

МУЛТИЕТНИЧКА ИСТРАЖУВАЧКА СТУДИЈА

ЗА

МЛАДИНСКО ПРЕТПРИЕМНИШТВО



Проект „Заедно за успех: млади претприемачи, движечка сила за добри меѓуетнички односи“,
Програма на ИПА за поддршка на граѓанското општество и медиумите за 2014 година

Проектот е финансиран од Европската Унија



MIR
FOUNDATION



ИНСТИТУТ ЗА
СОЦИОЛОШКИ
ПОЛИТИЧКО
ПРАВНИ
ИСТРАЖУВАЊА

МУЛТИЕТНИЧКА ИСТРАЖУВАЧКА СТУДИЈА ЗА МЛАДИНСКО ПРЕТПРИЕМНИШТВО

Јуни 2016, Скопје

Автори:

Доц. д-р Весна Забијакин Чатлеска
Проф. д-р Мирјана Борота Поповска
Доц. д-р Марија Топузовска Латковиќ



ИНСТИТУТ ЗА
СОЦИОЛОШКИ И
ПОЛИТИЧКО
ПРАВНИ
ИСТРАЖУВАЊА

Институт за социолошки и политичко правни истражувања (ИСППИ), Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ Скопје

Издава:



Фондација за менаџмент и индустриско истражување – Скопје

Поддржано од:

Проект „Заедно за успех: млади претприемачи, движечка сила за добри меѓуетнички односи“, Програма на ИПА за поддршка на граѓанското општество и медиумите за 2014 година

Лектура:

Дејан Василевски

Дизајн и печатење:

„Графотрејд“ дооел, Скопје

Тираж:

300 примероци

Оваа публикација е подготвена со поддршка на Европската Унија. За нејзината содржина единствено е одговорен авторот и истиа не ги изразува гледиштата на Европската Унија.

СОДРЖИНА

01	ЗА ПРОЕКТОТ	7
02	ВОВЕД	11
03	ИСТРАЖУВАЧКА МЕТОДОЛОГИЈА	15
04	ОПИС НА ПРИМЕРОКОТ	19
05	I СПЕЦИФИЧНИ ПОТРЕБИ ЗА БИЗНИС-ПОДДРШКА	25
06	II СТЕПЕН НА ВМРЕЖУВАЊЕ И СОРАБОТКА СО ПРЕТПРИЕМАЧИ ОД ДРУГИ ЕТНИЧКИ ЗАЕДНИЦИ	43
07	III МОТИВАЦИЈА И ПРИСТАП КОН ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО	59
08	IV КАПАЦИТЕТИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ	71



01

ЗА ПРОЕКТОТ

И покрај институционалните унапредувања на правата на малцинствата и меѓуетничките односи во Македонија, сè уште се евидентни разликите и недостигот на комуникација меѓу етничките заедници во општеството. Тенденцијата за моноетничка структура е јасно изразена не само кај политичките партии туку и кај граѓанското општество, кое најчесто се стреми кон ограничен сет на интереси. Од друга страна, во услови на висока (претежно младинска) невработеност, стагнација на процесот за ЕУ-интеграција и ниска младинска мобилност, постоењето на заемна доверба и заедничка перспектива претставува предизвик за социјалните движења на ова мултиетничко општество. Евидентна е потребата од зајакнување на капацитетот на младинските граѓански организации (ГО), како и за креирање простор што ќе им овозможи на младите да преземат улога на релевантен социјален партнер. Особено се фокусираме на младите претприемачи кои можат да дадат огромен придонес не само кон економскиот развој на државата туку и кон промовирањето на добри меѓуетнички релации. И покрај разликите, младите (потенцијални) претприемачи честопати се соочуваат со слични предизвици, од недостиг на пристап до финансии, преку недостиг на услуги за бизнис-поддршка, до недоволно развиени бизнис-вештини. Истовремено, ГО што ги застапуваат нивните интереси ретко ги разбираат потребите на младите од другите етнички групи во земјата.

Проектот „Заедно за успех: млади претприемачи, движечка сила за добри меѓуетнички односи“ има цел да ги мобилизира младите претприемачи и соодветните ГО околу темата за младинско претприемништво како една неутрална платформа за унапредување на меѓуетничките односи во општеството. За таа цел ќе се искористат капацитетите и потенцијалот на мрежата на младински ГО (Мрежа за поддршка на млади претприемачи – YESNetwork) основана во 2014 година со поврзување на над 40 ГО од сите региони и етнички заедници на земјата. Во тесна консултација со членките на мрежата и избрани единици на локална самоуправа (Пробиштип, Куманово, Старо Нагоричане, Гази Баба, Кисела Вода, Чашка, Аеродром и Теарце), внимателно ги утврдивме насоките за имплементација на овој проект.

Главна цел на проектот е да придонесе кон развојот на мултикултурната демократија и стабилност преку зголемување на капацитетите на младинските ГО и младите претприемачи од различни етнички групи. Воедно, стратешката цел е промовирање на претприемништвото како една заедничка перспектива

на младите и на соодветните актери за нивна поддршка во земјата. Преку планираните активности, овој проект ќе адресира дел од идентификуваните предизвици, искористувајќи го потенцијалот на целните групи (младински ГО, млади претприемачи и претставници на општините) за унапредување на меѓуетничките односи, воведувајќи мерки за вмрежување, подигнување свест, градење капацитети, стратешко планирање и локални меѓуопштествени акции. Во таа насока ги идентификувавме следните специфични цели на проектот:

1. Анализа на претприемачкиот став и потреби на младите луѓе со различна етничка заднина;
2. Промовирање на меѓуопштествено и меѓуетничко вмрежување на различни нивоа;
3. Унапредување на капацитетите за претприемачко дејствување, застапување и меѓуетничка акција;
4. Зајакнување на капацитетите на младинските ГО за подобрување на меѓуетничките односи;
5. Зголемување на самомотивиращка меѓуетничка соработка и дисеминација на знаење;
6. Намалување на предрасудите помеѓу различните етнички групи преку промоција на младинското претприемништво.

Остварувањето на овие специфични цели ќе придонесе кон воведување на една меѓуетничка димензија на платформата на младински ГО, зголемување на комуникацијата на младите претприемачи, унапредување на поддршката и можностите за учење, како и креирање можност за заедничко застапување на нивните потреби во областа на (само) вработувањето. Дополнително, YESNetwork ќе може подобро да одговори на социоекономските потреби на своите целни групи и ќе служи како добра практика за промовирање на меѓуетничките односи во општеството. Тоа ќе се постигне преку реализација на следните очекувани резултати:

- Мултиетничка истражувачка студија за младинско претприемништво што ќе овозможи најмалку сто млади претприемачи од различна етничка припадност да ги изразат своите потреби за поддршка и своите ставови и претприемачка мотивација;
- Претприемачки кампови организирани во три региони на земјата што ќе овозможат вмрежување и градење капацитети на целните групи (75 млади претприемачи, 45 претставници на ГО и 15 општински претставници);

- Координативно работно тело/совет за стратешко планирање што ќе овозможи промоција на мултиетничкото претприемништво во рамките на Мрежата за поддршка на млади претприемачи (YESNetwork);
- Програма со конкретни мерки за поддршка/меѓуетнички столб за претприемништво како дел од Акцискиот план на YESNetwork;
- Финансиска поддршка на локални проекти на ГО насочени кон младинското претприемништво и меѓуетничката соработка;
- Национална кампања „И јас сум претприемач“ за промоција и поттикнување на мултиетнички релации во претприемништвото.

Мултиетничката студија првпат промовира истражување на различни претприемачки аспекти на национално ниво, а со посебен акцент на меѓуетничките тенденции и ставови. Како таква, студијата и нејзините пронајдоци се од огромна важност не само за подобро насочување на следните проектни активности туку и за идните активности на ГО и единиците на локална самоуправа на полето на меѓуетнички односи и младинско претприемништво.

Се надевам дека заклучоците од студијата ќе им помогнат на релевантните организации да ги унапредат своите програми за поддршка, како и дека ќе ги мотивираме ГО да го користат социоекономското јакнење на младите како платформа за подобрување на меѓуетничките односи во општеството. Воедно, сакам да искажам благодарност на Институтот за социолошки и политичко правни истражувања (ИСППИ) за успешната соработка при реализација на ова истражувања, како и до сите млади претприемачи кои преку вклучување во истражувањето го дадоа својот придонес кон креирањето на првата мултиетничка истражувачка студија за младинско претприемништво во Македонија.

Габриела Костовска Богоеска
Извршен директор, Фондација за менаџмент и
индустриско истражување



02

ВОВЕД

Денешната млада генерација, која штотуку стапува на пазарот на труд, ја обележуваат два важни предизвика. Од една страна, традиционалните кариерни можности што ги имаа нејзините генерациски претходници за неа сè помалку се применливи, а од друга страна, се соочува со висока стапка на невработеност на пазарот на трудот. Во вакви услови, младинското претприемништво станува поле на засилен интерес како дополнителен начин за интегрирање на оваа нова генерација работна сила во пазарот на труд, а за младите луѓе, малиот бизнис станува реална алтернатива за генерирање приход. Интересот на младите луѓе за преземање предизвик и почнување на сопствен бизнис расте, а младите претприемачи сè повеќе се интересираат како да ги зголемат шансите за успех преку обезбедување на различни видови помош и креирање на позитивно претприемничко опкружување.

Напорите за создавање на поволни услови за развој на младинското претприемништво стануваат уште поважна задача, ако се знае дека Македонија, како земја во развој, има неизвесно економско опкружување и недостиг од соодветни економски услови, недостиг од пазарни можности, како и слаба куповна моќ на консументите. Развојот на младинското претприемништво значи обезбедување претпоставки за ставање во функција на расположливиот човечки капитал на младата популација како двигател на економски и општествен прогрес.

Популацијата на млади претприемачи, кои се предмет на интерес во оваа студија, се всушност припадници на таканаречената „генерација Y“ или поинаку именувана како „милениумци“, родени во периодот од 1980 до 2000 година. Повеќето припадници на оваа генерација се на почетокот на нивните кариери. За разлика од другите генерации, „милениумците“ се најобразовани, но истовремено, културно и социолошки најдиверзифицирана генерација која целосно ги прифаќа либералните вредности. Нив ги карактеризира, меѓу другото, силно изразена желба за независност, отвореност кон промени, желба за високи постигнувања и благосостојба што ги прави и претприемнички ориентирани. Фактот дека во наредните декади оваа генерација ќе биде движечка сила на економијата говори за потребата интензивно да се дејствува на обликување на поволни услови за нивен професионален развој.

Основната цел на истражувањето, насловено како Мултиетничка студија за младинско претприемништво, е да ги испита перцепциите, ставовите,

специфичното знаење и искуствата на младите претприемачи во Македонија, а по однос на мотивацијата за стартување бизнис, како и предизвиците и ограничувањата со кои се соочуваат тие во стартувањето на бизнисот и тековното функционирање на нивните млади фирми. Исто така, како важни цели се поставија и утврдувањето на разликите и заедничките потреби на младите претприемачи од различни етнички заедници во Македонија, како и можностите за организирано дејствување за заштита на своите бизнис-интереси. Во таа смисла, студијата се фокусираше на четири аспекти на феноменот на младинското претприемништво. Поточно, предмет на истражување беа: 1) потребите за бизнис-поддршка; 2) вмрежување и соработка на младите претприемачи од различни етникуми; 3) мотивациски фактори за претприемничко дејствување; и 4) капацитети за организирано застапување на интересите на младите претприемачи.

На почетокот се претставени истражувачката методологија и описот на примерокот. Првиот дел на студијата, Специфични потреби за бизнис-поддршка на младите претприемачи, ги испитува ограничувањата и бариерите во повеќе фактори на успешност, со кои се соочуваат младите претприемачи во водењето на сопствен бизнис, а со цел да се детектираат точките каде што најмногу е потребна бизнис-поддршка. Во вториот дел, Степен на вмрежување и соработка со претприемачи од други етнички заедници, се третираат прашањата за меѓусебната интеракција, соработка и доверба што младите претприемачи, како припадници на различни етнички групи, ја практикуваат во деловното работење. Мотивација и пристап кон претприемништво, е предмет на истражување во третиот дел на студијата во кој, преку повеќе варијабли, се мери мотивацијата за почнување и водење на сопствен бизнис. Четвртиот дел, Капацитети за застапување, се однесува на организираното застапување на младите претприемачи како начин на претставување на нивните ставови и барања пред креаторите на политиките и носителите на одлуки. Притоа, во фокусот на истражување се поставуваат: ставовите за потребата од формирање организација за застапување, подготвеност за личен ангажман во таква организација и перципираните бариери.

Оваа истражуваувачка студија е многу значајна бидејќи има мултиетнички пристап и разработува специфични прашања за процесите на младинското претприемништво кои досега малку се истражувани и анализирани во нашата земја. Уште повеќе, од студијата произлегуваат важни наоди и препораки што се однесуваат на специфична популација на млади претприемачи на возраст до 35 години, а се сопственици на млади старт-ап фирми. Сознанијата можат да послужат за дефинирање на идните активности за поддршка на развојот

на младинското претприемништво, како и за креирање на соодветни јавни политики.

Би сакала да искажам посебна благодарност на Фондацијата за менаџмент и индустриско истражување за успешната соработка и укажаната доверба за спроведување на оваа истражувачка студија.

Исто така, упатувам голема благодарност до колегите од експертскиот тим на ИСППИ, кои со голема професионалност и посветеност пристапија во реализација на студијата.

Понатаму, исто така, сакам да се заблагодарам на сите други соработници што несебично помогнаа во обезбедувањето информации за млади претприемачи од целата територија на Република Македонија.

На крајот, сакам да го истакнам моето задоволство од квалитетот на сите одговори на анкетниот прашалник и интервјуто добиени од младите претприемачи од различни делови на Македонија. Почитувани млади претприемачи, голема благодарност за вашата помош и одвоеното време!

Доц. д-р Весна Забијакин Чатлеска
Координатор на проектот за ИСППИ



03

ИСТРАЖУВАЧКА МЕТОДОЛОГИЈА

Истражувачката методологија за студијата е утврдена во договор помеѓу Фондацијата за менаџмент и индустриско истражување и членовите на истражувачкиот/експертскиот тим на Центарот за развој на менаџмент и човечки ресурси од Институтот за социолошки и политичко-правни истражувања, Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје.

Активностите од сите фази за изработката на „Мултиетничка истражувачка студија за младинско претприемништво“ се одвиваа во периодот: април, мај и јуни 2016 година.

- За целите на истражувањето е употребен комбиниран методолошки пристап, односно анализата е направена на квантитативно и квалитативно ниво.

За потребите на квантитативниот дел од истражувањето е дизајниран прашалник од страна на истражувачкиот тим на ИСППИ, кој има цел да обезбеди повеќе информации за перцепциите, ставовите, искуствата и специфичното знаење по однос на предизвиците и успехите со кои се соочуваат младите претприемачи во земјата во почнувањето и во одржувањето на бизнисот, како и за утврдувањето на разликите и на заедничките потреби на припадниците на различните етнички заедници во Република Македонија.

Прашалникот е составен од четири тематски целини:

7. Специфични потреби за бизнис-поддршка на младите претприемачи;
8. Степен на вмрежување и соработка со претприемачи од други етнички заедници;
9. Мотивација и пристап кон претприемништвото;
10. Капацитет за застапување.

Покрај прашањата од четирите тематски целини, прашалникот содржи и дел посветен за демографските податоци на испитаниците.

Спроведено е анкетно онлајн-истражување на намерен примерок на младата претприемничка популација во Република Македонија. Податоците се анализирани на квантитативно ниво, со примена на соодветни статистички постапки и техники, карактеристични за дескриптивниот и за експланаторниот истражувачки метод. Односно, податоците, покрај на униваријантно ниво (дистрибуција на одговори преку фреквенции и средни вредности), се анализирани и на биваријантно и мултиваријантно

ниво, преку користење кростабулации, споредба на средни вредности и соодветни непараметриски тестови (Chi Square, Kruskal-Wallis Test и Mann-Whitney U test), како и биваријантна корелациска анализа, со проверка на статистичка сигнификантност на ниво на значајност $p < 0,05$ и $p < 0,01$, при што добиените резултати можат да генерализираат сознанија што во 95 или 99% важат за истражуваната таргет-популација и надвор од примерокот.

За квалитативниот дел од истражувањето е креиран водич за интервју, од страна на истражувачкиот тим на ИСППИ, според горенаведените тематски целини, преку отворени и полуотворени прашања.

- ▶ Спроведени се десет длабински, полуструктурирани интервјуа (лице в лице или преку е-пошта) со типични претставници на младата претприемничка популација во Република Македонија. Резултатите се претставени во текстот како посебни делови/цитати што даваат појасна слика за состојбите, односно ги дообјаснуваат и ги дополнуваат сознанијата добиени преку квантитативната анализа.



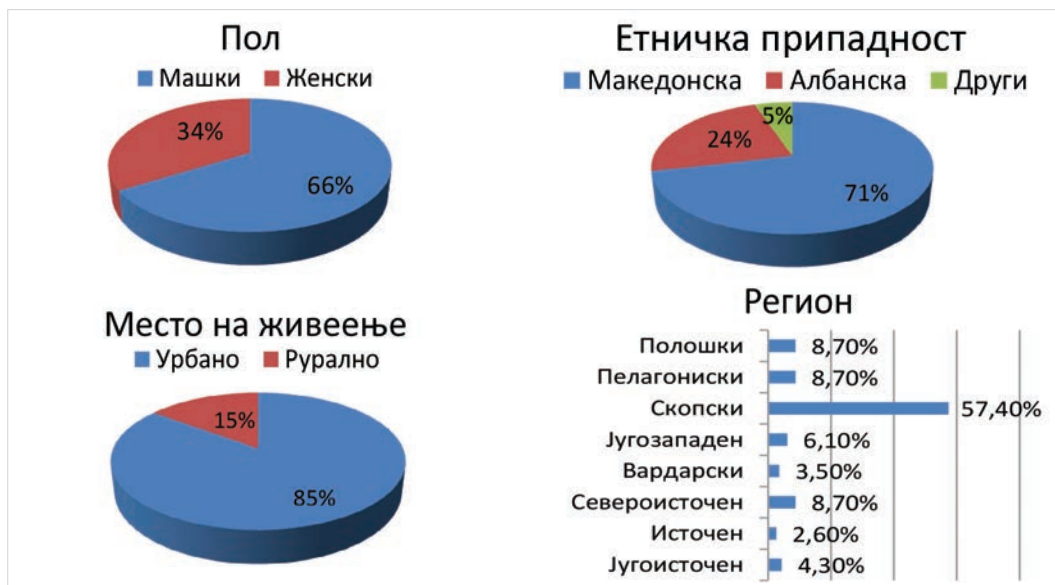


04

ОПИС НА ПРИМЕРОКОТ

Поради предметот на истражување и специфичната таргет-популација – млади претприемачи во Република Македонија, најсоодветен за потребите на квантитативното истражување беше пригоден, односно намерен примерок на испитаници. Оттаму, за истражувањето беа опфатени вкупно 115 испитаници – граѓани на Република Македонија; на возраст од 15 до 35 години; кои водат сопствен бизнис (или во партнерство); што дејствува на територијата на Република Македонија. Испитаниците беа пропорционално пресликани според етничката припадност на младата популација во реалноста, што воедно претставува една од главните независни варијабли на студијата.

Примерокот е составен од 34% припадници на женскиот пол и 66% припадници на машкиот пол, од кои вкупно 71% се Македонци, 24% се Албанци, а 5% се преостанати (Роми, Турци, Срби, Бошњаци, Власи). Според местото на живеење, од урбана средина (град) потекнуваат дури 85% од испитаниците, а 15% потекнуваат од рурална средина (село). Според регионот, 8,7% од испитаниците се од полошкиот регион, 8,7% од пелагонискиот, 57,4% од скопскиот, 6,1% од југозападниот, 3,5% од вардарскиот, 8,7% од североисточниот, 2,6% од источниот и 4,3% од југоисточниот регион.



Слика 1. Опис на примерокот според пол, етничкост, место на живеење и регион

Според степенот на образование, 9,6% од испитаниците се со завршено средно образование, 7,8% се студенти на додипломски студии, 56,6% се со завршено вишо или високо образование, 21,7% се студенти на постдипломски студии, а 4,3% друго.



Според секторот во кој дејствуваат претпријатијата на испитаниците, 87,8% се услужни, а 12,2% производствени.



Според слика 4 може да се забележи дека претпријатијата за кои одговарале испитаниците потекнуваат од различни основни дејности.



Според правниот статус на претпријатието, 43,5% се ДООЕЛ, 29,6% ДОО, 2,6% се акционерски друштва, 9,6% самостојни вршители на дејност и 14,8% друго.



Слика 5. Правен статус на претпријатието

Од испитаниците беше побарано да ја оценат моменталната состојба во која се наоѓа претпријатието, па така дека е во фаза на раст одговориле речиси половина од испитаниците или 53%, дека е стабилна, со намера да продолжи така одговориле 28,7% и дека е критична, се бори за опстанок – 18,3%.



Слика 6. Сегашна состојба на претпријатието

Дури 73% од испитаниците одговориле потврдно на прашањето дали во текот на формалното или неформалното образование стекнале знаења за претприемништво и претприемачки вештини, а 27% одговориле негативно.



Помалку од половина или 41,7% од испитаниците одговориле дека имаат/имале искуство со водење на сопствен бизнис во семејството.



05

I СПЕЦИФИЧНИ ПОТРЕБИ ЗА БИЗНИС-ПОДДРШКА

Автор: Доц. д-р Весна Забијакин Чатлеска

Успехот на претприемачкиот бизнис зависи, пред сè, од повеќе внатрешни и надворешни фактори. Внатрешните фактори се однесуваат на карактерот на личноста на младиот претприемач и неговите когнитивни и бихејвиорални компетенции. Најопшто земено, надворешни фактори се: социјалните и културните пригоди; претприемничкото образование; бизнис-поДДршката; институционалната регулаторна рамка и пристапот до финансии.

Специфичните потреби за поддршка на бизнисот на младите претприемачи се истражуваа преку утврдување на степенот на постоење на наведените фактори на успешност. Добиените резултати по секој фактор одделно ги покажуваат местата каде што се лоцираат предизвиците со кои се соочуваат младите претприемачи и ги определуваат специфичните потреби за поддршка во справувањето со определени предизвици и/или бариери во бизнисот.

» ЗА КОИ ВНАТРЕШНИ ФАКТОРИ НА МЛАДИОТ ПРЕТПРИЕМАЧ МУ Е ПОТРЕБНА БИЗНИС-ПОДДРШКА?

Првото прашање поврзано со потребите за бизнис-поДДршка се однесуваше на определување на степенот во кој одредени внатрешни фактори се присутни кај младиот претприемач, а со намера да се таргетираат потребите за бизнис-поДДршка. На младите претприемачи во оваа студија им беше понудено, на скала од 1 до 5 (при што 1 – воопшто не се согласувам; 5 – потполно се согласувам), да направат самопроцена на сопствените компетенции и подготвеноста за водење на претприемнички бизнис, преку степен на согласување/несогласување со пет понудени тврдења. Според резултатите од одговорите на испитаниците, највисоки вредности се добиени во подготвеноста за преземање ризик, поседување претприемачки и менаџерски способности и поседување знаења, вештини и способности за водење бизнис (за сите три варијабли средната вредност е $M = 4,3$). Пониски средни вредности имаат искуството за водење на бизнисот, како и искуството и познавањето на пазарот и пазарните пригоди (за двете варијабли средната вредност е $M = 4,1$). Ваквите резултати упатуваат на заклучокот дека младите претприемачи имаат солидни менаџерски и

претприемачки компетенции. Од друга стана, се нагласува потребата од бизнис-поддршка, и тоа во областа на градење на лидерските капацитети, како и во делот на стекнување на нови знаења за пазарот во кој дејствува нивниот бизнис и збогатување на искуството за актуелните пазарни пригоди. Резултатите сликовито се прикажани на графикон бр. 1.1.



„Мислам дека не поседувам доволно знаење за водење бизнис, но многу научив од најравениите грешки, иако некои од нив ме чинеа многу. Верувам дека во формалното образование треба да се илустрира изучувањето на истрајливоста и да се обрне поголемо внимание на тоа. Неформалното образование може да придонесе многу повеќе, но проблемот е што голем број од младите не се информирани или, пак, немаат желба за илустрирање на вакви програми.“ (млада истрајливачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Мислам дека поседувам доволно знаење, а во однос на искуството – човекот никогаш не може да тврди дека има целосно искуството. Знаењето го стекнав, освен низ факултетско образование, и преку истрајливачки ситаж, семинари, работилници и сл.“ (млад истрајливач од Госипвар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Мислевме дека знаеме сè, но сфативме дека за многу работи треба да се учи во конјунуитет. Треба и да не се срамиш од работа. Јас и другарка ми често самите чистиме, ја дури и варосуваме. Треба да се научи како да се вмрежуваш во разни онлајн-мрежи. Не е само букинџ“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Постојното знаење никогаш не е доволно. Ако сакаш да остванеш мораш да се усовршуваш и да бидеш во тек со сите новитети и иновации на светско ниво“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).

„Сметам дека поседувам доволно знаења и вештини потребни за водење на бизнисот. Вештините што ги имам стекнало се токму од неформалното образование. Имам работено во многу угостителски објекти во кои сум се грижел за финансите и документацијата, ја можам да кажам дека токму тоа ми помогна да се справам со овој предизвик. Сметам дека неформалното образование може многу да помогне при водење бизнис“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

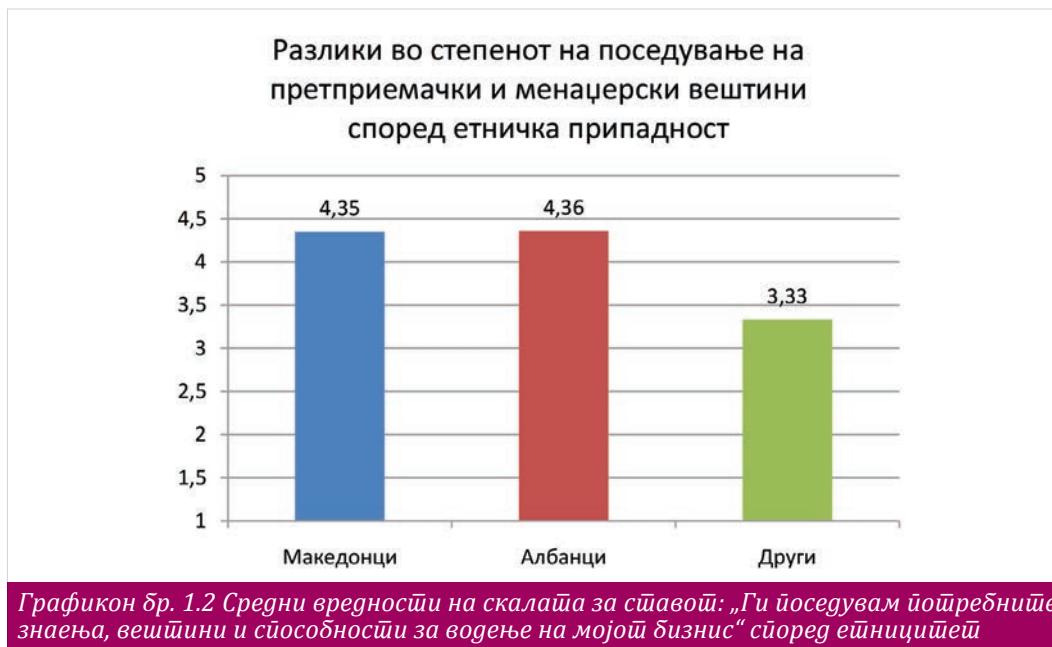
„Го знам фризерскиот занает добро, секогаш ги следам новитетите и кога можам одам на семинари или саеми. Би одела и почесто, но не можам да си дозволам. Средбите со нашето здружение ги ценам како многу корисни. Да, би сакала да знам и повеќе за водење бизнис, но нешто што ќе биде кратко и корисно, немам време, сега сама работам цел ден“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Сметам дека поседувам доволно знаење и вештини. Дел ги стекнав во текот на студиите, но повеќето преку работата на реални проекти, преку анализи на обласи што ме интересирале и анализа за тоа како се справуваат со одредени предизвици познати дизајнери од Европата и пошироко“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

„Не сметам дека поседувам доволно знаења, треба да стекнам повеќе знаење и вештини што се применуваат во својот, а и бизнис-климата бара да се следат светските чекори. Некои знаења и вештини треба

да се иродлабочај за да се иродолжи усјешно во бизнисој. Мислам дека неформално образование може да има иголем ирактичен иридонес, зајшо што бизнисмение се често многу зафајени и иреба конкретнише вештини што се иошредни да ги иосијгнај во крајко време. Секако, и формално високо образование може да иридонесе многу“.

Понатамошната статистичка анализа на податоците покажа некои дополнителни наоди. Со примена на непараметрското тестирање се утврди статистички значајна разлика во степенот на поседување на претприемачки и менаџерски способности меѓу различните етнички групи – $\chi^2(2) = 10,905$; $p = 0,004$ (графикон бр. 1.2).

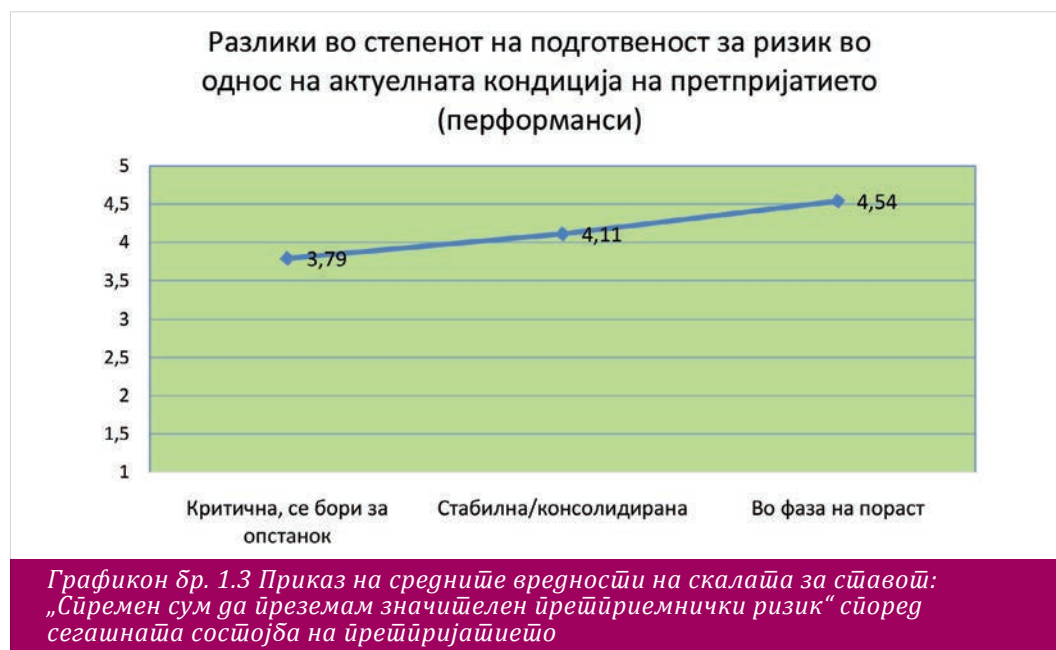


Од презентираниите податоци за испитаниците, опфатени во примерокот, може да се види дека „другите етнички заедници“ во Македонија (Турци, Срби, Роми, Власи и др.) имаат значително понизок степен на претприемачки и менаџерски вештини за разлика од испитаниците Македонци и Албанци.

Исто така, Пирсоновиот коефициент на корелација покажа слаба, но статистички значајна позитивна врска меѓу возраста на испитаниците и

нивната самопроцена за познавање на состојбите на пазарот. Со зголемување на возраста се зголемува искуството и познавањата на пазарот и пазарните пригоди на младите претприемачи ($r = 0,197$, $p = 0,047$).

Уште повеќе, статистичкото тестирање (непараметиски тест) покажа значителна позитивна поврзаност на вкупните перформанси на претпријатието со подготвеноста за ризик. Младите претприемачи, кои имаат висок степен на спремност за ризик, истовремено водат бизнис што е во фаза на пораст – $\chi^2(2) = 13,921$; $p = 0,001$ (графикон бр. 1.3).



» МЛАДИНСКОТО ПРЕТПРИЕМНИШТВО НЕ Е ДОВОЛНО ЦЕНЕТО И ПРОМОВИРАНО. КОИ СЕ ДРУГИТЕ НАДВОРЕШНИ ФАКТОРИ НА ПОДДРШКА?

Понатамошното испитување на специфичните потреби за бизнис-поддршка се реализираше преку блок прашања што се однесуваат на перцепцијата на младите претприемачи за надворешните фактори на успешност на младите претприемнички фирми. На испитаниците им беа понудени 13 ставови со кои се опфатија можните надворешни бариери за водење на сопствен бизнис. На скала

од 1 до 5, при што 1 – воопшто не се согласувам до 5 – потполно се согласувам, беше побарано да го искажат степенот на согласување/несогласување за секое одделно тврдење.

Со првиот се постави прашањето за агресијата на можните бариери или предизвиците со кои се соочуваат младите претприемачи, а кои се однесуваат на неосредното работење на претпријатието, како што се: привлекување, регрутирање и задржување на мотивирани и квалификувани работници; расположливоста на материјални средства за работа; „борба“ за клиентите и пазарната конкуренција. Наодите посочуваат дека, од сите претходно наведени предизвици, младите претприемачи најмногу се соочуваат со предизвикот како да се регрутираат мотивирани и квалификувани работници ($M = 3,6$), до што се близу предизвиците за справување со конкуренција ($M = 3,4$) и зголемување на пазарниот удел ($M = 3,3$). По нив следуваат предизвиците за задржување на компетентните и високомотивирани работници и предизвиците поврзани со расположливоста на потребни материјални средства (за двете тврдења средната вредност е $M = 3,2$). Резултатите се претставени на графикон бр. 1.4.



Графикон бр. 1.4 Средни вредности за ставовите на скалата за надворешните бариери за водење на сопствен бизнис



„Претприемничката клима во земјава се развива, но не сум сигурна дали ќе дојде до повисоко ниво на развој поради одливот на квалифициран кадар“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, во секторот производство).

„Претпријатието се соочува со намален број клиенти (фирми и поединци) како резултат на падот на економијата. Можеби не би го имале тој проблем кога би ни била достабилна економијата и кога луѓето би имале повеќе пари. Тоа е кругот, кога луѓето ќе ирошаат за шиење, ќе можам да ги зголемам продажбите, ќе имам незадоволни вработени“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, во секторот производство).

„Како бариера, а воедно и предизвик би го навел фактот што во Куманово веќе има неколку претпријатија што ја работат истата работа како мене, па предизвик е да се привлечат луѓето и подејално да се запознаат со претпријатието, како и да се привлечат кувачи при толкава конкуренција“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Бизнисот се базира на презентирање производи наменети само за македонскиот пазар. Она што го гледаме како бариера во моментот е малиот пазар и малата кувачна моќ за дизајнерски парчиња на нашиите претприемачи“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

Следните неколку прашања се однесуваат на надворешните фактори што се поврзани со основните претпоставки за дејствување на младите претприемачи. За сите варијабли се добиени пониски вредности во споредба со претходниот сет истражувани варијабли. Генерално, тоа значи дека младите претприемачи имаат негативен став за општото бизнис-опкружување и тоа, според нив, не е во функција на унапредување на младинското претприемништво. Поточно, тие сметаат дека не постои развиена инфраструктура за бизнис-поддршка (M = 2,4) и не се согласуваат дека владините прописи и административните оптоварувања се приспособени на потребите и го поттикнуваат развојот на младинското претприемништво (M = 2,4). Младите претприемачи, опфатени со ова истражување, слично со претходните наоди, не даваат позитивна оценка кога станува збор за даночните поволности (M = 2,6), како и за пристапот до финансиски средства (M = 2,8), (графикон бр. 1.5).



„Најголеми бариери се застарениите законски регулативи и малиот пазар“ (млад претприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

„Моментално имаме проблем да се регистрираме, има некои нови прописи што се нејасни. Има и многу други прошоци поврзани со одредени барања на државата и постојано се зголемуваат. Кога почнавме, имавме некоја пресметка на прошоците, а постојано излегуваат нови барања. Нема можност на едно место да се информираш за сите обврски што ги имаш кога влегуваш во одреден бизнис, за да знаеш кои се ризиците“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Од АВРМ имаме многу поволности во вид на субвенционирани вработувања и даночни ослободувања. Но, разочаран сум од банките што не се воопшто расположени за каков било вид компромис“ (млад претприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

„Од Агенцијата за вработување добив помош од 3.000 евра. Тоа ми помогна да почнам. Треба да има уште вакви форми на помош“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Како дел од невладината организација, составена од млади претприемачи, верувам дека од тој сектор имам добиено најголема поддршка во отворање на сопствениот бизнис. Со нив имав можност да ја креирам својата краудфундинг-кампања, што ми помогна да ги добијам првите финансиски средства. Покрај ова, добивав совети од разни аспекти како маркетинг, финансии и правни прашања“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Ако морам да дадам оценка би рекол 2, поради тоа што можностите се ограничени, нема никаква помош, освен во форма на кредит, што подоцна е тешко да се исплати, доколку бизнисот не проработи веднаш“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Најголем проблем е што во Македонија здравствената дејност е недоволно исплатлива, приходиште од страна на Фондот за здравствено осигурување се недоволни. Од друга страна, постои конкуренција од други претприемачи од истата дејност“ (млад претприемач од Гостивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Има неколку бариери: заради нелојалната конкуренција треба да се работи со ниски цени; слаби можности и отечна процедура од државните институции (општини, министерства) за да дојдеш до документи, за да реализираш проект во побрзо време“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

„Многу е голема конкуренцијата и цените на услугите се ниски. Исто така, има многу финансиски обврски кон државата. Постојат нејасни прописи“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Досега не сум имала поддршка од национални и локални институции/органи, ниту од граѓански организации, здруженија или фондови. Не сум информирана за нив“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Не добивам поддршка од неедна институција, организација или фонд. Досега не сум барал, но како млад бизнисмен, малку сум информиран за можностите што постојат и што се нудат. Мислам дека треба да имаме повеќе можности да се запознаеме и да се информираме за такви можности“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

Последната група прашања ги опфати ставовите за состојбите од поширокото опкружување. Највисока средна вредност се покажува по варијаблата „промоција на младинското претприемништво“ ($M = 4$). Имено, младите претприемачи се согласуваат дека младинското претприемништво не се цени и не е доволно промовирано во македонското општество. Исто така, тие сметаат дека постојното претприемничко образование не е усогласено со барањата на пазарот и не придонесува за поттикнување бизнис-идеи и почнување бизнис кај младите луѓе ($M = 3,9$). На ова се надоврзува и согласноста со ставот дека постои високо ниво на корупција ($M = 3,8$) придружена со негативната оценка за деловната култура што не дава поддршка на малиот бизнис и на младите претприемачи ($M = 2,6$), (графикон бр. 1.6).





„Знаењето што го имам стекнало е со самообразование, а дел од ирешиприемничките способности ги стекнав на факултетот. Не сум информирана за изучувањето на ирешиприемништво во формалното образование, а неформалното секогаш може да биде дојолнителна придобивка за оние што сакаат да се наградуваат“ (млада ирешиприемачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).

