



# **GJENDJA E AKTUALE DHE POTENCIALI I SEKTORIT TË SHËRBIMEVE TË TEKNOLOGJISË SË INFORMACIONIT DHE KOMUNIKIMIT (TIK-UT) NË KOSOVË**

**Prishtina, 2022**

**Përgatitur për:**

Departamentin e Tregtisë, MINT

**Përgatitur nga:**

Instituti për Ndërmarrësi dhe Biznes të Vogël (IESB) i përfaqësuar nga autori dhe eksperti udhëheqës Besnik Krasniqi

**Mbështetur nga:**

Mbështetur nga Projekti “KSV 019 Asistenca Teknike në kontekst të Integritimit Evropian” që implementohet nga Zyra për Kritere Ekonomike dhe Treg të Brendshëm në Zyrën e Kryeministrit dhe financohet nga Qeveria e Luksemburgut

**Mirënjohje:**

Autori shpreh mirënjohje të thellë për stafin e Departamentit të Tregtisë për mbështetjen e tyre në përpilimin e këtij raporti.

**Vendi:**

Prishtinë, Kosovë

**Mosmarrja e përgjegjësisë:** Të gjitha pikëpamjet e shprehura në këtë botim janë të autorëve. Logot e Qeverisë së Republikës së Kosovës, Qeverisë së Dukatit të Madh të Luksemburgut dhe LuxDev janë paraqitur për qëllime të sponsorizimit të publikimit, por në asnjë mënyrë nuk përbëjnë ndonjë përkatësi apo miratim të përmbajtjes së këtij publikimi.

## Tabela e Përmbajtjes

Lista e tabelave .....	4
Lista e figurave .....	4
Lista e shkurtesave .....	5
Parathënie .....	6
1. Hyrje .....	7
2. Sektori i TIK-ut në Kosovë .....	8
2.1 Përkufizimi i TIK-ut .....	8
2.2 Profili i firmave të TIK-ut në Kosovë .....	8
2.3 Shifrat e sektorit të TIK-ut në Kosovë të përmbledhura shkurt .....	10
2.4 Peizazhi i TIK-ut në Kosovë .....	14
3. Pikat e forta dhe aftësitë e sektorit të TIK-ut në Kosovë .....	15
4. Problemet dhe barrierat në sektorin e TIK-ut në Kosovë .....	16
4.1 Tregu i punës dhe sistemi arsimor .....	17
5. Metodologjia .....	19
5.1 Procedura e mbledhjes së të dhënave .....	19
5.2 Qasja analitike .....	19
6. Gjetjet e anketës .....	20
6.1 Karakteristikat e mostrës .....	20
6.2 Gjendja e tanishme .....	22
6.3 Trendet e mundshme dhe të ardhshme të sektorit të TIK-ut .....	25
6.4 Firmat Kosovare të TIK-ut dhe eksporti .....	26
6.5 Nevojat dhe barrierat: rezultatet e anketës .....	30
6.6 Bashkëpunimi, inovacioni dhe digjitalizimi, si dhe ndikimi i Covid-19 .....	33
7. Konkluzionet, implikimet dhe rekomandimet e politikave .....	38
8. Referencat .....	42
9. Shtojcat .....	44
9.1 Shtojca 1: Lista e treguesve kryesorë të TIK-ut në Kosovë .....	44
9.2 Shtojca 2: Pyetësi i anketës për TIK-un .....	46

## Lista e tabelave

Tabela 1. Përmbledhje e figurave kryesore të sektorit të TIK-ut në Kosovë.....	8
Tabela 2. Statistikat përshkruese të kampionit (N=71).....	21
Tabela 3. Numri total i të punësuarve në kampion përgjatë viteve .....	23

## Lista e figurave

Figura 1. Importi dhe eksporti i shërbimeve TIK .....	11
Figura 2. Pjesa e eksportit të shërbimeve TIK ndaj eksportit total të shërbimeve.....	11
Figura 3. Importi dhe eksporti i pajisjeve IT/TIK.....	12
Figura 4. Vendndodhja e firmave pjesëmarrëse (sipas rajonit) .....	22
Figura 5. Veprimtaria kryesore e kompanive .....	22
Figura 6. Niveli i aftësive të punonjësve .....	23
Figura 7. Variacioni i shitjeve brenda vitit të fundit dhe përqindja e rritjes.....	24
Figura 8. Burimet e financimit.....	24
Figura 9. Pritjet në lidhje me shitjet në të ardhmen .....	25
Figura 10. Objektivat strategjike të kompanisë .....	25
Figura 11. Rëndësia e metodave të gjetjes së klientëve të rinj .....	26
Figura 12. Përqindja e kompanive eksportuese .....	26
Figura 13. Tregjet aktuale dhe potenciale të eksportit.....	27
Figura 14. Mënyra e hyrjes në tregun e eksportit .....	28
Figura 15. Lloji i produkteve/shërbimeve të eksportuara .....	28
Figura 16. Burimi i avantazhit konkurrues .....	29
Figura 17. Rëndësia e tregut të brendshëm.....	29
Figura 18. Barrierat për zgjerimin dhe rritjen e biznesit.....	31
Figura 19. Kualifikimet e punonjësve që vështirë të gjenden në Kosovë.....	32
Figura 20. Nevojat për të zhvilluar dhe avancuar nivelin e inovacionit, R&D dhe ndërkombëtarizimin e kompanisë .....	32
Figura 21. Bashkëpunimi në rrjet.....	33
Figura 22. Investimet në inovacion dhe dixhitalizim.....	34
Figura 23. Intensiteti i inovacionit dhe dixhitalizimit.....	34
Figura 24. Ndikimi i Covid-19 në performancën e biznesit .....	35
Figura 25. Ndikimi i Covid-19 në potencialin e eksportit .....	35

## Lista e shkurtesave

ASK – Agjencia e Statistikave të Kosovës

ATK – Administrata Tatimore e Kosovës

BE – Bashkimi Evropian

BoP – Bilanci i Pagesave

BP - Ballkani Perëndimor

BPO – Kontraktimi i procesit të biznesit

CMMI – Integrimi i modelit të maturimit të aftësive

DACH - Gjermania, Austria dhe Zvicra

DIH – Qendrat e Inovacionit Digjital

DPI – Të Drejtat e Pronësisë Intelektuale

EITO – Observatori Evropian i Teknologjisë së Informacionit

ENIF – Fondi i Inovacionit të Ndërmarrjeve

FOSS – Softuer me burim të hapur dhe i lirë

H&ZH – Hulumtim dhe Zhvillim

ICK – Qendra e Inovacionit në Kosovë

IFME – Instituti për Ekonominë e Tregut të Lirë

ISO – Organizata Ndërkombëtare për Standardizim

KITB – Barometri i Industrisë së TI-së në Kosovë

MTI – Ministria e Tregtisë dhe Industrisë

MZHE– Ministria e Zhvillimit Ekonomik

SEA – Reklamimi i motorëve të kërkimit

SEO – Optimizimi i motorëve të kërkimit

SITC - Klasifikimi standard i tregtisë ndërkombëtare

STIKK – Shoqata për Teknologji të Informacionit dhe Komunikimit të Kosovës

TI – Teknologjia e Informacionit

TIK – Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit

WDI – Treguesit e Zhvillimit Botëror të Bankës Botërore

## Parathënie

Ekonomia digjitale luan një rol kyç për zhvillimin ekonomik të çdo vendi dhe në këtë kontekst, Kosova nuk bën përjashtim. Sidomos Teknologjia e Informacionit dhe Komunikimit (TIK) e cila pavarësisht se është një sektor relativisht i ri, është zhvilluar me shpejtësi dhe aktualisht është ndër sektorët me prioritet kryesor që kontribuon në zhvillimin ekonomik të vendit. Ndër të tjera, TIK-u shihet si një sektor atraktiv për promovimin e eksportit, krijimin e vendeve të punës për të rinjtë, kthimin e të rinjve nga diaspora dhe më e rëndësishmja për mbajtjen e talenteve të rinj në Kosovë.

Ky qëllim i kësaj detyre është të analizojë ecurinë tregtare të sektorit, duke identifikuar shërbimet kryesore të eksportuara dhe ato të importuara, si dhe faktorët themelore që mund të ndihmojnë në shpjegimin e performancës tregtare. Për më tepër, ky studim ofron një pasqyrë të sektorit të TIK-ut në Kosovë, duke ofruar njohuri për statusin aktual, nevojat, potencialin dhe barrierat me të cilat përballen kompanitë e këtij sektori. Ky studim i sektorit të TIK-ut do të ndihmojë në mbështetjen e mëtejshme të potencialit të kompanive, adresimin e nevojave të tyre dhe ndërgjegjësimin për rëndësinë e sektorit të TIK-ut në zhvillimin ekonomik të vendit.

Në përputhje me qëllimin e studimit, metodologjia e propozuar për këtë detyrë bazohet në metoda të përziera kërkimore që përfshijnë një kombinim të analizës së vlerësimit të thellë dhe anketës me kompanitë e TIK-ut. Puna brenda këtij komponenti bazohet kryesisht në pikat e mëposhtme: hulumtim i dokumentacionit dhe rishikim i dokumenteve përkatëse, intervista cilësore gjysmë të strukturuar me palët e interesuara dhe anketë sasiore me kompanitë e TIK-ut.

Duke u mbështetur në të dhëna cilësore dhe sasiore, studimi aktual ofron implikime të rëndësishme praktike dhe rekomandime politikash për qeverinë, shoqatat e biznesit dhe kompanitë e TIK-ut.

Ky raport është prodhuar në kuadër të përpjekjeve të Ministrisë së Industrisë, Ndërmarrësisë dhe Tregtisë (MINT) dhe është pjesë e Institucionit për Zhvillimin e Kapaciteteve Njerëzore (HCDF). Studimi është kryer nga Instituti për Ndërmarrësi dhe Biznes të Vogël (IESB) i përfaqësuar nga autori dhe eksperti udhëheqës Besnik Krasniqi. Ndërsa, raporti është shqyrtuar nga përfaqësues të MINT.

## 1. Hyrje

Ekonomia e Kosovës u rrit vazhdimisht mbi mesataren e Ballkanit Perëndimor në periudhën pas krizës financiare globale, edhe pse nga një bazë e ulët (CIVITTA International, 2021). Sektori privat dhe ekonomia digjitale luajnë një rol jetik për zhvillimin ekonomik të çdo vendi, dhe kjo vlen edhe për Kosovën (Komisioni Evropian, 2019b). Në këtë kontekst, sektori i Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit (TIK) në Kosovë është relativisht i ri, megjithatë ai po zhvillohet me shpejtësi vit pas viti (STIKK, 2021). Nisur nga potenciali i saj, Qeveria e Kosovës e ka njohur dhe renditur sektorin e TIK-ut në mesin e gjashtë sektorëve me prioritet të lartë që kontribuojnë në zhvillimin ekonomik (ECIKS, 2020). TIK shihet si një sektor atraktiv për rritjen ekonomike, promovimin e eksportit, një sektor kritik për krijimin e vendeve të punës për të rinjtë, kthimin e të rinjve nga diaspora dhe për të mbajtur talentet e rinj në Kosovë (IFME, 2020). Karakteristikë shtesë e TIK-ut është se ai përfaqëson një tregues të rëndësishëm të inovacionit dhe aktiviteteve të bazuara në njohuri, të cilat nga ana tjetër kanë ndikim në rritjen ekonomike (Simnica & Jashari, 2017).

Kosova nuk është pjesë e 131 ekonomive të renditura për performancën e inovacionit nga WIPO, kështu që nuk ka të dhëna për këtë parametër. Për më tepër, tabela evropiane e inovacionit nuk përfshin Kosovën. Kosova nuk ka një anketë të inovacionit dhe disponueshmëria e të dhënave është relativisht e dobët.

Sektori i TIK-ut në Kosovë karakterizohet nga një numër i madh i kompanive të vogla dhe të mesme me kapacitete të kufizuara për projekte dhe përpjekje të mëdha. Madhësia e vogël e tregut vendas, kostoja e ulët e punës dhe puna relativisht e kualifikuar në disa nën-segmente kanë qenë shtytësit efektiv të rritjes së vazhdueshme të eksportit të shërbimeve në mesin e kompanive të TIK-ut në Kosovë (STIKK, 2014). Kjo nga ana tjetër ka kushtëzuar që kontraktimi i procesit të biznesit (BPO) të jetë modeli më i mirë për eksportimin e shërbimeve të zhvillimit të softuerit, telemarketingut, zhvillimit të aplikacioneve celulare dhe prodhimit të multimedias.

Studimi është organizuar si më poshtë. Seksioni vijues ofron një përkufizim të TIK-ut, portretizon profilin e firmave të TIK-ut në Kosovë, përmbledh figurat e sektorit dhe përshkruan peizazhin e sektorit. Më pas, vizatohen pikat e forta dhe barrierat e sektorit të TIK-ut që rrjedhin nga hulumtimi në zyrë. Pas aspekteve metodologjike, diskutohen rezultatet nga anketa dhe intervista cilësore. Së fundi, janë nxjerrë implikimet dhe rekomandimet për aktorë të ndryshëm.

## 2. Sektori i TIK-ut në Kosovë

### 2.1 Përkufizimi i TIK-ut

Ekonomia digjitale, e njohur edhe si ekonomia e internetit, sipas përkufizimit të saj i referohet ekonomisë së bazuar në teknologjitë e TIK-ut (Komisioni Evropian, 2019b). Sektori i TIK-ut për nga natyra dhe përkufizimi i tij i gjerë është i larmishëm dhe varion nga furnizuesit e pajisjeve dhe shërbimeve bazë të teknologjisë së informacionit (TI) deri te infrastruktura e komunikimit, zhvillimi i softuerit, tregtia elektronike, tregtia me pakicë dhe kontraktimi i proceseve të biznesit (IFME, 2020). Dy nga përkufizimet më të përdorura të TIK-ut ofrohen nga klasifikimi i Observatorit Evropian të Teknologjisë së Informacionit (EITO) dhe Treguesit e Zhvillimit Botëror të Bankës Botërore (WDI). Përkufizimi i EITO i TI bazohet në tre shtylla kryesore: pajisjet e TI-së (serverët, ruajtja, stacionet e punës, kompjuterët, tabletët e mediave, printerët shumëfunksionalë, pajisje të tjera TI), softueri (softueri i infrastrukturës së sistemit, zhvillimi dhe vendosja e aplikacioneve, aplikacioni) dhe shërbimet e TI-së (projekt, kontraktimi i jashtëm duke përfshirë BPO), mbështetje dhe vendosje, shërbime BPO duke përfshirë këshillimin e biznesit) (EITO, 2016). Ndërsa, sipas të dhënave të WDI të nxjerrë nga Statistikat e Bilancit të Pagesave të Fondit Monetar Ndërkombëtar, TIK përfshin shërbimet e telekomunikacionit, shërbimet e komunikimit dhe shërbimet e informacionit (FMN, 2009). Në këtë studim, ne ndjekim strategjinë e TI-së nga Ministria e Zhvillimit Ekonomik (MZHE) (2018) dhe miratojmë përkufizimin e EITO.

### 2.2 Profili i firmave të TIK-ut në Kosovë

Tabela 1 përmbledh karakteristikat e firmave të TIK-ut në Kosovë dhe performancën tregtare të sektorit.

*Tabela 1. Përmbledhje e figurave kryesore të sektorit të TIK-ut në Kosovë*

<b>Dimensioni</b>	<b>Shifrat</b>	
<b>Numri i firmave</b>	120	Komisioni Evropian (2019)
<b>Madhësia</b>	Mikro (84.5%) E vogël (12.7%) E mesme (2.4%) E madhe (0.4)	MTI (2014)
<b>Punësimi në TIK</b>	13,893 (4% e totalit të të punësuarve)	ASK (2022)
<b>Eksporti/importi i shërbimeve të TIK-ut</b>	98.8 / 48.0 milionë euro	Banka Qendrore e Kosovës (2022)



<b>Eksporti/importi i pajisjeve TI/TIK</b>	9.8 / 114.8 milion euro	ASK (2022)
<b>Kompanitë eksportuese</b>	91%	STIKK (2021)
<b>Portofoli ndërkombëtar</b>	75%	
<b>Tregjet e synuara/ Potenciali i eksportit</b>	Gjermania (46.88%) / (83.87%) SHBA-ja dhe Kanadaja (46.88%) / (64.52%) Zvicra (37.50%) / (58.06%)	
<b>Mënyrat e eksportimit</b>	Eksportet direkte (73.53%) Filial (20.59%) Partner i shpërndarjes (20,59%) Sipërmarrje e përbashkët (14.71%) Zyre përfaqësuese (11,76%)	

Sipas IFME (2020), ka një kontradiktë në lidhje me statistikat e punësimit dhe numrin e kompanive të TIK-ut në Kosovë, kryesisht për shkak të definicionit dhe fushëveprimit të sektorit të TIK-ut. Për shembull, sipas Shoqatës së Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit të Kosovës (STIKK), numri i kompanive të TIK-ut dhe gjithsej të punësuarve në këto kompani janë më të vogla në krahasim me të dhënat e raportuara nga Agjencia e Statistikave të Kosovës dhe regjistri i biznesit të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë (MTI). Këto të fundit përdorin një përkufizim dhe shtrirje më të gjerë të TIK-ut dhe për rrjedhojë raportojnë një numër më të madh firmash dhe punonjësish të TIK-ut në sektorin e TIK-ut. Pavarësisht kontradiktës mes burimeve, MTI (2018) vlerëson se 85.3% e fuqisë punëtore në Kosovë ishin të punësuar në sektorin e shërbimeve në vitin 2018. Në vitin 2020, numri i të punësuarve në sektorin e TIK-ut ishte 13 (ASK, 2022). Bazuar në analizën e statistikave zyrtare kombëtare, IFME (2020) tregon se punësimi në TIK është pothuajse dyfishuar në katër vitet e fundit. Çuditërisht, punësimi i femrave tregon një rritje të madhe në vitin 2019, pas punësimit të meshkujve me vonesë për disa vite. Paga mesatare mujore (bruto) në vitin 2020 në këtë sektor ishte 697 Euro (ASK, 2022).

Sa i përket numrit të firmave të TIK-ut në Kosovë, statistikat zyrtare nga Regjistri i Bizneseve të Kosovës tregojnë se ekzistojnë 220 kompani të regjistruara në këtë sektor, ndër të cilat 120 konsiderohen të jenë aktive (MTI, 2014; IFME, 2020). Në Strategjinë e TI-së, MZHE (2018) gjithashtu raporton se janë rreth 120 kompani të TI-së. Kjo është në përputhje me Programin e Reformës Ekonomike (PRE) 2019-2021, i cili raporton se nga 571 biznese të regjistruara si aktivitet primar TIK, vetëm rreth 120 prej tyre janë biznese që ofrojnë vërtet produkte dhe shërbime të TIK-ut (Komisioni Evropian, 2019).

Shumica e kompanive në industrinë e TIK-ut janë biznese mikro dhe të vogla. Sipas bazës së të dhënave të Administratës Tatimore të Kosovës, 84.5% janë biznese mikro, 12.7% të vogla, 2.4% të mesme dhe 0.4% janë ndërmartje të mëdha (MTI, 2014). Burimet kryesore të financimit të firmës së TIK-ut në Kosovë përbëhen nga lehtësitë e kredisë (bankat komerciale dhe Fondi Kosovar për Garanci të Kredive), investimet e kapitalistëve dhe engjëjve të biznesit, fondet e BB ENIF, COSME dhe HORIZON 2020 (PwC, 2020).

