

SOPHIA "THE ROBOT"
JU URON
GËZUAR KRISHTLINDJET
DHE VITIN E RI
2018

(faqe 50)

BM ALBANIA **BUSINESS**
MAGAZINE

>> Revista e Parë Online, dedikuar Sipërmarrjes

#INTELIGJENCA ARTIFICIALE
#SUKSES
#EKONOMI
#AGROTURIZËM
#DEKOR
#FRYMËZIM
#STARTUP
#SIENDERTOVA

TRENDING:

Miq, lexues të BusinessMag,

Kemi ardhur në ditët e fundit të vitit 2017 dhe nuk besoj se jam i vetmi që mendon se ky vit ka ikur jashtëzakonisht shpejt! Duket se ritmi i zhvillimit të gjërave dhe mënyrat e të jetuarit po evolojnë me një temp tjetër krahasuar me vite më parë. Dhe çdo vit e vëmë re gjithnjë e më shumë...

Nëpërmjet Business Mag Albania ne i ndjekim çdo ditë ngjarjet dhe njerëzit të cilët kaq vrullshëm po ndryshojnë jetët tona. Ata që po lënë gjurmën e tyre në këtë rrugëtim duke udhëhequr quhen sipërmarrës. Është pjesë e misionit tonë për të frymëzuar me modele të mira duke ushqyer frymën e sipërmarrjes tek të rinjtë dhe por jo vetëm.

Të jesh sipërmarrës do të thotë së pari të kuptosh se TI mund të marrësh përsipër të bësh ndryshimin pa pritur që këtë ta bëjë dikush tjetër për ty.

Ndaj edhe ne, si staf i Business Mag Albania me punën tonë besojmë se po bëjmë një ndryshim rrënjësor si në mendësi ashtu edhe në procese të prekshme duke furnizuar më shumë se 350 000 persona, që prej vitit 2015 me **Pozitivitet dhe Shpresë**.

Pikërisht këtë injektim pozitiviteti dhe shprese duam të sjellim me edicionin e 15-të të revistës në këto ditë të mbylljes së vitit.

Kështu që, kushtojini pak kohë këtij numri. Është kohë që ia dedikoni vetes dhe kur, më mirë se tani, mund ti dedikosh pak kohë vetes?

Në vrapin e 2017, ne arritëm që ta nxjerrim online këtë edicion të Business Mag, të cilin duam ta përcjellim tek ty së bashku me urimin për një **Vit Të Ri, plot Shëndet dhe Begati!**

**Shihemi në 2018!
Gerti**



PËRMBAJTJA

BUSINESSMAGAZINE
ALBANI

- 5 ÇFARË KEMI TË PËRBASHKËT BILL GATES, JEFF BEZOS DHE UNË?
KËSHILLA NGA NJERËZ TË SUKSESSHËM
- 6 9 MËNYRA PËR TË NISUR NJË KOMPANI NË VETËM 48 ORË
KËSHILLA NGA NJERËZ TË SUKSESSHËM
- 9 NUK KA RREGULLA PËR DEKORET E KËTYRE KRISHTLINDJEVE
2017 DREJT 2018
- 12 DREJT RITJES ME PIKËPYETJE
2017 DREJT 2018
- 19 PUNONJËSI NË QENDËR TË VËMENDJES PAS KLIENTIT...
INTERVISTA EKSKLUZIVE
- 22 TË JESH NDRYSHIMI QË KËRKON TË SHOHËSH
INTERVISTA EKSKLUZIVE
- 26 SPECIALE - HAPAT PËR KRIJIMIN E NJË BIZNISIT TË SUKSESSHËM
- 37 "KLIENTI NUK KA GJITHMONË TË DREJTË"
ENZO FERRARI
AUTO
- 41 MRIZI I ZANAVE
EVENTE / STARTUP GRIND
- 45 KRIS TODI: SHIJONI UDHËTIMIN, JO VETËM DESTINACIONIN
SHQIPTARË TË SUKSESSHËM NË BOTË
- 48 APLIKACIONI "FALCO"
TEKNOLOGJI
- 50 SOFIA, GRUAJA ME MË SHUMË TË DREJTA NË ARABINË SAUDITE
INTELIJENCA ARTIFICIALE
- 53 FORMIMI PROFESIONAL NË SHQIPËRI, NJË SFIDË E NISUR NGA AFTËSI PËR PUNË
JAVA E PRAKTIKAVE PROFESIONALE
- 58 SI E NDËRTOI JACK MA GJIGANTIN E INTERNETIT?
PERSONAZH
- 64 SI E NDËRTOVA EASY PAY!
PERSONAZH
- 68 PSE SILICON VALLEY PO BËHET I MËRZITSHËM?
ARTIKUJ "TOP RATED"
- 71 PËRDORIMI I CELULARËVE NË KLASË JA SI SHIKOHET NISMA E VIRGIN MOBILE AUSTRALIA
ARTIKUJ "TOP RATED"



KËSHILLA NGA NJERËZ TË SUKSESSHËM

BUSINESSMAGAZINE

Çfarë kemi të përbashkët Bill Gates, Jeff Bezos dhe unë?

KUNDËR STRESIT DHE PRODUKTIV

Jeff Bezos dhe Bill Gates mund të jenë dy njerëzit më të pasur në planet, por kjo nuk do të thotë që ata nuk i lajnë pjatat.

Të dy miliarderët thonë se ata i lajnë pjatat dhe gotat çdo natë pas darkës.

Në një intervistë me BusinessInsider Ceo Henry Blodget, Bezos tha se larja e pjatave është pjesë e rutinës së tij.

