

# **CFARE JANE BIZNESI DHE SIPERMARESI DHE SI FUNKSIONOJNE ATA NE NJE EKONOMI TREGU**

## **TEMA 1 MENAXHIMI**

### **CESHTJET QE DO TE TRAJTOHEN:**

- Njohuri mbi biznesin / supermarjen dhe supermaresit, si funksionojne ata ne një ekonomi te tregut te lire
- Ambienti ku operon biznesi dhe ndikimi i tij mbi biznesin; format e konkurencës dhe studimi i ambientit konkures; faktoret e prodhimit; njohuri mbi sistemet ekonomike
- Menyrat e organizimit te biznesit – avantazhet dhe disavantazhet; industrite e pershtateshme per biznesin e vogel dhe te mesem; supermarjet dhe francizat

### **Perkufizimi i konceptit biznes (dhe lidhja me konceptin fitim)**

Termi **biznes** perfshin te gjitha aktivitetet qe synojne te nxjerrin fitim duke perfshire edhe supermarjet qe prodrojne produkte dhe sherbime te cilat jane te nevojshme per konsum nga një sistem ekonomik

### **Ne boten e biznesit eshte gjithashtu e zakonshme qe nje biznes te quhet supermarje**

**Termat qe ne do te perdorim shpesh, por qe nenkuptojne te njejten gje Jane supermarje, firme, organizate, biznes**

**Individet qe kane ide biznesi perpiqen qe ti vene ne pune idete qe kane duke gjetur kapitalin e nevojshem dhe duke bere te mundur hapjen e biznesit**

**Ky proces quhet mer emrin *novacion***

**Supermaresit me keto ‘*propozime biznesi*’ duhet te vleresojnë aftesine e ideve te tyre (viability)**

**VIABILITY** – sa eshte e mundur qe ideja te jete realisht fitim-prurese

### **Pyetjet qe sipermaresi** duhet te parashtroje:

- ▶ Produktet qe do te vijne si rezultat i kesaj ideje do te kene mundesi te mira shitje?
- ▶ Do te jene njerezit te gatshem ti blejne keto produkte / sherbime?
- ▶ Sa i madh do te jete fitimi qe do te vije prej kesaj sipermanje?
- ▶ Me kete nivel fitimi ja vlen te maresh persiper riskun qe vjen me sipermanjen?

### **Sfida per sipermaresit e rinj eshte**

si te organizojne faktoret e prodhimit:

- token, ■ punen, dhe ■ kapitalin – me eficence dhe efektivitet per te kriuar produkte dhe sherbime qe jane te nevojshme per njerezit

Ka lidhje me **KONCEPTIN MARKETING**

### **Per te qene te suksesshem sipermaresit duhet te kene cilesi personale te caktuara:**

- ▶ Duhet te jene te gatshem te punojne shume
- ▶ Duhet te jene te vendosur per te realizuar endren e tyre
- ▶ Te kene aftesi te mira krijimi si dhe nje vision te qarte
- ▶ Duhet te kene besim te qendrueshem
- ▶ Duhet te kene aftesine ti planifikojne gjerat
- ▶ Duhet te kene aftesi te mira komunikimi (me klientet, furnitoret, investitoret, personelin)

### **Krijimi i nje biznesi**

Ky seksion do te perfshije njohuri se si krijohet nje kompani, cilat jane dokumentat dhe procedurat qe duhen plotesuar, dhe cili eshte plani qe nevoitet.

Fokusimi do te jete gjithashtu ne aplikimin e aftesive qe sipermaresit do ti duhen per te vleresuar tregun, per te perdonur aftesine e gjykimit dhe ate krijuese, si dhe per te bere vleresimine forcave te tregut.