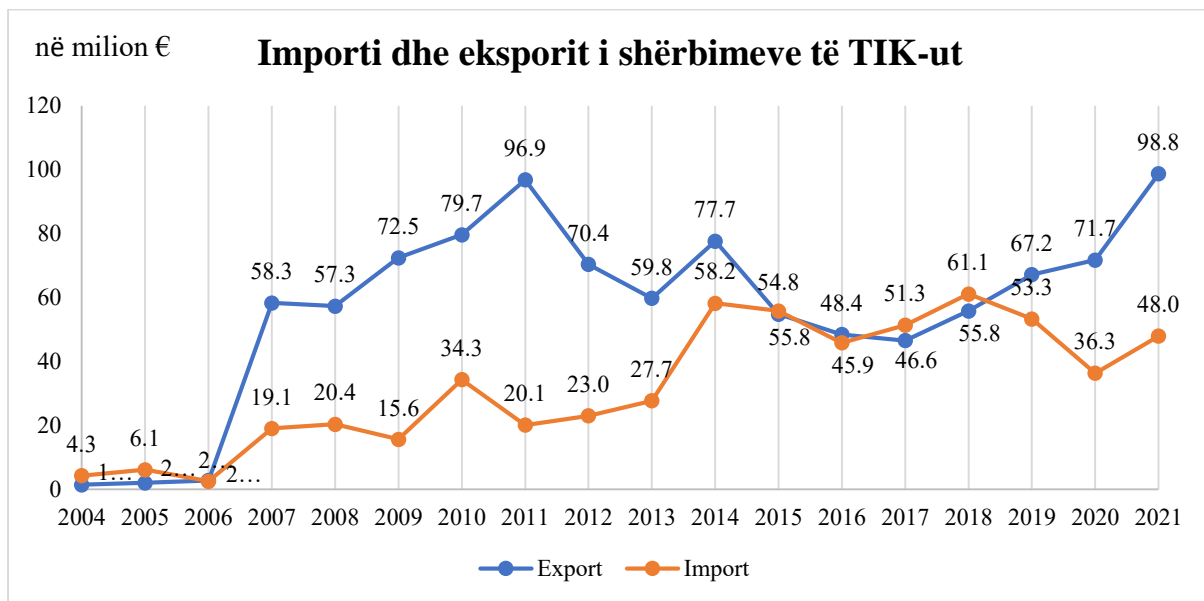
Analiza e STIKK dhe Index Kosova (2013) zbuloi aftësitë teknike dhe menaxheriale më kritike të nevojshme për kompanitë e TI-së në Kosovë. Aftësitë teknike më të nevojshme nga firmat e TIK ishin: CCNP, Java, C++, MySQL, OraclePHP, ASP, Perl, Python, HTML, Linux. Ndërsa, sa i përket aftësive menaxheriale, aftësitë më të nevojshme nga kompanitë e TIK ishin: marketingu, shitjet, menaxhimi i projekteve, menaxhimi i kontratave, analiza e biznesit.

### 2.3 Shifrat e sektorit të TIK-ut në Kosovë të përmbledhura shkurt

Sipas Barometrit të fundit të Industrisë së TI-së në Kosovë (KITIB) (2021), rreth 91% e kompanive të TI-së në Kosovë i eksportojnë shërbimet/produktet e tyre në tregjet ndërkombëtare. Kjo përqindje u rrit për më shumë se një çerek në tre vjet kur 74% e kompanive TIK në Kosovë eksportuan shërbimet dhe produktet e tyre (STIKK, 2018). Më tej, rezultatet e fundit tregojnë se krahasuar me përqindjen e tregut vendor dhe atij ndërkombëtar, mesatarisht 75% e kompanive të TI-së punojnë në tregjet ndërkombëtare, krahasuar me tregun vendor që është mesatarisht 25% e të ardhurave të tyre.

Sipas të dhënave të serive kohore të Bankës Qendrore të Kosovës (2022), eksporti i shërbimeve të TIK-ut në vitin 2021 Kosova arriti një rekord prej 98.8 milionë euro. Ndërsa importi i shërbimeve të TIK-ut në vitin 2021 ishte 48.0 milionë euro. Kjo jep një bilanc tregtar pozitiv prej 50.8 milionë eurosh të shërbimeve të TIK-ut. Rezultatet vijnë nga transaksionet e bilancit të pagesave (BP) dhe përfshijnë eksportin dhe importin e shërbimeve të telekomunikacionit, kompjuterit dhe informacionit.

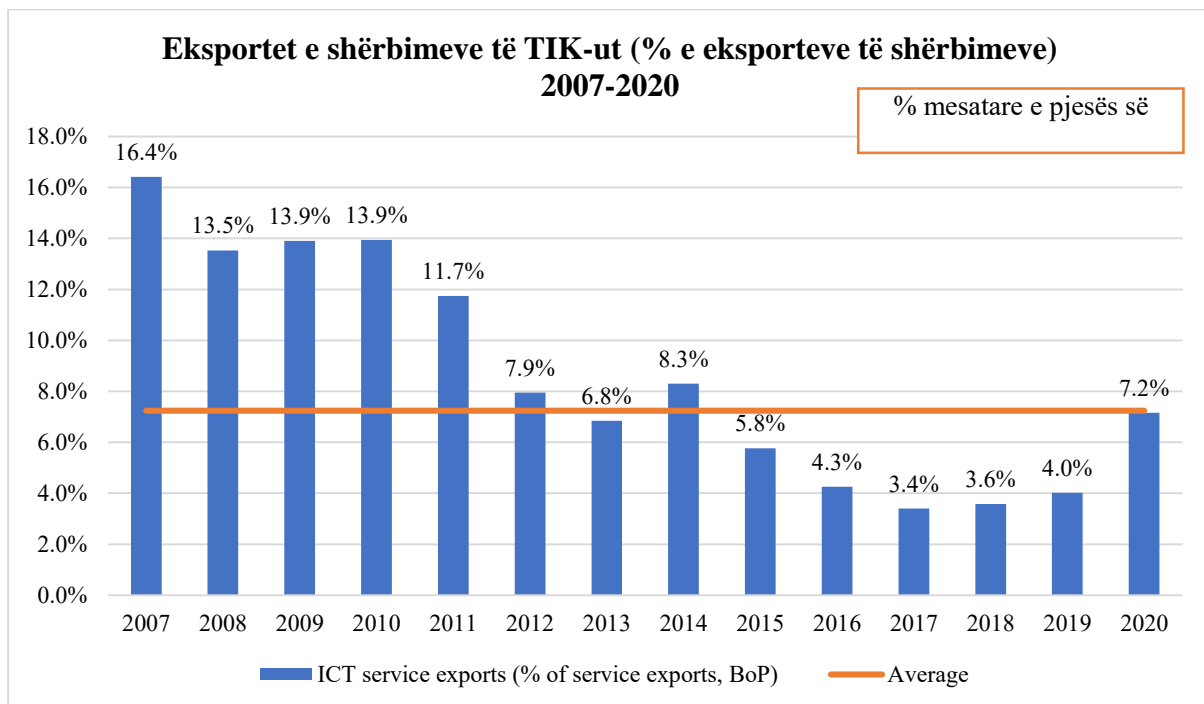
Figura1. Importi dhe eksporti i shërbimeve të TIK-ut



Burimi: Të dhënat e Bankës Qendrore të Kosovës të përpunuara nga autori

Ndërsa, sipas Bankës Botërore (2022), gjatë periudhës 2007-2020 pjesëmarrja e eksportit të shërbimeve të TIK-ut në eksportin total të shërbimeve (BP) në Kosovë varioante ndërmjet 3.4% dhe 16.4%. Përqindja mesatare gjatë kësaj periudhe ishte 7.2%.

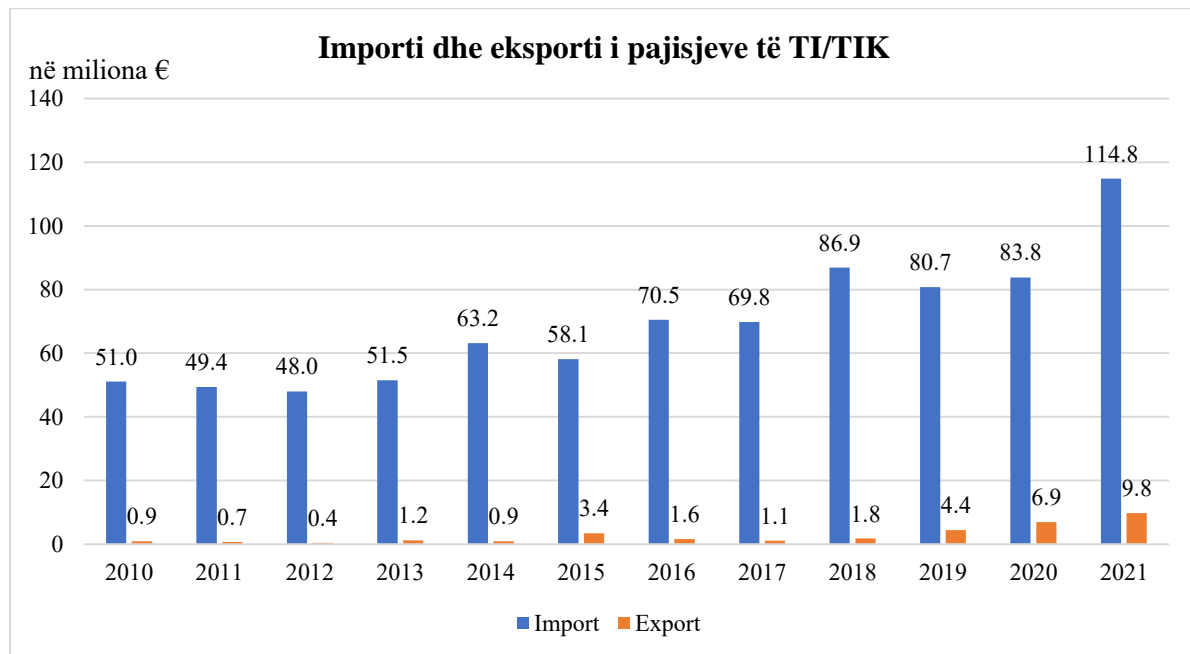
Figura2. Pjesa e eksportit të shërbimeve të TIK-ut ndaj eksportit total të shërbimeve



Burimi: Të dhënat e Bankës Botërore të përpunuara nga autori

Figura më poshtë paraqet sasinë e pajisjeve të importuara dhe eksportuara të TI/TIK në Kosovë nga viti 2010-2021 (në Euro). Bazuar në Klasifikimin Standard Ndërkombëtar të Tregtisë (SITC), kjo shumë përfshinte makinat e zyrës dhe makinat automatike të përpunimit të të dhënave (SITC 75) dhe aparatet dhe pajisjet e telekomunikacionit dhe regjistrimit dhe riprodhimit të zërit (SITC 76). Edhe pse importi dhe eksporti është një trend në rritje, importi është dukshëm më i madh duke dalë në sipërfaqe të bilancit të përgjithshëm negativ tregtar që tashmë ekziston në Kosovë.

Figura 3. Importi dhe eksporti i pajisjeve të TI/TIK



Burimi: Të dhënat e Agjencisë së Statistikave të Kosovës të përpunuara nga autori

Nën-sektorët e lidhur me industrinë e TIK-ut në Kosovë, të cilët mendohet se kanë potencial për eksport dhe mundësi të veçanta të tregut jashtë vendit, janë të fokusuar kryesisht në zhvillimin e softuerit, shërbimet inxhinierike, operacionet e rrjetit dhe sistemit, prokurimi elektronik, BPO, zhvillimi i aplikacioneve për telefon, marketingu digjital (veçanërisht SEO dhe SEA), përmirësimi i post-produksionit (media), telemarketing dhe qendrat mbështetëse (qendrat e thirrjeve), konsultimi i TIK-ut dhe siguria kibernetike ( STIKK, 2014; PwC, 2020). Kompanitë e TI-së në Kosovë zbulojnë aftësi specifike në fushat e zhvillimit të softuerit personal, zhvillimit të ueb-faqes/dizajnit të ueb-it, aplikacioneve për telefon dhe testimit të softuerit (MED, 2018). Konkretisht, kompanitë kosovare të TI-së kanë ndërtuar aftësi në fushat e testimit të softuerit (ISTQB) dhe sigurisë së TI-së (ISO 27000). Ndërsa kur u pyetën për përparësitë e tyre kryesore konkurruese, kompanitë renditin përparësitë në rendin e

mëposhtëm: cilësinë e punës së tyre; njohuritë teknike, njohuritë sektoriale; njohuritë horizontale; njohuritë kulturore; çmimet që ofrojnë; njohja e gjuhëve (STIKK, 2021).

Kompanitë kanë gjetur mënyra të ndryshme për të bërë biznes me kompanitë ndërkombëtare, deri tani mënyra më e popullarizuar është eksporti i drejtpërdrejtë tek klienti jashtë vendit, i ndjekur nga të bërit biznes përmes një filiali/dege në tregun e synuar, partneri i shpërndarjes/partneri lokal, sipërmarrja e përbashkët, dhe zyra përfaqësuese (STIKK, 2021). Në vitin 2019, të ardhurat nga eksporti në tregun e BE-së janë pothuajse tri herë më të larta krahasuar me eksportet në vendet jashtë BE-së (51% në vendet e BE-së dhe 14% në vendet jashtë BE-së) (PwC, 2020). KITIB zbuloi se në vitin 2021 tregjet më të rëndësishme të eksportit për industrinë e TI-së në Kosovë ishin Gjermania (46.88%), e ndjekur nga Amerika e Veriut (SHBA dhe Kanada) me 46.88% dhe Zvicra (37.50%). Sipas kompanive, të gjitha tregjet që realisht eksportojnë kanë potencial shumë më të lartë edhe për eksport. Konkretisht, kompanitë vlerësuan se vendet me potencialin më të lartë të eksportit janë Gjermania (83,87%), SHBA dhe Kanada (64,52%) dhe Zvicra (58,06%).

Pavarësisht nga natyra e sektorit dhe studimet e tij në inovacion dhe zhvillim, tregtia elektronike mbetet një kanal shumë i kufizuar shitjesh për kompanitë kosovare të TIK-ut. (STIKK, 2014). Kjo është kryesisht për shkak të infrastrukturës së kufizuar lokale për e-biznesin, e cila ka rezultuar në uljen e interesit të kompanive vendore për të shfrytëzuar këtë kanal të shitjes. Sipas Komisionit Evropian (2019), çështja kryesore në lidhje me tregtinë elektronike në Kosovë është mungesa e sistemit të pagesave online dhe platformat e mëdha të tregtisë elektronike dhe të pagesave elektronike si Amazon dhe PayPal nuk e kanë Kosovën në listën e tyre të pagesave. Një çështje tjetër që lidhet me mungesën e zhvillimit të tregtisë elektronike vendase mund të jetë mungesa dhe disponueshmëria e të dhënave dhe statistikave të besueshme për t'u mbështetur.

Për sa i përket përdorimit të internetit dhe shërbimeve të tjera elektronike për qëllime biznesi, mund të demonstrohet se bizneset në Kosovë janë përgjithësisht në një fazë të hershme. (Komisioni Evropian, 2019b). Megjithatë, vlen të theksohet se popullata e Kosovës gradualisht po bëhet më e arsimuar në këtë fushë. Sipas analizave të fundit të Agjencisë së Statistikave të Kosovës, qasja në internet në mbarë Kosovën është rritur shumë vitet e fundit, duke e bërë atë një nga vendet me përqindjen më të lartë të qasjes në internet në ekonomitë familjare. Gjegjësisht, në vitin 2021, 96.1% e ekonomive familjeve në Kosovë kishin qasje në internet nga shtëpia. (ASK, 2022). Ndërsa, me mbështetjen e Bankës Botërore, penetrimi i internetit

arrin në 135 për qind në Kosovë, duke tejkaluar vendet kryesore të BE-së (Banka Botërore, 2022). ASK (2020) tregon se në mesin e përdoruesve të internetit, grupmosha kryesore është 35-44 vjeç (19.5%). Shumica e përdoruesve të internetit janë të gjinisë mashkullore me 57.4%, krahasuar me gjininë femërore me 40.2% të përdoruesve. Lista e plotë e treguesve të ndërlidhur me TIK-un në Kosovë gjendet në Shtojcën 1 të këtij dokumenti.

#### 2.4 Peizazhi i TIK-ut në Kosovë

Peizazhi i TIK-ut në Kosovë është i larmishëm dhe mbulon një gamë të gjerë të organizatave publike, private, vendore dhe ndërkombëtare. Së pari, peizazhi përbëhet nga organizatat rregullatore dhe caktuese të politikave që janë duke inkurajuar ose formësuar përmirësimin e TIK-ut në Kosovë si Ministria e Arsimit, Shkencës, Teknologjisë dhe Inovacionit, Ministria e Ekonomisë, Ministria e Administratës Publike, përkatësisht Agjencia për Shoqërinë Informative, dhe Agjencia Kosovare për Investime dhe Përkrahje të Ndërmarrjeve. Së dyti, organizatat që promovojnë, mbështesin dhe zhvillojnë drejtpërdrejt TIK-un duke vepruar si inkubatorë/nxitës si STIKK, ICK, Open Data Kosova, CEED Kosova, UNICEF Innovations Lab, Gjirafa Lab, Innovation Center Jakova dhe Prishtina Hackerspace Së treti, institucionet e arsimit të lartë që ofrojnë arsim, kërkime dhe mbështetje të tjera, si universitetet publike, kolegjet private dhe aktivitete të tjera arsimore si jCoders Academy, Venture UP dhe Kosova Virtual Incubator Fourth, organizata që indirekt mbështesin dhe promovojnë TIK-un, si p.sh. Odat e Tregtisë dhe BONEVET (IFME, 2020; PwC, 2020).

Për sa i përket mjedisit institucional, IFME (2020) pohon se mbështetja e sektorit të TIK-ut nuk është në të gjithë qeverinë pasi ka pasur dyfishim dhe fragmentim të përgjegjësive. Megjithatë, përkundër kësaj kritike, lista e departamenteve dhe programeve të sektorit publik të përfshirë në promovimin e TIK-ut është rritur, por nuk është ende në të gjithë qeverinë. Për shembull, edhe pse është përmendur ngritja e qendrave të kompetencës dhe në strategjinë e TIK-së, nuk ka një plan konkret zbatimi për rrugën e tyre evolucionare drejt qendrave të inovacionit digjital (DIH) (CIVITTA International, 2021). Kjo nga ana tjetër i lë hapësirë keqinterpretimit dhe vështirësisë për qendrat e kompetencës së Kosovës që të vendosen si DIH.

### 3. Pikat e forta dhe aftësitë e sektorit të TIK-ut në Kosovë

Duke u mbështetur në strategjinë e TI-së MED (2018), janë identifikuar pikat e forta, aftësitë, problemet dhe barrierat e mëposhtme. Fillimisht, infrastruktura e TIK-ut në Kosovë është relativisht e mirë dhe konkurruese në nivel rajonal. Lidhja dhe penetrimi i internetit janë mbi mesataren rajonale.

Më pas, Kosova është e përshtatshme në mënyrë ideale si një destinacion afër bregut për shkak të afërsisë së saj gjeografike dhe kulturore, si dhe aftësive gjuhësore. Ekziston një potencial i konsiderueshëm tregu për eksportet e TI-së në Kosovë (softuer dhe shërbime të TI-së) për shkak të rritjes së kërkesës për outsourcing/nearshoring, veçanërisht në Gjermani, Austri dhe Zvicër (DACH), Skandinavi, Holandë, MB dhe SHBA.

Disponueshmëria e aftësive të gjuhës gjermane në shumë kompani të TI-së në Kosovë paraqet një përparësi të rëndësishme konkurruese në lidhje me tregun DACH. Për më tepër, industria e TI-së në Kosovë mund të mbështetet në një diasporë shumë të fortë dhe të mirë organizuar jashtë vendit, veçanërisht në Gjermani, Zvicër, MB dhe SHBA.

Strukturat e pagave dhe kostove në industrinë e TI-së në Kosovë janë konkurruese në shkallë rajonale dhe ndërkombëtare. Profili i përgjithshëm demografik dhe arsimor i të rinjve në Kosovë, në kombinim me interesin në rritje për studimet e TI-së, paraqesin një faktor të rëndësishëm konkurrues për industrinë e TI-së në Kosovë (DKA, 2018).

#### 4. Problemet dhe barrierat në sektorin e TIK-ut në Kosovë

Me gjithë potencialin e madh dhe performancën e mirë të këtij sektori në drejtim të eksporteve, sfidat mbeten ende ekzistuese. Sipas STIKK, pengesa kryesore e deklaruar nga 64,71% e kompanive ishte kërkesa për viza, e ndjekur nga gjetja e partnerit të duhur të biznesit (61,76%), mungesa e stafit të kualifikuar për të kryer aktivitete eksporti (38,24%), informacioni në lidhje me tregun (mungesa e informacionit të përshtatshëm për tregjet e eksportit) me 32,35%, mungesa e mbështetjes nga institucionet qeveritare (skemat e financimit të eksportit, etj.) me 32,35%, mungesa e kontakteve të biznesit në tregjet e synuara (29,41%), dhe mungesa e markës së industrisë vendase të TI jashtë vendit (29,41% ) (STIKK, 2021).