„Формалното образование е формално со причина. Има премногу луѓе кои бараат причини зошто нема доволно ирешиприемачи во Македонија. Поради ова, шокму овие луѓе најчесто се во граѓанскиот сектор, каде што и припаѓаат. Ирешиприемачите се предатори-ловци. Иако ги согледуваат лошите страни и не им се допаѓаат, тие немаат време да посветат на тоа кои се причините што имаме даден процент на ирешиприемачи во општеството“ (млад ирешиприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

Формалното образование е формално бидејќи е создадено од систем на општествено уредување што треба да си ги задоволи потребите од работна сила. По логиката на нештата, луѓето кои го креираат овој образовен систем немаат потреба од ирешиприемачка од младата образована сила да отвори свој бизнис. Доколку не беше така, досега образовниот систем ќе беше сосема различен (млад ирешиприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

» ПРЕТПРИЕМНИЧКАТА КЛИМА ВО ДРЖАВАТА



„Од 1 до 10, би ја оценила со 6. Во последните неколку години трендот на млади ирешиприемачи постојано расте, што е мошне позитивно, а сепак, постои голем недостиг во неконвенционалното образование во оваа сфера и мала мотивација на младите за преземање ризик за почнување на свој бизнис“ (млада ирешиприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Ирешиприемничката клима во нашата земја уште не е развиена“ (млад ирешиприемач од Госивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Ирешиприемничката клима во нашата земја ја оценувам како недоволна“

(млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

„Претприемничка клима е средно развиена. Може да биде многу подобро. Можеби во споредба со западните држави има некои олеснувања во даноците и во осигурувањето работници. Но, со придонесите на претприемачите тешко е да се балансира влезот и излезот, многу нејасни процедури и барања од УЈП“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

„Треба да има повеќе советувалишта за млади луѓе кога сакаат да почнат бизнис. Треба да има јасни правила и да важат еднакво за сите. Треба луѓето малку да излезат од земјата за да се охрабрат“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Претприемничката клима во нашата земја, како и секаде во светот, има и добри и лоши страни. Но, како што велат старите во Македонија – за добра свиња нема лоша ѝомија“ (млад претприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

» КАКО СЕ ФИНАНСИРА МАЛИОТ СТАРТ-АП БИЗНИС?

Посебен акцент во истражувањето се стави на испитување на начините на финансирање на бизнисот, што е многу важен фактор на вкупната деловна успешност. Како надврзување на претходно изнесените наоди, поврзани со потребите за бизнис-поддршка, на испитаниците им се постави прашањето: „На кои извори на финансирање најчесто се потпирате?“ а со цел да се утврдат најчестите изворите на финансиски средства што ги користат младите претприемачи, како и да се мапира потребата од обезбедување на поголема финансиска поддршка. Преку сет од четири ставови/модалитети (мерени бинарно со алтернативи „не“ и „да“) се утврди во колкав процент се користи одреден извор на финансирање. На ниво на цел примерок, ако се рангираат изворите, се забележува дека младите претприемачи најмногу користат лични заштеди и средства од семејството или пријателите (91,2%), делумно се потпираат на краткорочно финансирање преку потрошувачки кредити (30,4%), уште помалку користат помош од програмите за микрокредитирање, фондови, агенции за ризичен капитал и сл. (25,5%), а најмалку од нив користат

долгорочни кредити (18,6%). Дистрибуцијата на одговорите на испитаниците е прикажана на графиконот бр. 1.7.



„Немам никаква поддршка од институции, фондови и сл. за мојот бизнис“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).

„Најчест извор на финансирање се моите родители“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Најчесто се потпирам на инвеститори и на семејството како извори на финансирање“ (млад претприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

„Се потпирам на сопствени извори што ги искористив на почетокот на отворање на својот бизнис и краудфандинг како нетрадиционален начин на собирање средства“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Засага се потпирам на сопствените финансии“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Извори на финансирање ми се семејството и другариите“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

„Најчесѝо, на сојсѝвено финансирање, а мал дел и на финансирање од Минисѝерсѝвојѝо за кулѝура на РМ. Имаме финансиска ѝоддршка од Минисѝерсѝвојѝо за кулѝура, бидејќи аѝлициравме на конкурсој за креаѝивни индуcѝтрии“ (млада ѝреѝѝриемачка од Скојје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и ѝродажба на дизајнерски ѝпроизводи).

„Во моменѝов не добивам ѝоддршка од никое здружение или орган. Сметам дека ѝоа е ѝоради шѝо бизнисој го ѝочнав со свои финансии и, засега, вооѝшѝо и немам барано ѝомош ѝоддршка. Сакам да се надевам дека во иднина, ако имам ѝоѝреба од ѝоддршка, ќе ја добијам“ (млад ѝреѝѝриемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секѝорој ѝрговија на големо и мало).

„Јас сум корисник на ѝомош од државаѝа. Усѝеав да земам ѝоѝѝик од 3.000 евра, но додека ги земав не беше лесно. Да немав ѝомош од ѝаѝко ми, кој се разбира од ѝие рабоѝи и кој е ѝензионер, сама немаше да усѝеам. Треба ѝовеќе ѝаква ѝомош и ѝолесно да се доаѓа до неа. И за сѝ имав ѝомош од семејсѝвојѝо, родиѝелиѝе и брај ми сѝ ушѝе ми се извори на финансирање. Сама немаше да можам да го оѝворам салоној, на кој му ѝреба ушѝе доѝерување, но ќе ѝочека ѝодобри времиња“ (млада ѝреѝѝриемачка од Скојје, Македонка, 28 години, во секѝорој услуги).

ЗАКЛУЧНИ СОЗНАНИЈА

- ▶ Наодите од испитувањето на степенот на поседување на внатрешни фактори за водење бизнис упатуваат на заклучокот дека младите претприемачи покажуваат капацитети и компетенции на солидни менаџери и претприемачи. Специфичните потреби за бизнис-поддршка треба да се однесуваат во понатамошното градење на претприемничките и лидерските компетенции, како и иновациските способности, а сите овие се значајни за младите претприемачи и нивниот бизнис во старт-ап фазата. Истовремено, детектирана е потреба за понатамошна бизнис-поддршка во делот на добивање на нови и продлабочени знаења за пазарот на производи и/или услуги во кои претпријатието остварува економска активност, како и стекнување на поголемо искуство во препознавање на пазарните пригоди, како во индустријата во која дејствува претпријатието, така и во поширокото, општо опкружување. Во таа смисла, процесите на обуки, менторството и поврзување (networking) би биле соодветни начини за бизнис-поддршка.

- ▶ Младите претприемачи, од примерокот на ова истражување, а анализирано според етникумот, се разликуваат во степенот на поседување на претприемачки и менаџерски способности. Припадниците на македонската и албанската етничка заедница покажуваат повисоки способности како претприемачи и менаџери, наспрема припадниците на другите помали етнички заедници, Турци, Срби, Роми, Власи и др. Гледано од аспект на управувањето со различностите во нашето општество, како и принципите на еднакви шанси и можности, тоа значи дека во политиките на развој на младинското претприемништво во Македонија посебен акцент треба да се стави на унапредувањето на знаењата, вештините и способностите за водење на претприемнички бизнис кај помалите етнички заедници, како и еднаков пристап до сите потребни ресурси за стартување на сопствен бизнис.
- ▶ Според резултатите добиени со вкрстување на податоците, се заклучува дека повозрасните млади претприемачи имаат поголемо искуството и познавањата на пазарните пригоди. Во таа смисла, тие би можеле да се ангажираат во давањето бизнис-поддршка на помладите колеги-претприемачи.
- ▶ Наодите покажуваат значајна позитивна поврзаност на степенот на прифаќање на пресметан ризик и порастот на претпријатието. Младите претприемачи треба да се охрабрат да прифатат ризик, но да се обучат да го ограничат/калкулираат ризикот во рамките на можностите што може да ги поднесе претпријатието.
- ▶ Општо земено, кога ќе се погледнат резултатите од сите испитувани надворешни фактори на бизнис-поддршка, се согледува дека највисока вредност испитаниците му даваат на тврдењето дека „Младинското претприемништво не е ценето и доволно промовирано во нашето општеството“. Можни правци на интервенција би биле поткревање на јавната свест за младинското претприемништво и негова промоција преку организирање на јавни кампањи и настани од различен вид. Речиси еднакво сметаат дека сегашното претприемничко образование не ги стимулира младите луѓе да почнат нови креативни и иновативни бизниси и не ги подготвува за полесно почнување на сопствен бизнис.

Исто така, младите претприемачи имаат изразена потреба од:

- ♦ поголем пристап до финансиски капитал;
- ♦ поповолна даночна политика што ќе ги таргетира младите претприемачи;
- ♦ поповолни владини прописи и помалку административни оптоварувања за младите претприемачи;

- ❖ намалување на степенот на корупција;
 - ❖ поразвиена инфраструктура за бизнис-поддршка (државни агенции и фондови за развој на претприемништво и иновации; бизнис-центри што обезбедуваат информации, совети, обука, менторство, пристап до работен простор и др.);
 - ❖ развивање на деловна култура на поддршка.
- Ако се земе предвид наодот од истражувањето, во кој се покажува дека 85,2% од вкупниот број на анкетирани испитаници го стартувале својот бизнис со почетен капитал прибавен од сопствени средства или средства добиени од роднини/пријатели, како и показателите дека тековните бизнис-активности и инвестиции се потпираат, во 91,2% од случаите, на лични заштеди и средства од семејството или пријателите, тогаш се заклучува дека не може многу оптимистички да се гледа на развојот на младинското претприемништво. Сепак, охрабрувачки изгледа фактот што, и во вакви услови, 53% од испитаниците потврдуваат дека нивните претпријатија преминале во фаза на пораст. Порастот на бизнисот бара одредени финансиски инвестирања. Очигледно е дека младите претприемачи имаат потреба од сериозни финансиски извори, но и потреба од дополнителни знаења и вештини што ќе им овозможат подобар пристап до нив.

Во таа смисла, препораките би се однесувале пред сè на:

- ❖ подобрување на пристапот до финансии преку мапирање на постојните можности за старт-ап и бизнис-финансии; проширување на деловните вештини и искуство на младите претприемачи за финансирање преку советувања и работилници за начините на пристап до финансиски средства; приспособување на регулативата за старт-ап финансирање, намалување на административните процедури и сл.
- ❖ развивање на поопсежна бизнис-мрежа (контакти, партнерство, форуми и мрежи за размена на искуства и знаење); организирање обуки за специфични потреби; развивање на менторски капацитети и менторски програми за младите претприемачи.





06

II СТЕПЕН НА ВМРЕЖУВАЊЕ И СОРАБОТКА СО ПРЕТПРИЕМАЧИ ОД ДРУГИ ЕТНИЧКИ ЗАЕДНИЦИ

Автор: Проф. д-р Мирјана Борота Поповска

Во овој дел од истражувањето е направен обид да се испитаат неколку аспекти на довербата што младите претприемачи од различна етничка припадност ја имаат едни кон други и кон претприемачите од сопствената етничка припадност, потоа степенот на вмрежување и соработка со деловни субјекти, потребни за да се реализира и да се унапредува бизнисот, како и издвојување области за кои би имале најголем мотив да се здружуваат. При анализата на податоците не се покажа статистички значајна разлика во добиените одговори, ниту според етничка припадност, ниту според пол, ниту според други демографски показатели.

» МЕЃУСЕБНА СОРАБОТКА

Во мултикултурните општества, како што е Македонија, во соработката меѓу две или повеќе групи или индивидуи од различни културни средини и ориентации (на пример, Македонци, Албанци, Роми, Турци) во кои преовладуваат културните разлики меѓу групите како што се: етничко наследство, вредности, традиции, јазик, историја, чувство за себе; која било од овие културни разлики можат да станат бариери за заедничка соработка.

Најнапред беше поставено прашањето: „Дали досега сте имале соработка со млади претприемачи кои се припадници на етничка заедница различна од вашата?“ Како што може да се види од табелата 38,2% одговориле дека немале соработка, додека 61,2% имале соработка со млади претприемачи кои се припадници на различна етничка заедница од нивната (табела 2.1).

Соработка со млади претприемачи од други етнички заедници	
Да	61,2%
Не	38,2%

Табела 2. 1. Дистрибуција на одговори на прашањето: „Дали досега сте имале соработка со млади претприемачи кои се припадници на етничка заедница различна од вашата?“



„Сум имал соработки со лица од различно етничко потекло, но надвор од земјата, во Македонија сум соработувал само со 6-7 етнички Албанци, односно набавувал производи од нив за илестрација“ (млад илестрирач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

„Не би имала никаков проблем да соработувам со млади илестрирачи од различна националност, дури и понекогаш илестрирачката покажува дека со нив се овозможува подобра соработка. Во моменти соработувам со неколкумина, но што се само мал процент што би сакала да порасне во иднина“ (млада илестрирачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Досега не сум имала соработка, бидејќи не сум имала потреба“ (млада илестрирачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).

„Немам соработувано со млади илестрирачи од друга етничка припадност, поради што што сè уште ми е нов бизнисот и не сум имал можност за ваква соработка, но доколку би ми се укажала можност во иднината, би соработувал“ (млад илестрирач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Неколкупати сме дошле во ситуација да треба да смесиме поголема група и така сме се запознале со неколку луѓе кои се во истиот бизнис како нашиот и се од друга етничка заедница. Имаме одлична соработка и си веруваме едни на други“ (млада илестрирачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Да, сум имал соработка со илестрирачи од други етнички заедници. Од мојот аспект, секој млад илестрирач треба да размени идеи со илестрирачки илестрирачи, размена на идеи секогаш илестрирачката илестрирачка“ (млад илестрирач од Госпивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Моја најдобра другарка во училиштето беше Ромка, си одевме и доаѓавме дома и убаво се дружевме. Таа работеше во куќа за свадби и веселби и најлакше малку. Знаеше дека нема да може да отвори самата илестрирачка (нејзините деца многу сиромашни). За среќа, се омажи во Германија и сега е многу ценила во салони каде што работи и

добро заработува“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Досега не сум имала можност да соработувам со млади претприемачи од друга етничка заедница, бидејќи не сум наишла на можност за соработка. Доколку ми се укаже шанса секако би соработувала“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

Следното прашање беше поставено за да се согледаат впечатоците од остварената соработка. Така, од испитаниците кои веќе имале вакво искуство, се побара да се изјаснат дали соработката ќе ја оценат како позитивна или негативна. За 95,1% од испитаниците остварената соработка со млади претприемачи од друга етничка заедница ја оценуваат како позитивна (табела 2.2).

Искуство од остварената соработка со млади претприемачи од друга етничка заедница?	
Негативно	4,9%
Позитивно	91,5%

Табела 2.2. Дистрибуција на одговори на прашањето: „Доколку е одговорот 'Да', наведете какво е вашето искуство од остварената соработка?“



„Малку сум соработувал, но со што сум имал соработка, што била добра. Во иднина би сакал да соработувам уште повеќе, за мене етничката припадност не е некоја реална пречка“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

» МЕГУСЕБНА ДОВЕРБА

Основа за соработка меѓу единките на едно општество е постоење на заеднички интерес или на заедничка цел, но и постоење на меѓусебна доверба дека заедничката цел ќе се достигне на начин што е посакуван од инволвираните страни.

Довербата е важен чинител за бизнис-соработка. Иако во секој сериозен бизнис постои институцијата договор, сепак ниту еден договор не е во состојба да ги регулира сите аспекти, особено оние непредвидливите. Важноста на договорот добива на тежина кога е базиран на меѓусебна доверба, односно верба дека ќе се почитува договореното.

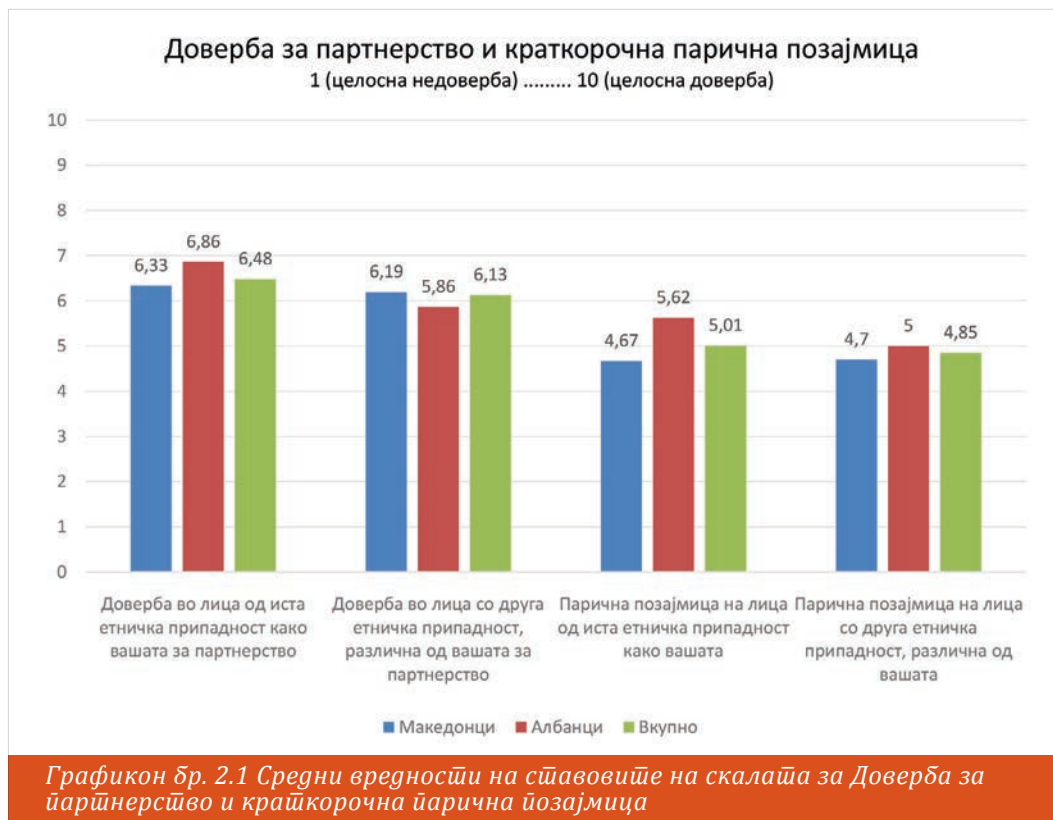
Поради тоа, во продолжение беа поставени серија прашања што се обидуваат да ја измерат довербата за неколку чинители на бизнис-соработка: можно партнерство, помагање со ресурси, парична помош, размена на информации.

» МЕЃУСЕБНА ДОВЕРБА ЗА БИЗНИС-ПАРТНЕРСТВО И КРАТКОРОЧНА ПАРИЧНА ПОЗАЈМИЦА

На следните две прашања испитаниците беа замолени да одберат број што го одразува нивното ниво на доверба на скала од 1 до 10, каде што 1 претставува целосна недоверба, а 10 целосна доверба. Средните вредности укажуваат дека за воспоставување на партнерски односи за почнување бизнис нивото на доверба е во делот на скалата од средна доверба кон целосна доверба, додека за краткорочна парична позајмица средните одговори се во делот на скалата од средно ниво на доверба кон недоверба.

Се покажа дека испитаниците би имале доверба да склопат партнерство како со припадници од иста етничка припадност – 6,48, така и со припадници од различна етничка припадност – 6,13. Кај припадниците на албанската етничка заедница се забележува благо поголема доверба да склопат партнерство со претприемачи од истата етничка припадност – 6,86, а благо помалку доверба покажаа кон претприемачи од различна етничка припадност – 5,86 за склопување бизнис-партнерство.

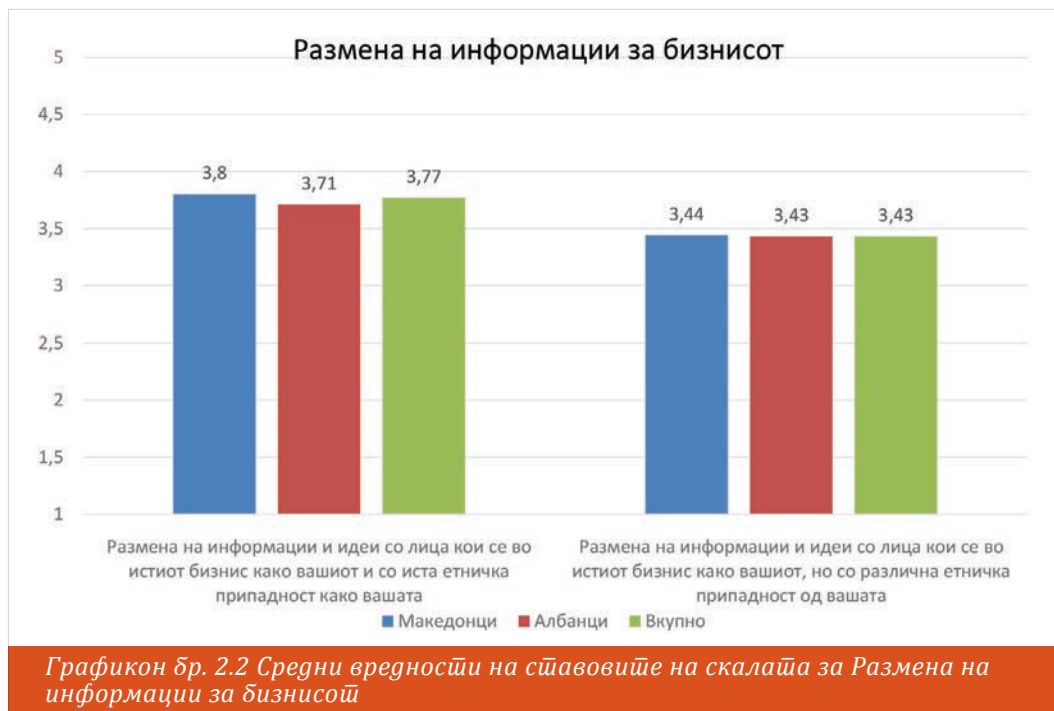
Позајмувањето пари е во делот на скалата од средна доверба кон недоверба. Испитаниците прашани дали би имале доверба да дадат краткорочна парична позајмица од 2.000 евра на друг млад претприемач од иста етничка заедница се во опсегот на средна доверба или 5,01, така и на припадници на друга етничка заедница – 4,85. Кај припадниците од албанската етничка заедница се забележува поголема доверба да позајмат пари на претприемачи од иста етничка припадност – 5,62, а благо помалку доверба покажаа кон претприемачи од различна етничка припадност – 5 (графикон бр. 2.1).



» РАЗМЕНА НА БИЗНИС-ИНФОРМАЦИИ

Следното прашање беше фокусирано на размената на информации, идеи, новини, знаења поврзани со нивниот бизнис со лица кои се во истиот бизнис. Фреквенцијата на честота беше дадена на скала од 1 до 5, каде што: 1 е никогаш; 2 е ретко; 3 е понекогаш; 4 е често; 5 е секогаш.

За размена на бизнис-информации со припадници од иста етничка заедница се покажа исто ниво на честота и кај Македонците и кај Албанците во интервал од понекогаш до често или 3,71. Со припадниците на други етнички заедници одговорите се изедначени и средната вредност е во границите на понекогаш или 3,43 и за Македонците и за Албанците (графикон бр. 2.2).



„Постојано разменувам информации, идеи и др. со пријатели, други млади и стари претприемачи итн. Гледам тоа да биде со повеќе луѓе, со цел да приберам повеќе мислења“ (млад претприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

„Би можела да кажам дека сум дел од македонската стартап-ај сцена и постојано на различни настани разменувам идеи и барам мислење од млади претприемачи. Тоа се повеќе нови познанства што се стекнуваат преку вакви настани и на некои од нив, секако, дел има и луѓе со различна етничка припадност“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Претходно разменувам идеи, новини и знаења преку интернет или со пријатели“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).

„Луѓето со кои соработувам се претежно многу подолго во бизнисот од мене, па секогаш сум јас штој што може да научи уште нешто ново од нив“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Да, со колеги од здравствената дејност. Во мојот професионален живот нема етничка поделба!!!“ (млад претприемач од Гостивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Да, ние сме неколку жени во едно заедничко друштво, еднаш неделно или еднаш месечно се среќаваме и меѓусебно се информираме“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Генерално се информирам преку интернет, има групи што се многу активни во САД и добиваме корисни информации од нив. Овде имам свое друштво, но само јас работам во приватен сектор, сите други се или без работа или работат во државната администрација“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

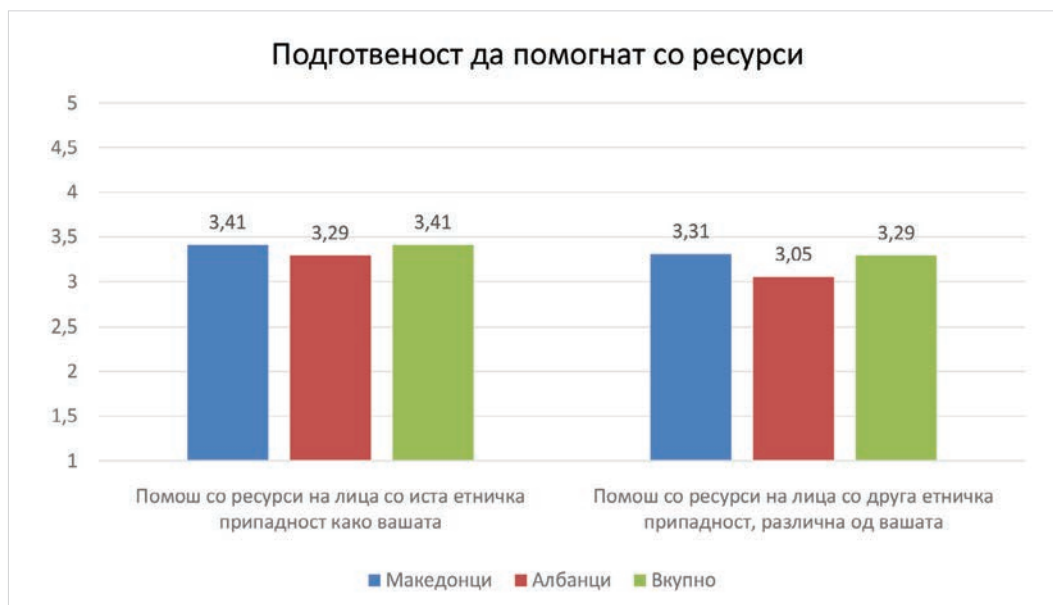
„Се случува да сodelувам новост, знаења, идеи и информации најчесто со колеги од факултет, кои се модни дизајнери и графички дизајнери и сите биле од иста етничка припадност како мојата“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

„Да, разменувам идеи и информации, со пријатели, познатици и луѓе од иста дејност“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

» ПОДГОТВЕНОСТ ДА СЕ ПОМОГНЕ СО МАТЕРИЈАЛНИ РЕСУРСИ

Четвртото прашање од оваа варијабла што ја мери меѓусебната доверба беше фокусирано на подготвеноста да му помогнат на друг млад претприемач со позајмување опрема, други физички ресурси и/или простор земја, за да почнат свој сопствен бизнис. Во одговорите повторно има изедначеност и не се забележа значајна разлика произлезена од етничката припадност. Средната вредност на подготвеноста за помош на лица од иста етничка припадност благо го надминува неутралното ниво и се придвижува кон подготвеност да

помогнат или 3,41. За припадниците кон различна етничка заедница средната вредност е малку пониска, но е во истиот интервал и изнесува 3,29 (графикон бр. 2.3).



Графикон бр. 2.3 Средни вредности на ставовите на скалата за Подготвеност да се помогне со материјални ресурси

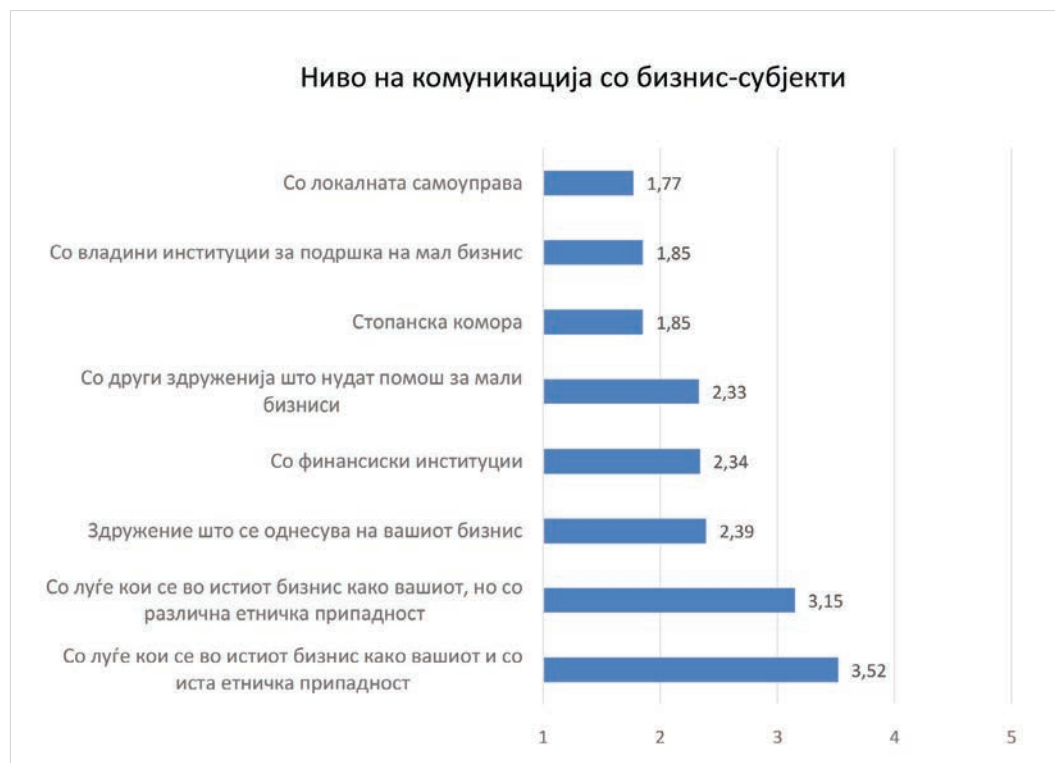
» НИВО НА КОМУНИКАЦИЈА СО БИЗНИС-СУБЈЕКТИ

За да може да се воспостави одредено ниво на бизнис-соработка и вмрежување, неопходно е меѓу засегнатите страни да постои одредено ниво на континуирана и интензивна комуникација. Следствено, во овој дел од истражувањето се обидовме да согледаме со кои бизнис-субјекти, кои се значајни за доследно одржување и развој на бизнисот, младите претприемачи најчесто комуницираат. На испитаниците им беше даден следниот избор: Стопанска комора; Здружение што се однесува на вашиот бизнис; Со луѓе кои се во истиот бизнис како вашиот и со иста етничка припадност; Со луѓе кои се во истиот бизнис како вашиот и со различна етничка припадност; Со други здруженија што нудат помош за мали бизниси; Со финансиски институции; Со владини институции за поддршка на мал бизнис; Со локална самоуправа.

За да се испита нивото на честота на комуникација беше дадена скала од 1 до 5, каде што: 1 е никогаш; 2 е ретко; 3 е понекогаш; 4 е често; 5 е секогаш. Резултатите се прикажани на графиконот бр. 2.4.

Одговорите можеме да ги поделиме во три групи:

- ▶ Никогаш до ретко, комуницираат со: Стопанска комора – 1,85; Со владини институции за поддршка на мал бизнис – 1,85; Со локална самоуправа – 1,77;
- ▶ Ретко до понекогаш, комуницираат со: Здружение што се однесува на вашиот бизнис – 2,39; Со финансиски институции – 2,34; Со други здруженија што нудат помош за мали бизниси – 2,33;
- ▶ Понекогаш до често, комуницираат со: Со луѓе кои се во истиот бизнис како вашиот и со иста етничка припадност – 3,52; Со луѓе кои се во истиот бизнис како вашиот и со различна етничка припадност – 3,15.



Графикон бр. 2.4 Средни вредности на ставовите на скалата за Ниво на комуникација со бизнис-субјекти

» КОРИСНИ ОБЛАСТИ НА ЗДРУЖУВАЊЕ СО ПРЕТПРИЕМАЧИ ОД ДРУГИ ЕТНИЧКИ ЗАЕДНИЦИ

Тргувајќи од општо познатиот факт дека малите претприемнички бизниси имаат ограничени сопствени организациски ресурси, а работат во надворешно опкружување каде што се соочени со безброј можности и закани, тие беа прашани во кои области сметаат дека им е потребно здружување за да се искористат можностите и да се намалат заканите. За да се испита нивото на јачината на потребата за здружување беше дадена скала од 1 до 5, каде што: 1 е целосно непотребно и некорисно; 2 е делумно непотребно и некорисно; 3 е ниту потребно ниту непотребно; 4 е делумно потребно и корисно; 5 е многу потребно и корисно.

Опсегот на добиените средни резултати се движи од неутрален став до делумно потребно и корисно. Како делумно потребно и корисно е издвоено: разменување на корисни идеи (know-how) за намалување на внатрешните трошоци – 4. Потоа следуваат: заедничко настапување на странски пазари 3,8; споделување маркетинг-трошоци (анализа на пазар, план за настап, рекламирање) – 3,66; заедничко ангажирање на надворешни консултанти или обучувачи – 3,6; заеднички настап пред снабдувачите заради намалување на цената на репроматеријалите – 3,53; заедничка дистрибуција – 3,48 (графикон 2.5).



Графикон бр. 2.5 Средни вредности на ставовите на скалата за Корисни области на здружување со претприемачи од други етнички заедници



„Според мене, во ред е да има шакви здружувања, под услов дејноста да го дозволува тоа и ако постои тимски дух меѓу претприемачите. Здружувањето има предности, бидејќи ефективноста би била поголема и секој би си имал своја улога во планот. Како поединци, не би имале поголем успех заради поголемиот обврска. Недостатоци би биле егзистенцијата и нееднаквиот ангажираност на сите учесници. Што се однесува до етичката припадност, за мене тоа не претставува проблем“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).

„Мислам дека здружувањето на младите во ист или сличен бизнис е неопходно доколку сакаме да изградиме една заедница во која не се гледаме само како конкуренција. Верувам дека ова е корисно за добивање на нови идеи и надолжување на сопствениот бизнис. Здружувањето би го замислила делумно неформално со цел да се изгради една релаксирана атмосфера на размена на идеи“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Иако сè уште немам вакво искуство, сметам дека здружувањето на млади претприемачи би било многу корисно за иднината на бизнис-свешто. Сметам дека би било корисно да се обединат претприемачи од секоја етичка припадност, да состават здружение од формален карактер и да одржуваат предавања на претприемачи-почетници, како и да им даваат помош и да им ги одговорат сите прашања“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Секако да, секој млад претприемач, било да е во организирана форма или неформално, мора да се здружува со претприемачи од истата дејност“ (млад претприемач од Госпивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Треба да се дружиме, но треба некој да не пошпикине и да не собере. Сум слушнала од постариите дека порано имало повеќе напревари и настани на кои се дружеле и се запознавале. Сега некако нема ништо и како да се криеме едни од други. Немам проблем да соработувам со други кои не се Македонци. Од секого има што да се научи“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Да, секако, можеме, ние, сојсџвеници на хосџели да најравиме барем своја групa на 'Фејсбук', а асоџијација би била џредносџ“ (млада џреџџриемачка од Скоџје, Македонка, 29 години, угосџиџелски услуги).

„Смеџам дека е корисно дружењето џоради размена на информации и најразновидни конекџии со други личносџи и фирми без разлика на еџничката џриџадносџ“ (млада џреџџриемачка од Скоџје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и џпродажба на дизајнерски џпроизводи).

„Смеџам дека е џџребно, не само корисно, може да биде формално или неформално здружување. Би било добро да биде синдикатџ или комора на млади бизнисмени или здружение, џџа би била добра шанса, никако не ми џречи да бидатџ и џреџџриемачи од друга националносџ, најроџив џџа е шанса џозиџивно да се џромени бизнис-климатџа“ (млад џреџџриемач од Скоџје, Албанец, 35 години, во секџорџџ услуги).

ЗАКЛУЧНИ СОЗНАНИЈА

- Поголемиот број од испитаните млади претприемачи (61,2%) имале искуство во соработка со претприемачи од етничка заедница различна од нивната. За 95% од нив ова искуство го оценуваат како позитивно.
- Како кај Албанците, така и кај Македонците има изедначеност во ставовите за меѓусебна доверба за бизнис-партнерство и краткорочна парична позајмица. Тие и кон припадниците на истата етничка заедница (6,48) и кон припадниците на различната етничка заедница (6,13) покажуваат средно ниво на доверба за партнерство за почнување на заеднички бизнис. Додека генерално помалку имаат доверба за да дадат краткорочна парична позајмица и за претприемачи од истата етничка заедница е 5,01, а за претприемачи од различната – 4,85.
- Претприемачите имаат честа размена на бизнис-информации, знаења, идеи и новини, и со претприемачи од истата етничка заедница (3,77) и со претприемачи од различна етничка заедница (3,43), но немаат секојдневна размена на вакви информации.
- Подготвеноста да помогнат со ресурси на други претприемачи благо го надминува неутралното ниво и се придвижува кон подготвеност да помогнат или 3,41 за припадници од иста етничка заедница, но нема голема подготвеност. За припадниците кон различна етничка заедница средната вредност е малку пониска, но е во истиот интервал (благо го надминува неутралното ниво) и изнесува 3,29.

- ▶ Нивото на комуникација со наведените бизнис-субјекти може да се оцени како мошне ниско. Понекогаш до често комуницираат со: Со луѓе кои се во истиот бизнис како нивниот и со иста етничка припадност – 3,52 и со луѓе кои се во истиот бизнис како нивниот и со различна етничка припадност – 3,15. Ретко до понекогаш комуницираат со: Здружение што се однесува на нивниот бизнис – 2,39; Со финансиски институции – 2,34; Со други здруженија што нудат помош за мали бизниси – 2,33; Никогаш до ретко комуницираат со: Стопанска комора – 1,85; Со владини институции за поддршка на мал бизнис – 1,85; Со локална самоуправа – 1,77; Често и секојдневно не комуницираат со ниту еден од наведените субјекти.
- ▶ Како корисни области на здружување со претприемачи од други етнички заедници ниту една не е во интервалот многу потребно и корисно. За сите дадени области интервалот е во делумно потребно и корисно: разменување на корисни идеи (know-how) за намалување на внатрешните трошоци – 4. Потоа следуваат: заедничко настапување на странски пазари – 3,8; споделување маркетинг-трошоци (анализа на пазар, план за настап, рекламирање) – 3,66; заедничко ангажирање на надворешни консултантски или обучувачи – 3,6; заеднички настап пред снабдувачите заради намалување на цената на репроматеријалите – 3,53; заедничка дистрибуција – 3,48. Затоа, пак, ниту една не е во интервалот непотребно.
- ▶ Потребни се активности што ќе овозможат зголемување на нивото на доверба заради зголемување на степенот на соработка и вмрежување. Зголемувањето на довербата е можно со почеста и поквалитетна комуникација меѓу младите претприемачи воопшто, а особено меѓу претприемачите од различна етничка заедница. Меѓуетничката соработка бара план, многу трпение и решителност да се соочиме со сопствените ставови на нов начин. Со цел ваквата соработка да биде ефективна, инволвираните групи мораат да ги надминат разликите. Најчесто, ова може да се достигне доколку се здружат во активности на кои ќе се фокусираат на заедничка цел, заедничка корист, заедничко донесување одлуки, јасни и дефинирани улоги. Потребно е да се изгради лидерство во овие здружувања што ќе покаже грижа за благосостојбата и за развојот на сите членови. Ваквиот пристап ќе води кон зголемување на довербата. Здружувањата можат да бидат во повеќе насоки:
 - ◆ Здружување за знаење. Семинари или каков било вид на неформално учење за размена на корисни идеи, учење и (know-how) особено за намалување на трошоците, за маркетинг-активности се издвоени како многу потребни и корисни.

- ❖ Здружување за промовирање и ширење. Заеднички настап на саеми, а особено на саеми во странство и друг тип на вакви манифестации (натпревари), каде што се промовира бизнисот е особено значајна активност што може да ја подобри меѓусебната комуникација и запознавањето.
- ❖ Здружување заради намалување трошоци. Заеднички настап пред снабдувачи и дистрибутери. Купување или вложување во заеднички машини или инфраструктурни објекти или ангажирање консултанти и одредени услуги (на пример, сметководствени).
- ❖ Филантропско здружување. Поради поширок заеднички интерес, како припадници на одредена професија, култура, афинитет, локална самоуправа или улоги кои ги имаат во општеството и во семејството (на пример, здружение на млади татковци-претприемачи со мали деца).