## **HAPI i PARE**

**Ideja** mbi te cilin do te ngrihet biznesi (sipermanja)

Gjate etapes kur nje sipermares i ardhshem vendos ta ktheje idene e vet ne nje propozim konkret biznesi, Jane nje numur faktoresh qe duhet te meren ne konsiderate:

- **Vleresimi i Kerkeses** – Novacionet varen nga me shume se nje ide e re. P.sh. nese konsumatoret nuk do te duan te blejne produktin, ideja nuk perkthehet ne sukses financiar. Per kete arsye kerkimet paraprake ne marketing kane nje rendesi vitale.
- **Zhvillimi i Prototipit** – prototipi eshte nje kampion i produkteve qe do te prodhohen per te pare nese ato do te funksionojne sic duhet ne praktike.
- **Percaktimi i kostove;** gjetja e burimeve te financimit; planifikimi i aktiviteve
- **Vleresimi i ndikimit** mbi ambientin

## HAPI i DYTE

### PLANIFIKIMI I PROCESEVE

Veprimi i pare ne procesin e planifikimit eshte konkludimi ne nje **deklarate te misionit** te supermarjes: percaktimi iqellimit te ngritjes dhe egzistences te saj

Misioni i jep biznesit sensing e drejtimit dhe sherben si baze per vendimet kryesore – c'do veprim nndermeret per te permbushur misionin dhe qellimin kryesor te firmes

- **Vendosja e objektivave kryesore te biznesit**
- **Pergatitja e planeve te detajuara per c'do funksion te firmes**

### QELLIMET E BIZNESIT (organizates/sipermarjes)

**QELLIMI i PERGJITHSHEM** i nje organizate pershkruan vizionin dhe qellimet afatgjata – qellimi i krijimit te firmes. Keto shprehjen nepermjet deklaratave te vizionit dhe misionit

**OBJEKTIVAT e BIZNESIT** – synojne te paraqesin drejtimin e pergjithshem, qellimet qe synon te arrije, fokusimin kryesor

Megjithate, vizioni, misioni, dhe objektivat qendrore duhet te zberthehen ne objektiva operacionale ne menyre qe firma te funksionoje me efektivitet

**OBJEKTIVAT** duhet te jene: ■ specifike; ■ te mateshme; ■ realiste; ■ te arritshme; ■ te plotesojne afatet kohore

### **DOKUMENTACIONI I NEVOJSHEM**

(referuar eksperencies ne United Kingdom)

#### **STATUTI i SIPERMARJES** qe shpreh:

- Emrin e kompanise
- Adresen e kompanise & adresen e rregjistruesit ligor te saj
- Objektivat e pergjithshme se cfare synon te arrije
- Deklarimi i kapitalit fillestar

#### **NENET E SIPERMARJES** (rregullat e brendeshme)

- Te drejtat e aksionereve (ortakeve)
- Emrat e drejtuesve kryesore (kompetencat & perqyngjesite)
- Rregullat e organizimit te mbledhjeve & takimeve kryesore
- Deklarata qe kompania do funksionoje ne perputhje me rregullat dhe ligjet e vendit ku ushtron aktivitetin

#### **PLANI i BIZNESIT** i detajuar

## HAPI i TRETE

### Pergatitja e nje Plani Financiar

### **Pergatitja e nje Plani Financiar**

Tre aspektet e rendesishme te ketij planifikimi:

- si do te sigurohet kapitali
- si do te menaxhohet qarkullimi i parave
- si do te mundesohet fitimi

Pra ky plan financiar do te detajoje si do te sigurohen fondet per financim, si do te menaxhohen parate (qarkullimi), si do krijohen te ardhurat (vleresimi i kostove dhe te ardhurave per te ardhmen)

Me konceptin ***fitim*** do te kuptojme diferençen midis te ardhurave nga shitja – qe nje supermarrje ka realizuar – dhe shpenzimeve qe ajo ka bere per te prodhuar produktet dhe sherbimet qe ka tregetuar

Vetem kur njerezit shohin nje mundesi te mire per te bere fitim, ata jane te gatshem te bejne nje investim me kursimet e tyre  
(kur kane sigurisht nje motivim prej supermaresi)

### Konceptet sipermares dhe sipermarje

***Sipermaresi*** eshte nje individ me iniciative qe ne nje sistem te sipermarjes private, pranon te mare persiper rrezikun e humbjeve (risk) ne perpjekje per te ndjekur nje mundesi fitim-prurese per te cilien ai ben nje plan dhe formon nje sipermarje (firme) nepermjet te ciles synon te arrije qellimin e vet