DKA (2018) po ashtu konfirmon se ka mungesë të brendimit dhe pozicionimit të Kosovës si lokacion atraktiv i industrisë së TI-së. Palëve të interesit të industrisë së TI-së në Kosovë u mungojnë njohuritë dhe burimet e nevojshme për promovimin e sektorit të TI-së. Për më tepër, të gjeturat e MED (2018) zbulojnë se Kosova ka një problem imazhi jashtë vendit, gjë që po ndikon negativisht në performancën e eksportit të industrisë së TI-së. Ndryshe nga shumë nga vendet fqinje, Kosova nuk ka as ministri të TI-së dhe as agjenci për promovimin e TI-së. Përveç kësaj, ka mungesë informacioni mbi trendet e tregut të TI-së dhe teknologjisë, veçanërisht në lidhje me tregjet e mundshme të eksportit.

Sistemi i inovacionit dhe R&D i Kosovës është ende në një fazë shumë të hershme të zhvillimit, gjë që mund t'i atribuohet burimeve dhe aftësive të pamjaftueshme të R&D. Kjo përkeqësohet më tej nga qasja e kufizuar në kapital që paraqet një pengesë serioze për rritjen e industrisë së TI-së në Kosovë, pasi që është shumë e vështirë për kompanitë të marrin kredi për shkak të normave të larta të interesit dhe kolateralit. Në krahasim me konkurrentët rajonalë dhe ndërkombëtarë, niveli i maturitetit të proceseve dhe sistemeve të menaxhimit të cilësisë është shumë i ulët. Kjo reflektohet edhe në përqindjen relativisht të ulët të kompanive të TI-së në Kosovë që kanë një certifikim të cilësisë (p.sh. ISO, CMMI, ITMark) (MED, 2018).

Në përgjithësi, ka një nivel të ulët specializimi dhe diferencimi ndërmjet kompanive të TI-së sa i përket teknologjive, industrive të synuara (specializimi vertikal) dhe fushave specifike funksionale (specializimi horizontal). Kompanitë e TI-së në Kosovë shfaqin mungesë të aftësive të specializuara teknike në lidhje me inxhinierinë e softuerit, testimin e softuerit, FOSS, sigurinë e TI-së, metodat e shkathëta, kompjutimin cloud, të dhënat e mëdha dhe analitikën, kompjutimin mobil dhe teknologjitë që lidhen me industrinë 4.0 (softuer i integruar, automatizimi, etj. ).



Një çështje tjetër lidhet me patentën. Për shkak se sektori i TIK-ut drejtohet shumë nga një fuqi punëtore e bazuar në njohuri dhe sistemet softuerike janë të përfshira pothuajse në çdo pjesë të rezultateve të procesit të biznesit, e bëjnë këtë sektor shumë të ndjeshëm në lidhje me të drejtat e pronësisë intelektuale dhe patentimit. (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë, 2014). Rregulloret për mbrojtjen e pronës intelektuale ekzistojnë në Kosovë, megjithatë duhet bërë më shumë në zbatimin e tyre. Një studim i UNDP-së (2012) tregon se problemi me patentimin nuk qëndron vetëm te zbatimi, por edhe te paaftësia e zhvilluesit origjinal për të patentuar softuerin, të cilat kryesisht sillen rreth kostove të larta që lindin dhe burokracive.

Së fundi, ka mungesë të stafit të kualifikuar të TI-së, gjë që ndikon negativisht në konkurrencën e ndërmarrjeve të TI-së në Kosovë. Në nivelin e korporatës, ka mangësi në fushën e aftësive menaxheriale, veçanërisht në menaxhimin e mesëm të kompanive të TI-së. Deficite ekzistojnë veçanërisht në fushat e menaxhimit të burimeve njerëzore, marketingut dhe shitjeve, menaxhimit të eksportit dhe menaxhimit të projekteve. Seksioni vijues ofron një elaborim më të detajuar të lidhjes ndërmjet tregut të punës dhe sistemit arsimor.

#### 4.1 Tregu i punës dhe sistemi arsimor

Një nga pengesat më të mëdha për rritjen e qëndrueshme të sektorit në përgjithësi dhe rritjen e eksportit të shërbimeve në veçanti ka qenë furnizimi me fuqi punëtore të kualifikuar (STIKK, 2014). Anketa e PwC (2020) zbulon se gjendja aktuale e arsimit TIK në Kosovë karakterizohet nga mangësi si në cilësi ashtu edhe në sasi. Ka një shkallë të lartë braktisjeje nga universiteti për shkak të punësimit para diplomimit. Universitetet janë gjithashtu shumë të nënfinancuara dhe kërkojnë investime të konsiderueshme në infrastrukturë dhe personel.

Ekzistojnë 6 universitete në Kosovë që japin lëndë të lidhura me shkencat kompjuterike dhe TI, të cilat prodhojnë rreth 350 të diplomuar në sektorin e TI në vit (PwC, 2020). Përveç kësaj, ekziston një arsim dhe trajnim profesional privat i krijuar nga një kompani e njohur vendase e TI (Cactus), Cactus Education, e cila ofron diploma në administrimin e rrjeteve dhe sistemit, si dhe zhvillimin e aplikacioneve në ueb dhe telefon. Iniciativa të tjera arsimore përfshijnë Jcoders Academy, The Digital School, Open Data Kosovo, të cilat ofrojnë trajnime dhe mentorim në tema të lidhura me TIK-un. Creative Hub është qendra e edukimit joformal dhe e bashkëpunimit për të gjithë ata që duan të ndryshojnë karrierë, të zhvillojnë aftësi të reja dhe të punojnë si profesionistë të pavarur ose të mësojnë gjëra të reja.

Megjithatë, kompanitë e TIK-ut nuk janë të kënaqura me cilësinë e punonjësve që diplomohen nga institucionet e arsimit të lartë në Kosovë, ku shumica e aftësive më kritike të kërkuara në

industri mungojnë (STIKK, 2015). Sistemi arsimor karakterizohet me mangësi të theksuara sa i përket arsimimit të TI-së duke filluar nga arsimi i mesëm deri në arsimin terciar (DKA, 2018). Shumica e disa përpjekjeve për të integruar TIK-un në arsimin parauniversitar ishin të pasuksesshme. Së fundi, 87% e bizneseve janë në pronësi të burrave dhe duhet të ndërmerren iniciativa të duhura për përfshirjen e grave gjithashtu në mënyrë që të krijohet një sektor i TI-së pa paragjykimë gjinore në Kosovë dhe në rajonin e Ballkanit duke rritur numrin e grave në teknologji dhe programim (Shah, 2019).

## 5. Metodologjia

### 5.1 Procedura e mbledhjes së të dhënave

Në përputhje me qëllimin e studimit, metodologjia bazohet në një kombinim të analizave të thelluara të vlerësimit dhe anketimit me kompanitë e TIK-ut. Konkretisht, janë kryer intervista cilësore gjysmë të strukturuar me palët e interesit dhe anketa sasiore me kompanitë e TIK-ut.

Anketa është kryer duke përdorur një platformë online për dizajnimin e anketave Qualtrics, vetëm herë pas here është përdorur stilolapsi dhe letra veçanërisht gjatë intervistave cilësore. Softueri lejon menaxhimin e të dhënave dhe eksportimin e të dhënave në programe të tjera softuerike si Excel ose SPSS, i cili u përdor për përfshirjen e intervistave ballë për ballë dhe analizën e të dhënave.

Mostra për anketën e ndërmarrjeve është kryer në më shumë se 100 kompani në sektorin e TIK-ut. Megjithatë, numri i kompanive që plotësuan pyetësin ishte 72. Mostra është përzgjedhur në mënyrë të rastësishme (random) nga regjistri i bazës së të dhënave që mbahet në Agjencinë e Regjistrimit të Bizneseve (MTI). Disa takime dhe fokus grupe u përdorën me përfaqësuesit e STIIKK-ut për të krijuar skenën për kërkime dhe gjithashtu për të marrë njohuri më cilësore për sektorin e TIK-ut dhe sfidat me të cilat përballen për eksport.

### 5.2 Qasja analitike

Strategjia kërkimore e përdorur në këtë studim është një kombinim i metodave cilësore dhe sasiore. Aspekti cilësor konsiston në hulumtimin në zyrë dhe intervista në grupe të fokusit me kompanitë dhe palët e interesit. Hulumtimi në zyrë përfshinte një rishikim të literaturës, rishikimin e të dhënave dytësore duke përfshirë dokumentet e projektit, vlerësimet dhe studimet e mëparshme. Ne kemi bërë një rishikim të literaturës mbi trendet e sektorit të TIK-ut në Kosovë dhe më gjerë. Rishikimi i të dhënave strategjike dhe zyrtare kombëtare nga Agjencia e Statistikave të Kosovës siguroi të dhëna për të përshkruar sektorin e TIK-ut në Kosovë. Këto studime kritike janë shqyrtuar me kujdes për të informuar qasjen analitike dhe metodologjike të këtij studimi dhe për të siguruar që metodologjia më relevante është përdorur për të hetuar potencialin e sektorit të TIK-ut të Kosovës.

Metodologjia (Analiza e të dhënave për intervista gjysmë të strukturuar) u krye në disa hapa. Hapi i parë ishte mbledhja e të gjitha raporteve në lidhje me sektorin e TIK-ut në Kosovë. Më pas realizuam dhe analizuam intervista cilësore me kompani dhe intervista gjysmë të strukturuar me palët e interesit dhe, brenda kësaj faze, krahasuam dhe kundërshtuam gjetjet e

literaturës. Bazuar në temat e reja të dala nga fokus grupet dhe intervistat gjysmë të strukturuara, ne hartuam pyetësin për analizë sasiore.

## 6. Gjetjet e anketës

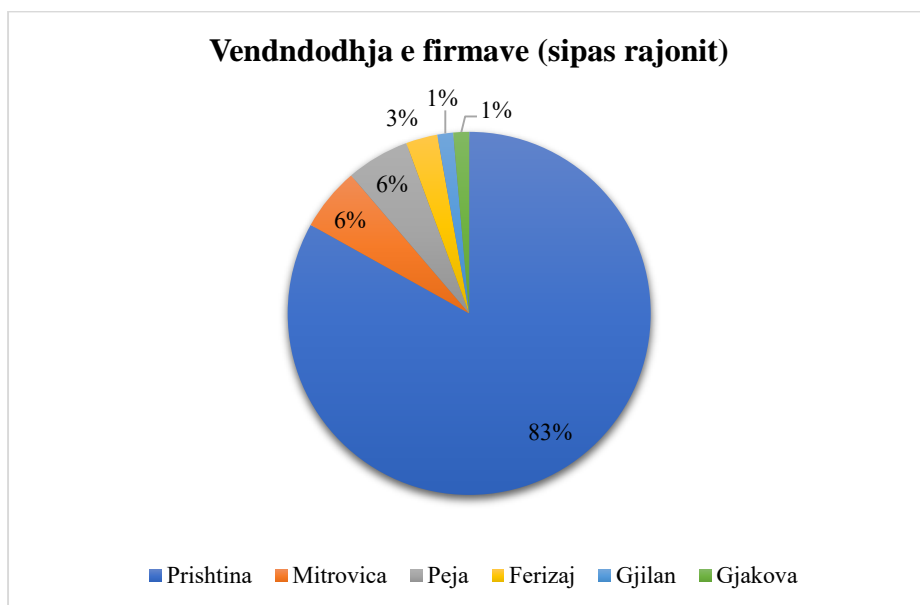
### 6.1 Karakteristikat e mostrës

Tabela 2 raporton statistika përshkruese të mostrës të të gjitha variablave me interes. Shumica e të anketuarve janë meshkuj (81.7%), 25-34 vjeçarë (50.7%) dhe me diplomë universitare (66.2%). Shumica e të anketuarve janë pronarë të kompanive ose menaxherë të përgjithshëm (më shumë se 80%) duke sugjeruar besueshmërinë e lartë të të dhënave pasi këto dy kategori janë më të informuara për kompanitë.

Tabela 2. Statistikat përshkruese të mostrës (N=71)	Shpeshësia	Përqindja
<b>Gjinia</b>		
Femër	13	18.3
Mashkull	58	81.7
<b>Mosha</b>		
18-24 vjeçare	4	5.6
25-34 vjeçare	36	50.7
35-44 vjeçare	25	35.2
45-54 vjeçare	6	8.5
<b>Arsimi</b>		
Shkolla fillore	1	1.4
Shkolla e mesme e përgjithshme	2	2.8
Profesionale e mesme (AFP)	5	7.0
Universiteti	47	66.2
PhD/I/e diplomuar	16	22.5
<b>Pozicioni në organizatë</b>		
Sipërmarrës/pronar	31	43.7
Menaxher (CEO)	32	45.1
Menaxher i burimeve njerëzore	4	5.6
Të tjera	4	5.6
<b>Koha e themelimit të firmës</b>		
Më pak se 5 vite	24	33.8
5-9 vite	24	33.8
10+ vite	23	32.4
<b>Madhësia (numri i punonjësve)</b>		
Ndërmarrje mikro	34	47.9
Ndërmarrje e vogël	32	45.1
Ndërmarrje e mesme	5	7.0
<b>Rajoni</b>		
Prishtinë	59	83.1
Mitrovicë	4	5.6
Pejë	4	5.6
Ferizaj	2	2.8
Gjilan	1	1.4
Gjakovë	1	1.4

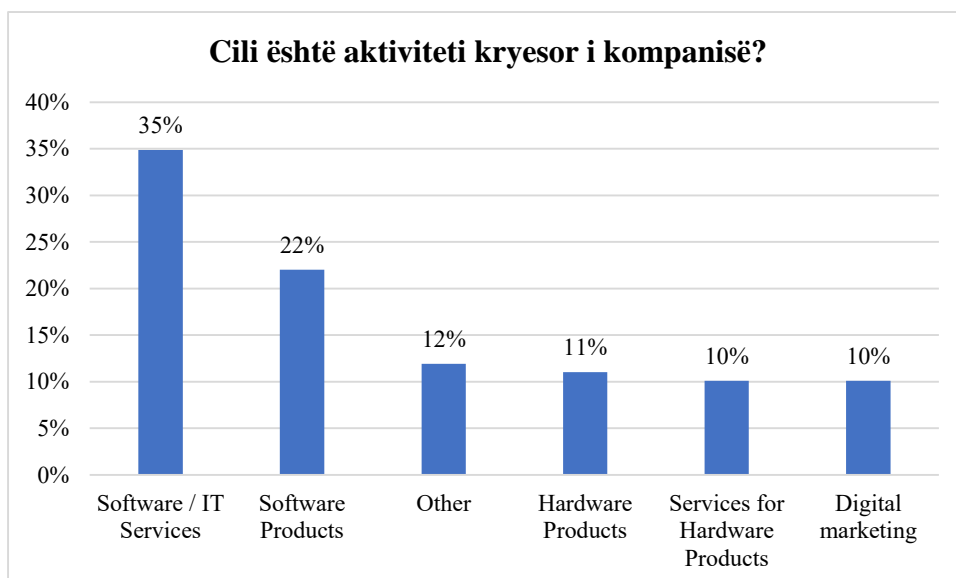
Shumica e kompanive janë ndërmarrje mikro dhe të vogla (93.0%) nga rajoni i Prishtinës (83.1%) të cilat kanë operuar prej 1 deri në 9 vite (67.6%).

Figura 4. Vendndodhja e firmave pjesëmarrëse (sipas rajonit)



Për të pasur një pasqyrë të ofertave të kompanive, ne pyetëm të anketuarit për produktet/shërbimet që ato ofrojnë. Shërbimet softuerike/TI janë aktiviteti më i zakonshëm i ofruar nga 35% e kompanive të TI-së, të ndjekura nga produktet softuerike (22%), të tjerat (12%), produktet harduerike (11%), shërbimet për produkte harduerike (10%), dhe shërbimet e marketingut digjital (10%).

Figura 5. Veprimtaria kryesore e kompanive



## 6.2 Gjendja e tanishme

Rezultatet tregojnë se numri total i të punësuarve në vitin 2019 ishte 767 dhe ka pasur një normë të konsiderueshme rritjeje vjetore në vitin 2022 me 90% ose 1,457 punonjës në total.

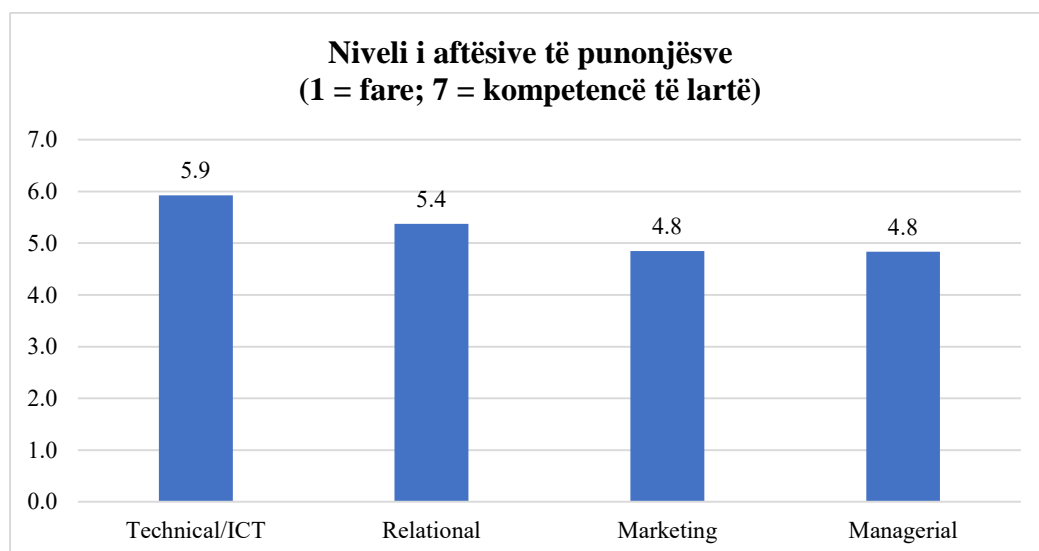
Ndërsa numri i pritshëm i të punësuarve në pesë vjet pritet të rritet përafërsisht me 167%, ose 3,888 punëtorë të punësuar në sektorin e TIK-ut. Këto të dhëna tregojnë potencialin e sektorit për t'u rritur me kalimin e viteve dhe sugjerojnë mundësinë e rritjes së punësimit dhe eksportit në të ardhmen. Tabela 3 jep detajet e plotë.

Tabela 3. Numri total i të punësuarve në kampion ndër vite

	2019	2022	Numri i pritshëm i punonjësve në 5 vitet e ardhshme	Rritja e punësimit 2019-2022 (në %)	Rritja e pritshme e punësimit në 3 vitet e ardhshme (në %)
<b>Numri total i punonjësve</b>	767	1457	3888	90%	167%

Punonjësit e TIK-ut kanë aftësi më të larta teknike/TIK (5.9) dhe krahasueshëm më të ulëta në marketing (4.8) dhe aftësi menaxheriale (4.8) (1 = fare, 7 = kompetencë të lartë). Kjo është në përputhje me pritshmëritë duke pasur parasysh se shumica e punonjësve të TIK-ut kanë një përvojë në shkencat natyrore dhe nuk kanë përgatitje nga perspektiva e menaxhimit të biznesit. Futja e kurseve të menaxhimit të biznesit në diploma universitare mund të konsiderohet si një opsion, ose programe trajnimi të ofruara nga iniciativat qeveritare dhe të shoqatave të biznesit.

