsideruar si një mjet lehtësues për tregtinë ndërkombëtare.

Në tabelën 3.6 paraqitet edhe renditja ndër 189 vende për tregtinë ndërmjet kufijve. Shqipëria ka një pozicionim mjaft të mirë në këtë renditje; në vendin e 37-të. Kjo i jep një tjetër avantazh të bërit biznes në Shqipëri, aq më tepër për sektorin e fashioneve që është i bazuar si në eksport ashtu edhe në import.

Tabela 3. 6. Renditja për shkëmbimet tregtare përmes kufijve

Shteti	Kroaci	Bullgari	Serbi	Maqedoni	Greqi	Bosnje-Herc.	Shqipëri	Mali i Zi	Europa & Azia Qendrore	Kosovë
Pikët (maks. 100)	100	97.45	95.08	93.87	93.72	93.59	91.61	88.75	82.42	78.97
Vendi që zë në renditjen botërore	1	20	23	26	27	28	37	42	58	71

Burimi: Doing Business 2016 (The World Bank, 2015)

Procedurat e regjistrimit të biznesit

Tashmë në Shqipëri nuk duhen më ditë të tëra për të regjistruar biznesin. Njëpërmjet pikave “one stop shop” regjistrimi i biznesit realizohet brenda ditës në një sportel të vetëm. Legjislacioni shqiptar parashikon një shumë minimale prej 100 lekë si kapital për të filluar biznesin, prandaj mund të themi që është mjaft e lehtë krijimi i një biznesi në vendin tonë. Shmangia e burokracive nxit ardhjen e investitorëve të huaj dhe rritjen e numrit të firmave të reja.

Qendra Kombëtare e Regjistrimit (QKR) u krijua në bazë të Ligjit nr. 9723, datë 05.03.2007 “mbi Qendrën Kombëtare të Regjistrimit: QKR”, i cili funksionon si një “sportel i vetëm”. Sipërmarrësit, njëpërmjet këtij “sporteli” mund të regjistrojnë biznesin e tyre. Aplikimi për NIPT⁴⁵-in, sigurimet shoqërore dhe shëndetësore, regjistrimin përkatës për Zyrën e Punës, etj., realizohen menjëherë njëpërmjet një aplikimi të vetëm. Nevojitet vetëm një ditë për të kryer regjistrimin në QKR (Ligji nr. 9723 “Mbi Qendrën Kombëtare të Regjistrimit: QKR”, datë 05.03.2007). Kjo mund të kryhet ose personalisht, ose edhe duke aplikuar on-line në faqen zyrtare të QKR⁴⁶-së. Kjo lehtëson shumë regjistrimin e investitorëve të huaj pa qenë nevoja të jenë të pranishëm fizikisht pranë zyrave të QKR-së. Nga ana tjetër, pritjet që të ketë përsëri lehtësime në procedurat e liçensimit të bizneseve, pasi Qendra Kombëtare e Liçensimit (QKL) do të bashkohet me QKR-në, duke formuar Qendrën Kombëtare të Biznesit.

Në renditjen botërore, Shqipëria renditet e 58 ndër 189 shtete për sa i përket lehtësisë për të filluar një biznes (The World Bank, 2015). Në tabelën 3.7 paraqitet pozicionimi i vendeve të rajonit në këtë renditje. Shohim që Shqipëria ka avantazhe konkurruese në këtë aspekt duke lënë mbrapa shtete si Kroacia, Serbia, Mali i Zi, Bosnje-Hercegovina.

⁴⁵ Fillimisht duhet bërë rezervimi për emrin e firmës. Duhet më pak se një ditë për të bërë rezervimin e emrit ose on-line ose duke u paraqitur pranë zyrave të QKR-së në rrethin përkatës.

⁴⁶ Aplikimi on-line është bërë i mundur që nga Janari i 2015. Aktualisht shumica e kompanive regjistrohen pranë sporteleve.

Tabela 3. 7. Renditja e vendeve të rajonit sipas lehtësisë së fillimit të një biznesi

Shteti	Maqedoni	Kosovë	Europa & Azia Qendrore	Bullgari	Greqi	Shqipëri	Mali i Zi	Serbi	Kroaci	Bosnje-Herc.
Pikët (maks. 100)	99.86	91.34	91.27	91.1	90.7	90.09	90.08	88.94	86.21	63.52
Vendi që zë në renditjen botërore	2	47	48	52	54	58	59	65	83	175

Burimi: Doing Business 2016 (The World Bank, 2015)

Marrëveshjet e tregtisë të nënshkruara nga Shqipëria

Marrëveshjet e tregtisë së lirë (MTL) nënshkruhen për të ofruar mundësi të tilla si krijimi i tregjeve të reja për mallra dhe shërbime, rritje e mundësive investuese, ulje e kostove tregtare nëpërmjet eliminimit të tarifave doganore, etj. Gjithashtu, nëpërmjet rritjes së shpejtësisë së lëvizjeve të mallrave në dogana, tregtia realizohet në një kohë më të shkurtër. MTL ndihmojnë edhe në krijimin e një klime politikash mbi vendosjen e rregullave të konkurrencës, ruajtja e së drejtës së pronësisë intelektuale, etj. Në studimin e kryer nga Pllaha (2012), arrihet në përfundimin se MTL-të kanë kontribuar pozitivisht në integrimin tregtar rajonal, duke rritur flukset tregtare ndërmjet vendeve të EJT-9⁴⁷ (edhe pse këto vende akoma tregtojnë nën potencialin e tyre).

Tregtia e jashtme në Shqipëri është liberalizuar që në fillim të viteve '90. Shqipëria ka një regjim liberal tregu duke iu përshtatur rregullave dhe standardeve të vendosura nga Bashkimi Europian dhe Organizata Botërore e Tregtisë. Gjatë viteve Shqipëria ka nënshkruar shumë marrëveshje dypalëshe për mbrojtjen e investimeve me vende të ndryshme si Itali, Gjermani, Angli, Francë, Austri, Zvicër, SHBA, Turqi, Kinë, Serbi, Mali i Zi, Rusi, Izrael, Egjipt, Malajzi, etj. Shqipëria është pjesë e marrëveshjes së Stabilizim Asociimit (MSA) dhe e marrëveshjes së tregtisë së lirë me vendet e BE-së, vendet e CEFTA-s dhe EFTA⁴⁸-s, si edhe me Turqinë (Ministria e Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë dhe Sipërmarrjes, 2015). Nëpërmjet këtyre marrëveshjeve, investitorët e huaj e ndjejnë veten më të sigurtë për të ardhur dhe investuar në Shqipëri, apo për të kryer marrëdhënie tregtare me sipërmarrës shqiptar. Nga ana tjetër, këto marrëveshje sigurojnë hapje të tregut, mundësi të reja për eksporte tregtare si dhe mbrojtje të interesave të sipërmarrësve shqiptar në tregjet respektive.

CEFTA⁴⁹ u nënshkrua në vitin 1992 nga Polonia, Hungaria, Çekia dhe Sllovakia dhe hyri në fuqi në vitin 1994. Nëpërmjet kësaj marrëveshjeje, këto shtete u munduan t'i drejtonin politikat institucionale, ligjore dhe ekonomike drejt atyre të vendeve të BE-së. Në vitet në vazhdim, marrëveshjes iu bashkangjiten edhe shtete të tilla si Sllovenia, Rumania, Bullgaria, Kroacia dhe Maqedonia. Me hyrjen e shteteve në BE, ato dolën nga CEFTA dhe u vendos që kjo marrëveshje të shtrihej në Ballkanin perëndimor duke përfshirë kështu Kosovën, Shqipërin, Maqedonin, Malin e Zi, Serbin, Bosnje dhe

⁴⁷ Shtetet e përfshira në studim janë: Bosnje-Hercegovin, Bullgari, Kroaci, Maqedoni, Rumani, Serbi & Mali i Zi, Slloveni, Shqipëri dhe Turqi.

⁴⁸ EFTA përfshin këto shtete: Republika e Islandës, Principata e Lihtejshteinit, Mbretëria e Norvegjisë, Konfederata Zvicerane (Ligji nr. 10 288, datë 17.6.2010)

⁴⁹ Central European Free Trade Agreement

Hercegovinën, Kroacin dhe Moldavin (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Republika e Kosovës, 2015). CEFTA është një marrëveshje shumë dimensionale dhe jo thjesht një marrëveshje për reduktimin e tarifave doganore.

Nga këndvështrimi politik, CEFTA ndihmon në rritjen e sigurisë dhe stabilitetit politik në vendet e Ballkanit. Nga këndvështrimi ekonomik, ajo synon krijimin e një tregu rajonal duke kontribuar në liberalizimin e tregtisë dhe në zhvillimin ekonomik. Prandaj synohet harmonizimi dhe bashkëpunimi mbi rregullat në lidhje me tregtinë, liberalizimin e tarifave doganore, aplikimin e rregullave të mallit të origjinës, etj. Nga këndvështrimi i integritetit, CEFTA konsiderohet si një mjet pararendës i integritetit në BE. Aktualisht, vendet ish komuniste që janë anëtare të BE-së, kanë qenë më përpara anëtare të CEFTA-s.

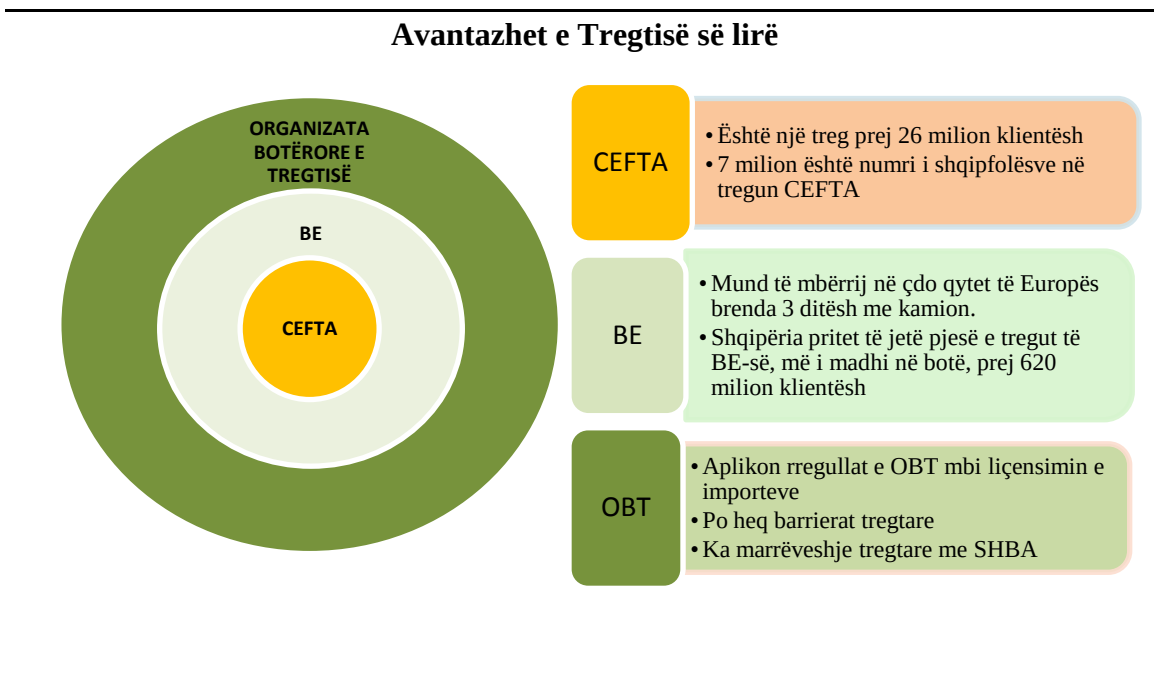


Figura 3. 5. Avantazhet e Tregtisë së lirë

Burimi: AIDA (2015)

EFTA është një marrëveshje për tregtinë e lirë mes shteteve anëtare të EFTA-s. Meqënëse Shqipëria nuk është anëtare e EFTA-s, ajo ka nënshkruar marrëveshje për tregti të lirë me të gjitha vendet anëtare të EFTA-s. Kjo do të thotë që nuk ka tarifa doganore për mallrat e importuara nga EFTA drejt Shqipërisë si dhe partneri tregtar që importon nga Shqipëria drejt vendeve të EFTA-s nuk paguan tarifa importi (përveç disa rasteve të produkteve të specifikuara).

Organizata Botërore e Tregtisë (OBT) merret me rregullat botërore të tregtisë. Funkcioni kryesor është të garantojë që tregtia funksionon sipas parashikimeve, sa më shpejt dhe me sa më pak kosto. OBT është një platformë për rregullimin e tregtisë mes shteteve anëtare dhe një negociatë për formalizimin e marrëveshjeve tregtare. Shqipëria është anëtare e OBT-së që nga viti 2000 (ICT Resource Center, 2014). Avantazhet e përmbledhura paraqiten në figurën 3.5.

Pasuritë shtetërore

Pasuritë shtetërore mund të kalojnë në përdorim të bizneseve në disa mënyra si për shembull nëpërmjet (i) shitjes ose privatizimit, (ii) dhënies me qira, dhe (iii) enfiteozës. Me qira jepen pasuritë shtetërore si ndërtesat, sipërfaqet funksionale (jo nën ndërtesë), trualli i lirë, makineritë, pajisjet e linjat e prodhimit të institucioneve shtetërore, ndërmarrjeve dhe shoqërive tregtare me kapital 100% shtetëror (shoqëri shtetërore) dhe tokat e pafrytshme. Ndërsa me enfiteozë jepen vetëm pronat e paluajtshme të institucioneve shtetërore dhe shoqërive shtetërore.

Kriteret kryesore të dhënies me qira apo me enfiteozë janë: niveli i investimit, niveli i punësimit, qëllimi i investimit dhe oferta e detyrimit mujor. Pasuritë shtetërore me sipërfaqe mbi 500m² u ofrohen të tretëve edhe me kontrata qiraje me tarifë simbolike 1 (një) euro/kontrata, me vendim rast pas rasti të Këshillit të Ministrave. Një ndër kriteret për të përfituar një kontratë të tillë është edhe rasti kur subjekti do të zhvillojë përpunim aktiv të mallrave që do të sigurojë jo më pak se 50 vende pune. Kjo nismë e ndërmarrë nga qeveria është një ndihmesë dhe mbështetje shumë e madhe për aktivitetin e biznesit fason.

Eksperienca shumëvjeçare në treg me firma të njohura europiane

Ka rreth 20 vite që firmat shqiptare fason kanë punuar me firma të njohura europiane e më gjërë. Të prodhosh për firma prestigjioze do të thotë të kesh cilësi dhe aftësi të mëdha. Eksperienca shumëvjeçare e firmave fason shqiptare është garanci për çdo firmë të huaj që dëshiron të lidhë kontrata për të prodhuar në Shqipëri.

3.3 ZHVILLIMET MAKRO-TREGTARE DHE INDUSTRIA FASON

Gjatë viteve 2005-2006 shumë kompani zhvendosën faza të prodhimit të produkteve të tyre drejt Kinës si rezultat i krahut shumë të lirë të punës dhe kapaciteteve të mëdha prodhuese (numër i madh punëtorësh dhe ndërmarrjesh prodhuese). Të njëjtën gjë kishin edhe vende të tjera si Bangladeshi, Vietnami, etj. Me heqjen e subvencioneve nga qeveria kineze, kostoja e punës është rritur, ndaj edhe shumë kompani po largohen nga Kina dhe po synojnë vende më afër duke reduktuar ndjeshëm kostot e transportit.

Sikurse e pamë edhe nga përparësitë që ofronte vendi ynë, mjaft kompani po synojnë Shqipërinë. Vendi ynë favorizohet edhe nga fakti i të mos qenurit pjesë e Bashkimit European, siç janë Bullgaria dhe Rumania. Këto dy shtete në Ballkan kanë thithur mjaft investitorë përse i përket sektorit të fasonit. Por, siç u diskutua edhe më sipër, si paga minimale, ashtu edhe kostoja e punës në Shqipëri, janë më të ulëta se ato në Bullgari dhe Rumani (apo edhe në vendet e tjera të Ballkanit, përjashto këtu Kosovën). Duke parashikuar që Shqipëria nuk do jetë pjesë e BE-së edhe për të paktën 7-8 vite, investitorët e huaj ndjehen të sigurtë pasi nuk do të ketë rritje të konsiderueshme të kostove të punës apo tarifave si rezultat i anëtarësimit në BE. Rritja e interesit të vendeve të huaja për të zhvendosur prodhimin në Shqipëri shikohet edhe nga rritja e eksporteve drejt këtyre vendeve gjatë viteve të fundit.

3.3.1 Zhvillimet në Botë dhe rajon

Situata makroekonomike e shteteve me të cilat firmat shqiptare punojnë me nënkontraktime është në interes të studiohet, pasi prej këtyre vendeve varet edhe ecuria e firmave nënkontraktore shqiptare. Në ditët e sotme, ekonomitë e vendeve nuk mund t'i shohim më si të izoluara nga njëra-tjetra. Për shkak të hapjes së kufijve, marrëdhënieve tregtare, lëvizjes së lirë të njerëzve dhe të kapitalit, zhvillimeve teknologjike, bashkëpunimeve, marrëveshjeve mes shteteve, etj., ekonomitë në tërë botën janë të lidhura me njëra-tjetrën dhe kanë ndikime reciproke.

Rritja ekonomike botërore gjatë viteve 2013-2014 ka qenë me nga 3.4%, ndërkohë që për 2015 është parashikuar një rritje prej 3.1%, ndërsa për 2016 është parashikuar një rritje prej 3.6% (tabela 3.8). Zona e Euros ka patur një periudhë rikuperimi gjatë 2014, duke shënuar një rritje pozitive prej 0.9%. Gjatë vitit 2015 dhe 2016 është parashikuar një rritje e aktivitetit ekonomik me nga 1.5% dhe 1.6%, respektivisht. Këto shifra janë rezultat i çmimit më të ulët të naftës, normave më të ulta të interesit, zhlerësimit të euros, etj. Megjithatë, rritja e parashikuar në BE mbetet e dobët si rezultat i krizave të trashëguara, zhvillimeve demografike (përfshi këtu edhe plakjen e popullsisë), dhe një ngadalësim të faktorëve prodhues. Si pasojë, pritet një rritje e moderuar dhe një inflacion i ulët (IMF, 2015).

Tabela 3. 8. Ndryshimi vjetor i PBB real (në përqindje)

	1997- 2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*	2020*
Prodhimi Botëror	4	5.7	3.1	0	5.4	4.2	3.4	3.3	3.4	3.1	3.6	4
BE	2.3	3	0.5	-4.6	2	1.6	-0.8	-0.3	0.9	1.5	1.6	1.6
Vendet në zhvillim në Europë	4.1	5.5	3.1	-3	4.8	5.4	1.3	2.9	2.8	3	3	3.4
Shqipëri	5.1	5.9	7.5	3.4	3.7	2.5	1.6	1.4	1.9	2.7	3.4	4.2
Bosnje dhe Herc.	7.8	6	5.6	-2.7	0.8	1	-1.2	2.5	1.1	2	3	4
Bullgari	3.5	6.9	5.8	-5	0.7	2	0.5	1.1	1.7	1.7	1.9	2.5
Kroaci	3.8	5.2	2.1	-7.4	-1.7	-0.3	-2.2	-1.1	-0.4	0.8	1	1.8
Kosovë		8.3	4.5	3.6	3.3	4.4	2.8	3.4	2.7	3.2	3.8	4.1
Maqedoni	2.9	6.5	5.5	-0.4	3.4	2.3	-0.5	2.7	3.8	3.2	3.2	3.8
Mali i Zi		10.7	6.9	-5.7	2.5	3.2	-2.5	3.3	1.5	3.2	4.9	3.3
Rumani	2.7	6.9	8.5	-7.1	-0.8	1.1	0.6	3.4	2.8	3.4	3.9	3.3
Serbi		5.9	5.4	-3.1	0.6	1.4	-1	2.6	-1.8	0.5	1.5	4

Burimi: IMF (2015)

*Parashikime

Në vendet e Ballkanit perëndimor, normën më të madhe të rritjes e ka patur Maqedonia me 3.3%, e ndjekur nga Kosova me 2.5%. Normat më të ulta në këtë rajon i ka patur Serbia me -2% dhe Bosnje-Hercegovina me 0.4%. Shqipëria ka patur një rritje prej 1.9% në 2014, më e lartë se sa mesatarja e EJL6 (1.3%), por më pak se Maqedonia (3.5%) dhe Mali i Zi (3.4%).

Nga ana tjetër, tregtia ndërkombëtare globale po rritet me ritme më të ulta, jo vetëm sepse rritja ekonomike botërore është më e ulët, por edhe sepse tregtia ndikohet më pak nga rritja ekonomike. Elasticiteti më i ulët i tregtisë ndaj rritjes ekonomike mund të shpjegohet nga faktorë të tillë si: maturimi i zinxhirit global të vlerës, ndryshimi i elementëve që përbëjnë kërkesën, financime të pakta për tregtinë dhe rritja e investimeve për mbrojtjen e tregtisë (ACIT, 2015).

Në tabelën 3.9 paraqiten ndryshimet në përqindje për kërkesën totale të brendshme (reale) të vendeve të BE-së dhe të disa nga vendeve me të cilat Shqipëria eksporton më së shumti në industrinë e fasonëve, si Italia, Gjermania, Franca dhe Spanja. Siç shikohet qartë, kërkesa e këtyre vendeve është mjaft e ndjeshme ndaj krizave të ndryshme siç ishte ajo e 2008-ës apo ajo e 2012-ës. Në raste krizash, kërkesa bie ndjeshëm. Kjo gjë reflektohet edhe në kërkesën e këtyre vendeve ndaj produkteve të industrisë fason. Gjithsesi, parashikimet sipas IMF-së për vitet në vazhdim janë pozitive, prandaj në qoftë se vazhdohet me këto kushte ekonomike, nuk pritet rënie e kërkesës nga vendet e eurozonës.

Tabela 3. 9. Kërkesa totale e brendshme (reale)

	1997 - 2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*	2016*	2020*
BE	2.3	2.8	0.3	-4.0	1.4	0.7	-2.3	-0.7	0.9	1.4	1.6	1.5
Gjermani	0.9	1.8	1.0	-3.2	2.9	3.0	-0.9	0.9	1.3	1.2	1.5	1.4
Francë	2.5	3.1	0.5	-2.5	2.1	2.0	-0.3	0.7	0.6	1.1	1.5	1.9
Itali	1.9	1.3	-1.2	-4.1	2.0	-0.6	-5.5	-2.5	-0.7	0.9	1.0	1.0
Spanjë	4.8	4.1	-0.4	-6.0	-0.5	-2.7	-4.2	-2.7	2.3	3.7	2.4	1.4

Burimi: IMF (2015)

***Parashikime**

3.3.2 Zhvillimet në Shqipëri

Pas një ngadalësimi në rritjen ekonomike, tani Shqipëria duket se është në rrugën e duhur për të vazhduar sërish me ritme rritëse në ekonomi (IMF, 2015). Rritja me 1.9% në 2014 dhe pritshmëritë për një rritje prej 3% në 2015 vijnë si rezultat i rritjes së kërkesës së brendshme, rritjes së IHD-ve në sektorin e minierave, rritjes së besueshmërisë nga forcimi i treguesve makroekonomik, rënies së normave të interesit, rikuperimit të investimeve publike, etj. (ACIT, 2015). Gjithashtu, parashikimi për një rritje afatmesme mesatare prej 4.6%⁵⁰ mbështetet në (i) investime në reformat strukturore që përmirësojnë ambientin e biznesit dhe nxisin rritjen e produktivitetit si pasojë e kushteve për hyrjen në BE; (ii) rikuperimin e marrëdhënieve me partnerët kryesorë; (iii) nxitjen për projektet e mëdha në lidhje me energjitikën. Nga ana tjetër, risqet që ndikojnë negativisht përshtatshëm: (i) pasiguri të konsiderueshme të mundësisë së rikuperimit të kërkesës së brendshme dhe të jashtme, e cila mund të ndikojë edhe në vonesa për implementimin e reformave

⁵⁰ 4% në 2016; 4.5% në 2017; 4.6% në 2018, 4.7% në 2019

strukture kritike; (ii) risku që vjen nga implementimi i politikave fiskale të cilat mund ta ulin besimin e investorëve për një periudhë afatmesme dhe (iii) rënia e vazhdueshme e çmimit të naftës, e cila me gjithë ndikimet pozitive që mund të ketë në përditshmërinë tonë mund të ndikojë negativisht në investimet në këtë sektor.

Rritja e PBB-së, me vetëm 1.9% gjatë vitit 2014 vazhdon të jetë e ulët. Këto ritme janë rezultat i rritjes së paqëndrueshmërisë së faktorëve makroekonomik, sidomos atyre fiskal, financiar dhe faktorëve që vijnë nga jashtë. Për të përmirësuar situatën duhet të ndërmerren politika që rrisin qëndrueshmërinë e faktorëve të sipërpërmendur.

IHD-të (neto) kanë qenë në rritje: 608.9 euro në 2011, 923.2 milion euro në 2012 dhe 801.3 milion euro në 2014. Në terma relativ (IHD/PBB), kemi një rënie nga 9.5% në 2013 në 8.3% në 2014. Megjithatë, një trend rritës pritet për 2015 dhe 2016: 10.5% në 2015 dhe 11.3% në 2016 (ACIT, 2015).

Dihet që klima e biznesit është shumë e rëndësishme për investorët. Sipas renditjes së Doing Business 2016 (The World Bank, 2015), klima e biznesit në Shqipëri, nga një rritje për vitin e kaluar, këtë vit pati një rënie të theksuar duke zbritur nga vendi i 62-të në vendin e 97-të⁵¹. Ky rezultat erdhi si pasojë e kompleksitetit të taksave dhe masave shumë të forta për ato që nuk paguajnë taksat, pezullimit të dhënieve të lejeve për ndërtim, etj. Nga ana tjetër, Shqipëria gjatë vitit të fundit ka përmirësuar mbrojtjen e investorëve dhe e ka bërë eksportin më të lirë përmes implementimit të sistemeve elektronike, të cilët shkurtojnë kohën për kryerjen e procedurave doganore.

Një tjetër indikator vlerësues për klimën e biznesit dhe konkurrencën në ekonomi është edhe “indeksi i lirisë ekonomike”. Sipas këtij indeksi, në 2014 Shqipëria bëri disa hapa mbrapa në krahasim me 2013. Pikët më të larta Shqipëria i ka te treguesi i “lirisë tregtare” dhe çështjet më problematike mbeten korrupsioni dhe e drejta e pronësisë.

Ndërkohë, në qoftë se do të shohim raportin e Konkurrencës Globale 2015-2016 (World Economic Forum, 2015), vendi ynë këtë vit ka bërë disa hapa përpara në lidhje me klimën investuese në vend. Pozicioni i Shqipërisë i matur nga indeksi i konkurrueshmërisë, është ngritur katër vende në klasifikim. Pesë problematikat kryesore për klimën e biznesit mbeten normat e taksave, aksesit në burime financiare, korrupsioni, kompleksiteti i rregullave për taksat dhe burokratitë shtetërore (The World Bank, 2015).

3.3.3 Karakteristikat kryesore të tregtisë shqiptare

Në bazë të tregtisë së mallrave dhe shërbimeve, defikiti tregtar është rritur me 12.9% në vitin 2014, krahasuar me një vit më përpara (nga 1,893.2 milion euro për 2013 në 2,136.6 milion euro në 2014), gjithsesi një ritëm më i ulët se ai i vitit 2011. Në terma relativ (si përqindje e PBB⁵²-së) defikiti tregtar është rritur nga 17.8% në 19.7%. Për vitin 2015 dhe 2016 parashikimet kanë qenë për rritje; përkatësisht, 20.7% dhe 20.6%, të ndjekura më pas prej një trendi zbritës (18.9% për 2017, 16% për 2018 dhe 14.2% për 2019) (IMF, 2015).

⁵¹ Pozicionimi në renditje nuk e shpreh të plotë vlerësimin. Për këtë duhet të bazohemi edhe te pikësimi. Sipas Doing Business 2015, Shqipëria kishte 66.77 pikë ndër 100, ndërsa te Raporti Doing Business 2016 kishte 60.5 pikë.

⁵² Defiçit/PBB

Tabela 3. 10. Qarkullimi i mallrave në tregtinë e jashtme (në milion lekë)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Eksporti	65,818	77,405	97,171	112,572	104,515	161,548	196,897	213,013	246,391	255,759
Importi	262,191	299,147	376,194	439,894	428,839	477,768	544,004	528,490	517,378	552,264
Bilanci tregtar	-196,373	221,742	279,023	327,322	324,324	316,220	347,107	315,477	-270,987	-296,505
Volumi tregtar	328,009	376,552	473,365	552,466	533,354	639,316	740,901	741,503	763,769	808,023
Rritja e eksporteve	6.0%	17.6%	25.5%	15.8%	-7.2%	54.6%	21.9%	8.2%	15.7%	3.8%
Rritja e importeve	11.1%	14.1%	25.8%	16.9%	-2.5%	11.4%	13.9%	-2.9%	-2.1%	6.7%
Indeksi i mb. të importeve (E/I)	25.1%	25.9%	25.8%	25.6%	24.4%	33.8%	36.2%	40.3%	47.6%	46.3%

Burimi: ACIT (2015)

Në qoftë se do të konsiderojmë vetëm tregtinë në mallra, atëherë defiçiti tregtar ka patur një rritje 9.4% në 2014, krahasuar me vitin 2013 (nga 270,987 milion lekë në 2013, në 296,505 milion lekë në 2014). Ndërkohë, për vitin 2012 dhe 2013 defiçiti ka patur një ritëm në rënie. Rritja e defiçitit tregtar gjatë vitit 2014, ka ndodhur si rezultat i rritjes së importeve, krahasuar me eksportet (6.7% kundrejt 3.8%). Megjithatë, po të shohim normat e rritjes së eksporteve, ato kanë qenë shumë më të mëdha se sa importet, prandaj raporti i mbulimit të importeve (eksporte/importe) ka ardhur duke u rritur (ACIT, 2015). Të dhënat pasqyrohen në tabelën 3.10.

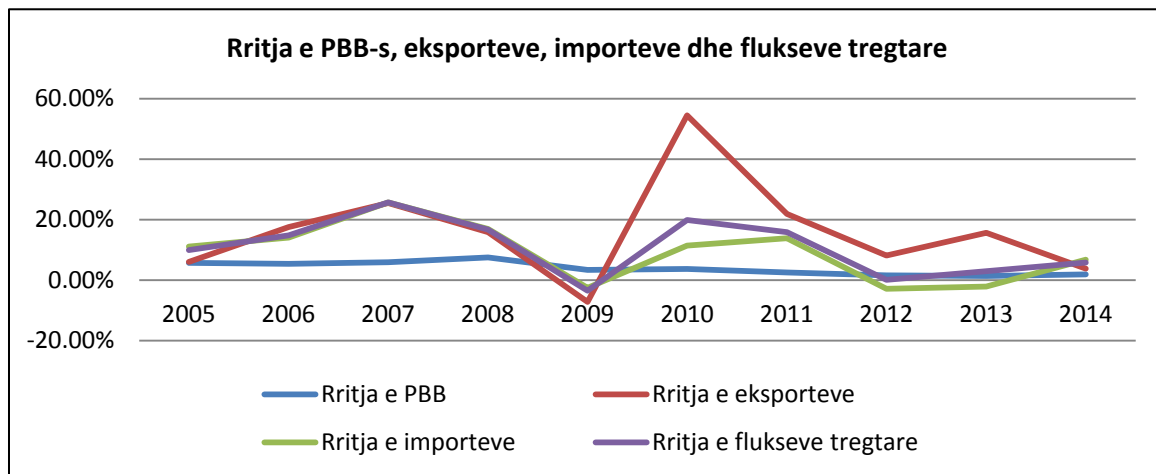


Figura 3. 6. Rritja e PBB-s, eksporteve, importeve dhe flukseve tregtare

Burimi: ACIT (2015)

Në figurën 3.6 jepen zhvillimet dhe luhatjet e flukseve tregtare, eksportet dhe importet, si edhe PBB për një periudhë 10 vjeçare. Ajo që bie më tepër në sy është viti 2010, ku kemi një rritje të fluksit tregtar prej 19.8%. Kjo ka ardhur si pasojë e rimëkëmbjes së ekonomisë pas vitit të krizës financiare të 2009-s. Nga viti 2010 deri në 2013, normat e rritjes së eksporteve janë më të larta se sa ato të importeve. Ky raport përmbyset në 2014, duke thelluar kështu defiçitin tregtar dhe duke ulur indeksin e

mbulimit të importeve. Luhatshmëritë më të mëdha në eksporte reflektojnë luhatshmëritë e kërkesës nga vendet e tjera, luhatshmëritë e çmimeve botërore si të energjisë, karburanteve, mineraleve, ndryshimit të kushteve klimatike (që influencon kërkesën për energji apo produktet bujqësore).

Megjithëse indeksi i mbulimit të importeve ka patur një trend pozitiv rritës, ky indeks mbetet përsëri më i ulët se sa ai i vendeve të rajonit, duke e bërë kështu më pak konkurrues vendin tonë kundrejt vendeve të rajonit, si dhe duke kërcënuar ekuilibrat makroekonomik afatgjatë. Ky indeks duhet të përmirësohet nëpërmjet rritjes më të shpejtë të eksporteve se sa të importeve. Një vështrim mbi stukturën e eksporteve, do të na ndihmonte të përcaktonim mundësitë më të mëdha të rritjes së mundshme të eksporteve ku dhe duhen bërë përpjekjet nga ana e qeverisë për nxitje të zhvillimit të atij sektori.

Struktura tregtare e Shqipërisë ka ruajtur një formë të njëjtë gjatë viteve të fundit. Produktet minerale, një ndër sektorët kryesorë, kanë pësuar rënie, ndërsa kategoritë e tjera kanë patur të njëjtin trend. Eksportet shqiptare karakterizohen nga katër grupe kryesore: tekstile-veshje, lëkurë-këpucë, metale dhe produkte minerale (tabela 3.11).

Përsa i përket importeve, ndryshe nga viti 2013 ku pjesa më e madhe e kategorive pësuan rënie (sidomos produktet minerale, produktet e gurit dhe çimentos, metalet kryesore, etj.), në 2014 shumica e sektorëve patën një rritje, duke ndikuar kështu në rritjen totale të importeve. Sektorët me rritje më të lartë, krahasuar me 2013, ishin: lëkura e përpunuar (e cila ka sjell edhe trendin rritës në eksporte të sektorit që përdorin këtë material), mjetet e transportit, tekstilet, metalet kryesore dhe produktet e tyre, etj (INSTAT, 2015).

Tabela 3. 11. Eksporti sipas grup mallrave (në përqindje)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Ushqim, pije, duhan	7.2	5.9	5.7	6	5.9	5.6	7.6
Minerale, lëndë djegëse, ener. elek.	19.7	27.8	29.9	35.7	40.3	34.8	28.2
Produkte kimike dhe plastike	1.7	1.1	1.4	1	1.2	1.3	1.7
Lëkurë dhe artikuj prej lëkure	1.5	1.6	1.5	1.3	1.3	1.2	1.1
Prodhime druri dhe letre	3.3	3	2.3	2.5	3.2	3.4	3.2
Tekstile dhe këpucë	46.2	34.4	32.6	29.1	28.2	33.8	36
Materiale ndërtimi dhe metale	12.4	20	21	18.9	14.7	14.5	15.1
Makineri, pajisje dhe pjesë këmbimi	5.3	4.2	3.9	3.6	3.3	3.4	4.6
Të tjera	2.7	2	1.7	1.9	1.9	2	2.5

Burimi: INSTAT (2015)

*Janar-Shtator

Prodhimet e industrisë fason, vazhdojnë të zënë peshën kryesore të eksporteve në vend (ACIT, 2015). Eksportet e industrisë fason janë rritur ndjeshëm gjatë viti 2014 (27.3%). Importet gjithashtu janë rritur, por me një ritëm më të ulët (21%). Megjithatë, vlera e shtuar e eksporteve në industrinë fason është e vogël dhe përbën një prej pikave të dobëta të eksportit të industrisë së përpunimit aktiv. Nga ana tjetër, kjo industri bazohet në paga shumë të ulëta, të cilat nuk kanë perspektivë afatgjatë. Por, numri i lartë i të punësuarve në këtë sektor është një pikë e fortë e rritjes së vlerës së shtuar në eksportet

në industrinë e fasonëve. Ky duhet të jetë një objektiv strategjik kryesor i politikave mbështetëse dhe promovuese në lidhje me sektorët në ekonomi. Efektet e politikave fiskale dhe doganore të ndërmarra nga qeveria gjatë vitit 2014 dhe 2015 pritet të jenë pozitive në këtë sektor.

Siç edhe theksohet në raportin e IMF (Country report 2015), ndryshimet në strukturën e eksporteve dhe rritja e tyre varen nga mundësitë që ka ekonomia për rritje. Rritja ekonomike lidhet ngushtë me reformat që ndjek qeveria. Sugjerimet e IMF-së janë: (i) përmirësimi i klimës së biznesit në vend e cila është kritike për thithjen e investitorëve të huaj; (ii) zbatimi, siç është planifikuar, i reformave në fushën e energjitikës në mënyrë që të lehtësohet gradualisht mundësia e rritjes ekonomike dhe rënia e risqeve fiskale; (iii) sigurimi i të drejtave të pronësisë si një parakusht për investimet.

3.3.4 Flukset tregtare të industrisë fason

Gjatë viteve të fundit, industria fason në Shqipëri është ndikuar nga rënia e kërkesës si rezultat i krizës që goditi vendet partnere në 2012. Të gjitha industritë fason, përveç asaj të përgatitjes së ushqimeve, patën rënie. Megjithatë, në vitin 2013, eksportet vazhduan sërish me një ritëm rritës (tabela 3.12). Peshë që IF zë në totalin e eksporteve është rritur në 2014, por përsëri mbetet më poshtë peshës që zinte përpara vitit 2012. Vlera e shtuar⁵³ e IF-së ka ardhur gjithashtu duke u rritur. Në 2014 është llogaritur afërsisht 29% e eksporteve të IF-së.

Tabela 3. 12. Tregtia e industrisë fason 2009-2014

		2009	2010	2011	2012	2013	2014
Eksportet e industrisë fason	(mln lekë)	65,308	85,423	99,378	91,507	98,259	125,048
Pesha e IF në totalin e eksporteve	(%)	63.14	53.05	50.33	43.00	39.9	48.9
Norma e ndryshimit të eksporteve, IF	(%)	-3.06	30.80	16.34	-7.92	7.38	27.26
Importet e industrisë fason	(mln lekë)	50,875	68,711	81,211	68,718	73,434	88,829
Norma e ndryshimit të importeve, IF	(%)	0.61	35.06	18.19	-15.38	6.86	20.96
Vlera e shtuar, IF (E-I)	(mln lekë)	14,433	16,712	18,167	22,789	24,825	36,219
Pesha e vlerës së shtuar në eksp. e IF	(%)	22.10	19.56	18.28	24.90	25.26	28.96
Norma e ndryshimit të vl. së shtuar	(%)	-14.10	15.79	8.72	25.43	8.94	46.00

Burimi: ACIT (2015)

Industria fasone në Shqipëri përbëhet kryesisht prej sektorëve të lëkurë-këpucëve, tekstil-veshjeve, metale bazë dhe artikuj prej tyre, ushqime të përgatitura dhe pije, makineri e pajisje mekanike dhe elektrike. Eksportet sipas sektorëve kryesorë të IF-së gjatë viteve 2009-2014 paraqiten në tabelën 3.13.

⁵³ Eksporte minus Importe

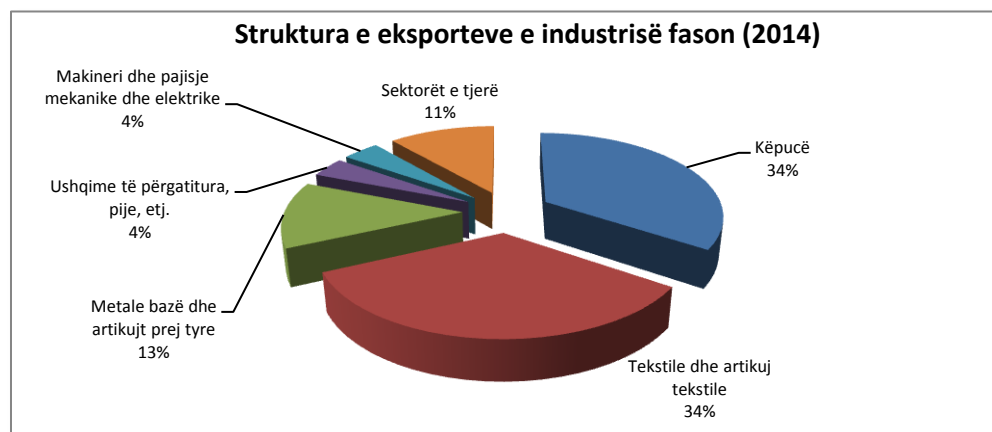
Tabela 3. 13. Eksportet sipas sektorëve të industrisë fason

Sektori	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Këpucë	20,043	25,382	30,219	29,625	33,656	42,941
Tekstile dhe artikuj tekstile	28,010	30,051	33,504	32,167	35,211	42,369
Metale bazë dhe artikujt prej tyre	5,985	16,205	18,954	13,215	8,741	15,850
Ushqime të përgatitura, pije, etj.	2,485	2,928	3,211	3,457	4,658	4,715
Makineri dhe pajisje mekanike dhe elektrike	2,827	3,970	4,811	4,101	4,556	4,939
Sektorët e tjerë	2,958	6,887	8,679	8,942	11,437	14,234

Burimi: ACIT (2015)

Përsa i përket strukturës së IF-së, ajo nuk ka patur ndryshime të mëdha. Industritë e këpucëve dhe veshjeve zunë peshën kryesore në eksportet e IF-së edhe për vitin 2014, me 34.3% dhe 33.9%, respektivisht. Gjatë vitit 2013, industria e këpucëve zinte 14% të totalit të eksporteve dhe kishte një normë rritjeje prej 14%. Në 2014, kjo industri pati rritje si në peshën totale që zë në eksporte, ashtu edhe në normën e rritjes duke shënuar shifrat 16.9% dhe 27%, përkatësisht. Ndërkohë, industria e tekstil-veshjeve zinte 14.4% të totalit të eksporteve gjatë 2013 dhe kishte një normë rritjeje prej 10% (në krahasim me 2012). Në 2014 këto shifra patën sërish rritje, duke shënuar një peshë në totalin e eksporteve prej 16.7% dhe një rritje në normën 20% (ACIT, 2015).

Ndonëse këto dy sektorë janë përmirësuar gjatë vitit 2014, ato kanë patur një trend zbritës në peshën totale të eksporteve gjatë viteve të fundit. Prandaj, krahasuar me vitet e kaluara, pjesa që ato zënë në totalin e eksporteve është akoma e vogël. Kjo rezultoi më së shumti nga kriza që goditi vendet tona partnere dhe nga rritja e shpejtë në sektorët e tjerë, se sa nga vetë rënia në vlerë e dy sektorëve në fjalë. Në figurën 3.7 paraqitet struktura e eksporteve të industrisë fason në Shqipëri për vitin 2014.

**Figura 3. 7. Struktura e eksporteve e industrisë fason (2014)**

Burimi: ACIT (2015)

Vlera e ulët e shtuar dhe përqendrimi në të njëjtat vende vazhdojnë të mbeten çështjet më problematike të fasoneve në Shqipëri. Kriza e 2009-s në Itali dhe Greqi, e si rezultat rënia e kërkesës në këto vende, është reflektuar direkt në ngadalësimin e

eksporteve. Përpjekjet për të investuar në zhvillimin e cikleve të prodhimit si dhe gjetja e partnerëve të rinj nga vende të tjera, mbesin sfidat e sektorit të fasonëve.

Në figurën 3.8 paraqitet shpërndarja e gjeografike e industrisë fason për vitin 2014, ku 78% të fluksit tregtar e zë Italia, e më pas me nga 4% vijnë Greqia, Turqia, Gjermania dhe pesha më të vogla kanë shtetet e tjera.

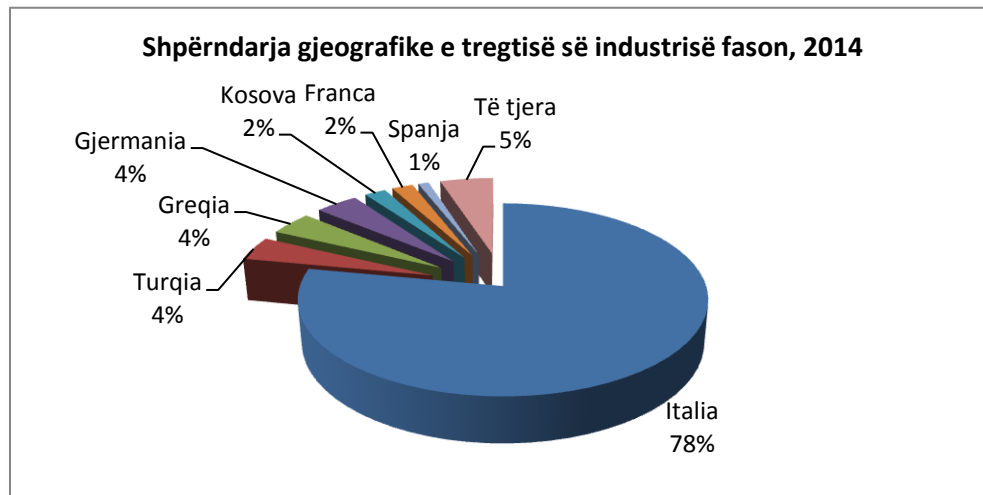


Figura 3. 8. Shpërndarja gjeografike e tregtisë së industrisë fason, 2014
Burimi: ACIT (2015)

3.4 NISMAT E NDËRMARRA NGA QEVERIA

Nisur nga rëndësia e industrisë së fasonëve në ekonominë shqiptare, qoftë si industria me peshën më të madhe në eksport, si industria që ka numrin më të madh të të punësuarëve, apo edhe si një industri për thithjen e investitorëve të huaj, qeveria gjatë vitit 2014 nisi një fushatë për ndërmarrjen e një sërë reformash për zhvillimin dhe mbështetjen e mëtejshme të këtij sektori. Nëpërmjet zhvillimit të këtij sektori, synohet rritja e prodhimit vendas, rritja e investimeve të huaja direkte, rritja e efikasitetit të ekonomisë së Shqipërisë duke u bazuar në modelin e bashkëpunimit qeveri-sipërmarrje.