Nje ***sistem sipermarje private*** eshte nje sistem ekonomik ne te cilin suksesi ose deshtimi varet nga aftesia e sipermarjes (firmes) per tu perballur me sukses me konkurençen, dhe per te dhene nje oferte me te mire se konkurentet qe tregetojne produkte dhe sherbime te njejtta (ose zevendesuese)

Per kete arsye konkurenca eshte nje mekanizem thelbesor qe garanton vazhdimesine e sistemit te sipermarjes private dhe qe ben te mundur zhvillimin gjithenje e ne rritje te cilesise se produkteve / sherbimeve si dhe standarteve te jeteses per shoqerine.

Pa gatishmerine per marjen e riskut, nuk do te kishte biznese te suksesshme dhe per rrjedhoje sistemi i sipermarjes private nuk do te egzistonte

### Ndikimi i Sistemit Ekonomik mbi Biznesin

Lloji i sistemit ekonomik qe aplikohet nga nje shtet varet nga faktoret e meposhtem:

- Pronesa mbi faktoret e prodhimit (jane prone e shtetit apo e individit)
- Menyra e shperndarjes te burimeve (resource allocation)
- Niveli i transparencës te politikave ekonomike
- Sa te hapura per ndihme jane institucionet e shtetit dhe si funksionojne ato

### Faktoret e Prodhimit

Qe nje sistem i sipermarjes private te funksionoje ne menyre efektive, ai ka nevoje per disa kushte / elemente qe ekonomistet i quajne Faktoret e Prodhimit

C'do biznes perfshihet ne kombinimin specific te kater faktoreve:

- |                    |                           |
|--------------------|---------------------------|
| ►burimet natyrore, | ►fuqia punetore,          |
| ►kapitali,         | ►interesi i sipermaresit. |

- **Burimet natyrore** – perfshijne c’do lloj materiali zakonisht me origjine natyrore, qe mund te perdoret si lende e pare per te prodhuar dicta: toka buqesore, ndertesat, pyjet, pasuria ujore, depozitat minerare, etj. Kjo kategori perben burimin baze qe i nevoitet c’do sistemi ekonomik.
- **Puna** – eshte nje faktor me rendesi te vecante ne sistemin e sipermarjes private.
- **Kapitali** – nenkupton teresine e fondeve te domosdoshme per te finançuar operacionet e nje biznesi. Keto fonde mund te sigurohen ne formen e investimeve, fitimit pas taksimit dhe huamarjeve. Kapitali perdoret per ndertimin e fabrikave, blerjen e lendeve te para, dhe marjen e personelit ne pune
- **Interesi i sipermaresit** – shprehet ne formen e sipermarjes te rezikut per krijimin dhe venien ne funksion te biznesit – si kompensim ai realizon nje fitim te justifikuar

## Te drejtat baze te Sistemit te Sipermarjes Private

**E drejta e zoterimit te prona** – konsiderohet si e drejta me e rendeshishme ne sistemin e sipermarjes private

Ajo ju garanton individive dhe grupeve te drejten per te zoteruar, perdonur, shitur, ose te lene trashegim prona ne formen e tokes, ndertesave, makinerive dhe paisjeve, shpikjeve, si dhe nje sere zoterimesh te perekshme

**E drejta e konkurencës** – i garanton publikut dhe individive te drejten per te vendlodhi rregullat e lojes ne aktivitetet ku nevoitet konkurenca si mekanizem.

**E drejta e realizimit te fitimit** – ky sistem i garanton sipermaresit te drejten e mbajtjes te fitimit pas taksave per shkak te riskut qe ai ka mare persiper per ta realizuar ate fitim. Fitimi nuk eshte nje gje e garantuar

**E drejta e zgjedhjes** – nenkupton qe ne SSP, shtetasit kane lirine maksimale per te zgjedhur llojin e punes, blerjeve dhe investimeve. Kjo do te thote qe nederhyrja e qeverise duhet te jetë minimale nese individi do te hape ose te mbylli nje sipermanje