Институционално, ваквите здружувања можат да бидат на ниво на коалиција или соработка. Веднаш треба да се издвои дека моменталната соработка е сведена на ниво на сопствениот круг пријатели и ретко или никогаш не е институционализирана. Потребно е зајакнување на одредени ентитети за да бидат во функција на поддршка на младите претприемачи, како што се:

- ❖ Здруженија што се однесуваат на одреден бизнис-сектор;
- ❖ Здруженија што нудат помош за мали бизниси;
- ❖ Стопанска комора;
- ❖ Владини институции за поддршка на мал бизнис;
- ❖ Локална самоуправа;
- ❖ Финансиски институции.

Коалицијата вклучува две или повеќе организации што работат заедно околу некое прашање или околу заеднички збир на меѓусебно поврзани прашања. Целта е да се обезбедат доволно ресурси за да постигне влијание за некое прашање. Членовите на коалицијата треба да разберат дека ќе има заеднички ризици, одговорности и награди.

Соработката вклучува две или повеќе организации што работат заедно на повеќе прашања и цели со долгорочна посветеност. Ова е највисокото и најтешкото ниво за работа со другите, бидејќи побарува организација и формализирање на односите. Треба да постои долгорочна посветеност и да се фокусира на широк спектар на прашања од широк интерес. Вклучените организации треба да споделат ресурси за развој, имплементација и евалуација на програми, да се воспостави политика и заеднички да се спроведат програмите. Основните вредности на соработката се меѓусебно почитување, почитување на разликите, како и високо ниво на доверба.





07

III МОТИВАЦИЈА И ПРИСТАП КОН ПРЕТПРИЕМНИШТВОТО

Автор: Доц. д-р Марија Топузовска Латковиќ

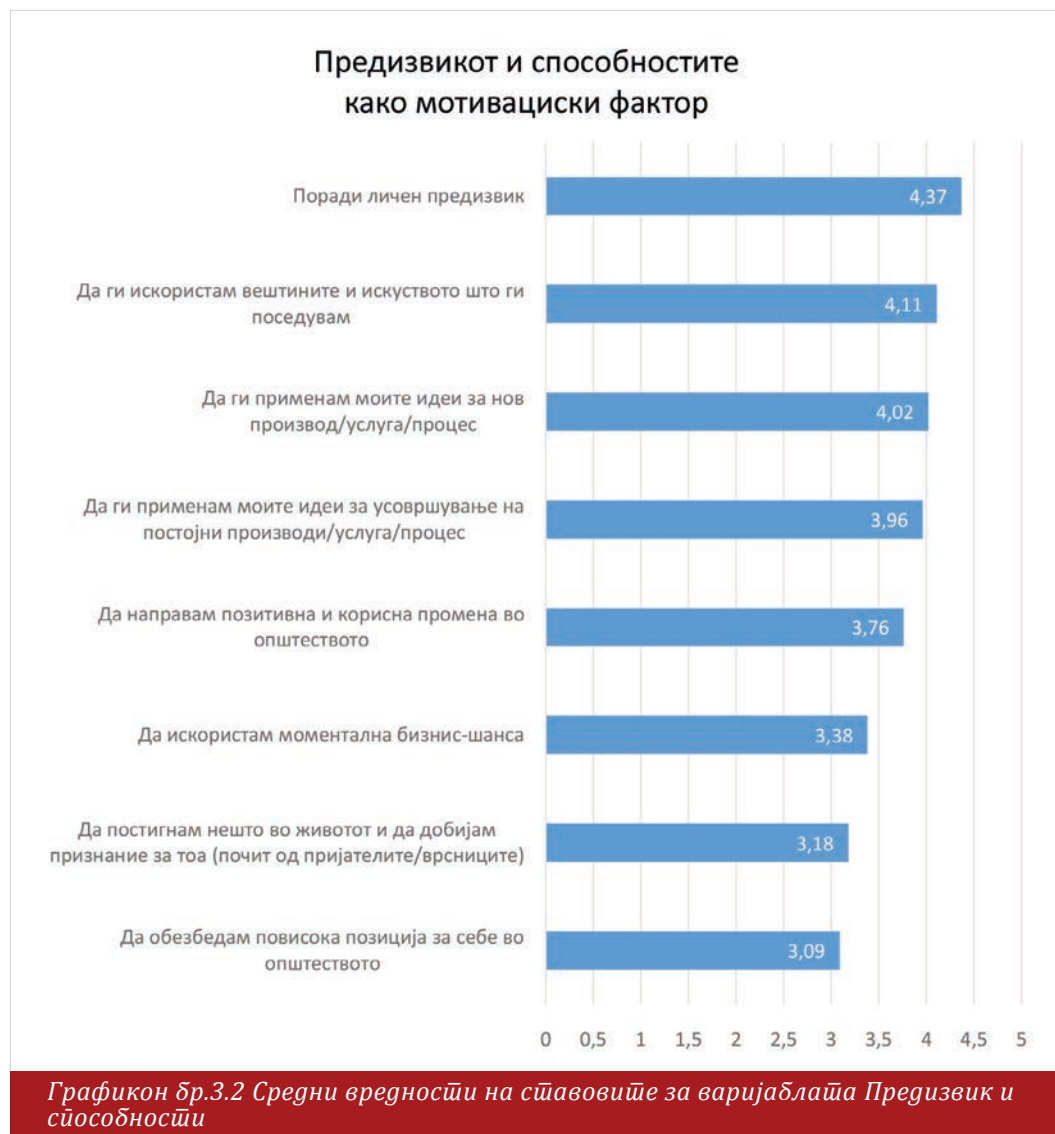
На младите претприемачи им беа поставени сет од прашања поврзани со мотивацијата за почнување и водење на сопствен бизнис. Мотивот (од лат. *movege*, во превод движење) претставува движечка сила за преземање на одредена активност. Мотивацијата може да биде внатрешна (поради личен предизвик; љубопитност; аспирација; желба за постигнување; и/или задоволство при вршење на активноста) и надворешна (поради одредена награда; придобивка; признание; очекувања/притисок од надворешен авторитет – родител, професор, претпоставен; и/или избегнување на одредена неповолна состојба). За конкретното истражување предвид беа земени повеќе варијабли преку кои директно може да се измери мотивацијата на младите претприемачи, како што се:

- ❖ Независност и подобра работа;
- ❖ Предизвик и способности;
- ❖ Финансии;
- ❖ Семејство и наследство.

Оттаму, и анализата на резултатите во продолжение е прикажана со групирање на ставовите според наведените варијабли. Податоците се анализирани на дескриптивно ниво, преку претставување на средните вредности. Главното прашање гласеше: „Кои беа вашите мотиви за почнување на сопствен бизнис?“ при што испитаниците можеа да одговорат со заокружување вредност на скала од 1 до 5, при што 1 – не, воопшто, а 5 – во најголема мера, за повеќе ајтеми (графикон 3.1).



Во однос на ставовите поврзани со независноста и можностите за подобра работа како мотивациски фактор за претприемништво се добиени следните сознанија (графикон бр. 3.1). Од резултатите може да се констатира дека младите претприемачи во Република Македонија се одлучиле да почнат сопствен бизнис во најголема мера поради: подобрите работни можности ($m = 3,86$); слободата и независноста во пристапот кон работата ($m = 3,73$); подобрата флексибилност во приватниот и во семејниот живот ($m = 3,63$) и за да се биде „сам свој газда“ ($m = 3,28$). Додека пониско се оценети мотивите како што се: немањето на други можности за работа ($m = 2,62$) и незадоволството на претходното работно место ($m = 2,52$). Резултатите се претставени на графикон бр. 3.2.



Во однос на ставовите за предизвикот и способностите како мотивациски фактор за претприемништво се добиени следните сознанија (графикон бр. 3.3). Од резултатите може да се констатира дека младите претприемачи во Република Македонија се одлучиле да почнат сопствен бизнис во најголема

мера поради: личен предизвик (м = 4,37); искористување на вештините и искуството што ги поседуваат (м = 4,11); примена на идеите за нов производ/услуга/процес (м = 4,02) или примена на идеите за усовршување на постојни производ/услуга/процес (м = 3,96). Пониски оценки добиле мотивите како што се: да направам позитивна и корисна промена во општеството (м = 3,76); да искористам моментална бизнис-шанса (3,38); да постигнам нешто во животот и да добијам признание за тоа (м = 3,18) и да обезбедам повисока позиција за себе во општеството (м = 3,09).



„Главен мотив да почнам сопствен бизнис беше 'глад' за успех и среќа“ (млада претприемачка од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

„Имам добар занает, досега ми е да работам за други. Од 16 години работам за други сопственици на бизнисот. Знам добро и помодерно да им пристапам на муштериите“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Моите мотиви за почнување на сопствен бизнис беа лична satisfакција за креирање на нешто за себе. Дојолнително, сакам да докажам на себеси и на околината дека, како жена-претприемач, доколку се сака, може да се успее во креирање на сопствен бизнис на нашиите простори“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секторот производство).

„Подобар квалитет на услуга за пациентите и подобрување на здравствениот сектор“ (млад претприемач од Госивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Со другарка ми бевме во САД на работа како студенти, каде што заработивме по 2.000 долари и решивме да ги вложиме во бизнис. Сакавме да направиме нешто сами и бевме сигурни дека ќе успееме“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Имав желбата за претставување на свој личен дизајн израз и градење на сопствен бренд, што ќе биде во чекор со светските дизајн-студија“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

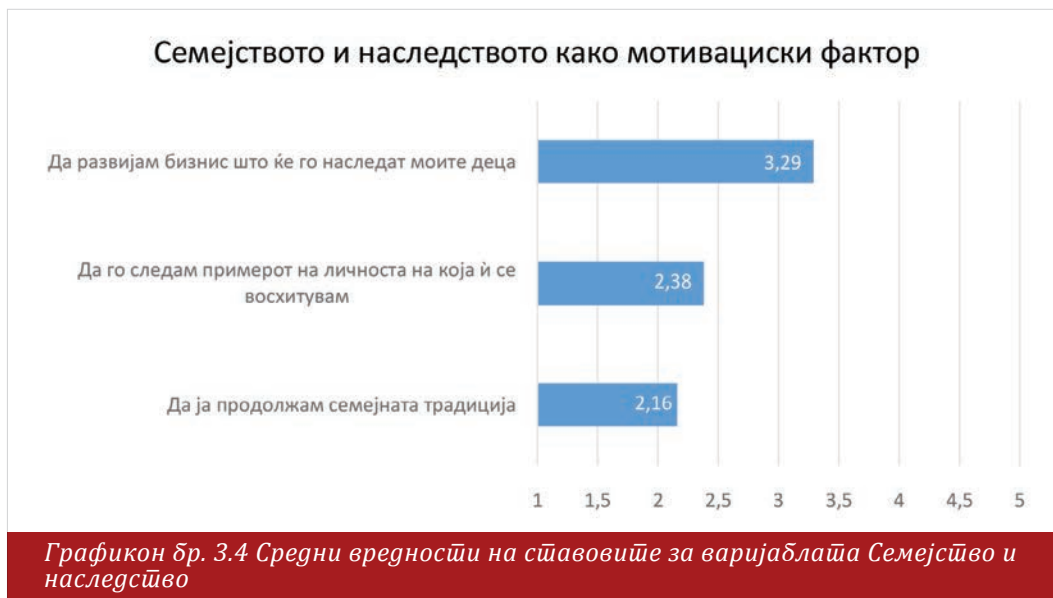


Во однос на резултатите поврзани со финансиите како мотивациски фактор за претприемништво може да се констатира дека младите претприемачи во Република Македонија се одлучиле да почнат сопствен бизнис главно за да обезбедат финансиска сигурност за себе и за своето семејство ($m = 3,82$) и да остварат поголем приход ($m = 3,62$). Додека мотивите како што се: да се збогатам ($m = 2,78$); бидејќи не ми требаа многу пари за да го почнам бизнисот ($m = 2,71$) и заради инвестирање пари во бизнис ($m = 2,53$) се пониско оценети.



„Заради независноста, како и да создадам нешто што е мое, но и да направам каријера“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

„Главен мотив ми беше да преживеам. Мотивот е како еволуцијата на фирмата. На почеток е важно да преживееш, поинаку, како се шири работата, така постојат инвестиции во бизнисот, се зголемуваат желбите и амбициите“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 34 години, во секторот производство).



Од анализата на податоците за семејството и наследството како мотивациски фактор за почнување на сопствен бизнис може да се забележи дека младите претприемачи во земјата се во најголема мера мотивирани да развијат бизнис што во иднина ќе го наследат нивните деца ($m = 3,29$), а дури потоа да го следат примерот на личноста на која ѝ се восхитуваат ($m = 2,38$) и да ја продолжат семејната традиција ($m = 2,16$). Резултатите се графички претставени на графикон бр. 3.4.

„Имав желба сам да почнам сопствен бизнис што, се надевам, со голем труд и познавање ќе успеам да го искачам на повисоко ниво и би сакал да им остана и на моите деца“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

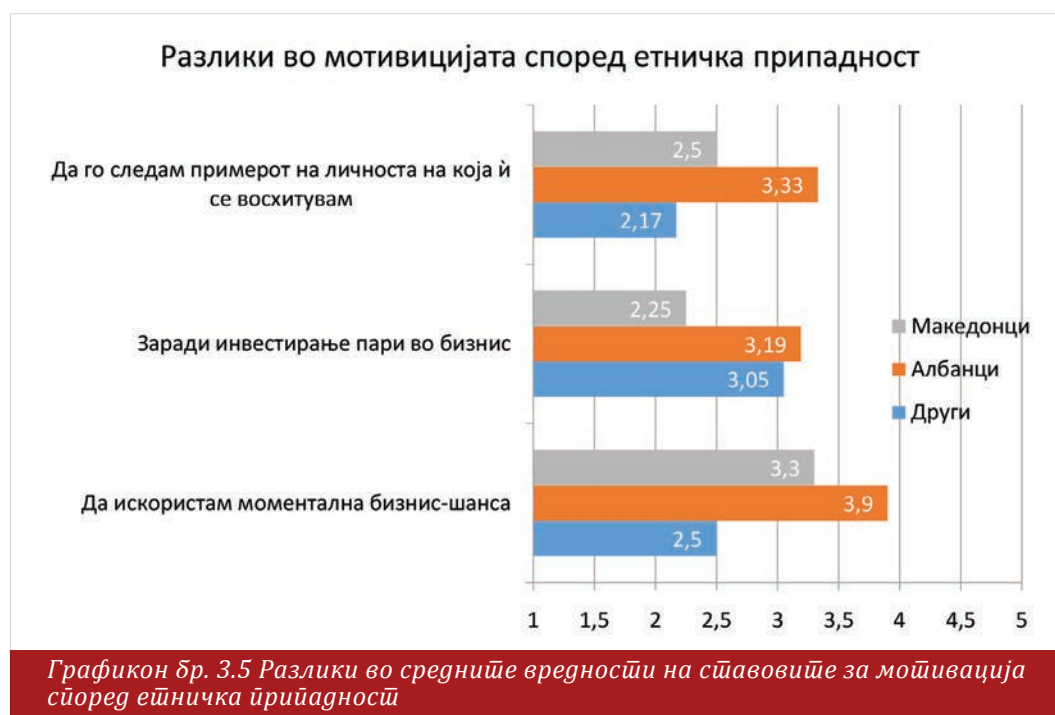
Со рангирање на мотивите за почнување на сопствен бизнис се добиваат следните резултати (при што 1 – најзначајно, 22 – најмалку значајно):

- ❖ Поради личен предизвик;
- ❖ Да ги искористам вештините и искуството што ги поседувам;
- ❖ Да ги применам моите идеи за нов производ/услуга/процес;
- ❖ Да ги применам моите идеи за усовршување на постојни производ/услуга/процес;

- ❖ Да имам слобода и независност во мојот пристап кон работата;
- ❖ Да обезбедам финансиска сигурност за мене и за моето семејство;
- ❖ Да направам позитивна и корисна промена во општеството;
- ❖ Поради подобри работни можности;
- ❖ Да имам подобра флексибилност за мојот приватен и семеен живот;
- ❖ Да остварам поголем приход;
- ❖ Да искористам моментална бизнис-шанса;
- ❖ Да развијам бизнис што ќе го наследат моите деца;
- ❖ Да бидам „сам свој газда“;
- ❖ Да постигнам нешто во животот и да добијам признание за тоа (почит од пријателите/врсниците);
- ❖ Да обезбедам повисока позиција за себе во општеството;
- ❖ Да се збогатам;
- ❖ Бидејќи не ми беа потребни многу пари за почнување на бизнисот;
- ❖ Поради немање на други можности за работа;
- ❖ Заради инвестирање пари во бизнис;
- ❖ Поради незадоволство на претходното работно место;
- ❖ Да го следам примерот на личноста на која ѝ се восхитувам;
- ❖ Да ја продолжам семејната традиција.

Од добиените вредности за сите варијабли заедно може да се истакне дека испитаниците со највисока оцена (помеѓу 4 и 5) ги вреднуваат мотивите: личен предизвик; искористување на вештините и искуството и примена на идеите за нов производ/услуга/процес, а сите тие припаѓаат на варијаблата предизвик и способности како доминантен мотивациски фактор, што воедно ни дава до знаење и дека младите претприемачи во Република Македонија се внатрешномотивирани за почнување и водење на сопствен бизнис. За внатрешната мотивација се верува дека е во поголема мера константна и потешко се управува и се контролира со надворешни дразби, за разлика од надворешната, а во однос на интензитетот не мора да постои разлика.

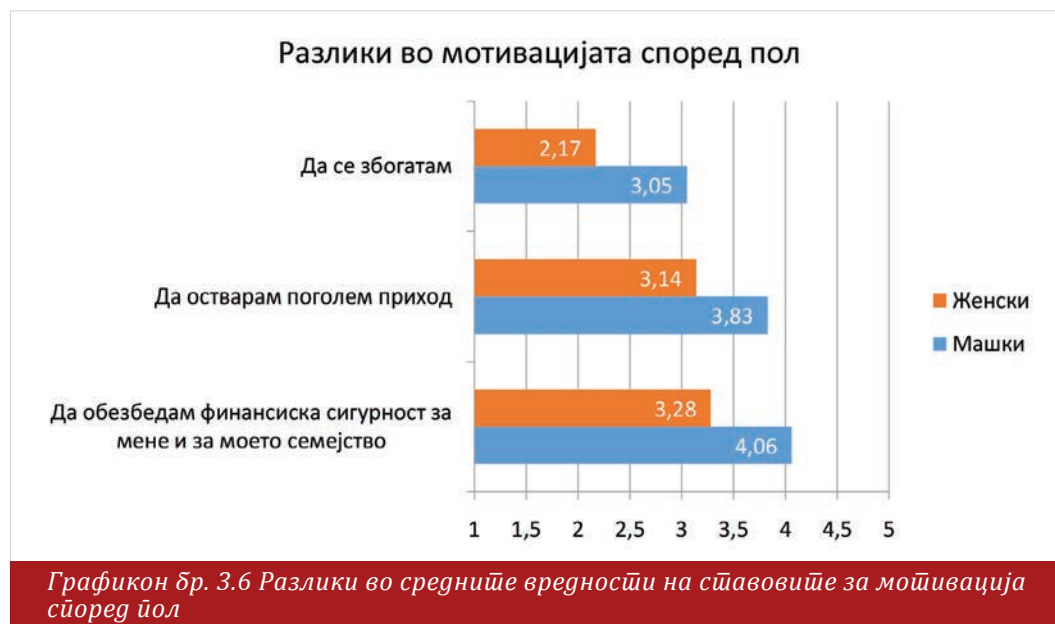
Во продолжение се прикажани податоците каде што се детектирани статистички значајни разлики ($p < 0,05$), според етничката припадност на испитаниците. Со примена на непараметриски тестови е утврдено дека постои одредена разлика помеѓу одговорите на различните таргет-суппопулации за тврдењата: да искористам моментална бизнис-шанса; заради инвестирање пари во бизнис и да го следам примерот на личноста на која ѝ се восхитувам, при што Албанците за сите три тврдења покажуваат повисоки вредности, за разлика од Македонците и другите (графикон бр. 3.5).



Биваријантната корелациска анализа покажува дека слободата и независноста во пристапот кон работата е мотив чијашто вредност се намалува обратнопропорционално со возраста ($r = -0,203$, $p < 0,05$), односно оваа карактеристика е позастапена кај помладите претприемачи, а помалку битна за повозрасните.

Според полот, со непараметриски тестови се идентификувани статистички значајни разлики за ставовите: да обезбедам финансиска сигурност за мене

и моето семејство; да остварам поголем приход; и да се збогатам. Од тоа може да се заклучи дека финансиите како мотивациски фактор се карактеристични повеќе за машките претприемачи, отколку за женските (графикон бр. 3.6).



Биваријантната корелациска анализа покажува дека постои поврзаност помеѓу степенот на образование и мотивациските фактори, па така, колку е поголем степенот на образование, толку им е побитно на младите претприемачи: да бидат „сам свој газда“ ($r = 0,499$, $p < 0,01$); да имаат подобра флексибилност за приватниот и за семејниот живот ($r = 0,372$, $p < 0,01$); да имаат подобри работни можности ($r = 0,291$, $p < 0,01$); да ги искористат вештините и искуството што ги поседуваат ($r = 0,433$, $p < 0,01$); личниот предизвик ($r = 0,434$, $p < 0,01$); да ги применат идеите за нов производ/услуга/процес ($r = 0,458$, $p < 0,01$); да ги применат идеите за усовршување на постојни производ/услуга/процес ($r = 0,325$, $p < 0,01$); да направат позитивна и корисна промена во општеството ($r = 0,314$, $p < 0,01$).

ЗАКЛУЧНИ СОЗНАНИЈА

- ▶ Во однос на независноста и можностите за подобра работа како мотивациски фактор за претприемништво може да се констатира дека младите претприемачи во Република Македонија се одлучиле да почнат сопствен бизнис во најголема мера поради: подобрите работни можности ($m = 3,86$); слободата и независноста во пристапот кон работата ($m = 3,73$); подобрата флексибилност во приватниот и во семејниот живот ($m = 3,63$) и за да се биде „сам свој газда“ ($m = 3,28$).
- ▶ Во однос на предизвикот и способностите како мотивациски фактор за претприемништво може да се констатира дека младите претприемачи во Република Македонија се одлучиле да почнат сопствен бизнис во најголема мера поради: личен предизвик ($m = 4,37$); искористување на вештините и искуството што ги поседуваат ($m = 4,11$); примена на идеите за нов производ/услуга/процес ($m = 4,02$) или примена на идеите за усовршување на постојни производ/услуга/процес ($m = 3,96$).
- ▶ Во однос на финансиите како мотивациски фактор за претприемништво може да се констатира дека младите претприемачи во Република Македонија се одлучиле да почнат сопствен бизнис главно за да обезбедат финансиска сигурност за себе и за своето семејство ($m = 3,82$) и да остварат поголем приход ($m = 3,62$).
- ▶ Од анализата на податоците за семејството и наследството како мотивациски фактор за почнување на сопствен бизнис, може да се забележи дека младите претприемачи во земјата се во најголема мера мотивирани да развијат бизнис што во иднина ќе го наследат нивните деца ($m = 3,29$).
- ▶ Постои одредена разлика помеѓу одговорите на испитаниците од различна етничка припадност за причините за почнување на сопствен бизнис, како што се: да искористам моментална бизнис-шанса; заради инвестирање пари во бизнис; и да го следам примерот на личноста на која ѝ се восхитувам; при што Албанците за сите три тврдења покажуваат повисоки вредности, за разлика од Македонците и од другите.
- ▶ Како резиме од добиените вредности за сите варијабли заедно може да се истакне дека испитаниците со највисока оцена (помеѓу 4 и 5) ги вреднуваат мотивите: личен предизвик; искористување на вештините и искуството и примена на идеите за нов производ/услуга/процес, а сите тие припаѓаат на варијаблата предизвик и способности како доминантен мотивациски фактор, што воедно ни дава до знаење и дека младите претприемачи во

Република Македонија се внатрешномотивирани за почнување и водење на сопствен бизнис. За внатрешната мотивација се верува дека е во поголема мера константна и потешко се управува и се контролира со надворешни дразби, за разлика од надворешната, а во однос на интензитетот не мора да постои разлика. Внатрешната мотивација може да се зголемува преку охрабрување и зголемување на самовербата на младите за почнување бизнис, надминување на стравот од неуспех, како и директна техничка и финансиска помош и поддршка.

- ▶ Слободата и независноста во пристапот кон работата е мотив чијашто вредност се намалува обратнопропорционално со возраста ($r = -0,203$, $p < 0,05$), односно оваа карактеристика е позастапена кај помладите претприемачи, а помалку битна за повозрасните.
- ▶ Може да се заклучи дека финансиите како мотивациски фактор се карактеристични повеќе за машките претприемачи, отколку за женските.
- ▶ Колку е поголем степенот на образование, толку им е побитно на младите претприемачи: да бидат „сам свој газда“ ($r = 0,499$, $p < 0,01$); да имаат подобра флексибилност за приватниот и за семејниот живот ($r = 0,372$, $p < 0,01$); да имаат подобри работни можности ($r = 0,291$, $p < 0,01$); да ги искористат вештините и искуството што ги поседуваат ($r = 0,433$, $p < 0,01$); личниот предизвик ($r = 0,434$, $p < 0,01$); да ги применат идеите за нов производ/услуга/процес ($r = 0,458$, $p < 0,01$) да ги применат идеите за усовршување на постојни производ/услуга/процес ($r = 0,325$, $p < 0,01$); да направат позитивна и корисна промена во општеството ($r = 0,314$, $p < 0,01$).



08

IV КАПАЦИТЕТИ ЗА ЗАСТАПУВАЊЕ

Автор: Доц. д-р Весна Забијакин Чатлеска

Застапувањето претставува организиран, формален начин за убедување на друга личност или група за добивање поддршка за одредена идеја или за преземање на одредена активност. Како групно дејствување, преку отворен и транспарентен начин, застапувањето има цел придобивање поддршка за важни прашања или за одредени состојби. Организираното застапување на младите претприемачи е начин на претставување на нивните ставови и барања пред креаторите на политиките и носителите на одлуки, на локално и на национално ниво.

Во последниот дел од студијата се презентирани мислењата и ставовите на младите претприемачи за мобилизирање во социјална акција за групно застапување со цел развој на можностите и просперитет на младинското претприемништво. Во истражувањето, акцентот се стави на неколку аспекти на организираното групно застапување на младите претприемачи: ставовите за потребата од формирање организација/асоцијација за групно застапување интереси, подготвеност да се ангажираат во таква организација и перципираните бариери.

» МЛАДИТЕ ПРЕТПРИЕМАЧИ ИМААТ ИЗРАЗЕНА ПОТРЕБА ОД ОРГАНИЗИРАНО ЗАСТАПУВАЊЕ НА ИНТЕРЕСИТЕ ПРЕД КРЕАТОРИТЕ НА ПОЛИТИКИ И ПРЕД ПОШИРОКАТА ЈАВНОСТ

Првиот блок прашања имаше цел да дојде до сознанија за ставовите на младите претприемачи по прашањата за организирано застапување, како и за нивниот интерес и капацитет за личен ангажман во таква организација. Беа поставени пет тврдења, за кои младите претприемачи требаше да го изразат своето согласување/несогласување (на скала од 1 до 5, при што 1 – „воопшто не се согласувам“ до 5 – „јојјолно се согласувам“) и што за: потреба од застапување; организација во донесување одлуки и креирање на јавни политики за младинско претприемништво преку вклучување на креативни идеи и решенија; подготвеност за лично вклучување во работата на организација за застапување и самопроцена на сопствените компетенции и способности.

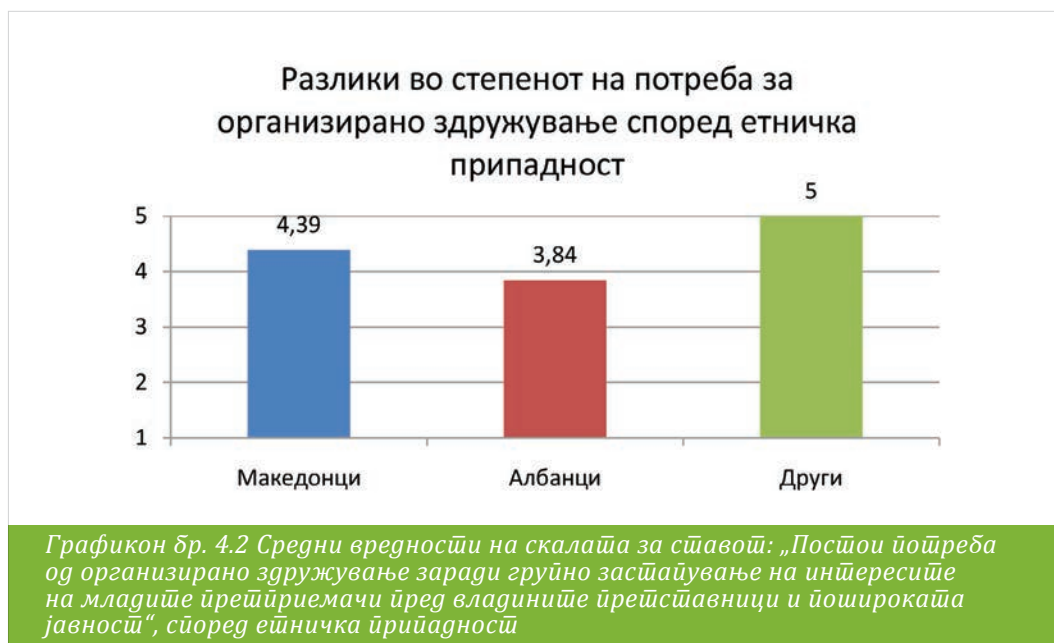
На ниво на целиот примерок, резултатите покажуваат дека младите претприемачи највисоко ги оценуваат следниве ставови: „Младите претприемачи треба да бидат вклучени во процесите на донесување на јавни политики

што ги засегаат нив“; „Постои потреба од организирано здружување заради групно застапување на интересите на младите претприемачи пред владините претставници и пошироката јавност“ и „Младите претприемачи можат да понудат иновативни идеи и решенија во процесите на креирање на јавни политики“ (за сите три тврдења средната вредност е $M = 4,3$). Слично, младите претприемачи се согласуваат со ставот: „Подготвен сум да се ангажирам во работата на организација/асоцијација што, на транспарентен и организиран начин, ќе ги застапува моите бизнис-интереси пред носителите на јавни политики“ ($M = 4$). На трето место, со најниска вредност, е ставот: „Имам знаење, вештини и способности за процесите на организирано застапување на младите претприемачи“ ($M = 3,6$), (графикон бр. 4.1). Ваквите резултати покажуваат дека кај младите претприемачи постои висока согласност за потребата од организирано застапување и преку идеи и решенија да партиципираат во креирањето на јавни политики што се однесуваат на нив. Но, истовремено, се забележува дека не се сосема сигурни дали, тие лично, поседуваат компетенции и знаења за дејствување за застапување (во опсег од 3 = „Ниту се согласувам, ниту не се согласувам/Не знам“ до 4 = „Делумно се согласувам“). Средните вредности по сите тврдења се прикажани на графикон бр. 4.1.



Графикон бр. 4.1 Средни вредности за сите ставови на скалата за организирано застапување

Степенот на искажаната потреба од организирано застапување се покажа статистички значајна. Со примена на непараметриско тестирање се утврди значителна разлика во ставовите на различните етнички групи по прашањето за потребата од организирано застапување на интересите на младите претприемачи – $\chi^2(2) = 6,054$; $p = 0,048$. Младите претприемачи од другите етнички заедници (Турци, Срби, Роми, Власи и др.) потполно се согласуваат за потребата од формирање организација за застапување ($M = 5$), за разлика од Албанците, кои даваат речиси делумна согласност ($M = 3,84$). Ставовите на Македонците се движат во интервал од делумна кон потполна согласност ($M = 4,38$). Резултатите се претставени на графикон бр. 4.2.



„Верувам дека ова е потребно, но не сум сигурна дали сè уште младата старт-ап сцена е подготвена за тоа. Мислам дека е прекрасна иницијатива што порано или подоцна мора да се осигура, но потребна е голема инволвираност од страна на младите претприемачи. Лично, би сакала тоа да се осигура и да бидам дел од тоа, но секако зависи од временската инволвираност на месечно ниво“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 24 години, во секундарно производство).



„Смејам дека е многу добра идејата за формирање асоцијација на млади претприемачи. Тоа здружение би можело да биде од јавен, формален карактер. Да има лидер и претприемачи од различни етнички заедници. Ваквото здружение би требало да поседува тимски дух, вештини, знаења и ресурси. Би можело да се одржуваат семинари/предавања на кои ќе присуствуваат и поинтељигентни претприемачи-почетници, кои на семинарите ќе можат да се едуцираат и да добијат одговори на прашањата поврзани со отворање и раководење на самостоен бизнис. Со задоволство би бил член на вакво здружение и би сторил сè што е во моја моќ да го споделим со други она што сум го научил“ (млад претприемач од Куманово, Македонец, 26 години, во секторот трговија на големо и мало).

„Мислам дека треба да се формира асоцијација за претприемачи како независна организација и да биде финансирана од страна на претприемачи (не од страна на државата) со цел подобрување на условите за работа, намалување на придонесиите, процентуално намалување на данокот за млади претприемачи-соистовници на фирми. Исто така, смејам дека асоцијацијата треба да биде во контакт и да соработува со асоцијации на други економски развиени држави“ (млад претприемач од Госивар, Албанец, 30 години, здравствени услуги).

„Да, треба да има ваква асоцијација и сакам да бидам нејзин активен член“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

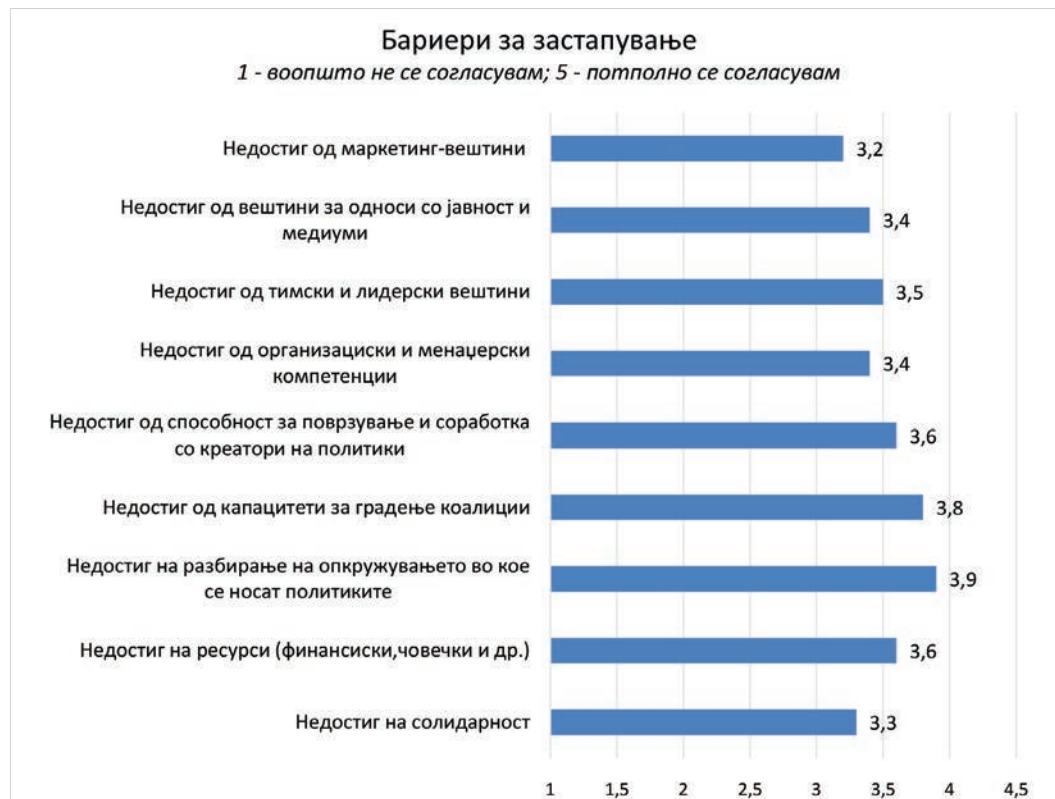
„Асоцијациите секогаш носат користи на своите членови. Најмногу би ни користела во овој момент за да прииснеме за новите прописи и за гостинската такса, што треба да се воведат наскоро“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Имам позитивен став и поддржувам формирање на таква асоцијација“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 27 години, дизајн услуги и продажба на дизајнерски производи).

„Веќе се обидов да партиципирам во слична организација, но реално, немам време да бидам ништо повеќе од член кој би поседувал одредени наставани за нетворкинг или за добродување“ (млад претприемач од Скопје, Македонец, 26 години, во секторот е-трговија).

» КОИ СЕ БАРИЕРИТЕ ЗА ОРГАНИЗИРАНО ЗАСТАПУВАЊЕ?

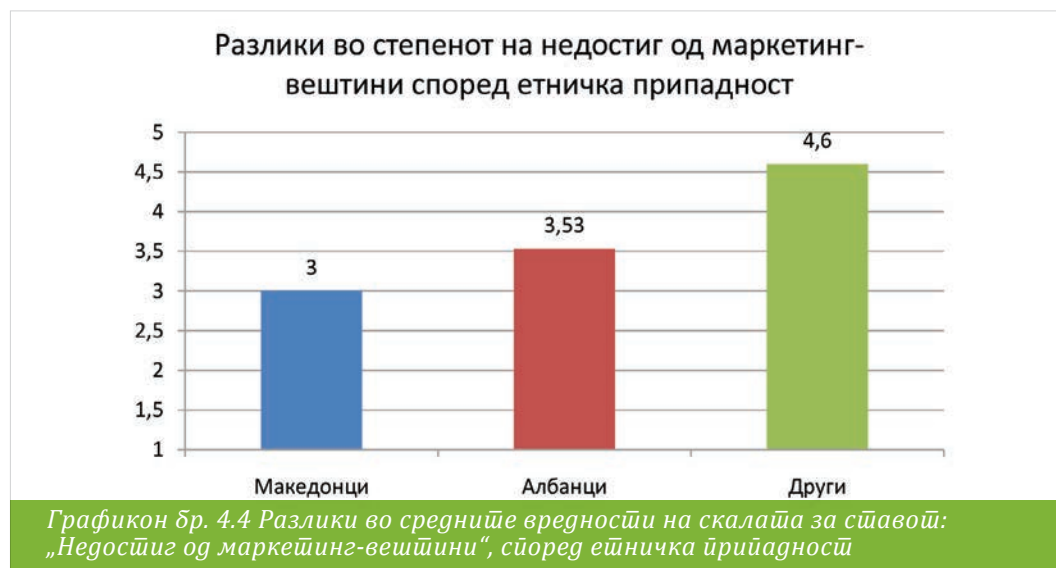
Особено е важно испитувањето на можните бариери што го отежнуваат формирањето организација за застапување. Основната претпоставка за успешно постоење на организација/асоцијација и активностите за застапување е надминување на постојните бариери. За таа цел се испита перцепцијата на младите претприемачи и нивните ставови за степенот во кој одредени аспекти на организираното дејствување можат да се наметнат како фактор што би ја попречувал успешната организација и работата. Важно е да се наспомене дека испитаниците не ги вреднуваа сопствените недостатоци како бариери, туку ја искажаа својата перцепција за степенот на присуство на понудените можни бариери за застапување, општо, кај популацијата на млади претприемачи, а во рамките на поширокото општествено опкружување.