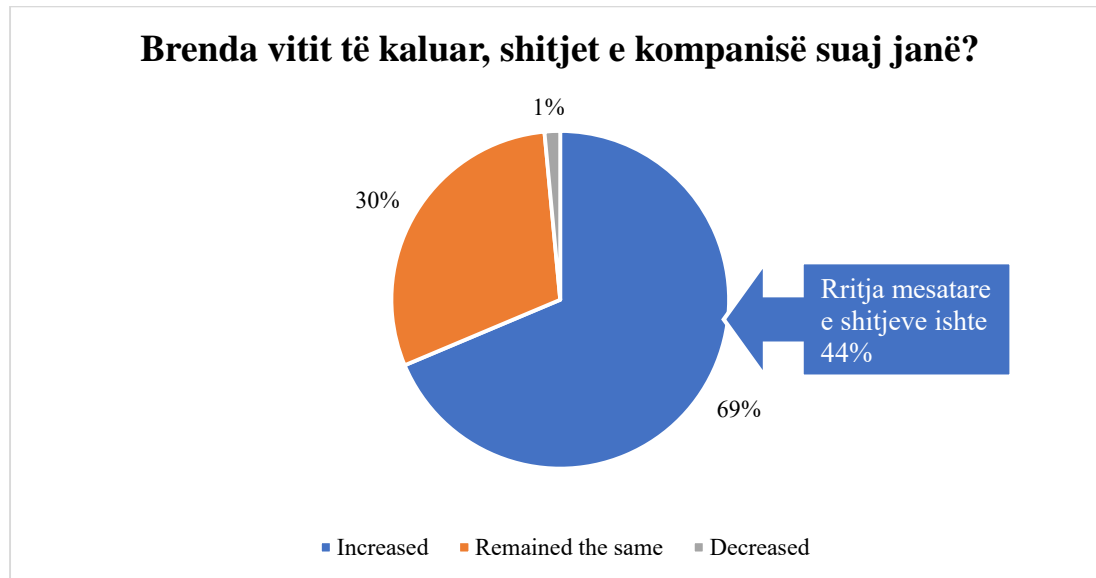
Figura 6. Niveli i aftësive të punonjësve



Më shumë se gjysma e të anketuarve (69%) kanë treguar se shitjet e tyre janë rritur gjatë vitit të kaluar. Ndërsa 30% dhe 1% deklaruan respektivisht pa ndryshime në nivelin e shitjeve ose rënies. Rritja mesatare e shitjeve u raportua në 44%. Kjo rritje e konsiderueshme mund t'i

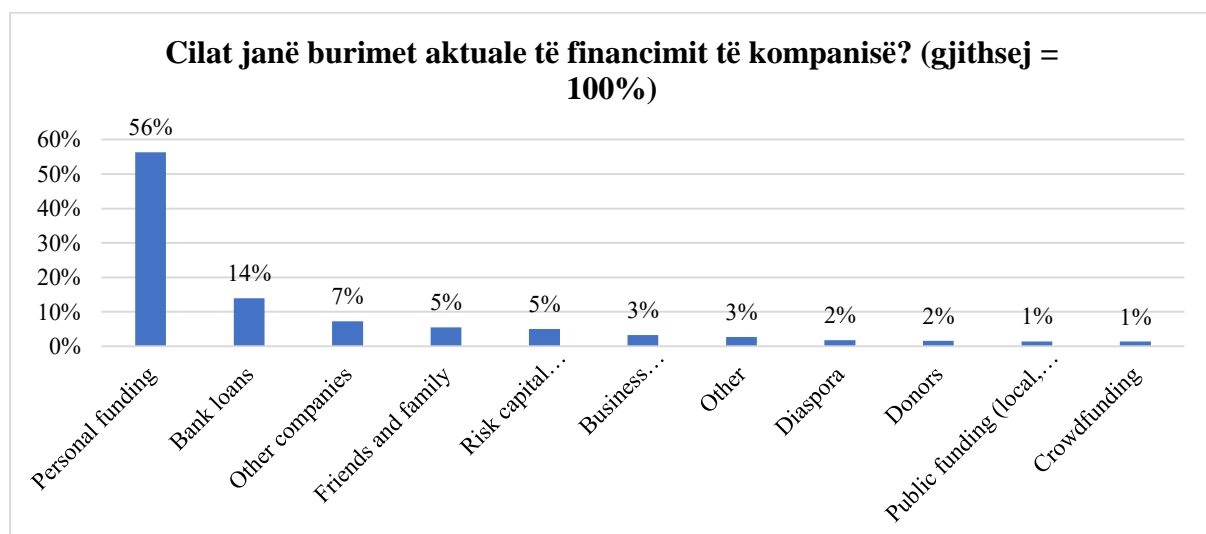
atribuohet rritjes së kërkesës për shërbime TIK-ut në tregun vendor dhe atë ndërkombëtar të shkaktuar nga pandemia Covid-19.

Figura 7. Variacioni i shitjeve brenda vitit të fundit dhe përqindja e rritjes



Financimi personal është burimi kryesor i financimit, i cili përbën rreth 56% të totalit të burimeve të financimit. Duke qenë se shumica e mostrave përbëhet nga ndërmarrje mikro dhe të vogla, këto kategori mbështeten kryesisht në financimin personal të themeluesve. Burimet e tjera të financimit përfaqësojnë një pjesë më të ulët dhe përdoren kryesisht pasi kompanitë duan të rriten.

Figura 8. Burimet e financimit

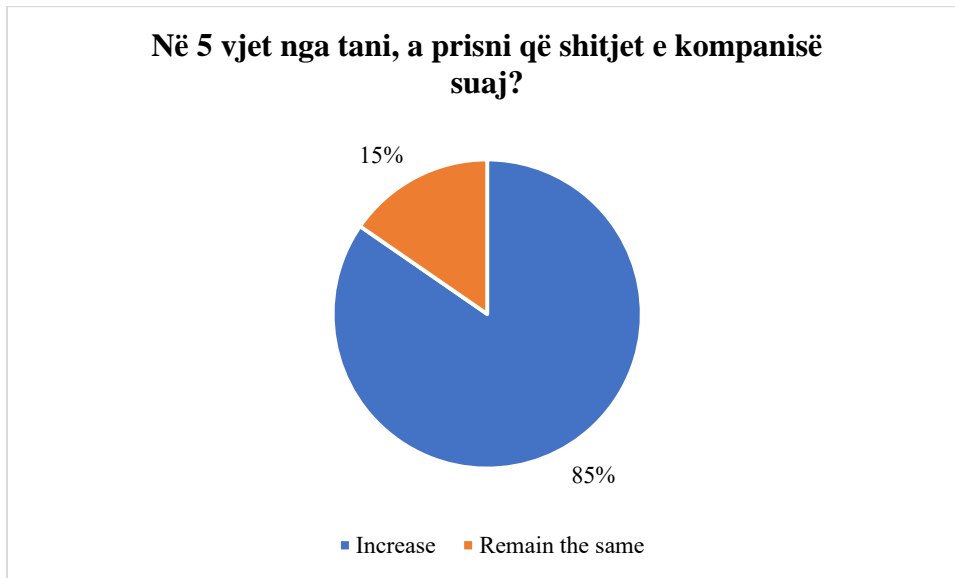




### 6.3 Trendet e mundshme dhe të ardhshme të sektorit të TIK-ut

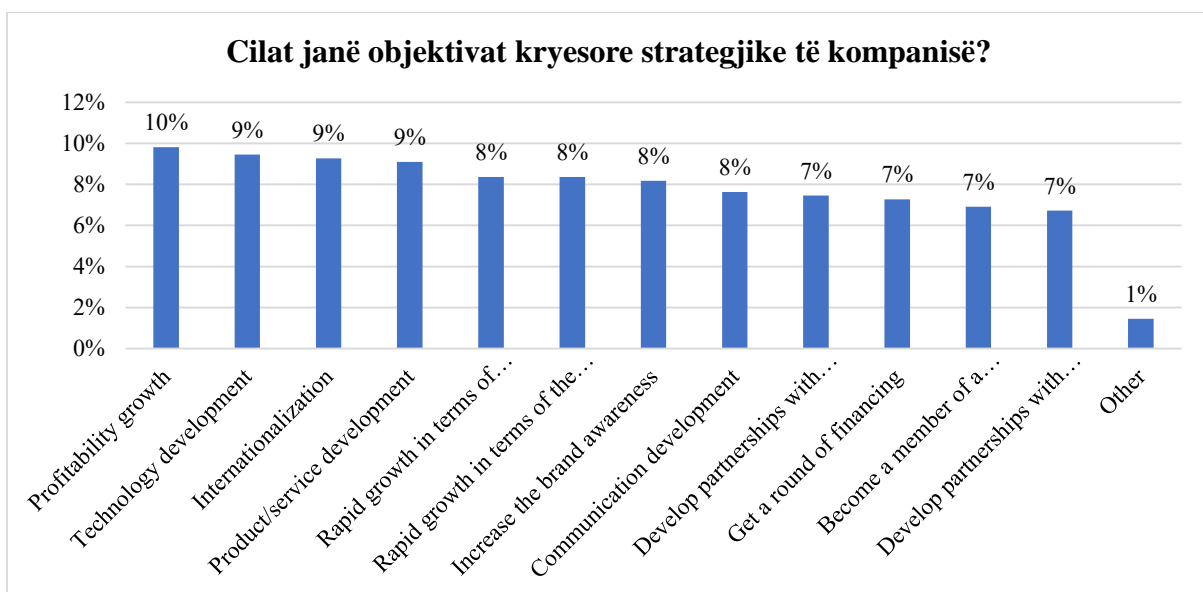
Gjithashtu, shumica dërrmuese e kompanive (85%) janë optimiste për të ardhmen. Ato presin që në pesë vjet nga tani, shitjet e tyre të rriten. Pritshmëria pozitive për të ardhmen bazohet në thelb në rritjen e vazhdueshme të shitjeve në vitet e fundit në rritjen e numrit të punonjësve.

Figura 9. Pritjet në lidhje me shitjet në të ardhmen



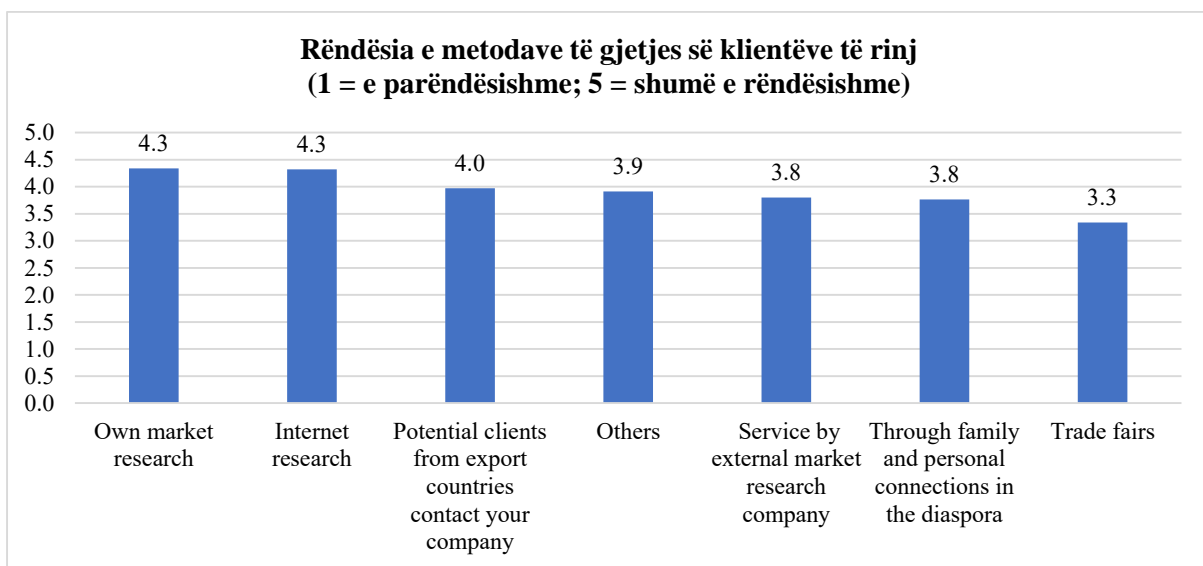
Sa i përket objektivave strategjike të firmave kosovare të TIK-ut, objektivi më i zakonshëm është rritja e profitabilitetit (10%), e ndjekur nga zhvillimi i teknologjisë (9%), ndërkombëtarizimi (9%) dhe zhvillimi i produktit/shërbimit (9%).

Figura10. Objektivat strategjike të kompanisë



Blerjet e klientëve ndodhin përmes formave të ndryshme, megjithatë, dominojnë hulumtimet e tregut (4.3) dhe kërkimi në internet (4.3). Këto gjetje theksojnë se pjesa më e madhe e portofolit varet shumë nga përpjekjet individuale, kryesisht që rrjedhin nga themeluesit të cilët mbështeten në njohuritë dhe përvojën e tyre në tërheqjen e klientëve të rinj. Duke pasur parasysh që punonjësve të TIK-ut u mungojnë aftësitë e marketingut dhe menaxheriale (siç u përmend më parë), ata duhet të shqyrtojnë ndjekjen e trajnimeve shtesë edukative në këto tema pasi ata janë kryesisht individët e vetëm të mundshëm për të sjellë klientë të rinj.

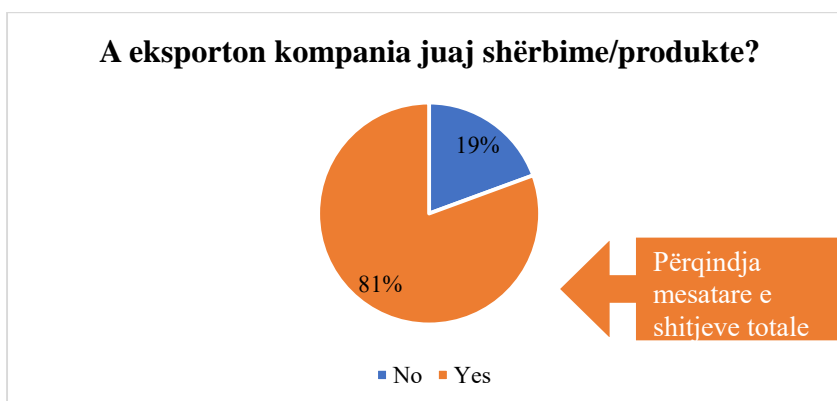
Figura 11. Rëndësia e metodave të gjetjes së klientëve të rinj



#### 6.4 Firmat Kosovare të TIK-ut dhe eksporti

Rezultatet e anketës tregojnë se një pjesë e madhe e kompanive të TIK-ut në Kosovë, përkatësisht 81%, eksportojnë shërbime/produkte. Gjetjet tregojnë se për ato kompani që eksportojnë, mesatarisht pothuajse gjysma (60%) e shitjeve totale gjenerohet nga eksporti.

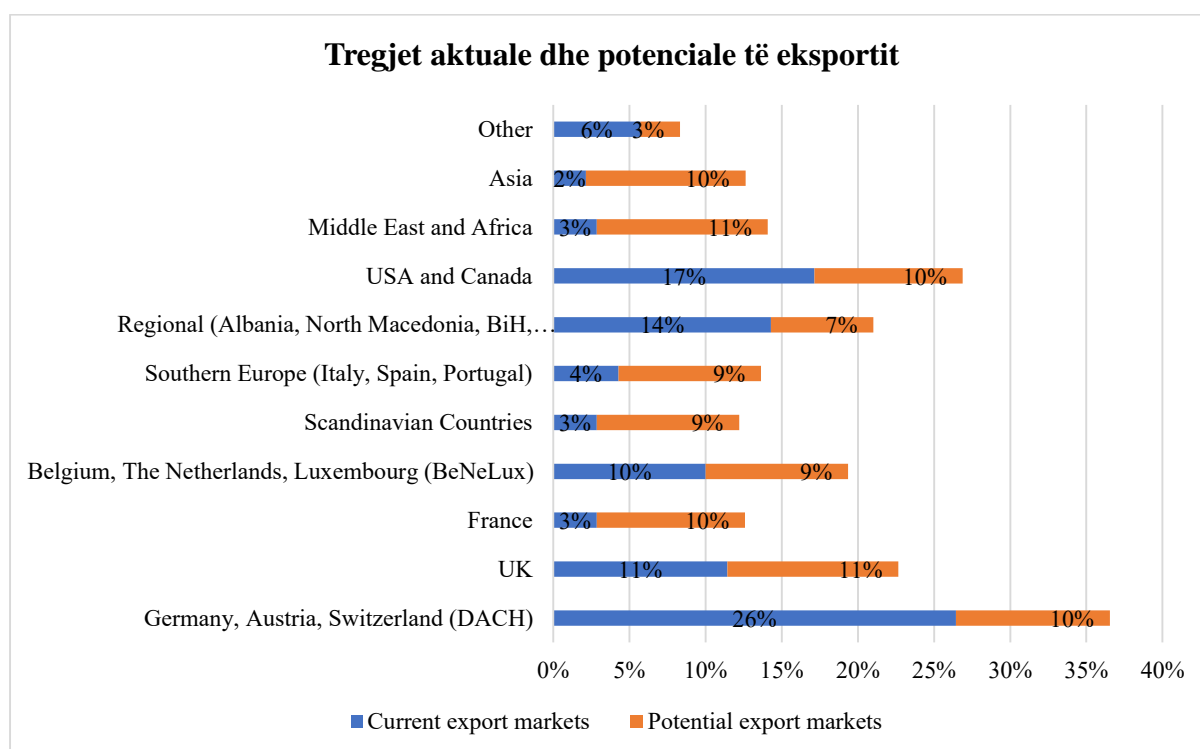
Figura 12. Përqindja e kompanive eksportuese



Përveç kësaj, ne i kërkuam të anketuarve të tregojnë tregun aktual të eksportit dhe të vlerësojnë potencialin e eksportit për vende të ndryshme në botë. Grafiku i mëposhtëm tregon përqindjen e tregut aktual të eksportit kundrejt potencialit të tregjeve të njëjta për eksport.

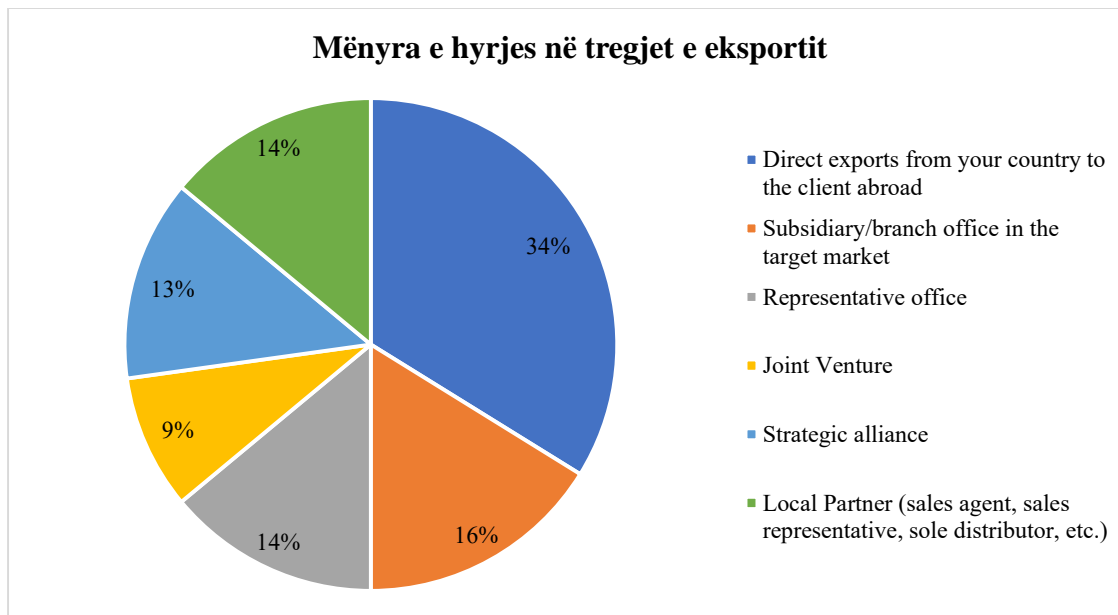
Vendet ku firmat kosovare të TIK-ut eksportojnë më së shumti aktualisht janë Gjermania, Austria dhe Zvicra (vendet DACH; 26%), të ndjekura nga SHBA-ja dhe Kanadaja (17%), vendet e rajonit ose Shqipëria, Maqedonia e Veriut, BeH, Mali i Zi dhe Serbia (14%) , Mbretëria e Bashkuar (11%) dhe Belgjika, Holanda, Luksemburgu (vendet e Beneluksit; 10%). Ndërsa, sa i përket potencialit të tregut, kompanitë vlerësuan se vendet me potencialin më të lartë të eksportit janë Britania e Madhe (11%), Lindja e Mesme dhe Afrika (11%), DACH (10%), SHBA-ja dhe Kanadaja (10%), Franca (10%). %, Azia (10%), vendet e Beneluksit (9%), Evropa Jugore ose Italia, Spanja, Portugalia (9%) dhe vendet skandinave (9%).