### Struktura e Tregut dhe Format e Konkurencës

Termi **Strukture Tregu** perdoret prej ekonomisteve per te pershkruar nivelin e konkurencës brenda nje industrie te caktuar. Permasa e konkurencës me te cilën firmat perballen varet prej numrit te firmave qe operojne ne ate industri, lehtesia e hyrjes se tyre, homogeniteti i produkteve, dhe niveli kontrollit qe furnitoret kane mbi cmimin

Ndryshimet ne strukturen e tregut mund te ndodhin vetem si rezultat i ndryshimeve ne vendosjen e kostove midis industrive te ndryshme, ose si rezultat i ndryshimit te faktoreve qe sherbejne si bariera te hyrjes ne treg

### Konkurrentet

Nje nga forcat me influencen me te madhe ne ambientin e ektiviteteve te firmes jane konkurrentet

**Konkurrentet** jane firma te tjera qe prodrojne produkte dhe sherbime te ngjashme me ato te sipermanje

Rivaliteti midis konkurrenteve perben faktorin me kercenues per suksesin dhe mbijetesen e nje firme

- Nje rivalitet i larte ushtron presion mbi cmimet dhe ulja e tyre do te thote fitim dhe mundesi me te vogla per blerjen e burimeve shtese

- Se bashku me rivalitetin kercenim perben edhe hyrja ne treg e konkurrenteve te rinj

### Konkurenca haset ne keto forma:

- Konkurenca e paster      ■ Monopoli
- Oligopoli      ■ Konkurenca jo e plete
- Konkurenca Monopolistike

### Konkurenca konsiderohet e paster kur ne treg mbizoterojne keto kushte:

- 1) Numri i firmave brenda industrise eshte i madh; asnjeri prej firmave nuk ka influence vendimtare mbi cmimin e artikujve qe tregetohen prej asaj industrie
- 2) Hyrja ne industrin dhe dalja prej saj jane relativisht te lehta; firmat hyjne dhe dalin sipas deshires / interesit
- 3) Firmat prodhojnë produkte dhe sherbime identike sa qe konsumatorët e kane te veshtere ti diferencojne ato ne cilesi dhe karakteristika teknike
- 4) Cmimet e produkteve dhe sherbimeve percaktohen (jane ne vartesi) te kerkeses dhe ofertes; asnje prodhues ose konsumator individual nuk ka influence per ti ndryshuar ato

**Monopoli** eshte situata e tregut ne te cilien produkti ose sherbimi ofrohet nga një prodhues vetem. (Orqina Greqisht: *mono* – një; dhe *polist* – shites)

**Konkurenca monopolistike** – karakteristika celes e kesaj forme te konkurencess eshte diferencimi i produkteve

Ne kete strukture tregu numri i konkurrenteve eshte me i vogel se sa tek konkurenca e plete por kushtet diktojne qe firmat te perpiqen te prodhojnë produkte qe duken ndryshe ose qe te pakten te ndryshojne ne disa karakteristika – duke synuar qe keto produkte ti reklamojne si unike

**Konkurenca jo e plete** (e pa persosur) ndodh kur konkurenca nuk eshte as teresisht e paster dhe as ne kushtet e monopolit.

Ajo ndodh kur totali i mallrave dhe sherbimeve ne rang industrie prodhohet prej një numri relativisht te vogel firmash qe tregetojne me cmime qe kushtezohen prej tregut.

**Oligopoli** – eshte ajo struktura tregu (ne rang industrie) ne te cilin ndodhen vetem pak (disa) prodhues te produkteve pothuajse identike te cilet plotesojnë nevojat e gjithe tregut.

Ndryshe nga ‘monopolist-i’, një ‘oligopolist’ i vetem nuk e kontrollon dot cmimin por seicili prej tyre mund te kete një influence te madhe mbi cmimin, ne menyre te vecante kur behet fjalë per uljen e tij

### Barierat ndaj konkurrenteve

Barierat e hyrjes krijohen prej ketyre tre burimeve:

- ekonomite e shkalles,
- besnikeria ndaj markave, dhe
- kufizimet ligjore (rregullat qe vendos qeveria)

Ne shume raste ato quhen dhe ‘**bariera te hyrjes ne treg**’.