"Unë i laj pjatat çdo natë," tha Bezos, i cili gëzon një pasuri prej 95 miliardë \$. "Jam i sigurt

që kjo është gjëja më femërore që bëj," tha ai duke qeshur.

Gates, momentalisht njeriu i dytë më i pasur në botë, jo vetëm që i lan pjatat, por edhe e pëlqen këtë gjë.

I pyetur nga Reddit "Ask Me Anything", në vitin

2014, "Cila është gjëja më e veçantë që bën që askush nuk mund ta imagjinojë?" Gates, pasuria e të cilit është 89.2 miliardë \$, u përgjigj, "Unë laj pjatat çdo mbrëmje dhe më pëlqen shumë kjo gjë."

Edhe pse mund t'ju vijë për të qeshur, shkencë mendon se pas këtij aktiviteti mund të ketë ndonjë sekret. Studime të shumta kanë zbuluar se larja e pjatave redukton stresin dhe rrit kreativitetin.

Një studim i Universitetit Shtetëror të Floridës zbuloi se studentët, të cilët ishin të fokusuar gjatë larjes së enëve (dmth.fokusi në frymëmarrje dhe prekje, aroma dhe të shijuarit e procesit) panë një ulje të nivelit të tyre të stresit dhe një nxitje në frymëzim. Ndjesia e ujit të ngrohtë ose era e sapunit stimulojnë trurin.

Një tjetër studim i Universitetit të Kalifornisë, Santa Barbara, zbuloi se kryerja e detyrave të pamenduara lejon që truri të aftësohet dhe të angazhohet në

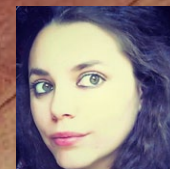
zgjdhjen kreative të problemeve.

Për shembull, njerëzit të cilët e përfunduan të parët një detyrë "të mërzitshme", si kopjimi i numrave nga një libër telefonik, ishin në gjendje të mendonin më shumë në mënyrë kreative, sipas një studimi të Universitetit të Lancashire-it Qendror.

Mendoni pak: Kur i merrni idetë tuaja më të mira? A ndodh kur jeni të ulur në tavolinën tuaj duke pritur që ato të vijnë? Apo kur nuk jeni të fokusuar gjatë kohës duke bërë dush ose duke bërë ushtrime fizike dhe një mendim i shkëlqyer papritur lind në kokën tuaj?

Procesi aspak argëtues i larjes së pjatave mund t'ju ofrojë të njëjtën gjë.

Pra, herën tjetër kur të shihni një piring me pjatë të palara në lavaman, mos u tregoni indiferent, por përvishni mëngët dhe futjuni punës. Ky aktivitet do t'ju ndihmojë të jeni më të qetë dhe më kreativë.



ANEROLA TOROLLARI
Editor @Business Mag Albania

9 Mënyra për të nisur një kompani në

VETËM 48 ORË

Përgatitur nga: Anerola Torollari

A mund të nisni një kompani në 48 orë? Sigurisht. Ju mund t'i aplikoni këto koncepte në kompani pothuajse të çdo lloj industrie. Mbani mend, kjo këshillë është vetëm se si të filloni. Ndërsa të vazhdoni do t'ju duhet të optimizoni, përmirësoni dhe ndoshta të financoni atë që fillimisht nisët.

Ngrini një subjekt ligjor

Së pari, konsideroni ngritjen e një subjekti juridik si një LLC (kompani me përgjegjësi të kufizuar) ose C-Corp. Nëse nuk planifikoni të rrisni kapitalin sipërmarrës, një LLC ka gjasa të jetë mirë. Kërkoni në Google "Paketat e inkorporimit (incorporation packages)" dhe do të gjeni mjaft site që mund t'iu ndihmojnë. Në shumicën e shteteve, ju duhet gjithashtu një agjent i regjistruar. Shumë nga faqet e

inkorporimit mund ta ofrojnë këtë, por në thelb është një shërbim që mund të pranojë adresën në emër të entitetit tuaj, në mënyrë që të mos ekspozoni adresën tuaj personale.

nevojë për një .com, .al, .io, .co, etj? Mund të jetë e vështirë për të marrë një domain .com, por kjo i jep markës tuaj më shumë legjitimitet. Përdorni faqet si GoDaddy.com ose Google Domains. Dimë që mesatarisht kushton rreth 12 dollarë për vitin e parë.



Shembull për Shqipërinë:
<https://www.mbconsulting.al/services/legal/albania-company-formation/>

Blini një Domain

Kjo do të përfshijë faqen tuaj dhe adresën e-mail. A keni

Domain për Shqipërinë:
<https://www.webhost.al/>

Vendosni Email-in tuaj

Pasi të keni një domain, krijoni një llogari email. Ka shumë shërbime të postës elektronike, por sugjerojmë Gmail të Google, sepse ju mund të përdorni Google Drive, e cila është e mrekullueshme për organizimin dhe bashkëpunimin.

Nëse blini një domain

përmes Google, vetëm me një klikim merrni email-in dhe kushton rreth 5 dollarë/ muaj për llogari. Ju gjithashtu mund të krijoni grupet, që do të thotë nëse doni një kërkim të përgjithshëm për të shkruar në hello@[company].com, nuk do t'ju kushtojë një 5 dollarë/muaj tjetër – email-et automatikisht shkojnë në kutinë tuaj të postës ose në inbox-in e përdoruesve tuaj. Gjithashtu, duke pasur një email me domain-n e kompanisë suaj ju jep besueshmëri dhe ndihmon në mbajtjen e informacionit të lidhur me kompaninë në një vend.