Nisma e qeverisë konsistoi në hartimin e një pakete mbështetëse për industrinë e fasonëve, e cila u hartua në bashkëpunim me Ministrinë e Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë dhe Sipërmarrjes, Ministrinë e Mirëqënies Sociale dhe Rinisë, Ministrinë e Financave si dhe grupeve të interesit, si Dhoma Kombëtare e Prodhuesve dhe Veshjeve, Dhoma e Fasonistëve të Shqipërisë, përfaqësues të bizneseve nga ky sektor, etj. U diskutuan rreth 46 propozime nga grupet e interesit dhe u morën një sërë masash për ndryshimet ligjore (MZHETTS, 2014). Një pjesë e mirë e ndryshimeve janë miratuar dhe një pjesë tjetër janë akoma në proces diskutimi (MZHETTS, 2015).

Një ndër propozimet kryesore që është miratuar është VKM nr. 54 datë 5.02.2014 “Për përcaktimin e kriterëve, procedurës dhe mënyrës së dhënies me qira, enfiteozë apo kontrata të tjera të pasurisë shtetërore” së bashku me udhëzimet përkatëse. Për pasuritë shtetërore me sipërfaqe mbi 500m² jepen me qira simbolike 1 euro/m² për aktivitete prodhuese industriale në nivele investimi mbi 10 milion euro ose veprimtari prodhuese të regjimit fason. Deri tani janë miratuar disa kontrata të këtij lloji me bizneset fason.

Një tjetër propozim i ardhur ka qenë edhe *ofrimi i shërbimit doganor në pikat e kalimit të kufirit edhe pas orarit zyrtar*. Kjo çështje ka gjetur zgjidhje në Kodin Doganor të Republikës së Shqipërisë, i miratuar me ligjin Nr.102/2014, datë 31.07.2014 i cili ka shqyrtuar problematikat që lidhen me orarin e punës: “Në parim orari i funksionimit të zyrave doganore është 24 orë. Megjithatë, për raste të tjera ky orar vendoset ndryshe, në mënyrë që të jetë i arsyeshëm dhe i përshtatshëm, duke marrë në konsideratë llojin e trafikut/transportit të mallrave, si dhe regjimet doganore, në të cilat ato do të vendosen, me qëllim që të mos pengohet dhe të mos vështirësohet trafiku ndërkombëtar i mallrave”. Në këtë mënyrë lëvizjet e mallrave të industrisë fason nuk do kenë më vonesa për shkak të orareve të punës që ishin më përpara.

Për sa i përket vonesave në *rimbursimin e TVSH-së*, është kërkuar rimbursim në mënyrë automatike nga sistemi për TVSH-në e rimbursueshme, sapo kjo shumë të jetë 400,000 lekë, pa e shoqëruar këtë me një sërë procedurash burokratike që e kanë penguar zbatimin e ligjit dhe kanë rritur borxhin e qeverisë ndaj bizneseve. Për këtë, qeveria ka miratuar Ligjin nr. 179/2013 “Për procedurat tatimore në Republikën e Shqipërisë”, i ndryshuar; Udhëzimin nr.06 datë 27. 02.2014 “Për disa shtesa e ndryshime në udhëzimin nr. 17, datë 13.05.2008 “Për tatimin mbi vlerën e shtuar”, i ndryshuar”; si edhe ka miratuar VKM nr. 202, datë 09.04.2014 “Për përcaktimin e kushteve dhe kriterëve për eksportuesit për qëllim të rimbursimit të TVSH-së”. Aty parashikohet që: kur tatimpaguesi është eksportues me risk zero (kategori në të cilën janë klasifikuar bizneset fason) rimbursimi është i menjëhershëm; kur tatimpaguesi është eksportues, rimbursimi kryhet brenda 30 ditëve; për rastin e tatimpaguesve të tjerë, rimbursimi është brenda 60 ditëve; ndërkohë TVSH-ja e karburantit kreditohet menjëherë nga qeveria. Gjithashtu, nënkontraktorët do të kenë trajtim të njëjtë me kontraktorin kryesor sa i përket rimbursimit të TVSH-së. Tashmë ato mund të *shkarkojnë TVSH-në te nënkontraktorët*.

Një tjetër shqetësim i ngritur ka qenë edhe rishikimi i tatim-fitimit i cili konsiderohet të jetë shumë i lartë, në masën aktuale 15%. Për këtë është miratuar VKM nr. 784, datë 19.11.2014 “Për krijimin e Fondit në mbështetje të industrisë Fason”, sipas të cilit, ky fond do t’i alokohet Ministrisë së Mirëqënies Sociale dhe Rinisë (MMSR) si *Fond për Punësim dhe Aftësim*. Fondi do të mbështesë punëdhënësit e industrisë fason për nxitjen e punësimit, zhvillimin e aftësive të fuqisë punëtore për këtë industri, si dhe forma të tjera mbështetjeje, të miratuara nga Këshilli i Ministrave.

Qeveria nëpërmjet miratimit të katër VKM-ve dhe krijimit të një portali on-line për aplikim nga subjektet i ka dhënë zgjidhje *thjeshtimit të procedurave në Zyrat e Punës si dhe stimuj për sigurimet shoqërore*. Gjatë kësaj periudhe, MMSR ka implementuar disa programe të nxitjes së punësimit. Për vitin 2014 përfituesit e papunë që kanë përfituar nga këto programe kanë qenë rreth pesë herë më shumë se në vitin 2013, ku 60% e personave përfitues kanë qenë nga industria fason.

Në mënyrë që të forcohet kapaciteti intitucional në lidhje me hartimin e politikave mbështetëse është ngritur *sporteli “One-Stop-Shop” për industrinë e fasonëve pranë AIDA-s*. Ky sportel do të shërbejë edhe për zgjidhjen e problematikave apo krijimit të një data-baze për këtë industri, faqe web të dedikuara me qëllim promovimin e sektorit, si dhe do të mundësojë edhe konferenca për fasonet nga vetë institucioni AIDA.

Bizneseve të fasonit i’u është krijuar gjithashtu mundësia për mbështetje financiare për *pjesëmarrje në panairë dhe ekspozita ndërkombëtare*. MZHETTS ka

kontribuar me mbështetje financiare nëpërmjet tre programeve të cilat menaxhohen nga AIDA: fondi i konkurrueshmërisë, fondi i inovacionit dhe fondi i ekonomisë kreative.

Një tjetër zgjidhje e problemit që u është dhënë bizneseve të fasonit ka qenë në lidhje me *mbetjet teknologjike*. Përmes miratimit të Udhëzimit nr. 1/1, datë 29.01.2014 "Për disa shtesa në Udhëzimin nr. 01, datë 06.09.2012, "Për zbatimin praktik të Regjimit të Përpunimit Aktiv" ka zgjidhur problematikat që lidhen me trajtimin e produkteve kompensuese dytësore, duke mundësuar uljen e kostos administrative dhe reduktimin e kohës për bizneset.

Qeveria ka rritur eficiencën e zbatimit të Ligjit nr.9723, datë 3.5.2007 "Për Qendrën Kombëtare të Regjistrimit", pasi tani *regjistrimi bëhet në mënyrë elektronike* duke u rritur kështu kapaciteti regjistruës. Nuk kërkohet më një kapital minimal për regjistrimin e sh.p.k.-ve si dhe është eliminuar kërkesa për regjistrimin në Dhomën e Tregtisë. Nga ana tjetër, është bërë opsionale noterizimi i dokumentave për korporatat si dhe janë ulur tarifat e regjistrimit.

Një tjetër instrument që u ka ardhur dhu ju vjen në ndihmë aktivitetit të fasoneve ka qenë edhe *rishikimi dhe zgjerimi i listës së makinerive dhe pajisjeve që përjashtohen nga TVSH*. Është miratuar VKM nr. 348 date 4.06.2014 " Për një shtesë në Vendimin nr. 180, datë 13.2.2013 "Për përcaktimin e listës së makinerive e të pajisjeve që janë drejtpërdrejt të lidhura me investimin dhe të procedurave të përjashtimeve e të kriterëve përkatëse".

Qeveria gjithashtu ka mundësuar *eliminimin e taksës së transportit* për mjetet shqiptare drejt Italisë dhe mjeteve me targa italiane që transportojnë për llogari të subjekteve fasoniste drejt Shqipërisë. Kjo taksë ka qenë 6.2 €/ ton, për 100 km.

Ndërkaq është bërë e mundur që shoqatat e industrisë së fasonit, bazuar në parimin e rotacionit, të *përfaqësohen në Këshillin Ekonomik Kombëtar* duke sjellë një rritje të dialogut aktiv me qeverinë. Gjithashtu ka nisur procesi për *forcimin e rolit të diplomacisë ekonomike* përmes ngritjes së strukturës së Atasheve Tregtare, në bashkëpunim me Ministrinë e Punëve të Jashtme. Kjo bëhet për promovimin e markës "Made in Albania" si dhe në të njëjtën kohë edhe për promovimin e vetë imazhit të vendit.

Në kuadër të *kualifikimit dhe formimit profesional*, është hartuar ngritja e tre shkollave në tre qytete të vendit me një kosto prej 390,000 euro dhe hapja e një kursi post-sekondar pranë Fakultetit të Inxhinierisë Mekanike (dega tekstile).

Nisma të tjera të ndërmarra kanë qenë edhe hartimi i ligjit *për faljen e kamatë vonesave për sigurimet shoqërore* të fasonit (për periudhën 1 Janar 2008 – 31 Mars 2014), rinovimi vjetor i *autorizimit për konsumin e karburanteve*, etj.

Paketa e reformave për mbështetjen e industrisë fason ka rezultuar deri diku e suksesshme, por grupet e interesit kanë diskutuar edhe një sërë problematikash të tjera, ku disa vazhdojnë të jenë në shqyrtim, e disa të tjera janë konsideruar si të papranueshme, si psh.: ndihma e qeverisë për mbojtjen e prodhuesve shqiptar në zbatimin e kontratave me klientët dhe furnitorët e huaj; ngrirja e pagës minimale për një periudhë të paktën katër vjeçare, si një nga faktorët që ndikon edhe në rritjen e konkurrueshmërisë në rajon e më gjerë; rishikimi i shkallës tatimore për tatimin mbi fitimin nga 15% në 10% apo edhe 0% (për 2-3 vjet), për të stimuluar rritjen e prodhimit, gjetjen e kontraktorëve të rinj, diversifikimin e tregjeve si dhe rritjen e numrit të të punësuarve; krijimin e parqeve industriale, "showroom"-eve, etj.

3.5 PERSPEKTIVA E INDUSTRIË FASON NË SHQIPËRI

Zhvillimi i industrisë së fasoneve në Shqipëri varet nga aftësia konkurruese e këtyre bizneseve me ato të vendeve të rajonit. Për këtë, bizneset duhet të jenë sa më inovative dhe të fusin në përdorim një teknologji të avancuar, në mënyrë që t'i lejojë ato të specializohen në prodhimet e tyre. Industria e veshjeve dhe ajo e këpucëve kanë shanse të mëdha për të rritur kapacitetet e tyre prodhuese dhe eksportuese.

Parashikimet makroekonomike flasin në favorin tonë. Në vendet e BE-së, ku dhe ndodhen partnerët/investitorët kryesorë, parashikohen norma rritëse në PBB si dhe kërkesa e këtyre vendeve do të jetë në rritje. Kjo shton shanset e rritjes së kërkesës së këtyre vendeve për mallrat që prodhohen nëpërmjet industrisë fason në Shqipëri. Nga ana tjetër, rritja e eksporteve të këtyre dy sektorëve drejt vendeve partnere gjatë viteve të fundit flet përsëri për një tendencë drejt rritjes edhe për të ardhmen. Presupozohet se me kushtet që ofron tregu i punës dhe klima e biznesit në Shqipëri nga njëra anë, dhe nga ana tjetër cilësia e produkteve që ofrohen, ndikojnë në rritjen e emrit të mirë të produkteve të prodhuara në Shqipëri. Këto faktorë ndikojnë direkt në rritjen e kërkesës.

Pas një eksperience të gjatë në treg, shumë sipërmarrës i kanë kthyer njësitë e tyre prodhuese në një cikël të plotë prodhimi duke dalur me markat e tyre në treg. Këto histori suksesi parashikohen edhe si e ardhmja e këtij sektori. Megjithatë, duhen të ndërmerren disa politika specifike ekonomike nga ana e qeverisë, në mënyrë që të realizohet kthimi i kësaj industrie nga fason drejt asaj me cikël të plotë prodhimi.

Një tjetër objektiv që duhet të arrihet, në mënyrë që kjo industri të zhvillohet më tej, është krijimi i markës shqiptare “made in Albania”. Duhet të arrihet të koordinohet një ofertë e produktit, dizenjimit, modelimit, etj., që këto firma të prodhojnë me cikël të plotë prodhimi (DHFSH, 2015). Kjo mund të arrihet nëpërmjet politikave që rrisin performancën, konkurrueshmërinë dhe promovimin ndërkombëtar, në mënyrë që kompanitë shqiptare të integrohen në zinxhirin global të vlerës. Avantazhet konkurruese për një produkt shqiptar për tregjet europiane mbesin kostot e ulta operacionale, transporti i shpejtë në Europë si edhe eficaenca në prodhim.

Zhvillimi i klasterave mendohet të jetë një zgjidhje optimale për zhvillimin e mëtejshëm të industrisë fason. Klaster i referohet krijimit të një cikli të mbyllur në mbështetje të një industrie (DHFSH, 2015). Pra, klaster është krijimi i një grupi ndërmarrjesh që operojnë lidhur me një industri të caktuar. Në ekonomitë prodhuese, zhvillimi i klasterave është një formë e mirë për rritjen e ciklit prodhues. Edhe arsimimi në vendet ku ekzistojnë klasterat priret drejt formimit profesional të nxënësve që do jenë punonjës të ardhshëm në këto kompani. Kompanitë mbështesin njëra-tjetrën si dhe ndajnë kostot për disa shërbime si teknologjinë, makineritë e dorës së dytë për ndërmarrjet e reja, menaxhimin e mbetjeve industriale, mbështetje nga institucionet kredidhënëse, etj. Të gjitha këto, së bashku, rrisin konkurrueshmërinë e këtyre firmave. Për shembull, në qoftë se industria e këpucëve do të zhvillohej me një cikël të mbyllur (pra të gjitha fazat e prodhimit do të realizoheshin brenda vendit)⁵⁴, kjo do i jepte një zhvillim edhe një sërë industrish të tjera. Mund të nevojiten deri në 70 produkte për të prodhuar këpucët duke filluar nga lëkura, zinxhirët, përçinat, gommat, lidhëset e deri tek etiketat apo kartonat për ambalazhimin e tyre. Ndërmarrjet që do prodhonin këto produkte do e kishin të sigurtë

⁵⁴ Ajo që po llobojnë fort prodhuesit në industrinë fason

tregun për shitje si dhe do të ulëshin kostot e prodhimit deri në masën 40% për prodhuesit e këpucëve.

Industria e fasonit në Shqipëri ka shfaqur tendenca diversifikimi gjatë vitit 2015. Ajo po drejtohet nga montimi i pajisjeve të ndryshme industriale, elektronike dhe elektrike. Kjo industri po sjell më tepër të ardhura në ekonomi dhe paga më të larta për punonjësit. Materialet vijnë nga vendet porositëse, ndërsa montimi realizohet në Shqipëri për shkak të kostove të lira të punës. Në Tiranë janë të paktën 10 kompani që operojnë në një lloj të tillë industrie fasoni. Në qoftë se i referohemi shifrave të INSTAT-it për tregtinë e jashtme, do të shohim se zëri “makineri, pajisje dhe pjesë këmbimi” ka ardhur në rritje.

Gjatë këtyre dy viteve të fundit qeveria i ka kushtuar një vëmendje të veçantë këtij sektori, duke i dhënë prioritet dhe duke ndërmarrë një sërë masash ligjore për lehtësimin dhe nxitjen e rritjes së aktivitetit të tij. Qeveria vazhdon akoma negociatat, dhe kjo mbështetje nuk do të mungojë as në vitet në vijim. Projekte më madhore priten të ndërmerren me krijimin e parqeve industriale për thithjen e investorëve të huaj, “showroom”-eve, pjesmarrje në panaire për promovimin e markës shqiptare, përfshirje në komisionet ligjore, etj.

Pjesa më problematike mbeten kostot prodhuese, të cilat janë rritur gjatë 2015. Është rritur çmimi i energjisë me më shumë se 30% si dhe është rritur tatimi fitimi mbi qiratë dhe dividendin në masën 50% (nga 10% është bërë 15%). Këto kanë ndikuar në rritjen e kostove të prodhimit në masën 30%. Pavarësisht masave të tjera lehtësuese, qeveria duhet të ketë kujdes pasi sektori i fashioneve është mjaft i ndjeshëm ndaj ndryshimit në kostot e punës.

Sikurse përmendet edhe nga Anamali (2015) në analizën që i bën potencialeve të vendeve të Europës Juglindore, Shqipëria në krahasim me vendet e tjera, paraqitet si një vend me kosto të ulëta, me një mjedis investimi në nivele mesatare, me një cilësi infrastrukture të pranueshme, si me një rrezik të moderuar, por me aftësi punëtore të ulëta. Për këtë arsye, theksi duhet vënë fort në zhvillimin e shkollave profesionale në mënyrë që të kemi një fuqi punëtore më të kualifikuar.

3.6 CALL CENTER

3.6.1 Kuptimi dhe funksionimi i biznesit të call center-ave

Një qendër kontakti mund të përkufizohet si një sistem i koordinuar njerëzish, procesesh, teknologjish dhe strategjish, që japin informacione nëpërmjet kanaleve të përshtatshme të komunikimit. Nëpërmjet bashkëbisedimit, ato krijojnë vlerë si për klientin, ashtu edhe për organizatën (Cleveland, 2012). Një qendër e tillë ka një vend pune të hapur për të gjithë operatorët e qendrës, me nga një “vend pune” për secilin, që përfshin një kompjuter, një telefon apo kufje dhe një ose më tepër pika mbikqyrjeje. Qendra mund të punojë në mënyrë të pavarur, ose në rrjet me qendra të tjera, shpesh të lidhura me rrjetin kompjuterik të një kompanie.

Një qendër kontakti është një pikë tek e cila mbahen të gjitha kontaktet me klientin. Përmes këtyre qendrave qarkullon një informacion i vlefshëm drejt njerëzve të synuar, mblidhen dhe regjistrohen të dhëna, etj. Në përgjithësi, kjo është pjesa e menaxhimit të marrëdhënieve me klientët në një kompani.

Këto qendra, përveçse me termin “qendra kontakti”, i ndeshim edhe me terma të tilla si: qendra ndërveprimi, qendra të kujdesit ndaj klientit, qendra të suportit për klientin, qendra të komunikimit me klientin, qendra shërbimi për klientin, qendra të shitjes, qendra të suportit teknik, “help-desk”, linja të informimit, etj. Sot, gjithnjë e më tepër, këtyre qendrave të kontaktit po i referohemi si “call center” (qendër e thirrjes), megjithëse ato që janë brenda kësaj industrie preferojnë njërën nga alternativat e mësipërme, sidomos qendër kontakti apo qendër e suportit teknik (Cleveland, 2012). Gjatë këtij punimi do i referohem gjërësisht si call center (CC).

Call Center-at kanë filluar të krijohen diku nga mesi i viteve 1960 në Britaninë e Madhe dhe u njohën nën emrin PABX (Private Automated Business Exchanges). Rreth viteve 1970-1980, zhvillimet teknologjike rritën rëndësinë e CC-ve për bizneset. Gjatë kësaj periudhë shumë firma të njohura i ngritën në Britani qendrat për të kontaktuar me klientët. Sot janë të përhapura në më shumë se 30% të vendeve të botës. Termi call center ka filluar të përdoret pas viteve 1983 (CCHM, 2011). Në 1985, Direct Line u bë kompania e parë që shiste policat e sigurimit bazuar vetëm në telefonata. Teknologjia e call center-ave u mundësoi këtyre kompanive të kryenin të gjitha shitjet nëpërmjet telefonatave.

Gjatë viteve 1990, me përparimet e mëtejshme teknologjike dhe me zhvillimin e internetit, shumë kompani filluan të shisnin nëpërmjet faqeve të tyre on-line. Call center-at në këtë periudhë u fokusuan më tepër te shërbimi ndaj klientëve dhe suporti teknik. Në Britaninë e Madhe kjo industri vazhdonte të rritej. Në vitin 2003 gjendeshin 5320 call center-s ku punësoheshin rreth 800,000 punonjës. Industria ishte rritur me 250% që nga vitit 1995 (CCHM, 2011). Në vitin 2011 numëroheshin rreth 1 milion të punësuar.

Në fillim të viteve 2000 u vu re një trend i kompanive të mëdha për t’a zhvendosur shërbimin përtej kufijve. Kostoja e lirë e punës dhe në disa raste edhe aftësi më të mira në fuqinë punëtore, i bëri CC-t përtej kufijve një biznes mjaft tërheqës për të reduktuar kostot. Vende si India, Filipinet apo Afrika e Jugut u panë si destinacione të mira për CC-t. India ishte veçanërisht e famshme për numrin e madh të të diplomuarve të gatshëm për të punuar me paga më të ulta në CC si dhe të aftë si agent për suport teknik nëpërmjet telefonit.

Vendosja e CC-ve përtej kufijve e ngadalësoi ritmin e rritjes së CC-ve në Britani dhe në vendet e zhvilluara, por pas disa vitesh klientët filluan të ankoheshin për anglishten që nuk ishte aq e kuptueshme përtej telefonit. Kompanitë që shpërngulën shumicën e aktivitetit përtej kufijve tërhoqën në mënyrë masive vëmendjen e mediave dhe shoqërisë në tërësi për zhvendosjen e vendeve të punës.

Gama e shërbimeve që ofrojnë CC-të është mjaft e larmishme. Ato japin suport teknik klientëve të një kompanie për një produkt të caktuar dhe asistojnë në përdorimin e pajisjes apo software-t. Ky lloj shërbimi përdoret nga kompanitë kompjuterike, kompanitë e telekomunikacionit apo edhe nga industritë e pajisjeve konsumatore elektronike. Nga ana tjetër, CC-të që operojnë me shërbime ndaj klientit, u japin përgjigje pyetjeve specifike të klientëve në sektorin bankar apo dhe në sektorë të tjerë shërbimesh në lidhje me llogaritë ose pagesat e tyre, apo edhe duke i’u përgjigjur klientëve lidhur me ankesat e tyre si edhe duke marrë masa kompensuese për klientët e pakënaqur. CC-të përdoren gjërësisht edhe për aktivitete shitjeje ose marketingu.

Proçesi i nënkontraktimit të punës me CC-të në vendet e Europës juglindore ka ardhur duke u rritur vitet e fundit. Kjo ka ardhur kryesisht si rezultat i zhvillimeve të

mëdha teknologjike, rënies së tarifave të telekomunikimit, si dhe burimeve njerëzore të arsimuara dhe poliglote në vendet e EJT-së. Nga ana tjetër, krizat ekonomike që goditën vendet e Europës, kanë shtyrë shumë firma të huaja CC që t'i mbyllin vendet e punës në shetet e tyre, dhe t'i hapin ato në vendet në zhvillim, ku dhe kostoja e punës është më e lirë. CC-të në vendet në zhvillim mund të jenë një zgjedhje mjaft e mirë për shërbime në gjuhën angleze, franceze, gjermane, italiane, spanjolle apo greke.

3.6.2 Avantazhet e Shqipërisë për zhvillimin e Call Center-ave

Shqipëria ofron disa avantazhe për bizneset e CC-ve të tilla si: kosto e lirë e punës, njohja dhe rrjedhshmëria në të folur e gjuhëve të huaja, orari, afërsia gjeografike, arsimimi, karakteri i fortë ballkanas dhe ngjashmëria kulturore me vendet europiane.

Kosto e lirë e punës – Ashtu siç e përmendëm edhe në seksionin 3.2, Shqipëria është një ndër vendet me kosto më të ulëta të punës. Ka diferenca të mëdha në pagë mes shteteve të zhvilluara që nënkontraktojnë punën dhe Shqipërisë. Në qoftë se pagat mesatare për orë pune në Gjermani, Austri, Itali, Angli, Spanjë, Francë e Greqi variojnë nga 14.6 euro (Greqi) deri në 34.6 euro (Francë), në Shqipëri një punonjës paguhet mesatarisht 2.2 euro për orë pune (Eurostat, 2015). Janë diferenca të tilla të mëdha që kanë shtyrë CC-të e vendeve të zhvilluara të nënkontraktojnë punët e tyre kryesisht në vendet në zhvillim. Nga ana tjetër, Shqipëria ofron dhe pagat minimale më të ulta ndër vendet e EJT-së, me vetëm 157 euro, ndërkohë që në vendet e rajonit paga minimale varion nga 184 euro në Bullgari deri në 396 euro në Kroaci⁵⁵ (FedEE, 2015).

Njohja e gjuhëve të huaja – Shqipëria, gjithnjë e më tepër po bëhet vendi më konkurrues në Ballkan si rezultat i rrjedhshmërisë së lartë të gjuhëve të huaja mes të rinjve. Në përgjithësi, çdo student shqiptar flet mirë gjuhën italiane dhe angleze. Nuk janë të pakët edhe ato që flasin gjermanisht, frëngjisht, spanjisht e greqisht (Monitor, 2014). Cilësia e mirë e gjuhëve të huaja që flasin shqiptarët e bën atë një ndër vendet më atraktive mes vendeve me kosto të ulët pune.

Orari – Të paturit të njëjtin orar me shumicën e vendeve europiane, është një avantazh për vendin tonë pasi oraret korrespondojnë me ato të klientëve që telefonojnë, pa patur nevojë për sforcime të operatorëve.

Afërsia gjeografike – Të qenurit afër me investitorin është një avantazh pasi kontrolli mbi CC-të ku ato kanë investuar është më i madh. Në këtë mënyrë është më afër fizikisht me kontrollin e drejtimit, puna për trajnimet mund të kryhet më me efikasitet, etj.

Arsimimi – Shumica e operatorëve të punësuar në CC-t shqiptare janë studentë ose të sapodiplomuar që nuk kanë gjetur punë në profesionet e tyre, si të diplomuar në juridik, ekonomik, shkenca sociale, etj.

Karakterit i fortë ballkanas dhe ngjashmëria kulturore – Operatorët shqiptar janë konfirmuar tashmë si punonjës me një vendosshmëri të lartë dhe shumë këmbëngulës gjatë shitjeve. Gjithashtu, ngjashmëria kulturore me vendet europiane, më tepër se sa ajo indiane⁵⁶ me ato europiane, i jep përparësi vendit tonë.

⁵⁵ Përjashtoj këtu Kosovën e cila ka dy nivele të pagës minimale. Për më tepër referoj seksionin 3.2.

⁵⁶ Ku ekziston një treg i madh për thithjen e shërbimeve të CC-ve

3.6.3 Zhvillimi i Call Center-ave në Shqipëri

Vitet e fundit, sidomos pas krizës financiare të vitit 2012, shumë biznese në Shqipëri u ndeshën me vështirësi të mëdha financiare dhe shumë prej tyre nuk i mbijetuan krizës. E kundërta ka ndodhur me biznesin e CC-ve; ato kanë ardhur duke u rritur në numër gjatë viteve. Ndërsa në vitet 2005-2006 numëroheshin diku te pesë deri në dhjetë kompani CC-sh, sot ato e kanë kaluar shifrën njëqind. Kompania e parë që u hap në Shqipëri ishte Intercom Data Service (IDS) e cila e nisi aktivitetin në vitin 2005 me vetëm 20 të punësuar (Monitor, 2013) dhe në fund të vitit 2013 ajo rezulton me 3015 të punësuar (Liperi, 2015). Nuk ka një shifër të saktë të ndërmarrjeve aktive që operojnë në këtë sektor. Instituti i Statistikave i ka të klasifikuara këto biznese në sektorin e informacionit dhe telekomunikacionit. Aty përfshihen edhe mediat, kompanitë telefonike, kompanitë e shpërndarjes së internetit, call center-at, etj. Numri i regjistrimit të këtyre kompanive është rritur gjatë viteve siç edhe paraqitet në figurën 3.9 dhe aktualisht në këtë grup janë 2590 ndërmarrje të regjistruara (INSTAT, 2015). Ndërsa, sipas QKR-së numri i bizneseve CC në fund të Korrikut 2014 ka qenë 233, dy-fishi i numrit të një viti më parë (Monitor, 2014). Në tabelën 3.14 jepet edhe numri i ndërmarrjeve të informacionit dhe komunikacionit të ndara sipas pronësisë sipas INSTAT (2015).

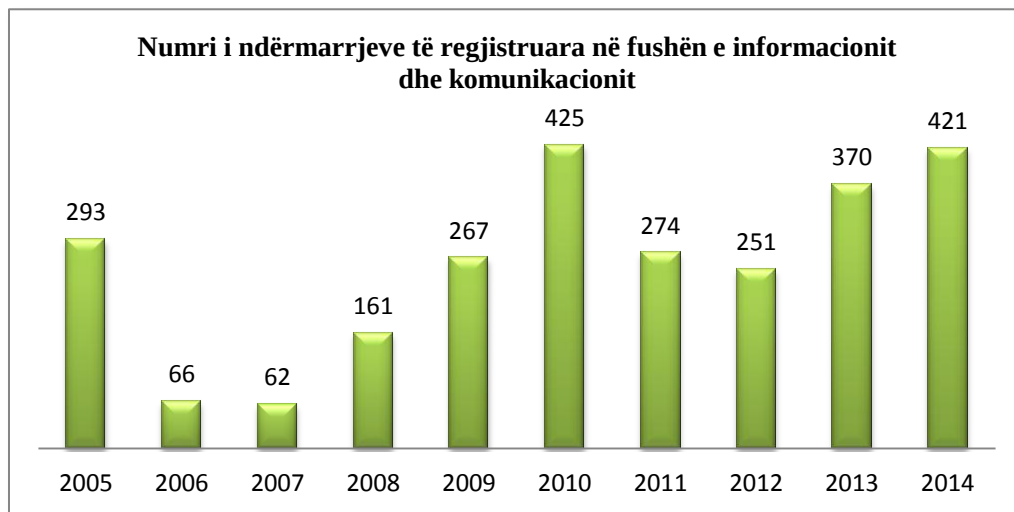


Figura 3. 9. Numri i ndërmarrjeve në fushën e informacionit dhe komunikacionit
Burimi: INSTAT (2015)

Kapitali i vogël financiar që duhet për të filluar këtë biznes është një ndër faktorët kryesor që ka çuar në rritjen e numrit të CC-ve në Shqipëri. Nga ana tjetër, nqs firma ka kontrata me klientë të mëdhenj jashtë vendit, me një menaxhim të mirë, sukcesi është i sigurtë. Për një kompani me rreth 100 punonjës, nevojitet një investim fillestar diku te 60-70 mijë euro (Monitor, 2013). Sipas një analize të bërë bilanceve të tre kompanive më të mëdha në tregun e CC-ve⁵⁷, rreth 70% të shpenzimeve totale operative përbëhen prej kostove të punës (paga dhe sigurime), ndërsa pjesa tjetër ka të bëjë me mirëmbajtjen dhe

⁵⁷ Intercoma Data Service (IDS), Albania Marketing Service, Albacall

me qiranë e ambientit të punës. Marzhi i fitimit përpara taksave është mesatarisht 20% (Monitor, 2014).

Shumica e kompanive janë me kapital të huaj, por këto 2-3 vitet e fundit kemi edhe hapjen e CC-ve me kapital të përbashkët ose vendas. Kjo si rezultat i kapitalit jo shumë të madh që nevojitet. Qyetet kryesore, me numrin më të madh të kompanive CC, janë Tirana, Durrësi, Shkodra dhe Vlora si pasojë edhe e numrit të madh të të rinjve të përqendruar në këto qytete, duke mos lënë mënjane edhe lidhjet historike që këto qytete kanë patur me Italinë, prej nga vijnë edhe investitorët kryesor. Një numër i madh kompanish si “Vodafone”, “Wind”, “Sky Italia” realizojnë tashmë shërbimin e tyre ndaj klientëve nëpërmjet Shqipërisë.

Tabela 3. 14. Numri i ndërmarrjeve aktive të informacionit dhe komunikacionit sipas pronësisë

Aktiviteti Ekonomik	Gjithsej	Shqiptare	Të huaja e të përbashkëta	Të huaja	Të përbashkëta	
					Mbizotërim Shqiptar	Mbizotërim i Huaj
Informacioni dhe komunikacioni	2,590	2,390	200	152	14	34

Burimi: INSTAT (2015)

Duke u nisur nga një normë e lartë e papunësisë për studentët dhe të sapo diplomuarit, CC-të mbasin një alternativë shumë e mirë punësimi. Pagesa është në varësi të orëve të punës dhe kjo rrit fleksibilitetin dhe e bën edhe më atraktiv një vend punë të tillë për ato që vazhdojnë ende studimet. Mosha mesatare e të punësuarve janë studentë rreth 20-22 vjeç dhe numri i të punësuarëve, jo zyrtarisht, llogaritet rreth 10,000-20,000 (Monitor, 2014).

Gama e shërbimeve që ofrojnë CC-t në Shqipëri është mjaft e larmishme. Shërbimet janë “inbound” (telefonata hyrëse) dhe “outbound” (telefonata dalje). Të parat kanë kryesisht lidhje me shërbimin ndaj klientëve. Operatorët shqiptar i’u përgjigjen pyetjeve të konsumatorëve që instalojnë pajisje elektronike, apo pyetjeve të tjera që kanë lidhje me një produkt të firmës. Ndërkaq, nëpërmjet telefonatave dalje operatorët u tregojnë ofertat e reja klientëve të një kompanie telekomunikacioni, u shpjegojnë konsumatorëve potencial ofertat e ndryshme për sigurimin e jetës, makinave, etj., dhe deri tek mbyllja e nënshkrimi i kontratave në emër të kompanisë së sigurimit (Monitor, 2013).

Niveli i xhiros së kësaj industrie dhe numri i të punësuarve mbetet akoma një çështje e mbajtur peng nga informaliteti. Ndryshe nga fasonet, ku xhiroja mund të matet nga niveli i eksporteve, ajo e CC-ve është pothuajse e pamatshme. E njëjta gjë vlen edhe për numrin e të punësuarve, pasi shumë kompani kanë një numër të madh të punësuarish edhe part-time. CC-të nuk janë as të organizuara në ndonjë shoqatë që të mund të mbrojnë interesat e tyre, megjithëse në vitin 2015 kemi hapjen e qendrës “Albanian outsourcing center”, e cila po asiston këto biznese në marrëdhëniet me investitorët dhe mbështetje të tjera operationale.

3.7 PËRMBLEDHJE E KAPITULLIT

Në gjithë këto vite tranzicion në vendin tonë duket që industrisë fason nuk i është kushtuar vëmendja e duhur. Kjo reflektohet në mungesën e statistikave të sakta (si nga institucionet shtetërore, ashtu edhe nga shoqatat/organizatat e bizneseve), qoftë për numrin e kompanive, numrin e të punësuarve në këto kompani, kapacitetet prodhuese, investimet e kryera etj. (pavarësisht përpjekjeve të bëra nga DHFSH).

Duke e parë nga këndvështrimi i firmave fason shqiptare, mund të themi se arsyet kryesore të thithjes së klientëve për të nënkontraktuar proceset e prodhimit me firmat shqiptare janë: kostoja e lirë e punës, afërsia gjeografike me tregjet europiane, fuqia punëtore e kualifikuar, shpejtësia e lëvrimit të produktit të prodhuar, kuadri ligjor mbi investimet e huaja, sistemi tatimor ndër vite, kodi doganor, procedurat e regjistrimit të biznesit, marrëveshjet e tregtisë të nënshkruara nga Shqipëria, dhënia me qera shumë të ulëta të pasurive shtetërore, eksperiencia shumëvjeçare në treg me firma të njohura europiane, etj. Ndërsa për bizneset e Call Center-ave Shqipëria ofron këto avantazhe: kosto e lirë e punës, njohja dhe rrjedhshmëria në të folur e gjuhëve të huaja, orari, afërsia gjeografike, arsimimi, karakteri i fortë ballkanas dhe ngjashmëria kulturore me vendet europiane.

Pjesa më problematike mbeten kostot prodhuese, të cilat janë rritur gjatë 2015. Është rritur çmimi i energjisë me më shumë se 30% si dhe është rritur tatim fitimi mbi qiratë dhe dividendin në masën 50% (nga 10% është bërë 15%). Këto kanë ndikuar në rritjen e kostove të prodhimit në masën 30%. Taksimi i përgjithshëm në Shqipëri për një biznes shkon në 36.5%, kur norma tatimore mesatare rajonale është 24%. *Pavarësisht masave të tjera lehtësuese, qeveria duhet të ketë kujdes pasi sektori i fasonëve është mjaft i ndjeshëm ndaj ndryshimit në kostot e punës.*

KAPITULLI 4 – METODOLOGJIA E STUDIMIT DHE ANALIZA E TË DHËNAVE

Në këtë kapitull do të përshkruhet metodologjia e përdorur dhe analiza e të dhënave për t'iu përgjigjur pyetjeve kërkimore të këtij studimi.

4.1 METODOLOGJIA E STUDIMIT

Ky studim u fokusua në përcaktimin e faktorëve kryesorë të riskut të brendshëm dhe të jashtëm që ndeshin firmat me nënkontraktime në distancë që operojnë në Shqipëri. Duke shqyrtuar këto faktorë, u synua identifikimi i atyre që kanë më tepër ndikim mbi performancën financiare të firmave. Realizimi i këtij qëllimi është arritur nëpërmjet hulumtimit të tematikës duke zgjedhur dhe zhvilluar një model të përshtatshëm kërkimor duke filluar që nga rishikimi i literaturës, formulimi i pyetjeve kërkimore, formulimi i hipotezave e deri te metodat e mbledhjes dhe analizës së të dhënave.

4.1.1 Qëllimi, pyetjet kërkimore dhe hipotezat e studimit

Qëllimi bazë i studimit ishte evidentimi i faktorëve të riskut, të brendshëm dhe të jashtëm, që ndikojnë në objektivat financiar të firmave me nënkontraktime që operojnë në vendin tonë. Gjatë këtij studimi u bë përpjekje për të identifikuar ato faktorë, statistikisht të rëndësishëm, që ndikonin performancën financiare të kompanive të marra në studim. Lidhja mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare u përcaktua më mirë duke analizuar firmat edhe nga disa karakteristika të tjera siç ishin madhësia e firmës, mosha, lloji i sektorit ku operon dhe pronësia⁵⁸.

Pyetja kërkimore kryesore e studimit ishte:

Cilët faktorë të riskut ndikojnë performancën financiare të firmave që operojnë me nënkontraktime në distancë?

Nga pyetja kërkimore kryesore lindën edhe nënpyetjet e mëposhtme:

- Cilët faktorët të brendshëm të riskut (strategjik, operacional, financiar) ndikojnë në performancën financiare?
- Cilët faktorët të jashtëm të riskut (strategjik, operacional, financiar) ndikojnë në performancën financiare?
- A ndikojnë madhësia e firmës, mosha e saj dhe sektori ku ajo operon, në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare?
- A ekzistojnë ndryshime në performancën financiare sipas pronësisë së firmës?

Bazuar në qëllimin e studimit dhe pyetjet kërkimore të cilave donim t'u jepnim shpjegim, pas rishikimit të literaturës, u ndërtua modeli konceptual i punimit si në figurën 4.1. Filozofia e kërkimit, e bazuar në kontekstin e marrëdhënieve për t'u studiuar, është fokusuar në studimin përshkrues të çështjeve të faktorëve të riskut dhe performancës

⁵⁸ Pronësia i referohet mënyrës se si firmat e huaja që punojnë me nënkontraktime kanë hyrë në tregun tonë (nëpërmjet investimeve të huaja direkte vertikale, duke nënkontraktuar me firma vendase apo kombinim i të dyjave)

financiare të kompanive, si dhe në analizimin e lidhjes statistikore mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, apo edhe ndikimit të faktorëve moderues në këtë lidhje dhe atij të kontrollit (të cilat do të shpjegon më hollësisht në seksionin tjetër).

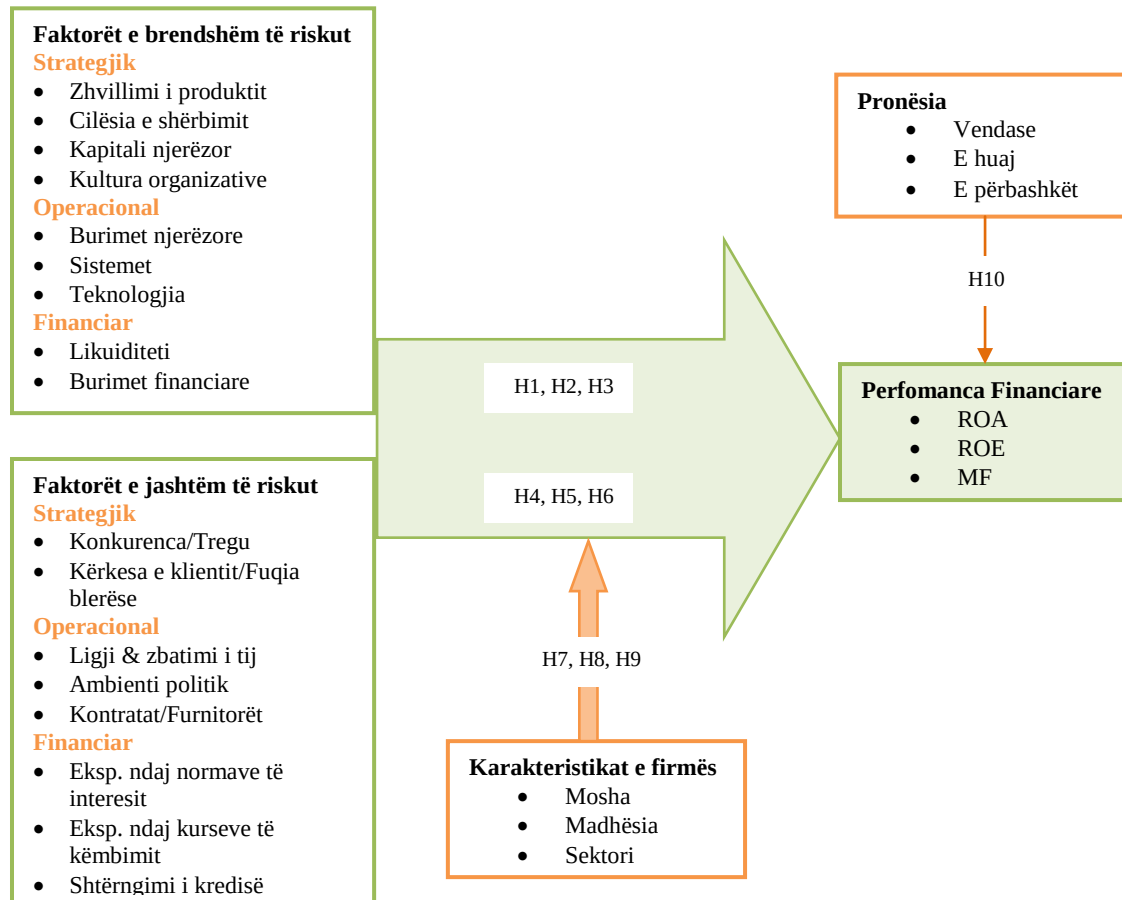


Figura 4. 1. Modeli konceptual i punimit

Bazuar në prezantimin skematik të modelit konceptual, hipotezat bazë kryesore të propozuara për studim ishin:

H1: Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë në performancën financiare.

H2: Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë në performancën financiare.

H3: Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë në performancën financiare.

H4: Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë performancën në financiare.

H5: Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë performancën në financiare.

H6: Faktorët e jashtëm të riskut financiar ndikojnë performancën në financiare.

H7: Mosha e firmës ndikon në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

H8: Madhësia e firmës ndikon në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

H9: Sektori i firmës ndikon në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

H10: Ekzistojnë ndryshime në performancën financiare si pasojë e pronësisë së firmës.

4.1.2 Metodologjia dhe qasja e modelit të kërkimit

Hapat në të cilat ka kaluar ky studim janë: rishikimi i literaturës, formulimi i pyetjes kryesore kërkimore dhe i nënpyetjeve kërkimore, hartimi i modelit konceptual, përcaktimi i hipotezave, hartimi i pyetësorit, mbledhja e të dhënave, përpunimi dhe analizimi i të dhënave dhe në fund nxjerrja e rezultateve dhe e rekomandimeve.

Në përgjithësi, ky studim ka një qasje induktive, ku nëpërmjet testimit empirik të të dhënave të grumbulluara (përmes pyetësorëve dhe pasqyrave financiare), për të vërtetuar hipotezat e ngritura, mundohet të interpretoj rezultatet duke u bazuar dhe krahasuar me studimet e mëparshme empirike.