**Barierat e hyrjes** ne treg Jane faktore qe e bejne te veshtere dhe te kushtueshme per një kompani te futet ne një treg ose industri te caktuar

Sa me e veshtere dhe sa me e kushtueshme eshte futja ne treg, aq me te larta Jane barierat e hyrjes ne te. Sa me te larta te jene barierat e hyrjes, qa me i vogel do te jete numri i firmave qe operojne ne ambientin e aktiviteteve dhe per rrjedhoje qa me i vogel do te jete reziku prej konkurencess

Duke qene konkurenca me pak intensive, per firmat egzistuese behet me e lehte te mbajne klientet qe kane pa qene te detyruara te ulin cmimet

**Kufizimet ligjore** jane rregulla te caktuara qe qeveria i vendos per nje industri specifike.

Shembuj te kufizimeve ligjore jane **mbrojtja e patentave, licensat, dhe tarifat**.

### **Barierat qe vendosen prej firmave perfshijne:**

- **Ekonomite e shkalles** – jane avantazhe ne kosto qe krijohet si rezultat i aktiviteve prodhuase masive. Keto avantazhe mund te krijoen edhe prej blerjes te inputeve ne sasi te madha, duke perdonur burimet e firmes ne menyre me efektive, ose duke perdonur me mire njojurite dhe aftesite e personelit.
- **Besnikeria ndaj markave tregetare** – ka te beje me preferencat qe konsumatoret cfaqin ndaj markave dhe produkteve specifike te sipermarjeve qe aktualisht ndodhen ne ambientin e aktiviteve. Kostot per firmat e reja qe synojne te futen ne ate treg do te jene masive per t'ju 'ndruar mendjen' konsumatoreve egzistues qe te ndrojne marken e preferuar.

## **Ambienti ku vepron biznesi**

Cfare eshte ambienti ku vepron nje sipermarje?

Cilet jane elementet qe e perbejne kete ambient?

**Ambienti** ku vepron nje sipermarje – edhe c'do organizate biznesi ne teresi – perbehet nga nje grup forcash dhe kushtesh jashtje kufijve te sipermarjes, te cilat kane potencialin te ndikojne ne menyren se si sipermarja funksionon.

Keto jane forca qe duke ndryshuar here pas here, kthehen ose ne mundesi per ti shfrytezar ose ne kercenime prej te cilave sipermarja duket te mbrohet

**Ambienti i nje sipermarje biznesi klasifikohet ne dy kategorji:**

► **Ambienti i Pergjithshem**

► **Ambienti i Aktiviteve (operacional)**

### **Ambienti i pergjithshem:**

perfshin ■ faktoret ekonomike, ■ teknologjike, ■ socio-kulturore, ■ politike dhe ligjore, dhe ■ forca te tjera globale  
e te cilat ndikojne fuqishem mbi firmen dhe ambientin e saj te aktiviteve

Ndikimet qe vijne prej ketij ambient jane shume te paparashikueshme dhe reagimi ndaj efektit qe ato kane eshte nje pune e veshtire

**Ambienti i aktiviteteve:** eshte nje grupim forcash dhe faktoresh qe kane te bejne me

- furnitoret, ■ shperndaresit, ■ klientet, dhe
- konkurrentet

Keto forca kane nje ndikim te drejtperdrejte ne aftesine e firmes per te siguruar lende te para dhe mundesite per te tregetuar produktet ose sherbimet

## Sipermarja, Bizneset e Vogla dhe Francizat

### Format e organizimit te biznesit te vogel / mesem

**Sipermarjet dhe bizneset e vogla** te shendeteshme perbejne skeletin e nje sistemi te siermarjes private.

Jo vetem qe keto firma ofrojne produkte dhe sherbime tek konsumatoret dhe punesojne njerez te tjere, por nepermjet sherbimeve te tyre ato ndihmojne bizneset e medha qe keto te fundit te funksionojne me eficence

**Sipermaresi** eshte nje individ me iniciative qe ne nje sistem te sipermarjes private, pranon te mare persiper rrezikun e humbjeve (risk) ne perpjekje per te ndjekur nje mundesi fitim-prurese per te cilen ai ben nje plan dhe formon nje sipermarje (firme) nepermjet te ciles synon te arrije qellimin e vet