Графикон бр. 4.3 Средни вредности на скалата на ставови за истражувањето: „Колку се согласуваше со ставови дека е тешко да се воспостави организација за застапување на млади претприемачи заради...“

Од испитаниците се побара да ги изнесат својот став по прашањето: „*Колку се согласувате со ставот дека е тешко да се воспостави организација за застапување на млади претприемачи заради...*“, при што можеа да ја искажат личната перцепција (согласување/несогласување) по понудени девет ставови, на скала од 1 до 5 (при што 1 – воопшто не се согласувам; 5 – потполно се согласувам). Резултатите посочуваат дека, генерално, младите претприемачи се изјаснуваат во опсег од 1 = „Ниту се согласувам, ниту не се согласувам/Не знам“ до 4 = „Делумно се согласувам“ по прашањето на постоење недостатоци во различните области на компетенции за организирано застапување. Слабата наклонетост кон позитивниот дел од скалата покажува дека ниедна не се издвојува значајно од другите како сериозна бариера што би го отежнала формирањето на ваква организација (графикон бр. 4.3).

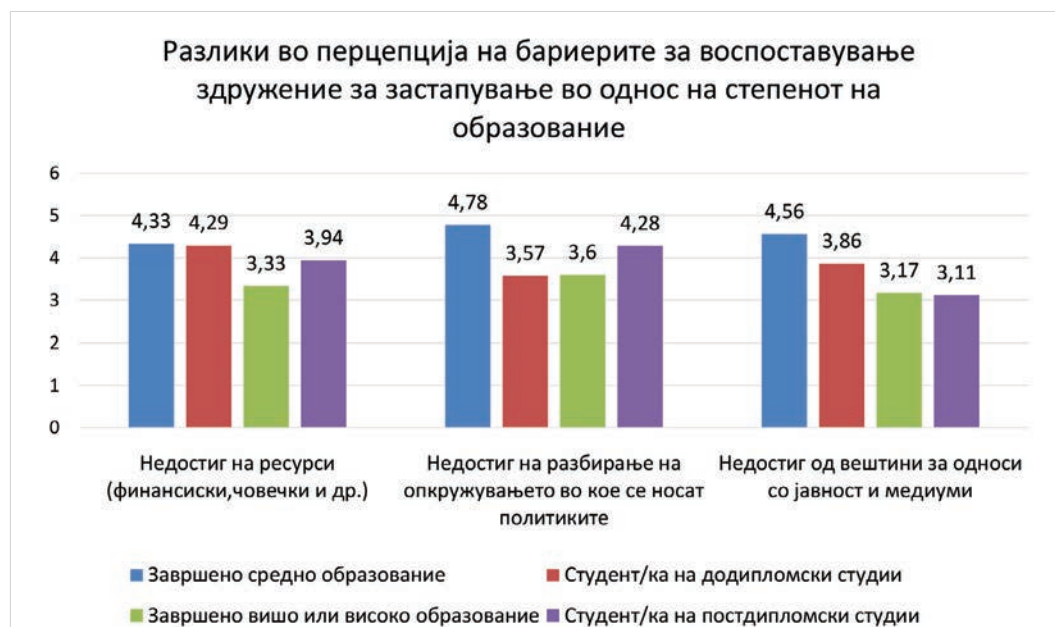
По однос на возраста на испитаниците и ставовите за бариерите за формирање организација за застапување е најдена статистички значајна поврзаност кај една варијабла. Поконкретно, анализите покажуваат дека повозрасните млади претприемачи имаат поизразен став дека значајна бариера е недостигот на финансиски, човечки и други ресурси ($r = 0,256$, $p = 0,015$).



Со примена на непараметриско тестирање се утврди статистички значајна разлика во ставовите на испитаниците од различните етнички групи по однос на недостигот на маркетинг-вештини како бариера – $\chi^2(2) = 10,920$;

$p = 0,004$. Имено, најголемата разлика е меѓу Македонците, кои покажуваат неутралност ($M = 3$), и другите етнички заедници (Турци, Срби, Роми, Власи и др.), кои речиси потполно се согласуваат ($M = 4,6$). Кај Албанците скорот се движи меѓу неутрално до делумно согласување ($M = 3,53$). Ова е прикажано на графикон бр. 4.4.

По однос на степенот на образование, резултатите од непараметриското тестирање покажаа статистички значајна разлика во перцепцијата на бариерите за застапување (анализирано без образовната категорија „друго“ – 7). Имено, во однос на другите образовни категории, младите претприемачи кои се со завршено средно образование, значително повеќе наведуваат три поважни бариери што го отежнуваат воспоставувањето организација за застапување, а тие се: недостиг на финансиски, човечки и други ресурси – $\chi^2(3) = 9,240$, $p = 0,026$; недостиг од разбирање на опкружувањето во кое се носат политиките – $\chi^2(3) = 13,658$, $p = 0,003$ и недостиг од вештини за односи со јавност и медиуми – $\chi^2(3) = 14,308$, $p = 0,003$, (графикон бр. 4.5).



Графикон бр. 4.5 Разлики во средните вредности на ставовите за бариерите според степенот на образование



„Појребно е да има канцеларија или простор од каде што ќе не организира некој. Но, и некој способен кому сише му веруваме. Сише би имале користи од вакво нешто“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 28 години, во секторот услуги).

„Да, треба да има некаков вид здружувања, сега, со уште треба на интернетот, цела комуникација може да биде онлајн“ (млада претприемачка од Скопје, Македонка, 29 години, угостителски услуги).

„Мислам дека е потребно да има таква асоцијација за млади бизнисмени за да се креираат политики што ќе дадат поддршка на младинското претприемништво. Исто така, мислам дека постои капацитет, но има потреба од ресурси и од лидерство. Јас сум подготвен да бидам активен член и можам да бидам еден од основачите, можам да иницирам со идеи, ја и да носам одговорности, доколку би се побарало од мене и доколку има потреба“ (млад претприемач од Скопје, Албанец, 35 години, во секторот услуги).

ЗАКЛУЧНИ СОЗНАНИЈА

- Младите претприемачи имаат потреба од организирано застапување на нивните интереси. Исто така, сметаат дека треба да партиципираат и можат да придонесат во креирањето на јавни политики преку нудење на оригинални идеи и решенија по различни прашања што ги засегаат нив. Од друга страна, само делумно се согласуваат дека се подготвени лично да се ангажираат во активностите на организација за застапување. Може да се заклучи дека повеќе поддржуваат формирање на таква организација, но не се подготвени во иста мера да дадат свој придонес. Следствено, тие покажуваат и понизок степен на согласност кога станува збор за поседување знаење, вештини и способности за процесите на организирано застапување, а кои се движат во интервал од „не знам“ до „делумно се согласувам“. Ваквите наоди сугерираат дека има добра основа да се работи на формирање организација за застапување, со тоа што акцентот треба да се стави на подигнување на капацитетите на младите претприемачи, поточно да се преземат активности што ќе одат во правец на стекнување знаења и вештини за процесите на застапување.
- Со оглед на детектираните разлики за потребата од групно застапување, а по однос на етникумот, се препорачува во процесите на формирање организација

за застапување и во процесите на градење компетенции, покрај македонската етничка заедница ($M = 4,39$), посебен акцент да се стави на обезбедување на активна инволвираност, од една страна, на помалите етнички заедници во Македонија (Турци, Срби, Роми, Власи и др.), кои даваат најсилна поддршка за организираниот начин на застапување ($M = 5$) и, од друга страна, на албанската етничка заедница, која покажува позитивни, но пониски вредности на скалата за потреба од застапување ($M = 3,84$).

- ▶ Испитаниците во ова истражување сметаат дека е тешко да се воспостави организација за застапување на млади претприемачи, најмногу заради недостиг на разбирање на опкружувањето во кое се носат политиките ($M = 3,9$) и недостиг од капацитети за градење коалиции ($M = 3,8$), а најмалку заради недостиг од маркетинг-вештини ($M = 3,2$) и недостиг на солидарност ($M = 3,3$).
- ▶ Недостигот на финансиски, човечки и други ресурси е многу позначајна бариера за повозрасните млади претприемачи наспрема нивните помлади колеги.
- ▶ Ставот дека постои недостиг од маркетинг-вештини е значајно поизразен кај претставниците на помалите етнички заедници (Турци, Срби, Роми, Власи и др.).
- ▶ Недостигот на финансиски, човечки и други ресурси; недостигот од разбирање на опкружувањето во кое се носат политиките и недостиг од вештини за односи со јавност и медиуми, се оценети како позначајни бариери за испитаниците со завршено средно образование, за разлика од нивните колеги кои имаат повисоки степени на образование.
- ▶ Наодите од истражувањето сугерираат дека, во функција на градење на формално и организирано застапување, важно е да се подигнат вкупните капацитети на младите претприемачи во смисла на надминување на постојните бариери, но со посебен акцент на надминувањето на оние што се покажуваат како најзначајни, а претходно посочени во истражувањето.

МУЛТИЕТНИЧКА
ИСТРАЖУВАЧКА СТУДИЈА
ЗА
МЛАДИНСКО
ПРЕТПРИЕМНИШТВО



STUDIM HULUMTUES SHUMETNIK

PËR

SIPËRMARRËSI RINORE



Projekt „Së bashku për sukses: sipërmarrësit e rinj fuqi lëvizëse për marrëdhëniet e mira ndëretnike”,
Program IPA për mbështetja të shoqërisë civile dhe medias në vitin 2014

Ky projekt është financuar nga Bashkimi Evropian



MIR 
FOUNDATION



ИНСТИТУТ ЗА
СОЦИОЛОШКИ
ПОЛИТИЧКО
ПРАВНИ
ИСТРАЖУВАЊА

STUDIM HULUMTUES SHUMETNIK PËR SIPËRMARRËSI RINORE

Qershor, 2016 Shkup

Autorë:

Doc. dr. Vesna Zabijakin Çatleska

Prof. dr. Mirjana Borota Popovska

Doc. dr. Marija Topuzovska Latković



Instituti për hulumtime sociologjike dhe politike-juridike (IHSPJ), Universiteti “Shën Kirili dhe Metodi” – Shkup

Boton:



Fondacioni për menaxhment dhe hulumtim
Industrial – Shkup

Mbështetur nga:

Projekt „Së bashku për sukses: sipërmarrësit e rinj fuqi lëvizëse për marrëdhëniet e mira ndëretnike”, Program IPA për mbështetja të shoqërisë civile dhe medias në vitin 2014

Dizajni dhe shtyp:

„Grafotrejd“ dooel, Shkup

Tirazhi:

300 copë

Ky botim u mundësa me mbështetjen e Bashkimi Evropian. Përmbajtja e publikimit është përgjegjësi e autor dhe nuk shpreh pikëpamjet e Bashkimi Evropian.

PËRMBAJTJA

01	PËR PROJEKTIN.....	7
02	HYRJE	11
03	METODOLOGJIA E HULUMTIMIT	15
04	PËRSHKRIMI I MOSTRËS	19
05	I NEVOJAT SPECIFIKE PËR PËRKRAHJE BIZNESI	25
06	II SHKALLA E RRJETËZIMIT DHE BASHKËPUNIMIT ME SIPËRMARRËSIT NGA BASHKËSITË E TJERA ETNIKE	43
07	III MOTIVIMI DHE QASJA NË SIPËRMARRËSI.....	59
08	IV KAPACITETIET PËR PËRFAQËSIM	71



01

PËR PROJEKTIN

Edhe pas përparimit institucional e të drejtave të pakicave dhe marrëdhënieve ndëretnike në Republikën e Maqedonisë, akoma janë evidente dallimet dhe mungesa e komunikimit midis bashkësive ndëretnike në shoqërinë tonë. Është e qartë tendenca për struktura një etnike, jo vetëm tek partitë politike, por edhe tek shoqëritë qytetare të cilat si synim kanë interesat e tyre të ngushta. Por nga ana tjetër, në kushtet aktuale të papunësisë së lartë (sidomos të rinisë), ngecja e procesit për integrim në UE, mobilizimi i ulët i rinisë, perspektiva dhe besimi i ndërsjellë i përbashkët, paraqesin sfidë për lëvizje të ndryshme shoqërore në këtë shoqëri shumëetnike. Është evidente nevoja për përforcimin kapaciteteve të organizatave qytetare të rinisë (OQ-të) si dhe për krijimin e ambientit, që do tu mundësoj të rinjve të marrin rol relevant të partnerit shoqëror. Veçanërisht fokusimi është tek të rinjtë sipërmarrës, të cilët mund të japin kontribut të jashtëzakonshëm, jo vetëm në zhvillimin ekonomik të shtetit, por edhe në promovimin e relacionit të mirë ndëretnik. Përveç dallimeve, të rinjtë sipërmarrës (ata potencial), shpeshherë ata ballafaqohen me sfida të njëjta, nga mungesa e aksesit të financave, shërbimeve për biznes-përkrahje dhe gjer në zhvillimin e pamjaftueshëm të aftësive për biznes. Njëkohësisht, në vendin tonë, OQ-të që i përfaqësojnë interesat e tyre, shumë pak i kuptojnë nevojat e të rinjve të grupeve tjera etnike.

Projekti „Bashkërisht për sukses: sipërmarrësit e rinj, forcë lëvizëse për marrëdhënie të mira ndëretnike”, ka për qëllim t’i mobilizoj sipërmarrësit e rinj dhe OQ-të përkatëse rreth temës mbi sipërmarrësinë rinore si një platformë neutrale për përparimin e marrëdhënieve ndëretnike në shoqëri. Për një qëllim të tillë, do të shfrytëzohen kapacitetet dhe potenciali i rrjetit të OQ-të rinore (Rrjeti për përkrahje e të rinjve sipërmarrës - YESNetwork) themeluar në vitin 2014 të lidhur me mbi 40 OJ-të nga i gjithë rajoni dhe bashkësitë etnike në vend. Në konsultim me rrethin e ngushtë, si me anëtarët e rrjetit dhe njësitë e zgjedhura të vetëqeverisjes lokale (Probishtip, Kumanovë, Staro Nagoriçin, Gazi Babë, Kisela Vodë, Çashkë, Aerodrom dhe Tearcë) me kujdes i përcaktuam drejtimit për implementimin këtij projekti.

Qëllimi kryesor i projektit është, që të kontribuojë në zhvillimin e demokracisë dhe stabilitetit shumë kulturor, përmes ngritjeve të kapaciteteve të të rinjve në OQ-të, dhe të rinjve sipërmarrës nga grupet e ndryshme etnike. Përndryshe, qëllimi strategjik është promovimi i sipërmarrësisë si një perspektivë e përbashkët e të rinjve dhe aktorëve përkatës dhe përkrahja e tyre. Në bazë të aktiviteteve të planifikuara, ky projekt do të adresoj sfida identifikuese, duke shfrytëzuar potencialin e qëllimeve

të grupit (OQ-së të rinjve, sipërmarrës të rinj dhe përfaqësues nga komunat), për përparimin e marrëdhënieve ndëretnike, aplikimin e masave për rrjetëzimin, ngritjen e vetëdijes, ndërtimin e kapaciteteve, planifikimin strategjik dhe aksioneve lokale ndër-komunale. Në këtë drejtim, do t'i identifikojmë qëllimet specifike të projektit, si në:

1. Analizën e qëndrimit mbi sipërmarrësinë dhe nevojën për njerëz të rinj me prapavijë të ndryshme etnike;
2. Promovimin e rrjetëzimit në nivele të ndryshme shoqërore dhe ndëretnike;
3. Përparimin e kapaciteteve për veprimtari sipërmarrësie, përfaqësim dhe aksion ndëretnik;
4. Fuqizimin e kapaciteteve të OQ-ve për përmirësimin e marrëdhënieve ndëretnike;
5. Rritjen e bashkëpunimit ndëretnik dhe diseminimi i njohurive;
6. Ulja e paragjyqimeve midis grupeve të ndryshme etnike përmes promovimit të sipërmarrësisë rinore.

Përvetësimi i këtyre qëllimeve specifike, do të kontribuojë në zbatimin e një dimensionit ndëretnik të platformës të OQ-të rinore, rritja e komunikimit në mes të rinjve sipërmarrës, përparimin për përkrahje dhe mundësi për të mësuar, si dhe krijimin e mundësive për përfaqësim të përbashkët të nevojave të tyre në lëmin e (vetë) punësimit. Në mënyrë plotësuese, YESNetwork më së mirë u përgjigjet nevojave shoqërore-ekonomike dhe qëllimeve të veta të grupit dhe do të shërbejë si përvojë e mirë në promovimin e marrëdhënieve ndëretnike në shoqëri. Kjo do të arrihet përmes realizimit të këtyre rezultateve të pritura:

- Studimi hulumtues shumetnik mbi sipërmarrësinë rinore, që do të jep mundësi, më së paku 100 të rinj sipërmarrës nga përkatësitë e ndryshme etnike, t'i shprehin apo prezantojnë nevojat për përkrahje, qëndrimet dhe motivimi i tyre për sipërmarrësi;
- Kampet e sipërmarrësisë, të organizuar në tri rajone të vendit, do të mundësojnë rrjetëzimin dhe ndërtimin e kapaciteteve të grupeve në tërësi (75 të rinj sipërmarrës, 45 përfaqësues të OQ-ve dhe 15 përfaqësues komunal);
- Trupi koordinativ punues/këshilli për planifikim strategjik, do të mundësoj promovimin e sipërmarrësisë shumetnike në kuadër të Rrjetit për përkrahjen e të rinjve sipërmarrës YESNetwork);
- Program me masa konkrete për përkrahje/shtyllë ndëretnik për sipërmarrësi si pjesë e Planit akcional e YESNetwork;

- Përkrahje financiare të projekteve në nivel lokal të OQ-ve, dedikuar sipërmarrësisë rinore dhe bashkëpunimit ndëretnik;
- Fushatë nacionale „Edhe unë jam sipërmarrës”, për promovimin dhe stimulimin e relacioneve shumetnike në sipërmarrësi.

Studimi shumetnik, për herë të parë në nivel kombëtar, promovon hulumtim të aspekteve të ndryshme mbi sipërmarrësinë, kurse theks të veçantë ka tendencat dhe qëndrimet ndëretnike. Si i tillë, studimi dhe hulumtuesit e ti, kanë rëndësi të madhe, jo vetëm si orientim më të mirë për aktivitetet tjera projektuese, por edhe për aktivitete të tjera të OQ-ve dhe të njëjstive vetëqeverisjes lokale në lëmin e marrëdhënieve ndëretnike dhe sipërmarrësisë rinore. Shpresoj, se konkluzionet e studimit, do të jenë një ndihmë për organizata relevante për t’i përparuar programet e tyre për përkrahje si dhe di t’i motivojmë OQ-të që t’i shfrytëzojnë fuqizimin e të rinjve ekonomiko-social si platformë për përmirësimin marrëdhënieve ndëretnike në shoqëri. Njëherësh, dëshiroj të shpreh falënderim Institutit për hulumtime shoqërore dhe juridiko-politike (IHSHJP), për bashkëpunim mjaft me sukses për realizimin e këtij hulumtimi, si dhe sipërmarrësit e rinj të cilët me kyçjen e tyre në hulumtim dhanë kontributin e tyre për krijimin e një studimi të parë hulumtues shumetnik mbi sipërmarrësinë rinore në Maqedoni.

Gabriella Kostovska Bogovska
Drejtor ekzekutiv, Fondacioni për Menaxhment
dhe hulumtim industrial



02

HYRJE

Brezin e ri të sotëm, i cili sapo ka hyrë në tregun e punës, e shënojnë dy sfida të rëndësishme. Nga njëra anë, mundësitë tradicionale të karrierës që i kishin brezat e mëparshëm janë gjithnjë e më pak të zbatueshme për ato, dhe nga ana tjetër, përballen me shkallë të lartë të papunësisë në tregun e punës. Në rrethana të tilla, sipërmarrësia rinore bëhet fushë me interes në rritje, si mënyrë shtesë për t'u integruar këto gjenerata me fuqi të re punëtore në tregun e punës, kurse për njerëzit e rinj, biznesi i vogël bëhet alternativë reale për gjenerimin e të ardhurave. Interesi i të rinjve për të marrë sfida dhe për të filluar biznesit e tyre rritet, kurse sipërmarrësit e rinj janë gjithnjë e më të interesuar se si të rritin shanset për sukses, duke siguruar forma të ndryshme të ndihmës dhe krijimin e mjedisit pozitiv të sipërmarrësisë.

Përpyekjet për të krijuar kushte të favorshme për zhvillimin e sipërmarrësisë rinore bëhen detyrë më e rëndësishme, duke pasur parasysh se Maqedonia si vend në zhvillim, ka mjedis të pasigurt ekonomik dhe mungesë të kushteve adekuate ekonomike, mungesë të mundësive të tregut, si dhe fuqi të ulët blerëse të konsumatorëve. Zhvillimi i sipërmarrësisë rinore nënkupton sigurimin e kushteve për vendosjen në funksion të kapitalit njerëzor të disponueshëm të popullatës rinore si rritje e progresit ekonomik dhe social.

Popullata e sipërmarrësve të rinj, të cilët janë lëndë me interes në këtë studim, në të vërtetë janë anëtarë të të ashtuquajturës “Gjeneratë Y”, ose të emëruar ndryshe si “mileniumistë”, të lindur në mes viteve 1980 dhe 2000. Shumica e anëtarëve të këtij gjenerate janë në fillim të karrierës së tyre. Ndryshe nga gjeneratat e tjera, “mileniumistët” janë më të arsimuar, por në të njëjtën kohë, gjeneratë më e diverzuar kulturore dhe sociologjike e cila plotësisht i pranon vlerat liberale. Ata i karakterizon, ndër të tjera, dëshira e madhe e shprehur fuqimisht për pavarësi, transparencë për ndryshim, dëshira për arritje dhe mirëqenie të lartë që e bën të orientuar kah sipërmarrësia. Fakti se në dekadat e ardhshme, kjo gjeneratë do të jetë forca lëvizëse e ekonomisë, tregon për nevojën për të vepruar me energji për formësimin e kushteve të favorshme për zhvillimin e tyre profesional.

Qëllimi kryesor i studimit, i titulluar si **Studimi shumetnik për sipërmarrësi rinore** është që t'i shqyrtojë perceptimet, qëndrimet, njohuritë dhe përvojat specifike të sipërmarrësve të rinj në Maqedoni, në lidhje me motivimin për të filluar biznes, si dhe sfidat dhe kufizimet me të cilat ata përballen në fillimin e biznesit dhe funksionimin e vazhdueshëm të firmave të tyre të reja. Gjithashtu, si qëllime të rëndësishme,

janë vendosur edhe dallimet dhe nevojat e përbashkëta të sipërmarrësve të rinj nga bashkësitë e ndryshme etnike në Maqedoni, si dhe mundësitë për veprim të organizuar për të mbrojtur interesat e tyre të biznesit. Në këtë kuptim, studimi është përqendruar në katër aspektet të fenomenit të sipërmarrësisë rinore. Më saktë, objekt studimi ishin: 1) nevoja për përkrahje në biznes; 2) rrjetëzimi dhe bashkëpunimi midis sipërmarrësve të rinj nga grupe të ndryshme etnike; 3) faktorët motivues për veprimtari sipërmarrësie dhe 4) kapacitetet për përfaqësim të organizuar për të përfaqësuar interesat e sipërmarrësve të rinj.

Në fillim janë prezantuar metodologjitë e hulumtimit dhe përshkrimi i mostrës. Pjesa e parë e studimit, *Nevojat specifike për përkrahje të biznesit për sipërmarrësit e rinj*, i shqyrton kufizimet dhe barrierat në më shumë faktorët të suksesit, me të cilat përballen sipërmarrësit e rinj në udhëheqjen e biznesit të tyre, me qëllim të zbulimit të pikave ku më së shumti është i nevojshëm biznesi. Në pjesën e dytë, *Shkalla e rrjetëzimit dhe bashkëpunimi me sipërmarrësit nga bashkësitë e tjera etnike*, do të trajtohen çështjet e interaksionit midis tyre, bashkëpunimi dhe besimi që sipërmarrësit e rinj, si anëtarë të grupeve të ndryshme etnike, e praktikojnë punën afariste. *Motivimi dhe qasja kah sipërmarrësia* është objekt të kërkimeve në pjesën e tretë të studimit, në të cilën, përmes variabiliteteve të shumta, matet motivi për fillimin dhe menaxhimin e biznesit personal. Pjesa e katërt, *Kapacitetet për përfaqësim*, kanë të bëjnë me përfaqësimin e organizuar të sipërmarrësve të rinj, si mënyrë për të paraqitur pikëpamjet dhe kërkesat e tyre para kreatorëve të politikëbërësve dhe vendimmarrësve. Me këtë rast, në fokus të hulumtimit janë vendosur: qëndrimet për nevojën nga formimi dhe organizimi i përfaqësimit, gatishmëria për përfshirje personale në organizatë të tillë dhe barrierat e perceptuara.

Ky studim hulumtues është shumë i rëndësishëm, sepse ka qasje shumëetnike dhe përpunon çështje specifike në lidhje me proceset e sipërmarrësisë rinore që deri më tani shumë pak janë hulumtuar dhe analizuar në vendin tonë. Edhe më tepër, nga studimi dalin gjetjet dhe rekomandimet e rëndësishme të cilat kanë të bëjnë për popullsinë specifike të sipërmarrësve të rinj deri në moshën 35 vjeçare, kurse janë pronarë të rinj të firmave start-up. Njohuritë mund të shërbejnë për të definuar aktivitetet e ardhshme për përkrahje të zhvillimit të sipërmarrësisë rinore si dhe krijimin e politikave adekuate publike.

Do të doja të shpreh mirënjohjen time për Fondacioni për menaxhment dhe hulumtim Industrial për bashkëpunim të suksesshëm dhe besimin e dhënë për realizimin e këtij studimi hulumtues.

Gjithashtu, shpreh mirënjohjen time për kolegët e ekipit të ekspertëve të IHSPJ, të cilët me profesionalizëm dhe përkushtim aderuan në realizimin e studimit.

Më tej, gjithashtu, dua të falënderoj të gjithë bashkëpunëtorët e tjerë të cilët ndihmuan në sigurimin e informacioneve për sipërmarrësit e rinj nga i gjithë territori i Republikës së Maqedonisë.

Në fund, dua të shpreh kënaqësinë time për cilësinë e të gjitha përgjigjeve anketuese të pyetësorit dhe intervistës, të marra nga sipërmarrësit e rinj nga pjesë të ndryshme të Maqedonisë. Sipërmarrës të dashur të rinj, shumë faleminderit për ndihmën dhe kohën tuaj!

Doc. dr. Vesna Zabijakin Çatleska
Koordinatore e projektit për IHSPJ



03

METODOLOGJIA E HULUMTIMIT

Metodologjia e hulumtimit për studim është përcaktuar në marrëveshjen ndërmjet Fondacionit për menaxhment dhe hulumtime industriale dhe anëtarëve të ekipit hulumtues/ekspert të Qendrës për zhvillim të menaxhmentit dhe resurseve njerëzore nga Instituti për hulumtime sociologjike dhe politike-juridike, Universiteti “Shën Kirili dhe Metodi” - Shkup.

Aktivitetet nga të gjitha fazate përpunimin të “Hulumtimit të studimit shumetnik për sipërmarrësinë rinore» u zhvillua në periudhën: Prill, Maj dhe Qershor të vitit 2016.

- Për qëllimin e hulumtimit është përdorur qasja e kombinuar metodologjike, ose analiza është bërë në nivelet kuantitative dhe kualitative.

Për nevojat e pjesës kuantitative të studimit është dizajnuar pyetësori nga ana e ekipit hulumtues të IHSPJ, i cili ka për qëllim të ofrojë më shumë informacione mbi perceptimet, qëndrimet, përvojat dhe njohuritë specifike që kanë të bëjnë me sfidat dhe sukseset me të cilat ballafaqohen sipërmarrësit e rinj në vendin tonë në fillimin dhe mbajtjen e biznesit, si dhe për përcaktimin e dallimeve dhe nevojave të pjesëtarëve të bashkësive të ndryshme etnike në Republikën e Maqedonisë. Pyetësori përbëhet nga katër njësi tematike:

Прашалникот е составен од четири тематски целини:

1. Nevojat specifike për përkrahje të biznesit për sipërmarrësit rinj;
2. Shkalla e rrjeteve dhe bashkëpunimit me sipërmarrësit nga bashkësitë e tjera etnike;
3. Motivimi dhe qasja kah sipërmarrësia;
4. Kapacitetet për përfaqësim.

Përveç pyetjeve nga katër njësitë tematike, pyetësori përmban edhe një pjesë përkushtuar të dhënave demografike të të anketuarve.

Është zbatuar studimi anketues online nga njëekzemplartë qëllimshme të popullatës së re sipërmarrëse në Republikën e Maqedonisë. Të dhënat janë analizuar në pikëpamje kuantitative, duke zbatuar procedurat e duhura statistikore dhe teknike, karakteristike për metodën kërkimore përshkruese dhe shpjeguese. Respektivisht, të dhënat përveç nivelit njëvariante (shpërndarjes së përgjigjeve nëpërmjet frekuencave dhe vlerave mesatare) analizohen edhe në nivele disvariante dhe shumëvariante përmes shfrytëzimit të kryqëzimit të të dhënave, krahasimit

të vlerave mesatare dhe testeve përkatëse joparametrike (Chi Square, Kruskal-Wallis Testi Mann-Whitney U test), si dhe analizës disavariante lidhshmërie, duke kontrolluar nivelin statistikor sinjifikant të $p < 0.05$ dhe $p < 0.01$, me çka rezultatet e fituara mund të gjeneralizojnë njohuri të cilat në 95% ose 99% vlejné për hulumtimin e popullsisë së synuar dhe jashtë nga ekzemplari.

- ▶ Për pjesën kualitative të hulumtimit, përmes pyetjeve të hapura dhe gjysmë të hapura,
- ▶ nga ekipi hulumtues i IHSPJështë krijuar udhëzues për intervistë.

Janë kryer 10 intervista të thella gjysmë të strukturuar (ballë për ballë ose nëpërmjet postës elektronike e-mailit), me përfaqësues tipik të popullsisë së re sipërmarrëse në Republikën e Maqedonisë. Rezultatet janë paraqitur në tekst si pjesë/citate të veçanta të cilat japin pasqyrim më të qartë për situatën, respektivisht i sqaron dhe i plotëson të dhënat e siguruara nëpërmjet analizës kuantitative.





04

PËRSHKRIMI I MOSTRËS

Për shkak të objektit të hulumtimit dhe popullatës së synuar specifike - sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë, më adekuat për nevojat e hulumtimit kuantitativ ishte përshtatur, respektivisht ishte shembulli paramenduar i të të anketuarve. Prej aty, për hulumtim janë marrë gjithsej 115 të anketuar – qytetarë të Republikës së Maqedonisë; të moshës prej 15 deri 35 vjet; të cilët menaxhojnë biznesin e tyre (ose në partneritet); që veprojnë në territorin e Republikës së Maqedonisë. Të anketuarit ishin reflektuar në mënyrë proporcionale sipas përkatësisë etnike të popullsisë së re në realitet, që gjithashtu paraqet një nga variablat kryesore të pavarura të studimit.

Mostra është e përbërë nga 34% të përfaqësuesve të gjinisë femërore dhe 66% janë të gjinisë mashkullore, nga të cilët 71% janë maqedonase, 24% janë shqiptarë dhe 5% të tjerë (romë, turq, serbë, boshnjakë dhe vllleh). Sipas vendbanimit, 85% e të anketuarve vijnë nga mjedisi urban (qyteti), ndërsa 15% rrjedhin nga zonat rurale (fshatra). Sipas rajonit, 8.7% e të anketuarve janë nga rajoni i Pollogut, 8.7% i Pellagonisë, 57.4% i Shkupit, 6.1% nga rajoni Jugperëndimor, 3.5% i Vardarit, 8.7% nga rajoni Verilindor, 2.6% nga rajoni Lindor dhe 4.3% nga rajoni Juglindor.

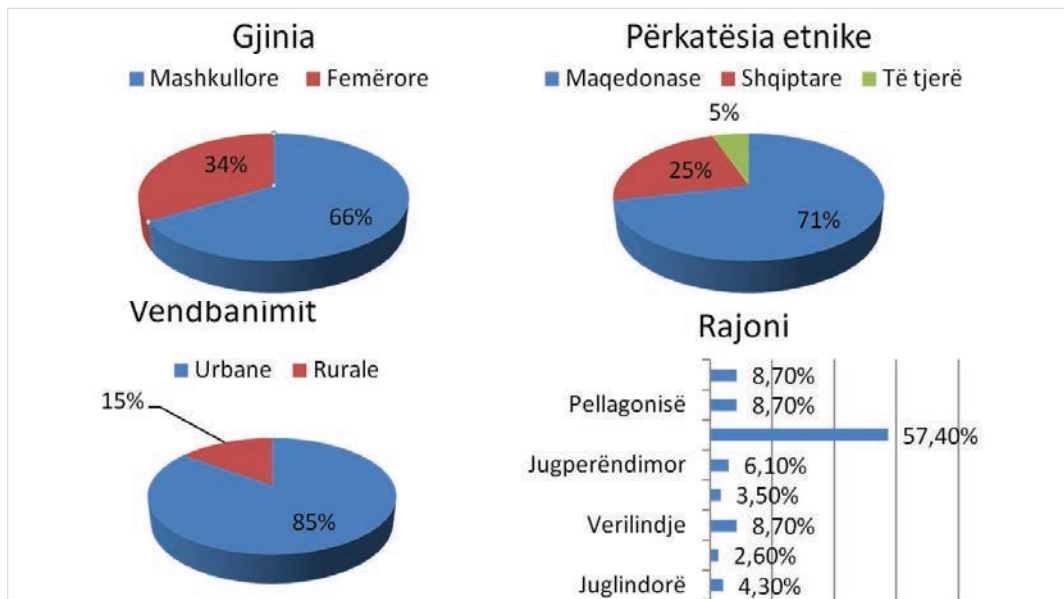
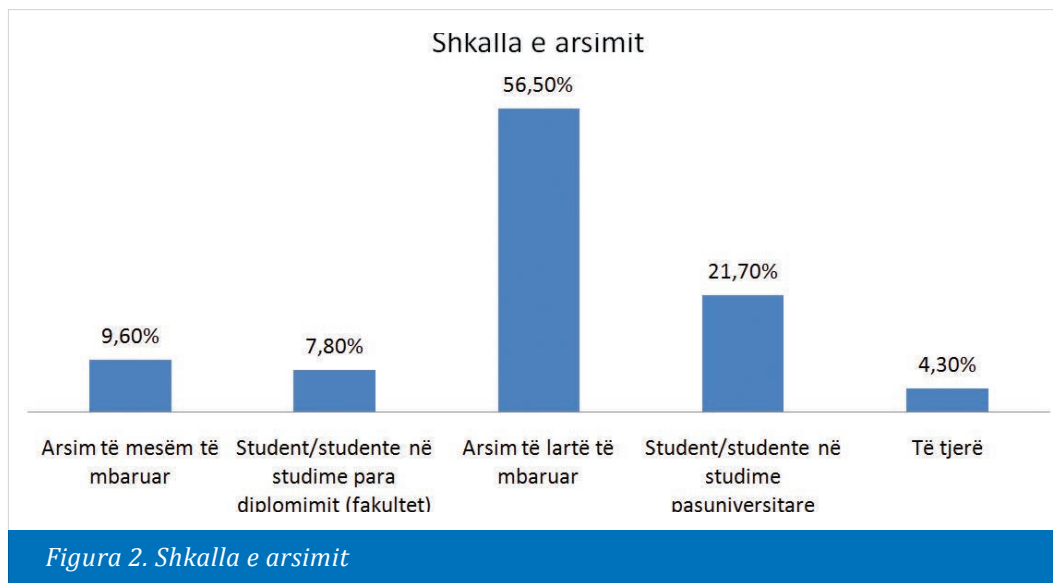
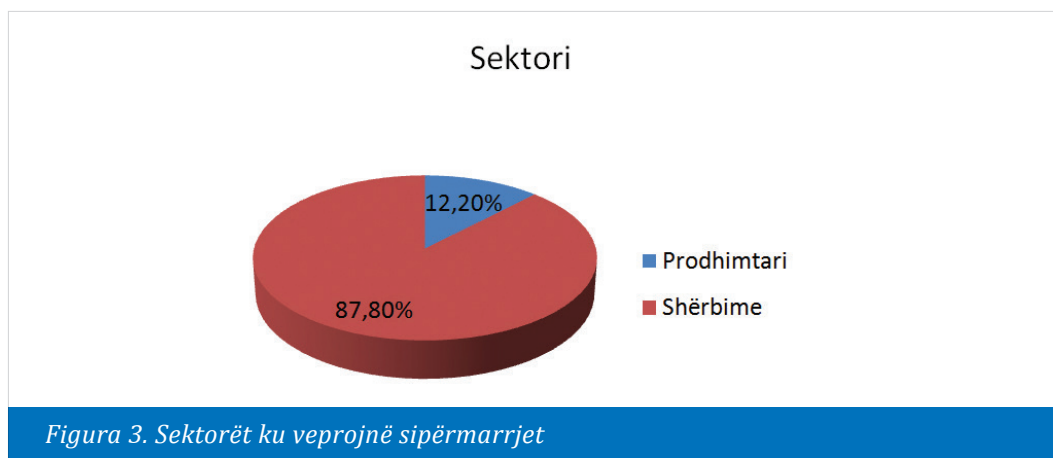


Figura1. Përshkrimi i mostrës sipas gjinisë, etnikumit, vendit të banimit dhe rajonit

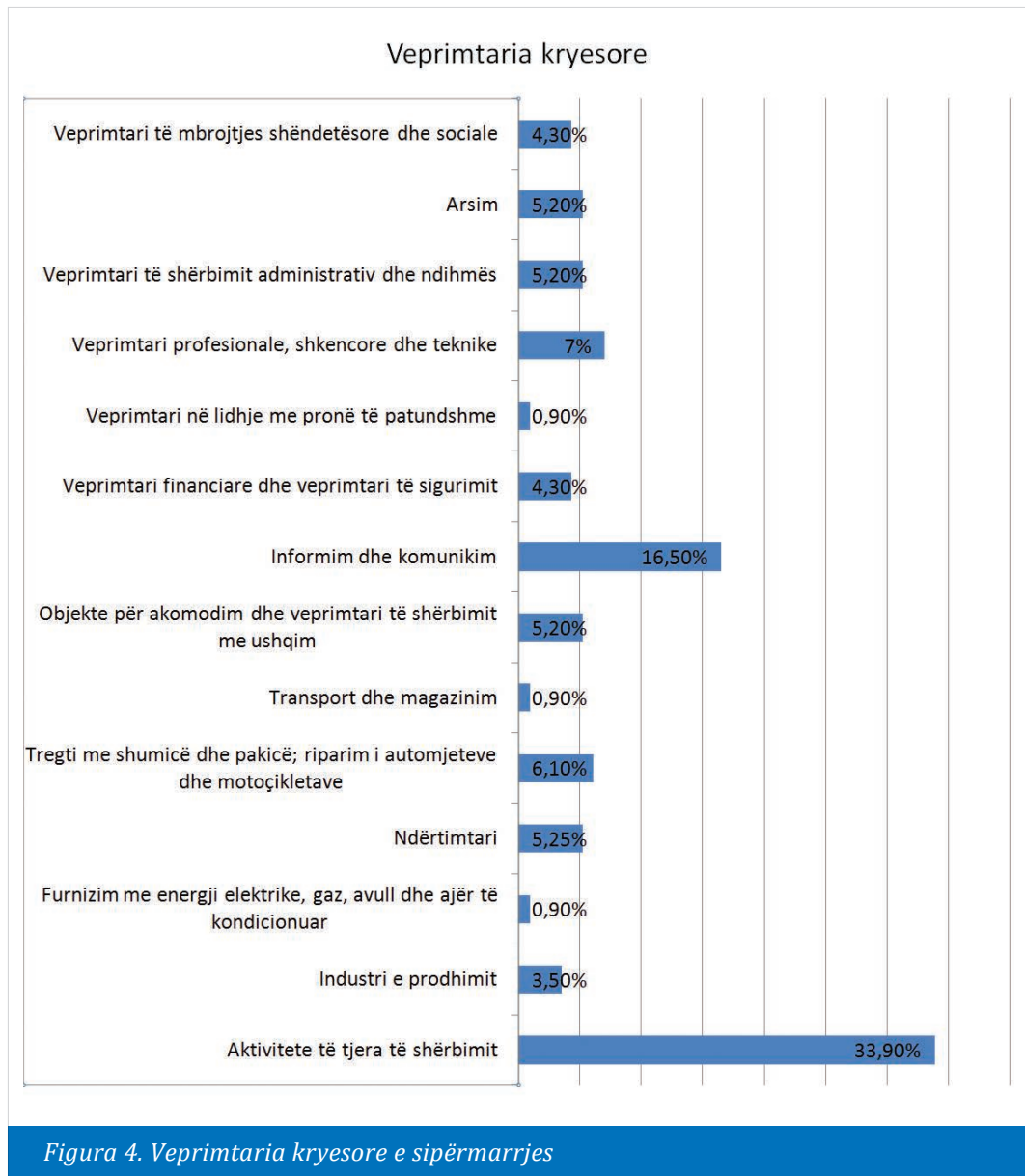
Sipas shkallës së arsimit, 9.6% e të anketuarve janë me arsimim të mesëm, 7.8% janë studentë para diplomimit, 56.6% kanë mbaruar arsim të lartë, 21.7% janë studentë të studimeve posdiplomike, kurse 4.3% të tjerë.