Për sa i përket stilit të përdorur te kapitulli i dytë, është përdorur metoda “*grounded theory*”, sipas së cilës është grumbulluar i gjithë informacioni teorik mbi çështjet e trajtuara, si edhe lidhja teorike që ekziston mes variablave të marrë në studim. Ndërsa, te kapitulli i tretë është përdorur kryesisht metoda *deskriptive*, duke dhënë një tablo e përgjithshme e situatës aktuale të kompanive që operojnë me nënkontraktime në distancë në vendin tonë. Gjithashtu, po në këtë kapitull është përdorur edhe metoda *krahasuese*, pasi janë bërë krahasime mes Shqipërisë e vendeve të rajonit për të kuptuar më mirë situatën ekonomike të kompanive që operojnë në Shqipëri. Në kapitullin e analizës së rezultateve janë përdorur kryesisht metoda sasiore, por nuk mungojnë edhe ato cilësore në seksionin 4.2.1. Analiza e të dhënave të këtij studimi është e ndarë në dy pjesë kryesore: pjesa përshkruese dhe pjesa e analizës me metodat statistikore.

Pjesa përshkruese e punimit është e bazuar kryesisht në të dhëna sasiore primare (të përfituara nëpërmjet pyetësorit të realizuar) dhe sekondare (informacione të marra nga pasqyrat financiare të firmave të përfshira në studim), të ndërthurura edhe me të dhëna cilësore të përfituara nga intervista të pastrukturuara me drejtuesit e disa prej kompanive të përfshira në studim. Ato janë të ndërthurura gjatë pjesës përshkruese së bashku me analizën e të dhënave sasiore.

Ndërsa, pjesa e analizës statistikore, ku përshkruhet marrëdhënia mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, si dhe ndikimit të faktorëve moderues në këtë lidhje dhe i atij të kontrollit, është e bazuar në të dhëna sasiore primare (të përfituara nga pyetësori) dhe sekondare (informacioni financiar i kompanive i marrë nga pasqyrat e tyre financiare).

4.1.3 Mbledhja e të dhënave dhe pyetësori

Mbledhja e të dhënave të këtij studimi është realizuar nëpërmjet pyetësorëve. Këto pyetësor u realizuan gjatë periudhës Tetor-Dhjetor 2015. Mostra e zgjedhur ishte *aksidentale*, e cila nënkupton që u targetuan kompanitë në bazë të disa karakteristikave dhe iu drejtua për të plotësuar pyetësorin. Këto kompani u evidentuan në bazë të listave të marra nga dega e Tatimeve për qytetin e Shkodrës, ndërsa për rrethet u synuan ato kompani për të cilat ekzistonte një kontakt nga njerëz të njohur. Shumica e kompanive të marra në studim operojnë në qytetin e Shkodrës, ndërsa pjesa tjetër operojnë në Tiranë,

Durrës, Berat, Fier, etj. Në fillim u morr lista kompanive që operojnë me nënkontraktme në distancë nga dega e Tatim-Taksave, Shkodër. Kjo listë u krahasua edhe me listën e DHFSH, dhe më pas u ndërmorrën kontaktet me secilën prej tyre. Një pjesë e tyre rezultojnë që e kishin ndërprerë aktivitetin e tyre, një pjesë rezultojnë që e kishin filluar aktivitetin pas vitit 2012, gjë që nuk i përfshinin dot në studim, meqenëse periudha financiare që u vendos për t'u studjuar ishte 2012-2014. Pjesa tjetër e pyetësorëve u plotësuan nëpër rrethet e tjera të Shqipërisë. Duhet të theksoj se nuk ka qenë e aspak i lehtë plotësimi i pyetësorëve nga ana e kompanive, pasi hezitoni të jepnin informacionin financiar (sidomos ato kompani që nuk i kishin publike as te faqja e internetit e QKR-së pasqyrat e tyre financiare). Janë kontaktuar rreth 130 kompani, por vetëm 73 pyetësorë rezultuan të vlefshëm për analizën e mëtejshme⁵⁹. Ky është një numër relativisht i vogël për një studim dhe do të mbetet një ndër kufizimet e këtij studimi. Megjithatë, duke parë se kompanitë i përkasin një sektori të caktuar, besoj se ky numër është përfaqësues.

Hartimi i pyetësorit kaloi në disa faza: fillimisht u grumbullua literatura dhe u përgatit skeleti i pyetësorit i bazuar në aspekte teorike të çështjeve. Më pas u realizuan intervista të pastrukturuara me disa përfaqësues të bizneseve që operojnë në sektorin me nënkontraktme ndërkombëtare, duke bërë kështu adaptimin e pyetjeve në lidhje me realitetin e ekonomisë shqiptare. Më pas, pyetësori u prezantua edhe para komisionit të departamentit të Financë-Kontabilitetit të Fakultetit të Biznesit të Universitetit të Durrësit. Aty u morën sugjerime dhe kritika mjaft të vlefshme të cilat i dhanë formën thujse përfundimtare pyetësorit. Më pas, pyetësori u testua në 6 kompani dhe me një ekspert kontabiliteti (për pjesën e informacionit financiar). Ato dhanë sugjerimet e tyre në lidhje me ndryshimin e ndonjë terminologjie, shtimin apo heqjen e ndonjë pohimi apo elementi, në mënyrë që të ishte më i kuptueshëm për personat që do ta plotësonin atë. Pas përfundimit të fazës së testimit, pyetësori ishte i gatshëm për t'iu shpërndarë kompanive.

Pyetësori u nda në tre seksione. Seksioni i parë përfshinte mbledhjen e informacioneve të përgjithshme të kompanisë, seksioni i dytë përfshinte informacionin financiar dhe seksioni i tretë kishte lidhje me marrjen e informacionit rreth faktorëve që shkaktonin risk për kompaninë⁶⁰.

Pyetësorët u plotësuan nga menaxherët/pronarët e kompanive dhe nga financierët e tyre (pjesa e informacionit financiar). Megjithatë, për të parë saktësinë e informacionit financiar, ai është krahasuar edhe me informacionin nga pasqyrat financiare të kompanive të publikuara në faqen e QKR-së.

4.1.4 Matja e variablave

Në këtë seksion do të shpjegohet mënyra se si janë matur secili nga variablat që do të përfshihet në studim.

4.1.4.1 Faktorët e brendshëm strategjik

Katër variablat që u përdorën për të matur faktorët e brendshëm strategjik ishin: *zhvillimi i produktit, cilësia e shërbimit, kapitali njerëzor dhe kultura e biznesit*. Secili

⁵⁹ Një pjesë nuk kanë kthyer përgjigje, një pjesë kanë patur mangësi në të dhënat financiare e një pjesë e kishin aktivitetin e filluar pas vitit 2012.

⁶⁰ Pyetësori i plotë gjendet në Apendiks në fund të punimit.

nga këto variabla u matën me një grup pohimesh/elementesh të matura me shkallë Likert 5 pikëshe.

Zhvillimi i produktit

Siç u trajtua edhe në kapitullin 2, zhvillimi i produktit të ri, ose inovacioni është mjaft i rëndësishëm për ecurinë e firmës dhe ndikon pozitivisht performancën e saj (Lumpkin & Dess, 1996; Zehir, Yilmaz, & Velioglu, 2008; Pauwels, etj., 2003; Waghamare, etj., 2011; Waghamare, etj, 2011). Në studimin e tyre Zehir, etj. (2008) studjuan edhe lidhjen mes inovacionit dhe performancës së firmës. Ato e matën inovacionin e firmës përmes 4 pohimeve me anë të shkallëve të Likertit 5-pikëshe. Elementet e përdorura ishin testuar edhe në kërkime të mëparshme dhe ishin provuar që qëndronin teorikisht. Gjithashtu edhe në publikimin e Indartit dhe Postmas (2013), inovacionin e produktit e masin me anë të 6 pohime me anë të shkallëve 5 pikëshe të Likertit. Nga ana tjetër, në një publikim të OECD-s dhe Eurostatit, i titulluar Manuali Oslo, jepen guida për mbledhjen dhe interpretimin e të dhënave të inovacionit (OECD; Eurostat, 2005). Duke u bazuar në këto studime, u vendos që zhvillimi/përmirësimi i produkteve/shërbimeve të matej përmes 4 pohimeve me shkallë Likerti 5 pikëshe duke u kërkuar drejtuesve të kompanive të shprehnin dakordësinë e tyre në lidhje me çështjet që i përkisnin inovacionit të produkteve/shërbimeve në kompanitë e tyre. (Pyetja 10 në pyetësor)

Cilësia e shërbimit

Cilësia e shërbimit ka një ndikim pozitiv mbi performancën e firmës. (Nair 2006; Fuentes, Montes dhe Fernandez, 2006; Sadikoglu & Olcay, 2014). Firmat duhet t'i kushtojnë rëndësi cilësisë së shërbimit. Ajo duhet t'i kushtojë rëndësi dhe vazhdimisht të marrë “feedback” nga klientët në mënyrë që të përmirësojë cilësinë e shërbimit. Në qoftë se firma i merr në kohë pritshmëritë dhe nevojat e klientëve, ajo do të investojë në ato zona ku është e nevojshme përmirësimi i cilësisë, e kështu do të rrisë shitjet, pjesën e tregut dhe përfitueshmërinë totale (Sadikoglu & Olcay, 2014).

Ka dimensione të ndryshme për të matur cilësinë e shërbimit, si realizimi në kohë, përgjegjshmëria, efektiviteti, disponueshmëria, rezultatet e auditit, kontrolli i kostove, siguria, besueshmëria, etj (Cochran, 2015), ndërsa Sadikoglu & Olcay (2014) e matën me anë të përshtatjes së disa pohimeve nga studime të mëparshme, duke i matur me shkallë Likert 5 pikëshe.

Bazuar në studimet e mësipërme, cilësia e shërbimit u mat përmes pesë elementeve të matura me shkallë Likerti 5 pikëshe, ku drejtuesve të kompanive i'u kërkuua të tregonin nivelin e rëndësisë që ato i kushtonin elementeve të cilësisë së shërbimit në kompanitë që drejtonin. (Pyetja 11 në pyetësor)

Kapitali njerëzor

Nga studimi i literaturës mbi kapitalin njerëzor, u pa që ekziston një lidhje pozitive mes tij dhe performancës së organizatës (Waghamare, etj., 2011; Bontis & Fitzenz, 2002; Seleim, Ashour, & Bontis, 2007; Dooley, 2000; Kraja, 2013). Elementeve të kapitalit njerëzor duhet t'i kushtohet rëndësi në mënyrë që të rritet produktiviteti dhe të ofroj avantazhe konkurruese për firmën (Schultz, 1993).

Autorë të ndryshëm e kanë matur me forma të ndryshme investimin që bën firma në kapitalin njerëzor. Marimuthu, Arokiasamy, & Ismail (2009) e matën nëpërmjet trajnimit, edukimit, njohurive dhe aftësive të punonjësve. Carmeli dhe Tishler (2004) iu referuan nëpërmjet kompetencave që zotërojnë punonjësit dhe e matën atë me një instrument prej gjashtë elementesh të matura me shkallë 5 pikëshe të Likertit. Bhattacharya, etj (2005) e matën nëpërmjet fleksibilitetit të punonjësve, duke e matur me pesë elementë me shkallë 5 pikëshe të Likertit. Ato që ndeshen më shpesh janë nëpërmjet politikave të rekrutimit, trajnimit, mobiliteteve të punonjësve, angazhimit të tyre, etj. (Naqvi & Nadeem (2011); Kraja (2013)).

Në këtë punim, kapitali njerëzor, duke u bazuar në literaturën ekzistuese, u mat me anë të 5 elementeve me shkallë Likert 5 pikëshe, ku drejtuesve të firmave i'u kërkua të shprehnin rëndësinë që këto elementë të kapitalit njerëzor kanë në kompanitë që ato drejtojnë. (Pyetja 12 në pyetësor)

Kultura organizative

Pavarësisht diskutimeve të shumta se si ndikon kultura organizative në performancën financiare të firmave, Chatman, Caldwell, O'reilly dhe Doerr (2014) sugjeruan që ajo duhet konsideruar në tre aspekte: konsensusi kulturor, intensiteti i normave dhe përmbajtja e tyre. Në këtë mënyrë u konfirmuan studimet e hershme që kultura ka një lidhje pozitive me performancën financiare, pavarësisht ambientit dinamik ku operojnë firmat sot.

Në studimin e tyre, Chatman, etj. (2014), sugjeruan që kultura duhet të matej përmes një grupi elementesh që përbëjnë normat dhe më konkretisht e matën me 54 pohime me anë të shkallëve Likert 9 pikëshe. Ndërkohë Shoraj (2014) përdori 16 pohime të matura me shkallë Likert 5-pikëshe.

Bazuar në literaturën mbi kulturën organizative, në këtë punim u vendos që ajo të matej përmes 8 elementeve, ku drejtuesve të kompanive i'u kërkua të shprehnin rëndësinë (nëpërmjet shkallëve Likert 5-pikëshe) që këto elementë kishin në kompanitë që ato drejtonin. (Pyetja 13 në pyetësor)

4.1.4.2 Faktorët e brendshëm operacional

Tre variablat që u përdorën për të matur faktorët brendshëm operacional ishin: risku që vjen si pasojë e *burimeve njerëzore*, *sistemet* dhe *teknologjia*. Secili nga këto variabla u matën me një grup pohimesh/elementesh të matura me shkallë likert 5 pikëshe.

Burimet njerëzore

Siç edhe theksohet në literaturë, burimet njerëzore kanë një ndikim direkt në performancën e organizatës. Nga ana operationale, risku që vjen nga burimet njerëzore ka të bëjë direkt me veprimet dhe mosveprimet e punonjësve në punë. Nga intervistat paraprake të realizuara me drejtues të firmave të sektorëve të marrë në shqyrtim, u konkludua se risku që mund të lind nga burimet njerëzore vjen si rezultat i mashtrimeve apo vjedhjeve nga ana e punonjësve, gabimet nga pakujdesitë e tyre, apo edhe nga moskorrektësia e tyre, qoftë në orarin e punës, në prishjen e kontratave pa paralajmërime, etj. (Pero (2015), Leqejza (2015), Cufi (2015)). Prandaj, në këtë studim, risku që rrjedh

nga burimet njerëzore u vendos të matej me anë të tre elementeve që përfaqësojnë fenomenet e mësipërme. (Pyetja 15 në pyetësor)

Sistemet

Sistemet e firmës kanë një lidhje pozitive me performancën e firmës nëse ato janë të përshtatshme me strategjinë që ndjek firma (Shin (2001); Ismail, Abdullah, & Tayib (2003); Kharuddin, Ashhari, & Nassir (2010)). Nisur nga literatura, kompanitë e marra në studim u pyetën në lidhje me sistemet që ato përdornin (më konkretisht për sistemet e kontrollit, kontabilitetit dhe informacionit financiar, logjistikës dhe marketingut), se sa të përshtatshme ishin për kompaninë. Përshtatshmëria e tyre u mat me shkallë Likert 5-pikëshe. (Pyetja 16 në pyetësor)

Teknologjia

Niveli i teknologjisë që përdor firma pritet të ketë një ndikim pozitiv mbi performancën e firmës. Në studimin e saj, Shosha (2014) e mati nivelin e teknologjisë me 4 shkallë: në gjendje të keqe, i vjetëruar por në gjendje pune, i përshtatshëm dhe bashkëkohor. Në këtë studim u bë përshtatja që niveli i teknologjisë të matej me shkallë Likert 5-pikëshe, ku drejtuesve iu kërkua të tregonin nivelin e teknologjisë që përdornin në kompanitë që drejtonin. (Pyetja 17 në pyetësor)

4.1.4.3 Faktorët e brendshëm financiar

Dy variablat që u përdorën për të matur faktorët brendshëm financiar ishin: likuiditeti dhe burimet financiare.

Likuiditeti

Lidhja e likuiditetit me performancën financiare nuk është e qartë nga studimit e mëparshme (Omondi & Muturi (2013); Abbas, etj. (2013)). Për të matur likuiditetin e firmës u përdor raporti financiar **aktive afatshkurtra₂₀₁₄/detyrime afatshkurtra₂₀₁₄** (Keown, Martin, Petty, & Scott (2008); Ross, Westerfield, & Jordan (2010)). Të dhënat janë marrë nga informacioni financiar i deklaruar në seksionin e dytë të pyetësorit ose direkt prej pasqyrave financiare të kompanive të marra nga QKR.

Burimet financiare

Për të studjuar nëse burimet financiare kanë ndikuar në performancën financiare të firmës, ato u matën përmes raportit të ndryshimeve të burimeve financiare:

$$\frac{(\text{Detyrime AGJ2014} + \text{Kap. Total2014}) - (\text{Detyrime AGJ2012} + \text{Kap. Total2012})}{\text{Detyrime AGJ2012} + \text{Kap. Total2012}}$$

Pra, sa më i lartë ky raport, aq më mirë presim të jetë performanca financiare, pasi kjo do të thotë që firma ka patur më tepër fonde në dispozicion (Keown, Martin, Petty, & Scott (2008); Ross, Westerfield, & Jordan (2010)). Të dhënat janë marrë nga informacioni financiar i deklaruar në seksionin e dytë të pyetësorit ose direkt prej pasqyrave financiare të kompanive të marra nga QKR.

4.1.4.4 Faktorët e jashtëm strategjik

Konkurenca/Tregu

Një avantazh konkurues përkufizohet si situata ku një vend apo një firmë ka mundësi të operojë në një mënyrë më eficiente ose me cilësi më të lartë se sa konkurentët e saj, e si pasojë rezulton në fitime më të larta. Avantazhet konkuruese bazohen në disa karakteristika bazë që zhvillon firma, të cilat i japin avantazhe ndaj konkurentëve si për shembull fokusi ndaj klientëve, cilësia e produktit, etj. (Berdine, Parrish, Cassill, & Oxenham, 2008). Në mënyrë që një avantazh konkurues të jetë efektiv duhet të ketë këto karakteristika: i vështirë për t'u kopjuar, i aplikueshëm në situata të ndryshme, unik, mbështetës dhe superior ndaj konkurentëve (Porter, 1998)

Konkurenca u mat me shkallë Likerti 5 pikëshe duke u bazuar kryesisht në marketingun, vendodhjen, shërbimin ndaj klientëve, çmimin, koston, etj. (Berdine, Parrish, Cassill, & Oxenham, 2008) . (Pyetja 20 në pyetësor)

Kërkesa e klientit

Kërkesa për produktet/shërbimet e ofruara nga kompanitë shqiptare që operojnë me nënkontraktime në distancë është mjaft e ndjeshme edhe nga gjendja ekonomike që po përjetojnë vendet të cilat nënkontraktojnë punën. Prandaj, përveç karakteristikave në lidhje me parashikueshmërinë që kanë firmat për shitjet, për ecurinë e tyre gjatë viteve të fundit apo karakteristika specifike që lidhen me vendin pritës si fuqia e lirë apo e kualifikuar punëtore, ne duhet të marrim informacion edhe për gjendjen ekonomike të vendeve që kontraktojnë punën, apo të politikave që ndjek vendi ynë, apo vendet e huaja konkurente në lidhje me thithjen e investimeve të huaja. Në këtë mënyrë, kompanitë do të jenë në gjendje të bëjnë një përcaktim më të mirë të kërkesës për produktet/shërbimet e tyre, apo edhe për të vlerësuar riskun që lidhet me kërkesën. Duke u bazuar kryesisht në studimin e Hashemi, Butcher, Chhetri (2013), si edhe në sugjerimet nga intervistat me drejtues të kompanive, kërkesa u mat me anë të tetë pohimeve, të vlerësuara me shkallë Likert 5-pikëshe. (Pyetja 21 në pyetësor)

4.1.4.5 Faktorët e jashtëm operacional

Ligji dhe zbatueshmëria

Duke u bazuar në legjislacionin fiskal dhe atë doganor shqiptar, me anë të një grupi prej 7 pohimesh, të vlerësuara me shkallë Likert 5-pikëshe, u mat rëndësia që këto elementë kanë patur në aktivitetin e kompanive (pyetja 22 në pyetësor).

Nga ana tjetër, zbatueshmëria e ligjit në Shqipëri u mat me dy pohime të sugjeruara nga intervistat e kryera me përfaqësues të kompanive (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015)), me shkallë Likert 5-pikëshe. (pyetja 23 në pyetësor)

Ambienti politik

Madura (2009) sugjeron disa element për të vlerësuar ambientin politik të një vendi si shkalla e korrupsionit, burokracitë institucionale, stabiliteti qeveritar, politikat lehtësuese për thithjen e investitorëve, bllokimi i transferimit të fondeve dhe politikat që ndjek shteti në lidhje me konfiskimin dhe shtetëzimin. Kompanitë u pyetën se sa kanë ndikuar në aktivitetin e tyre këto elementë, të vlerësuar me shkallë nga 1 (aspak) deri në 5 (jashtë mase shumë). (Pyetja 24 në pyetësor)

Kontratat, furnitorët

Për sa i përket kontratave me nënkontraktorët apo furnitorëve, nga intervistat e zhvilluara me përfaqësues të këtyre kompanive (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015), doli në pah që furnitorët apo nënkontraktorët kryesorë të këtyre kompanive, të cilët kanë një ndikim në aktivitetin e tyre, janë kompanitë të cilat marrin në dorëzim kryerjen e një porositë të caktuar, për një periudhë të caktuar si edhe me një çmim të caktuar. Prandaj, u sugjerua që marrëdhënia me nënkontraktorët të matej me tre pohime në lidhje me cilësinë e punës, kohën e realizimit të saj si dhe në lidhje me çmimin. Këto tre elementë u vlerësuan me shkallë Likert 5-pikëshe (Pyetja 27 në pyetësor)

Në lidhje me kontratat e lidhura me klientët, sërish u sugjerua (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015)) që ato të mateshin nëpërmjet katër elementëve: shkallës së vështirësisë së sigurimit të kontratave, kohëzgjatjes së tyre, ripërtëritjes dhe kohës së likuidimit të kontratave nga klientët. Të gjitha këto u vlerësuan me shkallë Likert 5-pikëshe (pyetja 25 në pyetësor).

4.1.4.6 Faktorët e jashtëm financiar

Ekspozimi ndaj riskut të normës së interesit

Ekspozimi ndaj riskut të normës së interesit u mat përmes raportit **Borxh afatgjatë /Mjete Totale**. Sa më i lartë raporti i borxhit, aq më i lartë do jetë edhe ekspozimi ndaj normave të interesit, e si pasojë aq më i lartë ndikimi i riskut të normave të interesit (Ross, Westerfield, & Jordan, 2010) . Ndryshimi në normat e interesit ndikon direkt në koston e borxhit të firmës.

Ekspozimi ndaj riskut të kurseve të këmbimit

Sa më i madh volumi i transaksioneve të firmave në monedhë të huaj, aq më e ekspozuar do të jetë një firmë ndaj luhatjeve të kurseve të këmbimit. Si rezultat, sektori i firmave që operojnë me nënkontraktime në distancë pritët të jetë shumë i ekspozuar ndaj këtij risku duke marrë parasysh që e gjithë punë bazohet në kontrata kryesisht në monedhë të huaj. Për të matur ekspozimin e kompanive ndaj luhatjeve të kurseve të këmbimit, u përdorën katër pohime të matura me shkallë Likert 5-pikëshe. (Pyetja 28 në pyetësor)

Risku i shtërngimit të kredisë

Për të matur se si ka ndikuar shtërngimi i kredisë te kompanitë, u përdor një pyetje e cila kërkonte vlerësimin e shkallës së vështirësisë për sigurimin e fondeve. Kjo u mat me shkallë Likert 5 pikëshe. (Pyetja 19 në pyetësor)

4.1.4.7 Performanca Financiare

Këto variabla do të maten nëpërmjet informacionit financiar që do të merret nga pasqyra e të ardhurave dhe shpenzimeve dhe fleta e bilancit (pyetja 8):

$$ROA_{2014} = EAN_{2014} / ((Mjete\ Totale_{2013} + Mjete\ Totale_{2014}) / 2)$$

$$ROE_{2014} = EAN_{2014} / ((Kapitali\ Total_{2013} + Kapitali\ Total_{2014}) / 2)$$

$$MF_{2014} = EAN_{2014} / Shitje_{2014}$$

4.1.5 Analiza e të dhënave

Analiza e të dhënave u nda në dy pjesë. Në pjesën përshkruese të rezultateve dhe në pjesën e analizës statistikore. Për të analizuar të dhënat u përdor programi SPSS dhe Excel. Programi Excel u përdor për hedhjen e të dhënave dhe krijimin e të gjithë database-t fillestar si edhe për analizën përshkruese dhe ndërtimin e grafikëve. Ndërsa më pas të dhënat u transportuan në programin e SPSS-it ku edhe u bë analiza statistikore e të dhënave.

4.1.5.1 Pjesa e parë – Statistika përshkruese të kompanive të marra në studim

Në pjesën e parë, u analizuan rezultatet financiare dhe rezultatet e vlerësimit të faktorëve të riskut. U realizua një analizë e ecurisë së performancës financiare të kompanive të marra në shqyrtim, duke llogaritur mesataren e shitjeve vjetore të kompanive, mesataren e raportit të likuiditetit, mesataren e borxhit afatgjatë, marzhin e fitimit, marzhin e fitimit operativ, kthimin nga mjetet (ROA), kthimin nga kapitali i vet (ROE), kthimin nga investimi (ROI). Të gjitha këto u llogaritën për vitin 2012 dhe 2014, në mënyrë që të ishte i mundur krahasimi i ecurive përzgjatë kësaj periudhe, si edhe për secilin sektor (tekstile dhe veshje, lëkurë-këpucë dhe call center). Analiza u thellua edhe në evidentimin e përqindjeve të kompanive të cilat kanë përjetuar një rritje të nivelit të shitjeve, një rënie të këtij niveli si edhe ato që kanë patur një rritje të së ardhurës neto dhe një rënie të së ardhurës neto (e evidentuar edhe sipas sektorëve). Përveç sa më sipër, u analizua edhe forma e financimit të kompanive, ndryshimi i burimeve financiare, shkalla e vështirësisë së sigurimit të fondeve dhe planet për kredimarrje në një të ardhme të afërt.

Pjesa e dytë e analizës përshkruese konsistoi në analizën e faktorëve të riskut të brendshëm dhe të jashtëm (strategjik, operacional dhe financiar). Secili nga variablat e marrë në shqyrtim, u analizua sipas elementeve përbërës duke i renditur ato në bazë të rëndësisë që kishin shprehur kompanitë e marra në shqyrtim. Për secilin element u llogaritën përqindjet që shprehnin “i rëndësishëm” dhe “shumë i rëndësishëm”/”dakord” dhe “shumë dakord”. Këto përqindje u krahasuan në mes elementesh duke u pasqyruar edhe me grafikë, për të treguar një pamje të përgjithme se sa të rëndësishëm ose çfarë peshe zinin në aktivitetin e kompanive.

4.1.5.2 Pjesa e dytë – Analiza statistikore për vërtetimin e hipotezave

Pjesa e dytë konsistoi në disa analiza dhe teste statistikore për të vërtetuar hipotezat e marra në studim. Kjo analizë u nda në katër pjesë:

- Analiza e reduktimit të variablave (analiza faktoriale)
- Analiza e regresionit të shumëfishtë
- Analiza e variablave moderues (analiza e regresionit hierarkik)
- Analiza e variablit të kontrollit

Analiza reduktimit të variablave (analiza faktoriale)

Meqënëse numri i elementeve të marra në konsideratë për të matur secilin nga variablat ishte i konisderueshëm, u përdor analiza faktoriale eksploruese për të vendosur vlefshmërinë dhe besueshmërinë e qëndrimit të këtyre elementeve ose pohimeve në një grup apo variabël të vetëm. U përdor metoda “principal component extraction” me rotacionin “varimax” për të identifikuar faktorët me vlera “eigen” më të mëdha se një. Kjo metodë rotacioni maksimizon variancat e peshave faktoriale në matrica duke i bërë faktorët të kenë pesha të larta ose të ulta (afër zeros) (Visinescu & Evangelopoulos, 2014). Çdo peshë faktoriale mbi 0.4 konsiderohet e pranueshme për t’u grupuar në një variabël.

Elementet që kaluan testin e parë, iu nënshtruan analizës së besueshmërisë për të parë nëse grumbullimi i tyre në një variabël të vetëm është i besueshëm. Analiza e besueshmërisë u mat me koeficientin Cronbach’s alfa. Ka mendime të ndryshme rreth kriterit të pranimit të këtij koeficienti, por ai më i pranueshmi është se ai duhet të jetë më i madh se 0.7 (Bland & Altman (1997); DeVellis (2003)). Elementet të cilat kaluan këto dy teste u grupuan në variabla, të cilët më pas do të merreshin në konsideratë për analizat e regresionit.

Analiza e regresionit të shumëfishtë

Për të testuar hipotezat e ngritura në fillim të punimit u përdor regresioni i shumëfishtë, ku si variabla të varur ishin me radhë variablat e përdorur për të matur performancën financiare (ROA, ROE, MF), ndërsa si variabla të pavarur qëndruan me radhë secili nga grupet e faktorëve të riskut, të brendshëm dhe të jashtëm (të ndarë në strategjik, operacional dhe financiar). U ndërtuan gjithsej 18 regresione të shumëfishta.

Përpara analizës së regresionit, variablat u testuan nëse mes tyre ekzistonte multikolinearitet. Në një model regresioni të shumëfishtë, multikolineariteti ekziston nëse dy ose më tepër variabla të pavarur janë shumë të korreluar me njëri-tjetrin (Gerais & Terziovski, 2003). Multikolineariteti rrit gabimet standarde të koeficientëve e si pasojë, konkluzioni nuk është bindës për të treguar se cili nga variablat e pavarur është statistikisht domethënës (Lind, Marchal, & Mason, 2002). Për të analizuar nëse mes variablave të pavarur ekzistonte multikolineariteti, u realizua analiza e korrelacionit mes variablave. Prezenca e vlerave të larta të korrelacionit është një tregues se ekziston multikolinearitet. Vlera të korrelacionit mes -0.7 dhe 0.7 nuk tregojnë prezencë të multikolinearitetit, ndërsa vlera përtej këtij intervali tregojnë prezencën e tij (Lind, etj. (2002)).

Testet statistikore për kontrollin e domethënies së regresionit të shumëfishtë janë statistika F dhe statistika t. Në regresionin linear të thjeshtë, të dy këto teste na japin të njëjtin konkluzion, ndërsa në regresionin e shumëfishtë ato përdoren për të vlerësuar gjëra të ndryshme. Testi F do të përdoret për të përcaktuar nëse ekziston një lidhje domethënëse ndërmjet variablit të varur dhe bashkësisë së të gjitha ndryshoreve të pavarura⁶¹, ndërsa testi t përdoret për të përcaktuar nëse secili nga variablat e pavarur është domethënës⁶² (Anderson, Sweeney, & Williams, 2009).

⁶¹ Shpesh i referohemi si testi i domethënies tërësore.

⁶² Shpesh i referohemi si testi i domethënies individuale

Për të treguar domethënien në regresionin e thjeshtë linear, mund të përdorim edhe testin F (i bazuar në shpërndarjen probabilitare F). Kur kemi vetëm një variabël të pavarur, testi F jep po atë përfundim si edhe testi t (pra, nëq testi t dëshmon se $\beta_1 \neq 0$, ekziston një lidhje domethënëse, atëherë edhe testi F dëshmon se ka një lidhje domethënëse) (Anderson, Sweeney, & Williams, 2009).

Kur shohim rezultatet, vlera p është mjaft e rëndësishme. P qëndron për probabilitetin. Ajo mat mundësinë që një rezultat i caktuar apo një diferencë e observuar është e rastit. Vlerat e p-së variojnë nga 0 në 1. Sa më afër zeros të jetë vlera e p-së, aq më e ulët është mundësia që vlera e observuar është e rastit. Sa më afër njëshit të jetë kjo vlerë, aq më e lartë është mundësia që gjetja është rastësore dhe që nuk ka ndryshime mes grupit/variablave.

Analiza e variablave moderues (analiza e regresionit hierarkik)

Një variabël moderues përfaqëson ndikimin indirekt të një variabli të pavarur mbi një variabël të varur (Wu & Zumbo, 2008). Në këtë studim si variabël moderues u konsideruan mosha e firmës, madhësia e firmës dhe sektori i firmës.

Mosha e firmës u mat me vitet që ajo operonte në treg. Për të testuar ndikimin e moshës së firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, pesë regresione hierarkike u realizuan, ku si variabël i varur qëndron ROA, ndërsa si variabla të pavarur në hapin e parë do të jenë përkatësisht faktorët e brendshëm të riskut, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe risku i normave të interesit. Në hapin e dytë do të shtohet variabli mosha e firmës dhe në hapin e tretë do të shtohet respektivisht variabli ndërveprues i moshës me faktorin përkatës të riskut. Variabli mosha e firmës u llogarit duke bërë diferencën mes vitit 2015 dhe vitit të krijimit (themelimit) të firmës. Më pas, u përdor përqasja e medianës për ta konvertuar këtë variabël në një variabël “kategorik”. Ndërsa variablat ndërveprues u llogariten duke shumëzuar variablin përkatës të faktorit të riskut me variablin kategorik “mosha e firmës”.

Për të testuar ndikimin e madhësisë së firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, pesë regresione hierarkike u realizuan, ku si variabël i varur qëndron sërish ROA, ndërsa si variabla të pavarur në hapin e parë do të jenë përkatësisht faktorët e brendshëm të riskut, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe risku i normave të interesit. Në hapin e dytë do të shtohet variabli madhësia e firmës dhe në hapin e tretë do të shtohet respektivisht variabli ndërveprues i madhësisë së firmës me faktorin përkatës të riskut. Variabli madhësia e firmës, i cili u mat nëpërmjet numrit të punonjësve të firmës, u kategorizua në tre intervale. Intervali i parë përfshin firmat që kanë një numër të punësuarish deri në 80 punonjës, intervali i dytë përfshin firmat me numër punonjësish nga 81 deri 351 dhe në intervalin e tretë u përfshin firmat me një numër të punësuarish mbi 351 punonjës. Më pas u krijuan edhe variablat ndërveprues, duke shumëzuar variablin përkatës të faktorit të riskut me variablin e koduar sipas intervaleve të punonjësve, “madhësia e firmës”.

Për studjuar lidhjen, pesë regresione hierarkike u realizuan, ku si variabël i varur qëndron sërish ROA, ndërsa si variabla të pavarur në hapin e parë do të jenë përkatësisht faktorët e brendshëm të riskut, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe risku i normave të interesit. Në hapin e dytë do të shtohet variabli sektori i firmës dhe në hapin e tretë do të shtohet respektivisht variabli ndërveprues i sektorit me faktorin përkatës të riskut. Sektorët e firmave u koduan: “0” për firmat fasone në sektorin e tekstileve dhe

veshjeve; “1” për firmat fasone në sektorin e lëkurë-këpucëve; dhe “2” për firmat që operojnë në sektorin e call centera-ve. Ndërsa variablat ndërveprues u llogariten duke shumëzuar variablin përkatës të faktorit të riskut me variablin kategorik “sektori i firmës”.

Analiza e variablit të kontrollit

Variabli i kontrollit i marrë në këtë studim është “pronësia e firmës”, për të evidentuar nëse ajo ka ndikim në performancën financiare. Për t’u realizuar kontrolli i ndikimit të këtij variabli në performancën financiare do të përdoret analiza e variacionit (ANOVA), meqënëse kemi krahasimin e tre mesatareve: pronësi vendase, pronësi e huaj dhe pronësi e përbashkët. Për të realizuar këtë analizë, u studjua nëse pronësia e kompanisë ndikon në rritjen e shitjeve, në ROA, në ROE dhe në MF

4.2 ANALIZA E TË DHËNAVE

4.2.1 Statistika përshkruese të kompanive të marra në studim

4.2.1.1 Përshkrimi i mostrës së marrë në studim

Në këtë studim u përfshin 73 kompani që operojnë me nënkontrakte në distancë. Të ndara sipas sektorëve të aktivitetit, 45.2% operojnë në sektorin e tekstileve dhe veshjeve, 31.5% në sektorin e lëkurë-këpucëve dhe 23.3% në sektorin e call centera-ve. Të ndara sipas pronësisë, 52% e tyre janë me kapital vendas (shqiptar), 19.2% me kapital të huaj dhe 28.8% me kapital të përbashkët. Forma ligjore e tyre dominohet nga “shoqëri me përgjegjësi të kufizuar”, ku 97.3% janë të regjistruara si sh.p.k. dhe vetëm 2.7% si sh.a..

Tabela 4. 1. Të dhëna përshkruese për kompanitë e marra në studim

Numri total i kompanive	73
Sektorët	45.2% tekstile & veshje 31.5% lëkurë & këpucë 23.3% call center
Pronësia	52 % vendase 19.2% të huaja 28.8% të përbashkëta
Forma ligjore	97.3% sh.p.k. 2.7% sh.a.
Mosha e kompanive	Nga 3 deri në 23 vjet Mesatarja 10.5 vite
Qytetet ku operojnë	49.3% Shkodër 26% Tiranë 5.5% Durrës 19.2% Të tjera

Kompanitë e marra në studim kanë vite të ndryshme të operimit në treg, duke filluar që nga viti 1992 e deri në vitin 2012. Kompanitë që operojnë në sektorin e fasonëve janë më të vjetra në treg, ndërsa kompanitë call center fillimet e tyre i kanë në vitin 2005; pra, janë relativisht më të reja në tregun shqiptar. Shumica e kompanive të marra në shqyrtim operojnë në qytetin e Shkodrës (49.3%) dhe Tiranës (26%), por nuk mungojnë edhe kompani nga qytete të tjera të Shqipërisë, si Durrësi (5.5%), Berati (4.1%), Fieri (4.1%), Korça (2.7%), Lezha (2.7%), Vlora (2.7%), Kavaja (1.4%) dhe Kruja (1.4%). Në tabelen 4.1 paraqiten të përmbledhura të dhënat përshkruese për kompanitë e marra në studim.

Të ndara sipas madhësisë, bazuar në numrin e të punësuarve⁶³, kompanitë e përfshira në studim u ndanë në tre kategori: deri në 80 punonjës; 81 deri 351 punonjës dhe mbi 351 punonjës (tabela 4.2). Në kategorinë deri në 80 punonjës janë 31.5% e kompanive, në kategorinë 81 deri në 351 janë 32.9% e kompanive dhe mbi 351 punonjës janë 35.6% e kompanive të përfshira në studim. Vihet re që kompanitë kanë madhësi të ndryshme në varësi të numrit të të punësuarve, duke filluar që nga 4 të punësuar (të cilat kanë qenë kompani në prag të mbylljes së aktivitetit të tyre si pasojë e përkeqësimit të rezultatit financiar gjatë viteve të fundit) e deri në kompani me një numër prej 3258 punonjësish. Në tabelë gjithashtu paraqitet edhe numri mesatar i të punësuarve sipas sektorit ku operojnë këto kompani.

Tabela 4. 2. Kompanitë e marra në studim, sipas kategorive të numrit mesatar të të punësuarve (2014)

Sektori	Nr. mesatar i punonjësve	Nr i punonjësve/kompani		Kompanitë sipas numrit të të punësuarëve						Nr total i kompa- nive
				...<81		81 - 351		351 < ...		
		Min.	Maks.	Frek	%	Frek	%	Frek	%	
Tekstile- veshje	158	5	582	13	17.8%	16	21.9 %	4	5.5%	33
Lëkurë- këpucë	573	4	3258	5	6.8%	4	5.5 %	14	19.2%	23
Call center	572	10	3015	5	6.8%	4	5.5 %	8	11.0%	17
Total				23	31.5	24	32.9	26	35.6	73

4.2.1.2 Analiza e performancës financiare të kompanive të marra në studim

Ky studim është një risi përse i përket informacionit financiar të grumbulluar nga pasqyrat financiare, për të na dhënë një përshkrim mbi ecurinë financiare apo mesataret e disa raporteve më të rëndësishme financiare të këtyre industrive.

Nqs do i bëjmë një analizë ecurisë së shitjeve të kompanive të marra në shqyrtim, do të shikojmë që mesatarja e shitjeve është rritur nga viti 2012 në vitin 2014 (tabela 4.3).

Kjo rritje vihet re në të tre sektorët, por më e theksuar është te sektori i call center-ave. Kjo vjen edhe ngaqë këto janë kompani të reja në treg dhe po përjetojnë një rritje të madhe. Megjithatë, nqs do të thellojmë analizën e ecurisë së shitjeve, 24.7% e kompanive

⁶³ Numri mesatar i të punësuarve gjatë vitit 2014

të marra në shqyrtim kanë përjetuar rënie të nivelit të shitjeve. Nga këto, pjesa më e madhe i përket sektorit të tekstileve dhe veshjeve (tabela 4.4).

Tabela 4. 3. Ecuria e performancës financiare të kompanive

	Total		Tekstile & veshje		Lëkurë-këpucë		Call Center	
	2012	2014	2012	2014	2012	2014	2012	2014
Mesatarja e shitjeve të kompanive (lekë)	240,398,526	359,945,083	130,115,158	157,555,021	347,182,684	516,019,390	310,005,322	541,660,553
Raporti i likuiditetit	3.5	4.55	5.42	5.18	2.06	5.78	1.63	1.68
Raporti i borxhit afatgjatë	12.34%	10.45%	10.16%	9.80%	22.44%	18.76%	2.90%	0.44%
Marzhi i fitimit	7.46%	9.10%	9.42%	9.50%	2.80%	4.50%	9.98%	11%
Marzhi i fitimit operativ	10.50%	11.70%	12.31	12.80%	5.41%	7.90%	14.22%	13.50%
ROA	11.54%	14.97%	11.45%	12.28%	5.24%	9.22%	20.75%	27.97%
ROE	43.74%	35.94%	39.86%	22.92%	39.76%	32.92%	56.73%	68.13%
ROI	8.65%	16.86%	10.15%	14.39%	2.15%	11.64%	14.88%	28.70%

Nga ana tjetër, 74% e kompanive të marra në shqyrtim kanë përjetuar një rritje të të ardhurës neto nga viti 2012 në vitin 2014. Ky është gjithashtu një tregues pozitiv për ecurinë e firmave që operojnë me nënkontraktme në distancë. Përsëri kompanitë në sektorin e tekstileve dhe veshjeve kanë përjetuar më shumë rënien e të ardhurës neto (39.4% e kompanive të marra në studim).

Tabela 4. 4. Përqindjet e kompanive sipas ecurisë së nivelit të shitjeve dhe të ardhurës neto

	Total	Tekstile & veshje	Lëkurë-këpucë	Call Center
Rritje e nivelit të shitjeve	75.3%	66.7%	82.6%	82.4%
Rënie e nivelit të shitjeve	24.7%	33.3%	17.4%	17.6%
Rritje e të ardhurës neto	74%	60.6%	87%	82.4%
Rënie e të ardhurës neto	26%	39.4%	13	17.6%

Përsa i përket mesatares së raportit të likuiditetit⁶⁴, ka ardhur duke u rritur nga 3.5 herë në vitin 2012 në 4.55 herë në vitin 2014 (tabela 4.3). Në sektorin e tekstileve dhe veshjeve ka patur një rënie të lehtë të këtij raporti, ndërsa për sektorin e lëkurë-këpucëve ka patur një rritje të konsiderueshme, nga 2.06 në 5.78 herë. Raporti i likuiditetit paraqitet

⁶⁴ I llogaritur si aktive afatshkurtara/detyrime afatshkurtra

në nivele më të ulëta për kompanitë që operojnë në sektorin e call centerave (1.63 në 2012 dhe 1.68 në 2014). Arsye të këtij raporti të ulët janë sepse këto kompani nuk zotërojnë inventare në masa të mëdha si kompanitë e fashioneve. Megjithatë, një raport likuiditeti më i lartë se një tregon për një gjendje relativisht të shëndoshë përse i përket likuiditetit të firmës, pasi firma ka mjete afatshkurtra për të mbuluar detyrimet e saj afatshkurtra.

Nqs do t'i hedhim një sy strukturës së kapitalit të kompanive, do të shohim që borxhi afatgjatë zë një përqindje të vogël në totalin e aktiveve. Raporti mesatar i borxhit afatgjatë paraqitet në nivelin 10.45% e totalit të aktiveve për vitin 2014. Raportin më të lartë të borxhit e ka sektori i lëkurë-këpucëve me 18.76% (për 2014), ndërsa sektori i call center-ave nivelin e borxhit e ka thujse zero. Në fakt, nga 17 kompani të këtij sektori të marra në shqyrtim, 16 prej tyre e kanë zero nivelin e huamarrjes afatgjatë. Gjithashtu, me nivel zero huamarrje afatgjatë në bilancet e tyre paraqiten thujse gjysma e kompanive të marra në studim (49.3%). Nga këtu mund të konkludojmë në dy çështje: e para, kemi një frenim të kreditimit të ekonomisë, ose e thënë ndryshe një shtërngim të kushteve të kredidhënies dhe kompanitë nuk arrijnë të plotësojnë kushtet për kredimarrje; e dyta, përballemi akoma me komplekset psikologjike të kredimarrjes dhe kompanitë hezitojnë t'i drejtohen bankave për financime të mundshme, nga frika e normave të larta të interesit ose e mos arritjes së plotësimi të kushteve për shlyerjen e rregullt të kësteve të kredisë. Cilado që të jetë arsyeja, kjo i pengon firmat për zhvillimin e tyre të mëtejshëm, duke limituar kështu burimet e financimit.

Në fakt, edhe nga rezultatet e pyetësorit (pyetja 18), ku të intervistuarit u pyetën për formën e financimit që më së shumti përdorte kompania, 47.9% u shprehën që përdornin kredi nga bankat e nivelit të dytë brenda territorit shqiptar, 1.4% përdornin kredi nga institucionet mikrofinanciare brenda vendit, ndërsa 50.7% deklaruan që nuk marrin fonde nga të tretët, por operojnë kryesisht me fondet e tyre (tabela 4.5).

