

# Sfidat dhe mundësitë e qasjes në treg për bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë në Kosovë



Sfidat dhe mundësitë e  
qasjes në treg për bizneset  
në pronësi të grave dhe të  
komuniteteve pakicë në  
Kosovë

Shkurt 2024

## — Përmbajtja

Përmbledhje ekzekutive	4
1. Hyrje	5
2. Metodologjia	6
3. Analiza dhe diskutimi i të dhënave	7
4. Përfundim dhe rekomandime	14
Shtojcat	16

### **Deklaratë mohimi:**

"Ky raport u mundësua me mbështetjen e Popullit Amerikan përmes Agjencisë së Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar (USAID). Përmbajtja e raportit mbetet përgjegjësi vetëm e Institutit GAP dhe nuk pasqyron domosdoshmërisht pikëpamjet e USAID-it ose Qeverisë së Shteteve të Bashkuara."

Ky raport është shkruar fillimisht në gjuhën angleze.

## Lista e shkurtesave

CDF	Fondi për Zhvillim Komunitar
GAP	Instituti për Studime të Avancuara GAP
GEM	Monitoruesi Global i Ndërmarrësisë
ARBK	Agjencia e Regjistrimit të Bizneseve në Kosovë
FKGK	Fondi Kosovar për Garanci Kreditore
KFOR	Forcat e Kosovës
KIESA	Agjencia Kosovare e Investimeve dhe Përkrahjes së Ndërmarrjeve
MINT	Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë
OJQ	Organizata Joqeveritare
ATK	Administrata Tatimore e Kosovës
UNDP	Programi i Kombeve të Bashkuara për Zhvillim
USAID	Agjencia e Shteteve të Bashkuara për Zhvillim Ndërkombëtar

## Përmbledhje ekzekutive

Peizazhi ekonomik i Kosovës karakterizohet nga një shumëllojshmëri biznesesh mikro dhe të vogla, të cilat shërbejnë si shtylla themelore e ekonomisë së vendit. Megjithatë, bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë përballen me vështirësi të shumta, përfshirë qasjen e kufizuar në tregje, burime financiare dhe mbështetje të bizneseve. Qeveria e Kosovës ka zbatuar pako të stimulimit ekonomik si reagim ndaj pandemisë COVID-19, por këto pako nuk kanë përfshirë masa të mjaftueshme për synim specifik të ndërmarrësve gra dhe/apo të komuniteteve pakicë.

Disa prej gjetjeve kryesore në këtë raport sugjerojnë se sfidat më të madhe në qasjen në treg të bizneseve në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë janë kufizimet financiare. Shumica e bizneseve në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë kanë vështirësi në lidhjen e marrëveshjeve me shitës të mëdhenj, pasi hasin pengesa në përmbushjen e kërkesave të atyre shitësve të mëdhenj për porosi të mëdha, zakonisht në periudha të shkurtra kohore dhe me çmime më të ulëta. Bizneset që tashmë kanë lidhur marrëveshje të tilla, përballen me probleme si vonesa në pagesa. Për më tepër, ata përballen me probleme në lidhjen e marrëveshjeve për eksport dhe zgjerimin e operimeve të tyre jashtë Kosovës përmes këtyre marrëveshjeve të eksportit. Për sa i përket konkurrencës, bizneset besojnë se produktet që janë të dallueshme dhe të pranuar mirë sigurojnë qëndrueshmëri të shitjeve, përkundër efekteve të pafavorshme të konkurrencës. Bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë kanë prirje të nënvlerësojnë numrin aktual të punonjësve. Kur bëhet fjalë për rrjetëzim, tarifat e anëtarësimit janë të papërbalueshme për bizneset mikro dhe të vogla në pronësi të grave. Informacioni nga intervistat sugjeron se nga rreth 16 mijë anëtarë të Odës Ekonomike të Kosovës, vetëm rreth 80 prej tyre janë në pronësi të grave.

Shumica e stereotipeve gjinore kalojnë pa u vënë re, duke pasur parasysh se ka ndarje gjinore në disa profesione (p.sh. bizneset që operojnë në tregti me pakicë ku produkti kryesor është ushqimi tradicional shpeshherë janë në pronësi të grave). Për shkak të besimeve të rrënjësura patriarkale, bizneset në pronësi të grave shpesh përballen me ndërhyrje nga familjarët, të cilat kushtëzojnë përparimin e tyre. Nga ana tjetër, përkatësia etnike nuk duket të ketë ndikim të ndjeshëm në prosperitetin e një biznesi. Është vërejtur një rritje e konsiderueshme e pranisë digjitale, veçanërisht pas pandemisë. Megjithatë, nuk ofrohen trajnime të mjaftueshme për marketing digjital për bizneset mikro dhe të vogla në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë në Kosovë. Pandemia COVID-19 ka pasur ndikim shumëdimensional mbi bizneset. Ka pasur sfida për bizneset aktive, ndërkohë që janë krijuar mundësi të reja për bizneset e reja. Shumë biznese janë ende në fazë të rimëkëmbjes, ku niveli i ndikimit ndryshon sipas sektorit.

Duke u mbështetur në rezultatet e hulumtimit të grupeve të fokusit, kjo analizë ka për synim t'i identifikojë dhe vlerësojë barrierat që pengojnë qasjen në treg për bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë në Kosovë. Analiza përfundon me rekomandime dhe masa të politikave që kanë për qëllim nxitjen e pjesëmarrjes ekonomike gjithëpërfshirëse dhe zgjerimin e qasjes në treg për bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë në Kosovë.

# 1. Hyrje

Ndërmarrjet mikro dhe të vogla në Kosovë përballen me sfida të shumta që kanë të bëjnë me qasjen në treg dhe integrimin në zinxhirin e vlerës.<sup>1</sup> Gratë përbëjnë vetëm 18% të pronësisë së bizneseve në ekonominë e Kosovës, ndërsa individët e komuniteteve pakicë përfaqësojnë një pjesë relativisht të vogël, me vetëm 5.4% të pronësisë së bizneseve, ku të gjitha përfshihen kryesisht në kategorinë e bizneseve mikro dhe të vogla.<sup>2</sup> Në nivel global, bizneset në pronësi të grave janë mjaft aktive në sektorin e orientuar drejt konsumatorëve, sektor ky që përgjithësisht karakterizohet me lehtësi të hyrjes, por me konkurrencë e lartë.<sup>3</sup> Në Kosovë, bizneset në pronësi të grave janë më të përqendruara në tregtinë me shumicë dhe pakicë, aktivitete të shërbimeve dhe prodhim. Ngjashëm, një numër i madh i bizneseve në pronësi të komuniteteve pakicë janë të përqendruara në tregtinë me shumicë dhe pakicë, ndjekur nga prodhimi, si dhe bujqësia, pylltaria dhe peshkimi.<sup>4</sup> Bizneset në pronësi të grave janë kryesisht të fokusuara në sektorë të karakterizuar me vlerë të ulët të shtuar<sup>5</sup> dhe punësojnë një numër mjaft të ulët punonjësish.<sup>6</sup>

Të dhënat globale tregojnë se bizneset në pronësi të grave janë duke bërë ndryshime në mbarë vendin dhe në të gjithë sektorët, duke nxitur rritje në industrinë si prodhimi, tregtia me pakicë dhe ndërtimi.<sup>7</sup> Këto biznese janë duke u dalluar nga të tjerat, kanë qëndrueshmëri dhe, në veçanti, kanë ndikim pozitiv.<sup>8</sup> Në anën tjetër, shumica e bizneseve mikro dhe të vogla në Kosovë bazohen në metoda tradicionale të shitjes me pakicë dhe marketingut, duke e vështirësuar shpалosjen e potencialit të tyre të plotë.<sup>9</sup>