Figura 13. Tregjet aktuale dhe potenciale të eksportit



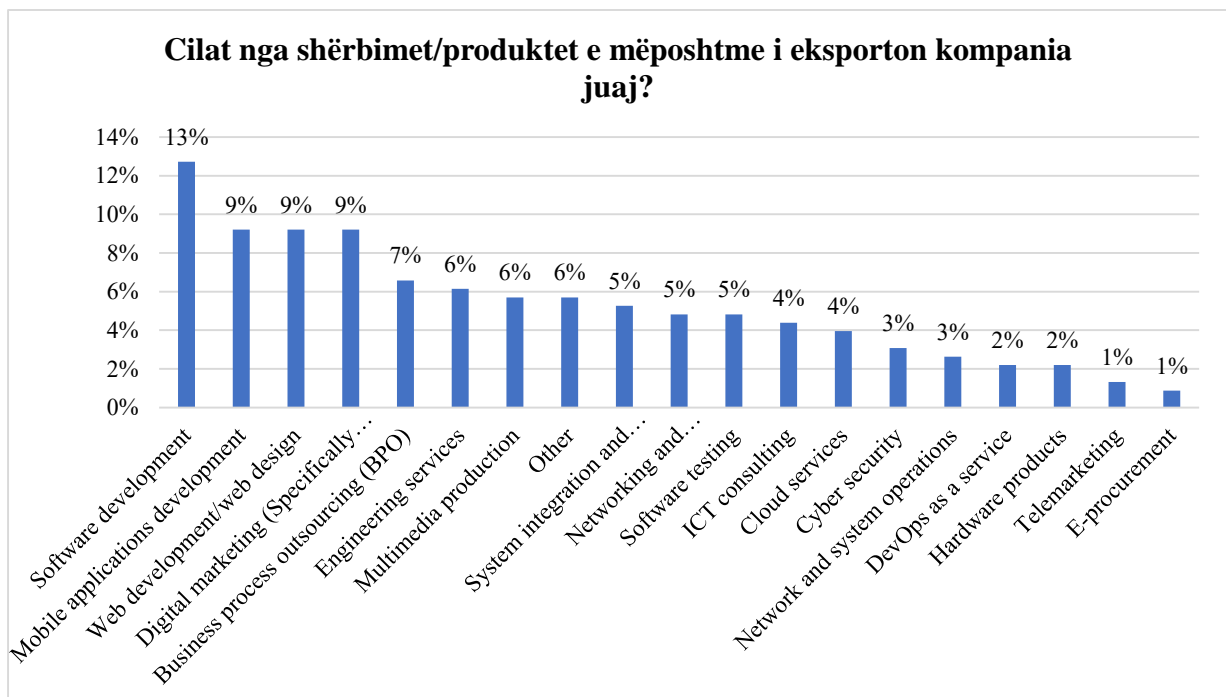
Mënyra dominuese e hyrjes në tregun e eksportit është eksporti i drejtpërdrejtë (34%), i ndjekur nga filiali/zyra e degës në tregun e synuar (16%), zyra përfaqësuese (14%), partneri lokal (14%), aleanca strategjike (13%), dhe sipërmarrja e përbashkët (9%). Qasja e eksportit të drejtpërdrejtë dominon kryesisht për shkak se marrëdhëniet me partnerët ndërkombëtarë zakonisht bazohen në rrjetin personal dhe njohjet, prandaj, një eksport i drejtpërdrejtë përshatet më mirë.

Figura 14. Mënyra e hyrjes në tregun e eksportit



Për të pasur një të kuptuar më të plotë rreth eksportit, kompanitë u pyetën se cilat janë shërbimet/produktet që eksportojnë. Rezultatet tregojnë se zhvillimi i softuerit është shërbimi më i eksportuar (13%), i pasuar nga zhvillimi i aplikacioneve mobile (9%), zhvillimi i uebit/dizajnimi i uebit (9%) dhe marketingu digjital (veçanërisht SEO dhe SEA) (9%).

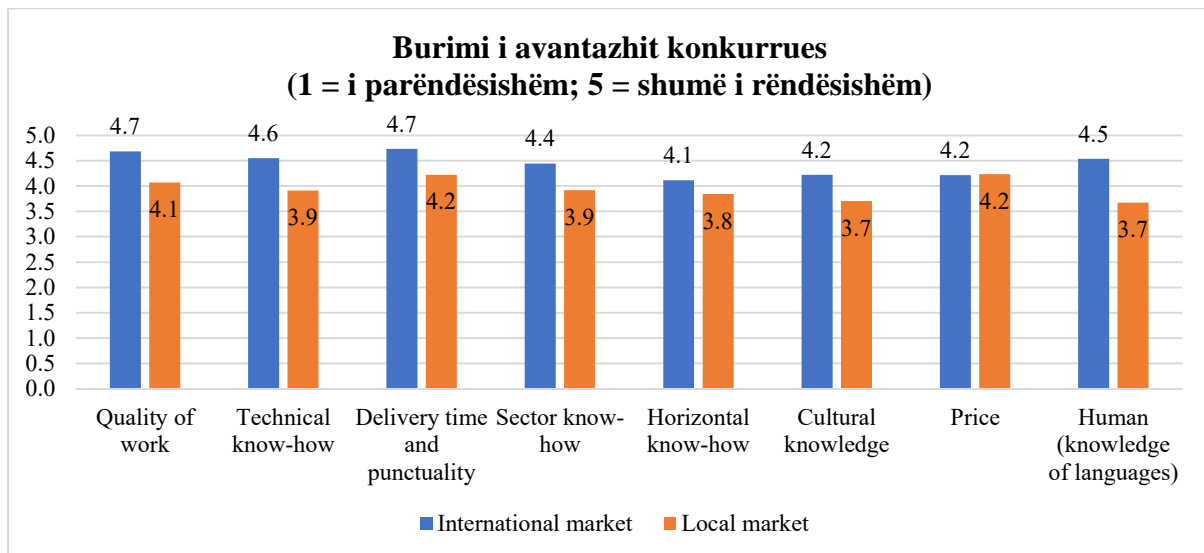
Figura 15. Lloji i produkteve/shërbimeve të eksportuara



Sipas rezultateve, aspektet kyçe drejt ndërtimit të një avantazhi konkurrues në tregun ndërkombëtar janë cilësia e punës (4.7) dhe koha e dorëzimit dhe përpikëria (4.7) ( $I = e$

parëndësishme; 5 = shumë e rëndësishme). Ndërsa, në tregun vendas, çmimi (4.2) dhe koha e dorëzimit dhe përpikëria (4.2) janë aspektet më të rëndësishme.

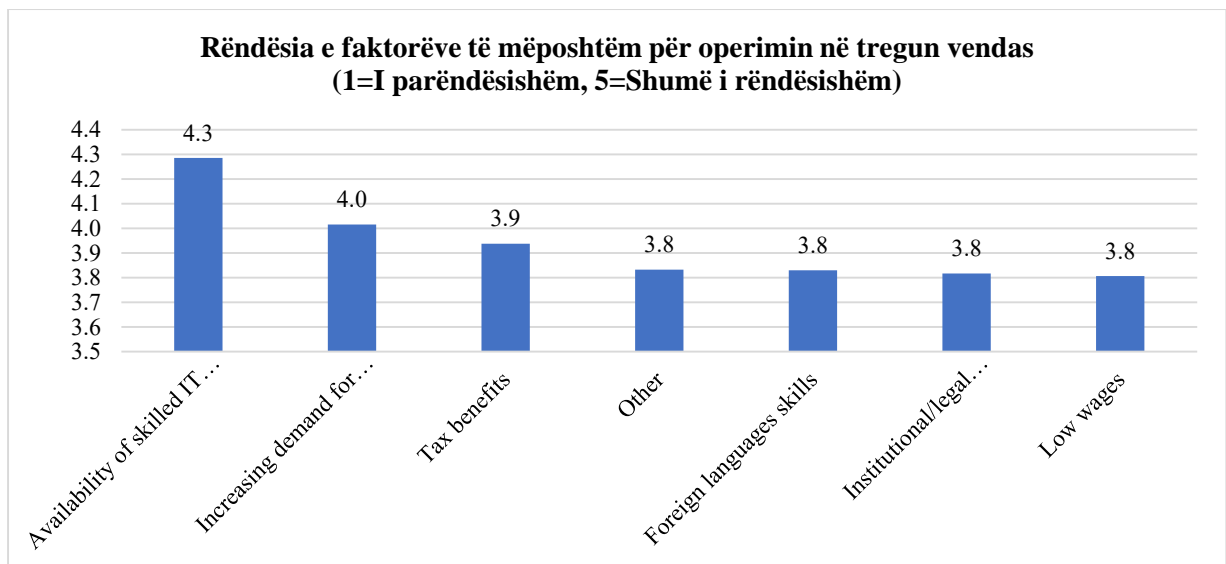
Figura 16. Burimi i avantazhit konkurrues



Edhe pse shumica e kompanive kosovare të TIK-ut i eksportojnë produktet/shërbimet e tyre, megjithatë ato janë ende të vendosura dhe disi të lidhura në Kosovë. Prandaj, ne i pyetëm të anketuarit se cilat janë arsye të qarta që ata ende operojnë në Kosovë.

Rezultatet tregojnë se arsyeja kryesore është disponueshmëria e profesionistëve të kualifikuar të TI-së dhe jo të lidhur me TI-në (4.3). Më pas, rritja e kërkesës së brendshme për TIK (4.0) dhe përfitimet tatimore (3.9) përfaqësojnë dy arsye të tjera të forta pse ata ende operojnë në tregun vendas. Me fjalë të tjera, kërkesa e brendshme është në rritje, prandaj profesionistët e TI-së dhe ata jo të TI-së janë të përshtatshëm për t'iu përgjigjur një kërkesë të tillë në zhvillim, gjë që shpjegon pse të parët përfaqësojnë arsyen kryesore pse ata ende operojnë në Kosovë.

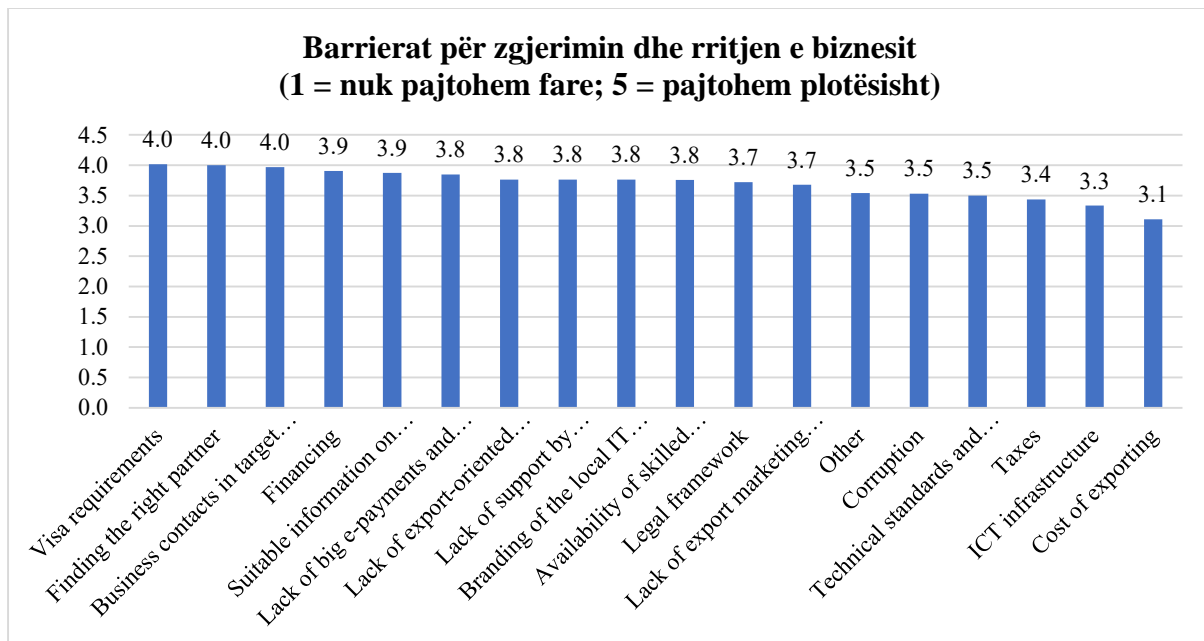
Figura 17. Rëndësia e tregut vendas



### 6.5 Nevojat dhe barrierat: rezultatet e anketës

Kemi kërkuar nga të anketuarit pjesëmarrës t'i shprehin pengesat apo barrierat kryesore që pengojnë rritjen dhe zgjerimin e biznesit të tyre jashtë vendit. Grafiku i mëposhtëm paraqet barrierat kryesore me të cilat përballet sektori i TIK-ut në rendin e mëposhtëm: kërkesat për vizë (4.0), gjetja e partnerit të duhur (4.0), kontaktet e biznesit në tregun e synuar (4.0), financimi (3.9) dhe informacioni i përshtatshëm në vendet e synuara (3.9) (1 = nuk pajtohem fare, 5 = pajtohem plotësisht). Mund të arrihet në përfundim se për shkak të kërkesave për viza, ndërtimi i rrjetit dhe tërheqja e klientëve është e kufizuar. Kjo nga ana tjetër përkthehet si vështirësi për të pasur informacion të plotë për tregjet e synuara dhe gjetjen e partnerit të duhur. Sipërmarrësit e TIK-ut duhet të kenë procedura më të relaksuara për aplikimin për viza në mënyrë që të rrisin potencialin e eksportit. Gjithashtu, qeveria dhe shoqatat e biznesit duhet të punojnë së bashku për të ndihmuar në ndërtimin e një inteligjence biznesi me njohuri dhe informata rreth tregut aktual dhe të mundshëm të eksportit në mënyrë që të lehtësojnë vendimmarrjen e tyre.

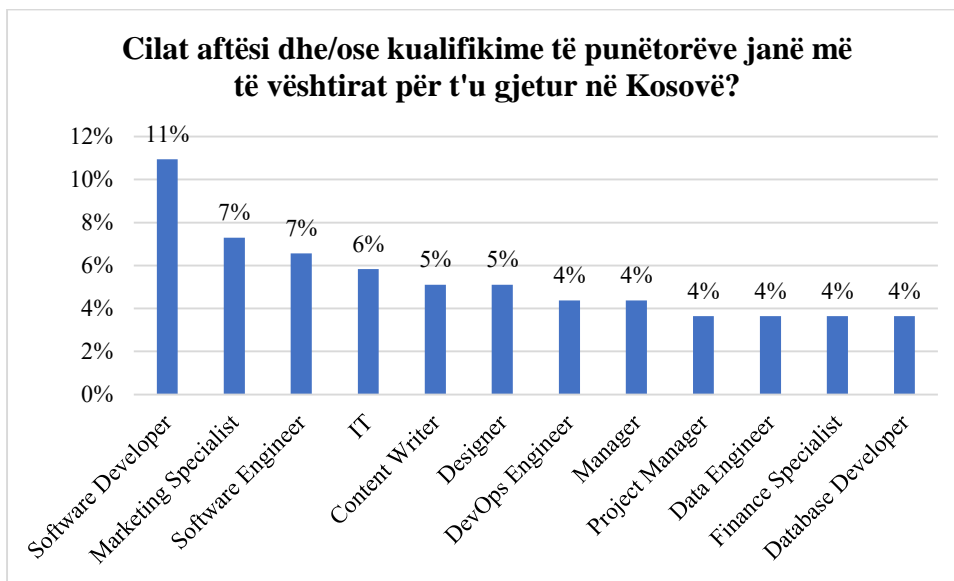
Figura 18. Barrierat për zgjerimin dhe rritjen e biznesit



Ne pyetëm firmat e TIK-ut se çfarë lloj kualifikimesh apo profilesh të punëtorëve janë më të vështirata për t'u gjetur në Kosovë. Bazuar në rezultatet e anketës, zhvilluesi i softuerit (11%), specialisti i marketingut (7%), inxhinieri i softuerit (7%), zyrtari i TI-së (6%), shkruesi i përmbajtjes (5%) dhe dizajnerët (5%) janë profilet e punës që kompanitë luftojnë më së shumti për t'i gjetur.

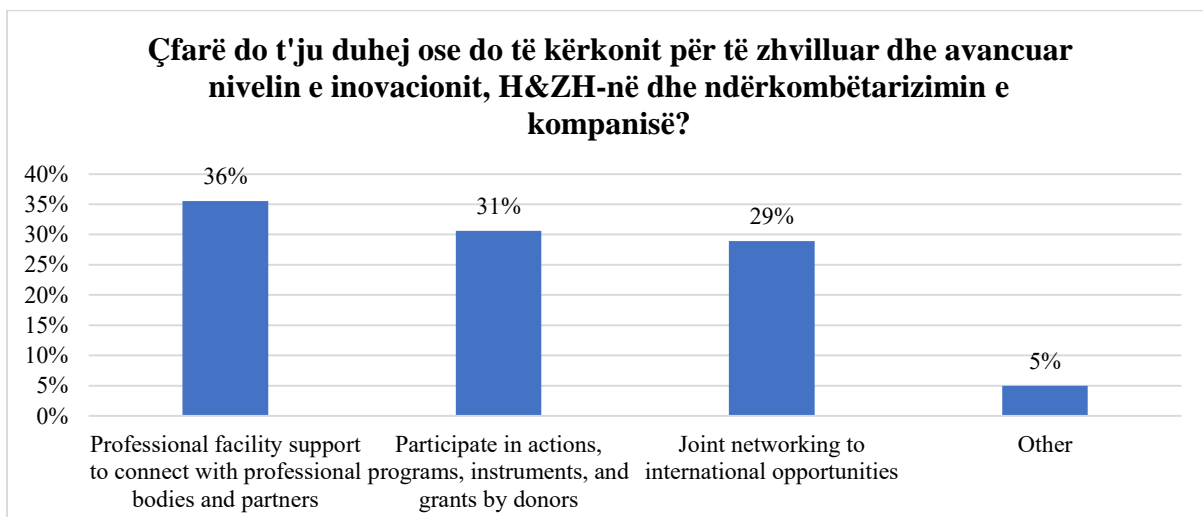
Hulumtimet e mëparshme për një kohë të gjatë kanë pranuar mungesën e fuqisë punëtore të kualifikuar të TIK-ut. Megjithatë, gjetjet aktuale tregojnë se punëtorët e kualifikuar të menaxhimit të biznesit janë gjithashtu të paktë, veçanërisht specialistët e marketingut. Në parim, në tregun e punës ka shumë të diplomuar për marketing, por duket se kualifikimet e tyre nuk përputhen me kërkesat e punës që shtron sektori i TIK-ut. Prandaj, institucionet e arsimit të lartë duhet të përfshijnë në kurrikulat e tyre tema si marketingu digjital, shkrimi i përmbajtjes, Google Advertising, Google Analytics. Përndryshe, komuniteti i biznesit të TIK-ut mund të shqyrtojë opsionin e organizimit të ofrimit të programeve joformale të arsimit dhe trajnimit me qëllim përmirësimin e aftësive të punëtorëve në këto fusha.

Figura 19. Kualifikimet e punëtorëve që janë vështirë për t'u gjetur në Kosovë



Firmat e TIK-ut në Kosovë e konsiderojnë mbështetjen lehtësuese profesionale për t'u lidhur me organet profesionale dhe partnerët (36%) si nevojën apo kërkesën kryesore me qëllim të zhvillimit dhe avancimit të nivelit të inovacionit, H&ZH-së dhe ndërkombëtarizimit të kompanisë. Që do të thotë, ekziston një nevojë urgjente për të ndërhyrë duke organizuar një ngjarje të rrjetëzimit profesional që përmirësojnë bashkëpunimin ndërmjet palëve.