Tabela 4. 5. Të dhëna në lidhje me financimet e kompanive

Forma e financimit të kompanive	47.9%	marrin kredi bankare
	1.4%	kredi nga institucionet mikrofinanciare
	50.7%	fonde të veta
Ndryshimi i burimeve financiare	28.8%	reduktim të nivelit të burimeve financiare
	71.2%	rritje e nivelit të burimeve financiare (nga këto 46.2% kanë rritje vetëm me kapital të vet)
Shkalla e vështirësisë së sigurimit të fondeve	30.2%	e vështirë ose shumë e vështirë
	43.8%	normal
	26%	e lehtë ose shumë e lehtë
Planifikime për kredimarrje	24.7%	planifikojnë të marrin kredi, nga këto:
		5.5% planifikojnë të marrin kredi afatshkurtër
		55.6% planifikojnë të marrin kredi afatmesme
		38.9% planifikojnë të marrin kredi afatgjatë
	75.3%	nuk planifikojnë të marrin kredi

Përse i përket ndryshimeve në burimet financiare nga viti 2012 në vitin 2014⁶⁵, 28.8% e kompanive në studim kanë pësuar një rënie në nivelin e financimeve, çka dëshmon për një tkurrje të aktivitetit të biznesit, ndërsa 71.2% kanë patur rritje të

⁶⁵ Ndryshimi mes (borxh afatgjatë + kapitali vet)₂₀₁₄ dhe (borxh afatgjatë + kapitali vet)₂₀₁₂ (i llogaritur si përqindje ndaj (borxh afatgjatë + kapitali vet)₂₀₁₂)

financimeve. Por kjo rritje, në 46.2% të rasteve, ka ardhur si rezultat vetëm i kontributeve të pronarëve, pasi këto firma rezultojnë me nivel zero të huamarrjeve afatgjata.

Të intervistuarit u pyetën edhe në lidhje me shkallën e vështirësisë për sigurimin e financimeve, ku 30.2% u përgjigjën se e kishin shumë të vështirë ose të vështirë për të siguruar burimet financiare, 43.8% u përgjigjën që shkalla e vështirësisë ishte neutrale dhe 26% e kishin të lehtë ose shumë të lehtë sigurimin e burimeve financiare. Pra, afërsisht 1/3 e kompanive të marra në shqyrtim kanë vështirësi me sigurimin e burimeve financiare. Edhe në lidhje me kredimarrjen në një të ardhme të afërt, vetëm 24.7% e firmave janë shprehur që po planifikojnë një gjë të tillë, ndërsa pjesa tjetër prej 75.3% nuk po planifikojnë kredimarrje. 5.5% e firmave që po planifikojnë të marrin kredi, synojnë një kredi afatshkurtër, 55.6% po planifikojnë një kredi afatmesme dhe 38.9% një kredi afatgjatë.

Përsa i përket marzhit të fitimit, ky raport ka ardhur duke u rritur gjatë periudhës së marrë në studim. Mesatarja e industrisë është rritur nga 7.46% (2012) në 9.1% (2014). Sektori i call center-ave rezulton me marzhin e fitimit më të lartë (11% në vitin 2014) e më pas sektori i tekstileve dhe veshjeve (9.5% në vitin 2014). Në norma më të ulta qëndron sektori i lëkurë-këpucëve ku marzhi i fitimit rezulton vetëm 4.5% (në vitin 2014) (tabela 4.3).

Kthimi nga aktivet afatgjata (ROA) gjithashtu ka shënuar rritje për periudhën studimore. Mesatarja e industrisë së kompanive që operojnë me nënkontraktime në distancë është rritur nga 11.54% në vitin 2012 në 14.97% në vitin 2014. Mesataren më të lartë të këtij raporti e mban sërish sektori i call center-ave me 27.97% (në vitin 2014), më pas renditet sektori i tekstileve dhe veshjeve me 12.28% (në vitin 2014) dhe një nivel më të ulët, prej vetëm 9.22% e mban sektori i lëkurë-këpucëve. Niveli më i lartë i këtij raporti për sektorin e call centerave vjen edhe si rezultat i investimeve jo shumë të mëdha që nevojiten për biznesin e call center-ave. Kujtojmë që nevojitet vetëm një kompjuter për një operator.

Kthimi nga kapitali i vet i investuar (ROE), përsëri rezulton në nivel më të lartë për sektorin e call center-ave (68.13% në vitin 2014), i cili ka ardhur duke u rritur për periudhën studimore. Ndërkohë, për dy sektorët e tjerë, ky raport ka shënuar rënie. Një arsye për këtë rënie është edhe rritja e kapital të vet që kanë realizuar këto firma. Nga analiza e të dhënave rezulton që rritja në kapitalin e vet të jetë më e madhe se sa rritja e të ardhurës neto në 54% të kompanive që kanë patur një shtim në kapitalin e vet (46 kompani të sektorit të tekstile-veshje dhe lëkurë këpucë së bashku). Si pasojë, meqë këto kompani zënë një peshë të konsiderueshme në përbërjen e totalit të kompanive të marra në shqyrtim, edhe mesatarja e industrisë rezulton të ketë përjetuar një rënie të ROE-s.

Kthimi nga investimet (ROI), është në të njëjtën linjë me ROA-n; pra, edhe ky raport është përmirësuar gjatë dy viteve, nga 8.65% në vitin 2012 në 16.86% në vitin 2014. Ajo që bie në sy është rritja e madhe e këtij raporti në sektorin e call centerave (nga 14.88% në vitin 2012 në 28.7% në vitin 2014). Kjo mund të shpjegohet me faktin se këto janë kompani relativisht të reja dhe janë në fazën e rritjes së tyre.

4.2.1.3 Analiza përshkruese e faktorëve të riskut

Faktorët e brendshëm të riskut strategjik, ku përfshihen zhvillimi apo përmirësimi i produkteve/shërbimeve, cilësia e shërbimit të ofruar, kapitali njerëzor dhe kultura

organizative, u matën secili me një grup pohimesh ose elementesh, duke kërkuar vlerësimin mbi të qënit dakord me pohimet/elementet apo rëndësinë që kanë patur ato në kompani, nëpërmjet shkallëve Likert pesë pikëshe.

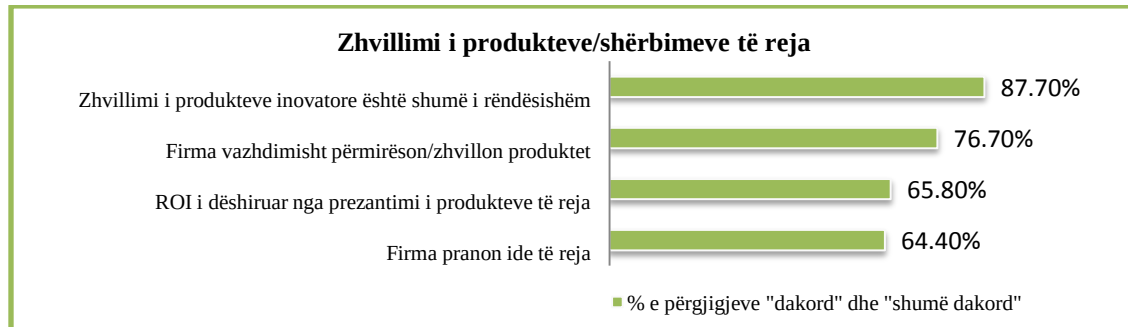


Figura 4. 2. Elementet e zhvillimit të produkteve/shërbimeve të reja

Në lidhje me zhvillimin e produkteve/shërbimeve të reja, 87.7% e kompanive deklaruan që kanë zhvilluar produktet e tyre, duke sjellë produkte më inovatore. Shpesh kanë shtuar linjat e prodhimit, duke investuar edhe në teknologji të tjera për prodhimin e tyre. Gjithashtu, 87.7 është edhe përqindja e kompanive që e vlerësuan zhvillimin e produkteve të reja si shumë të rëndësishëm apo të rëndësishëm për ecurinë e kompanisë dhe qëndrimin e saj në treg (figura 4.2). Ndërkohë, 76.7% e kompanive deklaruan se ato vazhdimisht përmirësojnë/zhvillojnë produktet e tyre, në mënyrë që të jenë sa më konkures në treg. Vetëm 65.8% e kompanive deklaruan dakordësinë e tyre në lidhje me kthyeshmërinë e dëshiruar nga investimi në produktet e reja. Mbase ky është edhe fakti që i bën kompanitë të jenë disi më konservatore në pranimin e ideve të reja, edhe pse mund të jenë bazuar në kërkime paraprake. 64.4% deklaruan që kompania i pranon menjëherë idetë e reja.

Në fakt, futja e produkteve të reja, apo thithjes së klientëve të rinj (pra që kërkojnë një produkt specifikisht më ndryshe) është thelbësore për të përballuar konkurrencën, madje firmat me shumë vite eksperience në treg po tregojnë tendencë për prodhimin me cikël të mbyllur.

Kompanitë që operojnë me nënkontraktime në distancë duket që i kushtojnë një rëndësi shumë të madhe cilësisë së shërbimit të ofruar. Në fakt, ky është një element shumë i rëndësishëm, pasi nëse puna është jo cilësore, ato do të humbasin kontraktorët e tyre. Të gjitha kompanitë e intervistuar i kushtojnë rëndësinë e duhur realizimit në kohë të kontratave, mbajtjes së përgjegjesive ndaj klientëve dhe krijimit të besimit të klientit (të gjitha kompanitë janë përgjigjur me “shumë i rëndësishëm” dhe “i rëndësishëm” për këto tre elementë). Duke parë shkallën e lartë të angazhimit të firmave për krijimin e një cilësie të lartë të ofrimit të shërbimit ndaj klientëve, përgjigjet për këtë faktor do i analizojmë me përgjigjet maksimale të pikëve të rëndësisë (figura 4.3). 78.1% e kompanive kanë deklaruar që i kushtojnë shumë rëndësi realizimit në kohë të kontratave, 75.3% i kushtojnë shumë rëndësi mbajtjes së përgjegjesive ndaj klientëve, 72.6 % janë përgjigjur për një rëndësi shumë të madhe krijimit të besimit të klientit. Në nivele pak më të ulta paraqitet disponueshmëria ndaj klientëve, ku 65.8% e kompanive i kushtojnë shumë rëndësi. Në nivel akoma më të ulët paraqiten sistemet e kontrollit të firmës ku vetëm 49.3% i kushtojnë shumë rëndësi. Në fakt, ky është një aspekt që kompanitë duhet

t'i kushtojnë më tepër vëmendje duke investuar qoftë në burime njerëzore, apo në teknologji, në mënyrë që sistemet për kontrollin e cilësisë të jenë optimale.

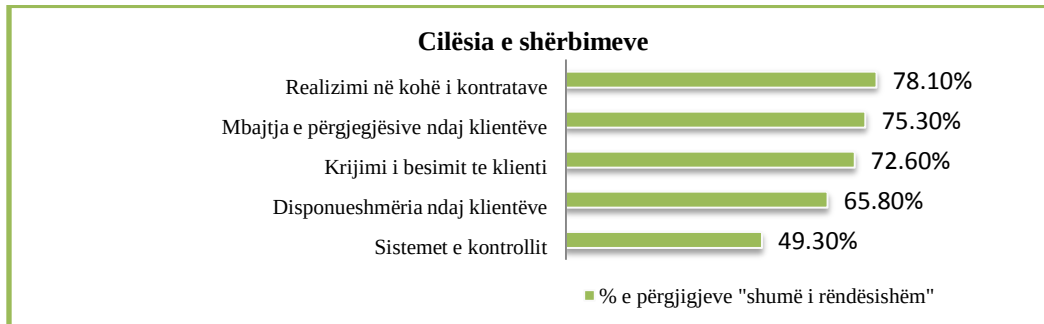


Figura 4. 3. Rëndësia e elementeve të cilësisë së shërbimeve

Për sa i përket kapitalit njerëzor, firmat i kushtojnë rëndësi të madhe trajnimit të punonjësve, përkushtimit të tyre në punë dhe motivimit të tyre (97.3%, 90.4% dhe 80.9% respektivisht janë kompanitë që janë përgjigjur që i kushtojnë rëndësi dhe shumë rëndësi). Më pak rëndësi i kushtojnë politikave të rekrutimit apo edhe largimit të punonjësve nga puna. Vetëm 67.2% dhe 54.8% respektivisht i kushtojnë rëndësi apo shumë rëndësi këtyre dy elementeve (figura 4.4).

Për sa i përket politikave të rekrutimit, nga intervistat e zhvilluara me përfaqësuesit e kompanive të marra në studim, dalim në përfundim se ky element nuk është i parëndësishëm për kompanitë. Arsyeja për një rezultat më të ulët për sa i përket rëndësisë vjen nga fakti se firmat që operojnë në sektorin e fashioneve kanë mjaft kufizime në përzgjedhjen e punonjësve. Shpesh ndodh që operacionet prodhuese të kompanive të jenë specifike dhe punonjësit nuk e kanë formimin e duhur teknik apo profesional. Si rezultat, kompania nuk ka alternativa për të zgjedhur meqë ajo çka ofron tregu i punës, nuk përputhet krejtësisht me atë çfarë kërkon ajo. Ndërsa në sektorin e call center-ave situata paraqitet disi ndryshe, pasi tregu i punës kryesisht është me arsim të lartë, ndaj edhe ka alternativa për përzgjedhje. Kështu, kompanitë e këtij sektori i kushtojnë rëndësi politikave të rekrutimit.

Ndërkohë ajo çfarë u sugjerohet kompanive, sidomos atyre fashioneve, është që të rrisin vëmendjen ndaj rasteve të largimit të punonjësve nga puna. Fakti që ato investojnë për trajnimin e punonjësve dhe formimin e tyre në punë, largimi i një punonjësi të vlefshëm për nevojat specifike të kompanisë është shumë i rëndësishëm dhe rezulton në një kosto për firmën.

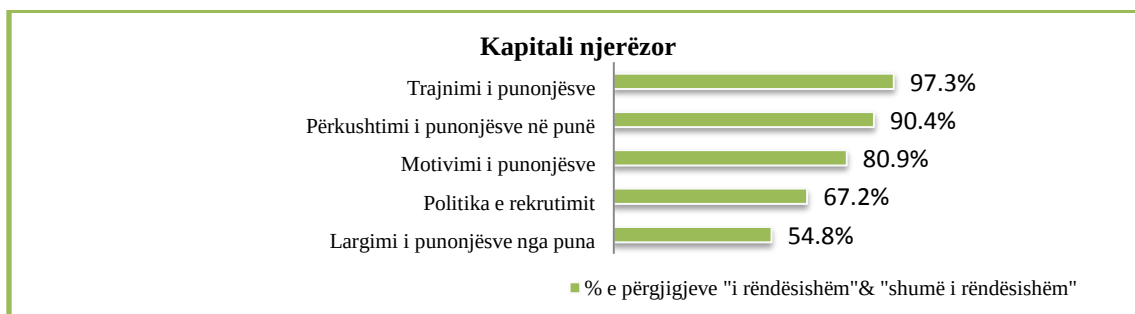


Figura 4. 4. Rëndësia e elementeve të kapitalit njerëzor

Ndër elementet e kulturës organizative, me përqindjen më të lartë të rëndësisë janë fokusi ndaj klientit dhe qëllimet e objektivat me nga 93.1% secili (figura 4.5). Më pas vijnë me radhë puna në grup (86.3%), koordinimi dhe integrimi i njësive të ndryshme (80.8%), përfshirja e punonjësve dhe nxitja e përgjegjshmërisë (78.1%), vizioni afatgjatë (74%), drejtimi strategjik (67.1%) dhe krijimi i ndryshimit (49.3%). Ajo që bie më shumë në sy është përqindja më e ulët e kompanive që i kushtojnë rëndësi vizionit afatgjatë, drejtimit strategjik apo edhe krijimit të ndryshimit. Kompanitë duhet t'i kushtojnë një vëmendje më të madhe këtyre tre elementëve në mënyrë që të shikojnë në një perspektivë afatgjatë ecurinë e firmës, apo përshtatjen me ndryshimet kur është e nevojshme.



Figura 4. 5. Rëndësia e elementeve të kulturës organizative

Ndër elementet e riskut që rrjedhin nga burimet njerëzore, fenomeni që ndodh më shpesh në kompanitë e marra në studim janë gabimet nga pakujdesitë e punonjësve me 32.9%. Më pas vjen moskorrektësia në punë e punonjësve si për shembull mos zbatim të orareve, prishje të kontratave pa lajmëruar etj (24.7% e kompanive deklarojnë që ky fenomen ndodh shpesh ose shumë shpesh) dhe në nivele të ulta janë mashtrimet dhe vjedhjet nga ana e punonjësve me vetëm 2.7% (figura 4.6).

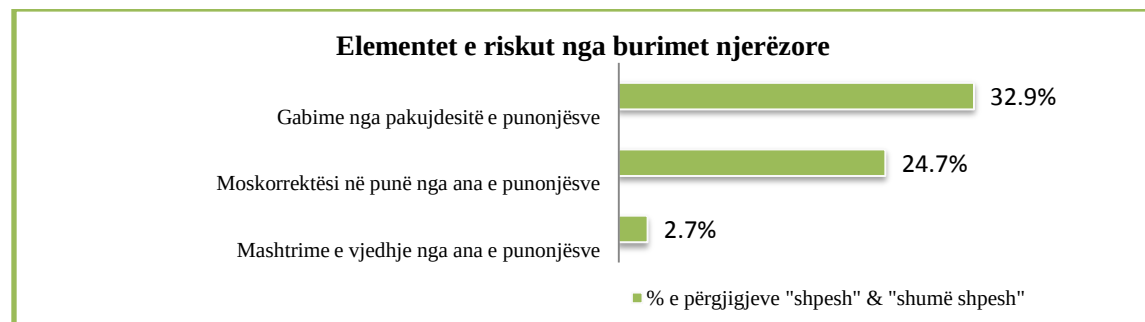


Figura 4. 6. Frekuenca e ndodhjes së elementeve të riskut nga burimet njerëzore

Kjo tregon që mekanizmat e kontrollit, sidomos te sektori i fashioneve, janë efektive. Nga intervistat me menaxherët shpesh dilte në pah rëndësia e madhe që ato i kushtonin krijimit të besimit dypalësh dhe një marrëdhënie korrekte. Edhe në rastet kur ndodhnin mashtrime apo vjedhje nga ana e punonjësve, preferohej të bashkëbisedohej me

to, se sa t'i largonin nga puna. Kujtojmë këtu që kompania shpenzon kohë dhe para për trajnimet e punonjësve, prandaj çdo largim i tyri nga puna është kosto shtesë për kompaninë.

Nga të dhënat e pyetësorit rezultoi që sistemet e kontrollit të kompanive, në 78% të rasteve janë të përshtatshme, madje menaxherët shprehen që sistemet e kontrollit për sa i përket cilësisë janë mjaft të mira. Më pas vijnë sistemet e logjistikës (shpërndarjes) dhe sistemet e kontabilitetit dhe informacionit financiar me nga 64.4% secila. Menaxherët shprehen që sistemet e kontrollit menaxherial, si buxhetime, rakordime në kohë reale, etj. janë pak të ngadalta për kërkesat që ka tregu. Kjo ndodh pasi (i) mungon një staf i kualifikuar për rakordime të ndërveprimeve dhe (ii) ka procedura të limituara që diktohen nga vetë klientët (sidomos për bizneset e fasonerisë që janë të detyruara të bëjnë strategji në lidhje me klientin kryesor). Në fund vijnë sistemet e marketingut, ku vetëm 50.7% e kompanive deklarojnë që i kanë të përshtatshme ose shumë të përshtatshme për aktivitetin e tyre (figura 4.7).

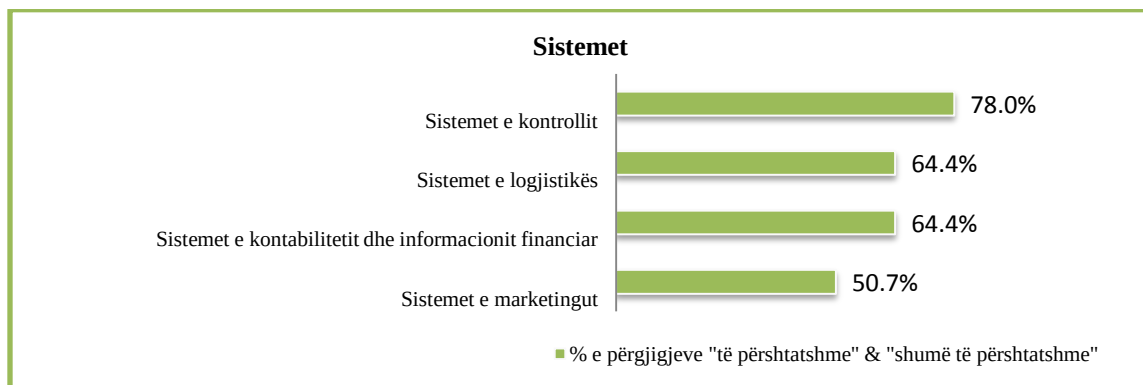


Figura 4. 7. Përshtatshmëria e elementeve të sistemeve që përdor firma

Kjo do të thotë që kompanitë duhet të investojnë më tepër në sistemin e tyre të marketingut, duke ditur pasojat pozitive që sjell ai në rritjen e tregut të kompanisë, rritjen e shitjeve, thithjen e klientëve të rinj, krijimin e besimit dhe emrit të mirë, përthithjen e punonjësve të kualifikuar, etj. Megjithatë, ka raste si fasonet, të cilat operojnë me një ose dy klientë kryesorë, që nuk i kanë të aplikueshme sistemet e marketingut.

Teknologjia që përdorin kompanitë ndahet në teknologjinë e informacionit dhe teknologjinë e pajisjeve apo atë të proceseve të punës. Në përgjithësi, përsa i përket teknologjisë së informacionit, ajo është mjaft bashkëkohore, sidomos në sektorin e call center-ave, të cilët bazohen te kjo teknologji. Siç shikohet edhe në figurën 4.8, 94.1% e kompanive që operojnë në sektorin e call center-ave deklarojnë që kanë në përdorim një teknologji bashkëkohore ose shumë bashkëkohore. Ndërsa në sektorin e tekstileve & veshjeve dhe në atë të lëkurë-këpucëve, teknologjia është në nivele më të ulta. Përkatësisht vetëm 39.4% dhe 30.4% të këtyre dy sektorëve shprehen të kenë në përdorim një teknologji bashkëkohore ose shumë bashkëkohore.

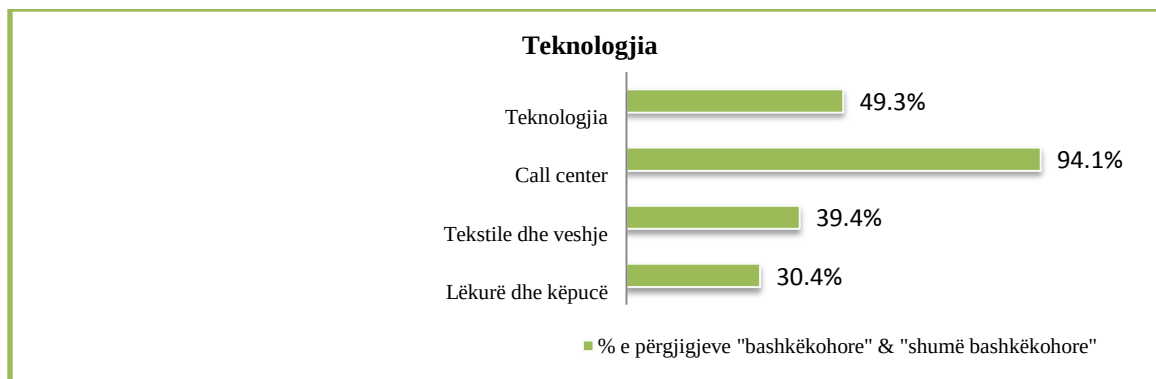


Figura 4. 8. Niveli i teknologjisë që përdorin kompanitë

Elementi që ndikon më tepër te kompanitë në aspektin e konkurrencës është përballja me një konkurrencë të pandershme. 73.9% e kompanive në studim pranuan një fakt të tillë. Thuhet gjysma e kompanive (48%) deklaruan se konkurrenca më e madhe vjen nga vendet e rajonit. Kjo çështje më tepër i përket sektorit të tekstileve dhe veshjeve, ku 69.7% e firmave deklaruan dakordësinë e tyre me një fakt të tillë. Më pas, çështje të tjera përse i përket konkurrencës janë të lidhura me çmimin më të ulët që ofrojnë konkurentët (në 41.1% të kompanive), me koston më të ulët që kanë konkurentët (32.8% të kompanive) dhe me rëndësi akoma më të ulët janë marketingu i konkurentëve (23.1%), vendodhja e tyre (21.9%), cilësia e shërbimit (17.8%) dhe besueshmëria që ato ofrojnë (13.7%) (figura 4.9).

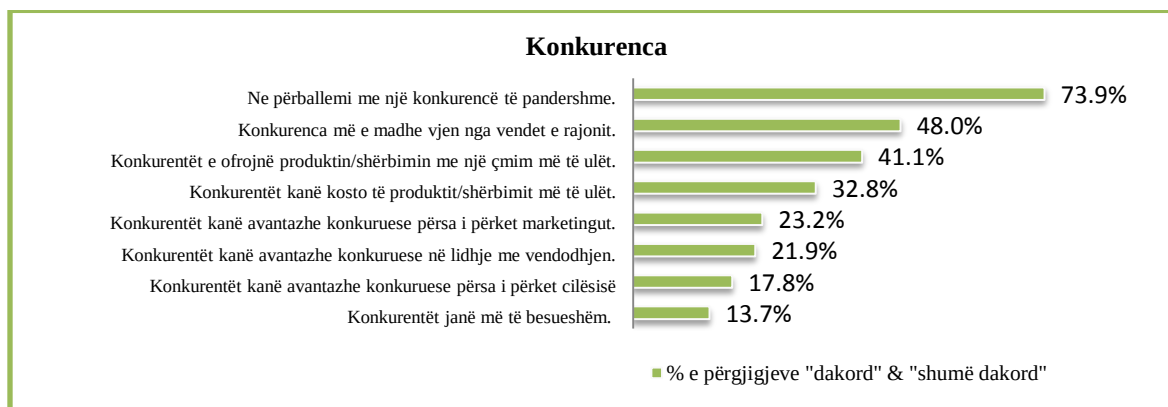


Figura 4. 9. Rëndësia e elementeve që përbëjnë konkurrencën

Elementet përbërës të kërkesës paraqiten në figurën 4.10 në lidhje me dakordësinë e kompanive në studim. 82.8% e tyre pohojnë se janë dakord ose shumë dakord që kostoja e lirë e fuqisë punëtore ndikon në rritjen e kërkesës së kompanive të huaja për të lidhur kontrata me kompanitë që operojnë në Shqipëri. 75.4% e kompanive pohojnë se kërkesa varet nga gjendja ekonomike e vendeve të klientëve. 67.2% shprehen se kualifikimi i fuqisë punëtore në vend ndikon në rritjen e kërkesës. 63% pohojnë se kërkesa varet nga politikat favorizuese që ndjekin vendet fqinje për të tërhequr kompanitë që ofrojnë punën kontraktuale. Prandaj, qeveria shqiptare, duhet të tregoj kujdes të veçantë dhe t'i koordinojë politikat e saj për përkrahjen e këtyre sektorëve njëjloj si vendet tona fqinje. Kompanitë e intervistuar, në 53.4% të rasteve shprehen se pozicioni

gjeografik i Shqipërisë është i përshtatshëm dhe ndikon në thithjen e klientëve. Në 52% të rasteve, volumet e shitjeve janë rritur me një ritëm të qëndrueshëm vitet e fundit, çka dëshmon për një stabilitet të ecurisë së industrisë së nënkontraktimeve në distancë. Në 50.7% të rasteve, kompanitë shprehen se shitjet janë të parashikueshme. Kjo vjen edhe sepse puna është e nënkontraktuar, kështu që dihet se sa do jenë shitjet bazuar në kontratat, si edhe eksperiencia e gjatë e bashkëpunimit ka sjell qëndrueshmëri në vite ndërmjet kompanisë dhe klientëve. Në nivel shumë të ulët paraqitet dakordësia për politikat e ndërmarra nga qeveria për thithjen e klientëve. Duke parë rëndësinë e madhe të kësaj industrie, si dhe politikat favorizuese që ndjekin qeveritë e vendeve fqinje, duhet që patjetër qeveritarët tonë të hartojnë dhe zbatojnë politika mbështetëse për thithjen e klientëve dhe mbarëvajtjen e kompanive që operojnë me nënkontraktime në territorin shqiptar.

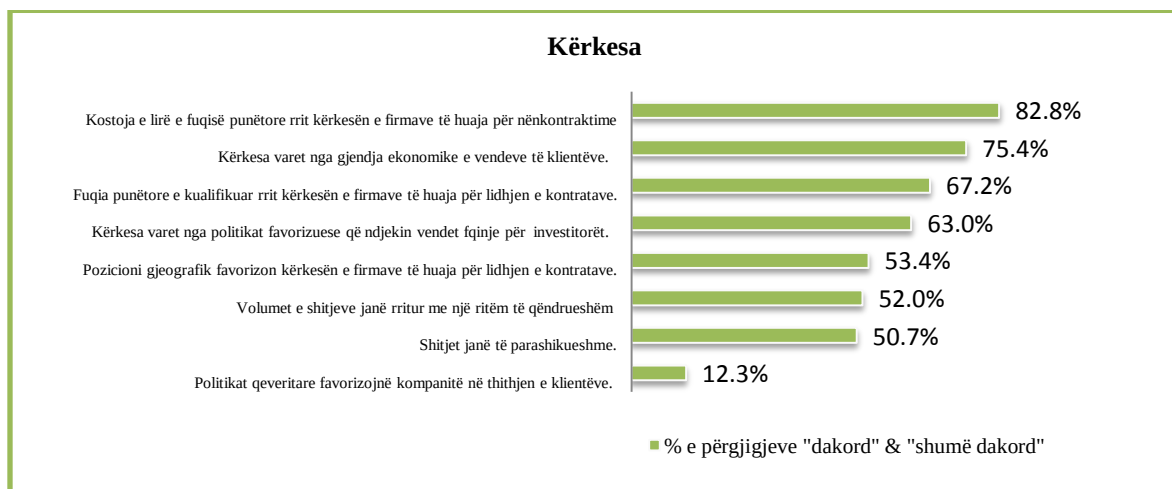


Figura 4. 10. Rëndësia e elementeve të kërkesës

Ndër elementet e legjislacionit fiskal dhe doganor (figura 4.11), ajo që të gjitha kompanitë i shqetëson më së shumti është pa dyshim rritja e tatim fitimit në masën 15%, një rritje kjo, goxha e konsiderueshme (me 50% nga masa e tatim fitimit prej 10% e aplikueshme më përpara). Edhe shpeshtësia e ndryshimit të taksave është një fenomen negativ për aktivitetin e biznesit, ndaj dhe ndryshimet e shpeshta që janë bërë vitet e fundit zënë një peshë të madhe për kompanitë (89%). Ligji për rimbursimin e TVSH-së, i cili ndikon pozitivisht në aktivitetin e biznesit e ka dhënë ndikimin e tij, pasi 87.6% e kompanive deklarojnë rëndësinë e këtij ligji në biznesin e tyre. E njëjta gjë edhe për pagesën zero të TVSH-së për importin e makinerive dhe pajisjeve (86.3%). Po aq të rëndësishme janë edhe masa e kontributeve të sigurimeve shoqërore dhe shëndetësore. Meqë nënkontraktimi në distancë bazohet kryesisht në fuqinë punëtore të lirë, çdo ndryshim, sado i vogël në masën e kontributeve, do jetë një ndryshim i madh në kosto për kompanitë e kësaj industrie. I njëjti arsyetim vlen edhe për ndryshimet në pagën minimale i cili vlerësohet i rëndësishëm ose shumë i rëndësishëm për 72.6% të kompanive të përfshira në studim. Ndërsa, përsa i përket Kodit të Ri Doganor, duket se ka një peshë më të vogël rëndësie se sa elementët e tjerë, me vetëm 61.6%. Kjo vjen kryesisht si pasojë se kompanitë në sektorin e call center-ave nuk janë ndikuar nga Kodi i Ri Doganor. Në fakt 95.6% e kompanive që e kanë konsideruar këtë si një element të

rëndësishëm apo shumë të rëndësishëm, i përkasin sektorit të fashioneve (72.7% e kompanive të sektorit të tekstileve e veshjeve dhe 82.6% e sektorit të lëkurë-këpucëve).

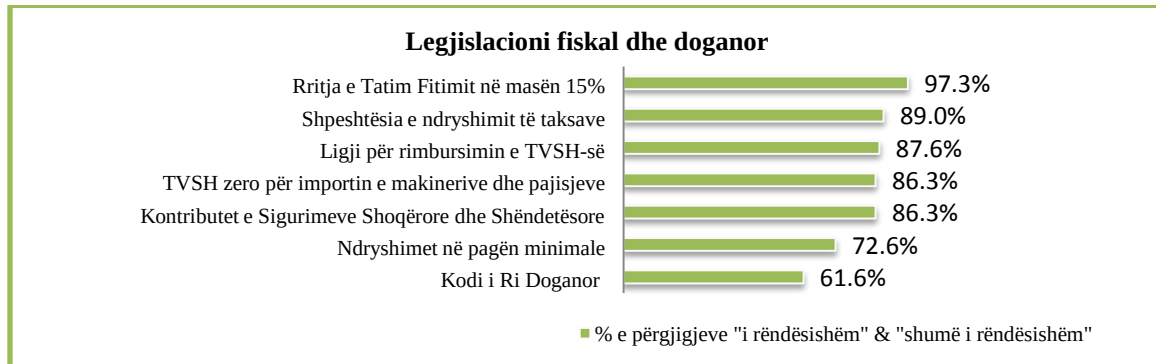


Figura 4. 11. Rëndësia e elementeve të legjislacionit fiskal dhe doganor

Nga përgjigjet e kompanive, duket sikur ato janë shumë të pakënaqura nga zbatueshmëria e ligjit në vendin tonë. Vetëm 24.7% e tyre shprehin dakordësinë e tyre në lidhje me efektivitetin e zbatueshmërisë së ligjit në Shqipëri në lidhje me çështjet e biznesit. Ato shprehen për zvarritje dhe burokraci të mëdha edhe në gjykata ku bizneset drejtohen për të zgjidhur çështje të ndryshme të biznesit. Nga ana tjetër, vetëm 8% shprehen se nuk ka favorizime klienteliste nga ana e organeve tatimore⁶⁶, një çështje kjo shumë shqetësuese, e cila menjëherë kërkon vëmendjen e qeverisë për marrjen e masave të nevojshme (figura 4.12).

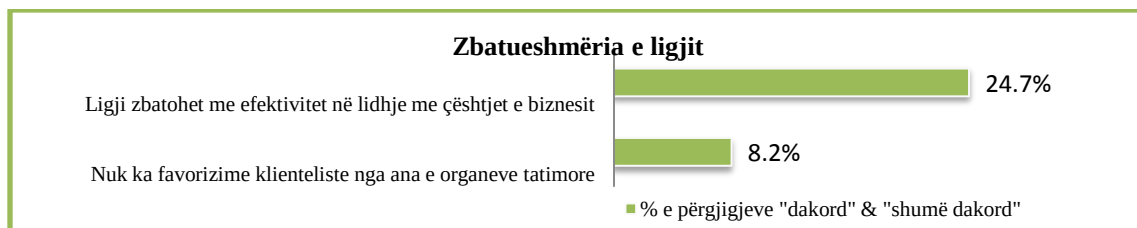


Figura 4. 12. Elementet e zbatueshmërisë së ligjit në Shqipëri

Po t'i hedhim një sy elementeve të ambientit politik, shohim që ndikimin më të madh në aktivitetin e biznesit e kanë burokratitë institucionale, me 91.8%. Pavarësisht reformave të ndërmarra nga qeveritë ndër vite, ky mbetet sërish një problem në aktivitetin e biznesit. Në nivele më të ulta paraqitet korrupsioni, ku 46.5% kanë shprehur ndikimin e tij në aktivitetin e biznesit. Gjithsesi edhe kjo shifër mbetet në nivele relativisht të larta. Stabiliteti qeveritar zë një peshë rreth 41%. Kompanitë e marra në shqyrtim shprehin se ka një tkurrje nga ana e kompanive të huaja për të lidhur kontrata sidomos gjatë viteve elektorale. Megjithatë, vitet e fundit është paraqitur një gjendje stabël, dhe qeveritë ndër vite vazhdimisht kanë bërë përpjekje për të përmirësuar klimën për thithjen e investimeve të huaja (përfshi këtu edhe ato kompani që vijnë për të nënkontraktuar procese të ndryshme të punës). Por, në nivele të ulta është ndikimi i politikave lehtësuese që ka

⁶⁶ Përgjigjet e këtij pohimi u morën të rikoduara, në mënyrë që të kishin të njëjtin orientim me pohimin e parë.

ndërmarrë qeveria. Vetëm 34.2% e kompanive shprehen që këto politika të kenë patur ndikim në aktivitetin e tyre, ndaj qeveria duke bashkëpunuar me aktorët kryesorë të sektorëve që punojnë me nënkontraktme, duhet të vazhdojë reformat dhe përpjekjet për të lehtësuar dhe nxitur aktivitetin e kompanive që punojnë me nënkontraktme. Masa ekstreme si bllokimi i transferimit të fondeve, apo politika në lidhje me konfiskimin apo shtetëzimin nuk kanë patur ndikim të ndjeshëm në aktivitetin e kompanive. Respektivisht 13.7% dhe 6.8% janë peshat e përgjigjeve të ndikimit të këtyre faktorëve në aktivitetin e kompanive (figura 4.13).

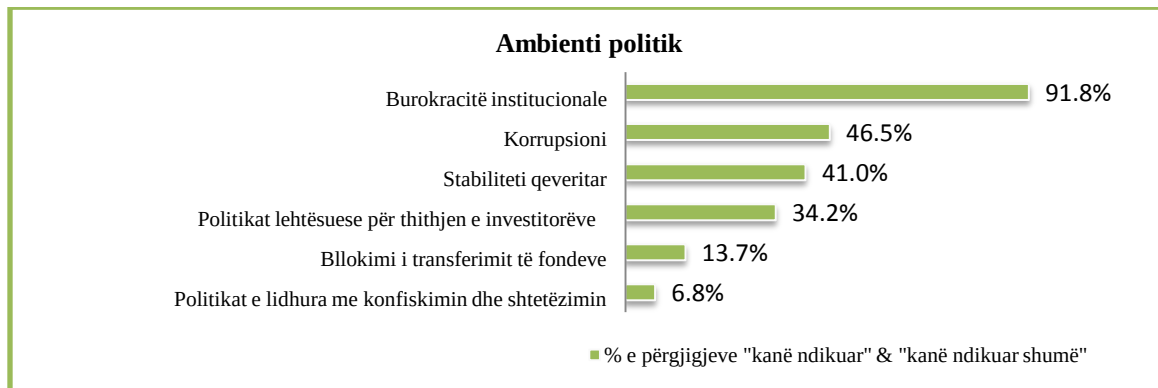


Figura 4. 13. Ndikimi i elementeve të ambientit politik

Karakteristikat e kontratave me klientët janë pjesë thelbësore e aktivitetit të kompanive që operojnë me nënkontraktme në distancë. 67.1% e kompanive deklarojnë që klientët i shlyejnë detyrimet në kohë. Kjo është një përqindje jo e lartë, pasi tregon që një pjesë e mirë e klientëve nuk i shlyejnë në kohë detyrimet e tyre, gjë që çon në vështirësi të mëdha financiare kompanitë vendase (figura 4.14).

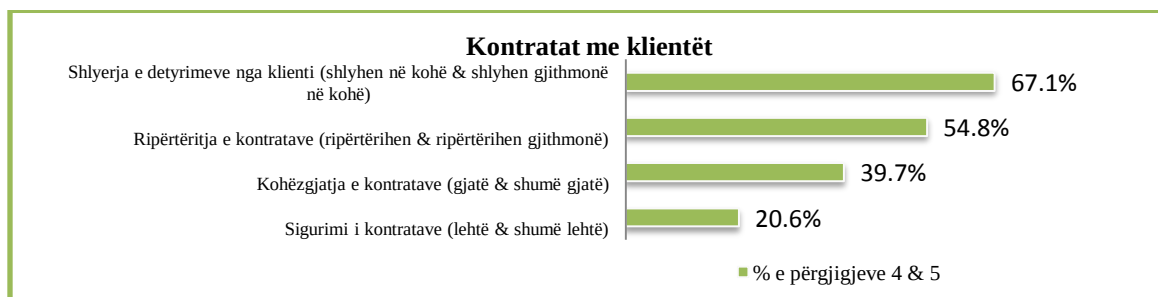


Figura 4. 14. Elementet e kontratave me klientët

Më shumë se gjysma e kompanive (54.8%) deklarojnë që kontratat në përgjithësi ripërtërihen. Kjo tregon që klientët mbeten të kënaqur nga puna dhe cilësia e shërbimit. Në 39.7% të rasteve, kontratat janë me një afat të gjatë, gjë që krijon një stabilitet për kompaninë. Megjithatë, sigurimi i kontratave paraqitet i vështirë, pasi vetëm 20.6% e kompanive të përfshira në studim deklarojnë që i sigurojnë kontratat lehtësisht. Në përgjithësi këto janë kompani të mëdha dhe që kanë shumë vite eksperiencë në treg.

Ndërkohë, 31.5% deklaruan që e kanë të vështirë ose shumë të vështirë sigurimin e kontratave.

43.8% e kompanive të përfshira në studim kanë deklaruar që ato punojnë me nënkontraktorë brenda vendit. Kjo sepse ato nuk arrijnë të përballojnë volumin e punës që marrin përsipër të kryejnë, për të reduktuar kostot e punës⁶⁷, ose edhe për të kryer një proces të punës për të cilin nuk janë të specializuara. Të ndara sipas sektorëve përqindjet e kompanive janë: 54.5% e kompanive të sektorit të tekstileve dhe veshjeve; 69.6% e kompanive të sektorit të lëkurë-këpucëve; dhe 11.8% në sektorin e call center-ave (figura 4.15).

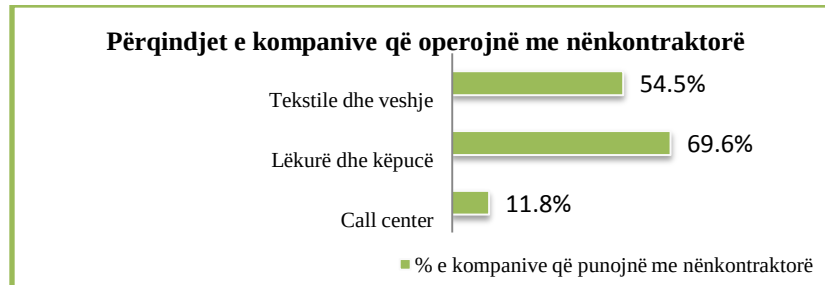


Figura 4. 15. Përqindjet e kompanive që operojnë me nënkontraktorë

Për sa i përket marrëdhënieve që kanë me furnitorët, në përgjithësi ato janë të kënaqshme. 87.7% e kompanive shprehen se ato marrin një cilësi të mirë të punës dhe shërbimit. Gjithashtu, 87.7% e kompanive shprehen se porosia realizohet në kohë. 78.1% e kompanive shprehën dakordësinë e tyre me çmimin e ofruar (figura 4.16).



Figura 4. 16. Marrëdhëniet me furnitorët

Duke qenë se kompanitë që operojnë me nënkontraktime në distancë nënshkruajnë kontrata me firma të huaja, pritet që për aq kohë sa monedha me të cilën nënshkruhet kontrata është në valutë të huaj, kompania të ekspozohet ndaj riskut të normave të këmbimit. Sa më shumë të jetë e ekspozuar firma ndaj luhatjeve të kurseve të këmbimit, aq më i madh është edhe risku i kurseve të këmbimit.

⁶⁷ Shpesh kompani fason në përmasa shumë më të vogla, të cilat operojnë në sektorin informal (e si rezultat kanë edhe kosto më të ulta)

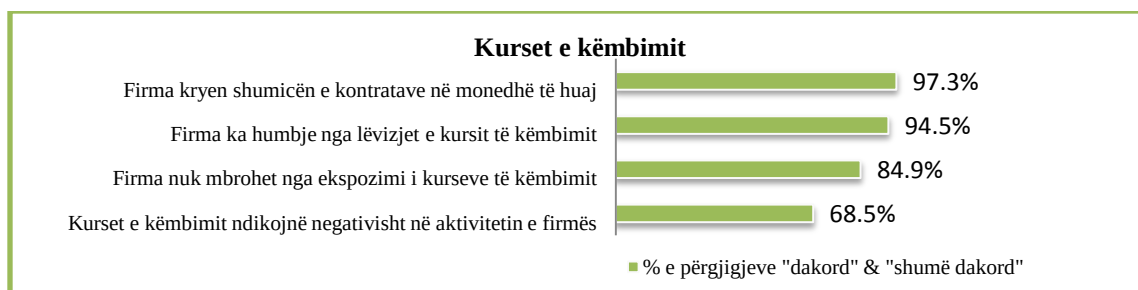


Figura 4. 17. Ndikimi i kurseve të këmbimit

Nga përgjigjet e pyetësit (figura 4.17), 97.3% e kompanive nënshkruajnë shumicën e kontratave në monedhë të huaj, gjë që sjell një ekspozim të madh të këtyre firmave ndaj riskut të kurseve të këmbimit. 94.5% e kompanive deklarojnë që firma ka humbje financiare nga luhajtjet e kurseve të këmbimit. Një arsye kryesore e kësaj vjen edhe si rezultat se firmat nuk mbrohen nga risku i kurseve të këmbimit (84.9% deklarojnë që kompania nuk mbrohet nga ky risk). Arsyeja kryesore është se në treg mungojnë instrumentat mbrojtës ndaj luhajtjeve të kurseve të këmbimit. Nga ana tjetër, 68.5% e kompanive deklarojnë se kurset e këmbimit ndikojnë negativisht në aktivitetin e përgjithshëm të firmës (pra, edhe ekspozimi ekonomik ndaj riskut të këmbimit paraqitet në nivele të larta). Është koha që edhe në vendin tonë të fillojë ofrimi i instrumentave mbrojtës (për shembull kontratat e së ardhmes⁶⁸), ose kompanitë duhet të aplikojnë teknika të ndryshme të mbrojtjeve operationale (si për shembull të rakordojnë në të njëjtën monedhë flukset hyrëse me ato dalëse, etj).