Pandemia COVID-19 përkeqësoi edhe më shumë sfidat ekzistuese. Sipas vlerësimit të shpejtë të ndikimit socio-ekonomik të Programit të Kombeve të Bashkuara për Zhvillim (UNDP), në nëntor 2020, tri sfidat kryesore të bizneseve në Kosovë ishin: mungesa e klientëve (89%), vështirësitë me pagesën e rrogave (39%), dhe përmbushja e detyrimeve tatimore (33%).<sup>10</sup> Për t'iu përgjigjur ndikimit ekonomik të pandemisë, Qeveria e Kosovës aplikoi tri pako stimuluese ekonomike në 2020 dhe 2021. Disa nga këto masa targetonin bizneset, në kuptim të përgjithshëm. Një masë e tillë ishte masa e dytë e Pakos së Rimëkëmbjes Ekonomike, e krijuar për t'i lehtësuar detyrimet tatimore të të gjitha bizneseve në Kosovë me qëllim të rritjes së likuiditetit të menjëhershëm financiar të tyre (15 milionë euro).<sup>11</sup> Por, masat e qeverisë si përgjigje ndaj pandemisë nuk përfshinin perspektivën specifike gjinore. Pakoja e Rimëkëmbjes Ekonomike përfshinte vetëm një masë gjinore, me 2 milionë euro financim, e cila iu nda Agjencisë për Barazi Gjinore për t'i ndihmuar bizneset në pronësi të grave.<sup>12</sup> ABGJ i shfrytëzoi këto fonde për t'i ndihmuar kopshtet private dhe ato që operojnë përmes partneriteteve publiko-private, për t'i adresuar kërkesat e përkujdesjes dhe promovimin e barazisë gjinore.<sup>13</sup>

1 Vlerësimi IEEA, mars 2023

2 Instituti GAP. [Profillet e bizneseve: Ndërmarrësia e grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë](#), 2023

3 Monitoruesi Global i Ndërmarrësisë. [Gratë ndërmarrëse në ekonominë në zhvillim](#): Mësime mbi Segmentimin dhe Nevojat e Kujdesit nga Pandemia 2020–2021, 2023.

4 Instituti GAP. [Profillet e bizneseve: Ndërmarrësia e grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë](#), 2023.

5 Industrinë ose bizneset ku produktet ose shërbimet e ofruara nuk paraqesin diferencim të konsiderueshëm, risi ose vlerë të veçantë për klientët.

6 Instituti GAP. [Profillet e bizneseve: Ndërmarrësia e grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë](#), 2023.

7 Qeveria e SHBA-së. [Qeveria e SHBA-së, ekipi i Performance.gov](#), 2020.

8 Po aty.

9 Vlerësimi i IEEA, mars 2023.

10 UNDP. [Vlerësimi i ndikimit socio-ekonomik të pandemisë COVID-19 në Kosovë](#), 2020

11 Zyra e Kryeministrit të Kosovës, [Plani i zbatimit të pakos së rimëkëmbjes](#). Masa 2. 2020

12 Po aty, Masa 10

13 Rrjeti i Grupit të Grave të Kosovës. "Pandemia nuk njeht gjini"? Analizë e buxhetit fiskal gjinor: Reagimi i Qeverisë së Kosovës ndaj Epidemisë COVID-19 nga perspektiva gjinore, 2020.

Ligji për Barazinë Gjinore parasheh masa të veçanta, duke përfshirë veprime afirmative që lejojnë diskriminim pozitiv në mbështetje të gjinisë së nënpërfaqësuar.<sup>14</sup> Sipas këtij legjislacioni, ministrinë dhe komunat, duke vepruar si autoritete kontraktuese, mund të përdorin veprime afirmative për të inkurajuar aplikimin e bizneseve në pronësi të grave dhe/ose kompanitë me më shumë punonjëse gra.<sup>15</sup> Si ilustrim i kësaj, Ministria e Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë (MINT, përmes Agjencisë Kosovare për Investime dhe Përkrahje të Ndërmarrjeve (KIESA)), shpalli thirrje publike për subvencionimin e bizneseve mikro dhe të vogla me qëllim të forcimit të ndërmarrjeve që kanë së paku 50% bashkë-pronësi të grave ndërmarrëse gjatë pandemisë COVID-19.<sup>16</sup>

Objektivat kryesore të këtij raporti janë identifikimi dhe analizimi i pengesave ekzistuese në lidhjet e tregut për bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë në Kosovë; përcaktimi i ndikimit të pandemisë COVID-19 në aspektet operacionale dhe rritjen e bizneseve në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë në komuna specifike; si dhe dhënia e rekomandimeve dhe masave të politikave për nivelin qendror dhe lokal, si dhe për organizatat e tjera vendore dhe ndërkombëtare. Këto strategji të propozuara janë krijuar në mënyrë që të nxisin një mjedis ekonomik më gjithëpërfshirës dhe të barabartë, dhe rritje e prosperitetit të qëndrueshëm të bizneseve në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë.

## 2. Metodologjia

Ky hulumtim është realizuar duke kombinuar të dhënat primare dhe sekondare. Të dhënat primare përbëhen nga informacioni i mbledhur nga diskutimet dhe intervistat në grupe të fokusit, ndërsa të dhënat sekondare janë mbledhur përmes një shqyrtimi gjithëpërfshirës të literaturës dhe dëshmimeve ekzistuese globale dhe specifike për Kosovën. Grupet e fokusit janë organizuar me përfshirje të përfaqësuesve të bizneseve në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në gjashtë komuna (Graçanicë, Shtërpcë, Pejë, Prizren, Mitrovicë dhe Gjilan). Në grupe të fokusit morën pjesë 35 përfaqësues të bizneseve dhe, si rrjedhojë, ky raport është i kufizuar në gjetjet nga pjesëmarrësit e grupeve të fokusit; megjithatë, kjo është paraqitje e sfidave dhe perspektivave që kanë të bëjnë me qasjen në treg për bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë. Përveç kësaj, ndryshimet në kushte të tregut ndaj industrive specifike apo faktorëve kulturorë të qyteteve të ndryshme në Kosovë mund të çojnë në sfida dhe mundësi të ndryshme, të cilat mund të mos pasqyrohen në këtë raport. Shumica e bizneseve pjesëmarrëse në grupet e fokusit i takonin sektorëve të tregtisë me shumicë dhe pakicë, shërbimeve dhe prodhimit, që edhe korrespondon me sektorët e identifikuar me përfaqësimin më të lartë të bizneseve në pronësi të grave.<sup>17</sup>

Përveç grupeve të fokusit, hulumtuesit e GAP intervistuan palët kryesore të interesit në mënyrë që të ofrojmë njohuri më të thella dhe më gjithëpërfshirëse të sfidave me të cilat përballen bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë, si dhe për t'i përmirësuar strategjitë që synojnë ofrimin e ndihmës për to. Intervistat janë realizuar me zyrtarë qeveritarë nga KIESA e cila vepron në kuadër të Ministrisë së Industrisë, Sipërmarrjes dhe Tregtisë; përfaqësues nga komunat e Gjilanit dhe Graçanicës; si dhe përfaqësues të Odës Ekonomike të Kosovës.<sup>18</sup>

14 Ligji nr. 05/L-020 për barazinë gjinore, neni 6.

15 Po aty.

16 MINT. [Udhëzimi Administrativ \(MINT\) nr.01/2018](#) mbi shpërndarjen e mjeteve financiare nga kategoritë ekonomike të subvencioneve dhe transfereve, 2020.

17 Instituti GAP. [Profilet e bizneseve: Ndërmarrësia e grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë](#), 2023.