Sipas sektorit në të cilin veprojnë sipërmarrjet e të anketuarve, 87.8% janë të shërbimit, kurse 12.2% të prodhimit.



Sipas figurës 4. mund të vërehet se sipërmarrjet për të cilat janë përgjigjur të anketuarit, janë nga veprimtari të ndryshme themelore



Sipas statusit ligjor të sipërmarrjes, 43.5% janë ShPKTHP (shoqatë me përgjegjësi të kufizuar të themeluar nga një person), 29.6% ShPK (shoqata me përgjegjësi të kufizuar), 2.6% janë shoqata aksionare, 9.6% kryerës të pavarur të veprimtarisë dhe 14.8% të tjera.

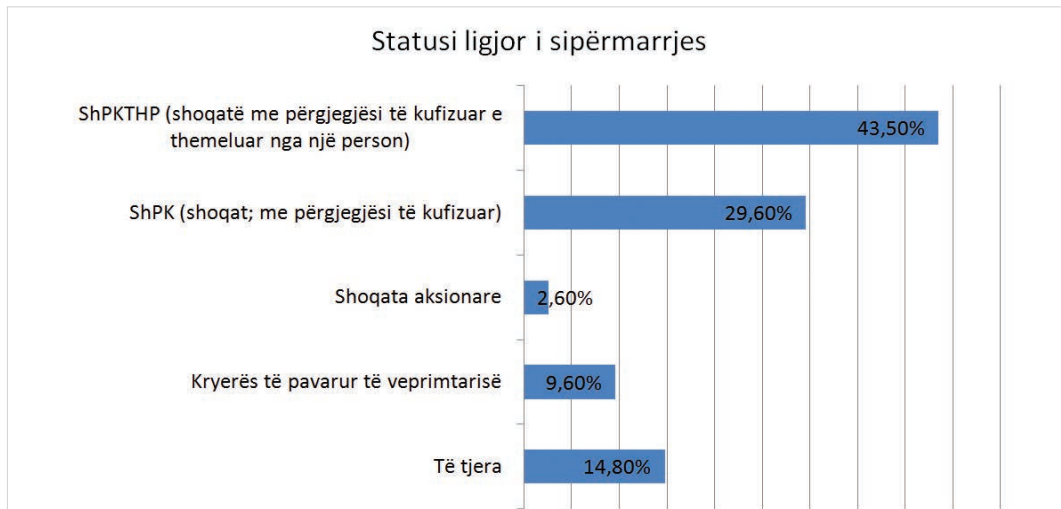


Figura 5. Statusi ligjor i sipërmarrjes

Prej të anketuarve është kërkuar që të vlerësojnë situatën aktuale në të cilën gjendet sipërmarrja, kështu që ajo është në fazën e rritjes, janë përgjigjur pothuajse gjysma e të anketuarve ose 53%, se është e qëndrueshme, me synim për të vazhduar kështu janë përgjigjur 28.7% dhe se është në gjendje kritike, lufton për mbijetesë- 18,3%.

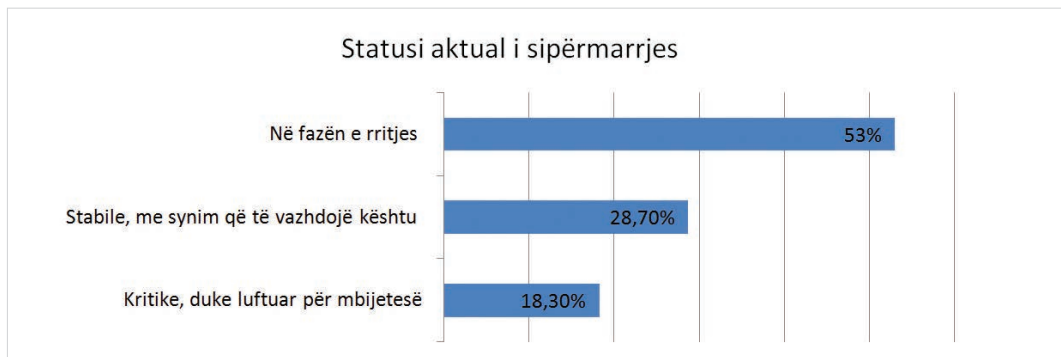
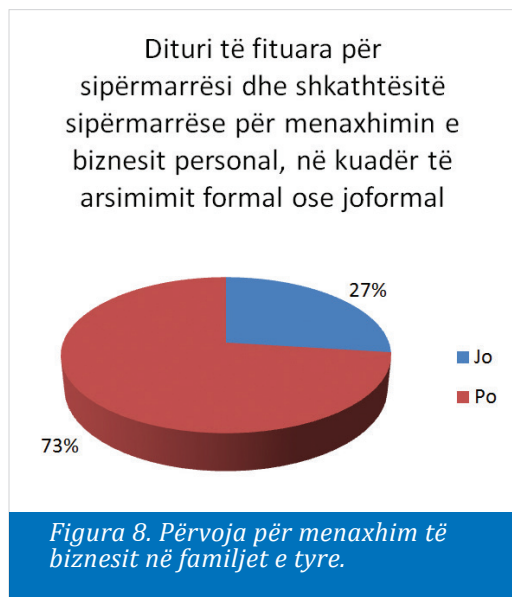
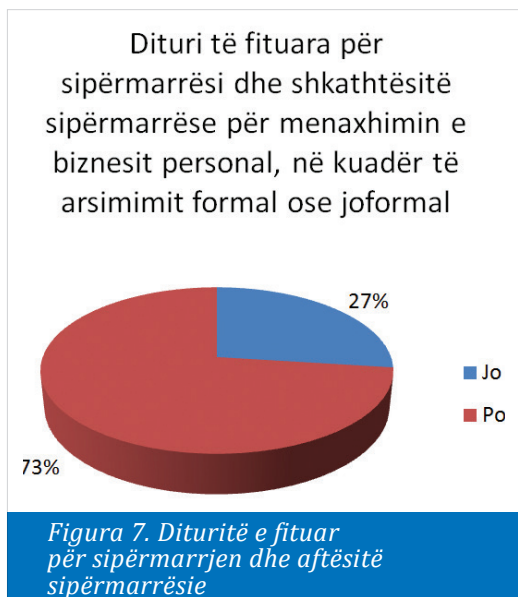


Figura 6. Statusi aktual i sipërmarrjes

nëpyetje se gjatë arsimit formal ose joformal a kanë fituar diturinë rreth sipërmarrësisë dhe shkathtësisë sipërmarrëse, 73% e të anketuarve janë përgjigjur pozitivisht, kurse 27% janë përgjigjur negativisht.



Më pak se gjysma, ose 41.7% e të anketuarve janë përgjigjur se kanë/kishin përvojë për menaxhim të biznesit në familjet e tyre.



05

I NEVOJAT SPECIFIKE PËR PËRKRAHJE BIZNESI

Autor: Doc. dr. Vesna Zabijakin Çatleska

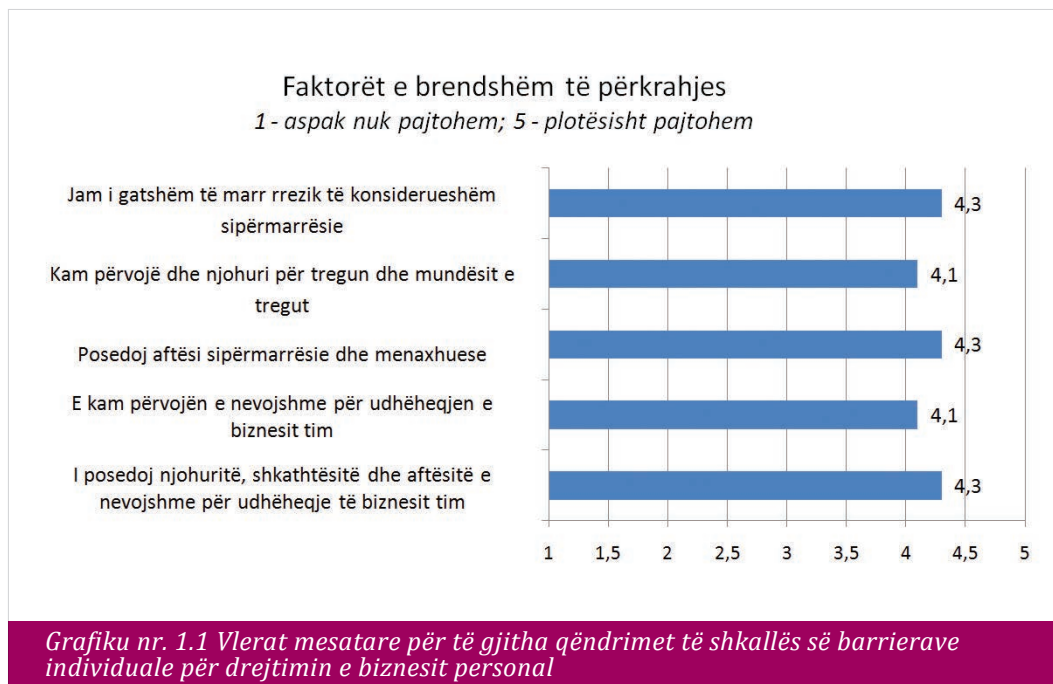
Suksesi i biznesit të sipërmarrësish kryesisht varet nga shumëfaktorë të brendshëm dhe të jashtëm. Faktorët e brendshëm kanë të bëjnë me karakterin e personalitetit të sipërmarrësit të ri dhe kompetencat e tij kognitive (në bazë të njohurive) dhe bihevorale. Marrë në përgjithësi, faktorët e jashtëm janë: mundësitë sociale dhe kulturore; arsimimi për sipërmarrësi; përkrahjet e biznesit; kornizat institucionale rregullatore dhe qasja në financa.

Nevojat specifike për përkrahjen e biznesit për sipërmarrësit e ri janë hulumtuar duke përcaktuar shkallën e ekzistencës së faktorëve të lartpërmendur të suksesit. Rezultatet e fituara nga secili faktor më vete, tregojnë vendet se ku vendosen sfidat me të cilat përballen sipërmarrësit e rinj që i përcaktojnë nevojat specifike për përkrahje për ballafaqim me sfidat dhe/ose barrierave të caktuara në biznes.

» PËR CILËT FAKTORË TË BRENDSHËM TË SIPËRMARRËSIT TË RINJ ËSHTË E NEVOJSHME PËRKRAHJA BIZNESIT?

Pyetja e parë në lidhje me nevojat e përkrahjes së biznesit ka të bëjë me përcaktimin e shkallës në të cilën disa faktorë të brendshëm janë të pranishëm tek sipërmarrësi i ri, me qëllim të targetimit të nevojave të përkrahjes së biznesit. Sipërmarrësve të rinj në këtë studim u është ofruar, në shkallë prej 1 deri 5 (ku 1 – aspak nuk pajtohem, 5 - pajtohem plotësisht), të bëjnë vetë-vlerësim të kompetencave dhe gatishmërisë së tyre për të drejtuar biznes sipërmarrësie, nëpërmjet shkallës së pajtueshmërisë/mospajtueshmërisë me 5 mundësi të ofruara. Sipas rezultateve nga përgjigjet e të anketuarve, vlerat më të larta janë marrë në gatishmëri për marrjen e rrezikut, në posedimin e aftësive menaxherie dhe sipërmarrësie dhe posedimin e njohurive, shkathtësive dhe aftësisë për të udhëhequr biznes (për të trevariablat vlera mesatare është $M = 4.3$). Vlerat më të ulëta mesatare kanë përvojë për drejtimin e biznesit, si dhe përvojë dhe njohuri të tregut dhe kushteve të tregut (për të dy variablat vlera mesatare është $M = 4.1$). Si përfundim, këto rezultatet tregojnë se sipërmarrësit e rinj kanë aftësi solide menaxherie dhe sipërmarrësie. Nga ana tjetër, theksohet nevoja për të përkrahur biznesin edhe në fushën e ndërtimit të kapaciteteve udhëheqëse si dhe në pjesën e marrjes së njohurive të reja për tregun

në të cilin zhvillohet biznesi i tyre dhe pasurimin e përvojës për kushtet aktuale të tregut. Rezultatet tregohen grafiksht në grafikun nr. 1.1.



„Mendoj se nuk posedoj njohuri të mjaftueshme për udhëheqjen e biznesit, por mjaft kam mësuar nga gabimet e bëra, edhe pse disa prej tyre më kanë kushtuar shumë. Besoj se në arsimin formal duhet t'i jepet rëndësi edhe mësimi mbi sipërmarrësinë dhe t'i kushtohet më shumë vëmendje atij. Mësimi joformal duhet të kontribuojë shumë më tepër, por problem është se numri i madh personave të rinj nuk janë të informuar ose nuk kanë dëshirë për aplikim në programe të tilla.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 24 vjeçe, në sektorin e prodhimit të artit).

„Unë mendoj se posedoj njohuri të mjaftueshme, kurse në raport me përvojën - asnjëherë njeriu nuk mund të pretendojë se ka plotësisht përvojë. Diturinë e kam fituar, përveç nga arsimi fakultativ, por edhe nga stazhit praktikant, seminarët, punëtoritë etj.” (sipërmarrësi i ri nga Gostivari, shqiptar 30 vjeç, shërbime shëndetësore).

„Mendonim se ne dimë çdo gjë, por kuptuam se shumë gjëra duhen që më vazhdimësi të mësohen. Duhet që të mos kesh turp nga puna. Shumë shpesh unë dhe shoqja ime vetë pastrojmë, madje edhe kemi lyer muret. Duhet të mësohesh se si të futesh në shumëllojshmëri të rrjeteve on-line. Nuk është vetëm booking.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 29 vjeçe, shërbimet hotelerie).

„Njohuritë poseduese nuk janë asnjëherë të mjaftueshme. Nëse dëshiron të mbijetosh duhet patjetër të përsosesh dhe të jesh në rrjedha me të gjitha risitë dhe inovacionet në nivele botërore.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeçe, në sektorin e prodhimit).

„Mendoj se posedoj njohuri dhe shkathtësi të mjaftueshme të nevojshme për të udhëhequr biznes. Shkathtësitë që i kam fituar janë pikërisht nga arsimi joformal. Unë kam punuar në shumë objekte shërbyese, në të cilat jam kujdesur për financat dhe dokumentacionet, kështu që mund të them se, pikërisht kjo më ka ndihmuar për t’u marrë me këtë sfidë. Besoj se arsimi joformal në masë të madhe mund të ndihmojë gjatë udhëheqjes së biznesit.” (sipërmarrës i ri nga Kumanova, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin tregti me shumicë dhe pakicë).

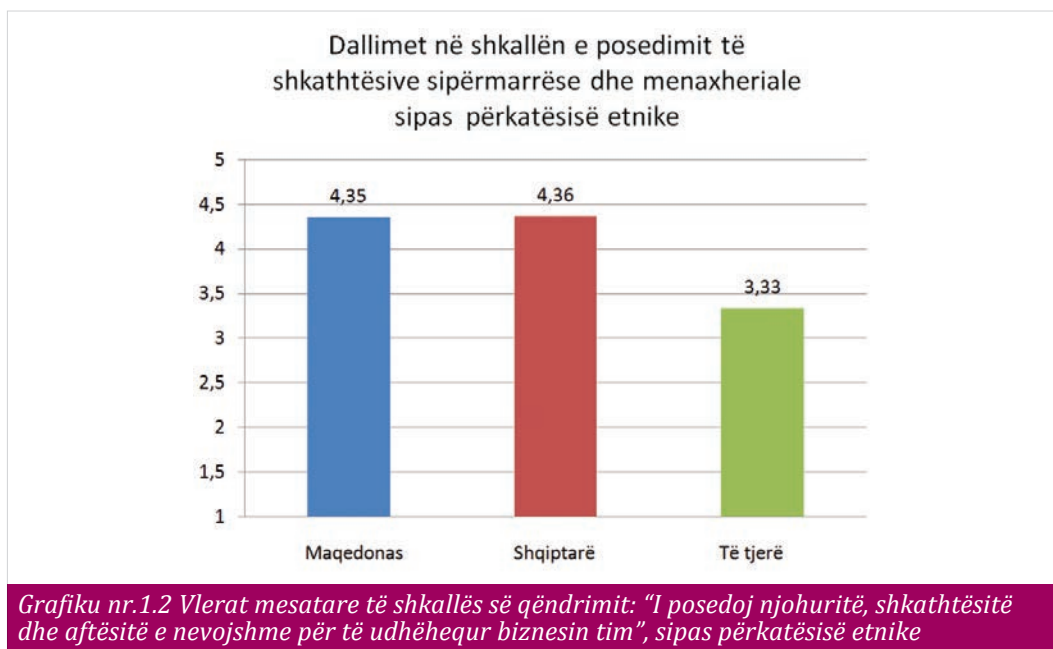
„Zanatin e floktarisë e di shumë mirë, gjithmonë i ndjek risitë dhe kur kam mundësi shkoj në seminare ose në panairë. Do të shkoja edhe më shpesh, por nuk mund të lejoj atë. Takimet me shoqatën tonë i vlerësoj si shumë të dobishme. Do të doja të di edhe më shumë për udhëheqje të biznesit, por diçka që do të jetë e shkurtër dhe e dobishme, nuk kam kohë, tani punoj vetë gjatë gjithë ditës.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, në sektorin e shërbimeve).

„Mendoj se posedoj njohuri dhe shkathtësi të mjaftueshme. Një pjesë e kam fituar gjatë studimeve në fakultet por më tepër duke punuar në projekte reale, nëpërmjet analizave të fushave që më kanë interesuar dhe me analizë të atë se si merren me sfida të ndryshme disa dizajniertë njohur nga Evropa dhe më gjerë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 27 vjeçe, shërbime të dizajnit dhe shitje të produkteve të dizajnit).

„Nuk mendoj se posedoj njohuri të mjaftueshme, duhet të fitoj sa më shumë njohuri dhe shkathtësi që zbatohen në botë, poashtu klima e biznesit kërkon t’i ndjek hapat e botës. Disa njohuri dhe shkathtësi duhen të thellohen për

t'i vazhduar me sukses në biznes. Unë mendoj se arsimimi joformal mund të ketë kontribut më të madh praktik për atë se biznesmenët janë shpesh shumë të zënë dhe duhen aftësi konkrete që janë të nevojshme për të arritur në kohë të shkurtër. Natyrisht, edhe arsimi i lartë formal mund të kontribuoj .” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç, në sektorin e shërbimeve).

Analiza e mëtejme statistikore e të dhënave tregoi disa zbulime të tjera. Me aplikimin e testit joparametrik u identifikua një ndryshim në mënyrë statistikore i rëndësishëm në shkallën e posedimit të aftësive sipërmarrëse dhe drejtuese në mesin e grupeve të ndryshme etnike – $\chi^2(2)=10,905$; $p=0,004$ (grafiku nr. 1.1

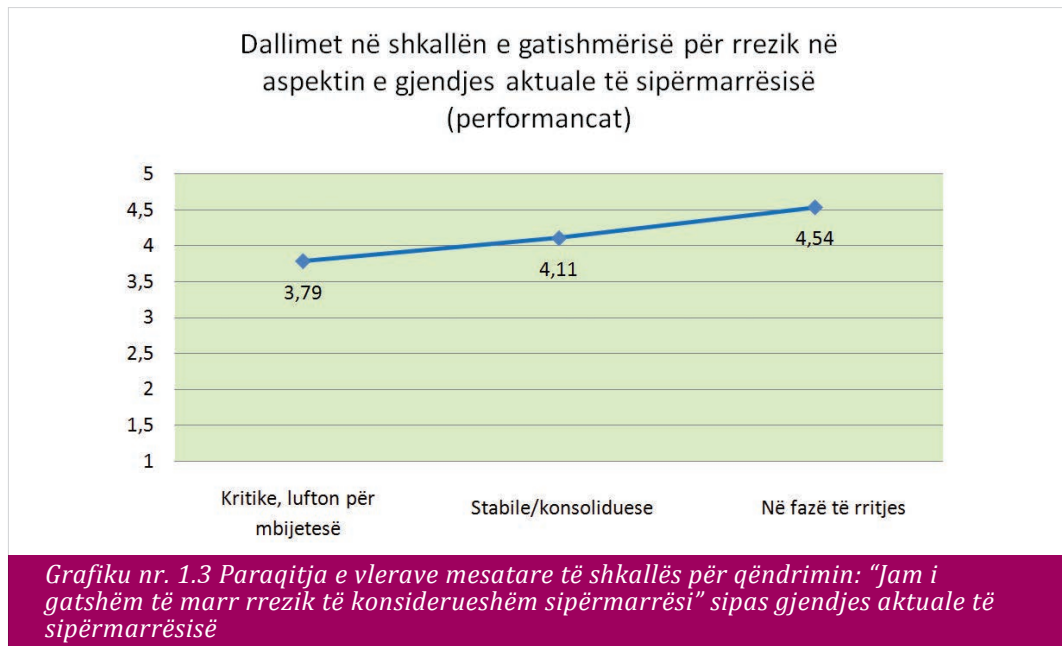


Nga të dhënat e paraqitura për të anketuarit, të përfshirë në ekzemplar, mund të shihet se "bashkësitë e tjera etnike" në Maqedoni (turqit, serbët, romët, vllahët etj.) kanë nivel shumë të ulët të aftësive sipërmarrëse dhe menaxhuese në krahasim me të anketuarit maqedonas dhe shqiptarë.

Gjithashtu edhe koeficienti i korrelacionit të Pirsonit tregoi lidhje të dobët pozitive, por statistikisht, të rëndësishme ndërmjet moshës së pjesëmarrësve dhe vetëvlerësimit

të tyre për njohuritë e kushteve të tregut. Me rritjen e moshës rritet përvoja, njohuritë dhe mundësitë e tregut të sipërmarrësve të ri ($r=0.197$, $p=0.047$).

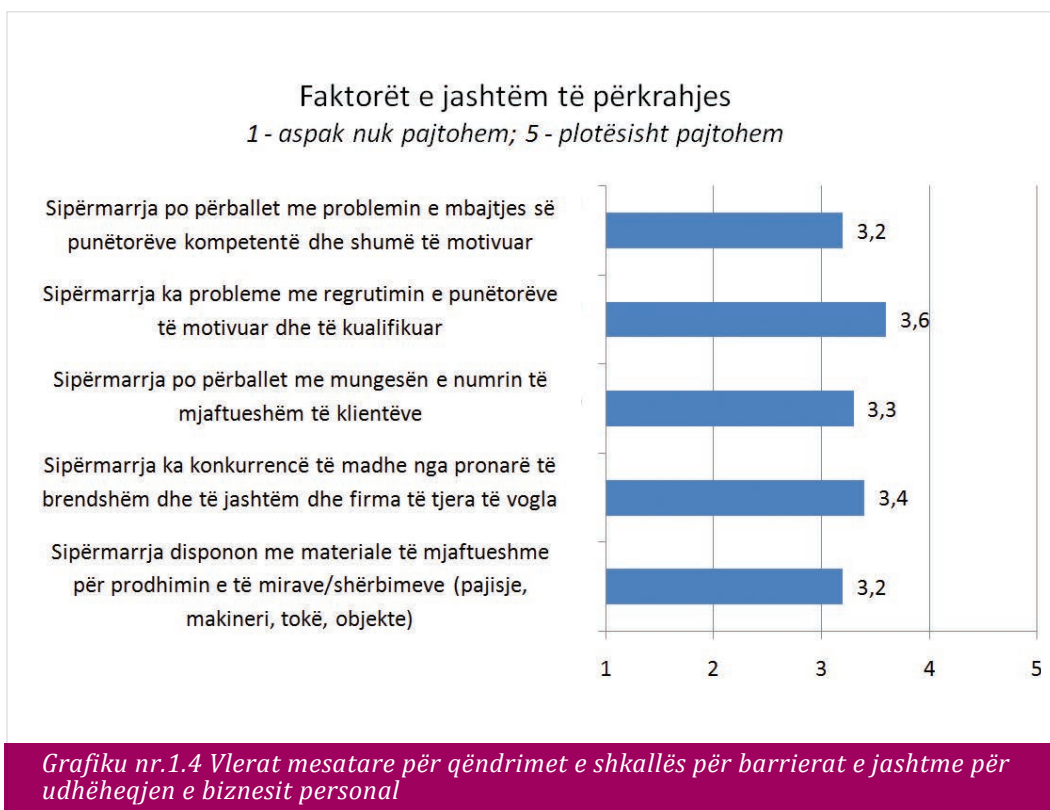
Edhe më tepër, testi statistikor (testi joparametrik) ka treguar korrelacion të rëndësishëm pozitiv të performancave të përgjithshme të sipërmarrjes me gatishmëri për rrezik. Sipërmarrësit e rinj, të cilët kanë shkallë të lartë të gatishmërisë për rrezik, njëkohësisht udhëheqin biznes i cili është në fazë të rritjes - $\chi^2(2)=13.921$; $p=0,001$ (grafiku nr. 1.3).



» SIPËRMARRËSIA RINORE NUK ËSHTË VLERËSUAR DHE PROMOVUAR SA DUHET. CILËT JANË FAKTORË TË TJERË TË JASHTËM TË PËRKRAHJES?

Hulumtimi i mëtejshëm i nevojave specifike për përkrahje të biznesit është realizuar nëpërmjet bllok pyetjeve që kanë të bëjnë me perceptimin e sipërmarrësve të rinj për faktorët e jashtëm të suksesit të firmave të sipërmarrëseve të rinj. Të anketuarve u janë ofruar 13 qëndrime të cilat përfshinin pengesat e mundshme të jashtme për udhëheqjen e biznesit të tyre. Në shkallë prej 1 deri 5, ku 1 – aspak nuk pajtohem dhe 5 - plotësisht pajtohem, është kërkuar të shprehin shkallën e tyre të pajtueshmërisë/jo-pajtueshmërisë për secilën konstatim ndaras.

Me grupin e parë të pyetjeve trajtohen barrierat ose sfidat potenciale me të cilat përballen sipërmarrësit e rinj, por të cilat kanë të bëjnë me funksionimin e drejtpërdrejtë të sipërmarrjes siç janë: tërheqja, rekrutimi dhe mbajtja e komponentëve të motivuar të punëtorëve; posedimit të resurseve për punë; “lufta” për konsumatorë dhe konkurrencë të tregut. Hulumtimet e realizuara tregojnë se, nga të gjitha sfidat e lartpërmendura, sipërmarrësit e rinj më së shumti përballen me sfidën se si të rekrutojnë punëtorë të motivuar dhe të kualifikuar ($M = 3.6$), në çka janë më afër sfidave për t'u përballur me konkurrencën ($M = 3.4$) dhe rritja e pjesëmarrjes në treg ($M = 3.3$). Pas tyre vijojnë sfidat për mbajtje të punëtorëve kompetent dhe shumë të motivuar dhe sfidat që lidhen me posedimit të resurseve të nevojshme financiare (për të dy konstatimet vlera mesatare është $M = 3.2$). Rezultatet janë paraqitur në grafikun nr. 1.4.





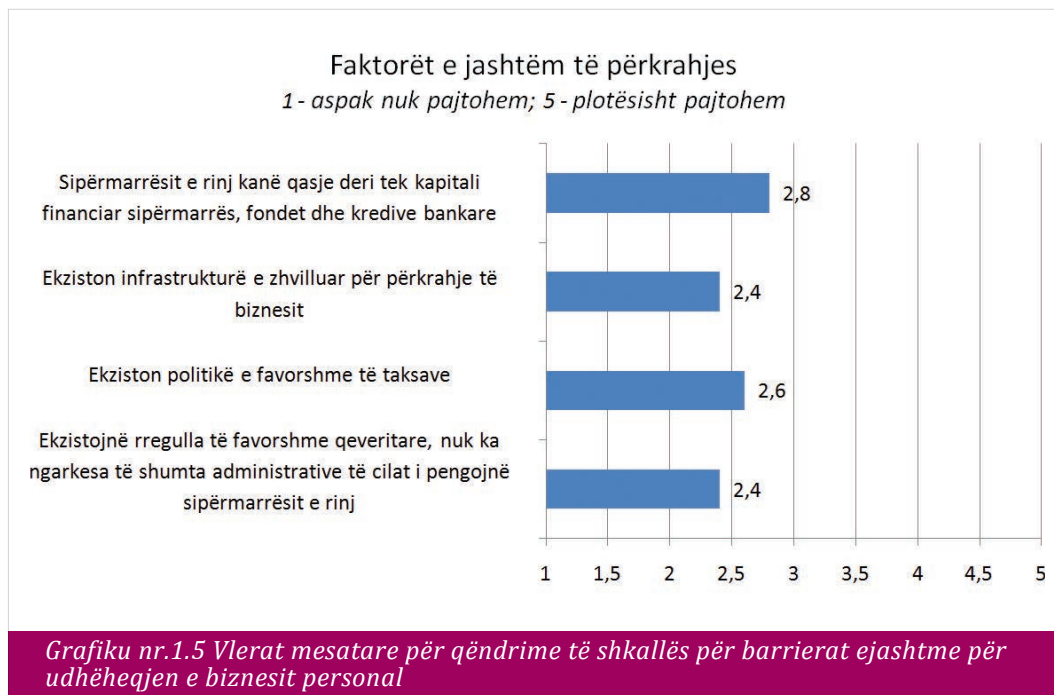
„Klima e sipërmarrësve në vendin tonë po zhvillohet por nuk jam e sigurt nëse do të vijë në nivel më të lartë të zhvillimit për shkak migrimit të kuadrit cilësor.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, në sektorin e prodhimit.)

„Sipërmarrja përballet me numër të zvogëluar të klientëve (firmat dhe individët) si rezultat i rënies së ekonomisë. Ndoshta nuk do ta kishim këtë problempo të kishim pasur ekonomi më të qëndrueshme dhe njerëzit do të kishin më shumë para. Ky është rrethi, kur njerëzit shpenzojnë për qepje, duhet rritur pagat, atëherë do të ketë të punësuar më të kënaqur.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, në sektorin e prodhimit.)

„Si barrierë, por edhe si sfidë do të kisha deklaruar faktin se në Kumanovë tashmë ka disa ndërmarrje që e punojnë të njëjtën punë si unë, kështu që sfida është për të tërhequr njerëz më shumë dhe të njihen klientët me ndërmarrjen si dhe të tërhiqen blerësit gjatë konkurrencës së tillë.” (sipërmarrës i ri nga Kumanova, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin tregti me shumicë dhe pakicë).

„Biznesi bazohet në prezantimin e produkteve të destinuara vetëm për tregun e Maqedonisë. Ajo që ne e shohim si pengesë në këtë moment është tregu i ulët dhe fuqia e ulët blerëse për pjesë të dizajnit në rajonin tonë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbime të dizajnit dhe shitjes së produkteve të dizajnit, maqedonase, 27 vjeçe).

Disa pyetje në vazhdim i referohen faktorëve të jashtëm që janë të lidhur me supozimet për veprimet e sipërmarrësve të rinj. Për të gjitha vlerat e ndryshuara janë marrë vlera më të ulëta në krahasim me grupin e mëparshëm të vlerave të hulumtuara. Në përgjithësi, kjo do të thotë se sipërmarrësit e rinj kanë qëndrim negativ mbi rrethin e përgjithshëm të biznesit dhe, sipas tyre, nuk është në funksion të avancimit të sipërmarrësisë së të rinjve. Ata konsiderojnë se nuk ka infrastrukturë të zhvilluar për përkrahje të biznesit (M = 2.4) dhe nuk pajtohen që rregulloret e qeverisë dhe ngarkesat administrative janë të përshtatura për nevojat dhe për të inkurajuar zhvillimin e sipërmarrësisë rinore (M = 2.4). Sipërmarrësit e rinj të përfshirë nga ky hulumtim, të ngjashëm me zbulimet e mëparshme, sa i përket kushteve tatimore dhe mjeteve financiare (M = 2.6), (M = 2.8) nuk japin vlerësim pozitiv (grafiku nr. 1.5).



„Pengesat më të mëdha janë ligjet e vjetruara dhe tregu i vogël.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e-tregut).

„Momentalisht ne kemi problem që të regjistrohemi, ka disa rregulla të reja të cilat janë të paqarta. Ka edhe shumë shpenzime të tjera që lidhen me kërkesat e caktuara të shtetit dhe të cilat vazhdimisht janë në rritje. Kur kemi filluar, kemi pasur një farë llogaritje të shpenzimeve, dhe pastaj vazhdimisht dilnin kërkesa të reja. Nuk ka mundësi që në një vend të informohesh për të gjitha obligimet që i keni kur hyni në një biznes të caktuar, për të ditur se cilat janë rreziqet.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 29 vjeçe, shërbime hotelierie).

„Nga EPRM (Enti për Punësim i R. Maqedonisë) kanë shumë përfitime në formën e punësimit të subvencionuar dhe lirimit të taksave. Por unë jam i zhgënjyer me bankat sepse nuk janë aspak të disponuar për çfarëdo lloj kompromisi. (sipërmarrësi i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e-tregut).

„Unë kam marrë ndihmë nga Agjencia për punësim deri 3000 euro. Kjo më ndihmoi për të filluar. Duhet të ketë më shumë forma të këtilla ndihmëse.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, në sektorin e shërbimeve)

„Si pjesëtare e një organizate joqeveritare, e përbërë nga sipërmarrës të rinj, besoj se nga ky sektor kam marrë mbështetjen më të madhe në hapjen e biznesit tim personal. Me ato kam pasur mundësi për të krijuar fushatën time kraudfunding që ndihmoi për të marrë mjetet financiare në të holla. Pavarësisht nga kjo, kam marrë këshilla nga aspekte të ndryshme të tilla si marketing, financa dhe çështjet ligjore.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 24 vjeçe, në sektorin e prodhimit).

„Nëse do të mund të jap notim do të kisha vlerësuar me notë 2, për shkak se mundësitë janë të kufizuara, nuk ka asnjë ndihmë, përveç në formën e kredisë, e cila më vonë është vështirë për të paguar në qoftë se biznesi nuk funksionon menjëherë.” (sipërmarrës i ri nga Kumanova, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin tregti me shumicë dhe pakicë).

„Problemi më i madh është se në Maqedoni aktivitetet shëndetësore nuk janë mjaft fitimprurëse, të ardhurat nga fondi shëndetësorë nuk janë të mjaftueshme. Nga ana tjetër, ka konkurrencë prej sipërmarrësve të tjerë nga i njëjti aktivitet.” (sipërmarrës i ri nga Gostivari, shqiptar, 30 vjeç, shërbimet shëndetësore).

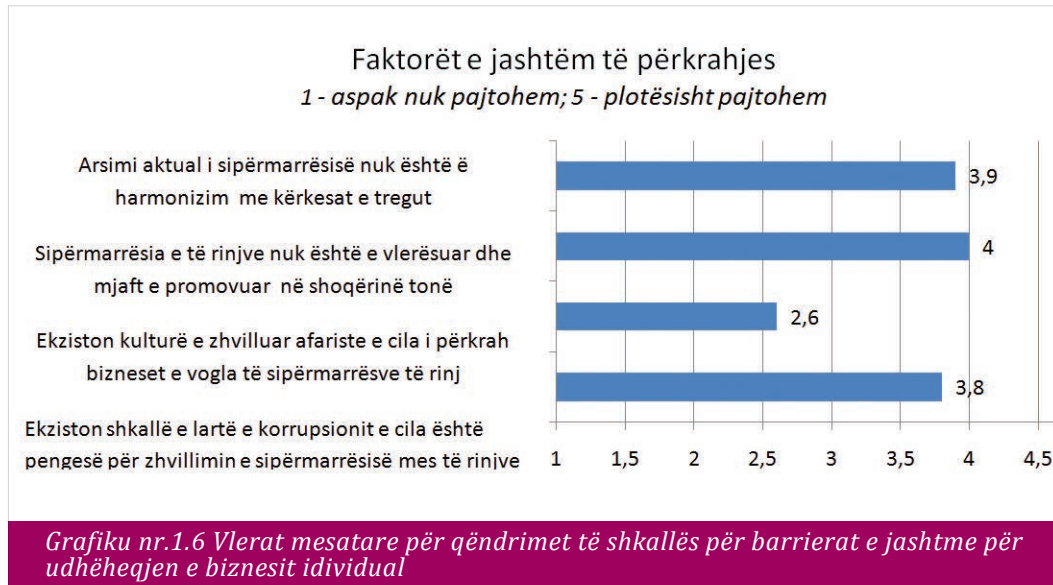
„Ka disa barriera: për shkak të konkurrencës jolojale duhet të punohet me çmime më të ulëta; mundësitë e dobëta dhe procedurat e komplikuar të institucioneve shtetërore (komunat, ministritë) për të arritur te dokumentet për të realizuar projektin në një kohë sa më të shpejtë.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç, në sektorin e shërbimeve).

„Konkurrenca është shumë e madhe dhe çmimet e shërbimeve janë të ulëta. Gjithashtu, ka shumë detyrime financiare ndaj shtetit. Ka rregulla të paqarta.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, në sektorin e shërbimeve).

„Deri tani nuk kam pasur mbështetje nga institucionet/organet nacionale dhe lokale, as nga organizatat, shoqatat apo fonde qytetare. Nuk jam e informuar për ato.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 29 vjeçe, shërbimet hotelerie).

„Nuk marr mbështetje nga asnjë institucion, organizatë apo fond. Deri tani nuk kam kërkuar, por si një biznesmen i ri, jam pak i informuar për mundësitë që ekzistojnë dhe ofrohen. Mendoj se duhet të kemi më shumë mundësi për t'u njoftuar dhe për të informuar në lidhje me mundësitë e tilla.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç në sektorin e shërbimeve).

Grupi i fundit i pyetjeve i përfshin qëndrimet për gjendjen e mjedisit më të gjerë. Vlera më e lartë mesatare është paraqitur me variabël “promovimi i sipërmarrësisë rinore” ($M = 4$). Kështu që sipërmarrësit e rinj bien dakord që sipërmarrja e të rinjve nuk vlerësohet dhe nuk është promovuar sa duhet në shoqërinë maqedonase. Gjithashtu ata konsiderojnë se arsimi aktual sipërmarrës nuk është në përputhje me kërkesat e tregut dhe nuk kontribuon në nxitjen e ideve për biznes dhe fillimin e biznesit të të rinjtë ($M = 3.9$). Në këtë ndërlidhet edhe pëlqimi me qëndrimin se ekziston nivel i lartë i korrupsionit ($M = 3.8$) i ndjekur me vlerësim negativ për kulturën afariste e cila nuk i jep mbështetje bizneseve të vogla dhe sipërmarrësve të rinj ($M = 2.6$), (grafiku nr. 1.6).





„Njohurinë që i kam fituar është me vetë -arsimim, kurse një pjesë të aftësive sipërmarrëse i kam fituar në fakultet. Nuk jam e informuar për mësimin e sipërmarrësisë në arsim formal, dhe joformalja gjithmonë mund të jetë përfitim i shtuar për ata që duan të përsosen.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeç, në sektorin e prodhimit).