4.2.2 Analiza e përcaktimit të variablave (faktoriale dhe e besueshmërisë)

4.2.2.1 Faktorët e brendshëm të riskut

A. Faktorët Strategjik

Zhvillimi i produktit

Për të matur zhvillimin/përmirësimin e produktit apo shërbimit të ofruar, u përdorën katër pohime (faktorë) (pyetja numër 10 në pyetësor⁶⁹). Këto pohime iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që të katër pohimet qëndrojnë në një komponent të vetëm dhe peshat faktoriale janë më të larta se 0.4, duke u shtrirë në një interval nga 0.724 deri në 0.845 dhe me një mediane prej 0.807 (Tabela 4.6). Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 63.548% e variancës totale.

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë së qëndrimit të këtyre faktorëve në një komponent të vetëm. Koeficienti Cronbach’s alfa rezultoi 0.789. Duke marrë në konsideratë natyrën eksploruese të studimit, ky është një koeficient i

⁶⁸ Forwards

⁶⁹ Pyetësi gjendet në Apendiks.

pranueshëm në lidhje me besueshmërinë. Në analizë u përdor edhe opsioni për të parë nëse do të kishte përmirësim të këtij koeficienti po të eliminonohet ndonjë nga pohimet. Rezultoi që nuk ka përmirësim të tij, prandaj u vendos që të katër këto elementë të mbahen në studim dhe të ndërtohet një variabël e vetëm me mesataren e tyre, i cili u emërua “zhvillimi i produktit”.

Tabela 4. 6. Pohimet për matjen e zhvillimit të produktit* (n = 73)

Pohimet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Zhvillimi i produktit</i>		63.548	0.789
Zhvillimi i produktit të ri është mjaft i rëndësishëm në gjenerimin e të ardhurave shtesë.	0.799		
Firma jonë vazhdimisht zhvillon produkte/shërbime të reja, apo përmirëson ato ekzistues.	0.845		
Firma i pranon menjëherë idetë e reja (bazuar këto në kërkime paraprahe).	0.815		
Firma zakonisht merr <i>kthimin nga investimi</i> (ROI) të dëshiruar kur prezanton një produkt/shërbimit të ri.	0.724		

*Të gjithë pohimet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak dakord) në 5 (shumë dakord)

Cilësia e shërbimit

Për të matur cilësinë e shërbimit të ofruar, u përdorën pesë elementë (pyetja numër 11 në pyetësor). Edhe këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që vetëm katër prej tyre i kanë peshat faktoriale që kalojnë kufirin prej 0.4. Prandaj, elementi “realizimi në kohë i kontratave” nuk do të përfshihet në studim (pesha faktoriale e tij rezultoi 0.361). Katër elementet e mbetur iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe peshat e faktorëve rezultuan të shtrira në një interval nga 0.775 deri në 0.906, me një mediane prej 0.8475. Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 71.470% e variancës totale (tabela 4.7).

Tabela 4. 7. Elementet për matjen e rëndësisë së cilësisë së shërbimit* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Cilësia e shërbimit</i>		71.470	0.816
Mbajtja e përgjegjësive ndaj klientëve	0.906		
Krijimi i besimit te klienti	0.833		
Disponueshmëria ndaj klientëve	0.775		
Sistemet e kontrollit	0.862		

*Të gjitha elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë, ku koeficienti Cronbach's alfa, pasi hoqëm elementin “realizimi në kohë i kontratave”, rezultoi 0.816. Meqënëse edhe testi i besueshmërisë kalohet, u vendos që të katër këto elementë të mbahen në studim dhe të ndërtohet një variabël i vetëm me mesataret e këtyre pohimeve, i cili u quajt “cilësia e shërbimit”.

Kapitali njerëzor

Për të matur kapitalin njerëzor, u përdorën pesë elementë (pyetja numër 12 në pyetësor). Edhe këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që të pesë elementet qëndrojnë në një komponent të vetëm dhe të gjithë e kalojnë kufirin prej 0.4.

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë, ku koeficienti Cronbach's alfa, rezultoi 0.741. Por, në qoftë se do të eliminojmë elementin “largimi i punonjësve nga puna”⁷⁰, atëherë ky koeficient përmirësohet duke u bërë 0.793. Katër elementet e mbetur, iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Rezultoi që, nëse eliminohej edhe elementi “politika e rekrutimit”⁷¹, koeficienti i besueshmërisë Cronbach's alfa përmirësohet duke u bërë 0.853. Meqënëse është një përmirësim i konsiderueshëm, u vendos që edhe ky element të eliminohej dhe në analizë të vazhdohej vetëm me tre elementet e mbetur. Peshat faktoriale të tre elementëve të mbetur shtrihen në një interval prej 0.851 deri në 0.924, me një mediane prej 0.877 (tabela 4.8). Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 78.269% e variancës totale. Me këto tre elementë të mbajtur në studim, u ndërtua një variabël me mesataren e tyre dhe u emërua “kapitali njerëzor”.

Tabela 4. 8. Elementet për matjen e rëndësisë së kapitalit njerëzor* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Kapitali njerëzor</i>		78.269	0.853
Trajnimi i punonjësve	0.877		
Motivimi i punonjësve	0.924		
Përkushtimi i punonjësve në punë	0.851		

*Të gjitha elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

Kultura organizative

Për të matur kulturën organizative, u përdorën tetë elementë (pyetja numër 13 në pyetësor). Edhe këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që elementet grupohen në tre komponentë. Në komponentin e parë kemi “kordinimi dhe integrimi i

⁷⁰ pesha faktoriale e tij ishte 0.523

⁷¹ pesha faktoriale e tij ishte 0.634

njësive të ndryshme”, “përfshirja e punonjësve”, “puna në grup” dhe “krijimi i ndryshimit”. Në komponentin e dytë kemi “vizioni afatgjatë”, “drejtimi strategjik” dhe “qëllimi dhe objektivat”⁷². Ndërsa, komponenti i tretë përbëhet vetëm nga faktori “fokusi ndaj klientit” (tabela 4.9). Meqënëse ky është një element i vetëm që përbën një komponent dhe nuk del i grupuar në komponentët e tjerë, u vendos që të eliminohet nga analiza⁷³. Analiza vazhdoi me dy komponentët e parë. Varianca e shpjeguar nga këto dy komponentë së bashku është 61.765%⁷⁴ e variancës totale.

Tabela 4. 9. Matrica e komponentëve të rrotulluar* për matjen e rëndësisë së kulturës organizative* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale Komponenti 1	Peshat faktoriale Komponenti 2	Peshat faktoriale Komponenti 3
Vizioni afatgjatë	0.162	0.928	-0.047
Drejtimi strategjik	0.207	0.891	0.232
Qëllimet dhe Objektivat	0.422	0.525	0.063
Koordinimi dhe integrimi	0.699	0.258	0.244
Përfshirja e punonjësve	0.766	0.173	0.355
Puna në grup	0.896	0.167	-0.250
Krijimi i ndryshimit	0.807	0.270	0.320
Fokusi ndaj klientit	0.173	0.089	0.955
% e variancës së shpjeguar	35.076	26.689	16.523

*Metoda e llogaritjes: Analiza e komponentëve kryesorë
Metoda e rotacionit: Varimax me Kaiser Normalization.

Elementet e komponentit një, iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Peshat faktoriale kanë një interval shtrirjeje nga 0.775 deri në 0.914, me një mediane prej 0.8395 (tabela 4.10). Varianca e shpjeguar është 71.119% e variancës totale të komponentit. Koeficienti i besueshmërisë Cronbach’s alfa, rezultoi 0.864 dhe nuk ka përmirësime të mëtejshme edhe nëse eliminojmë ndonjë nga elementet. Meqë u përmbush edhe kriteri në lidhje me besueshmërinë, u vendos krijimi i një variabli me mesataren e këtyre katër elementeve, i cili u emërua “KO puna në grup”.

⁷² Ky element rezulton të grupohet edhe te komponenti i parë, por me një peshë faktoriale (0.422) më të vogël se sa e ka peshën te komponenti i dytë (0.525). Prandaj u vendos të mbahej te komponenti i dytë.

⁷³ Zakonisht, nevojiten tre ose më shumë elementë në një komponent që të mbahen në analizë.

⁷⁴ Varianca e komponentit 1 është 35.076% dhe varianca e komponentit 2 është 26.689%.

Tabela 4. 10. Elementet për matjen e rëndësisë së “KO puna në grup”*
(n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>KO puna në grup</i>		71.119	0.864
Koordinimi dhe integrimi i njësive të ndryshme	0.775		
Përfshirja e punonjësve	0.847		
Puna në grup	0.832		
Krijimi i ndryshimit	0.914		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

Edhe elementet e komponentit dy, iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Koeficienti i besueshmërisë Cronbach's alfa, rezultoi 0.794, por nëse eliminojmë elementin “qëllimet dhe objektivat⁷⁵”, ai përmirësohet dhe bëhet 0.891. Për këtë arsye u vendos që ky element të eliminohej dhe analiza të vazhdohej vetëm me dy elementet e mbetur, peshat faktoriale të të cilëve paraqiten në tabelën 4.11. Varianca e shpjeguar është 90.397% e variancës totale të këtij komponenti. Me mesataren e ketyre dy elementeve u krijua një variabël që u emërua “KO vizioni & drejtimi”

Tabela 4. 11. Elementet për matjen e rëndësisë së “KO vizioni & drejtimi”*
(n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>KO vizioni & drejtimi</i>		90.397	0.891
Vizioni afatgjatë	0.951		
Drejtimi strategjik	0.951		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

B. Faktorët operacional

Burimet Njerëzore

Për të matur pasojat e gabimeve që vijnë si rezultat i burimeve njerëzore, u përdorën tre elementë (pyetja numër 15 në pyetësor). Edhe këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që vetëm dy prej tyre i kanë peshat faktoriale që kalojnë kufirin prej 0.4. Prandaj, elementi “moskorrektësi në punë nga ana e punonjësve” nuk do të përfshihet në studim (pesha faktoriale e tij ishte 0.230). Dy elementet e mbetur

⁷⁵ pesha faktoriale e tij ishte 0.688

iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe peshat e faktorëve rezultuan si në tabelën 4.12. Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 82.722% e variancës totale.

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë, ku koeficienti Cronbach's alfa, pasi hoqëm elementin “moskorrektësi në punë nga ana e punonjësve”, rezultoi 0.778. Meqënëse edhe testi i besueshmërisë kalohet, u vendos që këto dy elementë të mbahen në studim dhe të ndërtohet një variabël i vetëm me mesataret e këtyre pohimeve, i cili u emërua “burimet njerëzore”.

Tabela 4. 12. Elementet për matjen e gabimeve nga burimet njerëzore* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Burimet njerëzore</i>		82.722	0.778
Mashtrime dhe vjedhje nga ana e punonjësve	0.910		
Gabime nga pakujdesitë e punonjësve	0.910		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak) në 5 (shumë)

Sistemet

Për të vlerësuar sistemet që përdor firma, u përdorën katër elementë (pyetja numër 16 në pyetësor). Pas analizës faktoriale eksploruese, ku u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”, rezultoi që të katër elementet qëndrojnë në një komponent të vetëm dhe peshat faktoriale janë më të larta se 0.4, duke u shtrirë në një interval nga 0.712 deri në 0.839 dhe me një mediane prej 0.8105 (tabela 4.13). Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 63.197% e variancës totale.

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë së qëndrimit të këtyre elementeve në një komponent të vetëm. Koeficienti Cronbach's alfa rezultoi 0.785. Duke marrë në konsideratë natyrën eksploruese të studimit, ky është një koeficient i pranueshëm në lidhje me besueshmërinë. Në analizë u përdor edhe opsioni për të parë nëse do të kishte përmirësim të këtij koeficienti po të eliminonohet ndonjë nga elementet. Rezultoi që nuk ka përmirësim të tij, prandaj u vendos që të katër këto elementë të mbahen në studim dhe të ndërtohet një variabël i vetëm me mesataren e tyre, i cili u emërua “sistemet”.

Tabela 4. 13. Elementet për vlerësimin e sistemeve* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Sistemet</i>		63.197	0.785
Sistemet e kontrollit	0.839		
Sistemet e kontabilitetit dhe informacionit financiar	0.712		
Sistemet e logjistikës (të shpërndarjes)	0.835		
Sistemet e marketingut	0.786		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak të përshtatshëm) në 5 (shumë të përshtatshëm)

4.2.2.2 Faktorët e jashtëm të riskut

A. Faktorët strategjik

Konkurenca

Për të matur konkurrencën, u përdorën tetë pohime (pyetja numër 20 në pyetësor). Edhe këto pohime iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që pohimet grupohen në tre komponentë, ku vetëm gjashtë pohime kanë kaluar testin eigen me vlera më të mëdha se një. Siç edhe mund të shikohet te tabela 4.14, ku jepet matrica e komponentëve të rrotulluar, kemi një mbivendosje të dy pohimeve në dy komponentë: “ne përballemi me një konkurrencë të pandershme” ndodhet si në komponentin e parë, edhe në atë të tretë; “konkurentët kanë kosto produkti/shërbimi më të ulët” ndodhet si në komponentin e parë, edhe në atë të dytë.

Tabela 4. 14. Matrica e komponentëve të rrotulluar* për matjen e konkurrencës (n = 73)

Pohimet	Peshat faktoriale Komponenti 1	Peshat faktoriale Komponenti 2	Peshat faktoriale Komponenti 3
Ne përballemi me një konkurrencë të pandershme.	0.001	0.831	0.237
Konkurentët e ofrojnë produktin/shërbimin me një çmim më të ulët.	0.466	0.117	0.733
Konkurentët kanë kosto të produktit/shërbimit më të ulët.	0.441	0.765	0.120
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese përsa i përket marketingut.	0.846	0.191	0.276
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese në lidhje me vendodhjen.	0.866	0.030	0.085
Konkurenca më e madhe vjen nga vendet e rajonit.	0.011	0.172	0.902
% e variancës së shpjeguar	38.039	22.362	19.213

*Metoda e llogaritjes: Analiza e komponentëve kryesorë

Metoda e rotacionit: Varimax me Kaiser Normalization.

Pas analizës së besueshmërisë për komponentin e dytë dhe të tretë, koeficientët Cronbach’s alfa rezultojnë përkatësisht 0.645 dhe 0.225. Pra, këto komponent nuk e kalojnë testin e besueshmërisë, prandaj do të eliminohen nga përfshirja e mëtejshme në studim. Gjithashtu, edhe po të nisemi nga rregulli që duhen tre ose më tepër faktorë në një komponent që të merren në konsideratë, përsëri do merrnim të njëjtin vendim. Pavarësisht se varianca e komponentit të parë (38.039% e totalit të variancës) rezulton disi e ulët, duhet të kemi parasysh edhe mbivendosjen e dy elementëve në komponentët e tjerë.

Elementet e komponentit një, iu nënshtroan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Peshat faktoriale kanë një interval shtrirjeje nga 0.793 deri në 0.873, me një mediane prej 0.811 (tabela 4.15). Varianca e shpejguar është 67.697% e variancës totale të komponentit. Koeficienti i besueshmërisë Cronbach's alfa, rezultoi 0.838 dhe nuk ka përmirësime të mëtejshme edhe nëq eleminojmë ndonjë nga elementet. Meqë u përmbush edhe kriteri në lidhje me besueshmërinë, u vendos krijimi i një variabli me mesataren e këtyre katër elementeve, i cili u emërua “konkurenca”.

Tabela 4. 15. Pohimet për matjen e “konkurencës”* (n = 73)

Pohimet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Konkurenca</i>		67.697	0.838
Konkurentët e ofrojnë produktin/shërbimin me një çmim më të ulët.	0.873		
Konkurentët kanë kosto të produktit/shërbimit më të ulët.	0.793		
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese përsa i përket marketingut.	0.828		
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese në lidhje me vendodhjen.	0.794		

*Të gjithë pohimet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak dakord) në 5 (shumë dakord)

Kërkesa e klientit

Për të matur kërkesën e klientit, u përdorën tetë pohime (pyetja numër 21 në pyetësor). Edhe këto pohime iu nënshtroan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që pohimet grupohen në tre komponentë (tabela 4.16). Fillimisht, pohimi “vitet e fundit, politikat qeveritare janë të tilla që favorizojnë kompanitë në thithjen e klientëve”, nuk u përfshinte në asnjë prej komponentëve, por pesha e tij faktoriale rezultonte me shenjë negative në komponentin e dytë. U desh të rikodohim përgjigjet në krahun e kundërt dhe në këtë mënyrë ky pohim qëndron në komponentin e dytë⁷⁶.

Pohimi “shitjet janë të parashikueshme” rezultoi të qëndrojnë në dy komponentë, te ai i pari dhe te komponenti i tretë. Pas analizës së besueshmërisë për komponentin e tretë, koeficientët Cronbach's alfa rezultoi 0.468. Pra, ky komponent nuk e kalon testin e besueshmërisë, prandaj do të eliminohet nga përfshirja e mëtejshme në studim. Gjithashtu, edhe po të nisemi nga rregulli që duhen tre ose më tepër faktorë në një komponent që të merren në konsideratë, përsëri do merrnim të njëjtin vendim. Prandaj, pohimi i sipërpërmendur do të përfshihet në komponentin e parë, ndërsa “pozicioni gjeografik i Shqipërisë favorizon kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave” do të eliminohet. Në fakt, edhe po të arsyetojmë më tutje, pozicioni gjeografik i Shqipërisë ndikon njëllot të gjitha firmat e të njëjtit sektor të marra në shqyrtim, pra nuk është një element që është specifikisht i lidhur me firmën.

⁷⁶ Në fakt, po t'i rikodojmë në të kundërt këto përgjigje, ky pohim do të jetë në të njëjtën linjë me dy pohimet e tjera që janë pjesë e komponentit të dytë: sa më e ndjeshme kërkesa ndaj gjendjes ekonomike të vendeve të huaja dhe politikave favorizuese që ndjekin vendet fqinje për thithjen e investitorëve, aq më shumë do të luhet kërkesa për firmat e marra në shqyrtim.

Tabela 4. 16. Matrica e komponentëve të rrotulluar* për matjen e kërkesës (n = 73)

Pohimet	Peshat faktoriale Komponenti 1	Peshat faktoriale Komponenti 2	Peshat faktoriale Komponenti 3
Shitjet janë të parashikueshme.	0.569		0.554
Volumet e shitjeve janë rritur me një ritëm të qëndrueshëm gjatë viteve të fundit.	0.676		
Kostoja e lirë e fuqisë punëtore rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.	0.923		
Fuqia punëtore e kualifikuar rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.	0.873		
Vitet e fundit, politikat qeveritare janë të tilla që favorizojnë kompanitë në thithjen e klientëve. (E kundërta)		0.570	
Kërkesa është mjaft e ndjeshme nga gjendja ekonomike e vendeve të klientëve.		0.778	
Kërkesa është mjaft e ndjeshme nga politikat favorizuese që ndjekin vendet fqinje për thithjen e investitorëve.		0.841	
Pozicioni gjeografik i Shqipërisë favorizon kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.			0.833
% e variancës së shpjeguar	31.999	26.668	15.865

*Metoda e llogaritjes: Analiza e komponentëve kryesorë
Metoda e rotacionit: Varimax me Kaiser Normalization.

Pohimet e komponentit një, iu nënshtroan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Peshat faktoriale kanë një interval shtrirjeje nga 0.800 deri në 0.851, me një mediane prej 0.8145 (tabela 4.17). Varianca e shpejguar është 67.281% e variancës totale të komponentit. Koeficienti i besueshmërisë Cronbach's alfa rezultoi 0.823 dhe nuk ka përmirësime të mëtejshme edhe nqs eliminojmë ndonjë nga pohimet. Meqë u përmbush edhe kriteri në lidhje me besueshmërinë, u vendos krijimi i një variabli me mesataren e këtyre katër elementeve, i cili u emërua “kërkesa”.

Tabela 4. 17. Pohimet për matjen e “kërkesës”* (n = 73)

Pohimet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Kërkesa</i>		67.281	0.823
Shitjet janë të parashikueshme.	0.800		
Volumet e shitjeve janë rritur me një ritëm të qëndrueshëm gjatë viteve të fundit.	0.829		
Kostoja e lirë e fuqisë punëtore rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.	0.851		
Fuqia punëtore e kualifikuar rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.	0.800		

*Të gjithë pohimet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak dakord) në 5 (shumë dakord)

Edhe pohimet e komponentit dy iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Koefiçienti i besueshmërisë Cronbach's alfa, rezultoi 0.644 dhe nuk ka përmirësime të mëtejshme edhe nqs eliminojmë ndonjë nga pohimet. Meqë ky nivel nuk është mjaftueshëm i besueshëm, u vendos që këto tre pohime të mos merren parasysh në analizën e mëtejshme. Gjithsesi, edhe këto tre pohime duket që kanë të njëjtin ndikim në të gjitha firmat e të njëjtit sektor, pra nuk janë specifike për firmën, ndryshe nga 4 pohimet që janë në komponentin e parë, të cilat janë specifike për firmat. Prandaj analiza do vazhdohet vetëm me komponentin një.

B. Faktorët operacional

Legjislacioni fiskal

Për të matur rëndësinë që ka legjislacioni fiskal dhe ai doganor, u përdorën tetë elementë (pyetja numër 22 në pyetësor). Edhe këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që 7 nga elementet grupohen në dy komponentë, ndërsa elementi “rritja e tatim- fitimit në masën 15%” nuk qëndron në asnjërin nga komponentët, prandaj do e përjashtojmë nga analiza e mëtejshme (tabela 4.18). Varianca e shpjeguar nga këto dy komponentë së bashku është 68.698% e variancës totale.

Tabela 4. 18. Matrica e komponentëve të rrotulluar* për matjen e rëndësisë së legjislacionit fiskal dhe doganor (n = 73)

Faktorët	Peshat faktoriale Komponenti 1	Peshat faktoriale Komponenti 2
Rritja e Tatim Fitimit në masën 15%	0.350	0.392
Kontributet e Sigurimeve Shoqërore dhe Shëndetësore	0.028	0.894
Ndryshimet në pagën minimale	0.017	0.924
Ligji për rimbursimin e TVSH-së	0.820	0.037
TVSH zero për importin e makinerive dhe pajisjeve	0.920	0.103
Kodi i Ri Doganor (lehtësi në procedurat doganore, fleksibiliteti në orarin e punës sipas kërkesës, etj.)	0.834	0.225
Shpeshtësia e ndryshimit të taksave	0.336	0.698
% e variancës së shpjeguar	<i>35.015</i>	<i>33.683</i>

*Metoda e llogaritjes: Analiza e komponentëve kryesorë

Metoda e rotacionit: Varimax me Kaiser Normalization.

Tre elementet e komponentit një, iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Koefiçienti i besueshmërisë Cronbach's alfa rezultoi 0.842, por në qoftë se eliminojmë faktorin “ligji për rimbursimin e TVSH-së”, atëherë ky

koeficient përmirësohet dhe bëhet 0.868. Prandaj u vendos që ky element të mos përfshihet në analizën e mëtejshme. Më pas u ribë edhe një herë analiza faktoriale për dy elementet e mbetur dhe rezultatet e peshave faktoriale paraqiten në tabelën 4.19. Kështu u vendos krijimi i një variabli me mesataren e këtyre dy elementeve, i cili u emërua “reformat në taksa”.

Tabela 4. 19. Elementet për matjen e rëndësisë së “reformave në taksa” *
(n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Reformat në taksa</i>		89.189	0.868
TVSH zero për importin e makinerive dhe pajisjeve	0.944		
Kodi i Ri Doganor (lehtësi në procedurat doganore, fleksibiliteti në orarin e punës sipas kërkesës, etj.)	0.944		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

Nga ana tjetër, edhe tre elementet e komponentit dy, iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë. Koeficienti i besueshmërisë Cronbach's alfa rezultoi 0.818, por në qoftë se eliminojmë elementin “shpeshtësia e ndryshimit të taksave”, atëherë ky koeficient përmirësohet dhe bëhet 0.855. Prandaj u vendos që ky element të mos përfshihet në analizën e mëtejshme. Më pas u ribë edhe një herë analiza faktoriale për dy elementet e mbetur dhe rezultatet e peshave faktoriale paraqiten në tabelën 4.20. Kështu, u vendos krijimi i një variabli me mesataren e këtyre dy faktorëve, i cili u emërua “taksat”.

Tabela 4. 20. Elementet për matjen e rëndësisë së “taksave”* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Taksat</i>		88.156	0.855
Kontributet e Sigurimeve Shoqërore dhe Shëndetësore	0.936		
Ndryshimet në pagën minimale	0.936		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

Zbatueshmëria e ligjit

Për të matur zbatueshmërinë e ligjit në lidhje me biznesin në vendin tonë, u përdorën dy pohime (elementë) (pyetja numër 23 në pyetësor): (i) ligji zbatohet me efektivitet në lidhje me çështjet e biznesit dhe (ii) ka favorizime klienteliste nga ana e organeve tatimore. Përpara se këto pohime t’iu nënshtroheshin analizës faktoriale dhe asaj të besueshmërisë, u rikoduan në të kundërt përgjigjet e pohimit të dytë, në mënyrë që të ishin në të njëjtën linjë. Pra, në këtë mënyrë, të dy pohimet priten të kenë një ndikim pozitiv në performancën e biznesit.

Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që pohimet i kanë peshat faktoriale më të

mëdha se 0.4 (me nga 0.763), por ato nuk kalojnë testin e besueshmërisë. Koeficienti Cronbach's alfa rezultoi të jetë 0.277, që do të thotë se qëndrimi i këtyre dy elementëve në një komponent të vetëm nuk është i besueshëm.

Ambienti politik

Për të matur ndikimin e ambientit politik, u përdorën gjashtë elementë (pyetja numër 24 në pyetësor). Këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që të gjashtë faktorët qëndrojnë në tre komponentë (tabela 4.21), por asnjëri nga këto komponent nuk e kalon testin e besueshmërisë. Koeficientët Cronbach's alfa janë 0.619 për komponentin e parë (nqs eliminojmë faktorin “politika lehtësuese për thithjen e investitorëve” ai përmirësohet në 0.623, por që përsëri mbetet në nivel të papranueshëm besueshmërie) dhe 0.474 për komponentin e tretë. U provua edhe rikodimi i përgjigjeve në krahun e kundërt për faktorin “korrupsioni”, në mënyrë që të ishte në të njëjtën linjë me faktorin “stabiliteti qeveritar”, e kështu mund t'i gruponim së bashku këto dy faktorë. Por edhe në këtë rast koeficienti Cronbach's alfa rezultoi i ulët me një vlerë prej 0.427. Prandaj, as këto faktorë nuk mund të qëndrojnë së bashku.

Tabela 4. 21. Matrica e komponentëve të rrotulluar* për matjen e ambientit politik (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale Komponenti 1	Peshat faktoriale Komponenti 2	Peshat faktoriale Komponenti 3
Korrupsioni	0.212	-0.565	0.637
Burokracitë institucionale	-0.070	0.141	0.885
Stabiliteti qeveritar	0.151	0.879	0.085
Politikat lehtësuese për thithjen e investitorëve	0.580	0.350	-0.344
Bllokimi i transferimit të fondeve	0.772	0.258	0.116
Politikat e lidhur me konfiskimin dhe shtetëzimin	0.854	-0.226	0.013

*Metoda e llogaritjes: Analiza e komponentëve kryesorë

Metoda e rotacionit: Varimax me Kaiser Normalization.

Kontratat me klientët

Për të matur ndikimin që kanë kontratat me klientët u përdorën katër elementë (pyetja numër 25 në pyetësor). Këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që të katër elementet qëndrojnë në një komponent të vetëm dhe peshat faktoriale janë më të larta se 0.4, duke u shtrirë në një interval nga 0.771 deri në 0.916 dhe me një mediane prej 0.838 (Tabela 4.22). Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 70.922% e variancës totale.

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë së qëndrimit të këtyre elementeve në një komponent të vetëm. Koeficienti Cronbach's alfa rezultoi 0.858. Duke marrë në konsideratë natyrën eksploruese të studimit, ky është një koeficient i pranueshëm në lidhje me besueshmërinë. Në analizë u përdor edhe opsioni për të parë nëse do të kishte përmirësim të këtij koeficienti po të eliminonohet ndonjë nga elementet. Rezultoi që nuk ka përmirësim të tij, prandaj u vendos që të katër këto elementë të mbahen në studim dhe të ndërtohet një variabël e vetëm me mesataren e tyre, i cili u emërua “kontratat me klientët”.

Tabela 4. 22. Elementet për matjen ndikimit të kontratave me klientët (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Kontratat me klientët</i>		70.922	0.858
Sigurimi i kontratave (1-shumë vështirë, deri në 5-shumë lehtë)	0.828		
Kohëzgjatja e kontratave (1-shumë shkurt, deri në 5-shumë gjatë)	0.848		
Ripërtëritja e kontratave (1-nuk ripërtërihen, deri në 5-ripërtërihen gjithmonë)	0.916		
Shlyerja e detyrimeve nga klienti (1-nuk shlyhen në kohë, deri në 5-shlyhen gjithmonë në kohë)	0.771		

Kontratat me furnitorët

Për të matur ndikimin që kanë kontratat me furnitorët u përdorën tre elementë (pyetja numër 27 në pyetësor). Këto elementë iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që të tre elementet qëndrojnë në një komponent të vetëm dhe peshat faktoriale janë më të larta se 0.4, duke u shtrirë në një interval nga 0.843 deri në 0.895 dhe me një mediane prej 0.850 (tabela 4.23). Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 74.446% e variancës totale.

Tabela 4. 23. Elementet për matjen ndikimit të kontratave me furnitorët/nënkontraktorët (n = 73)*

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Kontratat me furnitorët</i>		74.446	0.826
Cilësia e shërbimit/punës së kryer	0.895		
Porosia kryhet në kohë	0.850		
Çmimi i ofruar është i arsyeshëm	0.843		

*Të gjitha pohimet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak dakord) në 5 (shumë dakord)

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë së qëndrimit të këtyre elementeve në një komponent të vetëm. Koeficienti Cronbach's alfa rezultoi 0.826. Duke

marrë në konsideratë natyrën eksploruese të studimit, ky është një koeficient i pranueshëm në lidhje me besueshmërinë. Në analizë u përdor edhe opsioni për të parë nëse do të kishte përmirësim të këtij koeficienti po të eliminonohet ndonjë nga elementet. Rezultoi që nuk ka përmirësim të tij, prandaj u vendos që të tre këto elementë të mbahen në studim dhe të ndërtohet një variabël i vetëm me mesataren e tyre, i cili u emërua “kontratat me furnitorët”.

C. Faktorët financiar

Ekspozimi ndaj kurseve të këmbimit

Për të matur ekspozimin ndaj kurseve të këmbimit, u përdorën katër pohime (pyetja numër 28 në pyetësor). Këto pohime iu nënshtruan analizës faktoriale eksploruese për të parë se sa qëndrojnë të lidhur me njëri-tjetrin. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Peshat faktoriale rezultojnë më të mëdha se 0.4, duke e kaluar kështu këtë test, por nuk përmbushin kriterin e besueshmërisë për të qëndruar në një komponent. Koeficientët Cronbach’s alfa është 0.540 dhe mund të përmirësohet deri në 0.556 nqs eliminojmë pohimin “firma nuk mbrohet nga ekspozimi i kurseve të këmbimit”, por përsëri nuk është mjaftueshëm për të përmbushur kriterin e besueshmërisë. Prandaj, këto pohime nuk mund të grupohen në një faktor.

4.2.3 Analiza e regresionit

Matja e ndikimit të faktorëve të riskut mbi performancën financiare, u realizua nëpërmjet disa analizave të thjeshta dhe të shumëfishta të regresionit, duke përdorur si variabla të pavarur faktorët që shkaktojnë risk (të brendshëm dhe të jashtëm) të ndarë respektivisht si strategjik, operacional e financiar. Indikatorët e performancës financiare, ROA, ROE dhe MF u përdorën si variabla të varur. Më poshtë paraqiten vetëm variablat që rezultuan domethënës ose marxhinalisht domethënës. Fillimisht do të analizojmë nëse faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë performancën financiare të firmës. Për këtë kemi 3 hipotezat (H_{10}) si më poshtë:

H1a: Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë ROA-n.

H1b: Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë ROE-n.

H1c: Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë marzhin e fitimit.

Së pari u përdorën faktorët e brendshëm strategjik (zhvillimi i produktit, cilësia e shërbimit, kapitali njerëzor, KO puna në grup dhe KO vizioni dhe drejtimi) si variabla të pavarur dhe ROA si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($F(5,67) = 2.567$, $p = 0.035$) dhe R^2 i rregulluar është 9.8%. Kjo do të thotë që ekziston një lidhje domethënëse ndërmjet variablit të varur dhe bashkësisë së variablave të pavarur, ose e thënë ndryshe, një ose më shumë variabla të pavarur janë domethënës (Anderson, Sweeney, & Williams, 2009). Megjithatë, testet t për domethënien e koeficientave treguan që këto koeficienta nuk janë domethënës (pra pranohet $H_0 = \beta_1 = \beta_2$

= $\beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$)⁷⁷. Këto rezultate të kundërta ndërmjet testit F dhe t, tregojnë që ndërmjet variablave të pavarur ka multikolinearitet, prandaj rezultatet e statistikës t bëhen të vështira për t'u interpretuar, pasi na çojnë drejt një rezultati të gabuar. Për ta vërtetuar këtë, u ndërtua matrica e korrelacionit ndërmjet variablave të pavarur (tabela 4.24). Nga matrica e korrelacionit shikohet që koeficientët e korrelacionit ndërmjet variablave janë të lartë (të gjithë janë domethënës), dhe 2 çifte variablash kanë korrelacion mbi kufirin e sipërm 0.7, prandaj kemi edhe probleme të multikolinearitetit (Anderson, Sweeney, & Williams, 2009).

Tabela 4. 24. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të brendshëm të riskut (n = 73)

	Zhvillimi i produktit	Cilësia e shërbimit	Kapitali njerëzor	KO puna në grup	KO vizioni & drejtimi
Zhvillimi i produktit	1	0.663**	0.769**	0.597**	0.560**
Cilësia e shërbimit	0.663**	1	0.723**	0.503**	0.593**
Kapitali njerëzor	0.769**	0.723**	1	0.570**	0.528**
KO puna në grup	0.597**	0.503**	0.570**	1	0.468**
KO vizioni & drejtimi	0.560**	0.593**	0.528**	0.468**	1

** Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.01 (i 2-anshëm).

Tabela 4. 25. Faktorët (variablat) e brendshëm strategjik* (n = 73)

Elementet	Peshat faktoriale	% e variancës së shpjeguar	Cronbach's α
<i>Faktorët e brendshëm strategjik</i>		68.093	0.866
Zhvillimi i produktit	0.878		
Cilësia e shërbimit	0.850		
Kapitali njerëzor	0.881		
KO puna në grup	0.752		
KO vizioni & drejtimi	0.754		

*Të gjithë elementet u matën me shkallë Likert nga 1(aspak i rëndësishëm) në 5 (shumë i rëndësishëm)

Në mënyrë që të shmangej ky problem, pesë faktorët e mësipërm iu nënshtruan edhe një herë analizës faktoriale, për të parë nëse ato mund të qëndrojnë të grupuar në një variabël të vetëm. Në analizë u përdor kriteri me vlera eigen më të mëdha se një dhe metoda e rotacionit “varimax”. Nga analiza rezultuan që të pesë faktorët qëndrojnë në një

⁷⁷ Edhe dy regresionet e tjera të shumëfishtë ku si variabël i varur është ROE apo MF dhe variabla të pavarur janë faktorët strategjik të brendshëm, rezultuan që modelet të ishin domethënëse, por koeficientët e variablave të pavarur nuk ishin të tillë.

komponent të vetëm. Varianca e shpjeguar nga ky komponent është 68.093% e variancës totale (tabela 4.25).

Më pas analiza vazhdoi me matjen e besueshmërisë, ku koeficienti Cronbach's alfa, rezultoi 0.866. Meqënëse edhe testi i besueshmërisë kalohet, u vendos që me këto pesë elementë të ndërtohet një variabël e vetëm me mesataret e tyre, i cili u emërua “faktorët e brendshëm strategjik”.

Për të vërtetuar hipotezën H1a, u përdor analiza e regresionit linear të thjeshtë, ku si variabël të pavarur kemi “faktorët e brendshëm strategjik” dhe variabël të varur ROA-n. Nga analiza e regresionit rezultoi që ekziston një lidhje statistikisht domethënëse mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s ($F(1,71) = 11.587$, $p = 0.001$). Gjithashtu, koeficienti i pjerrësisë është pozitiv dhe domethënës ($b_1 = 0.114$), ndërsa koeficienti $R^2 = 0.14$. Ekuacioni i regresionit është:

$$\text{ROA} = -0.329 + 0.114 (\text{Faktorët e brendshëm strategjik})$$

Lidhja e mësipërme mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-së do të thotë që, nëse rëndësia e perceptimit të faktorëve të brendshëm strategjik (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi, ROA do të rritet me 0.114 njësi, ose me 11.4%. Prandaj, *hipoteza H1a pranohet*.

Për të vërtetuar hipotezën H1b, u përdor analiza e regresionit linear të thjeshtë, ku si variabël të pavarur kemi “faktorët e brendshëm strategjik” dhe variabël të varur ROE-n. Nga analiza e regresionit rezultoi që ekziston një lidhje domethënëse mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROE-s ($F(1,71) = 9.377$, $p = 0.003$). Gjithashtu, koeficienti i pjerrësisë është pozitiv dhe domethënës ($b_1 = 0.132$), ndërsa koeficienti $R^2 = 0.117$. Kjo tregon një lidhje statistikisht domethënëse ndërmjet faktorëve të brendshëm të riskut dhe ROE-së. Ekuacioni i regresionit është si më poshtë:

$$\text{ROE} = -0.313 + 0.132 (\text{Faktorët e brendshëm strategjik})$$

Lidhja e mësipërme mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROE-së do të thotë që, nëse rëndësia e perceptimit të faktorëve të brendshëm strategjik (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi, ROE do të rritet me 0.132 njësi, ose me 13.2%. Prandaj, *hipoteza H1b pranohet*.

Për të vërtetuar hipotezën H1c, u përdor analiza e regresionit linear të thjeshtë, ku si variabël të pavarur kemi “faktorët e brendshëm strategjik” dhe variabël të varur MF-n. Nga analiza e regresionit rezultoi që ekziston një lidhje domethënëse mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe MF-s ($F(1,71) = 10.810$, $p = 0.002$). Gjithashtu, koeficienti i pjerrësisë është pozitiv dhe domethënës ($b_1 = 0.091$), ndërsa koeficienti $R^2 = 0.132$. Kjo tregon një lidhje statistikisht domethënëse ndërmjet faktorëve të brendshëm strategjik dhe marzhit të fitimit. Ekuacioni i regresionit është si më poshtë:

$$\text{MF} = -0.299 + 0.091 (\text{Faktorët e brendshëm strategjik})$$

Lidhja e mësipërme mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe MF-së do të thotë që, nëse rëndësia e perceptimit të faktorëve të brendshëm strategjik (nga ana e

menaxherëve të firmës) rritet me një njësi, MF do të rritet me 0.091 njësi, ose me 9.1%. Prandaj, hipoteza H1c pranohet.

Tani do të analizohet nëse faktorët e brendshëm operacional ndikojnë performancën financiare të firmës. Për këtë kemi 3 hipotezat (H2₀) si më poshtë:

H2a: Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë ROA-n.

H2b: Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë ROE-n.

H2c: Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë marzhin e fitimit.

Për të vërtetuar hipotezat H2a, H2b dhe H2c fillimisht u ndërtua matrica e korrelacionit për të parë nëse kemi probleme me multikolinearitetin ndërmjet variablave të pavarur të faktorëve operacional. Pas analizës faktoriale të bërë në seksionin e mësipërm, këto variabla rezultuan të jenë: burimet njerëzore, sistemet dhe teknologjia. Asnjë nga koeficientët e korrelacionit nuk është jashtë intervalit [-0.7;0.7], prandaj do të procedohet me regresionin e shumëfishtë. (tabela 4.26).

Tabela 4. 26. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të brendshëm operacional (n = 73)

	Burimet Njerëzore	Sistemet	Teknologjia
Burimet Njerëzore	1	-0.398**	-0.298*
Sistemet	-0.398**	1	0.526**
Teknologjia	-0.298*	0.526**	1

** Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.01 (i 2-anshëm).

* Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.05 (i 2-anshëm).

Për të vërtetuar hipotezën H2a u përdorën faktorët e brendshëm operacional (burimet njerëzore, sistemet dhe teknologjia) si variabla të pavarur dhe ROA si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.001$); megjithatë, variabli *burimet njerëzore* nuk është domethënës. Pasi heqim variablin jo domethënës e ribëjmë edhe një herë analizën e regresionit të shumëfishtë, ku rezulton që modeli është mjaft domethënës ($F(2,70) = 9.860$, $p = 0.000$) dhe R^2 i rregulluar është 19.8%. Variablat domethënës dhe marxhinalisht domethënës që mbeten në model janë *sistemet* ($p = 0.022$) dhe *teknologjia* (0.053), të cilët kanë një lidhje pozitive me ROA-n. Ekuacioni i regresionit të shumëfishtë është si më poshtë:

$$\text{ROA} = -0.249 + 0.06 (\text{Sistemet}) + 0.047 (\text{Teknologjia})$$

Lidhja e mësipërme mes faktorëve të brendshëm operacional dhe ROA-së do të thotë që, nëse vlerësimi i sistemeve (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi duke mbajtur faktorët e tjerë konstantë, ROA do të rritet me 0.06 njësi, ose me 6%; si dhe nëse vlerësimi i teknologjisë (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi duke mbajtur faktorët e tjerë konstantë, ROA do të rritet me 0.047 njësi, ose me 4.7%.

Meqënëse vetëm variablat *sistemet* dhe *teknologjia* janë domethënës nga variablat e brendshëm operacional, themi që *hipoteza H2a pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H2b u përdorën faktorët e brendshëm operacional (burimet njerëzore, sistemet dhe teknologjia) si variabla të pavarur dhe ROE si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është mjaft domethënës ($p = 0.000$); megjithatë, variabli *burimet njerëzore* nuk është domethënës. Pasi heqim variablin jo domethënës e ribëjmë edhe një herë analizën e regresionit, ku sërish rezulton që modeli është mjaft domethënës ($F(2,70) = 11.196$, $p = 0.000$) dhe R^2 i rregulluar është 22.1%. Variablat domethënës që mbetën në model janë *sistemet* ($p = 0.017$) dhe *teknologjia* ($p = 0.034$), të cilët kanë një lidhje pozitive me ROE-n. Ekuacioni i regresionit të shumëfishtë është si më poshtë:

$$\text{ROE} = -0.289 + 0.079 (\text{Sistemet}) + 0.065 (\text{Teknologjia})$$

Lidhja e mësipërme e faktorëve të brendshëm operacional dhe ROE-së do të thotë që, nëse vlerësimi i sistemeve (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi duke mbajtur faktorët e tjerë konstantë, ROE do të rritet me 0.079 njësi, ose me 7.9%; si dhe nëse vlerësimi i teknologjisë (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi duke mbajtur faktorët e tjerë konstantë, ROE do të rritet me 0.065 njësi, ose me 6.5%. Meqënëse vetëm variablat *sistemet* dhe *teknologjia* janë domethënës nga variablat e brendshëm operacional, themi që *hipoteza H2b pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H2c u përdorën faktorët e brendshëm operacional (burimet njerëzore, sistemet dhe teknologjia) si variabla të pavarur dhe MF si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është mjaft domethënës ($p = 0.000$); megjithatë, variabli *burimet njerëzore* dhe *teknologjia* nuk janë domethënës. Pasi heqim variablat jo domethënës e ribëjmë edhe një herë analizën e regresionit ku sërish rezulton që modeli është mjaft domethënës ($F(1,71) = 16.388$, $p = 0.000$) dhe R^2 është 18.8%. Variabli domethënës që mbeti në model është *sistemet* ($p = 0.000$), i cili ka një lidhje pozitive me MF-n. Ekuacioni i regresionit është:

$$\text{MF} = -0.197 + 0.074 (\text{Sistemet})$$

Lidhja e mësipërme mes sistemeve dhe MF-së do të thotë që, nëse vlerësimi i sistemeve (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi, MF do të rritet me 0.074 njësi, ose me 7.4%. Meqënëse vetëm variabli “sistemet” është domethënës nga variablat e brendshëm operacional, themi që *hipoteza H2c pranohet pjesërisht*.