18 Palët e interesit që janë intervistuar përfshijnë si në vijim: U.D. Drejtor i Përgjithshëm i Agjencisë Kosovare për Investime dhe Përkrahje të Ndërmarrjeve (MINT); Zyrtar për Barazi Gjinore dhe Drejtor për Zhvillim Ekonomik në Komunën e Gjilanit; Drejtori për Zhvillim Ekonomik dhe Integritet në BE në Komunën e Graçanicës, si dhe zyrtarë nga Oda Ekonomike e Kosovës.

Për secilën komunë të përfaqësuar në diskutime të grupit të fokusit janë mbledhur të dhëna demografike, për të siguruar informacion mbi numrin e bizneseve të kategorizuara sipas llojit të biznesit, madhësisë, sektorit dhe aktivitetit primar. Madhësia e bizneseve pjesëmarrëse ishte mikro (më pak se 9 punonjës) dhe të vogla (10–49 punonjës).

### 3. Analiza dhe diskutimi i të dhënave

Janë analizuar dhe sintetizuar vështrimet nga diskutimet dhe intervistat në grupe të fokusit, në kombinim me shqyrtimin e literaturës, për të hartuar një raport mbi qasjen në treg për bizneset mikro dhe të vogla në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë.

#### 3.1. Sfidat e përgjithshme të qasjes në treg

Grupet e fokusit zbuluan se bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë përballen me pengesa të shumta në përpjekjet e tyre për qasje në treg. Shumica konsiderojnë se kufizimet financiare janë pengesa kryesore. Pjesëmarrësit theksuan se pas hapjes së biznesit është me rëndësi të madhe që të sigurohet kapitali i duhur për blerjen e pajisjeve dhe inventarit të nevojshëm. Kjo shpeshherë i shtyn pronarët e bizneseve të kërkojnë kredi biznesi për t'i blerë pajisjet bazë për themelimin e biznesit të tyre ose për rinovimin e mjeteve të nevojshme për operacionet e biznesit të tyre. Megjithatë, shumica e pjesëmarrësve kanë iniciuar bizneset e tyre përmes vetëfinancimit; kjo për shkak të një kombinimi faktorësh si pasiguria në treg dhe rreziku i pamundësisë për të kthyer kredinë në kohëra kur fitimet janë të ulëta. Pa dyshim, pjesëmarrësit e grupeve të fokusit pajtohen se marrëveshjet strategjike janë komponente kyçe për rritje të bizneseve dhe sukses. Megjithatë, krijimi i marrëveshjeve me biznese më të mëdha është vërtetë sfidues për bizneset mikro dhe të vogla. Së pari, ata besojnë se bizneset më të mëdha nuk kanë leverdi të bashkëpunojnë me ta, sepse nuk kanë kapacitet të përmbushin kërkesat për porosi të mëdha dhe, së dyti, shitësit e mëdhenj zakonisht kërkojnë çmime më të ulëta, të cilat bizneset mikro dhe të vogla nuk mund t'i ofrojnë.

Bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në fushën e prodhimit deklarojnë se për të arritur te produkti përfundimtar nevojitet shumë energji dhe shpenzim dhe ndonjëherë fitimi është i vogël, apo i pamjaftueshëm. Për bizneset në sektorin e shërbimeve, partneriteti me biznese të tjera në të njëjtën industri është më i thjeshtë, meqë ato shpesh kanë projekte që kërkojnë bashkëpunim. Megjithatë, ky bashkëpunim zhvillohet ndërmjet individëve dhe bizneseve mikro, dhe jo me ndërmarrjet më të mëdha.

Ka biznese në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë të cilat, me kalimin e viteve, kanë zgjeruar kapacitetet e tyre dhe kanë arritur të krijojnë marrëveshje me shitës me pakicë por, siç theksojnë ato, janë të vazhdueshme problemet me vonesat e pagesave. Lidhja e kontratave me bizneset jashtë Kosovës është sfidë e madhe. Megjithëse, procesi i përgjithshëm i eksportit është thjeshtuar në mënyrë të konsiderueshme me kalimin e kohës, kërkesat dhe procedurat aktuale të eksportit mund të jenë një barrë përputhshmërie që pengon bizneset mikro dhe të vogla të eksportojnë drejtpërdrejt jashtë tregut vendor. Shpeshherë, angazhohen kompani ndërmjetëse për të bërë lidhjen dhe për t'i lehtësuar procedurat, por kjo është dekurajuese dhe krijon barrierë që pengon bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë të realizojnë potencialin e tyre maksimal.

### — 3.2. Të kuptuarit e hyrjes në treg

Një numër i konsiderueshëm i bizneseve që morën pjesë në diskutimet e grupeve të fokusit pohuan se nuk kishin kryer më parë asnjë analizë të qasjes në treg. Është kryesisht rrjeti (familje, miq, të afërm) që nxit individët të hapin biznese. Një observim bindës është se shumë biznese në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë, veçanërisht në sektorin e prodhimit, fillimisht operojnë joformalisht deri në momentin që kërkesa për kredi, subvencione dhe/ose grante i detyron ato të regjistrohen formalisht. Disa biznese që kanë arritur qëndrueshmëri dhe janë të interesuar të zgjerojnë ose krijojnë marrëveshje me shitës më të mëdhenj kryejnë analiza të kostove dhe përfitimit për të vlerësuar nëse bashkëpunimi duhet të vazhdojë më tej.

Varësisht nga natyra e biznesit, individë gra dhe individë të komuniteteve pakicë që zotërojnë kualifikime të nevojshme profesionale, veçanërisht në industrinë e shërbimeve, zakonisht deklarojnë se qasja në treg nuk është sfidë e madhe. Në përgjithësi, pjesëmarrja e familjes dhe të afërmeve luan rol thelbësor në ndikimin e qasjes së një personi në treg. Në të njëjtën kohë, mundësitë për trajnime janë ndihmë e vlefshme në formësimin e planeve të biznesit dhe strategjive të operimit brenda tregut.

Për bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë që operojnë në komunitete të vogla, panairët janë të rëndësishme për zgjerimin dhe promovimin e produkteve në zona të tjera më të mëdha. Pas sigurimit të lejes nga komunat përkatëse, këto biznese i shfaqin produktet e tyre te një audiencë më e gjerë, me qëllim të rritjes së fitimeve të tyre dhe me këtë e lehtësojnë qasjen e tyre në tregje më të gjera në mbarë Kosovën. Në anën tjetër, zyrtarët komunal konsiderojnë se sfida më e rëndësishme me të cilën ballafaqohen bizneset është plasimi i produkteve të tyre në treg dhe aktualisht nuk ka mekanizëm të trajtuar këtë çështjeje.

### — 3.3. Peizazh konkurrues

Bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë pajtohen se konkurrenca është padyshim vështirësi për bizneset mikro dhe të vogla në kërkim të rritjes së pranisë dhe efikasitetit të tyre në treg nëpërmjet zgjerimit. Për fat të mirë, ekziston një besim se, për aq kohë që produktet e tyre janë të dallueshme dhe të mirëpritura nga konsumatorët, mund të arrihet një qëndrueshmëri e shitjeve, duke zbutur efektet negative të konkurrencës. Nga ana tjetër, bizneset e mesme dhe të mëdha kanë përparësi të rëndësishme, që çon në fitime më të mëdha, veçanërisht kur arrijnë marrëveshje me biznese të mëdha. Megjithatë, biznese të tilla nuk e perceptojnë konkurrencën si pengesë thelbësore për operacionet e tyre për sa kohë që kërkesa përputhet me pritshmëritë e tyre.

Përfaqësues të bizneseve që aspirojnë të marrin pjesë në procese të prokurimit publik shpeshherë konsiderojnë se janë në disavantazh në krahasim me korporatat më të mëdha. Kjo konkurrencë e shtuar redukton ndjeshëm perspektivën e tyre për të siguruar me sukses kontrata me institucione dhe organizata të ndryshme. Përveçkësaj pengese, ata nuk kanë besim as në praktikën e prokurimit publik, gjë që ndikon në gatishmërinë e tyre për të zgjeruar veprimtarinë e tyre afariste.