Krijoni ngjyrat e markës dhe një logo

Për t'u dalluar, ju duhet të krijoni markën tuaj. Duhet të dilni në çdo medium me të cilin bashkëvepron një konsumator. Zgjidhni ngjyrat që kanë kuptim për markën tuaj. Zgjidhni të paktën dy: një ngjyrë primare dhe theksuese, që përdoret në të gjithë faqen tuaj. Ju duhet gjithashtu një logo. Përfundoni rastet kur po e beni vetë, por më së shumti konsideroni të kërkoni për talente si kompania "[New Media Communications](#)" për të krijuar një të tillë. Mos harroni, kur punoni me dizajnerët, është e rëndësishme të jepni shembuj dhe të shpjegoni mirë se çfarë duhet të përmbushë logoja. A është logoja horizontale apo katrore? A duhet të ketë emrin e kompanisë apo të jetë një simbol?

Krijoni kopje standarde

Krijoni një dokument që mban të gjithë informacionin. Mbuloni gjëra të tilla si një përshkrimi i shkurtër dhe i gjatë i kompanisë, përshkrimet e produkteve / shërbimeve, sloganet, etj. Ju do të duhet ta plotësoni këtë

informacion herë pas here, kështu që do t'ju kursejë kohë dhe do t'ju mbajë të organizuar nëse është e gjitha në një vend.

Ndërtoni faqen tuaj të internetit

Kompleksiteti i faqes tuaj të internetit varet nga biznesi. Për shembull, një biznes e-commerce ka nevojë për më shumë mendime rreth paraqitjes sesa një biznes shërbimi. Lajmi i mirë? Nuk ka nevojë për zhvillues: Vende si Wix e bëjnë të lehtë krijimin e faqes tuaj me anë të drag&drop që përshtaten me markën tuaj.

Pasi të përfundoni, lidheni në domenin tuaj. Shumica e template-ve të faqeve ju japin udhëzime se si ta bëni këtë, por zakonisht përfshin ndryshimin e regjistrimit të DNS.

Vendosni Google Analytics dhe Pixel Facebook

Një gjë e rëndësishme për t'u kuptuar është performanca e internetit. Duke vendosur Google Analytics dhe Facebook Pixel ju do të kuptoni më mirë trafikun e faqes suaj web dhe do të jeni më efektiv në caktimin e audiencave sapo të filloni të përdorni reklamat dixhitale. Të dy këto shërbime janë falas.

Ju do të shihni se sa trafik keni, cilat zona

klikohen më shumë, kush është duke bashkëvepruar me faqen tuaj dhe gjurmoni rezultatet e fushatave të marketingut.

Përdorni rrjetet sociale

Përdorimi i rrjeteve sociale është i mirë për SEO-n e përgjithshme dhe brandin tuaj. Mund të jetë gjithashtu një mjet i shkëlqyeshëm për tërheqjen e konsumatorëve. Edhe nëse nuk planifikoni të përdorni mediumin, sigurohuni që ju të zotëroni username-t e përdoruesit.

Zhvilloni emrin tuaj

Një mënyrë e shkëlqyer për të zbuluar markën tuaj është që ajo të përmendet në faqet e palëve të treta. Shikoni botimet të ndryshme dhe zbuloni se si mund të paraqiteni në to. Nëse jeni duke gjetur faqe që listojnë ofruesit e shërbimeve ose po jepni përgjigje për pyetjet në faqet si "Quora", e gjithë kjo bën zhurmë dhe tërheq vëmendjen.

Ky është vetëm fillimi i rritjes dhe drejtimit të biznesit tuaj. Nëse keni një ide biznesi, koha për të filluar është tani.



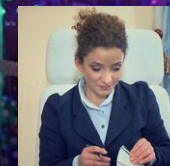
2017

2017 DREJT 2018

BUSINESSMAGAZINE

NUK KA RREGULLA

Për dekoret e këtyre
Krishtlindjeve



ALBANA MUÇAJ
Lead Editor @Business Mag Albania

Nuk ka qenë asnjëherë më e lehtë. Përzgjidh objekte dhe dekoru. Kompanitë tregojnë se modën mund ta bëni vetë. Si ka ndryshuar sjellja e shqiptarëve, të cilët duan më të mirën, por duan të shpenzojnë sa më pak

Kur u nisëm për të takuar Rafaela Ricën, për të mësuar çfarë po ndodh këtë vit me dekoret e Krishtlindjeve, kërkesën dhe trendet, na njofton se nuk do të mund të bënim foto në Show room-in e kompanisë së saj në hyrje të Tiranës, pasi ishte boshatisur. Ishte data 7 dhjetor. Ndërsa ne kishim bërë foto më parë, kuptuam se ka një kërkesë të shtuar për dekore në prag Krishtlindjesh. Rafaela, drejtuese e

"Iceberg Communication" tregon se ka siguruar më shumë elementë dekorativë këtë vit, por sërish nuk mjaftuan. Një kërkesë të shtuar për blerje e konfirmojnë të gjithë operatorët e kontaktuar në treg, duke filluar nga tregjet e hapura deri tek marketet e mëdha siç është "Jumbo". Në fillim të muajit dhjetor, radha për të paguar në kasë arrinte në 80-90 veta. Por, mos kujtoni se gjithçka shkon vaj për tregtarët e blerësit. Këta të fundit, janë bërë klientë më kërkuar por kjo nuk do të thotë se janë më dorëlëshuar. Ndryshe nga pak vite më parë, familjarët pretendojnë të dekorojnë më mirë ambientet e tyre, por nuk janë të gatshëm të shpenzojnë më shumë. E njëjta gjë ndodh me dekorin e qyteteve nga

bashkitë. Këtë vit, më shumë qytete kanë dekoruar sheshet dhe rrugët e tyre kryesore, ndërsa Tirana është shtrirë me dekorimet edhe në zona të reja si Pazari i Ri. Dekoret e qyteteve, në të cilat ka përvojë të hershme "Iceberg Communication", variojnë me vlera 1-10 milionë lekë. Ndërkohë, një dekorim mesatar për një familje (pemë dhe elementë dekorativë) mund të kushtojë mes 7 mijë-15 mijë lekëve.