Figura 20. Nevojat për të zhvilluar dhe avancuar nivelin e inovacionit, H&ZH-në dhe ndërkombëtarizimit të kompanisë

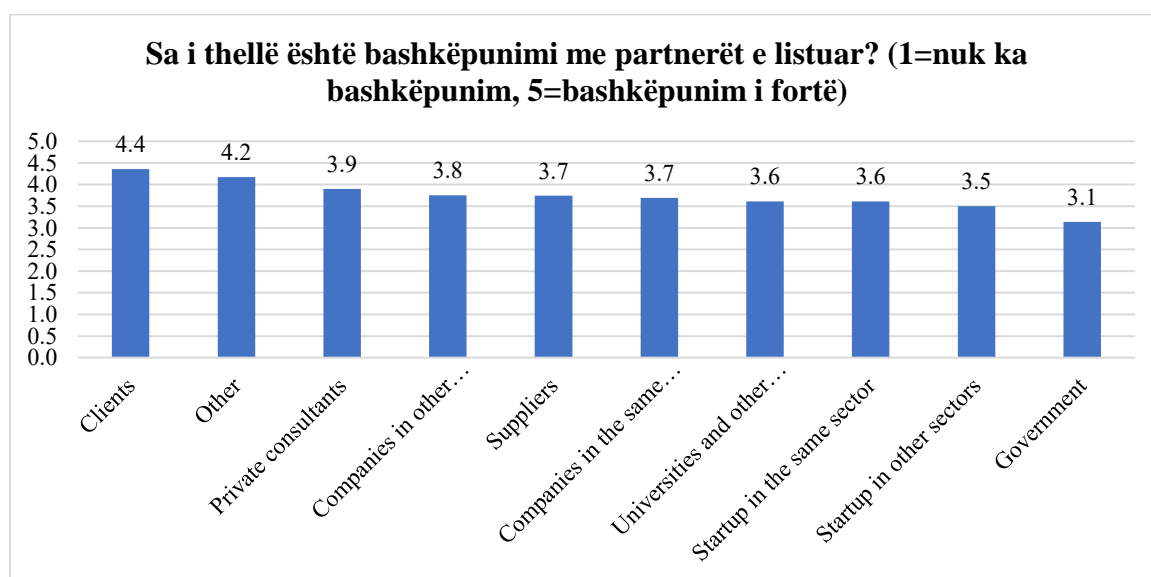




## 6.6 Bashkëpunimi, inovacioni dhe digjitalizimi, si dhe ndikimi i Covid-19

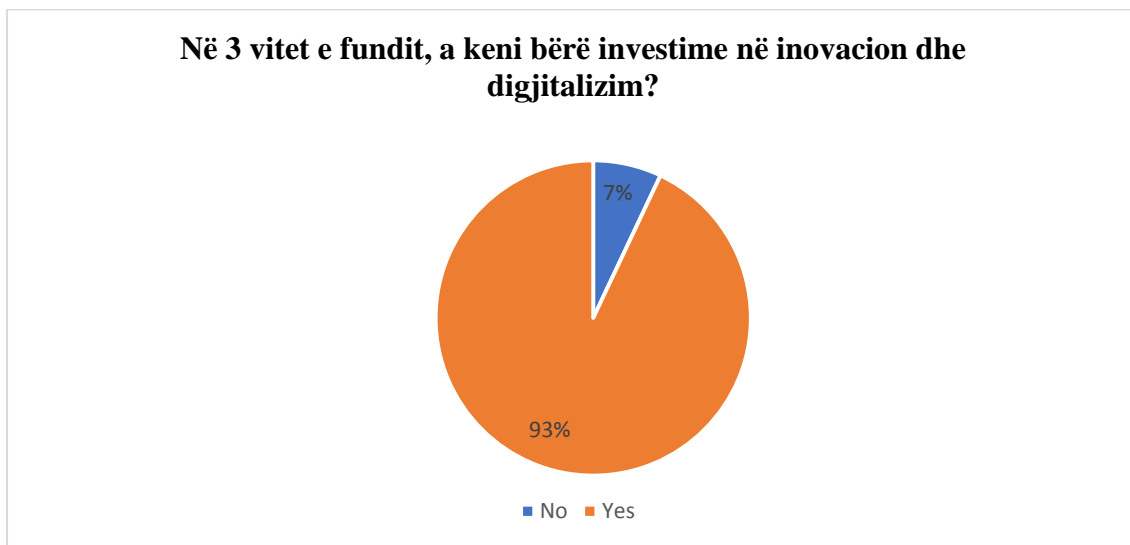
Bashkëpunimi më i thellë i kompanive të TIK-ut ekziston me klientët (4.4). Kjo është e kuptueshme duke marrë parasysh aktivitetet që kryejnë kompanitë e TIK-ut. Që do të thotë, zhvillimi i softuerit dhe shërbimet e ndërlydhura të teknologjisë digjitale mbështeten shumë në metodologjitë agjile të menaxhimit të projektit, p.sh., Scrum, ku kontributi nga klientët është thelbësor. Më pas, ekziston një bashkëpunim i thellë me konsulentët privatë (3.9) dhe firmat në sektorë të tjerë (3.8). Kjo nënkupton që sektori i TIK-ut po bashkëpunon me sektorë të tjerë dhe është thelbësore të shtyhet përpara ky bashkëpunim në mënyrë që të nxitet rritja ndërsektoriale. Bashkëpunimi me qeverinë (3.1) ka pikën më të ulët.

Figura 21. Bashkëpunimi në rrjetëzim



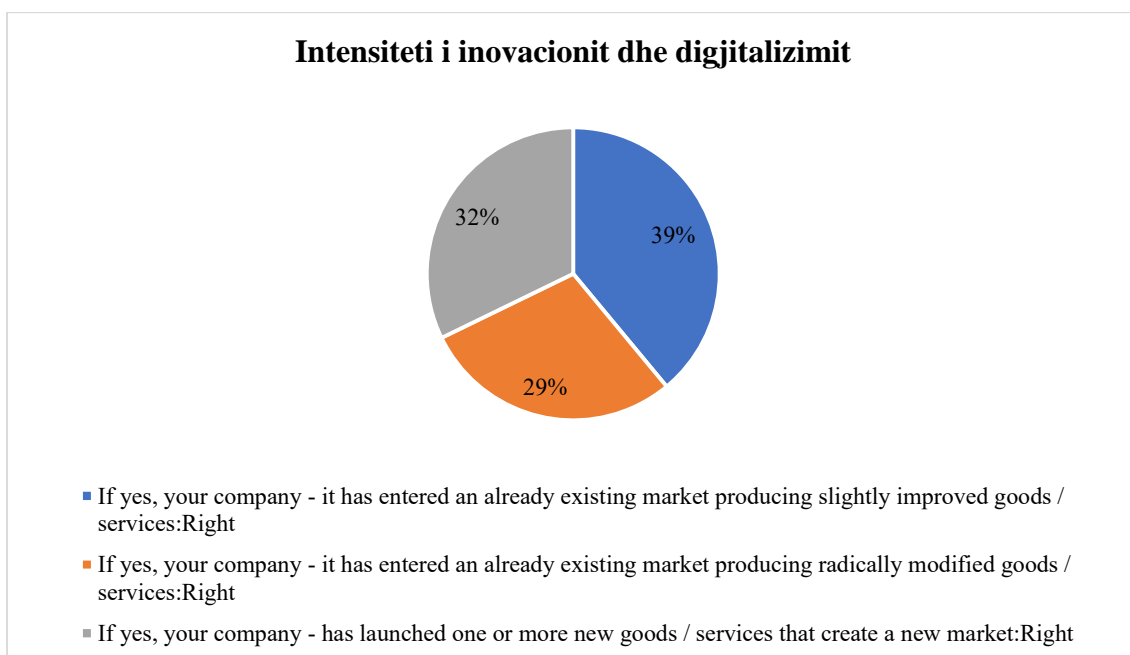
Një shumicë e madhe e firmave (93%) kanë investuar në inovacion dhe digjitalizim në tri vitet e fundit. Kjo flet për një përkushtim të fortë të firmave kosovare të TIK-ut për të investuar në digjitalizim në mënyrë që të jenë në gjendje të konkurrojnë duke ndjekur trendet më të fundit të tregut dhe duke akomoduar kërkesat e klientëve.

Figura 22. Investimet në inovacion dhe digjitalizim



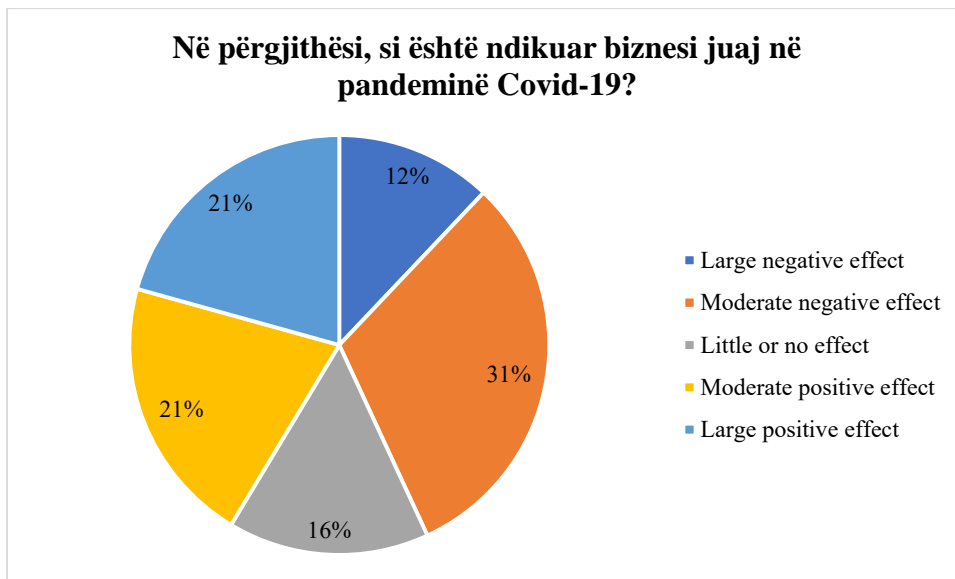
Për të kuptuar natyrën e investimit në inovacion dhe digjitalizim, ne kërkuam nga firmat pjesëmarrëse të tregonin intensitetin e investimeve. Bazuar në rezultatet, 39% janë shprehur se me investimin e tyre kanë hyrë në një treg tashmë ekzistues duke prodhuar mallra/shërbime paksa të përmirësuara, 29% kanë hyrë në një treg tashmë ekzistues duke prodhuar mallra/shërbime të modifikuara rrënjësisht dhe 32% kanë lansuar një ose më shumë mallra/shërbime të reja që krijojnë një treg të ri.

Figura 23. Intensiteti i inovacionit dhe digjitalizimit



Për 42% të mostrës, pandemia Covid-19 ka pasur efekt të moderuar pozitiv ose efekt të madh pozitiv. Ndërsa 16% janë shprehur se ka pasur pak ose aspak efekt. Në këto tri kategori me shumë gjasa bëjnë pjesë ato kompani që eksportojnë, andaj kufizimet e Covid-19 nuk kanë ndikuar negativisht në performancën e biznesit të tyre. Gjithashtu, është e mundur që ato të bashkëpunojnë me kompani të mëdha të cilat kanë adoptuar zgjidhje digjitale përpara shpërthimit të pandemisë.

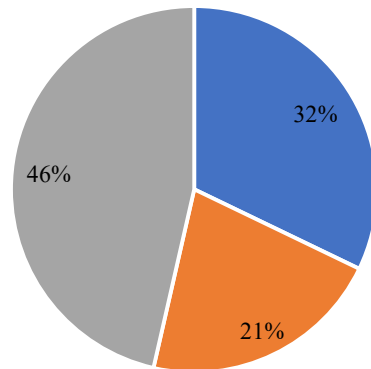
*Figura 24. Ndikimi i Covid-19 në performancën e biznesit*



Ky ndikim pozitiv në kompanitë eksportuese konfirmohet nga grafiku i mëposhtëm. Pothuajse gjysma e kompanive shprehen se pandemia Covid-19 rriti mundësitë e biznesit. Ndërsa 21% vlerësojnë se nuk ka pasur ndikim dhe 32% konsiderojnë se Covid-19 ka ulur mundësitë e biznesit.

*Figura 25. Ndikimi i Covid-19 në potencialin e eksportit*

**Në përgjithësi, pandemia Covid-19 për sa i përket potencialit të eksportit ka?**



■ Decreased business opportunities ■ Neither increased nor decreased ■ Increased business opportunities

Së fundi, ne u kërkuam kompanive pjesëmarrëse të shkruanin ndonjë problem apo rekomandim lidhur me mjedisin e biznesit që pengon zhvillimin e kompanisë ose sektorit të tyre në të cilin ato operojnë. Mendimet e tyre kryesisht sillen rreth temave të mëposhtme:

- Ekziston një konkurrencë e padrejtë në Kosovë pasi kompanitë e huaja që investojnë në Kosovë nuk janë të rregulluara siç duhet:
  - *“Konkurrenca e padrejtë është një çështje urgjente ku shteti duhet ta rregullojë atë të paktën deri në atë pikë sa çdo kompani e re e huaj të ketë disa kufizime ose disa detyrime ndaj komunitetit të teknologjisë apo shtetit. Kompanitë e huaja hapin dyqane pa investuar, ndërsa përdorin tregun sipas nevojës pa i kthyer asgjë komunitetit. Të ardhurat e tyre mbeten në shtetet e tyre, ndërsa këtu ato rrisin çmimin e zhvilluesve.”*
- Për sa i përket financave, ligji për përsheptuesit, sipërmarrësit, engjujt e biznesit, shtëpitë e investimeve duhet të jetë në fuqi në mënyrë që mbështetja për bizneset fillestare dhe firmat e reja të rrisin kapacitetin e tyre eksportues:
  - *“Çështja kryesore është mbështetja financiare që na nevojitet nga investitorët engjëj”.*
  - *“Bëni qasjen në financa më të lehtë, nuk ka mundësi të qarta financimi në Kosovë, dhe ato që janë, zakonisht janë grante të vogla”.*
- Ka çështje që lidhen me aftësitë e fuqisë punëtore dhe disponueshmërinë e fuqisë punëtore:

- *“Investoni në arsim dhe aftësi në arsimin fillor dhe të mesëm. Ofroni kurse programimi falas në shkallë masive për të rinjtë”*
- *“Na mungon fuqia punëtore në dispozicion. Problemi nuk është te aftësitë, problemi po bëhet se disponueshmëria e të rinjve për të punuar po zvogëlohet. Përndryshe, ne i trajnojmë njerëzit që të punojnë për ne edhe pse nuk kanë aftësitë e nevojshme”.*
- *“Mbështetja e sistemit të arsimit dual në TIK. Mbështetja e studentëve të TIK-ut me bursa të plota nga shteti si orientim strategjik për zhvillimin e sektorit të TIK-ut dhe si potencial për shërbimet e eksportit”.*
- Mbështetja e qeverisë kërkohet për lehtësimin e procedurave të patentimit:
  - *“Qeveria duhet të mbështesë kompanitë e TIK-ut, veçanërisht ato të përfshira në zhvillimin e produkteve me asistencën e të Drejtave të Pronësisë Intelektuale (DPI) dhe të mbulojë koston e regjistrimit të patentave dhe DPI-ve të tjera”.*
- Gjithashtu, më shumë mbështetje nga qeveria kërkohet nga kompanitë në pronësi të diasporës:
  - *“Qeveria duhet të jetë më proaktive në mbështetjen e kompanive të huaja në pronësi të diasporës. Ne mund të bëjmë shumë më tepër sesa po bëjmë. Certifikimi sipas ISO 20000-1:2011 përmes skemës ofron njohje të pavarur dhe në mbarë industrinë të aftësive të Menaxhimit të Shërbimeve të TI-së. Mbështetja e mëtejshme nga qeveria do të ishte e nevojshme për të marrë gjithashtu standardet ISO 22301:2012 (Sistemi i Menaxhimit të Vazhdimësisë së Biznesit), ISO 27001:2013 (Sistemi i Menaxhimit të Sigurisë së Informacionit) dhe ISO 9001:2015 (Sistemet e Menaxhimit të Cilësisë).*

## 7. Konkluzionet, implikimet dhe rekomandimet e politikave

Studimi ofron disa implikime të politikave dhe rekomandime për qeverinë, organizatat donatore, shoqatat e biznesit dhe kompanitë e TIK-ut, duke formuar bazën për përcaktimin e politikave për forcimin e sektorit të TIK-ut në Kosovë. Duke u mbështetur në dëshmitë cilësore (takimi me drejtorin ekzekutiv të STIKK) dhe sasiore (anketa me kompanitë e TIK-ut), studimi ofron konkluzionet e mëposhtme dhe rekomandimet e ndërlidhura për të rritur mbështetjen dhe për të nxitur rritjen e sektorit të TIK-ut:

- Ndikimi i Covid-19: Në vitet e fundit, sektori i TIK-ut është rritur në mënyrë eksponenciale dhe performanca e tij është premtuese. Sidomos në dy vitet e fundit gjatë pandemisë Covid-19, kërkesa është trefishuar ose katërfishuar. Megjithatë, sektori i TIK-ut përballet me disa pengesa në lidhje me strukturën institucionale, financimin, burimet e informacionit dhe mungesën e fuqisë punëtore të kualifikuar.
- Avantazhi konkurrues: Dëshmitë cilësore sugjerojnë se avantazhi ynë krahasues mbështetet në kreativitetin që sillet rreth shërbimeve dhe nënaktiviteteve të lidhura me sektorin e TIK-ut, sic është dizajni. Në këtë kontekst, industria e veshmbathjes ose dizajni industrial mund të jetë një nga shërbimet kryesore eksportuese me vlerë të shtuar të lartë. Strategjia kombëtare e TIK-ut dhe politikat qeveritare duhet të fokusohen drejt këtij segmenti për të stimuluar eksportin.
- Mungesa e punëtorëve të kualifikuar: Mungesa e fuqisë punëtore të kualifikuar vepron si pengesë. Në hartimin e programeve të ardhshme mbështetëse si trajnimi dhe zhvillimi i fuqisë punëtore, vëmendje e veçantë duhet t'i kushtohet zhvillimit të profileve specifike për nevojat e sektorit të TIK-ut.
  - Shumë kompani të TIK-ut kanë akademi të brendshme dhe përgatisin personelin e ri përmes trajnimit në vendin e punës. Prandaj, Qeveria e Kosovës duke përfshirë rolin aktiv të shoqatave të biznesit duhet të gjejë një formë të zhvillimit të kapitalit njerëzor që subvencionon kostot e trajnimit të personelit për të rritur konkurrencën në treg. Problemi me qasjen në fuqinë punëtore nuk është vetëm cilësia, por edhe disponueshmëria e punëtorëve pavarësisht nivelit të tyre të aftësive.
  - Niveli i aftësive: Të rinjtë e diplomuar kanë nevojë për të paktën një vit përvojë pune dhe përgatitje për t'i përmirësuar aftësitë e tyre në mënyrë që të bëhen punëtorë produktivë. Institucionet e arsimit të lartë (IAL) apo universitetet nuk po ofrojnë përgatitje të mjaftueshme. Qeveria dhe STIKK duhet të punojnë së

bashku për të ofruar alternativa ndaj universiteteve publike duke përfshirë sugjerime për prezantimin e kurseve të reja ose përditësime të materialeve.