### — 3.4. Rregulloret dhe përmbushja

Për sa i përket rregulloreve dhe përmbushjes, gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se pjesëmarrësit kanë besim se sistemi tatimor në Kosovë është i thjeshtë dhe kosto-efektiv. Tatimet paguhen në përputhje me nivelet e të hyrave,



pavarësisht nëse fitimi është i lartë apo i ulët. Megjithatë, gjatë periudhave me fitime të ulëta, pra gjatë muajve të dimrit për bizneset që kryesisht operojnë në stinën verore, vazhdon të vlejë detyrimi për t'iu përmbajtur procedurave të deklarimit tatimor, që përfshin edhe pagesën e tarifës fikse për kontabilistin për trajtimin e kësaj përgjegjësie. Për më tepër, bizneset mikro dhe të vogla shpeshherë deklarojnë vetëm një punonjës, pra vetëm pronarin e biznesit, ose fare pak punonjës, varësisht nga madhësia dhe sektori i biznesit. Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit pohuan se për shkak të niveleve të larta të pasigurisë së tregut/shitjeve hezitojnë të punësojnë persona me kontrata afatgjate; andaj kanë prirje të shmangin punësimin formal për punonjësit e tyre. Bazuar në këto informata, ekziston një prani e gjerë e informalitetit në punësim që çon në mospërputhje të numrit aktual të njerëzve të përfshirë në biznes në krahasim me numrin e punëtorëve të regjistruar zyrtarisht në Agjencinë Kosovare për Regjistrimin e Bizneseve dhe Administratën Tatimore të Kosovës.

Disa biznese në pronësi të grave theksojnë se pagesat mujore për punonjësit e tyre nuk i përshtaten modelit të tyre të operimit meqë pagesat luhaten me nivelet e tyre të fitimit. Për shembull, disa biznese punësojnë staf sezonal gjatë verës dhe i kompensojnë ata në mënyrë joformale në fund të çdo dite pune. Megjithatë, shumica e bizneseve, veçanërisht bizneset mikro me histori relativisht të shkurtër operimi, mbështeten te anëtarët e familjes për fuqi punëtore. Në përgjithësi, bizneset pohojnë se i nënshtrohen vizitave të rregullta nga inspektorati i punës, megjithatë, ato nuk kanë raportuar probleme apo shqetësime lidhur me procesin e inspektimit.



*"Kur takohem vetë me bizneset, marr trajtim joadekuat.*

*Prandaj, burri im më shoqëron gjithmonë."*

### 3.5. Faktorët kulturorë dhe gjuhësorë

Motivuesit kryesorë që i shtyjnë gratë të hapin biznes janë mundësia për të siguruar të ardhura shtesë familjare si dhe fleksibiliteti shtesë për të menaxhuar përgjegjësitë familjare dhe ato të punës. Gjetjet nga grupet e fokusit tregojnë se ka predispozitë që familja e gruas të ndërhyjë në pjesëmarrjen e saj në trajnime, diskutime ose tryeza të rumbullakëta; duke penguar kështu progresin ndërmarrësor. Besimet e ndryshme, shpeshherë patriarkale, janë pengesë për fleksibilitetin e grave, veçanërisht duke marrë parasysh mungesën e bilancit punë-jetë dhe punën e papaguar të kujdesit të grave. Kur bëhet fjalë për faktorët etnikë, rajone më diverse japin rezultate të dallueshme, duke çuar në përfundimin se në komunitetet më heterogjene, përkatësia etnike nuk duket të ketë ndikim të rëndësishëm në prosperitetin e një biznesi (p.sh., Prizren).

Gjithashtu, informacioni i nxjerrë tregon se aktiviteti kryesor i biznesit luan rol të rëndësishëm në diskriminimin gjinor. Në bizneset që zakonisht janë në pronësi të grave, pra sallone ondulimi, prodhime të ushqimeve tradicionale ose dyqane të luleve, është pohuar se stereotipat nuk ekzistojnë ose nuk janë aq të ndjeshëm sa të implikojnë dallime gjinore ose diskriminim. Megjithatë, ka situata në të cilat gratë, kur bashkëveprojnë me aktorë të ndryshëm ekonomikë, mund të konsiderojnë të jetë e nevojshme të shoqërohen nga një partner burrë për ta zbutur rrezikun e ngacmimit ose nënvlerësim të mundshëm bazuar vetëm në gjininë e tyre.

Një tjetër vëzhgim është se bizneset në pronësi të grave shpeshherë krijojnë marrëdhënie me biznese të tjera në pronësi të grave. Kjo kryesisht ndodh për shkak të takimeve në të njëjtat mjedise dhe rrjeteve të krijuara specifiku për gratë ndërmarrëse.

### — 3.6. Sfidat logjistike dhe të shpërndarjes

Pjesëmarrësit nga grupet e fokusit të bizneseve në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë aplikojnë metoda të ndryshme të shpërndarjes për produktet e tyre. Përderisa disa përdorin shërbimet e dërgimit për t'i dërguar produktet e tyre të klientët, ku biznesi kryesisht mbulon këto shpenzime, të tjerët kufizohen nga shpërndarja në distanca më të gjata, ku klientët zgjedhin t'i marrin vetë produktet e tyre të blera. Për më tepër, ka raste kur pronarët e bizneseve merren personalisht me dërgesat e afërta, duke shmangur kështu nevojën për shërbime të jashtme të shpërndarjes.

Për produktet delikate, siç janë lulet, dërgesa në vende më të largëta nuk është opsion, meqë transporti mund të rrezikojë freskinë e produktit. Në përgjithësi, pjesëmarrësit e grupeve të fokusit pohojnë se janë përballur me sfida më të mëdha në lidhje me furnizimin dhe transportin në vitet e mëparshme; ndërsa tani theksojnë se situata është përmirësuar kohëve të fundit meqë ka më shumë shpërndarës në dispozicion, gjë që ka lehtësuar vështirësitë e tyre logjistike.

### — 3.7. Konsideratat financiare

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se sfidat më të mëdha për qasjen në treg lidhen me kufizimet financiare. Shumica e bizneseve në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë kanë nisur bizneset e tyre duke përdorur kursime personale, ndërsa një numër i vogël i tyre kanë kërkuar kredi, kryesisht për qëllime rinovimi. Megjithatë, ato kanë hasur vështirësi në sigurimin e kredisë, ku çështja e dukshme është se pronësia e kufizuar e pronave nga gratë pengon dhe e vështirëson qasjen e tyre në kapital për fillimin ose zgjerimin e bizneseve. Si rezultat, për t'i përmbushur kriteret e aprovimit të kredisë, ato duhet të kërkojnë bashkëhuamarrës. Për më tepër, niveli i lartë i pasigurisë për sa i përket operimit dhe zgjerimit të biznesit parandalon bizneset që të kërkojnë kredi, për shkak të periudhave pa fitim.

Disa biznese kanë arritur qëndrueshmëri dhe pohojnë se hapi drejt aplikimit për kredi ishte përpjekje e suksesshme. Ato besojnë se pa këtë mbështetje financiare nuk do të kishin mundësi të hapnin dhe operonin bizneset e tyre.

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit mendojnë se kreditë e biznesit janë mundësi për të marrë shumë më të larta parash në krahasim me kreditë individuale, të cilat mund të jenë të dobishme për ata që kanë nevojë për ndihmë të konsiderueshme financiare. Megjithatë, normat më të ulëta të interesit, veçanërisht për bizneset e cenueshme që nuk kanë arritur ende qëndrueshmëri, do të ishin mjaft me vlerë për efikasitetin e tyre në treg.

