



BPrAL - PPOHE
Kolegji AAB

DEGA - GJAKOVË

***DREJTIMI: MENAXHMENT DHE INFORMATIKË
& MARKETING DHE ADMINISTRIM BIZNESI***

Lënda:

INFORMATIKA E BIZNESIT

Mësimdhënësi

MSc.Florent Bunjaku, PhD cand.

1

Viti akademik 2014/2015

MODELI I BIZNESIT SIPAS KRITEREVE PJESËMARRËSVE NË BIZNES

	Business	Customer	Government
Business	B2B conisint.com	B2C dell.com	B2G lockheedmartin.com
Customer	C2B priceline.com	C2C ebay.com	C2G eGov.com
Government	G2B export.gov	G2C medicare.gov	G2G disasterhelp.gov

Bleresit

<p>K L I E N T E T</p>	<p>Consumet-to-Consumer (psh. eBay.com) Peer-to-Peer (psh. Napster.com)</p>	<p>Consumer-to-Business (psh. Amazon.com)</p>	<p>Citizen-to-Government (psh. pagesa online e taksave)</p>
<p>B I Z N E S I</p>	<p>Business-to-Consumer (psh. Ducati.com)</p>	<p>Business-to-Business (psh. Covisint.com)</p>	<p>Business-to-Government (psh. pagesa online e taksave tri kompanise)</p>
<p>Q E V E R I A</p>	<p>Government-to-Citizen (psh. informata per pensionet e qytetereve)</p>	<p>Government-to-Business (psh. informata per rregullivat e reja ligjore)</p>	<p>Government-to-Government (psh. shkembimi i informatave diplomatike)</p>
	<p>KLIENDET</p>	<p>BIZNESI</p>	<p>QEVERIA</p>