„Arsimi formal është formal me arsye. Ka shumë njerëz që kërkojnë arsye se pse nuk ka sipërmarrës të mjaftueshëm në Maqedoni. Për shkak se këta njerëz janë zakonisht në sektorin civil, ku edhe i përkasin. Sipërmarrësit janë predatorë - gjuetarë. Edhe pse ata e shikojnë anën e keqe dhe nuku pëlqejnë, nuk kanë kohë për të kushtuar me arsyetim se pse kemi një përqindje të caktuar sipërmarrës në shoqëri.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e-tregut).

„Arsimi formal është si i tillë sepse është krijuar nga sistemi i rendit shoqëror që ka nevojë për të përmbushur nevojat e fuqisë punëtore. Nga vetë logjika e gjërave, njerëzit që krijojnë këtë sistemin arsimor nuk kanë nevojë për 1/3 e fuqisë së re të arsimuar për të hapur biznesin personal. Në qoftë se nuk do të ishte kështu, deri më tani sistemi arsimor do të kishte qenë krejt ndryshe.” (sipërmarrësi i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e-tregut).

» KLIMA SIPËRMARRËSE NË SHTET



„Prej 1 deri në 10, do të vlerësoja me 6. Në vitet e fundit trendi i sipërmarrësve të rinj është në rritje të vazhdueshme e cila është mjaft pozitive, megjithatë, ekziston mungesë e madhe në arsimin jotradicional në këtë fushë dhe motivim i vogël për të rinjtë për të marrë rreziqe për të filluar biznes personal.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 24 vjeç, në sektorin e prodhimit).

„Klima sipërmarrëse në vendin tonë ende nuk është zhvilluar” (sipërmarrës i ri nga Gostivari, shqiptar, 30 vjeç, shërbime shëndetësore).

„Klima sipërmarrëse në vendin tonë mund të vlerësohet si e pavolitshme.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbimet të dizajnit dhe shitje të produkteve të dizajnit maqedonase, 27 vjeçe).

„Klima sipërmarrës mesatarisht është e zhvilluar. Mund të ishte shumë më mirë. Ndoshta krahasuar me vendet perëndimore ka disa lehtësime në

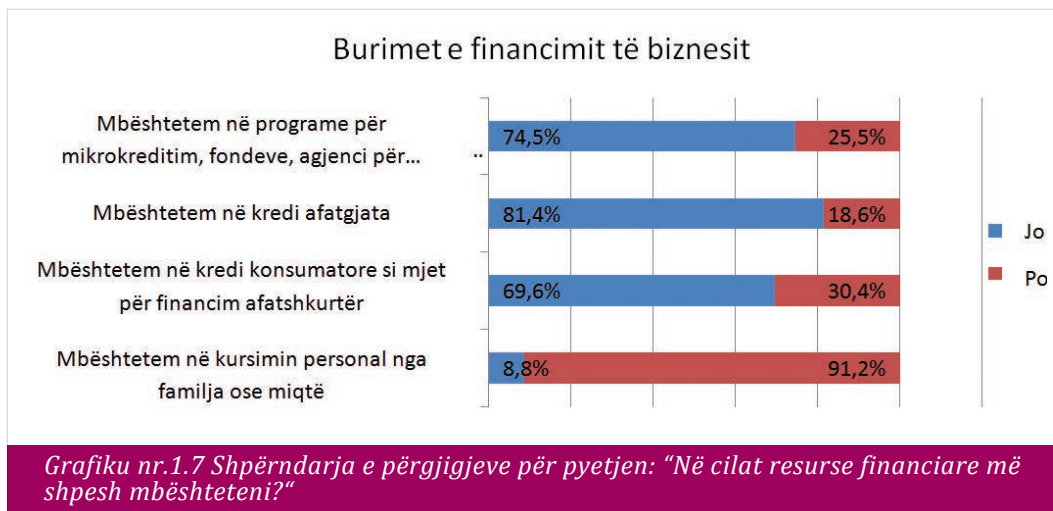
taksat dhe sigurimin e punëtorëve. Por me kontributet e sipërmarrësve është vështirë për të balancuar hyrjen dhe daljen, vërtet shumë procedura dhe kërkesa të paqarta nga DHP (drejtoria e të hyrave publike).” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç në sektorin e shërbimeve).

„Duhet të ketë më shumë këshillimore për të rinjtë kur duan të fillojnë një biznes. Duhet të ketë rregulla më të qarta dhe të zbatohen në mënyrë të barabartë për të gjithë. Njerëzit kanë nevojë për dalje pak jashtë vendit për tu inkurajuar.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 29 vjeçe, shërbime hotelerie).

„Klima sipërmarrëse në vendin tonë si dhe gjithkund në botë, ka anët e mira dhe të këqija. Por, siç thonë të vjetrit në Maqedoni – për derr të mirë nuk ka mbeturinë të keqe “(sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç në sektorin e tregut.).

» SI FINANCOHET BIZNESI I VOGËL START-UP?

Theksi të veçantë në hulumtim është vënë shqyrtimit të mënyrave të financimit të biznesit, i cili është një ndër faktorët më të rëndësishëm për suksesin e përgjithshëm të biznesit afarist. Si ndërlidhje me gjetjet e mëparshme të eksponuar, të lidhura me nevojën për përkrahje të biznesit, anketuesve u është parashtruar pyetja: «Në cilat burime financiare më shpesh mbështeteni?», me qëllim që të përcaktohen resurset më të zakonshme të mjeteve financiare që i përdorin sipërmarrësit e rinj, si dhe të hartohet nevoja për sigurim më të madh të përkrahjes financiare. Nëpërmjet një grupi prej 4 qëndrimeve/modaliteteve (të matura në mënyrë binare me “jo” dhe “po”), u përcaktua në sa përqind është përdorur resursi i caktuar i financimit. Në nivel të shembullit të përgjithshëm, në qoftë se radhiten resurset, vihet në dukje se sipërmarrësit e rinj kryesisht i përdorin kursimet personale dhe mjetet nga familja ose miqtë (91.2%), pjesërisht mbështeten në financimet afatshkurta nëpërmjet kredisë konsumatorë (30.4%), edhe më pak përdorin ndihmë nga programet për mikro-kreditim, fondet, agjencitë për kapitale në rrezik etj. (25.5%), kurse pak nga ata, përdorin kredi afatgjatë (18.6%). Shpërndarja e përgjigjeve të të anketuarve është paraqitur në grafikun nr.1.7.



„Nuk kam asnjë përkrahje nga institucionet, fondet etj, për biznesin tim” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeçe, në sektorin e prodhimit).

„Burim më i zakonshëm i financimit janë prindërit e mi” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeçe, shërbime hotelerie).

„Më së shpeshti unë mbështetem në investitorët dhe në familjen si burime të financimit.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e tregut).

„Mbështetem në burimet e mia që i kam përdorur në fillim të hapjes së biznesit personal dhe kraudfanding si mënyrë jo tradicionale për akumulimin e фондеве. (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 24 vjeçe, në sektorin e prodhimit).

„Tani për tani mbështetem në financat e mia.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin tregti me shumicë dhe pakicë).

„Burimet e financimit janë familja dhe miqtë.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç, në sektorin e shërbimeve).

„Më shpesh mbështetem në financimi privat, kurse një pjesë të vogël prej фондеве e Ministrisë së Kulturës të R.M. Kam përkrahje nga Ministria e Kulturës sepse kemi aplikuar në konkursin për industrinë kreative.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 27 vjeçe, shërbimet e dizajnit dhe shitjen e produkteve të dizajnit).

„Për momentin nuk marr përkrahje nga asnjë shoqatë dhe organ. Mendoj se kjo është për shkak se kam filluar biznesin me financat e mia dhe, tani për tani, aspak nuk kam kërkuar ndihmë dhe përkrahje. Dua të shpresoj se në të ardhmen, nëse kam nevojë për përkrahje do ta marr atë.“ (sipërmarrës i ri nga Kumanova, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e tregut me shumicë dhe pakicë).

„Unë jam shfrytëzues i një ndihme nga shteti. Arrita të marr ndihmë prej 3000 euro, por deri sa i mora nuk ishte lehtë. Po mos kisha ndihmë nga babai im i cili i kupton këto gjëra dhe është pensionist vetë nuk do të kisha sukses. Duhet më tepër ndihmë të tillë që më lehtë për të ardhur tek ajo. Dhe për çdo gjë kisha ndihmë nga familja, prindërit dhe vëllai i cili ende është burim për mua. Vetëm nuk do të kisha mundur të hap sallonin i cili ende duhet të rregullohet, megjithatë do të pres kohë më të mira“ (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, në sektorin e shërbimeve).

NJOHURI PËRFUNDIMTARE

- Rezultatet nga hulumtimi i shkallës së posedimit të faktorëve të brendshëm për udhëheqje të biznesit, sugjerojnë si përfundimin se sipërmarrësit e rinj tregojnë kapacitete dhe kompetenca për menaxherë dhe sipërmarrës solid. Nevojat specifike për përkrahje të biznesit ka të bëjë me ndërtimin e mëtejshëm të sipërmarrësve dhe kompetencave për lidhshmëri, si dhe aftësive të tyre si inovator. Të gjitha këto janë të rëndësishme për sipërmarrësit e rinj dhe bizneset e tyre në fazën start-up. Në të njëjtën kohë, është hetuar nevoja për mbështetje të mëtejshme të biznesit në pjesën e fitimit të njohurive të reja dhe më të thella të produkteve dhe/ose shërbimeve të tregut për të cilat sipërmarrja realizon aktivitete ekonomike si dhe fitimin e përvojës më të madhe në identifikim të mundësive të tregut, si në industri ku vepron sipërmarrja ashtu edhe në mjedisin më të gjerë të përgjithshëm. Në këtë kuptim, procesi i trajnimit, mentorimit dhe lidhjeve (networking) do të jetë mënyra më e përshtatur për të mbështetur biznesin;
- Sipërmarrësit e rinj, nga shembulli i këtij hulumtimi, kurse i analizuar sipas përkatësisë etnike, ndryshon në shkallën e posedimit të aftësive sipërmarrëse dhe menaxhuese. Anëtarët e komuniteteve etnike maqedonase dhe shqiptare tregojnë aftësi më të larta si sipërmarrës dhe menaxherë në krahasim me pjesëtarët e bashkësive tjera etnike, turqit, serbët, romët, vllehtë e të tjerë. Shikuar nga aspekti i udhëheqjes së dallimeve në shoqërinë tonë, si dhe nga parimet e mundësive dhe rasteve të

barabarta, kjo do të thotë se në politikat të zhvillimit të sipërmarrësisë rinore në Maqedoni, theks të veçantë duhet të vihet përparimit të njohurive, shkathtësive dhe aftësive për udhëheqjen e biznesit sipërmarrës tek bashkësitë më të vogla etnike, si dhe qasje të barabartë për të gjitha resurset e nevojshme për të filluar biznesin e tyre;

- ◉ Sipas rezultateve të fituara nga kryqëzimi i të dhënave, konstatohet se sipërmarrësit më të moshuar kanë më shumë përvojë dhe njohuri për mundësitë në treg. Në këtë kuptim, ato do mund të angazhohen në dhënien e përkrahjes së biznesit për sipërmarrësit e tyre më të rinj;
- ◉ Të dhënat tregojnë për lidhje pozitive të rëndësishme në shkallën e pranimin të rrezikut të llogaritur dhe rritjen e sipërmarrjes. Sipërmarrësit e rinj duhen të inkurajohen për pranim të rrezikut por të trajnohen për të kufizuar/kalkuluar rrezikun në kuadër të mundësive që mund të përballojë sipërmarrja;
- ◉ Në përgjithësi, kur do të shihen rezultatet e të gjithë faktorëve të jashtëm të hulumtuar të përkrahjes së biznesit, shihet se vlerën më të lartë të anketuariti japin pohimin se “sipërmarrësia rinore nuk është vlerësuar dhe promovuar mjaftueshëm në shoqërinë tonë.” Rrugët e mundshme të ndërhyrjes do të ishin ngritja e vetëdijes publike për sipërmarrësinë rinore dhe promovimi i saj nëpërmjet organizimit të fushatave dhe ngjarjeve publike nga llojet të ndryshme. Pothuajse njëjtë mendojnë të gjithë, se arsimimi i tanishëm i sipërmarrësisë nuk i stimulon të rinjtë për të filluar biznese të reja kreative dhe inovative dhe nuk i përgatit ata që më lehtë të fillojnë biznesin e tyre.

Gjithashtu sipërmarrësit e rinj kanë shprehur nevojën për:

- ◆ qasje më të madhe deri te kapitali financiar;
- ◆ politikë tatimore më të favorshme e cila do t'i targetojë sipërmarrësit e rinj;
- ◆ rregulla më të favorshme qeveritare dhe më pak ngarkesa administrative për sipërmarrësit e rinj;
- ◆ zvogëlim të nivelit të korrupsionit;
- ◆ infrastrukturë më të zhvilluar për përkrahje të biznesit (agjenci shtetërore dhe fonde për zhvillimin e sipërmarrjes dhe inovacionit, qendra të biznesit që ofrojnë informacione, këshilla, trajnime, mentorim, qasje në hapësirat e punës, etj).
- ◆ Zhvillim të kulturës afariste të mbështetjes.

- ▶ Nëse merren parasysh të dhënat nga hulumtimi ku tregohet se 85.2% e numrit të përgjithshëm e të anketuarve e kanë realizuar biznesin e tyre me kapital fillestar nga mjetet e veta apo mjete të marra nga të afërmit/miqtë e tyre, si dhe treguesit që aktivitetet aktuale të biznesit dhe investimevembështeten në 91.2% prej rasteve, në kursime personale dhe të hollat nga familja ose miqtë. Prandaj mund të konstatohet, se nuk mund të shihet në mënyrë optimiste zhvillimi i sipërmarrësisë rinore. Megjithatë, në mënyrë inkurajuese tregon fakti se, edhe në këto rrethana, 53% e të anketuarve kanë konfirmuar se sipërmarrjet e tyre kanë kaluar në fazën e rritjes. Rritja e biznesit kërkon disa investime financiare. Është e qartë se sipërmarrësit e rinj kanë nevojë për resurse të konsiderueshme financiare, por kanë nevojë edhe për njohuri dhe shkathtësi shtesë që do të mundësojë qasje më të mirë ndaj tyre.

Në këtë kuptim rekomandimet do të zbatohen kryesisht për:

- ◆ qasje nëpërmirësimin e financave përmes hartimit të mundësive ekzistuese për start-up dhe biznes financa; zgjerimin e aftësive të biznesit dhe përvojën e sipërmarrësve të rinj për financim nëpërmjet këshillimit dhe punëtorive për të hyrë në start-up fondet; përshtatjen e rregullores për start-up financim, thjeshtimin e procedurave administrative etj.
- ◆ zhvillimin e një rrjeti më të plotë të biznesit (kontakte, partneritete, forume dhe rrjete për shkëmbimin të përvojave dhe njohurive); organizimin e trajnimeve për nevoja specifike; zhvillimin e kapaciteteve dhe programeve të mentorimit për sipërmarrësit e rinj.





06

II SHKALLA E RRJETËZIMIT DHE BASHKËPUNIMIT ME SIPËRMARRËSIT NGA BASHKËSITË E TJERA ETNIKE

Autor: Prof. dr. Mirjana Borota Popovska

Në këtë pjesë të hulumtimit është bërë përpjekje për të shqyrtuar disa aspekte të besimit që sipërmarrësit e rinj me përkatësi të ndryshme etnike e kanë ndaj njëritjetrit dhe ndaj sipërmarrësve të përkatësisë së tyre etnike, nivelin e rrjeteve dhe bashkëpunimin me subjektet afariste të nevojshme për realizimin dhe promovimin e biznesit, si dhe ndarjen e territoreve që do të kishin nxitje më të madhe për t'u bashkuar. Në analizën e të dhënave nuk kishte asnjë dallim të rëndësishëm statistikor në përgjigjet e marra, as sipas përkatësisë etnike ose gjinore as nga treguesit e tjerë demografik.

» BASHKËPUNIMI RECIPROK

Në shoqëritë shumë kulturor siç është Maqedonia, në bashkëpunim midis dy ose më shumë grupeve ose individëve nga mjedise dhe orientime të ndryshme kulturore (p.sh., maqedonas, shqiptarë, romë, turq) në të cilat mbizotërojnë dallimet kulturore ndërmjet grupeve, siç janë: trashëgimia etnike, vlerat, traditat, gjuha, historia, ndjenja për veten; cilado qoftë nga këto dallime kulturore mund të bëhen barriera në bashkëpunim.

Së pari parashtrohet pyetja: “Gjer më tani a keni pasur bashkëpunim me sipërmarrës të rinj pjesëtarë të komuniteteve tjera etnike ndryshme nga eJuaja?”. Siç mund të shihet nga tabela 38.2% janë përgjigjur se nuk kanë pasur bashkëpunim, ndërsa 61.2% kanë pasur bashkëpunim me sipërmarrës të rinj të cilët janë anëtarë të një bashkësie tjetër etnike (tabela 2.1).

Bashkëpunimi me sipërmarrës të rinj nga bashkësitë e tjera etnike	
Po	61,2%
Jo	38,2%

Tabela 2.1. Shpërndarja e përgjigjeve të pyetjes: “A keni pasur gjer më tani bashkëpunim me sipërmarrës të rinj të cilët janë pjesëtarë të bashkësive tjera etnike nga eJuaja?”



„Kam pasur bashkëpunim me njerëz me përkatësi tjetër etnike, por jashtë vendit, në Maqedoni kam bashkëpunuar vetëm me 6-7 shqiptarë, ose kam blerë produkte prej tyre për rishitje.” (sipërmarrësi i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin tregtisë).

„Nuk do të ketë asnjë problem që të bashkëpunoj me sipërmarrësit e rinj të nacionaliteteve të ndryshme, madje edhe ndonjëherë praktika tregon se me ata mundësohet bashkëpunim më i mirë. Aktualisht bashkëpunoj me disa njerëz, por kjo është vetëm një përqindje e vogël të cilën dëshiroj që të rritet në të ardhmen.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 24 vjeç në sektorin e prodhimit).

„Deri më tani nuk kam pasur bashkëpunim, sepse nuk kam pasur nevojë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeçe në sektorin e prodhimit).

„Nuk kam bashkëpunuar me sipërmarrës të rinj nga përkatësia e tjetër etnike, për shkak se ende biznesin tim e kam të ri dhe nuk kam pasur mundësi për një bashkëpunim të tillë, por në qoftë se më jepet mundësia në të ardhmen, do të bashkëpunoja.” (sipërmarrësi i ri nga Kumanova, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin me shumicë dhe pakicë).

„Disa herë kemi qenë në situatë që të akomodohemime një grup më të madh dhe kështu jemi njoftuar me disa njerëz që janë në të njëjtin biznes si yni dhe janë të bashkësisë tjetër etnike. Ne kemi bashkëpunim të shkëlqyeshëm por sidoqoftë i besojmë njëri-tjetrit.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 29 vjeçe, shërbime hotelerie).

„Po, kam pasur bashkëpunim me sipërmarrësit nga bashkësitë e tjera etnike. Nga këndvështrimi im, çdo sipërmarrës i ri me sipërmarrësit me përvojë duhet të këmbëjnë ide, gjithmonë shkëmbimi i ideve inkurajon përvojën.” (sipërmarrës i ri nga Gostivari, shqiptar, 30 vjeç, shërbime shëndetësore).

„Shoqja ime më e mirë në shkollë ishte rome, shkonim dhe ktheheshim në shtëpi dhe shoqëroheshim mirë. Ajo punonte nëpër shtëpi për dasma dhe kremtime dhe e paguanin nga pak. E dinte se nuk do të mund të hapë vetë ndërmarrje (prindërit e saj ishin shumë të varfër). Për fat të mirë u martua në Gjermani dhe tani është shumë e vlerësuar në sallonin ku ajo punon dhe fiton mirë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, sektori i shërbimeve).

„Deri tani nuk kam pasur mundësi të bashkëpunoj me sipërmarrës të rinj nga bashkësitë tjetra etnike sepse nuk më është ofruar ndonjëmundësi për bashkëpunim. Po të më ofrohej mundësia me siguri do të bashkëpunoja.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 27 vjeçe, shërbime dizajni dhe shitje të produkteve të dizajnuara).

Në vijim është parashtruar pyetja për të parë përshtypjet e bashkëpunimit të realizuar. Kështu, nga të anketuarit të cilët tashmë kishin përvojë të tillë kërkohet të deklarojnë se, bashkëpunimin do ta vlerësonin si pozitiv ose negativ. Rreth 95.1% e të anketuarve bashkëpunimin e realizuar me sipërmarrës të rinj nga komuniteti tjetër etnik e vlerësojnë si pozitiv (tabela 2.2).

Përvoja nga bashkëpunimi i realizuar me sipërmarrësit e rinj nga bashkësia tjetër etnike?	
Negative	4,9%
Pozitive	91,5%

Tabela 2.2. Shpërndarja e përgjigjeve të pyetjes: Nëse përgjigja është “Po”, tregoni se çfarë ishte përvoja e Juaj e nga bashkëpunimi i realizuar?



„Pak kam bashkëpunuar, por me ata që kam pasur bashkëpunim, ai bashkëpunim ka qenë mirë. Në të ardhmen do të doja të bashkëpunoj edhe më tepër, për mua përkatësia etnike nuk është ndonjë pengesë e vërtetë.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç, sektori i shërbimeve).

» BESIMI RECIPROK

Baza për bashkëpunim midis individëve të një shoqërie është ekzistenca e interesit të përbashkët ose qëllimit të përbashkët, por edhe ekzistenca e besimit reciprok dhe qëllimi i përbashkët do të arrihet në mënyrën që është dëshiruar nga palët e përfshira.

Besimi është faktor i rëndësishëm për bashkëpunim të biznesit. Edhe pse në çdo biznes serioz ekziston marrëveshje Institucionale, megjithatë asnjë marrëveshje

nuk është në gjendje t'i rregullojë të gjitha aspektet, sidomos ato të paparashikuara. Rëndësia e marrëveshjes është se ajo fiton në peshë, kur ajo është bazuar në besim reciprok ose besimi se marrëveshja do të respektohet.

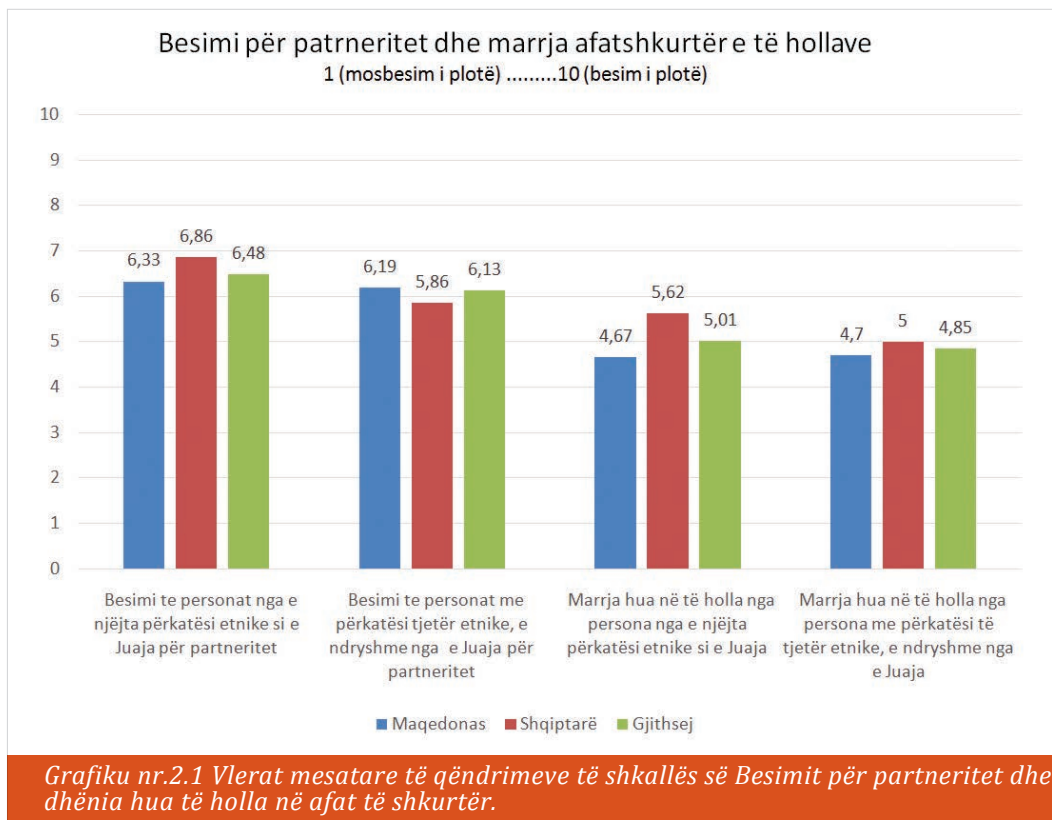
Për këtë shkak në vazhdim janë parashtruar një sërë pyetjesh të cilat përpiqen të vlerësojnë besimin e disa aktorëve për bashkëpunim në biznes: partneritetet e mundshme, ndihma me resurse, ndihma në të holla, shkëmbimi i informacioneve.

» **BESIMI RECIPROK PËR PARTNERITET TË BIZNESIT DHE MARRJA HUA E TË HOLLAVE AFATSHKURTËR**

Në dy pyetjet në vazhdim, të anketuarit ishin lutur që të zgjedhin një numër i cili reflekton nivelin e tyre të besimit në shkallë prej 1 deri 10, ku 1 paraqet mosbesimin e plotë kurse 10 besimin e plotë. Vlerat mesatare tregojnë për krijimin e marrëdhënieve të partneritetit për fillim të biznesit, niveli i besimit është në pjesën e shkallës së besimit të mesëm drejt besimit të plotë, ndërsa për huan afatshkurtër në të holla përgjigjet e mesme janë në pjesën e shkallës së nivelit të mesëm të besimit kah mosbesimi.

U tregua se të anketuarit do të kishin besim të lidhin partneritet si me anëtarët e së njëjtës përkatësi etnike - 6.48, ashtu edhe me anëtarët e përkatësive të ndryshme etnike - 6.13. Te komuniteti shqiptar vërehet diçka më shumë besim për të lidhur partneritet me sipërmarrësit e të njëjtit etnitet - 6.86, dhe pak më pak besim kanë treguar për sipërmarrësit me prejardhje të ndryshme etnike - 5.86 për të lidhur partneritet në biznes.

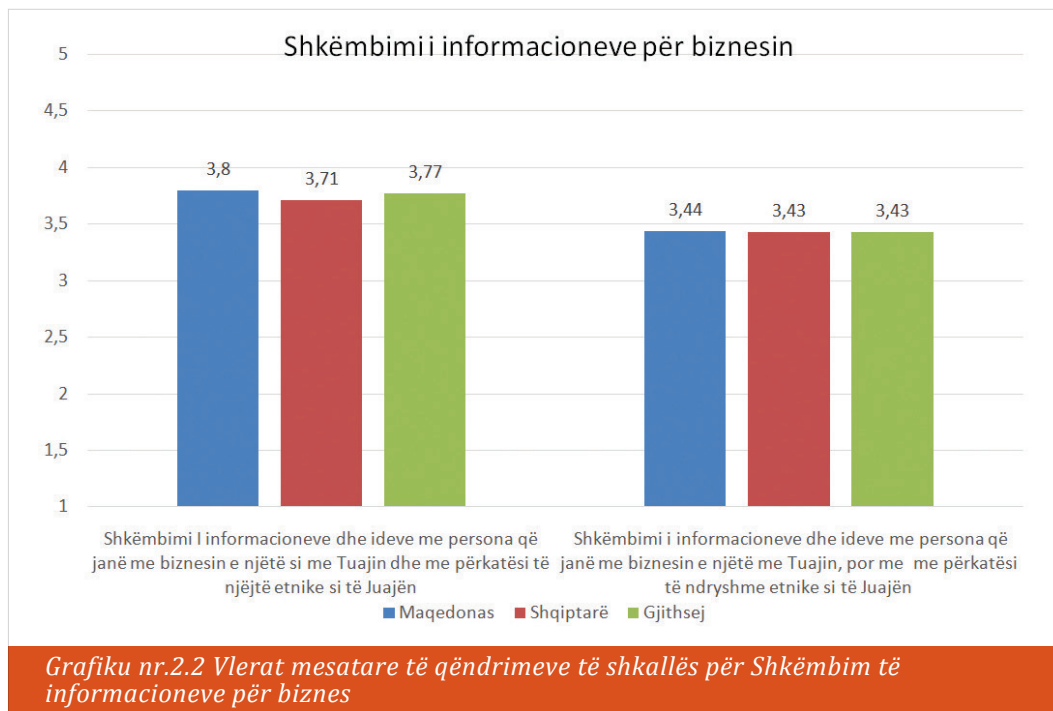
Marrja hua e të hollave është pjesë e besimit mesatar kah mosbesimi. Të anketuarit janë pyetur se a kanë pasur besim të japin hua në të hollanëafat të shkurtër prej 2000 eurove për sipërmarrës tjetër të ri nga i njëjti komunitet etnik, janë në rangun e besimit mesatar ose 5.01, ashtu edhe me pjesëtarët e komuniteteve të tjera etnike - 4.85. Te komuniteti etnik shqiptar vërehet më shumë besim për të dhënë hua në të holla për sipërmarrësit e të njëjtit etnitet - 5.62, por diçka më pak besimin kanë treguar ndaj sipërmarrësit me përkatësi etnike - 5,00 (grafiku nr. 2.1).



» SHKËMBIMI I INFORMACIONEVE TË BIZNESIT

Pyetja tjetër u përqendrua në shkëmbimin e informacioneve, ideve, lajmeve, njohurive në lidhje me biznesin e tyre me njerëz të cilët janë në të njëjtin biznes. Frekuenca e shpeshtimit është dhënë në shkallë prej 1 deri në 5 ku: 1 është asnjëherë; 2 është rrallë; 3 është ndonjëherë; 4 është shpesh; 5 është gjithmonë.

Për shkëmbimin e informacioneve të biznesit me anëtarë të së njëjtës bashkësi etnike tregon të njëjtin nivel të frekuentimit edhe te maqedonasit edhe te shqiptarët në interval prej ndonjëherë deri shpesh ose 3.71. Me anëtarët e komuniteteve të tjera etnike përgjigjet janë të barabarta dhe vlera mesatare është në kufi, ndonjëherë ose 3.43 edhe për maqedonasit edhe për shqiptarët (grafiku nr. 2.2.).



„Vazhdimisht shkëmbej informacione, ide me shokët, sipërmarrësit e tjerë të rinj dhe të vjetër. Konstatoj se kjo duhet të bëhet me sa më shumë njerëz, me qëllim që të shkëmbej sa më shumë mendime.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin etregtisë)

„Do të doja të them se jam pjesë e start-up skenës maqedonase dhe vazhdimisht nëevenimente të ndryshme shkëmbej ide dhe kërkoj mendime nga sipërmarrës të rinj. Këto janë njohuri më të reja që janë fituar me anë të ngjarjeve të tilla dhe të disa prej tyre, sigurisht, pjesë kanë edhe njerëzit me përkatësi të ndryshme etnike.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 24 vjeçe, në sektorin e prodhimit).

„Kryesisht shkëmbej ide, risi dhe dituri nëpërmjet internetit me miq.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeç, në sektorin e prodhimit).

„Njerëzit me të cilët bashkëpunoj kryesisht janë një kohë më të gjatë në biznes se sa unë, kështu që gjithmonë jam unë i vetmi që mund të mësoj

diçka të re prej tyre.” (sipërmarrësi ri nga Kumanova, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin me shumicë dhe pakicë).

„Po, me kolegët nga veprimtaria shëndetësore. Në jetën time profesionale nuk ka ndarje etnike!!!” (sipërmarrës i ri nga Gostivari, shqiptar, 30 vjeç, shërbime shëndetësore).

„Po, ne jemi disa gra në një shoqatë zejtarie, një herë në javë ose një herë në muaj takohemi dhe informohemi me njëra-tjetrën.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, sektori i shërbimeve).

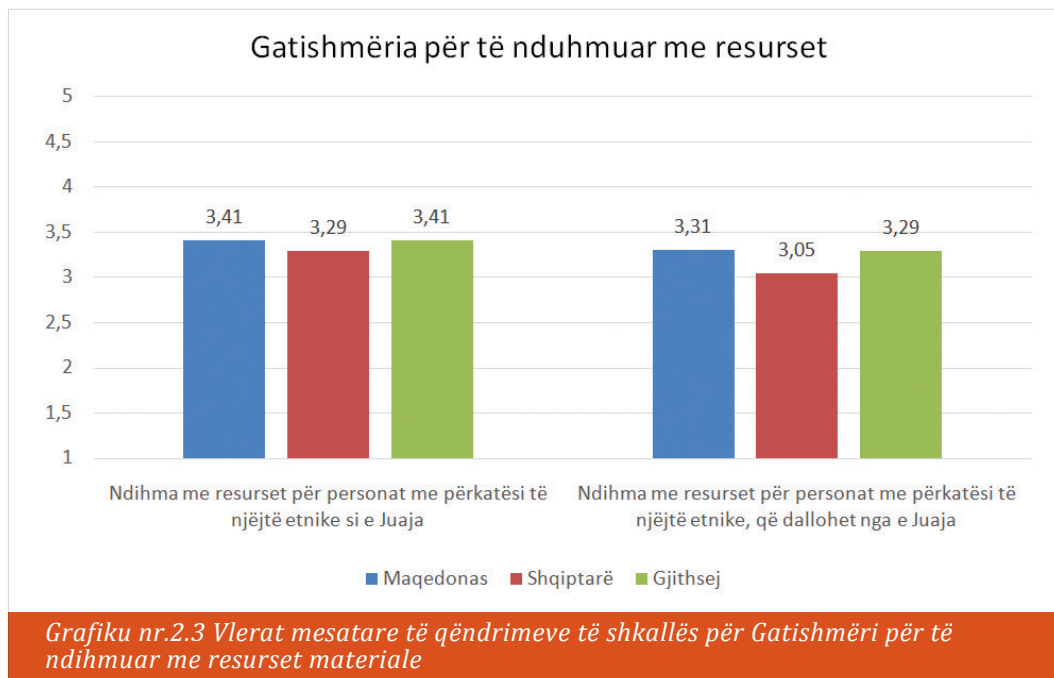
„Në përgjithësi informohem nëpërmjet internetit, ka grupe që janë shumë aktivë në SHBA dhe prej tyre marrim informacione të dobishme. Këtu kam shoqërinë time, por vetëm unë punoj në sektorin privat, të gjithë të tjerët janë të pa punë ose punojnë në administratën shtetërore.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 29 vjeçe, shërbime hotelerie).

„Ndodh që të shpërndaj lajme të reja, njohuri, ide dhe informacione më shpesh me kolegët nga fakulteti të cilët janë dizajnierë të modës dhe dizajnierë grafik dhe të gjithë janë me përkatësi të njëjtë etnike sikurse e imja.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 27 vjeçe, shërbime të dizajnit dhe të shitjes për projektim të produkteve).

„Të shkëmbej ide dhe informacione me miqtë, me të njohurit dhe njerëzit nga e njëjta veprimtari.” (sipërmarrës i ri në sektorin e shërbimeve nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç).

» GATISHMËRIA PËR TË NDIHMUAR ME RESURSET MATERIALE

Pyetja e katërt e kësaj variable e cila e mat besimin e ndërsjellë ishte fokusuar në gatishmërinë për të ndihmuar sipërmarrësin tjetër të ri me marrjen hua të pajisjes, resurseve të tjera fizike dhe/ose sipërfaqe të tokës, që të fillojnë biznesin e tyre personal. Në përgjigjet përsëri kabrarabaresi dhe nuk është vërejtur ndonjë ndryshim i rëndësishëm që rezulton nga përkatësia etnike. Vlera mesatare e gatishmërisë për të ndihmuar njerëzit e të njëjtit etnitet pak-a shumë e tejkalon nivelin neutral dhe lëviz drejt gatishmërisë për të ndihmuar ose 3.41. Për pjesëtarët e bashkësive të ndryshme etnike vlera mesatare është pak më e ulët por është në të njëjtin interval dhe sillet rreth 3.29 (grafiku nr.2.3).



» NIVELI I KOMUNIKIMIT ME SUBJEKTET E BIZNESIT

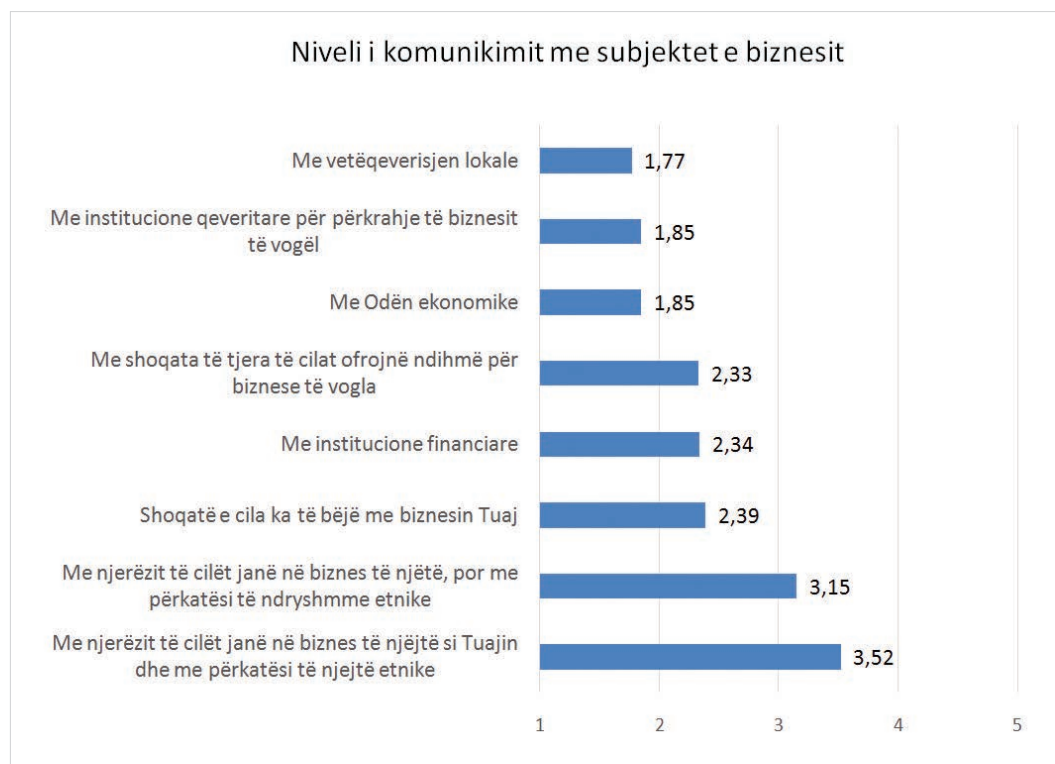
Për t'krijuar një nivel i caktuar të bashkëpunimit dhe rrjetëzimit të biznesit është e nevojshme që midis palëve të interesuara të ekzistojë një nivel i caktuar i komunikimit të vazhdueshëm dhe intensiv. Në këtë pjesë të hulumtimit jemi munduar të shikojmë se me cilat subjekte të biznesit janë me rëndësishme për mirëmbajtje të qëndrueshme dhe zhvillim të biznesit që sipërmarrësit e rinj shpesh komunikojnë. Të anketuarve iu ishte dhënë zgjedhja vijuese:

- ▶ Oda ekonomike;
- ▶ Shoqata që ka të bëjë me biznesin tuaj;
- ▶ Me njerëz të cilët janë në të njëjtin biznes si Tuajin dhe me të njëjtën përkatësi etnike;
- ▶ Me njerëz të cilët janë në të njëjtin biznes si Tuajin dhe me prejardhje të ndryshme etnike;
- ▶ Në organizata të tjera të cilat ofrojnë ndihmë për bizneset e vogla;
- ▶ Me institucionet financiare;
- ▶ Me institucionet qeveritare për të mbështetur biznesin e vogël;
- ▶ Me vetëqeverisjen lokale.