### — 3.8. Prania dhe teknologjia digjitale

Rezultatet nga diskutimet në grupe të fokusit zbulojnë një rritje të konsiderueshme të pranisë digjitale, veçanërisht pas pandemisë. Shumica e pjesëmarrësve të grupeve të fokusit përdorin media sociale si burimin kryesor për ekspozimin dhe shitjen e produkteve/shërbimeve të tyre. Shumica e bizneseve merren vetë me menaxhimin e mediave sociale të tyre, me përjashtim të disave.

Në varësi të natyrës së biznesit, janë disa storie suksesi që përfitojnë nga mbulimi mediatik përmes intervistave televizive dhe platformave të ngjashme, duke promovuar efektshëm bizneset e tyre. Vetëm një numër i vogël i bizneseve punësojnë individë për t'i reklamuar produktet ose shërbimet e tyre në media sociale, për shkak të kostos shtesë. Megjithatë, ekziston një dakordim

i përgjithshëm se shfrytëzimi i mediave sociale për promovim është thelbësor dhe i domosdoshëm për suksesin e tyre të përgjithshëm.

Prania në media sociale nuk e zbeh faktin që biznese të caktuara vazhdojnë të përdorin kartëvizita dhe broshura si pjesë e strategjive të tyre të reklamimit. Është e qartë që ka kërkesë për trajnime në fushën e marketingut digjital. Informacioni nga grupet e fokusit zbulon se pjesa më e madhe e trajnimeve në të cilat ata/ato marrin pjesë kryesisht kanë të bëjnë me menaxhimin e bizneseve dhe metodat për shitjen/ofrimin e produkteve/shërbimeve të tyre. Megjithatë, bizneset kanë shprehur dëshirë që këto trajnime të kenë në fokus marketingun digjital, shkathtësi të cilat, nëse përdoren si duhet, do të lehtësonin qasjen e tyre në treg.

### — 3.9. Shërbimet dhe rrjetet mbështetëse

Informacioni nga grupet e fokusit zbulon se burimi kryesor i mbështetjes që marrin bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë kryesisht vjen nga organizatat joqeveritare (vendore dhe ndërkombëtare). Megjithatë, anëtarësimi në shoqata luan rol jetik në informimin e bizneseve në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë lidhur me mundësitë e disponueshme të mbështetjes nga organizatat joqeveritare. Përveç disa bizneseve që operojnë në mënyrë të pavarur dhe nuk janë të asocuar në ndonjë shoqatë, shumica e bizneseve kanë theksuar se janë anëtarë të OJQ-ve si: PePeKo (Shoqata e Përpunuesve të Pemëve dhe Perimeve në Kosovë), Organika, Mjedra e Kosovës dhe shoqata të tjera të përbëra nga përfaqësues të organizatave në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë.

Bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë theksojnë se kanë përfituar nga disa organizata, si USAID Kosovë, Help Kosovë, UNDP, Caritas, KFOR, CDF dhe organizata të tjera joqeveritare lokale. Kjo asistencë është ofruar në formë të makinerive, burimeve financiare, fidanëve dhe serrave, ose trajnimeve. Për shembull, një biznes në pronësi të grave theksoi se ka pranuar fidanë për një ngastër prej 12 hektarësh tokë me vlerë prej dhjetë mijë euro, ashtu që të maksimizojë profitabilitetin e kompanisë. Të tjerë kanë blerë makineri esenciale për funksionimin e bizneseve të tyre. Disa theksuan se kanë përfituar nga largimi i tarifave të anëtarësimit në platformat e shitjeve digjitale përmes mbështetjes nga OJQ-të.

Për sa i përket anëtarësimit në shoqatat si odat ekonomike, rezultatet nga grupi i fokusit sugjerojnë se bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë kanë prirje të mos aplikojnë për shkak të tarifave të larta të anëtarësimit. Ngjashëm, zyrtarë nga Oda Ekonomike e Kosovës theksojnë se anëtarësimi i bizneseve në pronësi të grave është relativisht i ulët, me vetëm 80 anëtarë krahasuar me anëtarësi totale prej rreth 16 mijë biznesesh.<sup>19</sup> Edhe për numrin e kufizuar të bizneseve në pronësi të grave, anëtarësimi i tyre përfiton nga subvencionet financiare nga qeveria ose OJQ-të; përndryshe, tarifat e aplikimit do të ishin të papërbalueshme për ta.<sup>20</sup>

Oda Ekonomike e Kosovës nuk aplikon ndonjë strategji apo qasje specifike që synon ekskluzivisht bizneset në pronësi të grave ose komuniteteve pakicë. Në vend të kësaj, ata kanë strukturë të standardizuar tarifore të zbatueshme për të gjitha bizneset, pavarësisht pronësisë. Për më tepër, ky institucion i trajton të gjithë anëtarët në mënyrë të barabartë për sa i përket qasjes në programe të

19 Të dhënat për përfaqësuesit e bizneseve në pronësi të komuniteteve pakicë nuk janë të disponueshme meqë Oda Ekonomike e Kosovës nuk mbledh informacione në bazë të përkatësisë etnike.

20 Po aty, norma bazë prej 150 euro dhe kosto shtesë për shërbime shtesë.

trajnim, që do të thotë se nuk ka trajtim preferencial. Megjithatë, oda u ofron bizneseve në pronësi të grave mundësi për të krijuar shoqatë të tyre, meqë ata besojnë se kjo qasje u mundëson atyre t'i kuptojnë dhe adresojnë më mirë nevojat specifike të njëra-tjetrës. Për të themeluar një shoqatë të tillë kërkohen së paku tetë anëtarë.

### 3.10. Mbështetja dhe burimet e qeverisë

Gjetjet e grupeve të fokusit tregojnë se mbështetja institucionale nuk është e mjaftueshme për operacionet e biznesit në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë. Në një numër të kufizuar rastesh komunat kanë ofruar mbështetje financiare duke paguar normat e interesit për kreditë e marra për bizneset në pronësi të grave.<sup>21</sup> Për sa i përket mbështetjes nga niveli qendror dhe lokal, dokumentacioni i tepërt i kërkuar nga niveli qendror e bën procesin e aplikimit për grante ose subvencione dukshëm më të vështirë. Procesi i dorëzimit të këtyre dokumenteve shkakton shpenzime transporti, të cilat përbëjnë barrë financiare shtesë për bizneset që duhet të udhëtojnë drejt Prishtinës për të paraqitur aplikimet e tyre. Për më tepër, bizneset kanë shqetësime lidhur me proceset burokratike të aplikimit për grante dhe subvencione në nivel qendror (nuk u besojnë kriterëve të përzgjedhjes). Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit në masë të madhe ndjehen të dekurajuar të aplikojnë për grante/subvencione meqë besojnë se përfituesit e përzgjedhur janë gjithmonë të njëjtët. Në rast të aprovimit, siç është konfirmimi i granteve për blerjen e makinerive, bizneset detyrohen t'i përdorin burimet e tyre financiare për t'i blerë makineritë e pastaj të marrin rimbursimin. Në raste të caktuara, shpenzimet për blerjen e makinerive janë përtej mundësive të bizneseve, duke bërë këtë të papërballueshme për ta. Për më tepër, grantet zakonisht vlejnë për makineri dhe jo për mallra ose furnizime. Si rezultat, bizneset që kërkojnë mbështetje për mallra ose furnizime nuk kanë qasje në mbështetjen nga niveli qendror. Së fundi, mbështetja e qeverisë kushtëzohet me një numër minimal punonjësish. Duke marrë parasysh prirjen për të mbajtur numrin e ulët të të punësuarëve, bizneset mikro dhe ato të vogla janë në një pozitë të pafavorshme dhe mezi kualifikohen për mbështetje ose grante qeveritare.