Tani do të analizohet nëse faktorët e brendshëm (të riskut) financiar ndikojnë performancën financiare të firmës. Për këtë kemi 3 hipotezat ($H3_0$) si më poshtë:

H3a: Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë ROA-n.

H3b: Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë ROE-n.

H3c: Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë marzhin e fitimit.

Në faktorët e brendshëm të riskut financiar janë marrë në shqyrtim faktori i likuiditetit dhe burimet financiare. Likuiditeti është matur me raportin *mjete*

afatshkurtra/detyrime afatshkurtra, ndërsa burimet financiare janë matur me raportin e ndryshimit të financimeve të firmës nga viti 2012 deri në 2014:

$$\frac{(Detyrime\ AGJ2014 + Kap.Total2014) - (Detyrime\ AGJ2012 + Kap.Total2012)}{Detyrime\ AGJ2012 + Kap.Total2012}$$

Për të vërtetuar hipotezat H3a, H3b dhe H3c fillimisht u ndërtua matrica e korrelacionit për të parë nëse kemi probleme me multikolinearitetin ndërmjet variablave të pavarur të faktorëve financiar. Koeficienti i korrelacionit është i ulët dhe nuk është domethënës. (tabela 4.27)

Tabela 4. 27. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të brendshëm të riskut financiar (n = 73)

	Likuiditeti	Ndryshimi i burimeve financiare
Likuiditeti	1	-0.014
Ndryshimi i burimeve financiare	-0.014	1

Për të vërtetuar hipotezën H3a u përdorën faktorët e brendshëm financiar (likuiditeti dhe ndryshimi në burimet financiare) si variabla të pavarur dhe ROA si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.002$); megjithatë, variabli *likuiditeti* nuk është domethënës. Pasi heqim variablin jo domethënës e ribëjmë edhe një herë analizën e regresionit, ku rezultoi që modeli të jetë domethënës ($F(1,71) = 7.956$, $p = 0.006$) dhe R^2 është 10.1%. Variabli i vetëm domethënës që mbeti në model është *ndryshimi i burimeve financiare* ($p = 0.006$), i cili ka një lidhje pozitive me ROA-n. Ekuacioni i regresionit është:

$$ROA = 0.142 + 0.003 (\text{Ndryshimi i burimeve financiare})$$

Lidhja e mësipërme mes ndryshimit të burimeve financiare dhe ROA-së do të thotë që, nëse raporti i ndryshimit të financimeve rritet me një njësi, ROA do të rritet me 0.003 njësi, ose nqs raporti i ndryshimit të financimeve rritet me 1%, ROA do të rritet me 0.3%. Meqënëse vetëm variabli “ndryshimi i burimeve financiare” është domethënës nga variablat e brendshëm financiar, themi që *hipoteza H3a pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H3b u përdorën faktorët e brendshëm financiar (likuiditeti dhe ndryshimi në burimet financiare) si variabla të pavarur dhe ROE si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli nuk është domethënës ($F(2,70) = 1.081$; $p = 0.345$); as koeficientët e variablave të pavarur nuk janë domethënës (likuiditeti: $p = 0.228$; ndryshimi i burimeve financiare $p = 0.401$). Si rezultat mund të themi që *hipoteza H3b nuk pranohet*.

Për të vërtetuar hipotezën H3c u përdorën faktorët e brendshëm financiar (likuiditeti dhe ndryshimi në burimet financiare) si variabla të pavarur dhe MF si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli nuk është domethënës ($F(2,70) = 0.446$; $p = 0.642$); as koeficientët e variablave të pavarur nuk janë domethënës (likuiditeti: $p = 0.427$; ndryshimi i burimeve financiare $p = 0.625$). Si rezultat mund të themi që *hipoteza H3c nuk pranohet*.

Tani do të analizohet nëse faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë performancën financiare të firmës. Për këtë kemi 3 hipotezat (H_{40}) si më poshtë:

H4a: Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë ROA-n.

H4b: Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë ROE-n.

H4c: Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë marzhin e fitimit.

Për të vërtetuar hipotezat H4a, H4b dhe H4c fillimisht u ndërtua matrica e korrelacionit për të parë nëse kemi probleme me multikolinearitetin ndërmjet variablave të pavarur të faktorëve të jashtëm strategjik. Pas analizës faktoriale të bërë në seksionin e mësipërm, këto variabla rezultuan të jenë: konkurenca dhe kërkesa. Koeficienti Pearson i korrelacionit mes këtyre dy variablave është negativ dhe domethënës, por gjithsesi nuk është përtej kufirit për të krijuar probleme të multikolinearitetit (tabela 4.28), prandaj do të vazhdohet analiza me regresionin e shumëfishtë linear.

Tabela 4. 28. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të jashtëm strategjik (n = 73)

	Konkurenca	Kërkesa
Konkurenca	1	-0.436**
Kërkesa	-0.436**	1

** Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.01 (i 2-anshëm).

Për të vërtetuar hipotezën H4a u përdorën faktorët e jashtëm strategjik (konkurenca dhe kërkesa) si variabla të pavarur dhe ROA si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.006$); megjithatë, variabli *konkurenca* nuk është domethënës. Pasi heqim variablin jo domethënës e ribëjmë edhe një herë analizën e regresionit ku rezultoi që modeli është domethënës ($F(1,71) = 9.996$, $p = 0.002$) dhe R^2 është 12.3%. Variabli i vetëm domethënës që mbeti në model është *kërkesa* ($p = 0.002$), i cili ka një lidhje pozitive me ROA-n. Ekuacioni i regresionit është:

$$ROA = -0.121 + 0.075 (\text{Kërkesa})$$

Lidhja e mësipërme mes kërkesës dhe ROA-së do të thotë që, nëse rëndësia e elementeve të kërkesës rritet me një njësi, ROA do të rritet me 0.075 njësi, ose me 7.5%. Meqënëse vetëm variabli “kërkesa” është domethënës nga variablat e jashtëm strategjik, themi që hipoteza H4a pranohet pjesërisht.

Për të vërtetuar hipotezën H4b u përdorën faktorët e jashtëm strategjik (konkurenca dhe kërkesa) si variabla të pavarur dhe ROE si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.035$); megjithatë, variabli *konkurenca* nuk është domethënës. Pasi heqim variablin jo domethënës e ribëjmë edhe një herë analizën e regresionit ku rezulton që modeli është mjaft domethënës ($F(1,71) = 6.126$, $p = 0.016$) dhe R^2 është 7.9%. Variabli i vetëm domethënës që mbeti në model është *kërkesa* ($p = 0.016$), i cili ka një lidhje pozitive me ROE-n. Ekuacioni i regresionit është:

$$ROE = -0.034 + 0.077 (\text{Kërkesa})$$

Lidhja e mësipërme mes kërkesës dhe ROE-së do të thotë që, nëse rëndësia e elementeve të kërkesës rritet me një njësi, ROE do të rritet me 0.077 njësi, ose me 7.7%. Meqënëse vetëm variabli “kërkesa” është domethënës nga variablat e jashtëm strategjik, themi që *hipoteza H4b pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H4c u përdorën faktorët e jashtëm strategjik (konkurenca dhe kërkesa) si variabla të pavarur dhe MF si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është mjaft domethënës ($F(2,70) = 8.285$, $p = 0.000$) dhe R^2 i rregulluar është 16.8%. Edhe koeficientët e variablave rezultuan domethënës (konkurenca $p = 0.037$; kërkesa $p = 0.031$). Ashtu siç edhe pritej, konkurenca do të ketë një efekt negativ mbi MF, ndërsa kërkesa një efekt pozitiv. Ekuacioni i regresionit është:

$$MF = 0.015 - 0.036 (\text{Konkurenca}) + 0.046 (\text{Kërkesa})$$

Lidhja e mësipërme mes konkurrencës e kërkesës nga njëra anë dhe MF-së nga ana tjetër, do të thotë që, nëse vlerësimi për konkurrencën (nga ana e menaxherëve të firmës) rritet me një njësi, kur gjërat e tjera mbahen të pandryshuara, MF do të zvogëlohet me 0.036 njësi, ose me 3.6%. Nga ana tjetër, nëse rëndësia e elementeve të kërkesës rritet me një njësi, kur gjërat e tjera mbahen të pandryshuara, MF do të rritet me 0.046 njësi, ose me 4.6%. Meqënëse të dy faktorët e jashtëm strategjik dolën statistikisht domethënës themi që *hipoteza H4c pranohet*.

Tani do të analizohet nëse faktorët e jashtëm operacional ndikojnë performancën financiare të firmës. Për këtë kemi 3 hipotezat ($H5_0$) si më poshtë:

H5a: Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë ROA-n.

H5b: Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë ROE-n.

H5c: Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë marzhin e fitimit.

Fillimisht po përcaktojmë variablat e pavarur që do të përfaqësojnë faktorët e jashtëm operacional. Nga elementet në lidhje me legjislacionin fiskal dhe doganor (pyetja 22 në pyetësor), pasi u realizua analiza faktoriale dhe ajo e besueshmërisë, dolën dy faktorë që i emëruam “reforma në taksa” dhe “taksat”. Përsa i përket matjes së zbatueshmërisë së ligjit në Shqipëri, 2 pohimet (pyetja 23 në pyetësor) nuk i kalonin testet për t’u bashkuar në një faktor të vetëm. Prandaj u vendos që në model të përfshihej elementi që kishte më tepër përgjigje “dakord” dhe “shumë dakord” (4 dhe 5 respektivisht). Për pohimin e parë u morën përgjigjet e rikoduara në të kundërt, në mënyrë që të dy pohimet të ishin në të njëjtin drejtim në ndikimin në aktivitetin e firmës. Në këtë mënyrë, do të zgjedhim atë element (pohim) që ka më shumë ndikim negativ te firma, pasi risku i shkaktuar nga ky element ndodh nga “moszbatimi i ligjit”, apo nga “shkalla e favorizimeve klienteliste”. Pohimi i dytë rezultoi të kishte më tepër përgjigje “4” dhe “5”⁷⁸, prandaj, ky do të jetë faktori i tretë që do të përfshihet si variabël i pavarur. I njëjti arsyetim u ndoq edhe për vlerësimin e ndikimit të “ambientit politik”, meqë as ky grup elementësh nuk i kaluan testet për t’u grupuar në një element të vetëm. Edhe në këtë rast, do të konsiderohet elementi që ka më tepër përgjigje “4” dhe “5”, meqë pyetet direkt

⁷⁸ Pohimi i parë (i rikoduar) kishte 42.5% të përgjigjeve “4” dhe “5”, ndërsa pohimi i dytë kishte 67.7%.

për rëndësinë e faktorëve. Prandaj, sa më i lartë pikëzimi i vendosur, aq më e lartë edhe rëndësia e elementit. Nga përgjigjet e pyetësorit, rezultoi që frekuencën më të lartë të këtyre përgjigjeve i ka elementi “burokracitë institucionale” (91.8%), ndaj ky do të jetë faktori i katërt që do të përfshihet si variabël i pavarur. Ndërsa, përsa i përket vlerësimin të kontratave me klientët dhe furnitorët, do të përdoren përkatësisht variablat e krijuar si mesatare e përgjigjeve të elementeve të pyetjeve përkatëse (pyetja 25 dhe 27 në pyetësor), pasi këto elementë i kaluan testet për t’u bashkuar në një faktor të vetëm⁷⁹. Pra si përfundim, variablat e pavarur që do të përdoren në regresionin e shumëfishtë do të jenë: sub1 reforma në taksa, sub2 taksa, favorizimet klienteliste, burokracitë institucionale, kontratat me klientët dhe furnitorët.

Për të parë nëse mund të ketë probleme me multikolinearitetin ndërmjet variablave të pavarur të faktorëve të jashtëm operacional, u ndërtua matrica e korrelacionit ndërmjet këtyre variablave. Asnjë nga koeficientët e korrelacionit nuk është jashtë intervalit [-0.7;0.7], prandaj do të procedohet me regresionin e shumëfishtë (tabela 4.29).

Tabela 4. 29. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të jashtëm operacional (n = 73)

	Reforma në taksa	Taksat	Favorizime klienteliste	Burokracitë institucionale	Kontratat me klientët	Kontratat me furnitorët
Reforma në taksa	1	0.211	0.044	-0.093	-0.216	-0.222
Taksat	0.211	1	0.016	0.006	-0.191	-0.097
Favorizime klienteliste	0.044	0.016	1	0.248*	-0.277*	-0.278*
Burokracitë institucionale	-0.093	0.006	0.248*	1	-0.078	0.016
Kontratat me klientët	-0.216	-0.191	-0.277*	-0.078	1	0.371**
Kontratat me furnitorët	-0.222	-0.097	-0.278*	0.016	0.0371* *	1

* Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.05 (i 2-anshëm).

Për të vërtetuar hipotezën H5a u përdorën faktorët e jashtëm operacional të sipërpërmendur si variabla të pavarur dhe ROA si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.001$); megjithatë, variablat *taksat*, *favorizimet klienteliste*, *burokracitë institucionale* dhe *furnitorët* nuk rezultuan domethënës. Pasi u hoqën këto variabla jo domethënës u ribë edhe një herë analiza e regresionit të shumëfishtë ku rezultoi që modeli është sërish mjaft domethënës ($F(2,70) = 10.682$, $p = 0.000$) dhe R^2 i rregulluar është 21.2%. Variablat domethënës që mbeten në model janë *reformat në taksa* ($p = 0.003$), i cili ka një lidhje negative me ROA-n dhe *kontratat me*

⁷⁹ Siç është paraqitur në seksionin e analizës faktoriale

klientët ($p = 0.009$), i cili ka një lidhje pozitive me ROA-n. Ekuacioni i regresionit të shumëfishtë është si më poshtë:

$$\text{ROA} = 0.192 - 0.055 (\text{Reformat në taksa}) + 0.054 (\text{Kontratat me klientët})$$

Lidhja e mësipërme mes reformave në taksave dhe ROA-së do të thotë që reformat e ndërmarra në taksa nga qeveria, kanë ndikuar negativisht mbi ROA-n. Nqs ato do të vazhdojnë në të njëjtin trend, atëherë çdo rritje me një njësi në ndikimin e tyre në aktivitetin e firmës, do ta reduktojë ROA-n me 0.055 njësi, ose me 5.5% (duke mbajtur faktorët e tjerë të pandryshuar). Nga ana tjetër, çdo përmirësim (rritje) me një njësi në lidhje me kontratat me klientët, do ta rrisë ROA-n me 0.054 njësi, ose me 5.4%. Meqënëse vetëm dy variabla rezultuan domethënës nga pesë variablat e jashtëm operacional, themi që *hipoteza H5a pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H5b u përdorën faktorët e jashtëm operacional (reformat në taksa, taksat, favorizime klienteliste, burokracitë institucionale, kontratat me klientët dhe furnitorët) si variabla të pavarur dhe ROE si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.009$); megjithatë, variablat *taksat*, *favorizimet klienteliste*, *burokracitë institucionale* dhe *furnitorët* nuk rezultuan domethënës. Pasi u hoqën këto variabla jo domethënës u ribë edhe një herë analiza e regresionit të shumëfishtë ku rezultoi që modeli është sërish domethënës ($F(2,70) = 7.915$, $p = 0.001$) dhe R^2 i rregulluar është 16.1%. Variablat domethënës që mbetën në model janë *reformat në taksa* ($p = 0.004$), i cili ka një lidhje negative me ROE-n dhe *kontratat me klientët* ($p = 0.006$), i cili ka një lidhje pozitive me ROE-n. Ekuacioni i regresionit të shumëfishtë është si më poshtë:

$$\text{ROE} = 0.191 - 0.049 (\text{Reformat në taksa}) + 0.076 (\text{Kontratat me klientët})$$

Lidhja e mësipërme mes reformave në taksave dhe ROE-së do të thotë që reformat e ndërmarra në taksa nga qeveria, kanë ndikuar negativisht mbi ROE-n. Nqs ato do të vazhdojnë në të njëjtin trend, atëherë çdo rritje me një njësi në ndikimin e tyre në aktivitetin e firmës, do ta reduktojë ROE-n me 0.049 njësi, ose me 4.9% (duke mbajtur faktorët e tjerë të pandryshuar). Nga ana tjetër, çdo përmirësim (rritje) me një njësi në lidhje me kontratat me klientët, do ta rrisë ROE-n me 0.076 njësi, ose me 7.6%. Meqënëse vetëm dy variabla rezultuan domethënës nga pesë variablat e jashtëm operacional, themi që *hipoteza H5b pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H5c u përdorën faktorët e jashtëm operacional (reformat në taksa, taksat, favorizime klienteliste, burokracitë institucionale, kontratat me klientët dhe furnitorët) si variabla të pavarur dhe MF si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.003$); megjithatë, variablat *reformat në taksa*, *taksat*, *favorizime klienteliste*, *burokracitë institucionale* dhe *furnitorët* nuk rezultuan domethënës. Pasi u hoqën këto variabla jo domethënës u ribë edhe një herë analiza e regresionit ku rezultoi që modeli të ishte sërish domethënës ($F(1,71) = 12.839$, $p = 0.001$) dhe R^2 është 15.3%. Variabli i vetëm domethënës që mbeti në model është *kontratat me klientët* ($p = 0.001$), i cili ka një lidhje pozitive me MF-n. Ekuacioni i regresionit është:

$$\text{MF} = -0.114 + 0.061 (\text{Kontratat me klientët})$$

Lidhja e mësipërme mes kontratave me klientët dhe MF-së do të thotë që, për çdo përmirësim (rritje) me një njësi në lidhje me kontratat me klientët, MF do të rritet me 0.061 njësi, ose me 6.1%. Meqënëse vetëm variabli “kontratat me klientët” është domethënës nga variablat e jashtëm operacional, themi që *hipoteza H5c pranohet pjesërisht*.

Tani do të analizohet nëse faktorët e jashtëm financiar ndikojnë performancën financiare të firmës. Për këtë kemi 3 hipotezat (H6₀) si më poshtë:

H6a: Faktorët e jashtëm financiar ndikojnë ROA-n.

H6b: Faktorët e jashtëm financiar ndikojnë ROE-n.

H6c: Faktorët e jashtëm financiar ndikojnë marzhin e fitimit.

Fillimisht po përcaktojmë variablat e pavarur që do të përfaqësojnë faktorët e jashtëm financiar. Variabli i parë është raporti *borxh afatgjatë/mjeteve totale*, përmes të cilit do të matet faktori i cili i shkakton firmës ekspozim ndaj riskut të normave të interesit.

Tabela 4. 30. Matrica e korrelacionit ndërmjet faktorëve të jashtëm financiar (n = 73)

	Borxh afatgjatë/mjete totale	Ekspozimi në monedhë të huaj	Humbje nga kurset e këmbimit	Sigurimi i burimeve financiare
Borxh afatgjatë/mjete totale	1	-0.286*	-0.041	-0.086
Ekspozimi në monedhë të huaj	-0.286*	1	0.126	0.336**
Humbje nga kurset e këmbimit	-0.041	0.126	1	-0.084
Sigurimi i burimeve financiare	-0.086	0.336**	-0.084	1

** Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.01 (i 2-anshëm).

*Korrelacioni Pearson ndërmjet variablave të pavarur që janë domethënës në nivelin 0.05 (i 2-anshëm).

Për sa i përket kurseve të këmbimit, nga analiza faktoriale dhe ajo e besueshmërisë që bëmë në seksionin e mësipërm, rezultoi që pohimet për të matur ndikimin e kurseve të këmbimit nuk mund të grupoheshin në një faktor të vetëm. Prandaj, u vendos që si matës të shërbejnë pohimet “*firma kryen shumicën e kontratave me klientët në monedhë të huaj*”(i emëruar “ekspozimi në monedhë të huaj”) dhe “*firma herë pas here ka humbje nga lëvizjet e kursit të këmbimit*” (i emëruar “humbje nga kurset e këmbimit”), pasi këto dy pohime kishin përqindjet më të larta të përgjigjeve 4 (dakord) dhe 5 (shumë dakord). Përgjigjet e pohimeve për këto dy vlera së bashku ishin përkatësisht 97.3% dhe 94.5%. Përsa i përket faktorit të tretë që kemi përfshirë te faktorët e jashtëm financiar, shtërngimi i kredisë, firmave (menaxherëve) u është kërkuar të vlerësonin vështirësinë për sigurimin e burimeve financiare (pyetja 19 në pyetësor⁸⁰).

⁸⁰ E velerësuar me shkallë Likerti nga 1 (shumë e vështirë) deri në 5 (shumë e lehtë)

Prandaj, variablat e pavarur që do të përdoren në regresionin e shumëfishtë do të jenë: borxh afatgjatë/mjete totale, ekspozimi në monedhë të huaj, humbje nga kurset e këmbimit dhe sigurimi i burimeve financiare.

Për të parë nëse mund të ketë probleme me multikolinearitetin ndërmjet variablave të pavarur të faktorëve të jashtëm financiar, u ndërtua matrica e korrelacionit ndërmjet këtyre variablave. Asnjë nga koeficientët domethënës të korrelacionit nuk është jashtë intervalit $[-0.7; 0.7]$, prandaj do të procedohet me regresionin e shumëfishtë (tabela 4.30).

Për të vërtetuar hipotezën H6a u përdorën faktorët e jashtëm financiar të sipërpërmendur si variabla të pavarur dhe ROA si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli është domethënës ($p = 0.033$); megjithatë, variablat *ekspozimi në monedhë të huaj, humbje nga kurset e këmbimit dhe sigurimi i burimeve financiare* nuk rezultuan domethënës. Pasi u hoqën këto variabla jo domethënës u ribë edhe një herë analiza e regresionit ku rezultoi që modeli është sërish domethënës ($F(1,71) = 7.590$, $p = 0.007$) dhe R^2 është 9.7%. Variabli i vetëm domethënës që mbeti në model është *borxh afatgjatë/mjete totale* ($p = 0.007$), i cili ka një lidhje negative me ROA-n Ekuacioni i regresionit është si më poshtë:

$$\text{ROA} = 0.183 - 0.322 (\text{Borxh afatgjatë/mjete totale})$$

Lidhja e mësipërme mes raportit të borxhit total/mjete totale dhe ROA-së do të thotë që borxhi ndikon negativisht mbi ROA-n e firmës. Pra, sa më i lartë ky raport, aq më shumë rritet ekspozimi ndaj riskut që shkakton ndryshimi i normave të interesit në treg, e si rezultat kemi një rënie të ROA-së. Për çdo një përqind rritje të raportit të borxhit total, ROA do të ulet me 0.322 përqind. Meqënëse vetëm ky variabël rezultoi domethënës, themi që *hipoteza H6a pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H6b u përdorën faktorët e jashtëm financiar (raporti borxh total/mjete totale, ekspozimi në monedhë të huaj, humbje nga kurset e këmbimit dhe vështirësia e sigurimit të burimeve financiare) si variabla të pavarur dhe ROE si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli nuk është domethënës ($p = 0.360$); variablat *borxh total/mjete totale, ekspozimi në monedhë të huaj, humbje nga kurset e këmbimit* nuk rezultuan domethënës, por *sigurimi i burimeve financiare* rezultoi marxhinalisht domethënës. Pasi u hoqën variablat jo domethënës u ribë edhe një herë analiza e regresionit ku rezultoi që modeli është sërish marxhinalisht domethënës ($F(1,71) = 3.214$, $p = 0.077$) dhe R^2 është 4.3%. Variabli i vetëm domethënës që mbeti në model është *sigurimi i burimeve financiare* ($p = 0.077$), i cili ka një lidhje pozitive me ROE-n Ekuacioni i regresionit është si më poshtë:

$$\text{ROE} = 0.09 + 0.05 (\text{Sigurimi i burimeve financiare})$$

Lidhja e mësipërme mes sigurimit të burimeve financiare dhe ROE-së do të thotë që sa më shumë të lehtësohet shkalla e sigurimit të fondeve, aq më shumë do të rritet ROE. Pra, nqs firmat do ta vlerësojnë shkallën për sigurimin e burimeve financiare me një njësi “më të lehtë”, kjo do ta rris ROE-n me 0.05 njësi, ose me 5%. Meqënëse vetëm një variabël rezultoi marxhinalisht domethënës, themi që *hipoteza H6b pranohet pjesërisht*.

Për të vërtetuar hipotezën H6c u përdorën faktorët e jashtëm financiar (raporti borxh total/mjete totale, ekspozimi në monedhë të huaj, humbje nga kurset e këmbimit dhe vështirësia e sigurimit të burimeve financiare) si variabla të pavarur dhe MF si variabël i varur. Rezultatet treguan që modeli nuk është domethënës ($p = 0.210$); variablat *ekspozimi në monedhë të huaj*, *humbje nga kurset e këmbimit* dhe *sigurimi i burimeve financiare* nuk rezultuan domethënës, por *borxh afatgjatë/mjete totale* rezultoi marxhinalisht domethënës ($p = 0.072$). Pasi u hoqën variablat jo domethënës u ribë edhe një herë analiza e regresionit ku rezultoi që modeli është marxhinalisht domethënës ($F(1,71) = 3.844$, $p = 0.054$) dhe R^2 është vetëm 5.1%. Variabli i vetëm marxhinalisht domethënës që mbeti në model është *borxh afatgjatë/mjete totale* ($p = 0.054$), i cili ka një lidhje negative me MF-n Ekuacioni i regresionit është si më poshtë:

$$\text{MF} = 0.103 - 0.193 (\text{Borxh afatgjatë/mjete totale})$$

Lidhja e mësipërme mes raportit të borxhit total/mjete totale dhe MF-së do të thotë që borxhi ndikon negativisht mbi MF-n e firmës. Pra, sa më i lartë ky raport, aq më shumë rritet risku që shkaktojnë ndryshimi i normave të interesit në treg, e si rezultat kemi një rënie të MF-së. Për çdo një përqind rritje të raportit të borxhit total, MF do të ulet me 0.193 përqind. Meqënëse vetëm ky variabël rezultoi marxhinalisht domethënës, themi që *hipoteza H6c pranohet pjesërisht*.

4.2.4 Analiza e regresionit hierarkik

Në modelin konceptual të punimit, u vendosën karakteristikat e firmës si tre variabla moderues (mosha e firmës, madhësia e firmës dhe sektori i firmës) për të parë nëse ato kanë një ndikim në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Për të studiuar këtë lidhje u përzgjedhën ato faktorë të riskut të cilët ndikonin në më shumë variabla të varur⁸¹. Faktorët që u përzgjedhën për analizën e mëtejshme ishin: faktorët e brendshëm strategjik, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe normat e interesit. Për të parë ndikimin e variablave moderues në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, do të përdoret analiza e regresionit hierarkik, ku si variabël i varur (me anë të të cilit u përzgjedh që të matej performanca financiare) do të jetë ROA (Figura 4.18).

Tre hipotezat bazë që do të hedhim për shqyrtim për të studiuar këto lidhje janë:

H7: Mosha e firmës moderon lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

H8: Madhësia e firmës moderon lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

H9: Sektori i firmës moderon lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

⁸¹ Ato faktorë që ndikojnë ROA-n, ROE-n dhe MF-n.

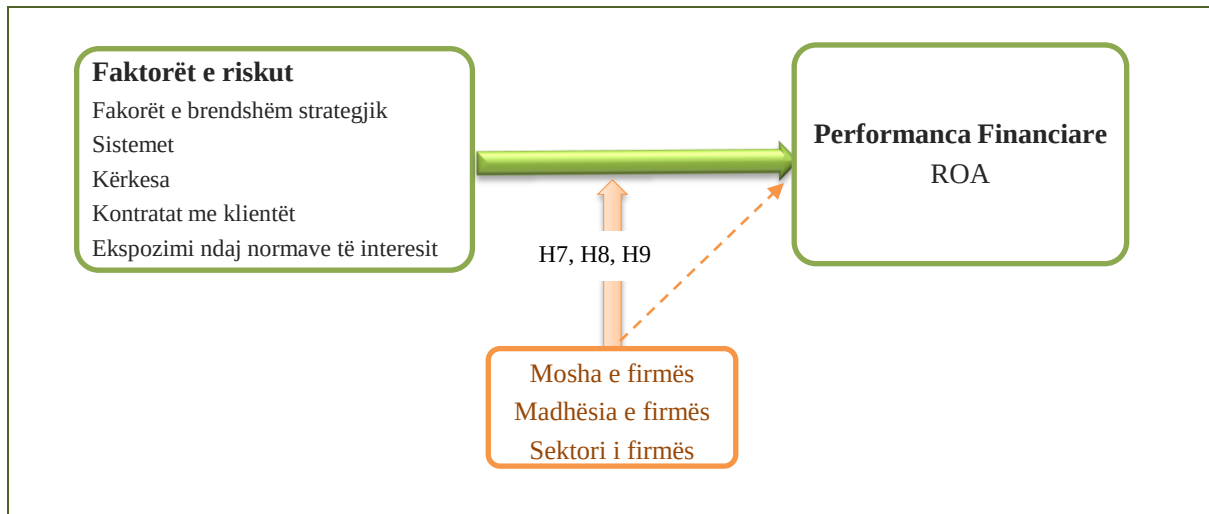


Figura 4. 18. Lidhja skematike e ndikimit të karakteristikave të firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare

Për të testuar ndikimin e moshës së firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, pesë regresione hierarkike u realizuan, ku si variabël i varur është konsideruar ROA, ndërsa si variabla të pavarur në hapin e parë do të jenë përkatësisht faktorët e brendshëm të riskut, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe risku i normave të interesit. Në hapin e dytë do të shtohet variabli moshë e firmës dhe në hapin e tretë do të shtohet respektivisht variabli ndërveprues i moshës me faktorin përkatës të riskut. Variabli moshë e firmës u llogarit duke bërë diferencën mes vitit 2015 dhe vitit të krijimit (themelimit) të firmës. Më pas, u përdor përqsja e medianës për t'a konvertuar këtë variabël në një variabël "kategorik". Mediana e llogaritur ishte 8, prandaj moshë e firmës më e madhe se 8 vite u kodua me "2", ndërsa më e vogël ose e barabartë me 8 vite, u kodua me "1". Nga ana tjetër, variablat ndërveprues janë llogaritur duke shumëzuar variablin përkatës të faktorit të riskut me variablin kategorik "mosha e firmës".

Pesë hipotezat bazë (H_0) që do të shqyrtohen janë si më poshtë:

H7a: Mosha e firmës moderon lidhjen mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe ROA-së.

H7b: Mosha e firmës moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së.

H7c: Mosha e firmës moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së.

H7d: Mosha e firmës moderon lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së.

H7e: Mosha e firmës moderon lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së.

Për të vërtetuar hipotezën H7a, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *faktorët e brendshëm strategjik* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *mosha e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues fakt.strategjikmosha* (i llogaritur si faktorët e brendshëm strategjik * moshë e firmës). Në qoftë se ndryshimi në R^2 në modelin e dytë

është domethënëse ($p < 0.05$), do të thotë që variabli moshë e firmës ka një ndikim në ROA; ndryshimi në R^2 në modelin e tretë është domethënëse ($p < 0.05$), do të thotë që variabli moderues moshë moderon lidhjen ndërmjet dy variablave.

Tabela 4. 31. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	<i>B</i>	<i>Vlera t</i>	<i>R²</i>	<i>Ndryshimi në R²</i>	<i>Dmth. e modelit</i>
Modeli 1			0.140	0.140***	0.001
Faktorët e brendshëm strategjik	0.114	3.404***			
Modeli 2			0.186	0.046*	0.001
Faktorët e brendshëm strategjik	0.106	3.212***			
Moshë e firmës	-0.077	-1.982*			
Modeli 3			0.186	0.000	0.003
Faktorët e brendshëm strategjik	0.119	1.090			
Moshë e firmës	-0.042	-0.149			
Ndërveprimi fakt.strategjikmoshë	-0.008	-0.122			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënëse (tabela 4.31). Kjo do të thotë që variabli *moshë e firmës* nuk ka një ndikim domethënëse moderues në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe moshës, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H7a nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *moshë e firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton marxhinalisht domethënëse ($p = 0.051$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënëse, arrijmë në rezultatin që moshë e firmës ndikon direkt ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H7b, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *sistemet* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *moshë e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues sistemetmoshë* (i llogaritur si sistemet * moshë e firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelën 4.32.

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënëse. Kjo do të thotë që variabli *moshë e firmës* nuk ka një ndikim domethënëse në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes sistemeve dhe moshës, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H7b nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *moshë e firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton marxhinalisht domethënëse ($p = 0.095$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënëse, arrijmë në rezultatin që moshë e firmës ndikon direkt ROA-n.

Tabela 4. 32. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.177	0.177***	0.000
Sistemet	0.087	3.901***			
Modeli 2			0.209	0.032*	0.000
Sistemet	0.106	3.556***			
Mosha e firmës	-0.065	-1.692*			
Modeli 3			0.210	0.001	0.001
Sistemet	0.055	0.764			
Mosha e firmës	-0.126	-0.719			
Ndërveprimi sistemetmosha	0.016	0.357			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Për të vërtetuar hipotezën H7c, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *kërkesa* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *mosha e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues kërkesamosha* (i llogaritur si *kërkesa* * *mosha e firmës*). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.33.

Tabela 4. 33. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.123	0.123***	0.002
Kërkesa	0.075	3.162***			
Modeli 2			0.189	0.065**	0.001
Kërkesa	0.075	3.257***			
Mosha e firmës	-0.065	-2.378**			
Modeli 3			0.192	0.003	0.002
Kërkesa	0.119	0.764			
Mosha e firmës	0.003	0.018			
Ndërveprimi kërkesamosha	-0.026	-0.537			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *mosha e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes sistemeve dhe moshës, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H7c nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *mosha e firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton domethënës ($p = 0.02$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që mosha e firmës ndikon direkt ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H7d, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *kontratat me klientët* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *mosha e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues kontratatmosha* (i llogaritur si kontratat me klientët * mosha e firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.34.

Tabela 4. 34. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.129	0.129***	0.002
Kontratat me klientët	0.068	3.247***			
Modeli 2			0.163	0.034*	0.002
Kontratat me klientët	0.060	2.851***			
Mosha e firmës	-0.067	-1.684*			
Modeli 3			0.170	0.007	0.005
Kontratat me klientët	0.011	0.152			
Mosha e firmës	-0.170	-1.171			
Ndërveprimi kontratatmosha	0.032	0.739			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *mosha e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes sistemeve dhe moshës, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H7d nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *mosha e firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton marxhinalisht domethënës ($p = 0.097$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që mosha e firmës ndikon direkt ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H7e, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *raporti i borxhit afatgjatë* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *mosha e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues borxhmossa* (i llogaritur si raporti i borxhit afatgjatë * mosha e firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.35.

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *mosha e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe moshës, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H7e nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *mosha e firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton marxhinalisht domethënës ($p = 0.061$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që mosha e firmës ndikon direkt ROA-n.

Tabela 4. 35. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes ekspozimit ndaj riskut të normave të interesit dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.097	0.097***	0.007
Rap. borxh a.gj.	-0.322	-2.755***			
Modeli 2			0.142	0.045*	0.005
Rap. borxh a.gj.	-0.288	-3.476**			
Mosha e firmës	-0.076	-1.907*			
Modeli 3			0.142	0.000	0.014
Rap. borxh a.gj.	-0.353	0.960			
Mosha e firmës	-0.081	-1.713*			
Ndërveprimi borxhmosha	0.044	0.188			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Për të testuar ndikimin e madhësisë së firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, pesë regresione hierarkike u realizuan, ku si variabël i varur qëndron sërish ROA, ndërsa si variabla të pavarur në hapin e parë do të jenë përkatësisht faktorët e brendshëm të riskut, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe ekspozimi ndaj riskut të normave të interesit. Në hapin e dytë do të shtohet variabli madhësia e firmës dhe në hapin e tretë do të shtohet respektivisht variabli ndërveprues i madhësisë së firmës me faktorin përkatës të riskut. Variabli madhësia e firmës, i cili u mat nëpërmjet numrit të punonjësve të firmës, u kategorizua në tre intervale. Intervali i parë përfshin firmat që kanë një numër të punësuarish deri në 80 punonjës (të cilat u koduan me “1”), intervali i dytë përfshin firmat me numër punonjësish nga 81 deri 351 (të cilat u koduan me “2”) dhe në intervalin e tretë u përfshin firmat me një numër të punësuarish mbi 351 punonjës (të cilat u koduan me “3”). Më pas u krijuan edhe variablat ndërveprues, duke shumëzuar variablin përkatës të faktorit të riskut me variablin e koduar sipas intervaleve të punonjësve, “madhësia e firmës”.

Pesë hipotezat bazë (H_0) që do të shqyrtohen janë si më poshtë:

H8a: Madhësia e firmës moderon lidhjen mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe ROA-së.

H8b: Madhësia e firmës moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së.

H8c: Madhësia e firmës moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së.

H8d: Madhësia e firmës moderon lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së.

H8e: Madhësia e firmës moderon lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së.

Për të vërtetuar hipotezën H8a, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *faktorët e brendshëm strategjik* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *madhësia e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues fakt.strategjikmadhësia* (i llogaritur si faktorët e brendshëm strategjik * madhësia e firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.36.

Tabela 4. 36. Efekti moderues i madhësisë së firmës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.140	0.140***	0.001
Faktorët e brendshëm strategjik	0.114	3.404***			
Modeli 2			0.141	0.001	0.005
Faktorët e brendshëm strategjik	0.115	3.332***			
Madhësia e firmës	-0.004	-0.145			
Modeli 3			0.142	0.001	0.014
Faktorët e brendshëm strategjik	0.089	1.146			
Madhësia e firmës	-0.063	-0.394			
Ndërveprimi fakt.strategjikmadhësia	-0.014	-0.376			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *madhësia e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe madhësisë, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H8a nuk pranohet. Gjithashtu, edhe në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *madhësia e firmës* në model nuk e përmirëson R^2 , pra nuk është statistikisht domethënës. Si rezultat mund të themi që madhësia e firmës nuk ka një ndikim statistikisht domethënës as direkt mbi ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H8b, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *sistemet* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *madhësia e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues sistemetmadhësia* (i llogaritur si sistemet * madhësia e firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.37.

Tabela 4. 37. Efekti moderues i madhësisë sëfirmës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.177	0.177***	0.000
Sistemet	0.087	3.901***			
Modeli 2			0.177	0.000	0.001
Sistemet	0.087	3.835***			
Madhësia e firmës	0.005	0.231			
Modeli 3			0.196	0.019	0.002
Sistemet		0.540			
Madhësia e firmës	0.028	-1.164			
Ndërveprimi	-0.108	1.264			
sistemetmadhësia	0.031				

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *madhësia e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes sistemeve dhe madhësisë, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H8b nuk pranohet. Gjithashtu, edhe në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *madhësia e firmës* në model nuk e përmirëson R^2 , pra ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Si rezultat mund të themi që madhësia e firmës nuk ka një ndikim statistikisht domethënës as direkt mbi ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H8c, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *kërkesa* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *madhësia e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues kërkesamadhësia* (i llogaritur si *kërkesa* * *madhësia e firmës*). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.38.

Tabela 4. 38. Efekti moderues i madhësisë së firmës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R^2	Ndryshimi në R^2	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.123	0.123***	0.002
Kërkesa	0.075	3.162***			
Modeli 2			0.123	0.000	0.001
Kërkesa	0.075	3.085***			
Madhësia e firmës	0.000	-0.005			
Modeli 3			0.145	0.021	0.012
Kërkesa	-0.000 ⁸²	-0.001			
Madhësia e firmës	-0.144	-1.286			
Ndërveprimi kërkesamadhësia	0.041	1.317			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *madhësia e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes kërkesës dhe madhësisë, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H8c nuk pranohet. Gjithashtu, edhe në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *madhësia e firmës* në model nuk e përmirëson R^2 , pra ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Si rezultat mund të themi që madhësia e firmës nuk ka një ndikim statistikisht domethënës as direkt mbi ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H8d, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *kontratat me klientët* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *madhësia e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues kontratatmadhësia* (i llogaritur si *kontratat me klientët* * *madhësia e firmës*). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.39.

⁸² Numri i saktë që rezulton nga SPSS është “-7.935E-005”, i cili është “0.00007935”

Tabela 4. 39. Efekti moderues i madhësisë në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.129	0.129***	0.002
Kontratave me klientët	0.068	3.247***			
Modeli 2			0.129	0.000	0.008
Kontratave me klientët	0.060	3.170***			
Madhësia e firmës	-0.000 ⁸³	-0.003			
Modeli 3			0.134	0.005	0.018
Kontratave me klientët	0.035	0.632			
Madhësia e firmës	-0.052	-0.615			
Ndërveprimi kontratave*madhësia	0.017	0.643			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *madhësia e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes kontratave me klientët dhe madhësisë, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H8d nuk pranohet. Gjithashtu, edhe në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *madhësia e firmës* në model nuk e përmirëson R^2 , pra ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Si rezultat mund të themi që madhësia e firmës nuk ka një ndikim statistikisht domethënës as direkt mbi ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H8e, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *raporti i borxhit afatgjatë* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *madhësia e firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues borxhmadhësia* (i llogaritur si raporti i borxhit afatgjatë * madhësia e firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.40.

Tabela 4. 40. Efekti moderues i moshës në lidhjen mes ekspozimit ndaj riskut të normave të interesit dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.097	0.097***	0.007
Rap. borxh a.gj.	-0.322	-2.755***			
Modeli 2			0.105	0.008*	0.021
Rap. borxh a.gj.	-0.330	-2.805**			
Madhësia e firmës	0.020	0.803			
Modeli 3			0.126	0.021	0.025
Rap. borxh a.gj.	-0.004	-0.013			
Madhësia e firmës	0.039	1.349			
Ndërveprimi borxhmadhësia	-0.162	-1.282			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

⁸³ Numri i saktë që rezulton nga SPSS është “-7.245E-005”, i cili është “0.00007245”

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *madhësia e firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes ekspozimit ndaj riskut të normave të interesit dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes ekspozimit ndaj riskut të normave të interesit dhe madhësisë, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H8e nuk pranohet. Gjithashtu, edhe në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *madhësia e firmës* në model nuk e përmirëson R^2 , pra ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Si rezultat mund të themi që madhësia e firmës nuk ka një ndikim statistikisht domethënës as direkt mbi ROA-n.

Tani do të procedohet me analizën e ndikimit të sektorit të firmës në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Për studjuar këtë lidhje, pesë regresione hierarkike u realizuan, ku si variabël i varur qëndron sërish ROA, ndërsa si variabla të pavarur në hapin e parë do të jenë përkatësisht faktorët e brendshëm të riskut, sistemet, kërkesa, kontratat me klientët dhe risku i normave të interesit. Në hapin e dytë do të shtohet variabli sektori i firmës dhe në hapin e tretë do të shtohet respektivisht variabli ndërveprues i sektorit me faktorin përkatës të riskut. Sektorët e firmave u koduan: “0” për firmat fasone në sektorin e tekstileve dhe veshjeve; “1” për firmat fasone në sektorin e lëkurë-këpucëve; dhe “2” për firmat që operojnë në sektorin e call centera-ve. Ndërsa variablat ndërveprues u llogariten duke shumëzuar variablin përkatës të faktorit të riskut me variablin kategorik “sektori i firmës”. Pesë hipotezat bazë (H_0) që do të shqyrtohen janë si më poshtë:

H9a: Sektori i firmës moderon lidhjen mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe ROA-së.

H9b: Sektori i firmës moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së.

H9c: Sektori i firmës moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së.

H9d: Sektori i firmës moderon lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së.

H9e: Sektori i firmës moderon lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së.

Për të vërtetuar hipotezën H9a, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *faktorët e brendshëm strategjik* dhe si variabël i varur ROA. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *sektori i firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues fakt.strategjiksektori* (i llogaritur si faktorët e brendshëm strategjik * sektori i firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.41.

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *sektori i firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe sektorit, nuk e përmirëson mjaftueshëm R^2 , prandaj H9a nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *sektori i firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton marxhinalisht domethënës ($p = 0.077$). Duke qenë se edhe

modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që ROA-ja varet nga sektori në të cilin operon firma.

Tabela 4. 41. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes faktorëve të brendshëm strategjik dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	<i>B</i>	<i>Vlera t</i>	<i>R²</i>	<i>Ndryshimi në R²</i>	<i>Dmth. e modelit</i>
Modeli 1			0.140	0.140***	0.001
Faktorët e brendshëm strategjik	0.114	3.404***			
Modeli 2			0.178	0.038*	0.001
Faktorët e brendshëm strategjik	0.095	2.747***			
Sektori i firmës	0.045	1.795*			
Modeli 3			0.205	0.027	0.001
Faktorët e brendshëm strategjik	0.044	0.924			
Sektori i firmës	-0.331	-1.344			
Ndërveprimi fakt.strategjiksektori	0.088	1.536			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Për të vërtetuar hipotezën H9b, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *sistemet* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *sektori i firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues sistemetsektori* (i llogaritur si *sistemet* * *sektori i firmës*). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.42.

Tabela 4. 42. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes sistemeve dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	<i>B</i>	<i>Vlera t</i>	<i>R²</i>	<i>Ndryshimi në R²</i>	<i>Dmth. e modelit</i>
Modeli 1			0.177	0.177***	0.000
Sistemet	0.087	3.901***			
Modeli 2			0.207	0.030	0.000
Sistemet	0.075	3.214***			
Sektori i firmës	0.041	1.692			
Modeli 3			0.255	0.049**	0.000
Sistemet	0.028	0.871			
Sektori i firmës	-0.263	-1.815*			
Ndërveprimi sistemetsektori	0.076	2.126**			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 është statistikisht domethënës ($p = 0.037$). Meqë modeli 3 i regresionit të shumëfishtë është domethënës, si dhe meqë ndryshimi në R^2 është po ashtu domethënës, do të thotë që variabli *sektori i firmës* moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së, prandaj H9b pranohet. Ndërsa, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *sektori i firmës* në

model nuk e përmirëson R^2 mjaftueshëm, prandaj arrijmë në përfundimin që sektori i firmës nuk e ndikon direkt ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H9c, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *kërkesa* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *sektori i firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues kërkesasektori* (i llogaritur si *kërkesa * sektori i firmës*). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.43.