**Qendra per Drejtimin e Sipermarjeve** ka identifikuar tre grupe enterpreneuresh te cilet jane:

- Enterpreneret
- Intrapreneret
- Agjentet e Ndryshimit

- **Enterpreneret** klasike jane ata individe qe identifikojne nje mundesi biznesi per te cilen bejne te gjitha investimet e mundeshme ne menyre qe te futen ne treg
- **Intrapreneret** jane individe qe kane nje shpirt enterpreneri dhe qe perpiqen te zhvillojne produkte dhe ide te reja duke qene te punesar brenda nje organizate te madhe
- Ne dallim nga dy kategorite e tjera, **Agjentet e Ndryshimit** jane menaxhere te cilet synojne t'ju japid zgjidhje praktike shqetesime dhe problemeve, per te ndihmuar organizatat e tyre te ruajne ose fitojne aftesi konkurese qe do ti benin me te suksesshme ne treg

### Si ndryshojne enterpreneret (sipermaresit) prej njerezve te tjere?

- Studimet per personalitetin e enterpreneurave kane treguar se individet me aftesi sipermarje **tregojne nje tendence** te dukshme per sipermarjen e riskut, kane nevoja me te theksuara per arritje personale, per pavaresi, dhe nje interes per drejtim dhe 'recognition' me te larte **se sa njerezit e zakonshem**.
- Studime te tjera lidhur me suksesin e sipermaresve kane treguar gjithashtu qe sipermaresit e pasuksesshem kane deshtuar sepse nuk kane pasur aftesi drejtimi (menaxheriale) te cilat jane te nevojshme per te vazhduar ecurine pas etapes te krijuimit te sipermarjes
- Aftesite qe nevoiten per te drejtuar nje biznes jane te ndryshme nga ato qe duhen per te hapur nje biznes

## Cfare eshte biznesi i vogel

**Administrata per Biznesin e Vogel ne SH.B.A** e perkuftizon **biznesin e vogel** si një njesi me zoterim dhe funksionim te pavarur, e cila nuk ka rol dominues ne fushen ku ushtron aktivitetin, dhe qe ploteson standartin lidhur me permasesen (zakonisht numri i te punesuarve).

### Standarde te tjera perfshijne:

- Ilojin e programeve per hua-marje, ■ kategorite e prokurimeve qe ju lejohen, ■ natyra e programeve te tjera specifike,
- karakteristikat e menaxhimit te tyre (te dallueshme nga menaxhimi i organizatave), etj

## Komiteti per Zhvillimin Ekonomik te U.S.A

klasifikimi – qe nje firme te kete statusin e biznesit te vogel ajo duket te kete keto karakteristika:

- 1) Menaxhim i pavarur (ku ne shume raste menaxheri eshte edhe pronar)
- 2) Kontributi ne kapital eshte bere nga një numur i kufizuar individesh (edhe një)
- 3) Firma e ushtron aktivitetin ne një zone gjeografike te vogel (komuniteti lokal)
- 4) Firma eshte vetem një element i vogel brenda një inistrie me te madhe
- 5) Numri i punonjesve eshte i vogel (normalisht deri ne numri)
- 6) Ka burime te kufizuara per kapital

## Avantazhet dhe disavantazhet e biznesit te vogel

Disa prej faktoreve qe i japin biznesit te vogel avantazhe unike krasuar me konkurentet me te medhenj perfshijne ■ menyren e organizimit nga ana ligjore, ■ pozicioni qe zene ne treg, ■ aftesite e stafit, ■ sjellja novatore, ■ kostot e uleta, ■ stil i drejtimit dhe organizimit, ■ burimet e financimit, etj.

Nje prej avantazheve qe meriton vemendje te vecante eshte mundesa e biznesit te vogel per t'ju sherbyer segmenteve te kufizuar (ne permase dhe me nevoja specifike), te cilave nuk mund te meren parasysh prej organizatave te medha

## Disavantazhet:

Vec avantazheve, firmat e vogla eksposozhen edhe ndaj nje sere disavantazhesh qe perfshijne:

- menaxhimin e dobet, ■ financimin e pamjaftu.,
- kerkesat dhe procedurat e qeverise

**Menaxhimi i Dobet** – shume prej njerezve qe vendosin te hapin biznese te vogla nuk zoterojne aftesite per menaxhimin e tyre, per rrijedhoje numri i deshtimeve ne 5-6 vitet e para eshte i larte.