Disa biznese në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë pretendojnë se kanë marrë mbështetje nga qeveria në formën e makinerive, fidanëve dhe serrave. Megjithatë, ka shumë biznese, veçanërisht në pronësi të komuniteteve pakicë, që nuk kanë përfituar kurrë nga ndonjë formë e ndihmës nga qeveria. Pjesëmarrësit në grupe të fokusit, të cilët përfaqësojnë bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë, deklarojnë se qeveria mund të përmirësojë ndjeshëm operimin e këtyre bizneseve duke furnizuar makineri për mbylljen hermetike dhe paketimin e produkteve të tyre, duke përfshirë aplikimin e logove dhe të tjera të ngjashme. Dizajni dhe paketimi janë aspekte të kushtueshme por edhe jetike të funksionimit të tyre. Aktualisht, angazhimi në promovim është financuar duke përdorur të ardhura personale, në masë të madhe me mbështetje të familjes. Ekziston një kërkesë e konsiderueshme për makineri që do t'i thjeshtëzonin këto procese.

Ndryshe, kur komunat hartojnë politika për zhvillim ekonomik, ato krijojnë edhe buxhetim të përgjegjshëm gjinor. Në këtë rast, ato mbledhin statistika më të detajuara, duke u fokusuar te gratë në përgjithësi, ku janë të punësuar ato, pse nuk janë aktive në jetën publike, sa fitojnë/sa të ardhura kanë, dhe të ngjashme. Drejtoritë për Zhvillim Ekonomik në Komuna përcaktojnë ndarjen e subvencioneve. Ato pohojnë se i listojnë bizneset e grave dhe ndajnë subvencione në mënyrë

*Graçanica ka shpërndarë mjete financiare në vlerë prej 20,000 euro për të gjitha NMVM-të. Për vitin 2024 kanë planifikuar të shpërndajnë subvencione në vlerë prej 20 mijë eurosh.*

*Komuna e Gjilanit (2022) - 12 gra ndërmarrëse përfituan nga thirrjet për grante në vlerë prej 50,000€.*

21 | I tillë ishte rasti me Komunën e Mitrovicës.

të rregullt. Megjithatë, zyrtarët komunal theksojnë se komunat përballen me kufizime buxhetore që i pengojnë nga ofrimi i mbështetjes për të gjitha bizneset mikro dhe të vogla në nevojë. Si rezultat, ato angazhohen në identifikimin e burimeve alternative të financimit. Ato theksojnë rëndësinë e shfrytëzimit të mundësive për t'i lidhur projektet me bizneset që kërkojnë ndihmë.

Komunat nuk kanë strategji apo masa afirmative në fuqi që specifiku targetojnë bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë. Në vend të kësaj, subvencionet përgjithësisht ofrohen për të gjitha bizneset mikro dhe të vogla, pa ndonjë vlerësim të ndikimit gjinor dhe/ose përkatësisë etnike. Përveç kësaj, disa projekte komunale fokusohen në ofrimin e trajnimeve për t'i ndihmuar pronarët e bizneseve të operojnë në mënyrë efektive dhe për t'i inkurajuar që ta regjistrujnë zyrtarisht subjektin.

Duke pasur parasysh nënpërfaqësimin aktual të grave në mesin e të gjithë pronarëve të bizneseve, nevojiten masa afirmative, në përputhje me Ligjin për Barazinë Gjinore, në kriteret dhe procedurat e prokurimit ashtu që të sigurohet që gratë të kenë qasje në këto përfitime. Grantet e MINT-it për bizneset në pronësi të grave përmes KIESA janë shembull i praktikës së mirë. KIESA zbaton veprime afirmative në kriteret, siç është vlerësimi me 10 pikë shtesë për bizneset në pronësi të grave dhe bizneset që kanë më shumë gra punonjëse.<sup>22</sup> Për më tepër, ky institucion ka program të veçantë për mbështetjen e ndërmarrësve të rinj dhe grave, i cili përfshin panairin "Gratë në Biznes", programin e bizneseve të reja dhe programin e praktikës në biznes që për një numër të caktuar studentësh dhe personave të sapodiplomuar ofron praktika dymujore pune në komunitet të biznesit duke ndërtuar kështu një urë komunikimi ndërmjet institucioneve qeveritare, universiteteve dhe bizneseve në Kosovë.

### 3.11. COVID-19

Ndikimi i pandemisë COVID-19 te bizneset është i shumanshëm. Duke pasur parasysh se ajo ka ndryshuar ndjeshëm metodën e operimit për shumë biznese, ajo ka paraqitur vështirësi në metodat ekzistuese, por, në anën tjetër, ka krijuar mundësi të reja për bizneset e reja. Shumica e pjesëmarrësve në grupe të fokusit përfaqësojnë biznese të reja të regjistruara në më pak se tri vjet; gjetjet tregojnë se pandemia në përgjithësi ka krijuar mundësi të reja për to. Për ta ilustruar këtë, mikrobizneset që operojnë në prodhimin e ushqimit tradicional, pohuan se si pasojë e pandemisë kanë arritur të gjenerojnë më shumë përfitim meqë kishin më shumë kohë në dispozicion. Bizneset e tjera që operonin për më shumë se pesë vjet (para pandemisë), pohuan se pandemia COVID-19 ka pasur ndikim të ndryshueshëm te ta, por nuk ishte kërcënim për ndërprerje të biznesit.

Pjesëmarrësit e grupeve të fokusit pohuan se bizneset e angazhuara në tregtinë me pakicë kanë pasur ndikim pozitiv, përkundër vështirësive nga pandemia. Kërkesa për produktet e tyre mbeti vazhdimisht e lartë, duke bërë që të sigurojnë aktivisht furnizime të bollshme. Megjithatë, ato biznese të cilat më parë promovonin produktet e tyre në zona të ndryshme të Kosovës përmes 'panaireve' janë sfiduar nga masat e mbylljes dhe është dashur t'i ndalojnë aktivitetet e tyre dhe të presin deri në largimin e kufizimeve për t'i rifilluar aktivitetet e tyre.

Zyrtarët komunalë pohojnë se gjatë pandemisë komunat nuk kanë ofruar asnjë masë/nxitje në mbështetje të këtyre bizneseve meqë nuk kanë pasur burime për subvencione. E gjithë mbështetja gjatë pandemisë COVID-19 u iniciua nga qeveria

22 Vështrime nga intervista me KIESA.

e nivelit qendror. Në kuadër të Pakos për Rimëkëmbjen Ekonomike, Qeveria e Kosovës kishte planifikuar 10 milionë euro për të mbështetur komunat e Kosovës në menaxhimin e situatës së krijuar nga pandemia COVID-19.<sup>23</sup> Megjithatë, nuk ka asnjë indikacion nëse këto fonde janë ndarë për të mbështetur bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në secilën komunë.

## 4. Përfundim dhe rekomandime

Promovimi i angazhimit ekonomik gjithëpërfshirës në Kosovë është hap kritik drejt ndërtimit të një ekonomie më të barabartë dhe më të suksesshme. Duke adresuar sfidat e veçanta me të cilat përballen bizneset mikro dhe të vogla në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë, Kosova mund ta zhblllokojë potencialin e tyre të pashfrytëzuar, të gjenerojë rritje ekonomike dhe të krijojë vendeve të punës dhe prosperitet më të madh të përgjithshëm. Nga suksesi i këtyre nismave jo vetëm që do të përfitojnë grupet e marginalizuara, por kjo do të kontribuojë ndjeshëm në zhvillimin më të gjerë socio-ekonomik të Kosovës.