Për të shqyrtuar nivelin e frekuencës së komunikimit është dhënë shkalla prej 1 deri në 5, në të cilën: 1 është asnjëherë; 2 është e rrallë; 3 është ndonjëherë; 4 është shpesh; 5 është gjithmonë. Rezultatet janë paraqitur në grafiku nr. 2.4.

Përgjigjet mund të ndahen në tre grupe:

- ▶ Asnjëherë apo rrallë herë komunikojnë me: Odën ekonomike 1.85; Me institucionet qeveritare për të mbështetur biznesin e vogël 1.85; Me vetëqeverisjen lokale 1.77;
- ▶ Rrallë ndonjëherë komunikojnë me: Shoqatë që lidhet me biznesin tuaj 2.39; Me institucionet financiare 2.34; Me organizata të tjera që ofrojnë ndihmë për biznese të vogla 2.33;
- ▶ Ndonjëherë më shpesh, komunikojnë me: Njerëz të cilët janë në të njëjtin biznes si Tuajin dhe me të njëjtën përkatësi etnike 3.52; Me njerëz të cilët janë në të njëjtin biznes dhe me përkatësi të ndryshme etnike 3.15.

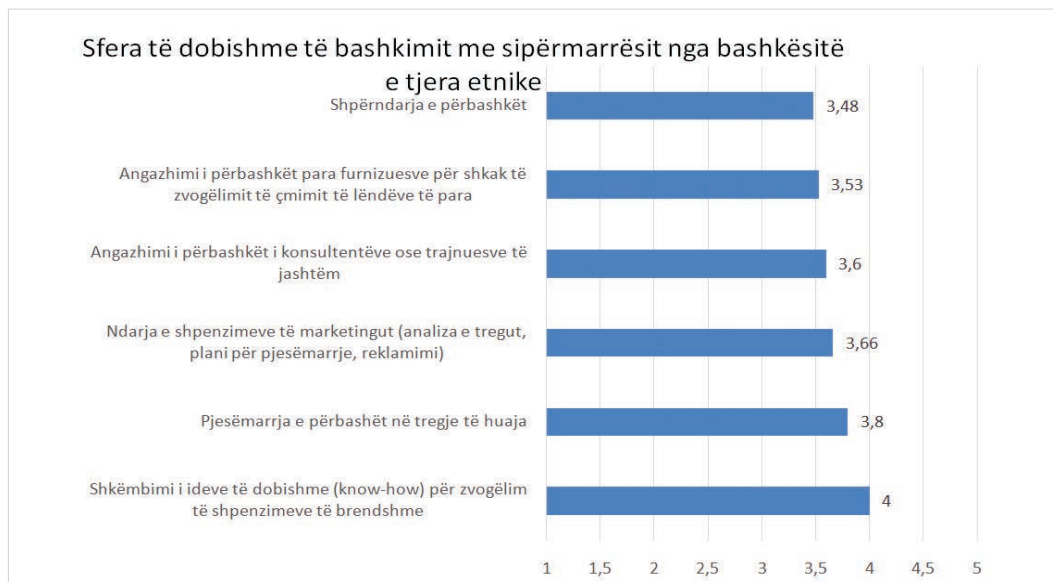


Grafiku nr.2.4 Vlerat mesatare të qëndrimeve të shkallës për Nivelin e komunikimit me subjektet e biznesit

» SFERAT E DOBISHME TË SHOQËRIMIT ME SIPËRMARRËSIT NGA BASHKËSITË E TJERA ETNIKE

Duke u nisur nga fakti i përgjithshëm i njohur se bizneset e vogla sipërmarrëse i kanë të kufizuara resurset e tyre organizative, kurse punojnë në mjedis të jashtëm ku ballafaqohen me mundësi dhe kërcënimetë shumta, e të njëjtit janë pyetur se në cilat sfera mendojnë se u nevojitet shoqërimi për të shfrytëzuar mundësitë dhe për të zvogëluar kërcënimet. Që të shqyrtohet niveli i intensitetit të nevojës për t'u shoqëruar ishte dhënë shkalla prej 1 deri 5, ku 1 është krejtësisht e panevojshme dhe e padobishme; 2 është pjesërisht e panevojshme dhe e padobishme; 3 është as e nevojshme as e panevojshme; 4 është pjesërisht e nevojshme dhe e dobishme; 5 është shumë e nevojshme dhe e dobishme.

Rrjedha e rezultateve të fituara mesatare sillet prej pozicionit neutral deri te pozicioni pjesërisht e nevojshme dhe e dobishme. Si pjesërisht e nevojshme dhe e dobishme është veçuar: shkëmbimi i ideve të dobishme (know-how) për zvogëlim të shpenzimeve të brendshme - 4. Pastaj vijojnë: marrja pjesë e përbashkët në tregjet e huaja 3.8; ndarja e shpenzimeve të marketingut (analiza e tregut, plani për pjesëmarrje, reklamimi) - 3.66; angazhimi i përbashkët i konsulentëve ose trajnerëve të jashtëm- 3.6, pjesëmarrja e përbashkët para furnizuesve për të ulur çmimin e lëndëve të para - 3.53; shpërndarja e përbashkët - 3.48 (grafiku nr. 2.5).



Grafiku nr.2.5 Vlerat mesatare të qëndrimeve të shkallës për Sfera të dobishme të bashkimit me sipërmarrësit nga bashkësitë e tjera etnike



„Sipas meje është në rregull që të ketë shoqata të tilla, por me kusht, që veprimtaria ta lejojë atë edhe pse ekziston frymë ekipor në mesin e sipërmarrësve. Vetë bashkimi ka avantazhe sepse efikasiteti do të jetë më i lartë dhe secili do të kishte rolin e vet në plan. Vet si person nuk do të kemi sukses të madh për shkak të përgjegjësive të mëdha. Si mangësi to të ishin egoizmi dhe angazhimi i pabarabartë i të gjithë pjesëmarrësve. Sa i përket përkatësisë etnike, për mua kjo nuk është problem.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 34 vjeçe, në sektorin e prodhimit).

„Mendoj se bashkimi i të rinjve në të njëjtin biznes ose në biznes të ngjashëm është i domosdoshëm nëse duam të ndërtojmë një komunitet në të cilin nuk dukemi vetëm si konkurrent. Kjo besoj se është e dobishme për të fituar ide të reja dhe për të plotësuar biznesin personal. Bashkimin do ta mendoja si pjesërisht joformal për të ndërtuar një atmosferë të relaksuar për shkëmbim të ideve.” (sipërmarrëse e re nga Shkupinë sektorin e shërbimeve, maqedonase, 24 vjeçe).

„Edhe pse ende nuk kam përvojë të tillë, mendoj se bashkimi i sipërmarrësve të rinj do të jetë shumë i dobishëm për botën e biznesit të ardhshëm. Mendoj se do të jetë e dobishme që të bashkohen sipërmarrësit nga çdo prejardhje etnike, të formojnë shoqatë me karakter formal dhe të mbajnë ligjërata për sipërmarrësit fillestarë si dhe të sigurojnë ndihmë dhe të përgjigjen në çdo pyetje.” (sipërmarrës ri nga Kumanovanë sektorin me shumicë dhe pakicë, maqedonas, 26 vjeç).

„Sigurisht që po, çdo sipërmarrës i ri, qoftë në formë të organizuar ose joformale, patjetër duhet të bashkohet me sipërmarrësit e të njëjtit aktivitet.” (sipërmarrës i ri nga Gostivaritshërbime shëndetësore, shqiptar, 30 vjeç).

„Duhet të bashkohemi, por dikush duhet të na inkurajojë dhe të na bashkojë. Kam dëgjuar nga të moshuarit se më parë ka pasur më shumë gara dhe ngjarje në të cilat janë bashkuar dhe janë njoftuar. Tani disi nuk ka asgjë dhe sikur fshihemi nga njëri-tjetri. Unë nuk kam asnjë problem të bashkëpunoj me të tjerët që nuk janë maqedonas. Nga gjithkush ka diçka çka mund të mësojë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, sektori i shërbimeve, maqedonase 28 vjeçe).

„Po, gjithsesi, ne pronarët e hoteleve mund të formojmë të paktën grupin tonë në Facebook, kurse asociacioni do të jetë një avantazh.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, furnizime hotelerie, maqedonase, 29 vjeçe).

„Mendoj se është i dobishëm shoqërimi për shkak të shkëmbimit të informacioneve dhe të lidhjeve të ndryshme me personat dhe kompanitë e tjera, pa marrë parasysh përkatësinë etnike.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbime të dizajnit dhe shitje të produkteve të dizajnit, maqedonase, 27 vjeçe).

„Mendoj se është e nevojshme, jo vetëm e dobishme, mund të jetë shoqatë formale ose joformale. Do të ishte mirë që të jetë sindikatë ose dhomë e biznesmenëve të vegjël ose shoqatë, do të ishte një shans i mirë, assesi nuk më pengon të jetë edhe sipërmarrës nga nacionalitet tjetër, përkundër kësaj është shans për të ndryshuar klimën pozitive të biznesit.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, shqiptar, 35 vjeç, sektori i shërbimeve).

NJOHURI PËRFUNDIMTARE

- ▶ Shumica e sipërmarrësve të rinj të anketuar (61.2%) kishin përvojë në bashkëpunim me sipërmarrësit nga bashkësitë tjera etniketë ndryshme prej të tyre. Rreth 95% prej tyre këtë përvojë e vlerësojnë si pozitive.
- ▶ Si te shqiptarët ashtu edhe te maqedonasit kanë treguar një uniformitet në pikëpamjet për besim reciprok për partneritet biznesi dhe hua afatshkurtër në të holla. Ata edhe ndaj anëtarëve të të njëjtit etnitet (6.48) dhe ndaj pjesëtarëve të bashkësive të ndryshme etnike (6.13) tregojnë nivel të lartë të besimit për partneritet për të filluar biznes të përbashkët. Derisa në përgjithësi më pak kanë besim për të dhënë ndihmë afatshkurtër në të holla dhe për sipërmarrësit e të njëjtit etnitet është 5.01, kurse për sipërmarrësit nga etnitetet të ndryshme 4.85.
- ▶ Sipërmarrësit kanë shkëmbim të shpeshtë të informacioneve të biznesit, njohuri, ide dhe risi, edhe me sipërmarrësit e të njëjtit etnitet (3.77) dhe me sipërmarrësit nga komunitete të ndryshme etnike (3.43), por nuk ka shkëmbim të përditshëm të informacioneve të tilla.
- ▶ Gatishmëria për të ndihmuar me resurset e sipërmarrësve të tjerë pak e tejkalon nivelin neutral dhe lëviz drejt gatishmërisë për të ndihmuar ose 3.41 për anëtarë të të njëjtit grup etnik, por nuk ka gatishmëri të madhe. Për pjesëtarët e bashkësive të ndryshme etnike vlera mesatare është pak më e ulët, por është në të njëjtin interval (pak e tejkalon nivelin neutral) dhe është 3.29.
- ▶ Niveli i komunikimit me subjektet të biznesit në fjalë mund të vlerësohet si mjaft i ulët. Herë pas here komunikojnë shpesh me: njerëzit të cilët janë në të njëjtin biznes si të tyre dhe të njëjtin pjesëtar etnik 3.52 dhe me njerëzit të cilët janë

në të njëjtin biznes dhe me përkatësi të ndryshme etnike 3.15. Rrallë ndonjëherë komunikojnë me: Shoqatë e cila ka të bëjë me biznesin e tyre 2.39; Me institucionet financiare 2.34; Me organizata të tjera që ofrojnë ndihmë për biznese të vogla 2.33; Asnjëherë apo shumë rrallë komunikojnë me: Odën ekonomike 1.85; Me institucionet qeveritare qëmbështesin bizneset e vogla 1.85; Me vetëqeverisje lokale 1.77; Pothuajse asnjëherë nuk komunikojnë me asnjë nga këto subjekte.

- ▶ Si sfera të dobishme të bashkëpunimit me sipërmarrës nga etnitete tjera asnjë nuk është në interval shumë të nevojshëm dhe të dobishëm. Për të gjitha sferat e dhëna intervali është pjesërisht i nevojshëm dhe i dobishëm: shkëmbimi i ideve të dobishme (know-how) për zvogëlim të shpenzimeve të brendshme - 4,00.
- ▶ Pastaj vijojë: pjesëmarrja e përbashkët në tregjet e huaja - 3.8; ndarja e shpenzimeve të marketingut (analiza e tregut, plani për veprim, reklamimi) - 3.66; angazhimi i përbashkët i konsulentëve ose trajnuesve të jashtëm - 3.6, pjesëmarrja e përbashkët për furnizuesit e tyre për të ulur çmimin e lëndëve të para - 3.53; Shpërndarja e përbashkët - 3.48. Prandaj asnjë nuk është në interval të panevojshëm.
- ▶ Janë të nevojshme aktivitete të cilat do të mundësojnë rritjen e nivelit të besimit për të rritur nivelin e bashkëpunimit dhe të besimit. Rritja e besimit është e mundshme me komunikim më të shpeshtë dhe më të mirë ndërmjet të rinjve në përgjithësi, veçanërisht në mesin e sipërmarrësve nga bashkësia tjetër etnike. Bashkëpunimi ndëretnik kërkon plan, durim dhe vendosmëri për t'u përbashkëtuar me mendimet e tyre në një mënyrë të re. Me qëllim që një bashkëpunim i tillë të jetë efektiv, grupet e përfshira duhet t'i kapërcejnë dallimet. Shpesh kjo mund të arrihet në qoftë se bashkohen në aktivitetet që do të përqendrohen në qëllimin e përbashkët të përfitimit të ndërsjellë, vendimmarrje të përbashkët, role të qarta dhe të përcaktuara. Është e nevojshme që të ndërtohet udhëheqja në këto shoqata e cila do të shprehë kujdesin për mirëqenien dhe zhvillimin e të gjithë anëtarëve. Kjo qasje do të çojë në rritjen e besimit. Shoqatat mund të jenë në shumë drejtime:
 - ◆ **Shoqata për dituri.** Seminare ose çdo lloj mësimi i dobishëm për shkëmbimin e ideve, diturive dhe (know-how), posaçërisht për të ulur shpenzimet, për aktivitete të marketingut janë të veçuara si shumë të nevojshme dhe të dobishme.
 - ◆ **Shoqata për promovim dhe shpërndarje.** Pjesëmarrja e përbashkët në panaire, sidomos në ato jashtë vendit dhe llojet e tjera të ngjarjeve të tilla (gara), në të cilat promovohet biznesi, është aktivitet me rëndësi të veçantë që mund të përmirësojë komunikimin dhe njohjen reciproke.
 - ◆ **Shoqata për zvogëlimin e shpenzimeve.** Paraqitje e përbashkët para furnizuesve dhe shpërndarësve. Blerja ose investimi në makineri ose në objekte të përbashkëta

të infrastrukturës ose punësimi i konsulentëve dhe shërbimeve të caktuara (si për shembull të kontabilitetit).

- ◆ **Shoqata filantropike.** Për shkak të interesit të gjerë të përbashkët si anëtarë të profesionit të caktuar, kulturës, afinitetit, pushtetit vendor ose rolet që i kanë në shoqëri dhe familje (p.sh. shoqata e sipërmarrësve të prindërve të rinj me fëmijët).

Shoqatat e tilla institucionale mund të jenë në nivel koalicionit ose bashkëpunimit. Menjëherë duhet theksuar se bashkëpunimi i tanishëm është reduktuar në nivel të rrethit të miqve të tyre dhe rrallë ose asnjëherë nuk është institucionalizuar. Nevojitet përforsimi i etniteteve të caktuara që të jenë në funksion të përkrahjes të sipërmarrësve të rinj, siç janë:

- ◆ Shoqatat që kanë të bëjnë me sektor të caktuar të biznesit
- ◆ Shoqatat të cilat ofrojnë ndihmë për biznese të vogla
- ◆ Oda ekonomike
- ◆ Institucionet qeveritare për të mbështetur biznesin e vogël
- ◆ Vetëqeverisja lokale
- ◆ Institucionet financiare.

Koalicioni përfshinë dy apo më shumë organizata të cilat punojnë së bashku për ndonjë çështje ose ndonjë grup të përbashkët të çështjeve të ndërlidhura reciprokisht. Qëllimi është që të sigurohen burime të mjaftueshme për të arritur ndikim për ndonjë çështje. Anëtarët e koalicionit duhet të kuptojnë se do të kenë rreziqe, përgjegjësi dhe shpërblime të përbashkëta.

Bashkëpunimi përfshinë dy ose më shumë organizata të cilat punojnë së bashku për shumë çështje dhe qëllime me angazhim afatgjatë. Ky është niveli më i lartë dhe më i vështirë i bashkëpunimit me të tjerët, sepse kërkon organizim dhe formalizëm të marrëdhënieve. Duhet të ekzistojë angazhim afatgjatë dhe të përqendrohet në një sërë çështjesh të pyetjeve me interes të gjerë. Organizatat e përfshira duhet të ndajnë resurse për zhvillimin, zbatimin dhe vlerësimin e programeve për të krijuar politika dhe së bashku të zbatohen programet. Vlerat themelore të bashkëpunimit janë respektim i ndërsjellë, respektim i dallimeve, si dhe nivel i lartë i besimit.





07

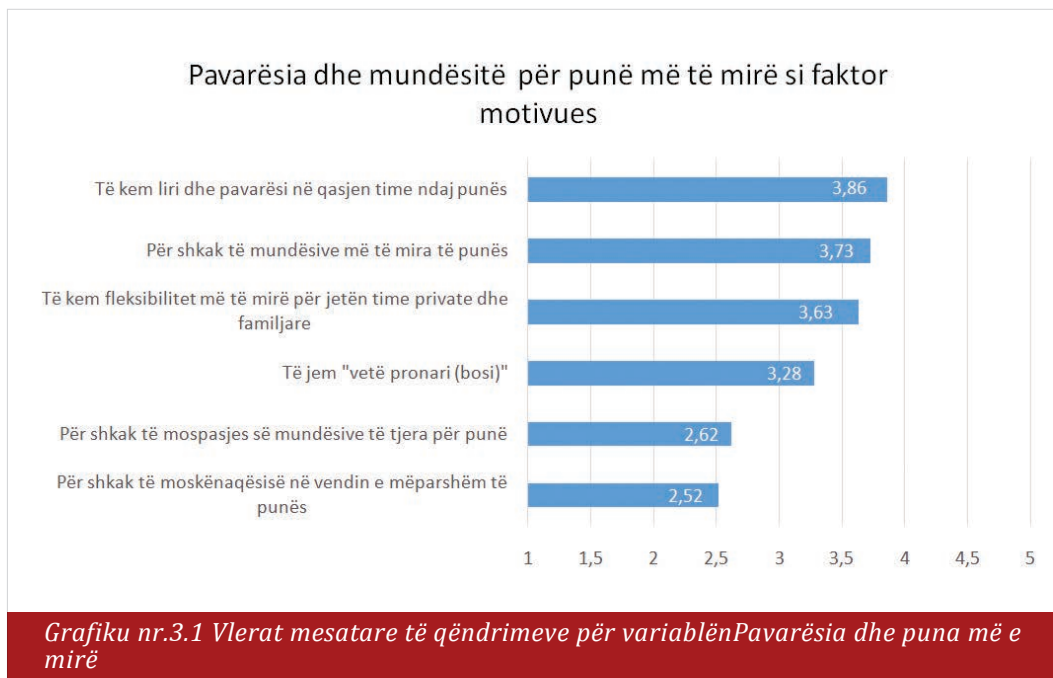
III MOTIVIMI DHE QASJA NË SIPËRMARRËSI

Autor: Doc. dr. Maria Topuzovska Latkoviq

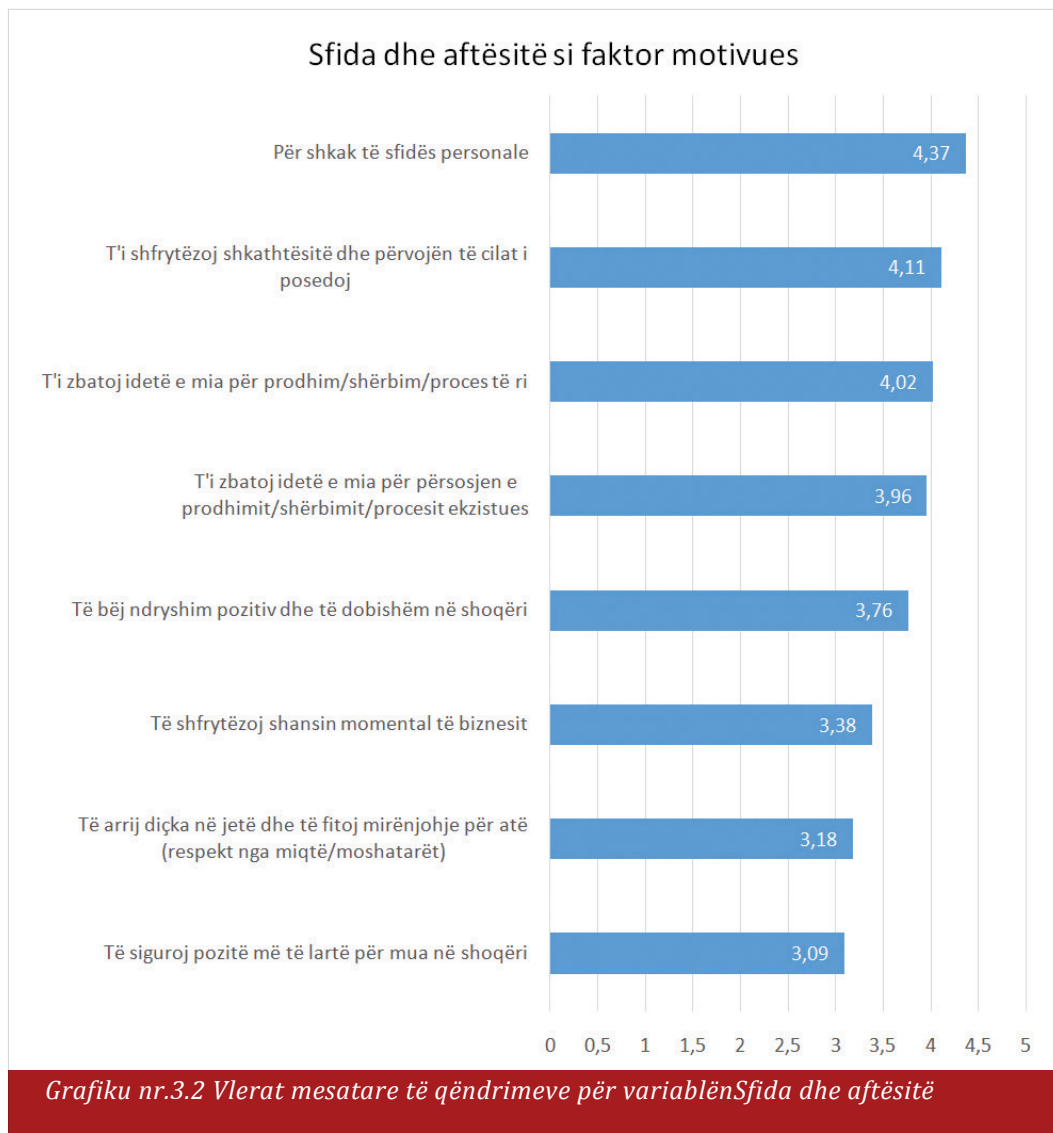
Sipërmarrësve të rinj u i ishin parashtruar një sërë pyetjesh të cilat lidhen me motivimin për fillim dhe menaxhim të biznesit personal. Motivi (nga lat. *movere* në përkthim lëvizja) paraqet forcë shtytëse për të ndërmarrë aktivitet të veçantë. Motivimi mund të jenë i brendshëm (për shkak të sfidës, kuriozitetit, aspiratës, dëshirës për arritje dhe/ose kënaqësisë personale gjatë kryerjes së vetë veprimtarisë) dhe i jashtëm (për shkak të shpërblimit, arritjes, njohjes, pritjes/presionit të caktuar nga autoriteti i jashtëm - prindi, profesori, eprori, dhe/ose shmangies së gjendjes së caktuar të pavolitshme). Për hulumtimin konkret janë marrë në konsideratë shumë variabël (ndryshim të vlerave) përmes të cilave drejtpërdrejt mund të matet motivimi i sipërmarrësve të rinj, siç janë:

- ◆ Pavarësia dhe puna e mirë;
- ◆ Sfida dhe aftësitë;
- ◆ Financat;
- ◆ Familja dhe trashëgimia.

Për këtë arsye, analiza e rezultateve më poshtë shfaqet duke grupuar qëndrimet themelore sipasvariablës (ndryshimit të vlerave) të përmendura. Të dhënat janë analizuar në nivel përshtues përmes prezantimit të vlerave mesatare. Pyetja kryesore ishte: “Cilat ishin motivet tuaja për të filluar biznesin personal?”, me çka të anketuarit mund të përgjigjen me rumbullakimine vlerave sipas shkallës prej 1 deri 5, ku 1 – jo, aspak, kurse 5 – në masë të madhe, për më shumë tema shiko (grafiku nr. 3.1).



Në raport e qëndrimeve në lidhje me pavarësinë dhe mundësitë për punë të mirë si faktor motivues për sipërmarrësi, janë fituar njohuritë vijuese (grafiku nr. 3.2). Nga rezultatet mund të konkludohet se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë kanë vendosur të fillojnë biznesin e tyre kryesisht për shkak të: mundësive më të mira të punës ($m = 3.86$); lirisë dhe pavarësisë në qasjen ndaj punës ($m = 3.73$); fleksibilitetit më të mirë në jetën private dhe familjare ($m = 3.63$), dhe për të qenë “vetë pronari (bosi)” ($m = 3.28$). Ndërsa më ulët janë vlerësuar motivet siç janë: mungesa e mundësive të tjera për punë ($m = 2.62$) dhe pakënaqësia me vendin e mëparshëm të punës ($m = 2.52$). Rezultatet janë paraqitur në grafiku nr. 3.2.



Në raport të qëndrimeve për sfidën dhe aftësitë si faktor motivues për sipërmarrësi, janë fituar këto njohuri (grafiku nr. 3.3.). Nga rezultatet mund të konkludohet se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë kanë vendosur të fillojnë biznesin e tyre kryesisht për shkak të: sfidës personale ($m = 4.37$); shfrytëzimit të

aftësive dhe përvojës që posedojnë ($m = 4.11$); aplikimit të ideve për një produkt/shërbim/proces të ri ($m = 4.02$), ose aplikimit të ideve për përmirësimin e produktit/shërbimit/procesit ekzistues ($m = 3.96$). Nota më të ulëta morën motivet, siç janë: të bëj ndryshim pozitiv dhe të dobishëm në shoqëri ($m = 3.76$); të fitoj mundësi të menjëhershme të biznesit (3.38); të arrijë diçka në jetë dhe të fitoj mirënjohje për atë ($m = 3.18$) dhe të siguroj pozitë më të lartë për mua në shoqëri ($m = 3.09$).



„Motivi kryesor për të filluar biznesin tim ishte “uria” për sukses dhe lumturi.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e-tregtia).

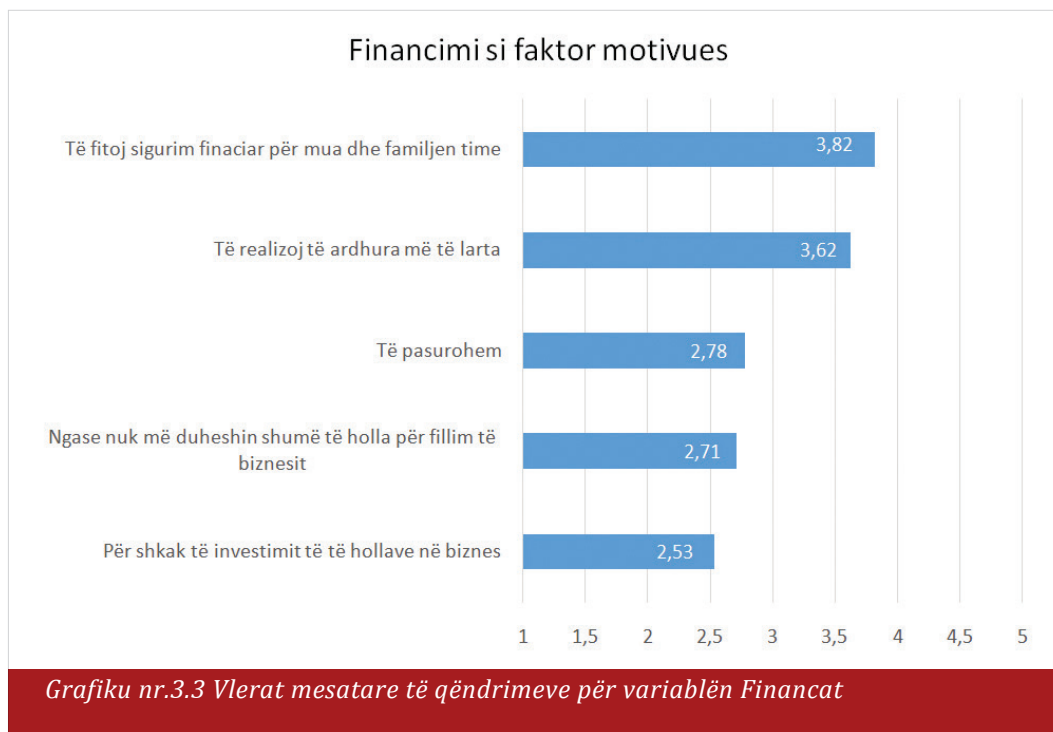
„Kam zanat të mirë, mjaft e pata që të punoj për të tjerët. Prej 16 vjet punoj për pronarë të tjerë të biznesit. Di më mirë dhe mënyrë moderne t’u qasem myshterinjve.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, sektori i shërbimeve).

„Motivet e mia që të filloj biznesin tim ishin kënaqësia personale për të krijuar diçka pas meje. Përveç kësaj desha t’i dëshmoj vetes dhe rrethinës se si sipërmarrëse femër, në qoftë se do mund të kem sukses në krijimin e biznesit në hapësirat tona.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, në sektorin e prodhimit maqedonase, 24 vjeçe).

„Cilësisë më të mirë të shërbimit për pacientët dhe për të përmirësuar sektorin e shëndetësisë.” (sipërmarrës i ri nga Gostivari, shqiptar, shërbime shëndetësore 30 vjeç).

„Me shoqen time ishim në SHBA në punë si studentë ku fitonim nga 2000 dollarë dhe kemi vendosur të investojmë në biznes. Ne kemi kërkuar të bëjmë diçka për veten dhe jemi të sigurt se do të ketë sukses.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, shërbime shëndetësore 29 vjeçe).

„Kisha dëshirë për të përfaqësuar dizajnin tim personal dhe të ndërtoj brendin tim i cili do të jetë në hap me studiot e projektimit global.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbime të dizajnit dhe shitje e produkteve të dizajnit maqedonase, 27 vjeçe).

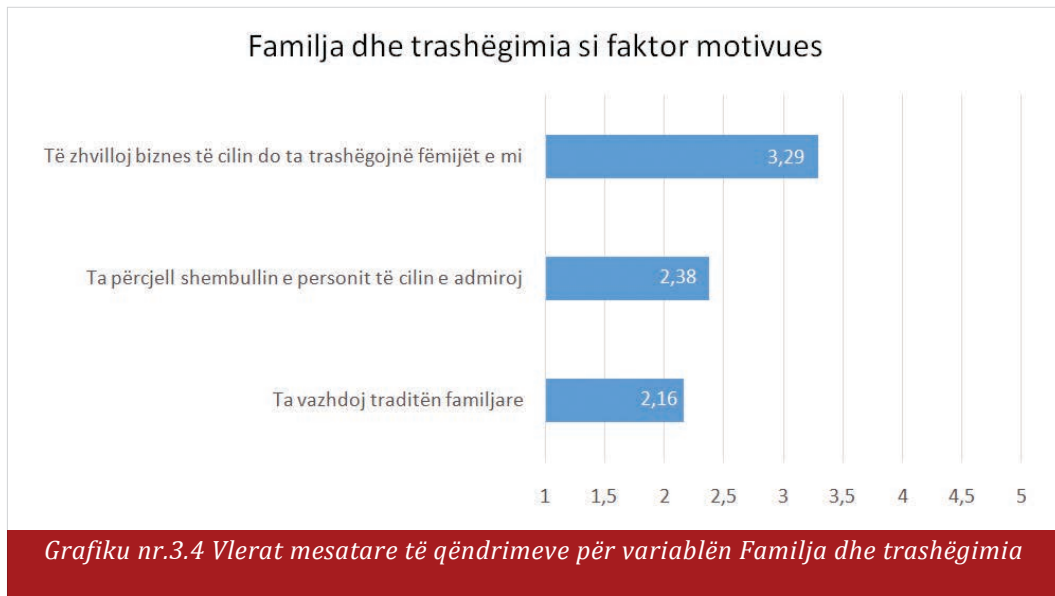


Duke pasur parasysh rezultatet të cilat lidhen me financimin si faktor motivues për sipërmarrësi, mund të vihet ë përfundim se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë kanë vendosur të fillojnë biznesin e tyre kryesisht për të fituar sigurinë financiare për vete dhe familjen e tyre ($m = 3.82$) dhe të realizojnë më shumë të ardhura ($m = 3.62$). Kurse motivet, siç janë: të pasurohem ($m = 2.78$); ngase nuk më duhen shumë të holla për të filluar biznesin ($m = 2.71$) dhe për shkak të investimit e të hollave në biznes ($m = 2.53$) janë vlerësuar më ulët.



„Për shkak të pavarësisë, si dhe për të krijuar diçka që më takon mua, por të bëj edhe kapital.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, në sektorin e shërbimeve,shqiptar, 35 vjeç).

„Motivi kryesor ishte për të mbijetuar. Motivi është si evolucioni i shoqërisë. Në fillim është e rëndësishme që të mbijetosh, më tej si zgjerohet puna më shumë investohet në biznes, rriten dëshirat dhe orekset.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, në sektorin e prodhimit, maqedonase, 34 vjeçe)



Nga analiza e të dhënave për familjen dhe trashëgiminë si faktor motivues për fillimin e biznesit personal mund të vërehet, se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë, janë kryesisht të motivuar për zhvillimin e biznesit në të ardhmen që do të trashëgojnë fëmijët e tyre ($m = 3.29$), madje edhe ta ndjekin shembullin e personit të cilin e admirojnë ($m = 2.38$) dhe të vazhdojnë traditën e familjes ($m = 2.16$). Rezultatet paraqiten grafikisht në grafiku nr. 3.4.

“ „Kam pasur dëshirë të filloj biznesin tim që shpresoj se me punë dhe njohuri të madhe do të arrij të ngjitem në nivel më të lartë dhe do të doja që ai t’i mbetet edhe fëmijëve të mi.” (sipërmarrës i ri nga Kumanova, në sektorin me shumicë dhe pakicë, maqedonas , 26 vjeç).

Me renditje të motiveve për fillimin e biznesit personal janë fituar rezultatet e mëposhtme (me çka 1 - e rëndësishme, 22 -më pak e rëndësishme):

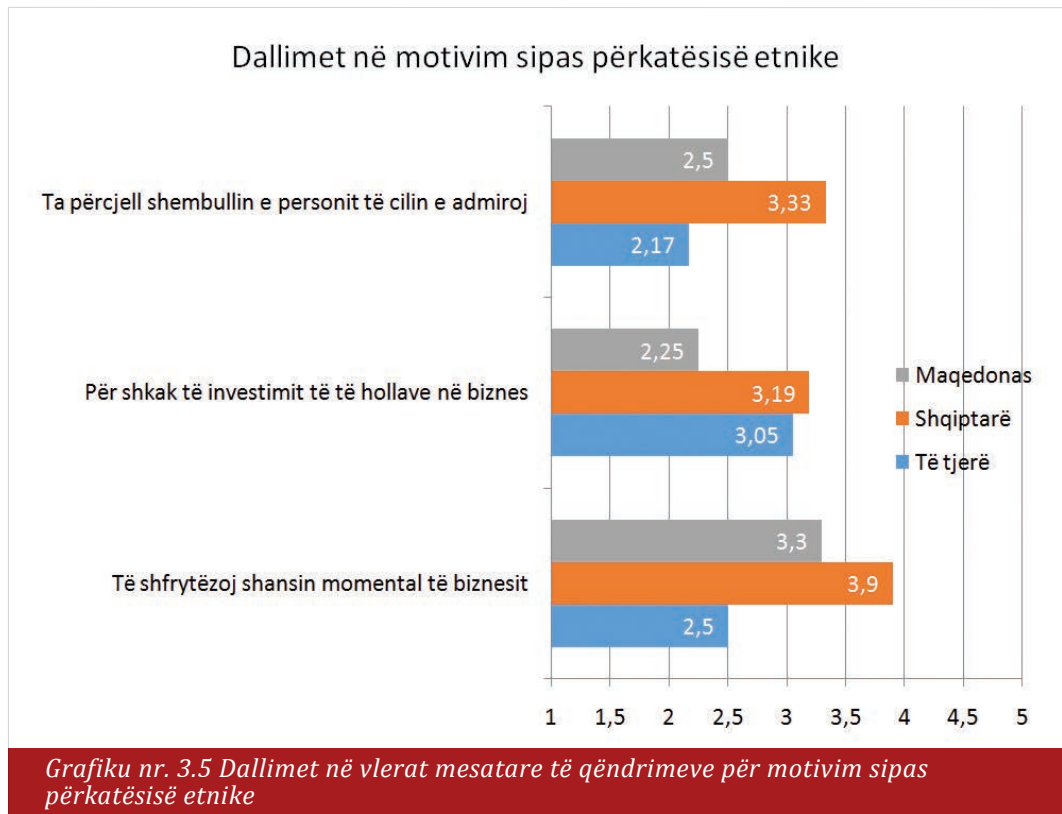
- ◆ Për shkak të sfidës personale
- ◆ T’i shfrytëzoj aftësitë dhe përvojën që e posedoj
- ◆ T’i zbatoj idetë e mia për prodhim/shërbim/proces të ri
- ◆ T’i përdor idetë e mia për të përmirësuar një produkt/shërbim/proces ekzistues
- ◆ Të kem lirinë dhe pavarësinë në qasjen time ndaj punës

- ❖ Të sigurojtë ardhura financiare për mua dhe familjen time
- ❖ Të bëj ndryshim pozitiv dhe të dobishëm në shoqëri
- ❖ Për shkak të mundësive më të mira për punë
- ❖ Të kem fleksibilitet më të mirë për jetën time private dhe familjare
- ❖ Të realizoj më shumë të ardhura
- ❖ Të shfrytëzoj shansin momental të biznesit
- ❖ Të zhvilloj biznes të cilin do ta trashëgojnë fëmijët e mi
- ❖ Të jem “vetë pronari (bosi)”
- ❖ Të arrij diçka në jetë dhe të fitoj mirënjohje për atë (respekt nga miqtë/kolegët)
- ❖ Të siguroj pozitë më të lartë për veten time në shoqëri
- ❖ Të pasurohem
- ❖ Ngase nuk më nevojiten shumë të holla për fillim të biznesit
- ❖ Për shkak të mungesës së mundësive të tjera të punës
- ❖ Për shkak të investimit të të hollave në biznes
- ❖ Për shkak të pakënaqësisë të punës së mëparshme
- ❖ Të ndjek shembullin e personit të cilin e admiroj
- ❖ Të vazhdoj traditën e familjes

Nga vlerat e fituara për të gjitha variablat (ndryshim vlerash) së bashku mund të theksohet, se të anketuarit me notë më të lartë (midis 4 dhe 5) i vlerësojnë motivet: sfidë personale; shfrytëzim të aftësive dhe përvojës dhe zbatim të ideve për produkt/shërbim/procedurë të re, kurse të gjitha ato i përkasin variablës sfidë dhe aftësi, si faktor dominues motivues, i cili gjithashtu na bën të ditur dhe se **sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë janë të motivuar brendësish** që të fillojnë dhe të menaxhojnë biznesin e tyre personal. Për motivimin e brendshëm, besohet se në masë më të madhe, është konstante dhe vështirë menaxhohet dhe kontrollohet nga stimulimet e jashtëm në krahasim me motivimin e jashtëm, kurse në raport të intensitetit nuk është e domosdoshme të ekzistojë ndryshim.