Furnizuesit

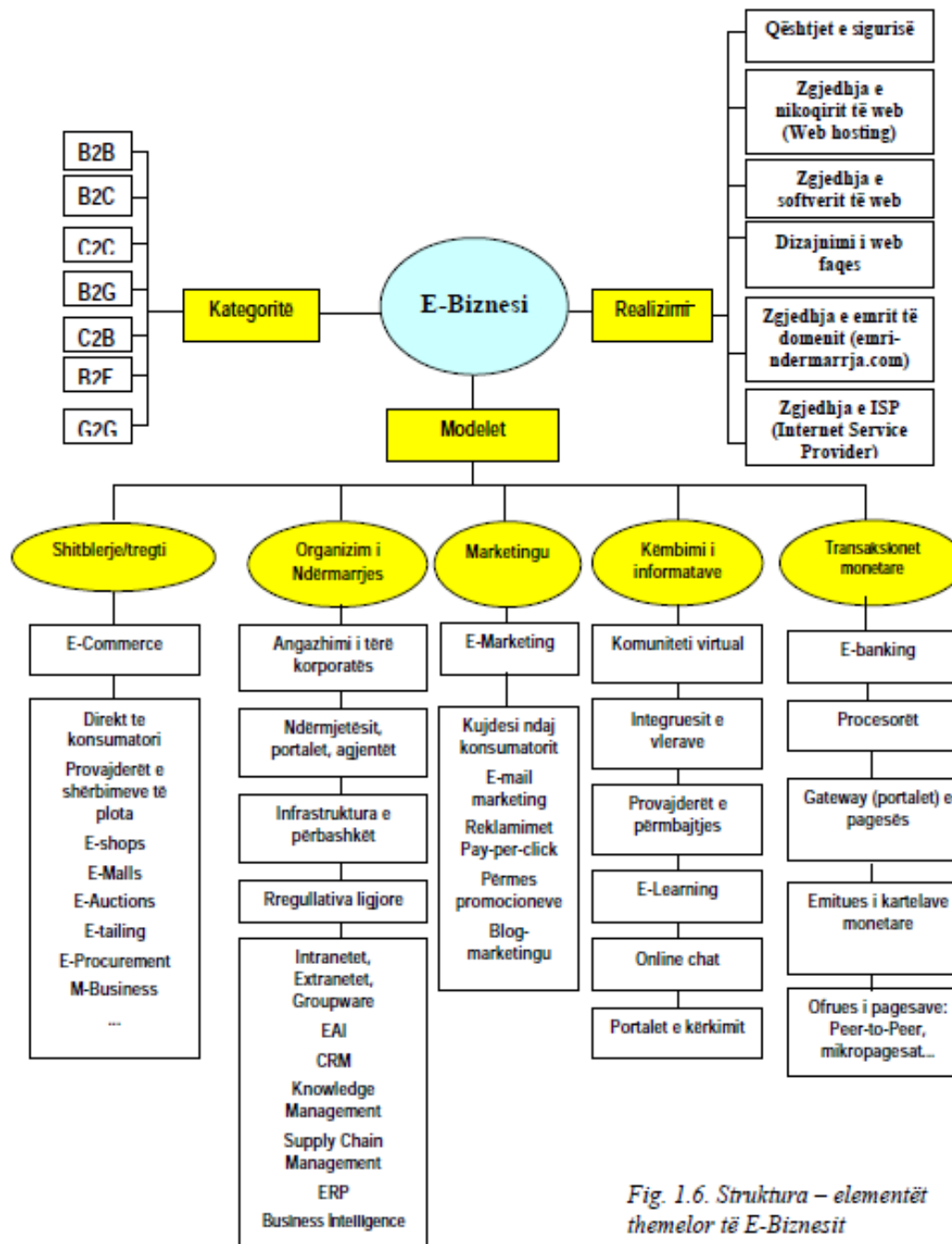


Fig. 1.6. Struktura – elementët themelor të E-Biznesit

Llojet e **mashtimeve** dhe keqpërdorimeve – Shumë njerëz ankohen për mashtimet në Internet për rastin e aukcioneve.

Problemet që kanë blerësit me shitësit mund të jenë të formave të ndryshme:

- *Shitësi nuk e dërgon mallin e blerë;*
- *Dërgon mall krejtësisht të ndryshëm nga ai i paraqitur në aukcion;*
- *Dërgon diçka që është e vlerës më të ulët sesa e paraqitur në aukcion, ose në fotografi të aukcionit;*
- *Nuk e dërgon mallin në kohën e përcaktuar;*
- *Nuk i paraqet të gjitha të dhënat e duhura për mallërat ose kushtet e shitjes;*
- *Malli i cili ka qenë në shitje ka qenë mall i dyshimtë, i vjedhur, i dëmtuar, etj.*

PAGESAT ELEKTRONIKE

- Pagesa është “kurorë “ e çdo pune, prandaj edhe e atyre që bëhen në mënyrë elektronike. Në tregtinë tradicionale është zhvilluar një numër i madh i mënyrave të pagesës për mallin e blerë ose shërbimin, kurse biznesi elektronik ato të gjitha i përkrah, por hap edhe mundësi tjera.
- Ky zhvillim është bërë i mundur prej rrjetit të pagesave elektronike, i cili zhvendos fonde brenda dhe jashtë kontove duke shfrytëzuar mesazhe elektronike. Sistemi i pagesës elektronike shtrihet prej te ATM makinat e automatizuara deri te pagesat e faturave në Internet.

E-BANKING

- E-banking mund të definohet si dorëzim i automatizuar i produkteve dhe shërbimeve të reja dhe atyre tradicionale drejtpërdrejtë për klientët përmes kanaleve elektronike të komunikimit. E-banking përfshin sistemet që i mundësojnë klientëve të institucioneve financiare, individëve apo bizneseve, ti qasen llogarive, bëjnë transaksione të biznesit, ose të marrin informata mbi produktet dhe shërbimet financiare përmes rrjetës private apo publike, duke përfshirë këtu edhe internetin

SHËRBIMET BANKARE QË OFROHEN NË RRUGË ELEKTRONIKE

- Pjesa më e madhe e bankave të mëdha, ofrojnë shërbime bankare në rrugë elektronike, plotësisht të sigurta dhe plotësisht funksionale, kundrejt një pagese të caktuar. Disa banka më të vogla ofrojnë akses dhe funksione më të kufizuara, si për shembull të lejojnë të kontrollosh gjendjen e llogarisë personale, por jo të kryesh transaksione online.