Duke u bazuar në kërkesën deri në mes të dhjetorit, tregtarët flasin për buxhete në rënie krahasuar me një apo dy vite më parë, ajo çfarë e mban kërkesën e lartë është shtimi i numrit të klientëve.

Po cilat janë trendet e dekoreve në këto Krishtlindje?!

Ashtu si edhe në stilin e veshjeve, këtë vit nuk keni pse të shqetësoheni për kombinimet e dekoreve në pemë. Merr dekore e vendos në pemë, ose pothuajse...

Arbana Rica, te "Iceberg Communication" tregon se, tendenca përparon bashkë me veshjet. Në panaiet e dekoreve shihet se në glob aplikohen po ato linja të dizajneve të rrobave. Kryesojnë elementë tradicionalë, me format e kordeles me kuadratë. Por, dy vitet e fundit, tendenca duket se nuk kufizohet në dy-tre elementë për të dekoruar pemën. Tashmë një pemë "e modës" kërkon elementë të ndryshëm në forma dhe ngjyra të ndryshme.

Pra, dekoret që kemi blerë ndër vite mund të mblidhen të gjitha e të vendosen në pemë. Arbana Rica, tregon se, "duke filluar nga kukullat e fëmijëve, dekoret tradicionale, elementë tredimensionalë më të mëdhenj mund të vendosen në pemë". Nuk duhet të habiteni nëse tek pema e të afërmit apo mikut që do të uroni shikon brirët e drerit, apo një jastëk të qëndisur që integrohet brenda dekorit. Pupa e triko të vogla mund të vendosen gjithashtu në pemë.

Një pemë me tre fytyra

Ndoshta nuk e keni dëgjuar e parë më parë: një pemë me tre dekore. E nxitur nga dekoruesit, duket se po përqafohet ideja e dekorimit të pemës në forma të ndryshme. Familjarët po e zhvillojnë shumë dekorin e pemës në pjesë të caktuara, në forma të caktuara", thotë Arbana Rica. Nëse historikisht pema qëndron mes dy divanëve dhe nuk shihet 360 gradë, shumë

zonja po zgjedhin ta dekorojnë në kënde të ndryshme në forma të ndryshme, tradicionale, moderne, apo edhe me dekor përshtatur fëmijëve. Nëse është në kënd, siç ndodh në të shumtën e rasteve, ato thjeshtë e rotullojnë herë pas here, duke pasur kështu pamje të ndryshme të pemës. Arbana kujton se, "mjafton të integrosh me shije bashkimet e këtyre dekorimeve të ndryshme, dhe në një sezon ke tre atmosfera të ndryshme festive".

Fëmijët, edhe më në qendër të vëmendjes

Dhuratat poshtë pemës, shkojnë së pari për fëmijët, por më shumë shpenzime po nxiten në këtë drejtim. Në sallonet e dekoreve gjenden shumë elementë kushtuar fëmijëve. Mes trendeve të fundit, është një pemë enkas për dhomat e gjumit të fëmijëve.



Dekore të vogla të ndryshme gjenden për djem dhe vajza. Edhe këtu tradicionalja është "dorëhequr" duke u vendosur mënjanë, pasi personazhet e Krishtlindjeve nuk janë më vetëm plaku prej bore, apo ariu polar. Fëmijët janë në qendër të vëmendjes edhe kur flitet për pakot. Thasët me dizajn u kushtohen kryesisht atyre.



Trend/tradicionale

Një dekor modern përbëhet nga kristalet e borës dhe elementët e qelqit.

Por, një pemë jeshile me globa të kuq dhe të artë, është "mbretëresha" e padiskutueshme e Krishtlindjeve.

Disa këshilla për dekorin e duhur

Nisuni nga hapësira. Pavarësisht dëshirës, një pemë e madhe në një apartament të vogël do të ishte një dështim.

Nëse nuk mund të largoni një mobilje nga salloni, zgjidhni më mirë një pemë të vogël dhe fokusohuni tek detajet e dekorit.

Dekori në fund të pemës. Një tapet i bardhë i vendosur poshtë pemës do të japë efektin e një sipërfaqeje të mbuluar nga bora. Vendosni mbi tapet dhuratat rreth e qark pemës në mënyrë të çrregullt.

Nëse keni oxhak, vendosni çorape të kuqe. Çorapet janë një element që mund të përdoren, sidomos nëse janë të punuar me dorë. Çdo anëtar i familjes këshillohet të ketë çorapen e tij.

Shpenzimi mesatar në Europë

Një studim i viteve të fundit bërë nga kompania "Deloitte", tregon se Krishtlindjet në Europë, kush-tojnë mesatarisht rreth 450 euro për familje.

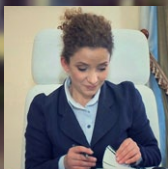
Flitet jo vetëm për dekoret, por edhe shpenzimet për konsum apo aktivitete të ndryshme përgjatë festës së Krishtlindjeve. Luksemburgu kryeson me gati 830 euro për familje.