Gjetjet nga grupet e fokusit zbulojnë pengesat e shumta me të cilat përballen bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në qasjen në tregje. Këto sfida përfshijnë burimet e kufizuara financiare dhe qasja në financa, vështirësitë në krijimin e partneriteteve strategjike, respektimi joformal i rregulloreve, paragjykimet kulturore dhe gjinore, mungesa e mbështetjes institucionale, mungesa e strategjive institucionale që targeton bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë, proceset e rënduara burokratike kur kërkohen grante ose subvencione. Këto observime theksojnë nevojën e domosdoshme për asistencë të përshtatur specifikisht në zbutjen e këtyre pengesave dhe nxitjen e rritjes dhe suksesit të bizneseve të tilla në treg.

Bazuar në këto përfundime, Instituti GAP rekomandon si në vijim:

**Autoritetet qendrore dhe lokale, organizatat ndërkombëtare dhe vendore** duhet t'i targetojnë bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë përmes:

- Kryerjes së analizave të tregut për t'i identifikuar sektorët ku ndërmarrëset gra dhe të komuniteteve pakicë mund të arrijnë kontribut të ndjeshëm duke i kuptuar trendet e reja brenda sektorëve.
- Promovimit të pjesëmarrjes aktive të grave dhe individëve nga komunitetet pakicë në ndërmarrësi.
- Thjeshtimit të proceseve burokratike, reduktimit të barrës së rëndë për dokumentacion që kërkohet gjatë aplikimit për grante dhe/ose subvencione dhe lehtësimit të kriterëve për bashkëfinancim.
- Promovimit të gjithëpërfshirjes në praktikat e prokurimit, duke inkurajuar sektorin publik dhe privat që të sigurojnë produkte dhe shërbime nga bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë nëpërmjet veprimeve/masave afirmative.
- Ofrimit të mundësive për burime financiare, pajisje dhe forma të ndryshme të ndihmës të përshtatura specifikisht për sektorin ose industrinë specifike të bizneseve në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë.
- Promovimit të edukimit financiar dhe përfshirjes së grave dhe komuniteteve pakicë duke ofruar financim të targetuar dhe programe investimi, për shembull duke siguruar bashkëpunim të ngushtë me Fondin Kosovar për Garanci Kreditore.<sup>24</sup>

<sup>23</sup> Zyra e Kryeministrit të Kosovës, [Plani i zbatimit të pakos së rimëkëmbjes](#). Masa 12, 2020

<sup>24</sup> [Fondi Kosovar për Garanci Kreditore \(FKGK\)](#) është institucioni i krijuar për trajtimin e sfidave në sigurimin e kredive

- Krijimit të forumeve dhe ngjarjeve të rrjetëzimit, ku ndërmarrëset gra dhe ndërmarrësit që i takojnë komuniteteve pakicë mund të lidhen me klientët potencialë dhe të zhvillojnë marrëveshje strategjike me biznese të mesme dhe të mëdha.
- Zhvillimit të platformave lehtësisht të qasshme me informacione mbi mundësitë e financimit, programet e trajnimit dhe rrjetëzimit.
- Sigurimit të udhëzimeve për eksport për qasje në tregjet ndërkombëtare.
- Ofrimit të programeve të trajnimit në marketingun digjital dhe tregtinë elektronike, të cilat do të ngrisin shkathtësitë që bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë janë duke i kërkuar, ashtu që të lehtësojnë qasjen e tyre në treg.
- Ofrimit të asistencës për bizneset në pronësi të grave dhe të komuniteteve pakicë me tarifatat e anëtarësimit në shoqatat e biznesit dhe aplikimin e trajtimit preferencial (në përputhje me kuadrin ligjor të Kosovës) për të siguruar përfaqësim më të madh për grupet e cënueshme të ndërmarrësve që kërkojnë mbështetje shtesë.
- Financimit të hulumtimit mbi sfidat specifike me të cilat përballen gratë dhe komunitetet pakicë në ndërmarrësi dhe përdorimit të këtyre gjetjeve për hartimin e politikave, programeve dhe strategjive.

## Shtojcat

### • Udhëzuesi për grupet e fokusit

#### Sfidat e përgjithshme të qasjes në treg:

1. A mund të na tregoni si operon biznesi juaj, çfarë partneritetesh mund t'i keni krijuar dhe sa janë të rëndësishme këto marrëdhënie për biznesin tuaj? (Shënim për hulumtuesin: Shih nëse kanë kontratë të rregullt me ndonjë shitës me pakicë dhe për çfarë kohëzgjatje)
2. Cilat janë sfidat me të cilat jeni përballë me qasjen në tregjet të reja për herë të parë?  
Pyetje të ndërlidhura: Cilat ishin sfidat që kishin të bënin me financimin apo qasjen në financa? (Shënim për hulumtuesin: shtro pyetje të ndërlidhura për të gjitha vështirësitë në huamarrje dhe nëse janë refuzuar ndonjëherë)

#### Të kuptuarit e hyrjes në treg:

3. Kur bëni hulumtim dhe planifikim për të hyrë në një treg të ri, në cilat burime informacioni mbështeteni dhe si i identifikoni dhe analizoni preferencat dhe nevojat e klientëve potencialë në atë treg?

#### Peizazhi konkurrues:

4. Si dallohet produkti ose shërbimi juaj nga të tjerët dhe çfarë vështirësish keni hasur me konkurrentët vendorë ose të etabluar në një treg të ri? (Shënim për hulumtuesin: Pyesni për strategjitë që ata përdorin dhe kapacitetet e tyre)

#### Rregulloret dhe përmbushja:

5. A keni përjetuar ndonjëherë vështirësi në lidhje me kërkesat rregullative (kuadri ligjor, përmbushja tatimore, rregulloret e transportit dhe të tjera) kur keni bërë përpjekje për të hyrë në tregje të reja? (Shënim për hulumtuesin: Pyesni për secilën veç e veç)

#### Faktorët kulturorë dhe gjuhësorë:

6. A mund të na tregoni për rastet kur dallimet kulturore, përkatësia etnike, gjinia, pengesat gjuhësore ose ndonjë faktor tjetër ndërsektorial paraqiste vështirësi në hyrje në një treg të ri?

#### Sfidat logjistike dhe të shpërndarjes:

7. A keni hasur sfida logjistike, siç janë transporti i mallrave, deponimi, shpërndarja dhe problemet me zinxhirin e furnizimit, kur keni bërë përpjekje për të hyrë në tregje të reja dhe si i keni menaxhuar këto sfida?

#### Konsideratat financiare:

8. Çfarë pengesash financiare keni hasur kur kërkuar të hyni në një treg të ri? (Këto mund të përfshijnë kostot që kanë të bëjnë me hulumtimin e tregut, marketingun, shpërndarjen, etj.)

#### Prania dhe teknologjia digjitale:

9. Në epokën e sotme digjitale, si i menaxhoni platformat online dhe marketingun digjital për të arritur dhe për t'u angazhuar me tregje të reja? (Shënim për hulumtuesin: A ekziston ndonjë person që menaxhon praninë digjitale? Sa shpenzojnë në marketing online?)
10. A keni përjetuar sfida me qasjen në teknologji dhe a keni pasur ndonjë ndihmë apo mbështetje?



### Shërbimet dhe rrjetet mbështetëse:

11. A jeni pjesë e ndonjë rrjeti, si shoqatat e biznesit, odat ekonomike, organizatat ose programet e tjera, që ju ndihmojnë në hyrje në tregje, përfshirë në ngjarje B2B, trajnime, mentorime dhe/ose përfitime financiare nga donatorët ndërkombëtarë ose kombëtarë?