PËRPARËSITË DHE PËRFITIMET QË SJELL INTERNET BANKING

- Internet banking përmbush shumë funksione në marrëdhënien midis bankës dhe klientelës së saj. Përveç prezantimit dhe njohjes së institutit bankar, iniciativave dhe produkteve të tij, ky lloj shërbimi ofron dhe përfitime të tjera si:

*1. **Komoditet:** ndryshe nga sportelet bankare, faqet e internetit të bankave nuk mbyllen asnjëherë, ato janë të hapura 24 orë në ditë, 7 ditë në javë. Nuk është e nevojshme të humbësh kohë duke pritur në rradhë, pasi bankat tani janë vetëm një click larg.*

2. **Kudondodhje:** nëse ndodheni larg qytetit tuaj apo edhe jashtë shtetit, ju mund të lidheni në çast me bankën dhe llogarinë tuaj, dhe të kujdeseni për financat personale,
3. **Shpejtësi të transaksioneve:** shpesh, llogaritë online realizojnë dhe konfirmojnë transaksionet bankare më shpejt se sa automatet ATM .
4. **Efikasitet:** ju mund të futeni dhe të administroni të gjitha llogaritë tuaja, përfshirë këtu depozitat, fondet e pensionit, letrat me vlerë etj., dhe të gjitha këto nga një faqe e vetme interneti.
5. **Efektshmëri:** një pjesë e madhe e bankave ofrojnë në faqet e tyre të internetit, instrumente të sofistikuar, alarme apo programe drejtuese për t'ju ndihmuar të administroni të gjitha pasuritë tuaja në mënyrë më eficiente.

SHITJA E SHËRBIMEVE TË TRANSPORTIT TË UDHËTARËVE NË INTERNET

- Transportuesit ajror kanë më shumë punë në mbajtjen teknike të rrezelundrimeve, organizimin e transportit, paisje me lëndë djegse, furnizimi me ushqim dhe pije që i ofrojnë udhëtarëve, etj., që të mund plotsisht t'i përkushtohen shitjes së shërbimeve të veta. Për atë këto punë ju lihen në dorë tjerëve, që kanë të bëjnë me organizatave turistike ose kompanive të specializuara për shitjen e shërbimeve të transportit të udhëtarëve

○ Shërbimet më të shpeshta janë:

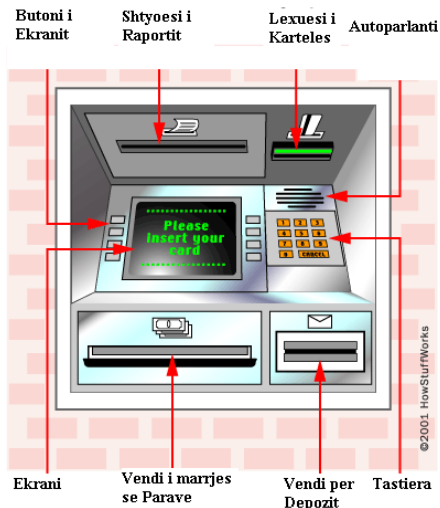
- Ofrimi i informatave për fluturimet e rregullta të kompanive ajrore, për shërbimet e porteve ajrore, tarifrat, respektivisht qmimeve të transportit, mënyrave të pagesave, etj.,
- Rezervimet on-line dhe shitja e biletave të aeroplanëve,
- Shërbimet shitjes së biletave të aeroplanëve “ në momentin e fundit“,
- Auksioni i biletave të aeroplanëve,
- Programet e veçanta për “ fluturuesit e vazhdueshëm “,
- Rezervimi i aotomobilave me qasje në vendin e caktuar ,
- Shërbimet e sigurimit të udhëtarëve, valixheve dhe ngarkesave.

BANKOMATET (ATM)

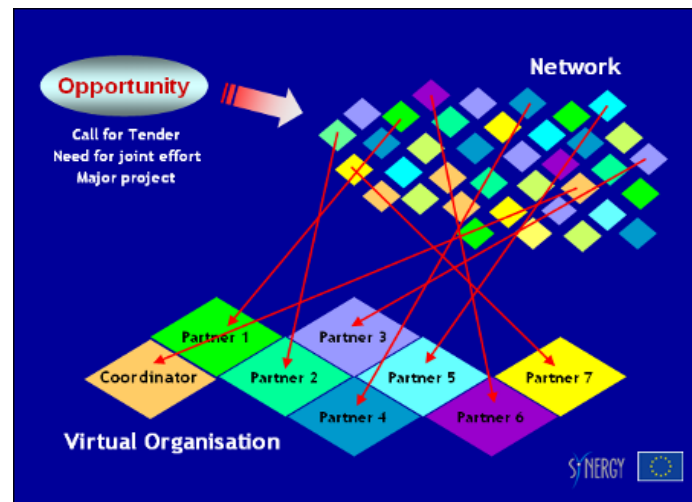
- ATM (Automatic Teller Machine) është një makinë e autorizuar sporteli nëpërmjet të cilës klientët e bankave me një kartele Maesrto, MasterCard. VISA Elektron dhe Visa Classic dhe PIN kodin mund ta kryen tërheqjen e parave cash dhe shërbime të tjera bankare 24 orë në ditë gjatë 7 ditëve të javës
- Në ATM-të moderne klienti përdorë kartelë plastike me çip magnetik që e ka të koduar numrin e llogarisë së klientit, dhe futur një kod numerik që quhet **PIN** (personal identification number), i cili në disa raste mund të ndryshojë duke përdorur makinën.