Një tendencë në rritje shfaqet në Zvicër, me një vlerë prej rreth 660 euro. Në Gjermani vlerësohet të shpenzohen rreth 400 euro për familje, Finlandë 670 euro, Danimarkë rreth 640 euro dhe Francë rreth 530 euro.

DREJT RRITJES ME PIKËPYETJE

Parashikimet ekonomike për 2018-ën janë pozitive, ndonëse sipërmarrës dhe ekonomistë theksojnë se e gjithë kjo mbarëvajtje mund të çenohet nga ndalimi i reformave, klimës politike dhe kushteve të mottit



ALBANA MUÇAJ
Lead Editor @Business Mag Albania

Sinjalet pozitive për mbarëvajtjen e ekonomisë shqiptare në 2018-ën, shoqërohen me pikëpyetje të mëdha, çka paralajmëron se çdo problem i mundshëm politik apo natyror mund të dëmtojë rritjen ekonomike.

Dëmi nga përmbytjet, është një prej këtyre risqeve dhe nuk është ende pjesë e vlerësimeve të fundit të institucioneve për parashikimet ekonomike. Vendit i duhet të

përballet njëkohësisht me sfidën për të tërhequr investime të huaja direkte në ato nivele sa të mbushë hendekun që do të krijojë përfundimi i investimeve të mëdha TAP e Devoll.

Miratimi i lehtësive për të investuar në turizëm elitari duket një përpjekje e qeverisë për të tërhequr investime të reja, por ekspertët e institucioneve janë skeptikë, përveçse kritikë për diferen-

cimin e taksave në turizëm. Në tregun financiar pritet ndërkohë të ketë një pikë kthese. Banka e Shqipërisë ka njoftuar se do të vijojë të mbajë të ulët normën e interesit deri në mes të 2018-ës. Pas kësaj, qëndron mundësia e rritjes së kostove të financimit.

Një shpresë e mirë për prodhuesit në 2018-ën është mundësia për eksporte. Çmimet pritet të vijojnë të nxisin eksporte me rritje në dy

shifra të paktën në disa sektorë. Ndërkohë, përfaqësues të industrive shpresojnë në një stabilitet politik dhe në vijim të reformave, si në fushën e drejtësisë edhe në formalizimin e tregut vendas. Qeveria shqiptare pret që ekonomia jonë të rritet 4.1% në 2018-en, ndërsa, institucione si Banka Botërore dhe Fondi Monetar Ndërkombëtar kanë rishikuar në ulje këtë shifër, duke parashikuar një rritje prej 3.7%. ✓

Agroindustria më e fuqishme, nëse vijon lufta kundër informalitetit



Alban Zusi

President i Qendrës së Eksporteve Shqiptare

Në 2018-ën, eksportet pritet të vazhdojnë të rriten përsëri në numra dyshifrorë. Pres që viti i ardhshëm të ketë sërish një rritje të eksporteve, agroushqimoret në veçanti. Parashikohet të fillojnë eksportet e frutave dhe industria agroushqimore brenda vendit pritet të zëvendësojë më tepër importe. Rritja e prodhimit, pritet të jetë veçanërisht në sektorët e mishit dhe qumështit. E gjithë kjo nëse qeveria vijon të mbajë ritmin e reformave në luftën kundër informalitetit. Industria vendase do të rritet nëse vijnë të mbyllen aktivitetet abuzive. Si sipërmarrës jam optimist.



Kujdes me tregun rajonal



Arben Shkodra

Sekretar i Përgjithshëm, Bashkimi i Prodhuesve Shqiptarë

Ky vit ka qenë i brishtë për sipërmarrjen private. Ai u karakterizua nga një situatë politike e paqëndrueshme, fillimisht me çadrën e opozitës në pranverë e më tej me zgjedhjet dhe ristrukturimin e institucioneve shtetërore. E gjithë kjo ka sjellë një situatë jo të qartë për dialogun me qeverinë.

2018-a do të jetë një vit pa zgjedhje, që pritet të ketë ndjekje e vazhdim të reformave. Ajo çfarë u pa me aksionin kundër informalitetit në 2017-ën, është një situatë më e qetë, më e matur dhe Drejtoria e Tatimeve ka pasur performancë më të mirë me bizneset e rregullta.

Për sa i përket rritjes ekonomike, sipërmarrja shpreson se një ftesë e mundshme për hapjen e negociatave do të jetë një shtysë e mirë. Për shkak të kësaj, ka shpresë për investimet e huaja.

Me qeverinë vazhdojmë të kemi një dialog të vakët nga ana jonë për shkak të ristrukturimit të shtetit, por kjo do të ishte e pafalshme në 2018-ën. Duhet patjetër të ulemi në tryeza

teknike. Nëse kjo nuk ndodh do të fillojmë të mos jemi më pjesë e tryezave ku flitet dhe nuk konkretizohet asgjë. Zhvillimet rajonale na tregojnë se duhet të bëjmë disa detyra shtëpie në lidhje me prodhimin vendas, i gjithë rajoni po mbështet "made in..."

Vitin tjetër, fillon të krijohet zona ekonomike rajonale, çka do të thotë se nëse nuk do gjejmë mënyrën si të mbrojmë disa produkte dhe nuk sigurojmë një lloj proteksionizmi (pozitiv), do të mund të kemi probleme të tjera. Ka shumë për të bërë në këtë drejtim dhe duhet filluar që në janar. Prodhuesit kërkojnë që qeveria të ulët me ta, për të kuptuar kush janë të mirat dhe të këqijat e kësaj hapje dhe të mund të marrim lidhshëpin për një produkt të caktuar.