- Inkurajoni gratë dhe vajzat të studiojnë TIK dhe ta bëjnë TIK-un një zgjedhje karriere. Kohët e fundit, përqindja e bizneseve në pronësi të grave në TIK ka arritur në më shumë se 25%, duke sugjeruar një burim premtues për t'u përdorur për rritjen e sektorit.
- Ikja e trurit: Sektori karakterizohet nga nivelet e larta të ikjes së trurit, megjithatë, ky fenomen ndodh për arsye të tjera dhe jo për paga. Do të thotë, punëtorët e TIK-ut lëvizin në vende të ndryshme sepse kanë synime profesionale të tilla si të bëhen partnerë, të marrin arsimim më të mirë ose thjesht për shkak të një standardi më të mirë të përgjithshëm jetese. Qeveria dhe shoqatat e biznesit si STIKK duhet të marrin një rol udhëheqës në lobim dhe të avokojnë për çështjet që rrethojnë profesionistët e TIK-ut dhe të marrin në konsideratë futjen e stimuljeve për kthimin e trurit për këtë sektor. Kjo mund të përfshijë krijimin e një ekosistemi që lejon përmbushjen profesionale, si dhe nxitjen e një mjedisi tërheqës pune të nxitur nga investimet në infrastrukturën e sektorit të TIK-ut.
- Financimi: dëshmitë cilësore të intervistës hedhin dritë mbi disa pika thelbësore:
  - Gjetjet cilësore sugjerojnë se ka mungesë të mbështetjes nga qeveria për sektorin e TIK-ut dhe ka nevojë për hartimin e skemave të financimit për të zgjeruar dhe rritur këtë sektor. Përrjashtim bën Fondi Kosovar për Garanci Kreditorë, i cili u vlerësua shumë nga kompanitë e TIK-ut pasi paraqiti një dritare për kredi pa kërkesa të larta për kolateral.
  - Për sa i përket programeve mbështetëse që rrjedhin nga qeveritë, kompanitë e TIK-ut hezitojnë të marrin pjesë në këto programe të drejtpërdrejta kryesisht për shkak të çështjeve të mirëbesimit. Në këtë kontekst, qeveria duhet të rishqyrtojë seriozisht ristrukturimin e qasjes së saj aktuale ndaj këtij sektori, duke ofruar mbështetje profesionale dhe të personalizuar për kompanitë e TIK-ut, në mënyrë që të bëhet një partner i besueshëm për to.
  - Ligji për përshpejtuesit dhe engjëjt e biznesit nuk është në fuqi. Kjo do të thotë se asnjë ligj nuk rregullon kapitalistët e sipërmarrjes, engjëjt e biznesit, shtëpitë e investimeve ose mbështetjet tjera për bizneset fillestare, të cilat janë thelbësore gjatë inkubacionit dhe fazave të hershme. Për shkak të rëndësisë së këtyre formave të financimit, qeveria duhet t'i kushtojë vëmendje të menjëhershme

formulimit dhe miratimit të këtij ligji dhe krahas kësaj, të hartojë skema nxitëse për të motivuar më shumë biznese të themeluara dhe sipërmarrës për t'u përfshirë në mbështetjen e bizneseve fillestare në TIK dhe më gjerë.

- Patentimi: Siç u përmend në fillim, legjislacioni i pronësisë intelektuale dhe i patentimit ka nevojë për më shumë vëmendje dhe zbatim gjithëpërfshirës. Krahas kësaj, duhet të sigurohet edhe një mekanizëm i ndarjes së kostos për patentat për t'ua lehtësuar zhvilluesve origjinalë që t'i patentojnë programet e tyre.
- Bashkëpunimi: Rritja e ndërveprimeve midis kompanive të TIK-ut përmes ngjarjeve të rrjetitëzimit B2B. Shkëmbimi i ideve ose ekspertizës ndihmon në ndërtimin e një inteligjence më gjithëpërfshirëse të tregut dhe rritjen e eksportit.
  - Kompanitë e TIK-ut që janë anëtarë të asociuar të STIIK-ut mund të rrisin kërkesën për kompanitë ligjore si nënkontraktorë, gjë që në vetvete paraqet një potencial të madh.
  - Vëmendje e menjëhershme duhet t'i kushtohet krijimit të grupeve të tregtisë elektronike.
- Shërbimet nga anëtarët për anëtarët: Shoqata e biznesit dhe shoqata e sektorit duhet të punojnë së bashku për të bashkuar sektorë të ndryshëm në mënyrë që të përfitojnë nga sinergjitë dhe shërbimet e anëtarëve për anëtarët. Për shembull:
  - Nxitja e bashkëpunimit ndërmjet sektorit të TIK-ut dhe sektorit të metaleve sepse sektori i TIK-ut mund të ndihmojë sektorët e tjerë që të kalojnë nëpër një transformim digjital.
  - Një kompani është profesioniste në scrum masters ose çdo mjet tjetër menaxherial, dhe mund t'i ndajë falas njohuritë dhe përvojën për kompani të tjera.
  - Kompanitë që kanë më shumë ekspertizë për të ofruar trajnime pro bono në Rregulloren e Përgjithshme të Mbrojtjes së të Dhënave (GDPR) për kompanitë e reja do të jenë së shpejti një kërkesë e imponuar nga BE-ja. Do të thotë, kompanitë do të duhet të respektojnë GDPR-në edhe nëse nuk janë në BE por kanë përdorues që janë të vendosur në BE dhe ato mbledhin ose përpunojnë çdo të dhënë personale nga këta individë (Bashkimi Evropian, 2016).
- Nxitja e digjitalizimit: Për të nxitur dhe rritur transformimin digjital në nivel vendi, Qeveria duhet të vendosë kërkesa të veçanta. Për shembull, për çdo grant në bujqësi apo sektorë të tjerë, Qeveria duhet të vendosë që 10-20% e shumës së grantit të shkojë



për digjitalizim dhe avancim të TIK-ut. Kjo mund t'i bëjë sektorët e tjerë më produktivë dhe më të sofistikuar teknologjikisht.

- Operimi formal dhe profesional: Qeveria dhe shoqatat e biznesit duhet të ofrojnë shërbime trajnimi dhe konsulence për regjistrimin e biznesit dhe operimin formal, fushata për pagimin e taksave dhe konsulencë për çështjet e menaxhimit me të cilat përballen themeluesit e rinj.
- Tenderët dhe grantet: Aktualisht, vetëm pak kompani të TIK-ut janë të interesuara të konkurrojnë për tenderët ose ofertat e hapura të qeverisjes lokale. Kjo mund t'i atribuohet procedurave të aplikimit tejet burokratik të vendosura nga organizatat qeveritare dhe besimit të ulët në Qeveri. Kjo e fundit duhet t'i rishqyrtojë praktikatat aktuale të aplikimit dhe të hartojë procese aplikimi më miqësore për përdoruesit për të nxitur interesim më të madh nga kompanitë e TIK-ut.
- Tregu lokal: Pandemia e Covid-19 ishte një pikë kthese veçanërisht për tregun vendas. Shumë kompani e kuptuan domosdoshmërinë dhe përfitimet e adoptimit të zgjidhjeve digjitale, megjithatë, oferta aktuale nuk është në gjendje të përputhet me këtë kërkesë të shtuar. Që do të thotë, nuk ka mjaftueshëm kompani të TIK-ut në Kosovë për t'u shërbyer nevojave të kompanive lokale për shërbime të TIK-ut sepse ato janë më të fokusuara në tregjet ndërkombëtare ku çmimet janë më të larta. Për shkak se kompanitë më të mëdha dhe më të themeluara po punojnë si nënkontraktorë për kompanitë globale, kërkesa e pashërbyer mjaftueshëm për shërbime në Kosovë do të mund të përdorej për t'i nxitur bizneset fillestare në këtë sektor. Gjetjet nga dëshmitë cilësore sugjerojnë se ka nevojë për hartimin e skemave mbështetëse për lehtësimin e përmbushjes së kërkesës në këtë sektor. Për shkak se çmimet e këtyre shërbimeve janë shumë të larta në sektor, Qeveria dhe donatorët duhet të punojnë së bashku për të futur një skemë të veçantë financimi për të subvencionuar pjesërisht koston e shërbimeve të TIK-ut në mënyrë që kërkesa të përputhet dhe që kompanitë e TIK-ut të rrisin qarkullimin e tyre në tregun vendas.
- Arsimi: Qeveria e Kosovës duhet të rishqyrtojë futjen e reformave në shkallë të gjerë për të përfshirë një gamë të gjerë të kurrikulave që kanë të bëjnë me aftësitë “bundling” të TIK-ut si kodimi dhe programimi, modulet e kreativitetit në të gjitha nivelet e arsimit.

## 8. Referencat

- ARKEP. (2021). *Raporti Vjetor për Vitin 2020*. Prishtinë: ARKEP - Autoriteti Rregullativ i Komunikimeve Elektronike dhe Postare. Marrë nga <http://www.arkep-rks.org/repository/docs/Raporti%20Vjetor%20i%20Pun%C3%ABs%20s%C3%AB%20ARKEP%20-%202020.pdf>
- ASK. (2020). *Anketa e Përdorimit të Teknologjisë Informative dhe Komunikimit 2020*. Agjencia e Statistikave të Kosovës (ASK). Marrë nga <https://ask.rks-gov.net/media/5804/anketa-ep%C3%ABrdorimit-t%C3%AB-teknologjis%C3%AB-informative-komunikimit2020.pdf>
- ASK. (2022, 27 prill). *ASKdata*. Marrë nga <https://askdata.rks-gov.net/pxweb/sq/ASKdata/>
- CIVITTA International. (2021). *Mapping of digital innovation hubs, and identification of needs within Western Balkans and of prospective regional cooperation actions* (Harta e qendrave të inovacionit digjital dhe identifikimi i nevojave brenda Ballkanit Perëndimor dhe i veprimeve të ardhshme të bashkëpunimit rajonal). Sarajevë: Këshilli i Bashkëpunimit Rajonal. Marrë nga [https://www.rcc.int/download/docs/Mapping%20of%20digital%20innovation%20hubs\\_final.pdf/b2d3533b3dd44bb5630121ad3640999b.pdf](https://www.rcc.int/download/docs/Mapping%20of%20digital%20innovation%20hubs_final.pdf/b2d3533b3dd44bb5630121ad3640999b.pdf)
- ECIKS. (2020). *Supporting Kosovo Growth: The role of the ICT sector* (Mbështetja e rritjes së Kosovës: Roli i sektorit të TIK-ut). ECIKS Management Consulting. Marrë nga <https://eciks.com/supporting-kosovo-growth-the-role-of-the-ict-sector/>
- Komisioni Evropian. (2019). *Programi për Reforma në Ekonomi (PRE) 2019-2021*. Komisioni Evropian. Marrë nga [https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2019-04/kosovo\\_erp\\_2019-2021.pdf](https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2019-04/kosovo_erp_2019-2021.pdf)
- Komisioni Evropian. (2019b). *Instrumenti për Asistencën e Para-Anëtarësimit (IPA II) 2014-2020: Kosova BE për Inovacion*. Komisioni Evropian. Marrë nga [https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2019-12/03\\_ad\\_eu\\_for\\_innovation.pdf](https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/system/files/2019-12/03_ad_eu_for_innovation.pdf)
- Bashkimi Evropian. (2016). *Rregullorja e Përgjithshme e Mbrojtjes së të Dhënave (GDPR)*. EUR-Lex. Marrë nga <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:02016R0679-20160504&from=EN>
- IFME. (2020). *Analizë gjithëpërfshirëse e sektorit të TIK-ut në Kosovë: Ndryshimet në ekosistemin e TIK-ut që nga miratimi i Strategjisë së TI-së*. Instituti për Ekonominë e Tregut të Lirë (IFME) / Oda Ekonomike e Kosovës. Marrë nga <https://ietl-oek.com/wp-content/uploads/2020/03/Report-Comprehensive-Analysis-of-ICT-Sector-in-Kosovo.pdf>
- Ministria e Zhvillimit Ekonomik. (2018). *Strategjia e Kosovës për TI*. STIKK - Shoqata për TIK të Kosovës. Marrë nga [https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Kosovo\\_IT\\_Strategy\\_V01-00\\_29-06-2016.pdf](https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Kosovo_IT_Strategy_V01-00_29-06-2016.pdf)
- Ministria e Tregtisë dhe Industrisë. (2014). *Profili i sektorit TIK: Sektori i kontraktimit proceseve të punës dhe qendrave për përkrahje të konsumatorëve*. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë – Agjencia për Investime dhe Përkrahjen e Ndërmarrjeve në Kosovë. Marrë nga <https://kiesa.rks-gov.net/desk/inc/media/4D52C708-01FC-4BBE-BE6D-2FBC6453235B.pdf>

- Ministria e Tregtisë dhe Industrisë. (2018). *Përmbledhje mbi Tregtinë në Shërbime*. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë. Marrë nga <https://cps.rks-gov.net/wp-content/uploads/2020/11/Permbledhje-mbi-Tregtine-ne-Sherbime-2018.pdf>
- PwC. (2020). *ICT Sector study: North Macedonia, Albania, Kosovo* (Studimi i sektorit të TIK-ut: Maqedonia e Veriut, Shqipëria, Kosova. PwC Maqedonia e Veriut.
- Shah, S. (2019). *A look at Kosovo's IT scene* (Një vështrim në skenën e TI-së së Kosovës). Emerging Europe. Marrë nga <https://emerging-europe.com/intelligence/40120/>
- Simnica, M., & Jashari, S. (2017). *Analytical Report on Trade in Services - ICT Sector* (Raport Analitik mbi Tregtinë e Shërbimeve - Sektori i TIK-ut). Ministria e Tregtisë dhe Industrisë - Departamenti i Tregtisë. Marrë nga [https://www.academia.edu/38260105/Analytical\\_Report\\_on\\_Trade\\_in\\_Services\\_ICT\\_Sector\\_pdf](https://www.academia.edu/38260105/Analytical_Report_on_Trade_in_Services_ICT_Sector_pdf)
- STIKK & Index Kosova. (2013). *ICT skills gap analysis* (Analiza e boshllëqeve të aftësive për TIK). Helvetas Kosova. Marrë nga [http://helvetas-ks.org/eye/file/repository/stikk\\_skills\\_gap\\_eng.pdf](http://helvetas-ks.org/eye/file/repository/stikk_skills_gap_eng.pdf)
- STIKK. (2014). *Çlirimi i potencialit eksportues të kompanive kosovare të TIK*. STIKK - Shoqata për TIK të Kosovës. Marrë nga [https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Policy-Documents\\_2014\\_-\\_Unleashing\\_the\\_Export\\_Potential\\_EN.pdf](https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Policy-Documents_2014_-_Unleashing_the_Export_Potential_EN.pdf)
- STIKK. (2015). *Mapping of ICT Sector Labour Supply and Demand* (Hartëzimi i ofertës dhe kërkesës për punë në sektorin e TIK-ut). STIKK - Shoqata për TIK të Kosovës. Marrë nga [https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Publications\\_2015\\_-\\_Skills\\_Gap\\_EN.pdf](https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/11/Publications_2015_-_Skills_Gap_EN.pdf)
- STIKK. (2018). *Barometri i TI-së në Kosovë 2018*. STIKK - Shoqata për TIK të Kosovës. Marrë nga [https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/12/Publications\\_2018\\_-\\_IT\\_Barometer\\_EN.pdf](https://stikk.org/wp-content/uploads/2018/12/Publications_2018_-_IT_Barometer_EN.pdf)
- STIKK. (2021). *Barometri i TI-së në Kosovë 2020*. STIKK - Shoqata për TIK të Kosovës. Marrë nga <https://stikk.org/wp-content/uploads/2021/06/IT-Barometri-2020.pdf>
- Trading Economics. (2022, 5 shkurt). *Kosovo - ICT Service Exports (% Of Service Exports, BoP)* (Kosova - Eksportet e Shërbimeve të TIK-ut (% e eksporteve të shërbimeve, BP)). Marrë nga Trading Economics: <https://tradingeconomics.com/kosovo/ict-service-exports-percent-of-service-exports-bop-wb-data.html>
- Banka Boterore. (2022). *Infrastruktura digjitale përforcon reziliencën dhe përmirëson jetën në Kosovën rurale*. Banka Boterore. Marrë nga [https://www.worldbank.org/en/results/2022/04/11/digital-infrastructure-boosts-resilience-and-improves-lives-in-rural-kosovo?cid=cid=SHR\\_SitesShareLI\\_EN\\_EXT](https://www.worldbank.org/en/results/2022/04/11/digital-infrastructure-boosts-resilience-and-improves-lives-in-rural-kosovo?cid=cid=SHR_SitesShareLI_EN_EXT)
- Banka Boterore. (2022, 25 prill). *ICT service exports (% of service exports, BoP) - Kosovo* (Eksportet e shërbimeve të TIK-ut (% e eksporteve të shërbimeve, BP) - Kosovë). Marrë nga Treguesit e Zhvillimit Botëror: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.CCIS.ZS?end=2020&locations=XK&start=2007>

## 9. Shtojcat

### 9.1 Shtojca 1: Lista e treguesve kryesorë të TIK-ut në Kosovë

Përshkrim	Treguesi
<b>1. QASJA</b>	
<b>1.1 Depërtimi i telefonisë fikse (% e banorëve) (2021)</b>	<b>4.0%</b>
<b>1.2 Depërtimi i telefonisë fikse (% e ekonomive familjare) (2021)</b>	<b>24.5%</b>
<b>1.3 Depërtimi i telefonisë mobile (% e banorëve) (2021)</b>	<b>97.9%</b>
<b>1.4 Depërtimi i shërbimit të internetit (% e banorëve) (2021)</b>	<b>21.1%</b>
<b>1.5 Depërtimi i shërbimit të internetit (% e ekonomive familjare) (2021)</b>	<b>129.2%</b>
<b>2. EKONOMITË FAMILJARE</b>	
<b>2.1 Familjet me qasje në internet në shtëpi (2021)</b>	<b>96.1%</b>
<b>2.2 Lloji i qasjes në internet sipas ekonomive familjare (2021)</b>	
<i>Lidhje fikse/mobile</i>	<b>96.1%</b>
<i>Lidhje fikse</i>	<b>94.0%</b>
<i>Lidhja mobile</i>	<b>62.3%</b>
<b>3. INDIVIDËT</b>	
<b>3.1 Përdorimi i internetit sipas moshës (2020)</b>	
<i>16-24</i>	<b>17.4%</b>
<i>25-34</i>	<b>16.1%</b>
<i>35-44</i>	<b>19.5%</b>
<i>45-54</i>	<b>18.9%</b>
<i>55-64</i>	<b>15.5%</b>
<i>65+</i>	<b>10.1%</b>
<b>3.2 Përdorimi i internetit sipas gjinisë (2020)</b>	
<i>Mashkull</i>	<b>57.4%</b>
<i>Femër</i>	<b>40.2%</b>
<b>3.3 Përdorimi i internetit në 3 muajt e fundit (2021)</b>	
<i>Çdo ditë ose pothuajse çdo ditë</i>	<b>87.6%</b>
<i>Të paktën një herë në javë (por jo çdo ditë)</i>	<b>7.6%</b>
<i>Më pak se një herë në javë</i>	<b>0.1%</b>
<b>3.4 Përdorimi i pajisjeve për internet në 3 muajt e fundit (2019)</b>	
<i>Telefon mobil ose telefon i mençur</i>	<b>78.9%</b>
<i>Laptop</i>	<b>21.7%</b>
<i>Kompjuter desktop</i>	<b>11.8%</b>
<i>Tabletë</i>	<b>11.9%</b>
<i>Pajisje të tjera mobile</i>	<b>2.7%</b>
<b>3.5 Blerja ose porositja e ndonjë malli dhe shërbimi në internet herën e fundit (2021)</b>	
<i>Brenda 3 muajve të fundit</i>	<b>23.1%</b>

<i>Nga 3 muaj deri në një vit më parë</i>	<b>19.0%</b>
<i>Më shumë se 1 vit më parë</i>	<b>9.1%</b>
<i>Kurrë nuk kam blerë apo porositur</i>	<b>46.2%</b>
<b>3.6 Përdorimi i internetit për qëllime private për shërbime publike në 12 muajt e fundit (2020)</b>	
<i>Marrja e informacionit nga faqet e internetit ose aplikacionet</i>	<b>26.0%</b>
<i>Shkarkimi/shtypja e formularëve zyrtarë</i>	<b>9.4%</b>
<i>Dorëzimi i formularëve të plotësuar online</i>	<b>5.3%</b>
<b>3.7 Privatësia dhe mbrojtja e të dhënave personale (2021)</b>	
<i>Po, shumë i shqetësuar</i>	<b>4.0%</b>
<i>Po, deri diku i shqetësuar</i>	<b>26.3%</b>
<i>Jo, nuk jam i shqetësuar</i>	<b>65.1%</b>
<b>3.8 Aftësitë teknologjike (2021)</b>	
<i>Shkrimi / kodimi në një gjuhë programimi (SAS, SQL etj.)</i>	<b>3.0%</b>
<i>Redaktimi i fotografive, videove ose dosjeve të audios</i>	<b>16.6%</b>
<i>Përdorimi i veçorive të avancuara të softuerit të spreadsheet (formula, funksione)</i>	<b>2.1%</b>
<i>Përdorimi i softuerit të spreadsheet (excel)</i>	<b>2.9%</b>
<i>Krijimi i prezantimeve</i>	<b>17.1%</b>
<i>Programet e përpunimit të tekstit (word)</i>	<b>17.0%</b>
<i>Ndryshimi i opsioneve të një softueri</i>	<b>12.8%</b>
<i>Shkarkimi ose instalimi i softuerit / aplikacioneve</i>	<b>22.8%</b>
<i>Kopjimi / zhvendosja e dosjeve / skedarëve</i>	<b>22.4%</b>
<b>4. BIZNESET</b>	
<b>4.1 Përdorimi i kompjuterit në ndërmarrje (2019)</b>	<b>87.6%</b>
<b>4.2 Përdorimi i internetit në ndërmarrje (2019)</b>	<b>86.4%</b>
<b>4.3 Përdorimi i faqes së internetit në ndërmarrje (2019)</b>	<b>52.4%</b>
<b>4.4 Përdorimi i rrjeteve sociale nga ndërmarrjet (2019)</b>	<b>73.1%</b>
<b>4.5 Shitjet përmes internetit në ndërmarrje (2019)</b>	<b>11.9%</b>
<b>4.6 Blerjet përmes internetit nga ndërmarrjet (2019)</b>	<b>7.1%</b>
<b>5. SEKTORI I TIK-ut</b>	
<b>5.1 Përqindja e investimeve nga kompanitë e TIK-ut në raport me totalin e investimeve nga të gjitha ndërmarrjet (2020)</b>	<b>0.5%</b>
<b>5.2 Numri i ndërmarrjeve të reja dhe të reregjistruara të TIK-ut (2021)</b>	<b>580</b>
<b>5.3 Përqindja e fuqisë punëtore të përfshirë në sektorin e TIK-ut (2020)</b>	
<i>Meshkuj</i>	<b>4.0%</b>
<i>Femra</i>	<b>4.0%</b>
<i>Totali</i>	<b>4.0%</b>

Burimi: ARKEP (2021; Treguesi 1) dhe ASK (2022; Treguesit 2-5)

## 9.2. Shtojca 2: Pyetësi i anketës për TIK-un

### ANKETA PËR TIK-un

---

Fillimi i bllokut: **INFORMATA TË PËRGJITHSHME DHE HISTORIKU I THEMELUESIT**

Gjinia

- Mashkull
- Femër

---

Cila është mosha juaj?  
Mosha

Cili është niveli juaj më i lartë i arsimimit?