Tabela 4. 43. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes kërkesës dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	<i>B</i>	<i>Vlera t</i>	R^2	<i>Ndryshimi në R^2</i>	<i>Dmth. e modelit</i>
Modeli 1			0.123	0.123***	0.002
Kërkesa	0.075	3.162***			
Modeli 2			0.200	0.077**	0.000
Kërkesa	0.072	3.112***			
Sektori i firmës	0.062	2.592**			
Modeli 3			0.240	0.040*	0.000
Kërkesa	0.042	1.531			
Sektori i firmës	-0.171	-1.367			
Ndërveprimi kërkesasektori	0.066	1.894*			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 është marxhinalisht domethënës ($p = 0.062$). Meqë modeli 3 i regresionit të shumëfishtë është domethënës, si dhe meqë ndryshimi në R^2 është po ashtu domethënës, do të thotë që variabli *sektori i firmës* moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së, prandaj H9c pranohet. Gjithashtu, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *sektori i firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton domethënës ($p = 0.012$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që sektori i firmës ndikon direkt ROA-n.

Për të vërtetuar hipotezën H9d, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *kontratat me klientët* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *sektori i firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues kontratatsektori* (i llogaritur si *kontratat me klientët * sektori i firmës*). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.44.

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *sektori i firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes kontratave me klientët dhe sektorit, nuk e përmirëson R^2 , prandaj H9d nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *sektori i firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton marxhinalisht domethënës ($p = 0.08$). Duke qenë se edhe modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që ROA-ja varet nga sektori në të cilin operon firma.

Tabela 4. 44. Efekti moderues i sektorit të firmës në lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.129	0.129***	0.002
Kontratrat me klientët	0.068	3.247***			
Modeli 2			0.167	0.038*	0.002
Kontratrat me klientët	0.055	2.548**			
Sektori i firmës	0.046	1.776*			
Modeli 3			0.167	0.000	0.005
Kontratrat me klientët	0.055	2.022**			
Sektori i firmës	0.043	0.360			
Ndërveprimi kontratatsektori	0.001	0.019			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Për të vërtetuar hipotezën H9e, në hapin e parë të regresionit hierarkik u vendos si variabël i pavarur *raporti i borxhit afatgjatë* dhe si variabël i varur *ROA*. Në hapin e dytë u shtua variabli i pavarur *sektori i firmës* dhe në hapin e tretë u shtua në variablat e pavarur edhe *variabli ndërveprues borxhsektori* (i llogaritur si raporti i borxhit afatgjatë * sektori i firmës). Rezultatet e regresionit paraqiten në tabelen 4.45.

Tabela 4. 45. Efekti moderues i i sektorit të firmës në lidhjen mes ekspozimit ndaj riskut të normave të interesit dhe ROA-s

<i>Modeli/Variablat</i>	B	Vlera t	R²	Ndryshimi në R²	Dmth. e modelit
Modeli 1			0.097	0.097***	0.007
Rap. borxh a.gj.	-0.322	-2.755***			
Modeli 2			0.162	0.065**	0.002
Rap. borxh a.gj.	-0.282	-2.461**			
Sektori i firmës	0.058	2.338**			
Modeli 3			0.171	0.09	0.005
Rap. borxh a.gj.	-0.156	-0.849			
Sektori i firmës	0.066	2.493**			
Ndërveprimi borxhsektori	-0.188	-0.878			

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.05$; * $p \leq 0.1$

Nga rezultatet e regresionit hierarkik në modelin e tretë rezulton që ndryshimi në R^2 nuk është statistikisht domethënës. Kjo do të thotë që variabli *sektori i firmës* nuk ka një ndikim moderues domethënës në lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së. Pra, vendosja e *variablit të ndërveprimit* mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe sektorit, nuk e përmirëson R^2 mjaftueshëm, prandaj H9e nuk pranohet. Megjithatë, në modelin e dytë shohim që vendosja e variablit *sektori i firmës* në model e përmirëson R^2 dhe ky ndryshim rezulton domethënës ($p = 0.022$). Duke qenë se edhe

modeli është statistikisht domethënës, arrijmë në rezultatin që sektori i firmës ndikon direkt ROA-n.

Gjithashtu, për të parë nëse kemi ndryshime statistikisht domethënëse në ROA-të e sektorëve, u realizua një analizë variacioni. Nga analiza rezultoi që $F(2,70) = 7.067$, $p = 0.002$. Kjo do të thotë që ndryshimet në mesataret e ROA-së sipas sektorëve janë statistikisht domethënëse.

4.2.5 Analiza e efektit të variablit të kontrollit

Variabli i kontrollit i marrë në këtë studim është “pronësia e firmës”, për të evidentuar nëse ajo ka ndikim në performancën financiare. Për t’u realizuar kontrolli i ndikimit të këtij variabli në performancën financiare do të përdoret analiza e variacionit (ANOVA), meqënëse kemi krahasimin e tre mesatareve: pronësi vendase, pronësi e huaj dhe pronësi e përbashkët. Kjo analizë do i përgjigjet pyetjes kërkimore: A ndikon pronësia e kompanisë në performancën financiare të saj?

Hipoteza bazë është:

H10: Ekzistojnë ndryshime në performancën financiare si pasojë e pronësisë së firmës

Për të realizuar këtë analizë, u studjua nëse pronësia e kompanisë ndikon në rritjen e shitjeve, në ROA, në ROE dhe në MF. Nga analiza e variacionit, ku u krahasuan mesataret e rritjeve të shitjeve sipas tre kategorive të pronësisë, rezultoi që vlera e $F(2,70) = 0.189$ nuk është domethënëse ($p = 0.828$). Kjo do të thotë që pronësia e firmës nuk ndikon në rritjen e shitjeve.

Më tej, analiza vazhdoi me krahasimin e mesatareve të ROA-s të ndara sipas tre kategorive të pronësisë, për të parë nëse ka ndryshime domethënëse. Vlera $F(2,70) = 0.199$ rezultoi sërish jodomethënëse ($p = 0.820$), që do të thotë se pronësia e firmës nuk ndikon ROA-n.

Më pas u analizuan mesataret e ROE-s sipas kategorive të pronësisë, ku sërish vlera e $F(2,70) = 0.214$ rezultoi jodomethënëse ($p = 0.808$). Pra, pronësia e firmës nuk ka ndikim as mbi ROE-n.

I njëjti rezultat doli edhe nga analiza e mesatareve të MF-s. Vlera e $F(2,70) = 1.035$ rezultoi jodomethënëse ($p = 0.361$), pra pronësia e firmës nuk ndikon as marzhin e fitimit. Rezultatet paraqiten në tabelen 4.46.

Si përfundim, mund të themi që variabli i kontrollit “pronësia e firmës” nuk ka ndikim domethënës në performancën financiare. Pra, pavarësisht nëse firma është me pronësi vendase, të huaj apo të përbashkët, performanca financiare nuk ka ndryshime si pasojë e llojit të pronësisë. Hipoteza H10 nuk pranohet.

Tabela 4. 46. Rezultatet e analizës së variacionit

Variabli i varur	F(2,70)	Vlera p
Rritja e shitjeve	0.189	0.828
ROA	0.199	0.820
ROE	0.214	0.808
MF	1.035	0.361

4.3 PËRMBLEDHJE E PËRFUNDIMEVE TË KAPITULLIT

Në tabelen 4.47 jepet një përmbledhje e ndikimit të faktorëve të riskut të marrë në konsideratë në secilin prej variablave me anë të të cilëve u mat performanca financiare (ROA, ROE, MF). Kutizat bosh tregojnë që faktori i riskut nuk ka patur një ndikim domethënës. Ndërsa në tabelën 4.48 jepet një përmbledhje e rezultateve të analizës së ndikimit të variablave moderues (mosha, madhësia dhe sektori) në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Së fundmi, në tabelat 4.49, 4.50 dhe 4.51 paraqiten të përmbledhura rezultatet e hipotezave të ngritura.

Tabela 4. 47. Përmbledhje e ndikimit të variablave

<i>Faktorët</i>		<i>Variablat</i>	ROA	ROE	Marzhi i Fitimit
Të brendshëm	Strategjik	Faktorët strategjik të brendshëm	Domethënës (+)	Domethënës (+)	Domethënës (+)
	Operacional	Burimet njerëzore			
		Sistemet	Domethënës (+)	Domethënës (+)	Domethënës (+)
		Teknologjia	Marxhinalisht domethënës (+)	Domethënës (+)	
	Financiar	Likuiditeti			
		Burimet Financiare	Domethënës (+)		
Të jashtëm	Strategjik	Konkurenca			Domethënës (-)
		Kërkesa	Domethënës (+)	Domethënës (+)	Domethënës (+)
	Operacional	Reformat në taksa	Domethënës (-)	Marxhinalisht domethënës (-)	
		Taksa			
		Favorizime klienteliste			
		Burokraci institucionale			
		Kontratat me klientët	Domethënës (+)	Domethënës (+)	Domethënës (+)
		Kontratat me furnitorët			
	Financiar	Ekspozimi ndaj normave të interesit	Domethënës (-)		Marxhinalisht domethënës (-)
		Ekspozimi ndaj kurseve të këmbimit			
		Humbje nga kurset e këmbimit			
		Shtërngimi i kredisë (Sig. i burimeve financiare)		Marxhinalisht domethënës (+)	

Tabela 4. 48. Përmbledhje e rezultateve të efektit të variablave moderues

Variablat	Modeli 2 (Ndryshimi në R²)	Modeli 3 (Ndryshimi në R²)
Mosha e firmës	<i>Ndikon direkt ROA-n</i>	<i>Nuk moderon lidhjen mes faktorëve të riskut dhe ROA-s</i>
Faktorët e brendshëm strategjik	Marxhinalisht domethënës	Jo domethënës
Sistemet	Marxhinalisht domethënës	Jo domethënës
Kërkesa	Domethënës	Jo domethënës
Kontratat me klientët	Domethënës	Jo domethënës
Ekspozimi ndaj riskut të normave të interesit	Marxhinalisht domethënës	Jo domethënës
Madhësia e firmës	<i>Nuk ndikon direkt ROA-n</i>	<i>Nuk moderon lidhjen mes faktorëve të riskut dhe ROA-s</i>
Faktorët e brendshëm strategjik	Jo domethënës	Jo domethënës
Sistemet	Jo domethënës	Jo domethënës
Kërkesa	Jo domethënës	Jo domethënës
Kontratat me klientët	Jo domethënës	Jo domethënës
Ekspozimi ndaj riskut të normave të interesit	Jo domethënës	Jo domethënës
Sektori i firmës	<i>Ndikon pjesërisht direkt ROA-n</i>	<i>Moderon pjesërisht lidhjen mes faktorëve të riskut dhe ROA-s</i>
Faktorët e brendshëm strategjik	Marxhinalisht domethënës	Jo domethënës
Sistemet	Jo domethënës	Domethënës
Kërkesa	Domethënës	Marxhinalisht domethënës
Kontratat me klientët	Marxhinalisht domethënës	Jo domethënës
Ekspozimi ndaj riskut të normave të interesit	Domethënës	Jo domethënës

Tabela 4. 49. Përmbledhje e rezultateve të hipotezave H1 deri H6

H1a	Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë ROA-n.	Pranohet
H1b	Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë ROE-n.	Pranohet
H1c	Faktorët e brendshëm strategjik ndikojnë MF-n.	Pranohet
H2a	Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë ROA-n.	Pranohet pjesërisht
H2b	Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë ROE-n.	Pranohet pjesërisht
H2c	Faktorët e brendshëm operacional ndikojnë MF-n	Pranohet pjesërisht
H3a	Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë ROA-n.	Pranohet pjesërisht
H3b	Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë ROE-n.	Nuk pranohet
H3c	Faktorët e brendshëm të riskut financiar ndikojnë MF-n	Nuk pranohet
H4a	Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë ROA-n.	Pranohet pjesërisht

H4b	Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë ROE-n.	Pranohet pjesërisht
H4c	Faktorët e jashtëm strategjik ndikojnë MF-n.	Pranohet
H5a	Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë ROA-n.	Pranohet pjesërisht
H5b	Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë ROE-n.	Pranohet pjesërisht
H5c	Faktorët e jashtëm operacional ndikojnë MF-n.	Pranohet pjesërisht
H6a	Faktorët e jashtëm financiar ndikojnë ROA-n.	Pranohet pjesërisht
H6b	Faktorët e jashtëm financiar ndikojnë ROE-n.	Pranohet pjesërisht
H6c	Faktorët e jashtëm financiar ndikojnë MF-n.	Pranohet pjesërisht

Tabela 4. 50. Përmbledhje e rezultateve H7-H9

H7a	Mosha e firmës moderon lidhjen mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H7b	Mosha e firmës moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H7c	Mosha e firmës moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H7d	Mosha e firmës moderon lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H7e	Mosha e firmës moderon lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H8a	Madhësia e firmës moderon lidhjen mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H8b	Madhësia e firmës moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H8c	Madhësia e firmës moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H8d	Madhësia e firmës moderon lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H8e	Madhësia e firmës moderon lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H9a	Spektori i firmës moderon lidhjen mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H9b	Spektori i firmës moderon lidhjen mes sistemeve dhe ROA-së.	Pranohet
H9c	Spektori i firmës moderon lidhjen mes kërkesës dhe ROA-së.	Pranohet
H9d	Spektori i firmës moderon lidhjen mes kontratave me klientët dhe ROA-së.	Nuk pranohet
H9e	Spektori i firmës moderon lidhjen mes ekspozimit ndaj normave të interesit dhe ROA-së.	Nuk pranohet

Tabela 4. 51. Përmbledhje e rezultateve të H10.

H10a	Ka ndryshime në rritjen e shitjeve si pasojë e pronësisë së firmës.	Nuk pranohet
H10b	Ka ndryshime në ROA si pasojë e pronësisë së firmës.	Nuk pranohet
H10c	Ka ndryshime në ROE si pasojë e pronësisë së firmës.	Nuk pranohet
H10d	Ka ndryshime në MF si pasojë e pronësisë së firmës.	Nuk pranohet

KAPITULLI V - KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME

5.1 KONKLUZIONE TË PËRGJITHSHME

Nënkontraktimi në distancë, vitet e fundit ka fituar një vëmendje gjithnjë e në rritje. Kjo ka ardhur kryesisht nga reduktimi i kostove të transportit dhe zhvillimeve shumë të mëdha teknologjike. Kjo e ka lehtësuar mjaft ndarjen e proceseve prodhuese si edhe shpërndarjen në vende të ndryshme të fazave prodhuese. Vendet në zhvillim kanë luajtur një rol mjaft të rëndësishëm në këtë proces. Përfshirja e vendeve në zhvillim në zinxhirët global të prodhimit u ka mundësuar kompanive shumëkombëshe të përfitojnë kryesisht nga kostot e ulëta të fuqisë punëtore në këto vende.

Megjithëse fenomeni i nënkontraktimit në distancë shpesh kritikohet për reduktimin e vendeve të punës dhe presion për uljen e pagave në shtetet e zhvilluara, por po ta studjojmë me kujdes literaturën do të dalim në konkluzionin që frika nga reduktimi i vendeve të punës në shtetet e zhvilluara është më e madhe se sa kërcënimi real i reduktimit të punës në këto shtete. Në përgjithësi, literatura fokusohet më tepër te ndikimet e nënkontraktimeve në distancë në shtetet e zhvilluara, ndërkohë që pak përpjekje janë bërë për të studjuar ndikimin e këtij procesi në vendet në zhvillim. Efektet në ekonominë pritëse të këtij fenomeni mund të jenë më komplekse meqë përfshihen hapje kompanish të reja dhe externalitete të tjera.

Nënkontraktimi në distancë ka pasojat të rëndësishme *në tregun e punës në vendet e zhvilluara*. Meqë nënkontraktimi në distancë ka tendencë të rrisë kërkesën për punonjës të kualifikuar, politikbërësit duhet të gjejnë mënyra për të zbutur kostot sociale dhe ekonomike të reduktimit të vendeve të punës për punonjës të pakualifikuar. Kjo nxit edhe tendencën për kualifikim të punonjësve (apo formimin profesional) si strategji për vendet e industrializuara. Gjetja e mënyrave për të kapërcyer sa më shpejt këtë fenomen me sukses është kalimi ose dretjimi i këtyre punonjësve në vende të tjera pune sa më shpejt. Prandaj, duhen hartuar politika punësimi për sektorët prioritar në ekonomi.

Matja e efekteve të nënkontraktimeve në distancë janë të vështira të realizohen me saktësi. Kjo vjen kryesisht nga mungesa e të dhënave dhe teknikave, apo mjeteve të përshtatshme për të matur edhe lidhjet mes së njëjtit sektor apo ndërmjet sektorëve të ndryshëm. Dy konkluzione kryesore dalin nga diskutimi i efekteve të nënkontraktimeve në distancë:

Së pari, nënkontraktimi në distancë ka një *efekt në krijimin e vendeve të punës në vendet në zhvillim*. Shpesh përfituesit kryesorë janë njerëz mjaft të varfër të cilët janë të gatshëm të punojnë me paga mjaft të ulta. Kjo vlen si për sektorin e prodhimit ashtu edhe për atë të shërbimeve. Për aq kohë sa këto vende pune korespondojnë me kushte pune të përshtatshme, nënkontraktimi në distancë paraqet një mundësi përfitimi nga globalizimi dhe ndihmon vendet në procesin e zhvillimit dhe krijimit të vendeve formale të punës.

Së dyti, në vendet e zhvilluara, ndikimi në punësim ka qenë i limituar në terma të humbjes apo fitimit të vendeve të punës. Nënkontraktimi ka ndikuar përgjithësisht edhe në uljen e pagave të punonjësve të pakualifikuar duke çuar kështu në një pabarazi në paga mes punonjësve të kualifikuar dhe të pakualifikuar. Megjithatë, evidencat tregojnë që nënkontraktimi në distancë ka një efekt neto pozitiv në rritjen e punësimit dhe kushteve të punës në vendet e industrializuara.

Ndër faktorët më të rëndësishëm që nxisin firmat të nënkontraktojnë janë: kursimi në kostot e punës, kursime të tjera në kosto, akses në punonjës të kualifikuar, rritja e efijencës nëpërmjet dizenjimit të procesit të biznesit, presioni konkurrues, strategjia e rritjes, etj. Ndërsa, ndër faktorët që nxisin një firmë për të zgjedhur një vend ku do të nënkontraktojë mund të përmendim si më të rëndësishmit: kostoja e lirë e fuqisë punëtore, fuqia punëtore e kualifikuar, niveli i lartë e i ekspertizës, gjuha e huaj, reduktime të tjera në kosto, pozicioni gjeografik (afërsia), etj.

Në Shqipëri, firmat që operojnë me nënkontrakte i përkasin firmave prodhuese të tekstileve (veshjeve) apo lëkurë-këpucëve dhe “qendrave të thirrjes” (call centers) që ofrojnë shërbime. Këto firma kanë një rëndësi të madhe në ekonominë shqiptare pasi një numër i madh njerëzish janë të punësuar në këtë sektor si edhe për shkak të kontributit në PBB-n e vendit, kontributit në eksporteve, etj. Sipas INSTAT 2013, ndërmarrjet që operonin në këtë sektor ishin 46.79% e numrit total të ndërmarrjeve në të gjithë vendin dhe ky sektor punësonte rreth 27.56% e gjithë numrit të të punësuarve në mbarë vendin. Pësja e industrisë fason në totalin e eksporteve për vitin 2014 ishte 48.9% (ACIT, 2015).

Në gjithë këto vite tranzicion në vendin tonë, duket që industrisë fason nuk i është kushtuar vëmendja e duhur. Kjo reflektohet edhe në mungesën e statistikave të sakta (si nga intitucionet shtetërore, ashtu edhe nga shoqatat/organizatat e bizneseve), qoftë për numrin e kompanive, numrin e të punësuarve në këto kompani, kapacitetet prodhuese, investimet e kryera etj., pavarësisht përpjekjeve të bëra nga DHFSH.

Duke e parë nga këndvështrimi i firmave fason shqiptare, mund të themi se arsyt kryesore të thithjes së klientëve për të nënkontraktuar proceset e prodhimit me firmat shqiptare janë: kostoja e lirë e punës, afërsia gjeografike me tregjet europiane, fuqia punëtore e kualifikuar, shpejtësia e lëvrimin të produktit të prodhuar, kuadri ligjor mbi investimet e huaja, sistemi tatimor ndër vite, kodi doganor, procedurat e regjistrimit të biznesit, marrëveshjet e tregtisë të nënshkruara nga Shqipëria, dhënia me qera shumë të ulëta të pasurive shtetërore, eksperiencia shumëvjeçare në treg me firma të njohura europiane, etj. Ndërsa për bizneset e call center-ave Shqipëria ofron këto avantazhe: kosto e lirë e punës, njohja dhe rrjedhshmëria në të folur e gjuhëve të huaja, orari, afërsia gjeografike, arsimimi, karakteri i fortë ballkanas dhe ngjashmëria kulturore me vendet europiane.

Parashikimet makroekonomike flasin në favorin tonë. Në vendet e BE-së, ku dhe ndodhen partnerët/investitorët kryesor, parashikohen norma rritëse në PBB si dhe kërkesa e këtyre vendeve do jetë në rritje. Kjo, shton shanset e rritjes së kërkesës së këtyre vendeve për mallrat që prodhohen nëpërmjet industrisë fason në Shqipëri. Megjithatë, pesë problematikat kryesore për klimën e biznesit mbeten normat e taksave, aksesin në burime financiare, korrupsioni, kompleksiteti i rregullave për taksat dhe burokracitë shtetërore.

Pjesa më problematike mbeten kostot prodhuese, të cilat janë rritur gjatë 2015. Është rritur çmimi i energjisë me më shumë se 30% si dhe është rritur tatimi fitimi mbi qiratë dhe dividentin në masën 50% (nga 10% është bërë 15%). Këto kanë ndikuar në rritjen e kostove të prodhimit në masën 30%. Taksimi i përgjithshëm në Shqipëri për një biznes shkon në 36.5%, kur norma tatimore mesatare rajonale është 24%. Me një taksim 12 për qind më shumë se mesatarja e Rajonit, Shqipëria po humbet avantazhet e saj konkurruese. *Pavarësisht masave të tjera lehtësuese, qeveria duhet të ketë kujdes pasi sektori i fasonëve është mjaft i ndjeshëm ndaj ndryshimit në kostot e punës.*

5.2 KONKLUZIONE NGA KËRKIMI PRIMAR

Ecuria e kompanive që operojnë me nënkontrakte në distancë në Shqipëri, ka shfaqur ritme rritjeje gjatë periudhës 2012-2014. Kjo vihet re në: rritjen e nivelit mesatar të shitjeve, rritjen e marzhit të fitimit (ku MF më të lartë e kanë sektori i call-centerave dhe tekstileve), rritjen e marzhit të fitimit operativ, rritjen e ROA-së (ku nivelin më të lartë e ka sektori i call centerave) dhe në rritjen e ROI-së (ku nivelin më të lartë e ka sektori i call centerave)

Faktorët e riskut që kanë një ndikim në performancën financiare rezultuan si më poshtë:

Faktorët strategjik të brendshëm (të përbërë nga *zhvillimi i produktit, cilësia e shërbimit, kapitali njerëzor dhe kultura organizative*). Lidhja që ekziston mes faktorëve strategjik të brendshëm dhe performancës financiare është pozitive. Faktorët strategjik të brendshëm ndikojnë pozitivisht ROA-n, ROE-n dhe MF-n.

Ndër faktorët e brendshëm operacional, ato që ndikojnë performancën financiare janë *sistemet dhe teknologjia*. ROA-ja ka lidhje pozitive me sistemet dhe teknologjinë. Po ashtu edhe ROE-ja ka lidhje pozitive me sistemet dhe teknologjinë, ndërsa MF-ja ka ndikohet vetëm nga sistemet, me të cilat ka një lidhje pozitive.

Faktori i vetëm financiar që rezultoi të kishte një lidhje domethënëse me performancën financiare ishte *burimet financiare*. Ky faktor ndikonte vetëm ROA-n dhe kishte një lidhje pozitive me të.

Përsa i përket faktorëve strategjik të jashtëm, *konkurenca dhe kërkesa* kishin një ndikim mbi performancën financiare. ROA-ja ndikohej vetëm nga kërkesa dhe ekzistonte një lidhje pozitive mes tyre, gjithashtu edhe ROE-ja ndikohej vetëm nga kërkesa dhe lidhja ishte po ashtu pozitive. Ndërsa MF-ja ndikohej si nga konkurenca ashtu edhe nga kërkesa së bashku. Lidhja mes MF-së dhe konkurrencës ishte negative, ndërsa me kërkesën ishte pozitive.

Faktorët e jashtëm operacional që kishin ndikim mbi performancën financiare ishin *reformat në taksa dhe kontratat me klientët*. ROA-ja kishte një lidhje negative me reformat në taksa dhe një lidhje pozitive me kontratat me klientët. ROE-ja kishte një lidhje gjithashtu negative me reformat në taksa dhe një lidhje pozitive me kontratat me klientët, ndërsa ekzistonte një lidhje pozitive mes MF-së dhe kontratave me klientët.

Ekspozimi ndaj normave të interesit dhe sigurimi i burimeve financiare ishin faktorët që rezultuan të kishin një ndikim mbi performancën financiare nga faktorët financiar të jashtëm. ROA-ja rezultoi të ndikohej negativisht nga ekspozimi ndaj normave të interesit. ROE dhe sigurimi i burimeve financiare rezultuan në një lidhje pozitive mes tyre dhe MF-ja rezultoi të ndikohej gjithashtu negativisht nga ekspozimi ndaj normave të interesit.

Mosha e firmës rezultoi të ndikonte në performancën financiare (ROA-n), por jo të kishte një ndikim në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

Madhësia e firmës rezultoi se nuk ndikon as në performancën financiare (ROA-n) e as në lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

Ndërsa *sektori i firmës* ndikon pjesërisht performancën financiare (ROA-n) dhe pjesërisht lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare.

Nga ana tjetër, rezultoi që nuk ekzistonin ndryshime në performancën financiare si pasojë e *formës së pronësisë* së firmës.

5.3 REKOMANDIME TË PËRGJITHSME PËR POLITIKBËRËSIT

Ndarja e proçeseve prodhuese në disa faza, ka rritur ndarjen e punës në vende të ndryshme të botës. Ky element i globalizimit rrit specializimin dhe shton konkurrencën. Nënkontraktimi në distancë është një iniciativë e sektorit privat, por sektori shtetëror është ai që duhet *ta mbështesë nëpërmjet hartimit të politikave të përshtatshme* (si nxitja e edukimit profesional, tërheqja e IHD-ve, etj.)

Nënkontraktimi në distancë mund të ketë edhe pasoja negative si në vendet e zhvilluara, ashtu edhe në ato në zhvillim. Nënkontraktimi në distancë ka sjell shpesh rritje të diferencave në paga, ose kur në vendet e zhvilluara, reduktimi i pagave nuk lejohet poshtë një minimumi të vendosur, atëherë kemi reduktim të vendeve të punës. Prandaj, *hartimi i politikave sociale bëhet një çështje thelbësore*. Është mëse e nevojshme që nënkontraktimi në distancë të ketë një mbështetje sociale dhe politike. Politikat sociale duhet të fokusohen në krijimin e një klime të përshtatshme për mbështetjen e nënkontraktimeve në distancë dhe në lehtësimin e ndryshimit të punës së punonjësve të cilët e humbasin atë. Politikat shtetërore, të cilat e ndalojnë këtë fenomen për t'u zhvilluar më tutje, me qëllim mbrojtjen e vendeve të punës, janë të gabuara.

Një ndër elementet që duhet parë me shumë kujdes është padyshim *sistemi tatimor*. Siç edhe dolën nga rezultatet e studimit, reformat e ndërmarra gjatë dy viteve të fundit kanë patur një ndikim negativ në performancën financiare të kompanive. Duhet rishikuar niveli i taksimit për tatim fitimin, për TVSH-në dhe akcizat, heqjen e çmimeve të referencës, rregullimin e plotë të taksimit për efekt të pushtetit lokal, etj. Kjo do të nxisë investimet, e sidomos thithjen e atyre të huaja, duke e çliruar kështu aktivitetin e biznesit.

Zhvillimi i industrisë së fashioneve në Shqipëri varet nga aftësia konkurruese e këtyre bizneseve me ato të vendeve të rajonit. Për këtë, bizneset duhet të jenë sa më *inovativ* dhe të fusin në përdorim një *teknologji të avancuar*. Industria e veshjeve dhe e këpucëve ka shanse të mëdha për të rritur kapacitetet e tyre prodhuese dhe eksportuese.

Paga minimale është bazë në kostot e kompanive që operojnë me nënkontraktime në distancë në vendin tonë. Ndryshimet e shpeshta, sado në masë të vogël qofshin ato, çojnë në ndryshime shumë të mëdha të kostove të biznesit, shpesh edhe duke rrezikuar kontratat e lidhura, pasi kompanitë mund të rezultojnë edhe me humbje si rezultat i ndryshimit në pagat minimale. Siç edhe është kërkuar nga vetë kompanitë e këtij sektori, një zgjidhje mund të jetë *ngrirja e pagës minimale* për një periudhë kohore në këtë sektor. Si pasojë, firmat nuk do të rrezikoheshin nga ndryshimet e papritura të pagës minimale.

Zhvillimi i klasterave do të kontribuonte mjaft në rritjen e kësaj industrie si edhe industrive të tjera, duke i dhënë një hov zhvillimit ekonomik në vend. Ministria e bujqësisë duhet të nxisë prodhimet e pambukut, leshit, lëkurës, mëndafshit, etj. Kjo do ndihmonte në prodhimin e lëndës së parë brenda vendit. Do zhvilloheshin industritë në mbështetje të njëra-tjetrës ku tregu për prodhimet e tyre do të ishte i garantuar. Në këtë mënyrë do krijoheshin klasterat, do uleshin kostot për prodhuesit e veshjeve dhe këpucëve deri në masën 40%, e cila do të ndikonte edhe në rritjen e marzhit të fitimit për këto kompani. Në këtë mënyrë sugjerohet edhe zhvillimi i zonave industriale, krijimi i një infrastrukture të përshtatshme për mbarëvajtjen operacionale dhe funksionale të këtyre bizneseve.

Duhet të hartohen politika mbështetëse për ta konvertuar këtë industri në *cikël të plotë prodhimi*. Duhet të arrihet të koordinohet një ofertë e prodhimit, dizenjimit, modelimit, etj., që këto firma të prodhojnë me cikël të plotë prodhimi dhe të krijojnë markën shqiptare “made in Albania”. Prandaj duhet mbështetur në promovimin ndërkombëtar, në rritjen e avantazheve konkurruese, në rritjen e performancës etj.

Nxitja e arsimit profesional është gjithashtu thelbësore për këtë industri. Qeveria duhet të marrë masa për hapjen e shkollave profesionale, ose përmirësime të kurrikulave të tyre, në mënyrë që të përshtaten sa më shumë me tregun e punës.

Të tjera rekomandime për politikbërësit janë *funksionimi dhe zbatimi me efektivitet i skemave lehtësuese*, gjetja e *politikave thithëse* për investitorët e huaj siç edhe kanë bërë vendet fqinje nëpërmjet subvencionimeve për vendet e punës që ato kanë krijuar.

Së fundmi, siç edhe sugjeron IMF-ja, qeveria shqiptare duhet të ndërmarrë masa në: (i) përmirësimin e klimës së biznesit në vend e cila është kritike për thithjen e investitorëve të huaj; (ii) zbatimin siç është planifikuar i reformave në fushën e energjitikës në mënyrë që të lehtësohet gradualisht mundësia e rritjes ekonomike dhe rënia e risqeve fiskale; dhe (iii) sigurimin e të drejtave të pronësisë si një parakusht për investimet.

5.4 REKOMANDIME PËR BIZNESET

Duke u nisur nga rëndësia e ndikimit që faktorët e riskut kanë mbi performancën financiare, kompanive u rekomandohet t’u kushtojnë vëmendje të veçantë faktorëve të riskut, e sidomos atyre që rezultuan statistikisht domethënës.

Kompanitë duhet që vazhdimisht të investojnë në *inovacion dhe krijimin apo përmirësimin e produkteve/shërbimeve të reja*. Kjo do i bëjë ato t’u përshtatet kërkësive të tregut dhe të jenë sa më konkurrues. Gjithashtu *cilësia e shërbimit* duhet të jetë sa më e mirë. Sa më shumë t’i kushtohet rëndësi mbajtjes së përgjegjësisë ndaj klientëve, krijimit të besimit, disponueshmërisë ndaj klientëve apo sistemeve të kontrollit, aq më e mirë do jetë edhe performanca. Nga ana tjetër është mjaft e rëndësishme që t’i kushtojnë vëmendjen e duhur edhe *kapitalit njerëzor*, që nga trajnimi i punonjësve, nxitja për përkushtimin e tyre në punë, motivimin e tyre si edhe politikave të rekrutimit. Kompanitë nuk duhet të lënë mënjanë edhe *kulturën organizative* që krijojnë brenda kompanisë. Njësitë duhet të jenë të mirë koordinuara me njëra-tjetrën, punonjësit duhet të përfshihen sa më shumë në punët e caktuara, apo të merret mendimi i tyre edhe për vendime të ndryshme, duhet të nxitet puna në grup si edhe të krijohet mundësia dhe fleksibiliteti edhe për ndryshime organizative, në mënyrë që kompania të përshtatet sipas nevojave që lindin.

Kompanitë duhet t’i kushtojnë vëmendje dhe të kryejnë investimet e duhura në *sistemet* e kontrollit, logjistikës, financës e kontabilitetit dhe marketingut. Sa më të mira dhe përshtatshme të jenë sistemet që përdorin kompanitë, aq më e mirë edhe performanca financiare e saj.

Teknologjia gjithashtu është një faktor suksesi në performancën e kompanive që punojnë me nënkontrakte në distancë. Sa më e zhvilluar dhe moderne teknologjia (qoftë teknologjia prodhuese, qoftë ajo e komunikacionit), aq më e mirë është edhe performanca financiare e këtyre kompanive.

Burimet financiare mbesin sërish një faktor kyç për performancën e këtyre kompanive. Kompanitë nuk duhet të limitohen vetëm në të ardhurat që ato kanë në dispozicion për të bërë investime. Ato duhet të kërkojnë alternativa të ndryshme për sigurimin e kapitalit të nevojshëm. Një alternativë e mirë në vendin tonë mbeten kreditë nga institucionet kredidhënëse. Komplekset e kredimarrjes duhet të kapërcehen nga drejtuesit e kompanive. Me analiza të kujdesshme të buxhetimit kapital, ato mund të rezultojnë të suksesshëm në vendimarrjet e tyre, pavarësisht normave ende të larta të kredive që ofrojnë bankat. Pra, për aq kohë sa ato kanë alternativa serioze rritjeje të bizneseve të tyre, nuk duhet të frenohen si pasojë e mungesës së fondeve, por duhet të bëjnë përpjekjet maksimale për sigurimin e tyre.

Duke investuar në faktorët e mësipërm, këto kompani patjetër që do krijojnë *avantazhe konkurruese*, gjë që do të rrisë performancën e tyre. Gjithashtu, ato duhet të kërkojnë edhe për *tregje të reja*, e të mos mbesin të varur vetëm nga një ose dy klientë. Në këtë mënyrë do të arrijnë të diversifikojnë riskun që rezulton nga luhatjet e kërkesës.

Së fundmi, kompanive u rekomandohet që të marrin masa për kalimin në *cikël të mbyllur* e të mos mbesin vetëm si prodhues me material porositës. Kjo do të çonte në rritjen dhe zhvillimin e mëtejshëm, jo vetëm të kompanive në veçanti, por edhe të ekonomisë në tërësi.

5.5 SUGJERIME PËR KËRKIME TË MËTEJSHME

Studimet empirike kanë paraqitur disa konkluzione në lidhje me efektet direkte dhe indirekte në vendet e zhvilluara dhe më pak tek ato në zhvillim. Ka akoma shumë vend për kërkime në këtë fushë, e sidomos e parë kjo nga këndvështrimi i vendeve destinacion.

Në Shqipëri, si një vend destinacion i nënkontraktimeve në distancë, studjuesit mund të fokusohen në efektet që ka sjell ky fenomen në ekonominë shqiptare, qoftë në rritjen e vendeve të punës, në specializimin e punonjësve, kontributin në PBB, flukset tregtare, vlera e shtuar e ulët, etj..

Studime më specifike mund të realizohen edhe sipas sektorëve, e sidomos atij të call center-ave, ku pavarësisht zgjerimit me përmasa shumë të mëdha vitet e fundit, ka një mungesë shumë të madhe të literaturës.

Sektor tjetër i nënkontraktimeve në distancë që po lulëzon kohët e fundit është edhe ai i montimit të pajisjeve të ndryshme industriale, elektronike dhe elektrike. Kjo industri po sjell më tepër të ardhura në ekonomi dhe paga më të larta për punonjësit. Në këtë industri kërkohet një fuqi punëtore më e kualifikuar dhe është e rëndësishme edhe harmonizimi me politikat shtetërore për nxitjen e arsimit profesional në këtë aspekt. Prandaj, do ishin me vlerë edhe studime të fokusuara në këtë sektor, për të parë perspektivën e tij në vendin tonë si edhe potencialet tona për të thithur sa më shumë nga këto investime.

Nga këndvështrimi i investitorëve, mund të realizohen studime se cila nga format e hyrjes në treg (investim total i huaj, nëpërmjet bashkëpronësisë me një kompani vendase, apo nënkontraktim total nga një firmë vendase) rezulton më e suksesshme, qoftë nga ana financiare, operacionale apo strategjike.

Studime të tjera mund të fokusohen edhe në lidhjen e faktorëve që nxisin një firmë në përzgjedhjen e vendit destinacion me performancën financiare, operacionale apo

strategjike, ku mund të gërshetohet edhe me ndikimin moderues që ka mënyra e hyrjes në vendin destinacion.

Kohët e fundit është vënë re edhe nënkontraktimi i punëve që kërkojnë fuqi punëtore të kualifikuar, aspekt tjetër ky që kërkon studime më të thelluara.

Pra, nënkontraktimi në distancë është një fushë mjaft e gjërë dhe ende e paeksploruar siç duhet në vendin tonë. Në varësi të faktorëve që mund të përzgjidhen për studim, kjo është një fushë që përshtatet me ekonomiksin, financën, apo edhe menaxhimin.

BIBLIOGRAFIA

- Abbas, A., Bashir, Z., Manzoor, S., & Akram, M. (2013). Determinants of firm's financial performance: An empirical study on textile sector of Pakistan. *Business and Economic Research* , 3 (2), 76-86.
- ACIT. (2015). *Albania 2014 Trade Report*. Tiranë.
- Agrawel, V., Farrell, D., & Remes, J. K. (2003). Offshoring and beyond. Cheap labour is the beginning, not the end. *The McKinsey Quarterly* (No. 4), 25-35.
- Ahmad, A., Mehra, S., & Pletcher, M. (2004). The perceived impact of JIT implementation on firms' financial/growth performance. *Journal of Manufacturing Technology Management* , 15 (2), 118-130.
- AIDA. (2014). *Fuqia Punëtore*. Marrë me 15 Tetor 2015, nga AIDA: <http://www.aida.gov.al/faqe/fuqia-punetore>
- AIDA. (2014). *Infrastruktura dhe Shërbimet*. Marrë në Shtator 2015, nga AIDA: <http://www.aida.gov.al/faqe/infrastruktura-dhe-sherbimet>
- AIDA. (2015). *Marrëveshjet Tregtare*. Marrë me 30 Tetor, 2015, nga Agjensia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve: <http://aida.gov.al/kerko/marreveshjet%20tregtare>
- Anamali, A. (2015). *Shqipëria si destinacion i nënkontraktimeve në distancë: industria fasone*. Temë Doktorature, Universiteti "Aleksandër Moisiu", Durrës.
- Anand, J., & Delios, A. (1997). Location Specificity and Transferability of Downstream Assets to Foreign Subsidiaries. *Journal of International Business Studies* , 28 (3), 579-604.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., & Williams, T. A. (2009). *Statistics for business and economics*. Mason, OH: South-Western Cengage Learning.
- Anderson, E., & Gatignon, H. (1986). Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions. *Journal of International Business Studies* , 17 (3), 1-26.
- Anderson, J., & vanWincoop, E. (2004). Trade Costs. *Journal of Economic Literature* , Vol. XLII (September 2004), 691-751.
- Anderton, B., Brenton, P., & Oscarsson, E. (2002). *Outsourcing and inequality*. Brussels: Center for European Policy Studies, Working Document, No187.
- Antras, P. (2003). Firms, contracts and trade structure. *The Quarterly Journal Of Economics* , 118 (4), 1375-1418.
- Arndt, S. W. (1997). Globalization and the Open Economy. *North American Journal of Economics and Finance* , Vol. 8 (No.1), 71-79.
- Baldwin, R. (2006). *Globalization: the great unbundling(s)*. organized by the Secretariat of the Economic Council: Paper prepared for the project: Globalisation Challenges and Finland.

- Banka e Shqipërisë. (2015). *Raporti statistikor mujor 2015/2*. Tiranë: Banka e Shqipërisë.
- Bardhan, A. (2006). *Globalization, job creation and inequality: The challenges and opportunities on both sides of the offshoring divide*. Marrë në Dhjetor 2015, nga Social Science Research Network:
http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=990993
- Berdine, M., Parrish, E., Cassill, N. L., & Oxenham, W. (2008). Measuring the competitive advantage of the US textile and apparel industry. *Industry Studies, Annual Conference, May 1-2, 2008*. Boston, MA: Alfred P. Sloan Foundation.
- Berry, D., Mok, L., & Otter, T. (2013). *CFO Advisory: Employee Engagement Impacts*. Marrë më 12/05/2014, nga Financial Executives International:
http://www.financialexecutives.org/KenticoCMS/Communities/Committees/Finance---IT-%28CFIT%29/CFIT-files/April-2013-Ad/cfo_advisory_employee_engage_249694.aspx
- Beuren, I. M., Hein, N., & Klann, R. C. (2008). Impact of the IFRC and US-GAAP on economic-financial indicators. *Managerial Auditing Journal* , 23 (7), 632--649.
- Bhattacharya, M., Gibson, D. E., & Doty, D. H. (2005). The effects of flexibility in employee skills, employee behaviors, and human resource practices on firm performance. *Journal of Management* , 31 (4), 622-640.
- Biscourp, P., & Kramarz, F. (2004). *Empoyment, skill structure and international tranade: Firma level evidence for France*. Centre de Recherche en Economie et Statistique working paper No. 2004-28. Paris: Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques.
- Bland, J., & Altman, D. (1997). Statistics notes: Cronbach's alpha. *BMJ* , 314:572.
- Blinder, A. S. (2007). *Offshoring: Big Deal, or Business as Usual?*. Princeton University.
- Bontis, N., & Fitzenz, J. (2002). Intellectual capital ROI: A current map to human capital antecedents and consequences. *Journal of Intellectual Capital* , 3 (3), 223-247.
- Bottini, N., Ernst, C., & Luebker, M. (2007). *Offshoring and the labor market: what are the issues? Economic and Labor Market Paper*. Geneva: ILO.
- Cardinaels, E., & Veen-Dirks, P. M. (2010). Financial versus non-financial information: The impact of information organization and presentation in a balanced scorecard. *Accounting, Organization and Society* , 35, 565-578.
- Carmeli, A., & Tishler, A. (2004). The relationship between intangible organizational elements and organizational performance. *Strategic Management Journal* , 25 (13), 1257-1278.
- Cassaburi, L., & Minerva, G. (2008). Supplier-Buyer Proximity and Production to Order Choice. *studim i prezantuar ne konferencen "The International Firm: Access to Finance and Organisational Models"*. Centro Studi Luca D'Agliano, Milan: 21-22 February 2008.