Nuk mund të mos tolerojmë që vaji ynë i ullirit të mos mbajë lidhshëpin në rajon, apo acciugët e detit. Domate, tranguill e sallatë, që prodhohen në dy cikle, duhet të mbeten gjithashtu një avantazh për ne. Flasim për një treg prej 20 milionë banorësh, i cili duhet të jetë i yni për disa produkte të caktuara, ashtu siç Serbia e vende të tjera mund ta kenë për produkte të tyre.

Pra, duhet të cilësojmë ku jemi të fortë e të rikrijojmë markën "made in Albania" për t'ua vendosur të gjitha produkteve elitare.

Ambasadorët duhet të lënë pritje-përcjellet e politikanëve por të presin e të shoqërojnë sipërmarrësit e të bëjnë lobim për ta.

Në këndvështrimin privat, sipërmarrjet vazhdojnë të kenë probleme me aksesin në financim. Pikëpyetjet për investime janë të larta edhe në këndvështrimin e sipërmarrjes së huaj. Nuk ka ✓



sinjale për investime të huaja.

Duke iu rikthyer problemit të tregjeve, prodhuesit vendas në shumë raste janë në disfavor ndaj kompanive rajonale. Taksa e ambalazhit bën që prodhimi i ujit në vend të jetë më i shtrenjtë se një ujë që vjen nga rajoni, barrierat doganore apo skanimi vijnë të krijojnë probleme për produkte si mielli, apo edhe bimët mjekësore.

Përkrah shmangies së pengesave për prodhuesit vendas, kërkohet të zhvillojmë një ekonomi komplemetare.

2018, vit me mundësi e risqe Institucionet të sigurojnë qëndrueshmëri



Intervistë me
Arben Malaj,
ekonomist

Ky vit ka qenë i brishtë për sipërmarrjen private. Ai u karakterizua nga një situatë politike e paqëndrueshme, fillimisht me çadrën e opozitës në pranverë e më tej me

zgjedhjet dhe ristrukturimin e institucioneve shtetërore. E gjithë kjo ka sjellë një situatë jo të qartë për dialogun me qeverinë.

2018-a do të jetë një vit pa zgjedhje, që pritet të ketë ndjekje e vazhdim të reformave. Ajo çfarë u pa me aksionin kundër informalitetit në 2017-ën, është një situatë më e qetë, më e matur dhe Drejtoria e Tatimeve ka pasur performancë më të mirë me bizneset e rregullta.

Për sa i përket rritjes ekonomike, sipërmarrja shpreson se një ftesë e mundshme për hapjen e negociatave do të jetë një shtysë e mirë. Për shkak të kësaj, ka shpresë për investimet e huaja.

Me qeverinë vazhdojmë të kemi një dialog të vakët nga ana jonë për shkak të ristrukturimit të shtetit, por kjo do të ishte e pafalshme në 2018-ën. Duhet patjetër të ulemi në tryeza

Ka disa faktorë që mund të kenë efekt pozitiv bazuar edhe në përmirësimet ekonomike në partnerët tanë

ekonomikë dhe brenda ekonomisë europiane edhe globale në tërësi. Nuk duhet nënvlerësuar fakti që Italia parashikohet të ketë situata jo të lehta ekonomike, por ndikimi i saj në ekonominë shqiptare shpresohet të jetë jo i ndjeshëm, pasi eksportet tona janë biznese italiane të prenotuara për tregje jashtë Italisë.

Nga faktorët e brendshëm, ekonomia do të ketë impulse pozitive sepse konstatohet një rritje e kërkesës agregate, kredia e re për individët dhe biznesin po rritet, kredia në lekë ka një trend rrites të vazhdueshëm, ndërsa ajo në valutë ka një trend rënës duke ulur riskun e kursit të këmbimit në ekonomi. Pritet që investimet publike të rriten dhe ndoshta edhe në mënyrë më propocionale gjatë gjithë vitit. Efekti i paketës shtesë 1 miliard euro pritet të analizohet në dinamikë. Mbeten pika të dobëta efektet në rritjen ekonomike të përmbytjeve, zjarreve dhe thatësirës së vitit 2017 dhe gjatë vitit 2018.

**EFEKTET BUXHETORE
TË KRIZËS SË
ENERGJISË MUND TË
KËRKOJNË
RISTRUKTURIM TË
BUXHETIT GJATË
VITIT 2018.**

Impakti social dhe psikologjik i paqartësive që mund të rriten nga situata politike nuk pritet të ndikojë në biznesin vendas, por mund të spostojë në kohë investime të huaja direkte.

Çelja e negociatave gjatë vitit 2018 mund të jetë një mesazh me efekte pozitive tek investitorët e huaj por, rritja e tyre kërkon reformat strukturore si ajo e drejtësisë, mirëqeverisjes vendore dhe qendrore dhe reforma e ambientit të biznesit.

Si ndikon paketa fiskale dhe buxheti i parashkuar për 2018-ën në ecurinë e ekonomisë?

Lidhur me paketën fiskale, efektet buxhetore dhe ekonomike mund të mos jenë pozitive, për shkak të një bashkëpunimi gjithëvjetor të qeverisë me komunitetin e biznesit. Politikat tatimore dhe administrimi tatimor duhet të synojnë përmirësimin e ambientit në tërësi, për më shumë lehtësi për investim dhe punë. Rritja ekonomike më e lartë, e qëndrueshme dhe e drejtë është vizioni dhe strategjia më e mirë si për stabilitetin e financave publike edhe për uljen e papunësisë, varfërisë dhe ndaljes së thellimit të pabarazisë.