- Shkolla fillore
- Shkolla e mesme e përgjithshme
- Arsimi dhe Aftësimi Profesional (AAP)
- Universiteti
- PhD / diplomë pasuniversitare

Cili është pozicioni juaj në organizatë?

- Sipërmarrës/pronar
- Menaxher/CEO (kryeshef ekzekutiv)
- Menaxher i Burimeve Njerëzore
- Tjetër (specifiko): \_\_\_\_\_

---

Në cilin vit u krijua kompania juaj?  
Viti

Ku ndodhet kompania juaj?

---

Sa vjeç ishit kur themeluat kompaninë?  
Moshë

A është kjo kompania e parë që keni krijuar?

Po

Jo

Çfarë lloj përvojë profesionale keni pasur në kohën e krijimit të kompanisë?

	Po	Jo
1. Asnjë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Kam punuar në një biznes familjar që operon në të njëjtin sektor të kompanisë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Kam punuar në një biznes familjar që operon në një sektor tjetër	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Kam punuar në një kompani tjetër që operon në të njëjtin sektor të kompanisë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. Kam punuar në një kompani tjetër që operon në një sektor tjetër	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. Veprimtari konsulence të vetëpunësuar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. Themelimi i një kompanie tjetër që operon në të njëjtin sektor të kompanisë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. Themelimi i një kompanie tjetër që operon në një sektor tjetër	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Çfarë aktivitetimesh shtesë arsimore keni ndjekur në fushën e TIK-ut?

	Po	Jo
Diplomë formale në fushën e TIK-ut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trajnime	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Punëtori dhe seminare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurse online	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certifikata (marketing digjital)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Të tjera (ju lutemi shkruani)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Fundi i bllokut: INFORMATA TË PËRGJITHSHME DHE HISTORIKU I THEMELUESIT**

**Fillimi i Bllokut: AKTIVITETI DHE STRUKTURA E BIZNESIT**

Cili është aktiviteti kryesor i kompanisë? (përzgjidhni ato që aplikohen)

- Produkte softuerike
- Softuer / Shërbime të TI-së
- Produkte të harduerit
- Shërbime për produkte të harduerit
- Të tjera (ju lutemi specifikojini?) \_\_\_\_\_

Kompania ka lindur brenda ose ka kaluar nëpër

- Inkubator biznesi privat
  - Inkubator biznesi publik
  - Nuk aplikohet
-



Cila është faza aktuale e kompanisë suaj?

- Faza e farës (gjenerimi i ideve)
  - Faza e fillimit (në pikën e ofrimit të një produkti/shërbimi në treg)
  - Faza e rritjes (një ose më shumë produkte/shërbime në treg)
  - Faza e mëvonshme (një ose më shumë produkte/shërbime në treg, në zgjerim ose pritjet të blihet)
- 

Cila është struktura e pronësisë së kompanisë suaj?

- Pronësi kombëtare
  - Pronësi e huaj
  - Pronësi e përzier
  - Degë e një kompanie të huaj
- 

Si do ta përshkruanit biznesin kryesor të kompanisë?

- B2B (biznes me biznes)
  - B2C (biznes me konsumator)
  - B2B2C (biznes me biznes me konsumator)
- 

A jeni anëtar i ndonjë shoqate?

- Shoqata e Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit të Kosovës (STIKK)
  - Oda Ekonomike e Kosovës
  - Asnjë anëtarësim në shoqata të TIK-ut
  - Të tjera (ju lutemi specifikojini) \_\_\_\_\_
- 

A zotëron kompania juaj ndonjë standard të cilësisë?

- Po
  - Jo
-

Nëse po, ju lutemi specifikoni cilat standarde të cilësisë?

---

A nënkontrakti për prodhimin apo shërbimet tuaja?

	Po	Jo
A ofroni nënkontraktim për prodhimin ose shërbimet tuaja?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A jeni nënkontraktor për prodhimin ose shërbimet e kompanive të tjera?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Performanca e shitjeve

	Rritur	Mbetur të njëjta	Ulur
Brenda vitit të fundit, shitjet e kompanisë suaj janë?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brenda 5 vitesh nga tani, a prisni që shitjet e kompanisë suaj?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nëse shitjet e kompanisë suaj janë rritur ose ulur, sa është ndryshimi në përqindje?

---

**Fundi i Bllokut: AKTIVITETI DHE STRUKTURA E BIZNESIT**

**Fillimi i Bllokut: PUNËSIMI/STRUKTURA E BIZNESIT**

Tregoni numrin e punonjësve (përfshirë themeluesit)

	2019	2022	Numri i pritshëm i punonjësve në 5 vjet nga tani (në total)
Numri total i punonjësve			

Jepni një vlerësim të nivelit të aftësive që zotërojnë punonjësit tuaj

	1-asgjë	2	3	4	5	6	7- kompetencë e lartë
menaxheriale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
marketingu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
teknike/TIK	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
relacionale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

A përballat kompania juaj ndonjë vështirësi në punësimin/tërheqjen e punonjësve?

- Po
- Jo

Cilat aftësi dhe/ose kualifikime të punonjësve janë më të vështirat për t'u gjetur në Kosovë? Përmendni tri profilet më të rëndësishme të punës që janë më të vështirat për t'u gjetur në Kosovë?

	P.sh. shkruar i përmbajtjes; zhvillues i softuerit
1.Profili i punës/kualifikimi	
2.Profili i punës/kualifikimi	
3.Profili i punës/kualifikimi	

Si i vlerësoni pagat e punonjësve tuaj?

- Nën mesataren e industrisë
- Njësoj si mesatarja e industrisë
- Mbi mesataren e industrisë

**Fundi i Bllokut: PUNËSIMI/STRUKTURA E BIZNESIT**

---

**Fillimi i Bllokut: EKSPORTI DHE TREGJET**

A eksporton kompania juaj shërbime/produkte?

- Po
  - Jo
-

Cilin nga shërbimet/produktet e mëposhtme eksporton kompania juaj? (përzgjidhni ato që aplikohen)

- Zhvillim i softuerit
- Zhvillim i aplikacioneve mobile
- Shërbime inxhinierike
- DevOps si një shërbim
- Integrim dhe zbatim i sistemit
- Ofrues i rrjetëzimit dhe telekomunikacionit
- Produkte të harduerit
- Nënkontraktim i procesit të biznesit
- Testimi i softuerit
- Zhvillim i uebit/dizajnim i uebit
- Marketing digjital (veçanërisht SEO dhe SEA)
- Prodhim multimedial
- Telemarketing
- Siguri kibernetike
- Konsulencë për TIK
- E-prokurim
- Operacione të rrjetit dhe sistemit
- Shërbime në cloud
- Të tjera (ju lutemi specifikojini?) \_\_\_\_\_

Sa është përqindja e shitjeve totale nga eksportet? (Nëse kompania nuk eksporton përzgjidhni zero)

%

0 10 20 30 40 50 60 70 80 90 100

% e shitjeve nga eksporti



Cilat janë tregjet tuaja aktuale të eksportit dhe ato potenciale të eksportit? (përzgjidhni ato që aplikohen)

	Tregu aktual i eksportit	Tregu potencial i eksportit
Gjermania, Austria, Zvicra (DACH)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mbretëria e Bashkuar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Franca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Belgjika, Holanda, Luksemburgu (Beneluxi)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vendet skandinave	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evropa Jugore (Italia, Spanja, Portugalia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rajonale (Shqipëria, Maqedonia e Veriut, BeH, Mali i Zi, Serbia...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SHBA-ja dhe Kanadaja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lindja e Mesme dhe Afrika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Azia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Të tjera (ju lutemi specifikojini?)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nga lista e mëposhtme, vlerësoni rëndësinë <b>(1=Jo i rëndësishëm 5=Shumë i rëndësishëm)</b> e secilit prej aspekteve të mëposhtme të avantazheve konkurruese për:

	Tregun ndërkombëtar					Tregun lokal				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

Cilësia e punës	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Njohuritë teknike	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koha e dorëzimit dhe përpikëria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Njohuritë teknike të sektorit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Njohuritë horizontale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Njohuritë kulturore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Çmimi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Njerëzore (njohja e gjuhëve)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Përzgjidhni mënyrën e hyrjes në tregjet e eksportit (përzgjidhni ato që aplikohen)

Shënjoni me “tick”

Eksporte direkte nga vendi juaj te klienti jashtë vendit	<input type="checkbox"/>
Filial/degë në tregun e synuar	<input type="checkbox"/>
Zyrë përfaqësuese	<input type="checkbox"/>
Sipërmarrje e përbashkët	<input type="checkbox"/>
Aleancë strategjike	<input type="checkbox"/>
Partner i shpërndarjes / Partner lokal (agjent i shitjeve, përfaqësues i shitjeve, distributor i vetëm, etj.)	<input type="checkbox"/>

Vlerësoni rëndësinë e metodave të gjetjes së klientëve të rinj? (1=Jo e rëndësishme, 5=Shumë e rëndësishme)

	1	2	3	4	5
Hulumtimi i vetë tregut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Shërbimi nga kompani jashtme e hulumtimit të tregut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Përmes lidhjeve familjare dhe personale në diasporë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hulumtimi në internet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Panairet tregtare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klientët mundshëm nga vendet e eksportit kontaktojnë kompaninë tuaj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Të tjera (ju lutemi specifikoni)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Deri në çfarë mase këto në vijim paraqesin pengesa për zgjerimin e biznesit tuaj? 1 = nuk pajtohem fare dhe 5 = pajtohem plotësisht

	Nuk pajtohem fare	Nuk pajtohem edhe aq	As pajtohem nuk kundërshtoj	nuk as Pajtohem diku	deri Pajtohem plotësisht
Disponueshmëria e fuqisë punëtore të kualifikuar për të kryer eksport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Financimi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korniza ligjore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mungesa e mbështetjes nga institucionet qeveritare (p.sh. skemat e financimit të eksporteve)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Taksat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kërkesat për vizë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gjetja e partnerit të duhur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mungesa e platformave të mëdha të pagesave elektronike dhe tregtisë elektronike (PayPal, Amazon)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informacioni i përshtatshëm për tregjet e eksportit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kontaktet e biznesit në tregjet e synuara	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Brendimi i industrisë lokale të TI-së jashtë vendit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kostoja e eksportit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mungesa e aftësive njohurive praktike marketingut për eksport	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mungesa e trajnimit të orientuar drejt eksportit dhe e zhvillimit të biznesit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Standardet dhe kërkesat teknike (ISO, CMM, CMMI...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Infrastruktura e TIK-ut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Korrupsioni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Të tjera (ju lutemi specifikojeni?)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vlerësoni rëndësinë e faktorëve të mëposhtëm për funksionimin në tregun vendas (1=Jo i rëndësishëm, 5=Shumë i rëndësishëm)

	1	2	3	4	5
Disponueshmëria e profesionistëve të kualifikuar të TI-së dhe jo të lidhur me TI-në	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aftësitë në gjuhë të huaja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pagat e ulëta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kërkesa në rritje për shërbime të TIK-ut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Përfitimet tatimore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lehtësimet institucionale/ligjore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ju lutemi specifikojeni?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Fillimi i Bllokut: RRJETËZIMI**

Sa i thellë është bashkëpunimi me partnerët e listuar? (1=nuk ka bashkëpunim, 5=bashkëpunim i fortë)

	1	2	3	4	5
Furnizuesit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klientët	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bizneset fillestare në të njëjtin sektor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bizneset fillestare në sektorë të tjerë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompanitë në të njëjtin sektor (jo bizneset fillestare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kompanitë në sektorë të tjerë (jo bizneset fillestare)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konsulentët privatë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Universitetet dhe institucionet tjera kërkimore	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Qeveria	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Të tjera (ju lutemi specifikojini?):	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Jepni një mendim për deklaratat e mëposhtme (1 = nuk pajtohem, 7 = pajtohem plotësisht)

	Nuk pajtohem fare	Nuk pajtohem	Nuk pajtohem edhe aq	As nuk pajtohem as nuk kundërshtoj	Pajtohem deri diku	Pajtohem	Pajtohem plotësisht
Nuk mund t'i kuptoj problemet pa miq	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rrjeti është po aq i rëndësishëm sa vetë biznesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marrëdhëniet e biznesit përfshijnë reciprocitet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kthimi i favorit është më urgjent sesa shlyerja e borxheve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jam vigjilent ndaj zhvillimeve të tregut që krijojnë mundësi të mundshme partneriteti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gjithmonë i inkurajoj miqtë e mi që të m'i prezantojnë miqtë e tyre	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nuk e kam problem të prezantohem para të huajve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U dhuroj suvenire miqve të rinj për të shprehur urimet e mira kur ka ndonjë martesë, ngritje në detyrë, ditëlindje e kështu me radhë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gjithmonë kërkoj mundësi për të ngrënë dreka apo darka me miq të rinj	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
U dërgoj përsëritje miqve të rinj gjatë pushimeve/festave	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Shpesh ftoj miqtë e rinj të marrin pjesë në aktivitete të ndryshme shoqërore

Mund t'i lexoj mirë të tjerët dhe e di se si ndihen ata në një situatë të caktuar

E di mirë se çfarë kanë nevojë të tjerët dhe përpiqem të bëj atë që mundem për ta

Kur kam mosmarrëveshje me partnerët e mi, zakonisht përpiqem të jem fleksibil për të arritur një kompromis të kënaqshëm reciprok

Gjithmonë analizoj atë që do të doja të arrija me të tjerët

Nga miqtë e mi e di mirë se kujt mund t'i besoj dhe kujt jo

Mund t'i bashkoj mirë energjitë dhe burimet e mia me miqtë e mi të ndryshëm

E kam të qartë idenë për ndërvarësinë mes miqve të mi

### Fundi i Bllokut: RRJETËZIMI

---

### Fillimi i Bllokut: POTENCIALI DHE NEVOJAT E ARDHSHME

Cilat janë objektivat kryesore strategjike të kompanisë?

	Po	Jo
rritje e shpejtë për sa i përket numrit të të punësuarve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rritje e shpejtë për sa i përket të ardhurave	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rritje e shpejtë për sa i përket numrit të klientëve	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rritje e rentabilitetit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zhvillim i produktit/shërbimit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zhvillim i komunikimit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
zhvillim i teknologjisë	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
rritje e ndërgjegjësimit për markën	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ndërkombëtarizim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
të bëhemi anëtar i një ekosistemi grupi/biznesi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
të zhvillojmë partneritete me biznese të tjera fillestare në të njëjtin sektor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
të zhvillojmë partneritete me biznese të tjera fillestare në një sektor tjetër	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
të marrim një raund financimi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
të tjera (ju lutemi specifikojini:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Në 3 vitet e fundit, a keni bërë investime në inovacion dhe digjitalizim?

Po

Jo



Nëse po, kompania juaj

	Po	Jo
ka hyrë në një treg tashmë ekzistues duke prodhuar mallra/shërbime paksa të përmirësuara:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ka hyrë në një treg tashmë ekzistues duke prodhuar mallra/shërbime të modifikuara rrënjësisht: E drejta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ka lansuar një ose më shumë mallra/shërbime të reja që krijojnë një treg të ri:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Çfarë do t'ju duhej ose do të kërkonit për të zhvilluar dhe avancuar nivelin e inovacionit, H&ZH-në dhe ndërkombëtarizimin e kompanisë? (përzgjidhni ato që aplikohen)

- Mbështetje lehtësuese profesionale për t'u lidhur me organet profesionale dhe partnerët
- Rrjetëzim i përbashkët drejtë mundësive ndërkombëtare
- Pjesëmarrje në veprime, programe, instrumente dhe grante nga donatorët
- Të tjera (ju lutem specifikojini) \_\_\_\_\_



Cilat janë burimet aktuale të financimit të kompanisë? Duhet të qojnë në totalin prej 100%

financimi personal: \_\_\_\_\_  
miqtë dhe familja : \_\_\_\_\_  
kreditë bankare: \_\_\_\_\_  
kapitali i rrezikut (sipërmarrje/kapitali fillestar/engjëlli i biznesit/kapitali privat): \_\_\_\_\_  
mbledhja e fondeve: \_\_\_\_\_  
financimi publik (lokal, kombëtar): \_\_\_\_\_  
inkubatori/përsheptuesi i biznesit: \_\_\_\_\_  
donatorët: \_\_\_\_\_  
diaspora: \_\_\_\_\_  
kompanitë e tjera: \_\_\_\_\_  
të tjera, specifikoni: \_\_\_\_\_

Totali: \_\_\_\_\_

Në përgjithësi, si është ndikuar biznesi juaj në pandeminë Covid-19?

- Efekt i madh negativ
  - Efekt i moderuar negativ
  - Pak ose aspak efekt
  - Efekt i moderuar pozitiv
  - Efekt i madh pozitiv
- 

Në përgjithësi, pandemia Covid-19 për sa i përket potencialit të eksportit?

- Ka ulur mundësitë të biznesit
  - As nuk ka rritur as nuk ka ulur
  - Ka rritur mundësitë e biznesit
- 

Shkruani çfarëdo çështje që lidhet me mjedisin e biznesit që pengon zhvillimin e kompanisë ose sektorit tuaj në të cilin operoni. Ju lutemi jepni ndonjë rekomandim për të mbështetur kompanitë e TIK-ut?

---

---

---

---

---

**Fundi i bllokut: POTENCIALI DHE NEVOJAT E ARDHSHME**

---