Në vijim janë treguar të dhënat ku janë detektuar dallimet në mënyrë statistikore të rëndësishme ($p < 0,05$), në bazë të përkatësisë etnike të të anketuarve. Duke

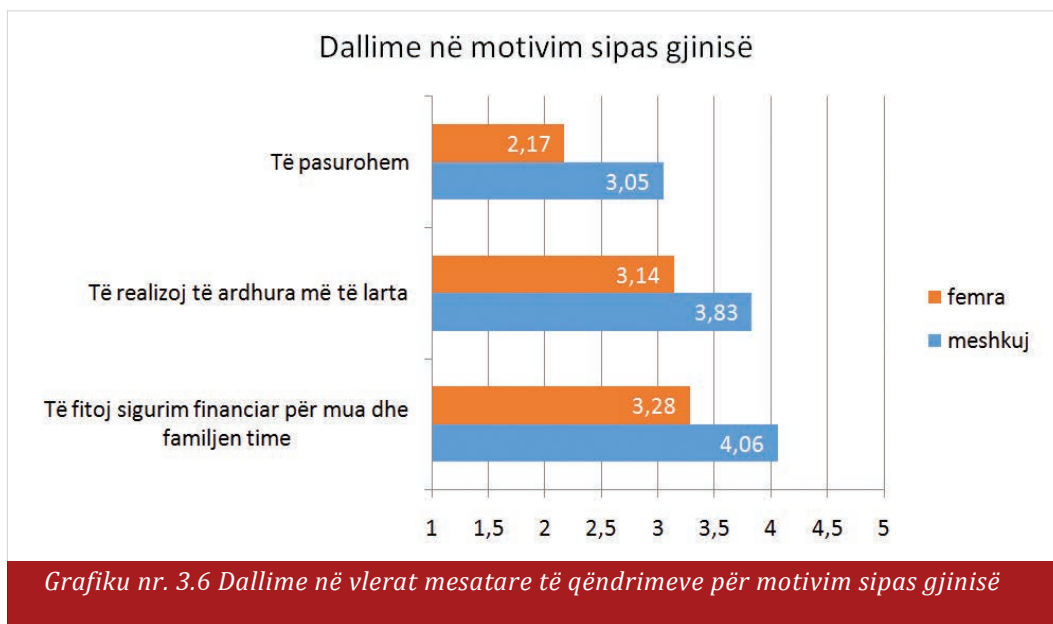
aplikuar testet joparametrike është konstatuar se ekziston dallim i caktuar midis përgjigjeve të target subpopullacioneve të ndryshme për konstatimet: *të shfrytëzoj shansin momental të biznesit; për shkak të investimit të të hollave në biznes dhe të ndjek shembullin e personit të cilin e admiroj*, me çka shqiptarët për të gjitha tre konstatimet tregojnë vlera më të larta, për dallim nga maqedonasit dhe të tjerët (grafiku nr. 3.5).



Analiza bivariate lidhshmëritregon se liria dhe pavarësia në qasjen ndaj punës është motiv, vlera e të cilit zvogëlohet anasjelltas me moshën ($r = -0.203$, $p < 0,05$), respektivisht kjo karakteristikë është më e përhapur në mesin e sipërmarrësve të rinj dhe më pak e rëndësishme për të moshuarit.

Sipas gjinisë, me teste joparametrike janë identifikuar dallimet statistikore të rëndësishme në qëndrimet: të siguroj të ardhura financiare për mua dhe familjen

time; të realizoj më shumë të ardhura; dhe të pasurohem. Prej çka mund të vihet në përfundim se financat si faktor motivues janë karakteristike më tepër për sipërmarrësit meshkuj sesa për femra (grafiku nr. 3.6).



Analiza bivariate e lidhshmërive tregon se ka korrelacion midis nivelit të faktorëve të arsimit dhe motivues, prandaj, sa më i madh është niveli i arsimimit aq është më i rëndësishëm për sipërmarrësit e rinj: të jenë “vetë pronarë (bos)” ($r = 0,499$, $p < 0.01$); të kenë fleksibilitet më të mirë për jetën private dhe familjes ($r = 0.372$, $p < 0.01$); të kenë mundësi më të mira për punë ($r = 0,291$, $p < 0.01$); të shfrytëzojnë aftësitë dhe përvojën që posedojnë ($r = 0,433$, $p < 0.01$); sfida personale ($r = 0,434$, $p < 0.01$); t’i aplikojnë idetë për produkt/shërbim/proces të ri ($r = 0,458$, $p < 0.01$); të aplikojnë idetë për përmirësimin e produkt/shërbimit/procesit ekzistues ($r = 0,325$, $p < 0.01$); të bëjë ndryshime pozitive dhe të dobishme në shoqëri ($r=0.314$, $p < 0.01$).

NJOHURI PËRFUNDIMTARE

- ▶ Në raport me *pavarësinë dhe mundësitë për punë më të mirë* si faktor motivues për sipërmarrësi, mund të vihet në përfundim se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë kanë vendosur të fillojnë biznesin e tyre kryesisht për shkak të: mundësive më të mira të punës ($m = 3.86$); lirisë dhe pavarësisë në qasjen ndaj punës ($m = 3.73$); fleksibilitetit më të mirë në jetën private dhe familjare ($m = 3.63$) dhe për të qenë “vetë pronarë (bos)” ($m = 3.28$);
- ▶ Në raport *mesfidën dhe aftësitë* si faktor motivues për sipërmarrësi, mund të vihet në përfundim se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë kanë vendosur të fillojnë biznesin e tyre kryesisht për shkak të: sfidës personale ($m = 4.37$); shfrytëzimit të aftësive dhe përvojës që posedojnë ($m = 4.11$); aplikimit të ideve për produkt/shërbim/proces të ri ($m = 4.02$), ose aplikim të ideve për përmirësimin e produktit/shërbimit/procesit ekzistues ($m = 3.96$);
- ▶ Në raport të *financave, si faktor motivues për sipërmarrësi*, vihet në përfundim se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë kanë vendosur të fillojnë biznesin e tyre kryesisht që të kenë siguri financiare për veten dhe familjen e tij ($m = 3.82$) dhe për të arritur të ardhura më të larta financiare ($m = 3.62$);
- ▶ Nga analiza e të dhënave për *familjen dhe trashëgiminë* si faktor motivues për fillimin e biznesit personal, mund të vërehet se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë janë kryesisht të motivuar për zhvillimin e biznesit në të ardhmen që do ta trashëgojnë fëmijët e tyre ($m = 3.29$);
- ▶ Ekziston dallim i caktuar midis përgjigjeve të të anketuarve me prejardhje të ndryshme etnike për arsyet që të fillojnë biznesin e tyre, siç janë: të shfrytëzoj shansin e biznesit momental; për shkak të investimit të të hollave në biznes; dhe të ndjek shembullin e personit të cilin e admiroj; me çka shqiptarët për të gjitha tri kërkesat tregojnë vlera më të larta, për dallim nga maqedonasit dhe të tjerët;
- ▶ Si përmbledhje e vlerave të fituara për të gjitha variablat së bashku, mund të theksohet se të anketuarit me notë më të lartë (midis 4 dhe 5) i vlerësojnë motivet: sfidë personale; shfrytëzim të aftësive dhe përvojës dhe zbatim të ideve për produkt /shërbimit/procedurë të ri, kurse të gjithë ato i përkasin variabëlilit të sfidave dhe aftësive, si faktor dominues motivues, i cili gjithashtu na bën të qartë dhe se sipërmarrësit e rinj në Republikën e Maqedonisë brendësisht janë të motivuar për fillim dhe menaxhim të biznesit të tyre. Për motivimin e tyre të brendshëm besohet se në masë më të madhe është konstante dhe më vështirë menaxhohet dhe kontrollohet me stimuj të jashtëm në krahasim me të jashtmen, kurse në

raport me intensitetin nuk duhet të ekzistojë dallim. Motivimi i jashtëm mund të rritet nëpërmjet inkurajimit dhe rritjes së besimit të të rinjve për fillim të biznesit, tejkalim të frikës së dështimit, si dhe të teknikës së drejtpërdrejtë dhe ndihmës dhe mbështetjes financiare;

- ▶ Liria dhe pavarësia në qasjen kah puna është motiv, vlera e të cilit zvogëlohet anasjelltas me moshën ($r = -0.203$, $p < 0,05$), respektivisht kjo karakteristikë është më e përhapur në mesin e sipërmarrësve të rinj dhe më pak e rëndësishme për të moshuarit;
- ▶ Mund të vihet në përfundim se financat si faktor motivues janë karakteristike më tepër për sipërmarrësit meshkuj sesa për femra;
- ▶ Sa më i madh është niveli i arsimimit, aq është më i rëndësishëm për sipërmarrësit e rinj është: të jenë «vetë pronar (bos)» ($r = 0,499$, $p < 0.01$); të kenë fleksibilitet më të mirë për jetën private dhe të familjes ($r = 0.372$, $p < 0.01$); të kenë mundësi më të mira për punë ($r = 0,291$, $p < 0.01$); të përfitojnë nga aftësitë dhe përvoja që posedojnë ($r = 0,433$, $p < 0.01$); sfida personale ($r = 0,434$, $p < 0.01$); t'i aplikojnë idetë për produkt/shërbim/proces të ri ($r = 0,458$, $p < 0.01$); të aplikojnë idetë për përmirësimin e produkt/shërbimit/procesit ekzistues ($r = 0,325$, $p < 0.01$); të bëjë ndryshime pozitive dhe të dobishme në shoqëri ($r=0.314$, $p<0.01$).



08

IV KAPACITETIET PËR PËRFAQËSIM

Autor: Doc. dr. Vesna Zabijakin Çatlevska

Përfaqësimi paraqet mënyrë të organizuar, formale për të bindur një person ose grup tjetër që të fitojë mbështetje për një ide të caktuar, ose për të ndjekur një aktivitet të veçantë. Si veprim grupor, përmes mënyrës së hapur dhe transparente, përfaqësimi ka për qëllim që të ndërtojë mbështetje për çështje të rëndësishme ose kushte të caktuara. Përfaqësimi i organizuar i sipërmarrësve të rinj është mënyrë për të paraqitur pikëpamjet dhe kërkesat e tyre para krijimit të politikave dhe bartësve të vendimeve në nivel lokal dhe kombëtar.

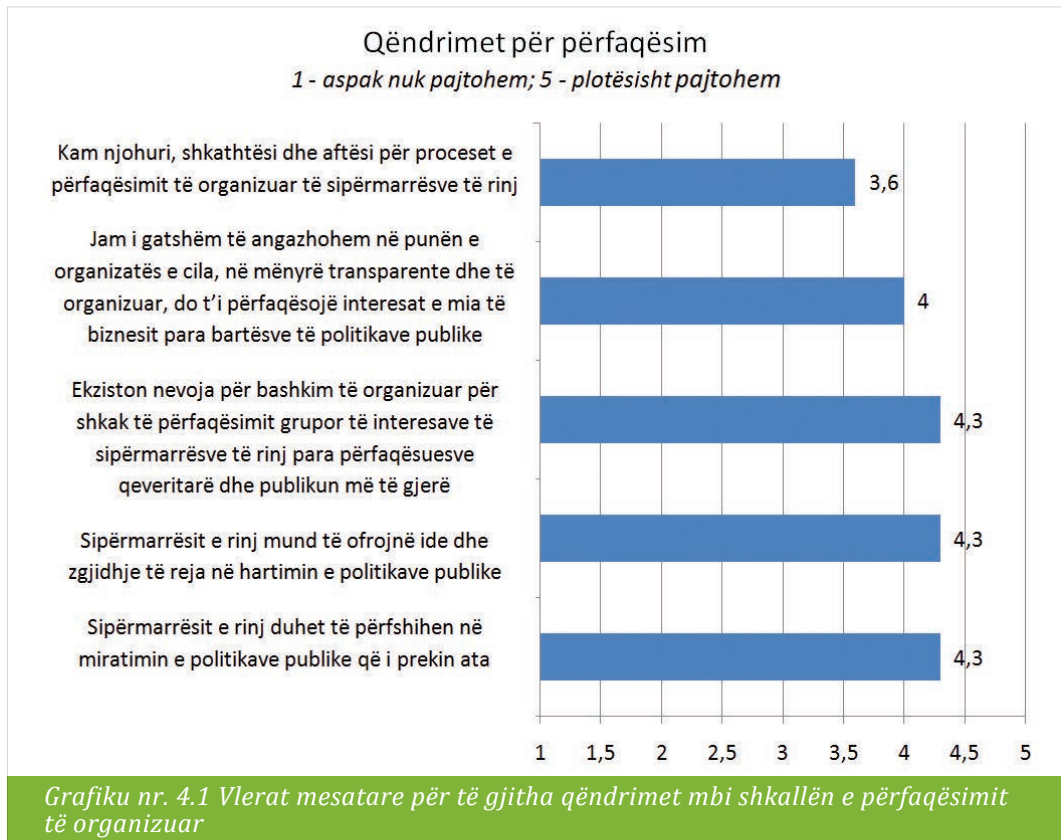
Në pjesën e fundit të studimit janë prezantuar mendimet dhe qëndrimet e sipërmarrësve të rinj për mobilizim në aksionin social të përfaqësimit grupor me qëllim të zhvillimit të mundësive dhe prosperitetit të sipërmarrësve të rinj. Në hulumtim theksi është vënë në disa aspekte të përfaqësimit të organizuar grupor të sipërmarrësve të rinj: qëndrimet për nevojën e krijimit të organizimit/asocimit për përfaqësim grupor të interesave, gatishmëria që të angazhohen në organizatë të tillë dhe perceptim të barrierave.

» SIPËRMARRËSIT E RINJ KANË NEVOJËN TË THEKSUAR PËR PËRFAQËSIMIN E ORGANIZUAR TË INTERESAVE PARA KREATORËVE TË POLITIKAVE DHE PARA OPINIONIT MË TË GJERË

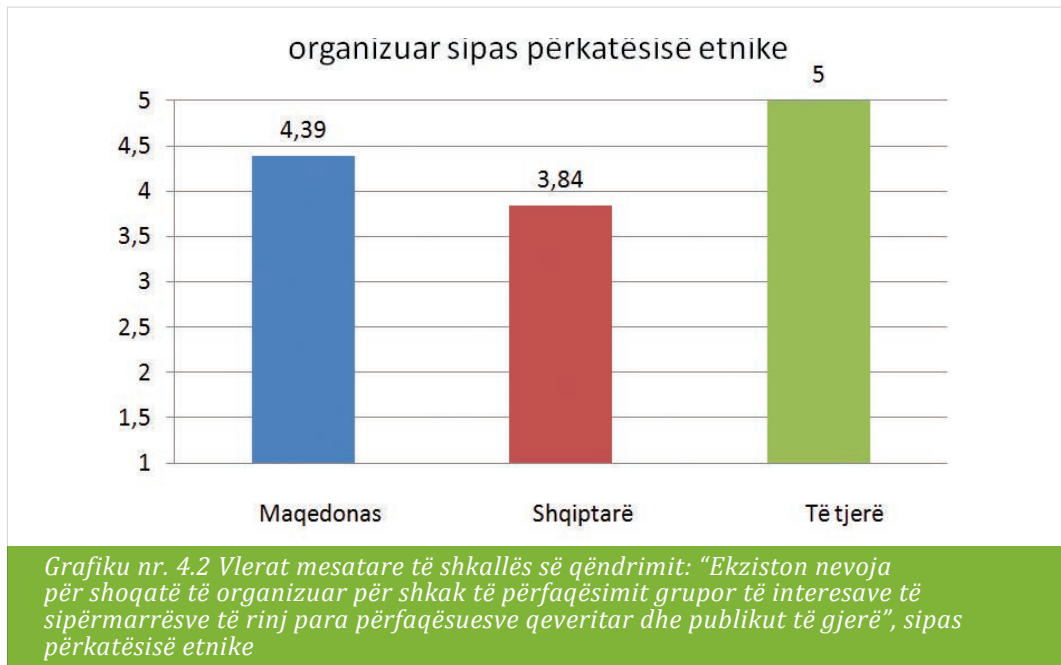
Grupi i parë i pyetjeve ka pasur për qëllim të vijë në njohuri për qëndrimet e sipërmarrësve të rinj për çështje të përfaqësimit të organizuar, si dhe për interesin dhe kapacitetin e tyre për përfshirjen personale në organizatë të tillë. Ishinparashtruar 5 konstatime për të cilat sipërmarrësit e rinj duhej ta shprehnin pajtimin/mospajtimin e tyre (në shkallë prej 1 deri 5, ku 1 - «aspak nuk pajtohem» deri 5 - «plotësisht pajtohem»), edhe atë për: nevojën e përfaqësimit; pjesëmarrje në vendimmarrje dhe krijimin e politikave publike për sipërmarrësinë e të rinjve duke vendosur idetë dhe zgjidhjet kreative; gatishmërinë për përfshirje personale në punën e organizimit për përfaqësim dhe vetë-vlerësim të shkathtësive dhe aftësive personale.

Në nivel të gjithë ekzemplarit, rezultatet tregojnë se sipërmarrësit e rinj më së larti i vlerësojnë qëndrimet e mëposhtme: *“Sipërmarrësit e rinj duhet të përfshihen në proceset e sjelljeve të politikave publike që i prekin ato”*; *“Ekziston nevoja për bashkim të organizuar për shkak të përfaqësimit grupor të interesave të sipërmarrësve të rinj para përfaqësuesve qeveritarë dhe publikun më të gjerë”* dhe *“Sipërmarrësit e rinj mund të ofrojnë ide dhe zgjidhje të reja në proceset e krijimit të politikave publike”*

(për të gjitha tre konstatimet vlera mesatare është $M = 4.3$). Në mënyrë të ngjashme, sipërmarrësit e rinj pajtohen me qëndrimin: “Jam i gatshëm të angazhohem në punën e organizatës/asociacionit e cila, në mënyrë transparente dhe të organizuar, do t’i përfaqësojë interesat e mia të biznesit para bartësve të politikave publike ($M = 4$). Në vendin e tretë, me vlerë më të ulët është qëndrimi: “Kam njohuri, shkathtësi dhe aftësi për proceset e përfaqësimit të organizuar të sipërmarrësve të rinj” ($M = 3.6$) (grafiku nr.4.1). Këto rezultate tregojnë se në mesin e sipërmarrësve të rinj ekziston pëlqim i lartë për nevojën e përfaqësimit të organizuar dhe përmes ideve dhe zgjidhjeve të marrin pjesë në krijimin e politikave publike që kanë të bëjnë më ata. Por në të njëjtën kohë vërehet se nuk janë krejtësisht të sigurt, sepse vetë ata personalisht posedojnë kompetenca dhe dituri për përfaqësim (duke filluar nga 3 = “As pajtohem as nuk pajtohem/Nuk e di” deri 4 = “Pjesërisht pajtohem”). Vlerat mesatare pas të gjitha pretendimeve janë treguar në grafikun nr. 4.1.



Shkalla e nevojës së shprehur për përfaqësim të organizuar u tregua sipas statistikës i rëndësishëm. Me aplikimin e testimit joparametrik u përcaktua dallim i rëndësishëm në qëndrimet e grupeve të ndryshme etnike për nevojën e përfaqësimit të organizuar të interesave të sipërmarrësve të rinj - $\chi^2(2) = 6,054$; $p = 0,048$. Sipërmarrësit e rinj nga grupet e tjera etnike (turqit, serbët, romët, vllehtë etj.) plotësisht pajtohen me nevojën për krijimin e organizatës për përfaqësim ($N = 5$), për dallim nga shqiptarët të cilët kanë dhënë gati pëlqim të pjesërisht ($M = 3,84$). Qëndrimet e maqedonasve lëvizin në interval prej pëlqim të pjesërisht në pëlqim të plotë ($M = 4:38$). Rezultatet janë paraqitur në grafikun nr. 4.2.



„Besoj se kjo është e nevojshme, por nuk jam e sigurt ende se skena e re start-up është gati për atë. Mendoj se është një iniciativë e mrekullueshme, që herët a vonë duhet të realizohet, por është e nevojshme përfshirje e madhe nga vetë të rinjtë sipërmarrës. Personalisht do të doja që kjo të zbatohet dhe të jem pjesë e kësaj, por kjo, me siguri varet nga përfshirja e përkohshme në nivel mujor.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, në sektorin e prodhimit maqedonase, 24 vjeçe).



„Mendoj se është ide shumë e mirë për formimin e asociacionit të sipërmarrësve të rinj. Kjo shoqatë do të mund të ishte me karakter publiko- formal. Të ketë udhëheqës dhe sipërmarrës nga komunitete të ndryshme etnike. Kjo shoqatë duhet të posedojë frymë ekipore, dituri dhe resurse. Do të mund të mbahen seminare/ligjërata në të cilat do të marrin pjesë edhe sipërmarrës potencialë fillestarë, të cilët në seminare do të jetë në gjendje të edukojnë dhe të marrin përgjigje për pyetjet që lidhen me hapjen dhe menaxhimin e biznesit të pavarur. Me kënaqësi do të isha anëtar i shoqatës së tillë dhe do të bëja gjithçka në mundësinë time që ta ndaj me të tjerët atë që e kam mësuar.” (sipërmarrës i ri nga Kumanova, në sektorin me shumicë dhe pakicë, maqedonas, 26 vjeç).

„Unë mendoj se duhet të formohet asociacioni i sipërmarrësve si organizatë e pavarur dhe të jetë financuar nga sipërmarrësit (jo nga shteti) me qëllim të përmirësimit të kushteve të punës, zvogëlimit të kontributeve, zvogëlimit në përqindje të tatimit për sipërmarrësit e rinj pronarë të firmave. Gjithashtu, mendoj se asociacioni duhet të jetë në kontakt dhe të bashkëpunojë me shoqatat e vendeve të tjera të zhvilluara ekonomikisht.” (sipërmarrës i ri nga Gostivari, shqiptar, 30 vjeç, shërbime shëndetësore).

„Po, duhet të ketë një asociacion të tillë dhe dua që të jem anëtar i saj aktiv.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, maqedonase, 28 vjeçe, sektori i shërbimeve).

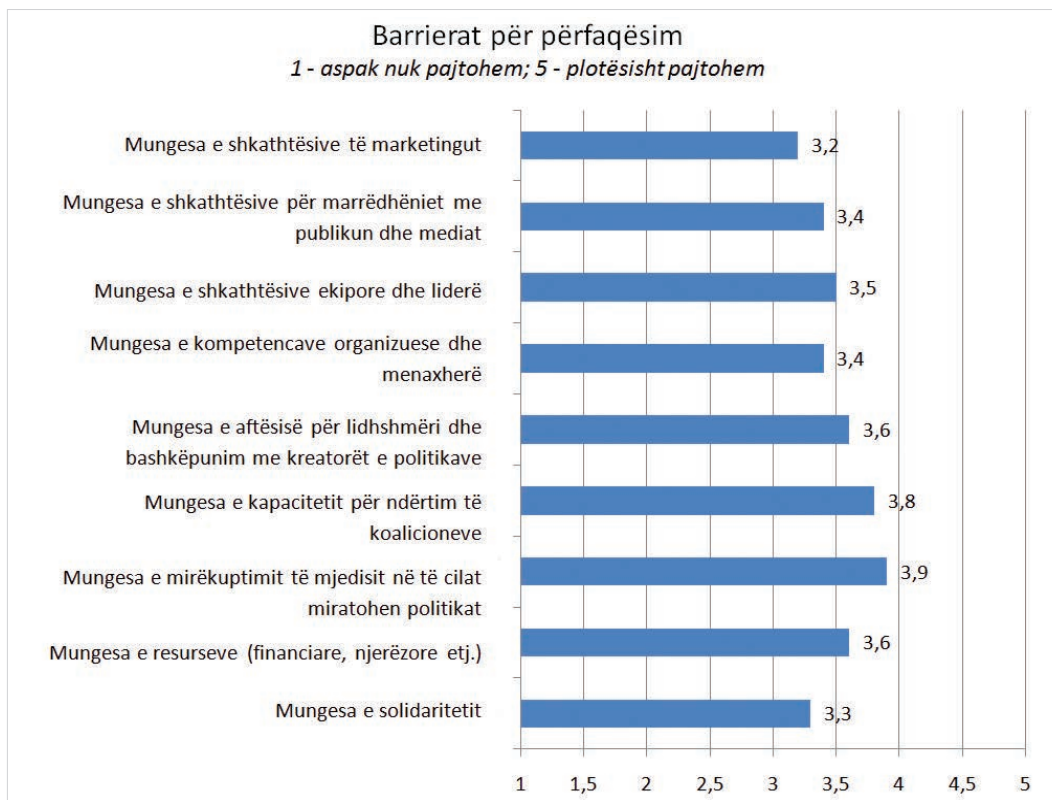
„Gjithmonë asociacionet sjellin dobi për anëtarët e saj. Më shumë do të na nevojitet në këtë moment që t'i qasemi rregullave të reja dhe për tarifë miqësore që do të vendohet së shpejti.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbime hotelerie, maqedonase, 29 vjeçe).

„Kam qëndrim pozitiv dhe e mbështes formimin e një asociacioni të tillë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbime të dizajnit dhe shitje e produkteve të dizajnit maqedonase, 27 vjeçe).

„Tanimë jam përpjekur që të marr pjesë në një organizatë të ngjashme, por me të vërtetë nuk kam kohë që të jem më shumë se një anëtar i cili do të kishte ndjekur ngjarjet për lidhje rrjetore ose ritrajnim.” (sipërmarrës i ri nga Shkupi, maqedonas, 26 vjeç, në sektorin e tregtisë).

» CILAT JANË BARRIERAT PËR PËRFAQËSIM TË ORGANIZUAR?

Veçanërisht është i rëndësishëm hulumtimi i barrierave të mundshme të cilat e vështirësojnë formimin e organizatës për përfaqësim. Parakusht kyç për ekzistencën e suksesshme të organizatës/asociacionit dhe aktiviteteve të përfaqësimit është tejkalimi i barrierave ekzistuese. Për këtë qëllim, shqyrtohet perceptimi i sipërmarrësve të rinj dhe pikëpamjet e tyre në shkallën në të cilën mund të imponohen disa aspekte të veprimit të organizuar si faktor që do të pengojnë organizimin dhe punën e suksesshme. Është e rëndësishme të theksohet se të anketuarit nuk i vlerësojnë mangësitë e tyre si barriera por e shprehin perceptimin e tyre për shkallën e pranisë së barrierave, të ofruara e të mundshme të përfaqësimit në përgjithësi në mesin e popullatës të sipërmarrësve të rinj, por në kuadër të përfshirjes më të gjerë shoqërore.

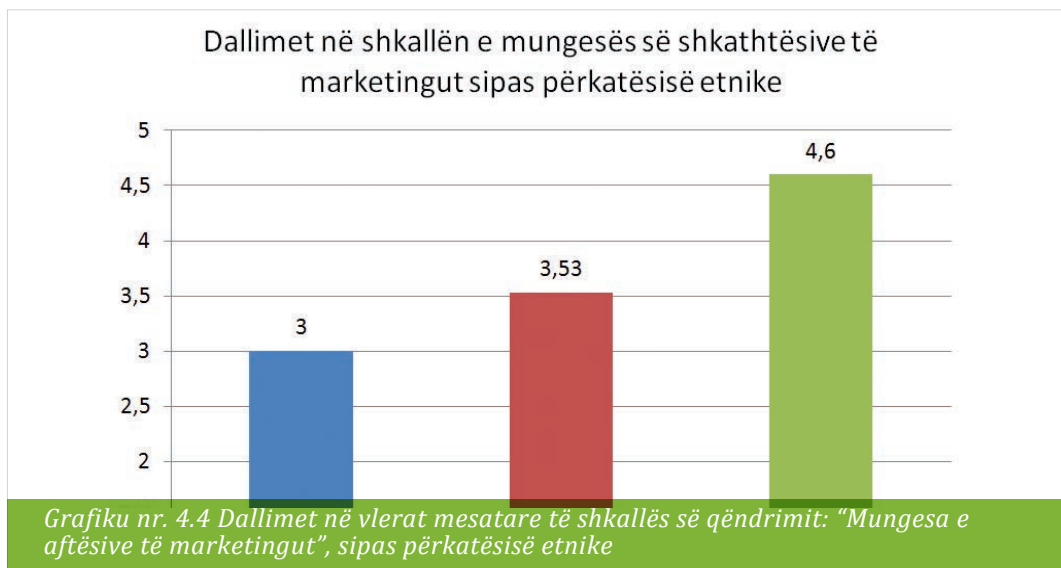


Grafiku nr. 4.3 Vlerat mesatare të shkallës së qëndrimeve për pyetjen: "Sa pajtohem me qëndrimin se është vështirë të krijohet organizatë për përfaqësim të sipërmarrësve të rinj, për shkak se..."

Nga të anketuarit është kërkuar që ta japin qëndrimin e tyre në pyetjen: “*Sa pajtohen me qëndrimin se është vështirë të krijohet organizatë për përfaqësim të sipërmarrësve të rinj, për shkak se...*”, ku mund të shprehin perceptimin e tyre personal (pajtim/mospajtim) në 9 qëndrime të ofruara, në shkallë prej 1 deri 5 (ku 1 – aspak nuk pajtohem, 5 - pajtohem plotësisht). Rezultatet tregojnë se, në përgjithësi, sipërmarrësit e rinj deklarohen, duke filluar nga 1 = “As pajtohem as nuk pajtohem/Nuk e di” deri 4 = “pjesërisht pajtohem” për çështjen e ekzistencës së mangësive në fusha të ndryshme të kompetencës për përfaqësim të organizuar.

Mbështetja e dobët e pjesës pozitive të shkallës, tregon se asnjëra dukshëm nuk dallohen nga tjerat si pengesë serioze që do të vështirësonte formimin e një organizate të tillë (grafiku nr. 4.3).

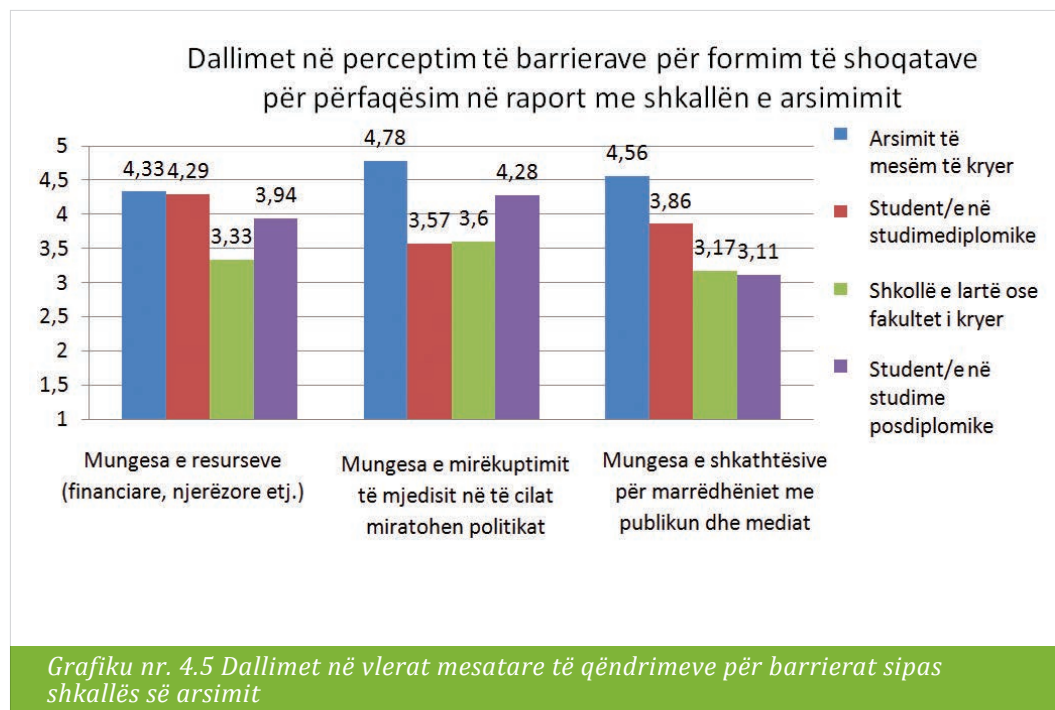
Lidhur me moshën e të anketuarve dhe qëndrimet ndaj barrierave për formimin e organizatës për përfaqësim është gjetur lidhje statistikore e rëndësishme me një variabël. Më konkretisht, analizat tregojnë se sipërmarrësit e rinj më të vjetër kanë qëndrim më të theksuar se barrierë e rëndësishme është mungesa financiare, resurset njerëzore dhe resurse të tjera ($r = 0,256$, $p = 0.015$).



Me zbatim të testimit joparametrik është përcaktuar dallim i rëndësishëm statistikor në qëndrimet e të anketuarve nga grupe të ndryshme etnike në lidhje me mungesën e aftësive të marketingut si barrierë - $\chi^2 (2) = 10,920$; $p = 0.004$. Në të vërtetë,

dallimi më i madh është midis maqedonasve, duke treguar neutralitet ($M = 3$) dhe grupeve të tjera etnike (turqit, serbët, romët, vllehtë, etj.), të cilët pothuajse tërësisht pajtohen ($M = 4.6$). Tek shqiptarët gati lëviz midis neutrales gjer në pajtim të pjesshëm ($M = 3:53$). Kjo është treguar në grafiku nr. 4.4.

Në raport me nivelin e arsimit, rezultatet e testit joparametrik kanë treguar dallim të rëndësishëm statistikor në perceptimin të barrierave për përfaqësim (analizuar pa kategori arsimore “të tjera”, - 7). Në të vërtetë, në krahasim me grupet e tjera arsimore, sipërmarrësit e rinj të cilët kanë përfunduar arsimin e mesëm, në mënyrë të konsiderueshme përmendin tri barrierat kryesore të cilat e pengojnë krijimin e organizatës për përfaqësim, e ato janë: mungesa e resurseve financiare, njerëzore etj. - $\chi^2(3) = 9.240$, $p = 0.026$; mungesa e kuptimit të mjedisit në të cilin miratohen politikat - $\chi^2(3) = 13.658$, $p = 0.003$ dhe mungesa e aftësive për marrëdhëniet me publikun dhe mediat - $\chi^2(3) = 14.308$, $p = 0.003$, (grafiku nr. 4.5).





„Është e nevojshme të ketë zyrë ose hapësirë prej ku dikush do të na organizojë. Por të ketë edhe dikush të aftë të cilit ne të gjithë do t'i besojmë. Të gjithë do të përfitojnë nga kjo.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, sektori i shërbimeve maqedonase, 28 vjeçe).

„Po, duhet të ketë ndonjë lloj shoqate, tani me përdorim të internetit të gjitha komunikimet mund të jenë online.» (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shërbime hotelierimaqedonase, 29 vjeçe).

„Mendoj se është e nevojshme që të ketë asociacion të tillë për biznesmenët e rinj që të krijohen politika të cilat ofrojnë mbështetje për sipërmarrësinë e të rinjve. Gjithashtu mendoj se ekziston kapacitet, por ka nevojë për resurse dhe lidhshëm. Unë jam i gatshëm që të jem anëtar aktiv dhe mund të jem një nga themeluesit, mund të marr pjesë me ide por edhe të sjell vendime me përgjegjësi, në qoftë se kërkohet nga unë, dhe në qoftë se ka nevojë.” (sipërmarrëse e re nga Shkupi, shqiptare, 35 vjeçe, sektori i shërbimeve).

NJOHURI PËRFUNDIMTARE

- Sipërmarrësit e rinj kanë nevojë për përfaqësim të organizuar të interesave të tyre. Gjithashtu konsiderojnë, se duhet të marri pjesë dhe mund të kontribuojnë në krijimin e politikave publike nëpërmjet ideve të ofruara origjinale dhe zgjidhjeve të çështjeve të ndryshme që i prekin ata. Nga ana tjetër, vetëm pjesërisht pajtohen se janë të gatshëm që personalisht të angazhohet në aktivitetet e organizimit të përfaqësimit. Mund të konkludohet se më shumë e mbështetin krijimin e organizatës si e tillë, por nuk janë të gatshëm që në të njëjtën masë të japin kontributin e tyre. Si pasojë ata tregojnë nivel më të ulët të pajtueshmërisë, kur është fjala për posedim të dijes, shkathtësisë dhe proceseve të përfaqësimit të organizuar, por të cilat lëvizin në interval prej «nuk e di» deri në «pjesërisht pajtohem». Gjetjet e tilla sugjerojnë se ka bazë të mirë që të punohet në formimin e organizatës për përfaqësim gjë që theksi duhet të vendoset në rritjen e kapaciteteve të sipërmarrësve të rinj, më saktë, të ndërmerren aktivitetet të cilat do të shkojnë në drejtim të përvetësimit të njohurive dhe shkathtësive për proceset e përfaqësimit.
- Duke pasur parasysh dallimet e zbuluara për nevojën e përfaqësimit grupor si dhe në aspektin e përkatësisë etnike, rekomandohet, në proceset e formimit të organizatës të përfaqësimit dhe në proceset e ndërtimit të kompetencës, përveç bashkësisë etnike maqedonase (M = 4:39), theks të veçantë duhet vendosur, me

një anë, në sigurimin e përfshirjes aktive të bashkësive më të vogla etnike në Maqedoni (turqit, serbët, romët, vllehtë, etj.) të cilët japin mbështetjen më të fortë për mënyrën e organizimit të përfaqësimit ($M = 5$) dhe, nga ana tjetër, të bashkësisë etnike shqiptare e cila tregon vlera pozitive, por më të ulëta në shkallën e nevojës për përfaqësim ($M = 3.84$).

- ▶ Të anketuarit në këtë hulumtim konstatojnë se e kanë vështirë që të krijohet organizatë për përfaqësim të sipërmarrësve të rinj, kryesisht për shkak të mungesës së mirëkuptimit të mjedisit kuvendosen politikat ($M = 3.9$) dhe mungesës së kapaciteteve për ndërtim të koalicionit ($M = 3.8$), por më pak, për shkak të mungesës së aftësive të marketingut ($M = 3.2$) dhe mungesës së solidaritetit ($M = 3.3$).
- ▶ Mungesa e resurseve financiare, njerëzore dhe të tjera është pengesë shumë e rëndësishme për sipërmarrësit e rinj më të vjetër kundrejt kolegëve të tyre më të rinj.
- ▶ Qëndrimi se ekziston mungesa e aftësive të marketingut është dukshëm më i theksuar midis përfaqësuesve të bashkësive më të vogla etnike (turqit, serbët, romët, vllehtë, etj.).
- ▶ Mungesa e resurseve financiare, njerëzore dhe resurseve të tjera; mungesa e kuptimit të mjedisit në të cilin sillen politikat dhe mungesa e aftësive për marrëdhënie me publikun dhe mediat, janë vlerësuar si barriera të rëndësishme për të anketuarit me arsim të mesëm, për dallim nga kolegët e tyre me nivele të larta të arsimit.
- ▶ Zbulimet e hulumtimit sugjerojnë se në fokus për ndërtim të përfaqësimit formal dhe të organizuar me rëndësi është që të ndërtohen kapacitete të përgjithshme të sipërmarrësve të rinj në drejtim të tejkalimit të barrierave ekzistuese, me theks të veçantë, tejkalimin e atyre barrierave të paraqitura si më të rëndësishme të paraqitura në hulumtim.

*STUDIM HULUMTUES
SHUMETNIK
PËR
SIPËRMARRËSI
RINORE*