Cila mendoni se do të jetë klima e biznesit në 2018-ën?

E pa qartë! Prandaj duhen bërë përpjekje maksimale me ndërhyrje konkrete mirëqeverisëse për të eliminuar riskun që "e paqarta" të bëhet e pasigurtë, sepse nëse arrihet në këtë fazë, tkurren pritshmëritë pozitive, rritet pasiviteti dhe pasiguritë, të cilat dëmtojnë rëndë kërkesën agregate në ekonomi, pa rritjen e të cilës nuk ka rritje punësimi dhe reduktim varfërie.

Unë kam parashtruar idenë që qeveria shqiptare të mund të aplikojë një moratorium trevjeçar 2018-2011, për mos ndryshim të politikës së taksave dhe rregullave të administrimit fiskal.

Kjo periudhë të përdoret për modernizimin e administrimit tatimor dhe rishikimin e politikave të reja tatimore vetëm në fillim të çdo mandati. Kjo rrit edhe besueshmërinë publike të qeverisë dhe ndihmon përmirësimin e pritshmërive të çdo aktori ekonomik.

Mungojnë burimet e qëndrueshme të rritjes



Besart Kadia

Drejtori i
Instituti
"Pashko"

Shqipëria ka hyrë në një trend të ritmeve të ulta të rritjes ekonomike që në vitin 2011 ku rritja mesatare, përfshirë edhe vitin 2018, vlerësohet të ketë qënë 2.4% në vit. Por, në tërësi, duke përjashtuar disa masa të përkohshme korrektuese institucionale, nuk është vënë re ndonjë ndryshim thelbësor i strukturës së ekonomisë sonë. Në fakt, disa



tregues si Indeksi i Kompleksitetit Ekonomik është përkeqësuar në vitet e fundit. Mungesa e inovacionit në ekonomi vihet re edhe në strukturën e pandryshuar të eksporteve si dhe të kredithënies gjatë viteve të fundit. Shohim që në tërësi sektori privat nuk ka ndonjë impuls pozitiv për të na bërë optimist për efektet e rritjes ekonomike gjatë vitit 2018 për pasurinë kombëtare. Në fakt, rritja ekonomike e vënë re në dy vitet e fundit vjen kryesisht për shkak të investimeve në sektorin energjistik. Kjo e dhënë mbështetet edhe në parashikimet e bëra nga Banka Botërore.

VITI 2018 ËSHTË VITI I FILLIMIT TË
KONSOLIDIMIT FISKAL, QË
NËNKUPTON PRAKTIKISHT LIDHJEN
E DUARVE TË QEVERISË "RAMA II"
PËR TË NDËRMARRË PROJEKTE TË
MËDHA INFRASTRUKTURORE ME
NDIKIM TË MENJËHERSHËM PËR
VITIN 2018.



FMN ul "dozën" e optimizimit

Fondi Monetar Ndërkombëtar ka rishikuar në ulje parashikimet e saj për rritjen ekonomike të Shqipërisë për vitet 2018, 2019. Sipas vlerësimeve të prezantuara në "Pasqyrën Ekonomike Globale" në tetor të 2017-ës, pritshmëria për rritje ekonomike për vitet 2018 dhe 2019 është ulur me 0.4 pikë përqindje për secilin vit, krahasuar me parashikimet në muajin prill të 2017-ës. Rritja ekonomike, sipas FMN-së pritet të jetë 3.7% në 2018-ën dhe 3.8% në 2019-ën.

Ulja e pritshmërive për rritjen ekonomike u pasua me përqendrimin e disa parashikimeve të tjera si ai për kërkesën e brendshme dhe investimet bruto. Uljen e ritmeve të kërkesës, eksperët e FMN-së, e lidhin me vështirësitë e vendit tonë për të gjeneruar burime të reja të rritjes, pas përfundimit të projekteve të mëdha në sektorin e energjisë (TAP dhe HEC-i i Devollit).

Uljet e parashikimeve të fundit kanë prekur të tre vitet, 2017, 2018 dhe 2019. Për 2018-ën, konsumi pritet të rritet me 1.4% dhe në 2019 2.1%.

Në të njëjtën kohë, janë ulur dhe pritshmëritë për investimet bruto. Për 2018-ën, ato pritet të arrijnë sa 24.5% e PBB-së dhe në 2019-n sa 24.4% e PBB-së (përkatesisht -3% dhe -2.2% më pak se parashikimet e mëparshme). Edhe për 2017-n FMN pret që rritja e investimeve të jetë 24.8% e PBB, me një ulje gati 4 pikë përqindjeje.

Parashikimet FMN

	Parashikimi fillimviti	Parashikimi fundviti
2018	4.1 %	3.7%
2019	4.1 %	3.8%

Banka Botërore në raportin e saj të rregullt ekonomik për Ballkanin Perëndimor, paralajmëroi një ngadalësim të rritjes ekonomike për Shqipërinë, si rrjedhojë e përfundimit të investimeve të

mëdha të huaja dhe rritjes më të ngadaltë sesa pritej të partnerëve tanë tregtarë. Në vlerësimet për Shqipërinë, Ilda Shijaku, eksperte e Bankës Botërore është shprehur se, rritja ekonomike do të jetë më e ulët pas përfundimit të projekteve të mëdha, TAP dhe Devoll dhe mosplanifikimit të projekteve të tjera të mëdha.

Në vlerësimet e fundit të saj, Banka Botërore, parashikon që rritja e vendit të jetë 3.8% në vitin 2017, për t'u ngadalësuar më pas në 3.6% në vitin 2018 dhe 3.5% në vitin 2019.