- Shume prej sipermaresve madje tregohen me optimiste nga sa duhet duke neglizhuar keshtu hedhjen e hapave te kujdeshsem qe eshte nje tipar i menaxhimit te suksesshem.
- Nga nje pikepamje e ngjashme, shume sipermares nuk bejne perqatitjet e nevojshme para se te vene ne jete idene qe kane. Ata besojne qe produktet e tyre do te shihen prej klienteve si unike dhe me te mira se te konkurenenteve, dhe ne kete menyre eleminojne fazen e kerkimeve ne marketing

**Financimi i Pamjaftueshem** – studimet tregojne qe financimi i pamjaftueshem eshte faktori kryesor per deshtimin e sipermarjeve te reja.

Rreth 60% e fondeve te nevojshme sigurohen prej themeluesit, 10% prej te afermve, dhe rreth 30% prej institucioneve huadhenese (ne U.S.A).

### Tre prej arsyeve perse bankat nuk ofrojne huanhenie per bizneset e vogla jane:

- Pronari-themelues nuk zoteron nje sasi te kenaqeshme fondesh (owner equity)
- Ka nje kolateral te pamjaftueshem
- Te ardhurat aktuale dhe ato te rregjistruala me pare jane te vogla

**Kerkesat e Qeverise** – shume sipermares shprehen te pakenaqur prej kerkesave te shumta administrative me te cilat ata perballen

Kjo perfshin kohen e nevojshme per rregjistrim, kostot e rregjistrimit, vonesat burokratike, numri i madh i dokumentave dhe formulareve, ne disa vende kerkesat per rryshfet, komunikimi i papershtatshem, etj.

## **Francizat**

**Franciza** eshte nje marreveshje biznesi midis nje pale qe mund te jete prodhues ose urnizues kryesor dhe nje shperndaresi (ose dhenes sherbimi), ne te cilen specifikohen kushtet dhe menyrat si do te tregetohen produktet ose si do te kryhen sherbimet (duke ju permbajtur karakteristikave dhe standardeve te sherbimit qe kerkon prodhuesi ose furnizuesi kryesor)

## **Perberja e nje kontrate per francizat**

- Dy palet qe lidhin kontraten jane 'franchisor-i' (prodhuesi) dhe 'franchisee' (dhenesi i sherbimit). 'Franchisee' eshte nje biznes i vogel te cilin Franchisor-i e lejon te tregetoje produktet dhe sherbimet (e Franchisor-it) ne shkembim te nje pagese fikse periodike qe Franchisee i paguan Franchisor-it qe i lejon te perdore emrin dhe te shese produktet / sherbimet qe jane te njoitura nga konsumatorët
- Franchisor-i e ndihmon 'Franchisee' ne planifikimin e biznesit, ne kerkimet marketing, ne procedurat e menaxhimit dhe llogari-mbajtjes, reklamimin, trajnimet dhe garantimin e cilesise. Pavaresisht nga mbeshtetja, ecuria dhe suksesi i francizes varen prej nivelit te kenaqesise te konsumatoreve, financimet te pershtatshem (prej Franchisee), efektivitetit ne menaxhim dhe qendrueshmerise ne cilesine e sherbimeve.

## **Avantazhet dhe Disavantazhet e ketij modeli**

### **Avantazhet:**

- Emri i njojur; Model i provuar drejtimi;
- Sistem llogarie; Standarte kontrolli;
- Ndihme rekrutimi /trajnimi; Reklamimi;

### **Disavantazhet:**

- Pagesa te larta; Kufizim i vendim-marjes; Humbja e klienteve jo per fajin e vet; Kufizon pavaresine dhe iniciativen e enterpreneurit

## **PYETJE nga pjesemaresit**

- ▶
- ▶
- ▶
- ▶
- ▶

**JU FALENDEROJ PER  
VEMENDJEN DHE  
INTERESIN QE TREGUAT**