PAMJA E BANKOMATIT

- KESH makina apo makina treguese automatike (automated teller machine, ATM), u lejohet përdoruesve të bëjnë tërheqje të keshit, të kontrollojnë bilancin e llogarisë së tyre, të porositin libra me çek, të ndryshojnë pinin e tyre, të kërkojnë deklarata, të paguaj fatura, të bëjnë depozita, transferoj para dhe të prosis mini deklarata në fund të butonit. Shumë makina kesh thash gjithashtu sigurojnë një lehtësi për përdoruesit në telefonat mobil



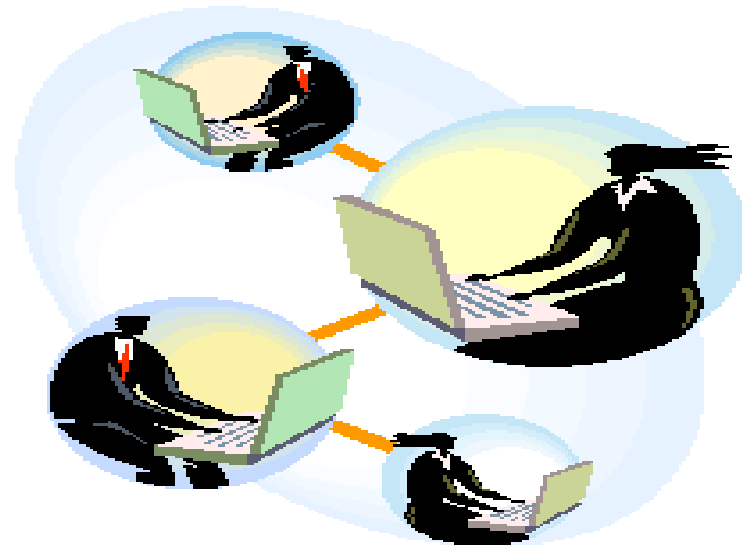
ORGANIZATAT VIRTUELE



- Paraqesin organizata gjeografikisht të dislocuara të cilat janë të ndërlidhura në bazë të interesit të përbashkët, kurse bashkpunimi realizohet nëpërmjet punëve të pamvarura të tyre, nëpërmjet hapsirës dhe kohës, me ndihmën e teknologjive informative dhe telekomunikuese
- Grup i identifikuar i njerzëve apo organizatave të cilët në mënyrë të konsiderueshme më shumë i shfrytzojnë informatat dhe teknologjitë komunikuese se sa interakcionet fizike.
- Organizatat Virtuale janë të organizuara si:
 - TELEWORK
 - ZYRAT VIRTUELE
 - EKIPET VIRTUELE



TELEWORK



- Telework – puna e të punësuarit në distancë (largësi)
- Lokacioni i vendit të punës mundet të jetë:
- - **Në shtëpi** – të punësuarit qeverisin me dinamikën e punës dhe kohës së punës, dhe i u janë siguruar të gjitha mjetet teknike
- **Satellite office** – zyrat të larguara nga selia e ndërmarrjes, të punësuarit e ndajnë hapsirën punuese, zvoglojnë kohën dhe shpenzimet e komunikimit
- **Mobile office** – aplikohet te agentët tregtar
- **Telecentre** – zyra ku ndahet hapsira me të punësuarit e ndërmarrjeve tjera

Përparësit e Telework-ingut



Për të punësuarit:

- kohë fleksibile e punës
- kohë dhe shpenzime të zvogluara të udhëtimeve
- koncentrim më i mirë në detyra të punës
- liri në organizimin e kohës së punës

Për punëdhënësit:

- rritje e produktivitetit
- zvoglim të shpenzimeve të procesit të punës
- zvoglim i mungesave në punë
- regrutim/angazhim më i lehtë të qytetarëve të huaj
- fleksibiliteti i ndërmarjes dhe potencial e mundësi të reja për biznes



ZYRA VIRTUALE



- Koncepti i ri i organizimit t zyrës aplikohet në:
 - zyrat për telework
 - zyrat klasike në ndërmarje

Llojet e zyrave virtuale janë:

- **Hot desk environment** – të punësuarit për çdo ditë i caktohet tavolin/byro tjetër, dhe i mundësohet qasje postës elektronike dhe të dhënave kompjuterike.
- **Hotelling** – të punësuarit kohën më të madhe të punës së tyre e kalojnë te pala/klijenti i tyre duke e shfrytëzuar veglat dhe resurset e tij – ngjajshëm si vizitori në hotel
- **Touchdown office** – të punësuarve iu ndahet hapësira (vendi) e punës kur të vijnë në punë sipas principit “first come-first serve”







EKIPET VIRTUALE



- Formohen shkaku i punëve jorutinore për të cilat ndërmarrjet nuk kanë ekspert të aftësuar
- Formohen ekipe të ekspertëve të cilët mundet të jenë fizikisht të ndarë/ në distanca të ndryshme, fleksibil në ndyshimin e kushteve të rrethinës
- Posedojnë aftësi/shkathtësi komplementare dhe qëllime të pamvarura, i përbëjnë të punësuarit të cilët punojnë nëpër shtëpi dhe grupe të vogla nëpër zyra.



LLOJET E EKIPEVE VIRTUELE

- Ekipet rrjetore
- Ekipet paralele
- Ekipet për zhvillimin e projekteve ose produkteve
- Ekipi punues apo prodhues
- Ekipet shërbuese/service teams
- Ekipet menaxhuese/management teams
- Ekipet për aksion /action teams



PËRPARSITË E ORGANIZATAVE VIRTUELE



- Mundëson angazhimin e **ekspertëve** më të mirë
- Organizata fleksibile më lehtë i përgjigjet/ **përshtatet kushteve** të ndryshueshme të tregut
- Aftësia **konkurrese** ndërmjet njësive të ndryshme ekonomike
- Rritja e produktivitetit
- Personel më i kënaqur dhe më i besueshëm
- Rritje e produktivitetit të punësuarve
- Orari i punës zgjat 24 orë



Modeli afarist

- **Modeli afarist** përmbanë një përshkrim të dobive të cilat konsumatorët apo partnerë të ndryshëm të një ndërmarjeje mundën t'i fitojnë nga afarizmi me ndërmarjen në fjalë.
- Kjo pjesë e modelit afarist emërtohet si **Value Proposition** dhe përgjigjet në pyetjen se:
Çfarë dobie/vlere gjeneron ndërmarja?
- Modeli e-Business, ashtu si dhe modeli afarist, përshkruan se si **funksionon kompania**; si e ofron prodhimin apo shërbimin, si i gjeneron të ardhurat, dhe si do të **krijojë dhe adaptohet** me tregjet dhe teknologjitë e reja.



Modeli afarist

Një model afarist njëkohësisht paraqet arkitektur të krijimit të vlerës, që do të thotë se përcakton mënyrën e gjenerimit/krijimit të dobive për konsumatorët. Kjo arkitekturë përmban përshkrimin dhe shkallët e ndryshme të krijimit të vlerës si dhe agjentët e ndryshëm ekonomik me rolet e tyre në krijimin e vlerës.

Përgjigjet në pyetjen: Si dhe në çfarë konfiguracioni (formësimi, krijim të formës, pamje e jashtëme) prodhohet outputi?

Përpos **Çka** dhe **Si** një model afarist përshkruan poashtu edhe atë se:

Cilat të ardhura nga cilat burime i gjeneron ndërmarja?

Të ardhurat që do të realizohen në të ardhmën përcaktojnë vlerën e modelit afarist dhe me të edhe të qëndrueshmërisë së atijë modeli.

Përgjigjet në pyetjen: Si (nga çfarë) do të fitohen paratë? Kjo pjesë e modelit afarist quhet **Modeli i të ardhurave**

Një model afarist mundet të paraqes vetëm afërsisht një organizim të vërtetë të një ndërmarjes, apo zinxhirin/vargun e tërësishëm të krijimit të vlerës së një produkti, që do të thotë se **paraqet një abstraksion të mënyrës së funksionimit të një biznesi.**