- Castellani, D., Mariotti, I., & Piscitello, L. (2008). The impact of outward investments on parent company's employment and skill composition. Evidence from the Italian case. *Structural Change and Economic Dynamics* , 19, 81-94.
- CCHM. (2011). *The history of the Call Centre*. Marrë me 20 Dhjetor, 2014, nga Call Centre Helper Magazine: <http://www.callcentrehelper.com/the-history-of-the-call-centre-15085.htm>
- Chatman, J. A., Caldwell, D. F., O'reilly, C. A., & Doerr, B. (2014). Parsing organizational culture: How the norm for adaptability influences the relationship between culture consensus and financial performance in high-technology firms. *Journal of Organizational Behaviour* , 35, 785-808.
- Cleveland, B. (2012). *Call Center Management on Fast Forward* (third ed.). Colorado Springs: ICM Press.
- Cochran, C. (2015). *Measuring service quality*. Marrë me 30/06/2015, nga Quality Digest: http://www.qualitydigest.com/mar08/articles/03_article.shtml
- Cohen, S., Thiraios, D., & Kandilorou, M. (2008). Performance parameters interrelations from a balanced scorecard perspective: An analysis of Greek companies. *Managerial Auditing Journal* , 23 (5), 485-503.
- Craig, J., & Moores, K. (2005). Balanced scorecards to drive the strategic planning of family firms. *Family business review* , 18 (2), 105-122.
- Cufi, B. (2015). Industria e përpunimit aktiv. (K. Tufi, Interviewer)
- Davis, D. R., & Mishra, P. (2006). Stolper-Samuelson Is Dead, and Other Crimes of Both Theory and Data. In A. Harrison, *Globalization and Poverty: NBER Conference Report* (pp. 87–107). Chicago, IL: University of Chicago Press.
- DeVellis, R. (2003). *Scale development: theory and applications*. Thousand Okas, CA: Sage publications.
- DHFSH. (2015). *Krijimi i një database të integruar për industrinë e veshjeve dhe këpucëve në Shqipëri*. Marrë me 30 Shtator 2015, nga AGFI: <http://www.agfi.al/foto/uploads//AGFI%202014%20Raport%20Perfundimtar.pdf>
- Dhuci, O. (2011). *Njohuritë bazë për riskun dhe drejtimin e tij*. Tiranë: OMBRA GVG.
- Dooley, E. (2000). *Intellectual capital in software industry: An empirical test*. PhD dissertatiton: College og Business Administration, University of Washington, Tacoma, WA.
- Dow, D., & Karunaratna, A. (2006). Developing a multidimensional instrument to measure psychic distance stimuli. *Journal of International Business Studies* , 37 (5), 578-602.
- Dunning, J. H. (1977). Trade Location in Economic Activity & MNE: A Search for an Electic Approach". In B. H. Ohlin, *The International Allocation of Economic Activity*. London: MacMillan.
- Egger, H., & Stehrer, R. (2003). International outsourcing and the skill specific wage bill in Eastern Europe. *The World Economy* , 26 (1), 61-72.

- Epstein, M. J., & Rejc, A. (2005). *Identifying, Measuring and Managing Organizational Risks for Improved Performance. Management Accounting Guideline*. Hamilton: The Society of Management Accounting of Canada, New York: AICPA.
- European Commission. (2015). *VAT rates applied in the member states of EU*. Marrë me 20 Tetor 2015, nga European Commission:
http://ec.europa.eu/taxation_customs/resources/documents/taxation/vat/how_vat_works/rates/vat_rates_en.pdf#sthash.kKbnrPfp.dpuf
- Eurostat. (2015). *"Hourly labour costs"*. Marrë me 10 Tetor 2015, nga Eurostat:
http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Hourly_labour_costs
- Falk, M., & Koebel, B. M. (2002). Outsourcing, imports and labor demand. *Scandinavian Journal of Economics* , 104 (4), 567-586.
- Falk, M., & Wolfmayer, Y. (2005). Empolment effects of trade in intermediate inputs with the European Union member states and Asia. *Aussenwirtschaft Journal* , 60, 441-462.
- Farrell, D., Laboissière, M., Pascal, R., Rosenfeld, J., Segundo, C. d., & Stürze, S. (2005). *The emerging global labor market: Part I-The demand for offshore talent in services*. San Francisco: McKinsey Global Institute.
- FedEE. (2015). *FedEE Review of minimum wage rates*. Retrieved Tetor 2015, from FedEE Global: <http://www.fedee.com/pay-job-evaluation/minimum-wage-rates/>
- Feenstra, R. C., & Hanson, G. H. (1997). Foreign direct investment and relative wages: Evidence from Mexico's maquiladoraas. *Journal of International Economics* , 42, 371-393.
- Feenstra, R. C., & Hanson, G. H. (2001). *Global Production Sharing and Rising Inequality: A survey of Trade and Wages, NBER Working Paper No. 8372*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Feentra, R. C. (2004). *Advanced International Trade: Theory and Evidence*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Fernandes, K. J., Raja, V., & Whalley, A. (2006). Lessons from implementing the balanced scorecard in small and medium size manufacturing organization. *Technovation* , 26, 623-634.
- Fiol, C. (1991). Managing culture as a competitive resource: An identity-based view of sustainable competitive advantage. *Journal of Management* , 17 (1), 191-211.
- Freeman. (2005). *What really ails Europe (and America): The doubling of the Global Workforce*. Retrieved from www.theglobalist.com
- Fuentes, M. M., Montes, F. J., & Fernandez, L. M. (2006). Total quality management, strategic orientation and organizational performance: the case of Spanish companies. *Total Quality Management and Business Excellence* , 17 (3), 303-323.
- Gatignon, H., & Anderson, E. (1988). The multinational corporation's degree of control over foreign subsidiaries: An empirical test of transaction cost explanation. *Journal of Law, Economics and Organization* , 4 (2), 305-336.

- Gattai, V. (2013). International outsourcing versus FDI under contractual incompleteness. *International Review of Economics* , 157-186.
- Geralis, M., & Terziovski, M. (2003). A quantitative analysis of the relationship between empowerment practices and service quality outcomes. *Total Quality Management and Business Excellence* , 14 (1), 45-62.
- Ghose, A. (2004). Capital inflow and investments in developing countries, Employment Strategy Paper, 11/2004. Geneva: *International Labor Office* .
- Gooris, J., & Peeters, C. (2012). *Home-Host Country Distance and Offshore Vertical Boundary Decisions*. Marrë me 21/11/2014, nga http://www.henley.ac.uk/web/FILES/management/mgmt-Gooris_Peeters_Home_Host_Country.pdf.
- Grossman, G. M., Helpman, E., & Szeidl, A. (2005). Complementarities between outsourcing and foreign sourcing. *American Economic Review No 95, Papers and Proceedings* , 19-24.
- Grossman, G., & Helpman, E. (2003). Outsourcing vs FDI in industry equilibrium. *Journal of the European Economic Association* , 1, 317-327.
- Hansen, M. W., Pedersen, T., & Petersen, B. (2009). MNC strategies and linkage effects in developing countries. *Journal of World Business* , 44 (2), 121-130.
- Harrison, A. E., & McMillan, M. S. (2006). *Outsourcing jobs? Multinationals and US employment*. NBER Working Paper No. 12372. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Hartnell, C. A., Ou, A. Y., & Kinicki, A. (2011). Organizational culture and organizational effectiveness: A meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions. *Journal of Applied Psychology* , 96 (4), 677-694.
- Hashemi, A., Butcher, T., & Chhetri, P. (2013). A modeling framework for the analysis of supply chain complexity using product design and demand characteristics. *International Journal of Engineering, Science and Technology* , 5 (2), 150-164.
- Heijiman, T. L.-A. (2009). *2007-2008 ORN survey report: Offshoring reaches the C-Suite*. New York: Duke University ORN & The Conference Board.
- Hijzen, A., & Swaim, P. (2007). *Does offshoring reduce industry employment?* Research Paper No. 2007/24. Nottingham: Leverhulme Centre.
- ICT Resource Center. (2014). *International Trade for Albania: A beginner's guide for enterprise*. Marrë me 8 Nentor 2015, nga Protik: <http://www.protik.org/~protik/sites/default/files/publications/International-Trade-for-Albania-Eng.pdf>
- IMF. (2015). *IMF: Albania Country report No. 15/48*. Washington, DC: International Monetary Fund .
- IMF. (2015). *World Economic Outlook: Adjusting to lower commodity prices*. Washington (October).

- Indarti, N., & Postma, T. (2013). Effect of network on product innovation: empirical evidence from Indonesian SMEs. *Journal of Innovation Management* , 1 (2), 140-158.
- INSTAT. (2015). *Anketa e Kostos së Punës 2013*. Marrë me 10 Tetor 2015, nga INSTAT:
http://www.instat.gov.al/media/291930/anketa_e_kostove_te_punes_2013.pdf
- INSTAT. (2015). *Regjistri statistikor i ndërmarrjeve*. Marrë në Tetor 2015, nga INSTAT:
<http://www.instat.gov.al/al/themes/regjistri-statistikor-i-nd%C3%ABrmarrjeve.aspx?tab=tabs-5>
- INSTAT. (2015). *Tregtia e Jashtme 2014*. Tiranë: Instituti i Statistikave.
- INSTAT. (2015). *Tregtia e jashtme e mallrave* . Titanë: Instituti i Statistikave.
- INSTAT. (2015). *Tregu i Punës*. Marrë në Tetor 2015, nga INSTAT:
<http://www.instat.gov.al/al/themes/tregu-i-pun%C3%ABs.aspx?tab=tabs-5>
- Ismail, N. A., Abdullah, A. N., & Tayib, M. (2003). Computer-based accounting system: The case of manufacturing-based SME in Northern Region of Peninsular Malaysia. *Jurnal Teknologi* , 39, 19-36.
- Jenkins, R. (2006). Globalization, FDI and employment in Vietnam. *Transnational Corporations* , 15 (1), 115-142.
- Kelliher, P., Wilmot, D., Vij, J., & Klumpes, P. (2011). *A common risk classification system for the actuarial profession*. Marrë me 27/02/2015, nga Institute and Faculty of Actuaries: <file:///C:/Users/User/Downloads/common-risk-classification-system-actuarial-profession.pdf>
- Keown, A. J., Martin, J. D., Petty, J. W., & Scott, D. F. (2008). *Foundation of Finance, 6ed*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kharuddin, S., Ashhari, Z. M., & Nassir, A. M. (2010). Information system and firms' performance: The case of Malaysian SME. *International Business Research* , 3 (4), 28-35.
- Kim, B., Kim, H., & Lee, Y. (2002). Modes of foreign market entry by Korean SI firms. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* , 14 (4), 13-35.
- Kirkegaard, J. F. (2007). *Offshoring, outsourcing and production relocation-labor market effects in OECD and developing Asia, working paper*. Washington D.C.: Peterson Institute for international economics.
- Kogut, B., & Singh, H. (1988). The Effect of National Culture on the Choice of Entry Mode. *Journal of International Business Studies* , 19 (3), 411-432.
- Kohler, W. (2004). International Outsourcing and Factor Proces with Multistage Production. *The Economic Journal* , 114, 166-185.
- Kotane, I., & Merlino, I. K. (2012). Assessment of financial indicators for evaluation of business performance. *European Integration Studies* (6), 216-224.

- KPMG. (2015). *Corporate tax rates table*. Marrë me 31 Tetor 2015, nga KPMG: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>
- Kraja, G. (2013). *Praktikat e burimeve njerëzore, performanca individuale dhe ndikimi i tyre në performancën organizative: rasti i performancës së organizatave publike në Shqipëri*. Tezë doktore: Universiteti i Durrësit "Aleksandër Moisiu".
- Kraja, Y. B. (2014). *Avantazhi konkurrues dhe roli i vlerës në suksesin e SME-ve: Rasti i SME-ve në zonën e Veriut të Shqipërisë*. Tezë Doktorature: Universiteti i Tiranës, Fakulteti i Ekonomisë.
- Krugman, P. R. (1997). *Pop internationalism*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Kucera, D., & Milberg, W. (2003). Deindustrialization and changes in manufacturing trade: Factor content calculations for 1987-1995. *Review of World Economics* , 139 (34), 601-624.
- Kuvendi i Shqipërisë. (2007). *Ligji nr. 9723 "Mbi Qendrën Kombëtare të Regjistrimit: QKR", datë 05.03.2007*. Tiranë: Qendra e Botimeve Zyrtare.
- Kuvendi i Shqipërisë. (2015). *Ligji nr.32, datë 02.04.2015 "për disa ndryshime dhe shtesa në Kodin Doganor të Republikës së Shqipërisë"*. Tiranë: Qendra e Botimeve Zyrtare.
- Kuvendi i Shqipërisë. (Ligji nr. 10316, date 16.9.2010). *Ndryshime në ligjin për investimet e huaja*. Tiranë: Qendra e Botimeve Zyrtare.
- Kuvendi i Shqipërisë. (Ligji nr. 7764, date 2.11.1993). *Për investimet e huaja*. Tiranë: Qendra e Botimeve Zyrtare.
- Leqejza, J. (2015). Sektori i përpunimit aktiv. (K. Tufi, Interviewer)
- Lewin, A. Y., Ajchariyawong, N. P., Sappenfield, D., & Aird, C. (2009). *2009 ORN Service Prorovider: Is the global outsourcing industry in for a no-holds-barred competition?* . Durham, NC: Duke University ORN.
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Mason, R. D. (2002). *Statistical techniques in business & economics*. New York: McGraw-Hill.
- Liperi, O. (2015). *100 punëdhënësit më të mëdhenj në Shqipëri*. Marrë në Shtator 2015, nga www.monitor.al
- Lipi, R. (2014). *Performanca financiare dhe orientimi sipërmarrës i NVM-ve, qarku Vlorë*. Temë doktore: Universiteti i Tiranës, Fakulteti i Ekonomisë, Departamenti i Financës.
- Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Menagement Review* , 21, 135-172.
- Madura, J. (2009). *International Financial Management*. Mason, OH: South-Western/Cengage Learning.
- Mankiw, N. G., & Swagel, P. (2006). The politics and economics of offshore outsourcing. *Journal of Monetary Economics* , 53, 1027- 1056.

- Marimuthu, M., Arokiasamy, L., & Ismail, M. (2009). Human capital development and its impact on firm performance: evidence from development economics. *The Journal of International Social Research* , 2 (8), 265-272.
- Marin, D. (2004). *A nation of poets and thinkers-less so with eastern enlargement? Austria and Germany*. CEPR Discussion Paper No. 4358.
- McGivern, M. H., & Tvorik, S. J. (1998). Vision driven organisations: Measurement techniques for group classification. *Management Decision* , 36 (4), 241-264.
- McIvor, R. (2009). How the transaction cost and resource based theories of the firm inform outsourcing evaluation. *Journal of operational management* , 27 (1), 45-63.
- Ministria e Financave. (2015). *Tatimi mbi Vlerën e Shtuar*. Marrë me 28 Tetor, 2015, nga Ministria e Financave: <http://www.financa.gov.al/al/aktet-ligjore-dhe-nenligjore-per-taksat/historiku-i-tatimeve/tatimi-mbi-vleren-e-shtuar>
- Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Republika e Kosovës. (2015). *Çfarë është CEFTA*. Marrë me 4 Nëntor, 2015, nga Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, Republika e Kosovës: <http://www.mti-ks.org/repository/docs/new%20cefta.pdf>
- Ministria e Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregtisë dhe Sipërmarrjes. (2015). *Shqipëria Europiane në rajon dhe në botë*. Marrë me 5 Nëntor, 2015, nga www.ekonomia.gov.al: <http://www.ekonomia.gov.al/al/programi/shqiperia-europiane-ne-rajon-dhe-ne-bote>
- Mitra, D., & Ranhjan, P. (2007). *Offshoring and Unemployment*. NBER Working Paper No.13149.
- Monitor. (2013). *Call Center, një tjetër treg që rrezikon ngopjen*. Marrë në January 2014, nga Monitor: <http://www.monitor.al/call-center-nje-tjeter-treg-qe-rrezikon-ngopjen-3/>
- Monitor. (2014). *Lulëzimi i Call Center*. Marrë në Shtator 2015, nga Monitor: <http://www.monitor.al/lulezimi-i-call-center/>
- Muca, R., & Lito, G. (2012). *Risqet me te cilat përballet biznesi shqiptar dhe menaxhimi i tyre*. Marrë me 15 October, 2014, nga www.bosmip.eu: http://www.bosmip.eu/bosmip4/download/seminars/seminar5/Albania/Bosmip%2004_R%20Muca_G%20Lito,%20Faculty%20of%20Economics_Albania,%20Seminar%205.doc
- MZHETTS. (2015). *Matrica e monitorimit të paketa e masave mbështetëse për industrinë e përpunimit aktiv (fason)*. Tiranë: E papublikuar.
- MZHETTS. (2014). *Matrica mbi propozimet për hartimin e Paketës Lehtësuese për Industrinë e Fasonit*. Tiranë: E papublikuar.
- Nair, A. (2006). Meta-analysis of the relationship between quality management practices and firm performance-implications for quality management theory development. *Journal of Operations Management* , 24 (6), 948-975.

- Naqvi, R., & Nadeem, S. (2011). Impact of high performance work practices system on motivation. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* , 3 (8), 197-210.
- OECD. (2007). *OECD Employment Outlook 2007*. OECD Publishing.
- OECD. (2012). *OECD Employment Outlook 2012*. OECD Publishing.
- OECD. (2001). *The well-being of nations: the role of human and social capital*. Paris: OECD.
- OECD; Eurostat. (2005). *Oslo Manual: guidelines for collecting and interpreting innovation data*. France: OECD Publishing.
- Omondi, M. M., & Muturi, W. (2013). Factors affecting the financial performance of listed companies at the Nairobi Security Exchange in Kenya. *Research Journal of Finance and Accounting* , 4, 99-104.
- Ottaviano, G., & Turrini, A. (2007). Distance and FDI when contracts are incomplete. *Journal of European Economic Association* , 5, 796-822.
- Papaioannou, M. (2006). Exchange rate risk measurement and management: Issues and approaches for firms. *South-Eastern Europe Journal of Economics*, 2 , 129-146.
- Pauwels, K., Silva-Risso, J., Srinivasan, S., & Hanssens, D. (2003). *The Long-Term Impact of New-Product Introductions and Promotions On Financial Performance and Firm Value*. Retrieved 03 20, 2015, from UCLA Anderson: <http://www.anderson.ucla.edu/faculty/dominique.hanssens/content/npifinal.pdf>
- Pero, O. (2015). Industria e përpunimit aktiv. (K. Tufi, Interviewer)
- Pllaha, A. (2012). *Marrëveshjet e tregtisë së lirë dhe Integrimit tregtar midis vendeve të Evropës Juglindore: Vlerësime të modelit të gravitetit* . Tiranë: Banka e Shqipërisë.
- Porter, M. E. (1998). *The competitive advantage of nations*. New York: The free press.
- Refslund, B. (2014). *Offshoring: Myth or Reality*. Retrieved October 23, 2014, from Nordik Working Life Conference: <http://nwlc2014.com/wp-content/uploads/2014/05/Refslund.pdf>
- Ross, S. A., Westerfield, R. W., & Jordan, B. D. (2010). *Fundamentals of corporate finance, 9th ed*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Sadikoglu, E., & Olcay, H. (2014). The effects of total quality management practices on performance and the reasons of and the barriers to TQM practices in Turkey. *Advanced in Decision Science* , 1-17.
- Sanchez-Ancochea. (2005). Development trajectories and new comparative advantages: Costa Rica and the Dominican Republic under globalization. *World Development* , 34 (6), 996-1015.
- Schultz, T. W. (1993). The economic importance of human capital in modernization. *Education Economics* , 1 (1), 13-19.

- Seleim, A., Ashour, A., & Bontis, N. (2007). Human capital and organizational performance: A study of Egyptian software companies. *Management Decision* , 45 (4), 789-801.
- Shin, N. (2001). The impact of information technology on financial performance: The importance of strategic choice. *European Journal of Information System* , 227-236.
- Shoraj, D. (2014). *Impakti i lidërshiptit, kulturës dhe ndryshimeve organizative në efektivitetin organizativ të sistemit bankar sekondar në Tiranë*. Tezë Doktorature: Universiteti i Tiranës.
- Shosha, B. (2014). *Performanca e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në Shqipëri: Fokusi qyteti i Tiranës*. Tezë Doktorature: Universiteti i Durrësit "Aleksandër Moisiu".
- Sorensen, J. B. (2002). The strength of corporate culture and the reliability of firm performance. *Administrative Science Quarterly* , 47 (1), 70-91.
- Spencer, B. J., & Qiu, L. (2001). Keiretsu and Relationship-Specific Investment: A Barrier to Trade? *International Economic Review* , 42 (4), 871-901.
- Stolper, W. F., & Samuelson, P. A. (1941). Protection and Real Wages. *Review of Economic Studies* , 9 (1), 58–73.
- The World Bank. (2015). *Doing Business*. Retrieved Tetor 30, 2015, from <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/albania/#protecting-minority-investors>
- The World Bank. (2015). *Doing Business 2016*. The World Bank.
- The World Bank. (2015). *Doing business in Albania 2016*. The World Bank.
- The World Bank. (2015). *World Bank Doing Business 2016 Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Retrieved Nëntor 2, 2015, from KNOEMA: <http://knoema.com/WBDB2015Oct/world-bank-doing-business-2016-measuring-regulatory-quality-and-efficiency>
- Ulqini, M. (2015). Problematika në sektorin e nënkontraktimeve në Shqipëri. (K. Tufi, Interviewer)
- UNCTAD. (2004). *World investment report 2004: The shift towards services*. New York and Geneva: United Nations.
- Valkauskas, R. (2013). Assessment of the financial position of a company: theoretical aspect. *Ekonomika* , 92 (3), 166-180.
- Veryzer, R. W. (1998). Discontinuous innovation and the new product development process. *Journal of Product Innovation Management* , 15, 304-321.
- Visinescu, L. L., & Evangelopoulos, N. (2014). Orthogonal rotations in latent semantic analysis: An empirical study. *Decision Support Systems* , 62, 131-143.
- Waghmare, P., Jackson, C., Poulou, J., Krishnan, P., Mundeja, S., Deep, V., et al. (2011). *An empirical study of factors that influence financial flexibility, financial structure and financial performance of a firm*. Retrieved 11 20, 2014, from

Academia.edu:

http://www.academia.edu/7982008/An_Empirical_Study_of_factors_that_influence_Financial_Flexibility_Financial_Structure_and_Financial_Performance_of_a_Firm

- World Economic Forum. (2015). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*.
- Wu, A., & Zumbo, B. (2008). Understanding and using mediators and moderators. *Social Indication Research* , 87, 367-392.
- Zehir, C., Yilmaz, E., & Velioglu, H. (2008). The impact of information technology practices and organizational learning on firm innovation and performance. *Journal of Global Strategic Management* , 04, 24-37.
- Zigan, K., & Zeglat, D. (2010). Intangible resources in performance measurement systems of the hotel industry. *Facilities* , 28 (13/14), 597-610.

APENDIKSET

APENDIKS A

Më poshtë paraqitet një përmbledhje me pohimet/elementet për matjen e variablave dhe literatura përkatëse e përdorur.

Zhvillimi i produktit/shërbimit <i>1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord</i>
Zhvillimi i produktit të ri është mjaft i rëndësishëm në gjenerimin e të ardhurave shtesë. (OECD; Eurostat, 2005) (Indarti & Postma, 2013)
Firma jonë vazhdimisht zhvillon produkte/shërbime të reja, apo përmirëson ato ekzistues. (Zehir, Yilmaz, & Velioglu, 2008)
Firma i pranon menjëherë idetë e reja (bazuar këto në kërkime paraprake). (Zehir, Yilmaz, & Velioglu, 2008)
Firma zakonisht merr <i>kthimin nga investimi</i> (ROI) të dëshiruar kur prezanton një produkt/shërbimit të ri. (OECD; Eurostat, 2005) (Zehir, Yilmaz, & Velioglu, 2008)
Cilësia e shërbimit <i>1- aspak, deri në 5-shumë</i>
Realizimi në kohë i kontratave (Cochran, 2015)
Mbajtja e përgjegjësi ndaj klientëve (Sadikoglu & Olcay, 2014), (Cochran, 2015)
Krijimi i besimit te klienti (Cochran, 2015)
Disponueshmëria ndaj klientëve (Cochran, 2015)
Sistemet e kontrollit (Sadikoglu & Olcay, 2014) (Cochran, 2015)
Kapitali njerëzor <i>1- aspak i rëndësishëm, deri në 5-shumë i rëndësishëm</i>
Politika e rekrutimit (Naqvi & Nadeem, 2011) (Kraja, 2013)
Trajnimi i punonjësve (Marimuthu, Arokiasamy, & Ismail, 2009) (Naqvi & Nadeem, 2011) (Kraja, 2013)
Motivimi i punonjësve Bontis & Fitzenz, 2002 (Naqvi & Nadeem, 2011), (Kraja, 2013)
Përkushtimi i punonjësve në punë (Naqvi & Nadeem, 2011), (Kraja, 2013)
Largimi i punonjësve nga puna (Naqvi & Nadeem, 2011)
Kultura organizative <i>1- aspak i rëndësishëm, deri në 5-shumë i rëndësishëm</i>
Vizioni afatgjatë (Shoraj (2014))
Drejtimi strategjik (Shoraj (2014))
Qëllimet dhe objektivat (Chatman, etj. (2014) Shoraj (2014))
Koordinimi dhe integrimi i njësive të ndryshme (Chatman, etj. (2014) Shoraj (2014))
Përfshirja e punonjësve (nxitja e ndjenjës së përgjegjshmërisë dhe pronësisë) (Shoraj (2014))
Puna në grup (Chatman, etj. (2014))
Krijimi i ndryshimit (Shoraj (2014))
Fokusi ndaj klientit (Shoraj (2014))
Burimet njerëzore <i>1- aspak, deri në 5-shumë</i>
Mashtrike e vjedhje nga ana e punonjësve (Pero (2015), Leqejza (2015), Cufi (2015))
Gabime nga pakujdesitë e punonjësve (Pero (2015), Leqejza (2015), Cufi (2015))
Moskorrektësi në punë nga ana e punonjësve (mos-zbatim orari, prishje kontratash pa lajmërim, etj.) (Pero (2015), Leqejza (2015), Cufi (2015))
Sistemet <i>1- jo të përshtatshme, deri në 5-shumë të përshtatshme</i>

Sistemet e kontrollit (Shin (2001), Kharuddin (2010))
Sistemet e kontabilitetit dhe informacionit financiar (Shin (2001), Kharuddin (2010))
Sistemet e logjistike (të shpërndarjes) (Pero (2015))
Sistemet e marketingut (Pero (2015))
Teknologjia <i>1- shumë e vjetër; 2-e vjetër; 3-e përshtatshme; 4-bashkëkohore; 5-shumë e përparuar</i>
Niveli i teknologjisë (Shosha (2014))
Likuiditeti
Raporti i borxhit afatgjatë (Ross, Westerfield, Jordan (2010))
Ndryshimi në burimet financiare
Raporti i borxhit afatgjatë (Ross, Westerfield, Jordan (2010))
Konkurenca <i>1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord</i>
Ne përballemi me një konkurrencë të pandershme. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurentët e ofrojnë produktin/shërbimin me një çmim më të ulët. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurentët kanë kosto të produktit/shërbimit më të ulët. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese përsa i përket marketingut. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese përsa i përket cilësisë së shërbimit. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese në lidhje me vendodhjen. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurentët janë më të besueshëm. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Konkurenca më e madhe vjen nga vendet e rajonit. (Berdine, Parrish, Cassill, Oxenham, 2008)
Kërkesa <i>1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord</i>
Shitjet janë të parashikueshme. (Hashemi, Butcher, Chhetri (2013))
Volumet e shitjeve janë rritur me një ritëm të qëndrueshëm gjatë viteve të fundit. (Hashemi, Butcher, Chhetri (2013))
Kostoja e lirë e fuqisë punëtore rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave. (Hashemi, Butcher, Chhetri (2013))
Fuqia punëtore e kualifikuar rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave. (Pero (2015), Cufi (2015))
Pozicioni gjeografik i Shqipërisë favorizon kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave. (Pero (2015), Cufi (2015))
Vitet e fundit, politikat qeveritare janë të tilla që favorizojnë kompanitë në thithjen e klientëve. (Pero (2015), Cufi (2015))
Kërkesa është mjaft e ndjeshme nga gjendja ekonomike e vendeve të klientëve. (Pero (2015), Cufi (2015))
Kërkesa është mjaft e ndjeshme nga politikat favorizuese që ndjekin vendet fqinje për thithjen e investitorëve. (Pero (2015), Cufi (2015))
Legjislacioni fiskal dhe doganor <i>1- aspak i rëndësishëm, deri në 5-shumë i rëndësishëm</i>
Rritja e Tatim Fitimit në masën 15% (Ulqini 2015)
Kontributet e Sigurimeve Shoqërore dhe Shëndetësore (Ulqini 2015)

Ndryshimet në pagën minimale (Ulqini 2015)
Ligji për rimbursimin e TVSH-së (Ulqini 2015)
TVSH zero për importin e makinerive dhe pajisjeve (Ulqini 2015)
Kodi i Ri Doganor (lehtësi në procedurat doganore, fleksibiliteti në orarin e punës sipas kërkesës, etj.) (Ulqini 2015)
Shpeshtësia e ndryshimit të taksave (Ulqini 2015)
Zbatueshmëria e ligjit <i>1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord</i>
Ligji zbatohet me efektivitet në lidhje me çështjet e biznesit Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015)
Ka favorizime klienteliste nga ana e organeve tatimore (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Ambienti politik <i>1- aspak; 2-pak; 3-neutral; 4-shumë; 5-jashtëmase shumë</i>
Korrupsioni (Madura 2009)
Burokracitë institucionale (Madura 2009)
Stabiliteti qeveritar (Madura 2009)
Politikat lehtësuese për thithjen e investitorëve (Madura 2009)
Bllokimi i transferimit të fondeve (Madura 2009)
Politikat e lidhur me konfiskimin dhe shtetëzimin (Madura 2009)
Kontratat me klientët
Sigurimi i kontratave (<i>1-shumë vështirë, deri në 5-shumë lehtë</i>) (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Kohëzgjatja e kontratave (<i>1-shumë shkurt, deri në 5-shumë gjatë</i>) (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Ripërtëritja e kontratave (<i>1-nuk ripërtërihen, deri në 5-ripërtërihen gjithmonë</i>) (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Shlyerja e detyrimeve nga klienti (<i>1-nuk shlyhen në kohë, deri në 5-shlyhen gjithmonë në kohë</i>) (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Marrëdhëniet me furnitorët/nënkontraktorët
Cilësia e shërbimit/punës është e mirë (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Porosia kryhet në kohë (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Çmimi i ofruar është i arsyeshëm (Pero (2015), Cufi (2015), Ulqini (2015))
Ekspozimi ndaj normave të interesit
Raporti i borxhit afatgjatë (Ross, Westerfield, Jordan (2010))
Ekspozimi ndaj normave të këmbimit <i>1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord</i>
Kurset e këmbimit ndikojnë negativisht në aktivitetin e firmës sonë. (Madura 2009)
Firma kryen shumicën e kontratave me klientët në monedhë të huaj. (Madura 2009)
Firma herë pas here ka humbje nga lëvizjet e kursit të këmbimit. (Madura 2009)
Firma nuk mbrohet nga ekspozimi i kurseve të këmbimit. (Madura 2009)
Sigurimi i burimeve financiare <i>1- shumë i vështirë; 2-i vështirë; 3-normal; 4-i lehtë; 5-shumë i lehtë</i>
Shkalla e vështirësisë për sigurimin e burimeve financiare (Ulqini (2015))

APENDIKS B

PYETËSOR

Qëllimi i këtij pyetësoi është të marrë informacion mbi faktorët e riskut që ndikojnë në performancën financiare të firmave që operojnë me nënkontrakte në distancë. Ky studim realizohet në kuadrin e punës sime për marrjen e gradës “Doktor”, pranë Fakultetit të Biznesit, profili Financë-Bankë, Universiteti i Durrësit “Aleksandër Moisiu”. Të gjitha përgjigjet e dhëna do të përdoren me konfidencialitet dhe do të prezantohen vetëm të dhëna agregate të përpunuara. Bashkëpunimi juaj është shumë i rëndësishëm për këtë studim.

Faleminderit paraprakisht!

Kleida Tufi Heta, MF
Fakulteti Ekonomik
Universiteti i Shkodrës “Luigj Gurakuqi”
tufikledi@yahoo.com

I. INFORMACION I PËRGJITHSHËM

1. Emri i firmës _____
2. Qyteti: _____
3. Viti i krijimit _____

4. Forma ligjore e regjistrimit të shoqërisë:

- ☐ Person fizik
- ☐ Sh.p.k.
- ☐ Sh.a.
- ☐ Sh.k.
- ☐ Sh.k.m.

5. Pronësia:

- ☐ Vendase
- ☐ E huaj
- ☐ E përbashkët (____% kapital vendas; ____% kapital i huaj)

6. Sektori i aktivitetit tuaj

- ☐ Tekstile dhe veshje
- ☐ Lëkurë-këpucë
- ☐ Call Center

Ju lutem specifikoni produktin/shërbimin kryesor të shoqërisë suaj. _____

7. Numri i punonjësve në firmë (31/12/2014): _____

II. INFORMACIONI FINANCIAR

8. Duke iu referuar pasqyrave financiare, ju lutem të jepni informacionin e mëposhtëm! (për të gjithë vitin)

	31/12/2012	31/12/2013	31/12/2014
Shitjet			
E ardhura para int & taksave (EBIT)			
E ardhura neto			
Totali i bilancit			
Aktive afatgjata			
Aktive afatshkurtra			
Detyrime afatshkurtra			
Totali i kapitalit të vet			

III. FAKTORËT E BRENDSHËM TË RISKUT

9. Gjatë 3 viteve të fundit (2012-2014), a keni zhvilluar produkte/shërbime të reja (inovatore) apo përmirësuar ato ekzistuese?

☐ PO

☐ JO

10. Sa dakord jeni me shprehjet e mëposhtme në lidhje me **zhvillimin/përmirësimin e produktit/shërbimit** në firmën tuaj?

1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord	1	2	3	4	5
Zhvillimi i produktit të ri është mjaft i rëndësishëm në gjenerimin e të ardhurave shitesë.					
Firma jonë vazhdimisht zhvillon produkte/shërbime të reja, apo përmirëson ato ekzistues.					
Firma i pranon menjëherë idetë e reja (bazuar këto në kërkime paraprake).					
Firma zakonisht merr <i>kthimin nga investimi</i> (ROI) të dëshiruar kur prezanton një produkt/shërbimit të ri.					

11. Tregoni nivelin e rëndësisë që i kushton firma elementeve të mëposhtme për **cilësinë e shërbimit**.

1- aspak, deri në 5-shumë	1	2	3	4	5
Realizimi në kohë i kontratave					
Mbajtja e përgjegjësisë ndaj klientëve					
Krijimi i besimit te klienti					
Disponueshmëria ndaj klientëve					
Sistemet e kontrollit					

12. Sa të rëndësishëm janë elementët e mëposhtëm në lidhje me **kapitalin njerëzor** për firmën tuaj?

1- aspak i rëndësishëm, deri në 5-shumë i rëndësishëm	1	2	3	4	5
Politika e rekrutimit					
Trajnimi i punonjësve					

Motivimi i punonjësve					
Përkushtimi i punonjësve në punë					
Largimi i punonjësve nga puna					

13. Sa të rëndësishëm janë elementët e mëposhtëm në lidhje me **kulturën organizative** në firmën tuaj?

1- aspak i rëndësishëm, deri në 5-shumë i rëndësishëm	1	2	3	4	5
Vizioni afatgjatë					
Drejtimi strategjik					
Qëllimet dhe objektivat					
Koordinimi dhe integrimi i njësive të ndryshme					
Përfshirja e punonjësve (nxitja e ndjenjës së përgjegjshmërisë dhe pronësisë)					
Puna në grup					
Krijimi i ndryshimit					
Fokusi ndaj klientit					

14. Mesatarisht, sa përqind të totalit të shpenzimeve i përkasin **shpenzimeve për trajnimin e punonjësve**?

2012	2013	2014	Mesatarja e tre viteve
%	%	%	%

15. Sa shpesh ndeshen në firmën tuaj fenomenet e mëposhtme në lidhje me **burimet njerëzore**?

1- aspak, deri në 5-shumë	1	2	3	4	5
Mashtime e vjedhje nga ana e punonjësve					
Gabime nga pakujdesitë e punonjësve					
Moskorrektësi në punë nga ana e punonjësve (mos-zbatim orari, prishje kontratash pa lajmërim, etj.)					

16. Si do t'i vlerësonit **sistemet** e mëposhtme që përdor firma juaj?

1- jo të përshtatshme, deri në 5-shumë të përshtatshme	1	2	3	4	5
Sistemet e kontrollit					
Sistemet e kontabilitetit dhe informacionit financiar					
Sistemet e logjistike (të shpërndarjes)					
Sistemet e marketingut					

17. Si e vlerësoni **teknologjinë** në firmën tuaj?

1- shumë e vjetër; 2-e vjetër; 3-e përshtatshme; 4-bashkëkohore; 5-shumë e përparuar	1	2	3	4	5
Teknologjia					

18. Tregoni cilën nga format e mëposhtme të financimit përdorni më së shumti në firmën tuaj?

- Kredi nga bankat e nivelit të dytë brenda territorit shqiptar
- Kredi nga institucione mikrofinanciare brenda vendit
- Banka nga vendet e huaja
- Burime informale (familjarë, të njohur)
- Nuk marrim fonde nga të tretët, kryesisht operojmë me fondet tona

19. Si e vlerësoni nivelin për sigurimin e burimeve financiare në firmën tuaj?

1- shumë i vështirë; 2-i vështirë; 3-normal; 4-i lehtë; 5-shumë i lehtë	1	2	3	4	5
Shkalla e vështirësisë për sigurimin e burimeve financiare					

IV. FAKTOREËT E JASHTËM TË RISKUT

20. Sa dakord jeni me shprehjet e mëposhtme në lidhje me **konkurencën** në firmën tuaj?

1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord	1	2	3	4	5
Ne përballemi me një konkurrencë të pandershme.					
Konkurentët e ofrojnë produktin/shërbimin me një çmim më të ulët.					
Konkurentët kanë kosto të produktit/shërbimit më të ulët.					
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese përsa i përket marketingut.					
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese përsa i përket cilësisë së shërbimit.					
Konkurentët kanë avantazhe konkurruese në lidhje me vendodhjen.					
Konkurentët janë më të besueshëm.					
Konkurenca më e madhe vjen nga vendet e rajonit.					

21. Sa dakord jeni me shprehjet e mëposhtme në lidhje me **shitjet dhe kërkesën e klientit** në firmën tuaj?

1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord	1	2	3	4	5
Shitjet janë të parashikueshme.					
Volumet e shitjeve janë rritur me një ritëm të qëndrueshëm gjatë viteve të fundit.					
Kostoja e lirë e fuqisë punëtore rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.					
Fuqia punëtore e kualifikuar rrit kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.					
Pozicioni gjeografik i Shqipërisë favorizon kërkesën e firmave të huaja për lidhjen e kontratave.					
Vitet e fundit, politikat qeveritare janë të tilla që favorizojnë kompanitë në thithjen e klientëve.					
Kërkesa është mjaft e ndjeshme nga gjendja ekonomike e vendeve të klientëve.					
Kërkesa është mjaft e ndjeshme nga politikat favorizuese që ndjekin vendet fqinje për thithjen e investitorëve.					

22. Sa rëndësi kanë elementet e mëposhtëm në lidhje me legjislacionin fiskal dhe doganor?

<i>1- aspak i rëndësishëm, deri në 5-shumë i rëndësishëm</i>	1	2	3	4	5
Rritja e Tatim Fitimit në masën 15%					
Kontributet e Sigurimeve Shoqërore dhe Shëndetësore					
Ndryshimet në pagën minimale					
Ligji për rimbursimin e TVSH-së					
TVSH zero për importin e makinerive dhe pajisjeve					
Kodi i Ri Doganor (lehtësi në procedurat doganore, fleksibiliteti në orarin e punës sipas kërkesës, etj.)					
Shpeshtësia e ndryshimit të taksave					

23. Sa dakord jeni ju në lidhje me zbatueshmërinë e ligjit në Shqipëri?

<i>1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord</i>	1	2	3	4	5
Ligji zbatohet me efektivitet në lidhje me çështjet e biznesit					
Ka favorizime klienteliste nga ana e organeve tatimore					

24. Sa kanë ndikuar faktorët e mëposhtëm të **ambientit politik** në lidhje me aktivitetin e firmës suaj?

<i>1- aspak; 2-pak; 3-neutral; 4-shumë; 5-jashtëmase shumë</i>	1	2	3	4	5
Korrupsioni					
Burokracitë institucionale					
Stabiliteti qeveritar					
Politikat lehtësuese për thithjen e investitorëve					
Bllokimi i transferimit të fondeve					
Politikat e lidhur me konfiskimin dhe shtetëzimin					

25. Si i vlerësoni elementët e mëposhtëm në lidhje me **kontratat me klientët**?

	1	2	3	4	5
Sigurimi i kontratave (<i>1-shumë vështirë, deri në 5-shumë lehtë</i>)					
Kohëzgjatja e kontratave (<i>1-shumë shkurt, deri në 5-shumë gjatë</i>)					
Ripërtëritja e kontratave (<i>1-nuk ripërtërihen, deri në 5-ripërtërihen gjithmonë</i>)					
Shlyerja e detyrimeve nga klienti (<i>1-nuk shlyhen në kohë, deri në 5-shlyhen gjithmonë në kohë</i>)					

26. A punoni me nënkontraktorë?

☐ PO

☐ JO

27. Si i vlerësoni marrëdhëniet me furnitorët/nënkontraktorët?

<i>1- aspak dakord, deri në 5- shumë dakord</i>	1	2	3	4	5
Cilësia e shërbimit/punës është e mirë					
Porosia kryhet në kohë					
Çmimi i ofruar është i arsyeshëm					

28. Sa dakord jeni me shprehjet e mëposhtme në lidhje me **kurset e këmbimit**?

1- aspak dakord; 2-jo dakord; 3-neutral; 4-dakord; 5-shumë dakord	1	2	3	4	5
Kurset e këmbimit ndikojnë negativisht në aktivitetin e firmës sonë.					
Firma kryen shumicën e kontratave me klientët në monedhë të huaj.					
Firma herë pas here ka humbje nga lëvizjet e kursit të këmbimit.					
Firma nuk mbrohet nga ekspozimi i kurseve të këmbimit.					

29. A po planifikoni të merrni **kredi** brenda vitit të ardhshëm (gjatë 2016)?

☐ PO

☐ JO

30. Nëse po, cilën nga format e kredive po planifikoni të merrni?

a. Afatshkurtër

b. Afatmesme

c. Afatgjatë

31. Sa është kapaciteti maksimal i kredisë që firma juaj mund të marrë nga një bankë e nivelit të dytë në Shqipëri?

a. Më pak se 500,000 lekë

b. 500,000 – 1,000,000 lekë

c. 1,000,001 – 5,000,000 lekë

d. 5,000,001 – 10,000,000 lekë

e. Më shumë se 10,000,000 lekë

Shumë faleminderit për bashkëpunimin dhe kohën e harxhuar për plotësimin e këtij pyetësori!

Në qoftë se jeni të interesuar, jam më se e gatshme t'ju dërgoj një kopje të analizës së rezultateve të studimit!

☐ PO

☐ JO

Nëse **PO**, ju lutem shkruani adresën e e-mailit: _____

ABSTRAKT

Termi “nënkontraktim në distancë” i referohet kryerjes së proceseve të prodhimit ose shërbimit në një vend të huaj, nëpërmjet pajtimit të palëve të treta ose edhe brenda kompanisë apo grupit. Shumë firma të huaja kanë zgjedhur Shqipërinë për prodhimin e produkteve të tyre kryesisht si rezultat i kostove të ulëta të punës, pozicionit gjeografik, taksave, punonjësve të kualifikuar, etj.

Në Shqipëri, firmat që operojnë me nënkontraktime i përkasin firmave prodhuese të tekstileve (veshjeve) apo lëkurë-këpucëve dhe “qendrave të thirrjes” (call centers) që ofrojnë shërbime. Këto firma kanë një rëndësi të madhe në ekonominë shqiptare pasi një numër i madh njerëzish janë të punësuar në këtë sektor si edhe për shkak të kontributit në PBB-n e vendit, kontributit në eksporteve, etj.

Qëllimi i studimit konsiston në evidentimin e faktorëve të riskut, të brendshëm dhe të jashtëm, që ndikojnë në objektivat financiare të firmave me nënkontraktime që operojnë në vendin tonë. Rezultatet e këtij studimi do i vijnë në ndihmë menaxherëve të këtyre firmave për të përmirësuar strategjitë e biznesit të tyre, në mënyrë që të përfitojnë nga avantazhet që këto faktorë sjellin, apo të menaxhojnë risqet që mund të shkaktohen prej tyre, në mënyrë që të përmirësojnë performancën financiare të tyre.

Pas rishikimit të literaturës për çështje që lidhen me nënkontraktimin në distancë, lidhjen mes faktorëve të riskut dhe performancës financiare, një vështrimi të përgjithshëm mbi kompanitë që operojnë me nënkontraktime në Shqipëri, nëpërmjet analizave statistikore u ekzaminua lidhja që ekziston ndërmjet faktorëve të riskut dhe performancës financiare. Të dhënat u grumbulluan nëpërmjet pyetësorëve. Gjithashtu, u analizua edhe ecuria financiare e këtyre kompanive bazuar në pasqyrat e tyre financiare. Përfundimi ishte se ky sektor ka patur një përmirësim të situatës financiare gjatë periudhës 2012-2014.

Fjalët kyçe: nënkontraktimi në distancë, investime të huaja direkte vertikale, faktorë risku, performancë financiare, industria fason, call centers

ABSTRACT

Offshoring refers to a task or work process being moved out of the country either to an external partner or within the same company or group. Many foreign firms have chose Albania to conduct their business, mainly due to low labor costs, geographic location, tax incentives, qualified personnel, etc.

In Albania, firms included as service providers are mainly comprised from product development firms (mainly textiles and shoes) and call centers. Service provider firms have a strong impact in our economy due to high employment rate in this sector, the contribution in GDP growth, export increase, etc.

This study focuses on how risk factors, internal and external, affect the financial performance of global service provider firms (inshoring firms) operating in Albania. In this way, we can help firms operating in this industry to use the advantages of Albanian strategic factors and manage internal and external risks that this sector faces, in order to improve the financial performance.

After a literature review on offshoring related issues, the relationship of risk factors and financial performance, an overview of inshoring firms operating in Albania, some statistical analyses were conducted to examine the relationship between risk factors and financial performance. Data was gathered through questionnaires. There were also conducted some financial analyses based on companies' financial statements. It turned out that this industry has been financially improving during the period 2012-2014.

Key words: offshore outsourcing, vertical foreign direct investments, risk factor, financial performance, apparel industry, call centers