### Mbështetja dhe burimet e qeverisë:

12. A keni përfituar ndonjëherë nga një grant apo subvencion nga qeveria? Nëse po, shpjegoni.

### COVID-19:

13. Si është ndikuar biznesi juaj nga COVID-19, duke përfshirë efektet e vazhdueshme? Pyetje e ndërlidhur: A keni marrë ndonjë përfitim nga masat e qeverisë, siç janë lehtësimet tatimore ose stimulimet financiare për adresimin e sfidave të lidhura me pandeminë? Nëse po, si ka ndihmuar kjo?
14. Si keni arritur t'i tejkaloji sfidat e paraqitura nga COVID-19; çfarë strategjie keni aplikuar për ta bërë këtë? *(Shënim për hulumtuesin: Pyetje e ndërlidhur: a keni larguar ndonjë punonjës nga puna gjatë krizës së pandemisë COVID-19?)*

### Të tjera:

15. A keni ndonjë sugjerim për përmirësimin e të bërit biznes në sektorin tuaj? Si mund t'i tejkalojmë sfidat që janë përmendur sot?
16. A keni ndonjë storie suksesi në komunitetin tuaj apo ndonjë shembull nga rajoni?

### • Udhëzuesi për intervistë

#### Institucionet e qeverisjes lokale dhe qendrore (MFPT, MINT/KIESA, komunat)

1. A mund të na jepni informacion për strategjitë/programet/politikat që institucioni juaj aplikon për bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë?
2. A aplikoni masa afirmative për bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë?
3. Cilat janë sfidat kryesore me të cilat përballen bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë kur hyjnë në tregje?
4. A keni ndonjë informacion për dallimet kulturore; barrierat etnike, gjinore dhe gjuhësore; apo ndonjë faktor tjetër ndërsektorial që paraqet sfidë për bizneset në Kosovë?
5. A ofroni trajnime, mentorime, ndihma financiare, apo përfitime të tjera specifike për bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë në Kosovë?
6. A janë ofruar subvencione për bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë gjatë pandemisë COVID-19?
7. Si keni arritur t'i ndihmoni anëtarët tuaj në tejkalimin e sfidave të pandemisë COVID-19; çfarë strategjie keni aplikuar për ta bërë këtë?
8. Cilat janë planet/ndërrhyrjet tuaja të ardhshme në lidhje me fuqizimin dhe ringjalljen e NMVM-ve në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë pas pandemisë COVID-19?
9. A keni ndonjë sugjerim për përmirësimin e mjedisit e të bërit biznes në Kosovë?

## Odat ekonomike

1. A mund të na tregoni se si funksionon organizata juaj dhe cilët janë kriteret për anëtarësi?
2. Sa nga anëtarët tuaj janë biznese në pronësi të grave dhe/ose komuniteteve pakicë?
3. Cilat janë sfidat kryesore me të cilat përballen bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë kur hyjnë në tregje?
4. A mund të na tregoni për rastet kur dallimet kulturore, barrierat e përkatësisë etnik
5. e, gjinore, gjuhësore , ose ndonjë faktor tjetër ndërsektorial paraqiste vështirësi në hyrje në një treg të ri?
6. Çfarë sfidash kanë anëtarët tuaj kur i qasen teknologjisë dhe platformave digjitale dhe a ofroni ndonjë ndihmë apo mbështetje?
7. A keni strategji/program që targeton bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë për të inkurajuar anëtarësimin e tyre?
8. A ofroni ngjarje B2B, trajnime, mentorime ose përfitime të tjera për ndonjë nga bizneset në pronësi të grave dhe komuniteteve pakicë që përfaqësoni?
9. Si keni arritur t'i ndihmoni anëtarët tuaj në tejkalimin e sfidave të paraqitura nga COVID-19; çfarë strategjie keni aplikuar për ta bërë këtë?
10. A keni ndonjë sugjerim për përmirësimin e mjedisit të të bërit biznes në Kosovë?
11. A keni ndonjë storie suksesi për bizneset në pronësi të grave apo komuniteteve pakicë në lidhje me qasjen në treg?



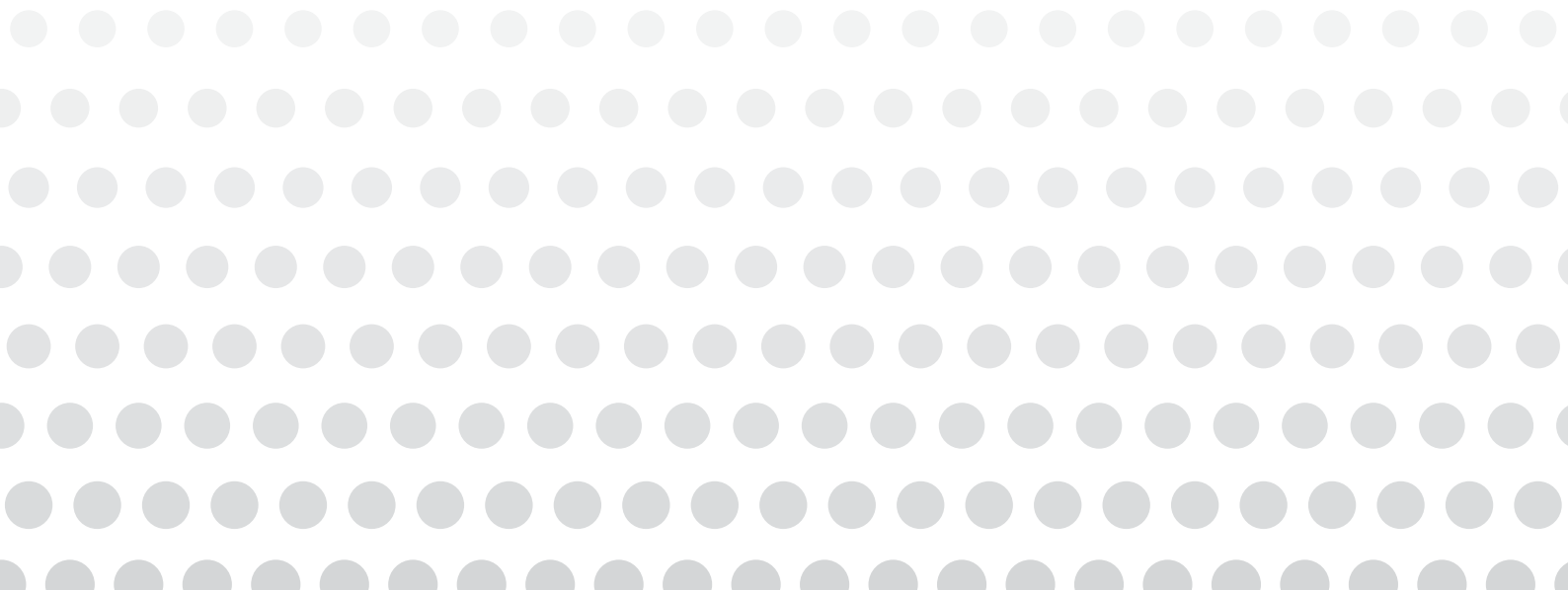
Instituti GAP është think-tank i themeluar në vitin 2007 në Kosovë. Qëllimi kryesor i GAP-it është të tërheqë profesionistë për të krijuar një ambient të zhvillimit dhe hulumtimit profesional, që haset në institucione të ngjashme në shtetet perëndimore. Kjo gjithashtu u ofron mundësi kosovarëve për hulumtimin, zhvillimin dhe implementim e projekteve me qëllim të avancimit të shoqërisë kosovare. Prioritet për këtë Institut është mobilizimi i profesionistëve në adresimin e sfidave ekonomike, politike dhe sociale të vendit. Qëllimet kryesore të GAP-it janë të plotësojë zbrazëtitë mes qeverisë dhe qytetarëve, si dhe të plotësojë zbrazëtitë në mes të problemeve dhe zgjidhjeve.

[www.institutigap.org](http://www.institutigap.org)

Rr. Sejdi Kryeziu, Blloku 4, Nr.4,  
10000 Prishtine

+383 38 609 339

info@institutigap.org



**Sfidat dhe mundësitë  
e qasjes në treg për bizneset  
në pronësi të grave dhe të  
komuniteteve pakicë në Kosovë**