"Rritja më e ulët nga pritshmëritë e partnerëve tregtarë mund të zvogëlojë eksportet e Shqipërisë dhe flukset hyrëse të investimeve të huaja direkte", vlerësohet në raportin ekonomik të Bankës Botërore. Raporti thekson njëkohësisht se kjo pritet të transmetohet në nivele më të ulëta të të ardhurave nga tatimet dhe investimeve publike dhe rritje më të ngadaltë të prodhimit.

Institucioni ndërkombëtar financiar vijon të theksojë në vlerësimet periodike, se forcimi ekonomik varet nga stabiliteti ekonomik dhe përmirësimi në klimën e biznesit. Për këtë kërkohet rritje e efikasitetit të gjykatave, menaxhimit të investimeve publike, aftësive të punës, dhe vijim i reformës në sektorin e energjisë. Përpjekjet e nisura pas zgjedhjeve të qershorit 2017 këshillohet të vijojnë edhe në

2018-ën, me objektiv reduktimin e varfërisë, sipas raportit të Bankës Botërore.

Vlerësimet e BB-së, tregojnë se ekonomia e Ballkanit Perëndimor po rimëkëmbet, madje ritmet e rritjes vlerësohet të përshpejtohen në rritje mesatare 3.3 % në 2018 dhe 3.6 % në 2019. Investimet nxitën rritje të fortë ekonomike në Shqipëri, Kosovë e Mal të Zi, ndërsa rritja e qëndrueshme në Bosnje erdhi për shkak të konsumit. Maqedonia dhe Serbia u përballën me tkurrje të rritjes ekonomike, e para për shkak të krizës politike dhe e dyta për shkak të dëmeve në prodhim që solli moti i keq në muajin shkurt.

Drejtoresha Rajonale e Bankës Botërore për Ballkanin Perëndimor, Linda Van Gelder ka theksuar në nëntor se, "është inkurajuese të vërejmë se afro një dekadë pas krizës financiare globale, punësimi më në fund po rimëkëmbet në nivelet e para-krizës në pjesën më të madhe të rajonit. Tani është më e domosdoshme se kurrë që vendet e Ballkanit Perëndimor të ruajnë tempin e reformave, me qëllim krijimin e mundësive dhe përmirësimin e standardeve të jetesës për të gjithë qytetarët e Ballkanit Perëndimor".

Rritja ekonomike, e shoqëruar me krijimin e vendeve të reja të punës, ✓

kontribuoi në uljen e varfërisë në rajon. Norma e varfërisë në 2017-ën vlerësohet paraprakisht të jetë 23.6 %, nga rreth 24.6% që ishte një vit më parë. Kjo do të thotë se rreth 124 mijë njerëz kanë dalë nga varfëria gjatë kësaj periudhe.

Por, raporti ekonomik rajonal thekson se, ndërsa mbetet pozitive perspektiva e rritjes ekonomike për vendet e Ballkanit Perëndimor, ato vijojnë të jenë ende të ekspozuara ndaj risqeve. Pasiguritë e politikave ose ndryshimi i kahut të tyre, mund të ngadalësojë investimet dhe rritjen ekonomike.



Banka e Shqipërisë optimiste

Por, nuk ndryshon vendimet e saj

Pas një rishikimi në rritje në muajt e parë të vitit, Banka e Shqipërisë ka vijuar të ruajë optimizmin e saj për rimëkëmbjen e ekonomisë vendase. Megjithatë, edhe nga vlerësimet e fundit të saj në dhjetor, nuk pati ndonjë ndryshim të pritshmërive për zhvillimet kryesore në ekonomi dhe në qëndrimet e saj.

Në mbledhjen e fundit të Këshillit Mbikëqyrës të Bankës u mbajt e pandryshuar norma bazë e interesit për lekun, në 1.25%. Guvernatori i Bankës Gent Sejko tha se, kjo normë ka nxitur financimin nga bankat ndonëse në nivele ende

të ulëta. Banka e Shqipërisë vlerëson se, tregjet financiare janë karakterizuar nga një ecuri relativisht e qetë në dy muajt e fundit, me norma të ulëta interesi, me prime të kontrolluara rreziku dhe me një tendencë stabilizimi të kursit të këmbimit. "Megjithatë, rritja e kredisë për ekonominë vazhdon të mbetet e zbehtë, duke shënuar vlerën 3.5% në muajin tetor", tha Sekjo. Ky është rezultat i uljes së ndjeshme të kredisë në euro dhe rritjes së kredisë në lekë në një vit me 9.3%.

Përmirësimet e lehta në prodhim dhe tregun e punës, ende nuk kanë ndikuar në rritjen e vlerës së prodhimit, çka do të motivonte më shumë sipërmarrje për të investuar. Këshilli Mbikëqyrës i Bankës vlerëson se, "zgjerimi i vazhdueshëm i kërkesës agregate ka sjellë një përdorim gjithnjë e më të plotë të kapaciteteve prodhuese. Norma e papunësisë zbriti në nivelin 13.6% gjatë tremujorit të tretë, në rënie me 1.1 pikë përqindje krahasuar me të njëjtin tremujor të vitit paraardhës.

Megjithatë, kthimi gradual i ekonomisë drejt ekuilibrit nuk është shoqëruar ende me rritjen e presioneve inflacioniste, në mënyrë të mjaftueshme për të kthyer inflacionin në objektiv". Inflacioni ishte 1.7%, në muajin nëntor, çka është ende nën pritshmëritë e Bankës së Shqipërisë. Një infacion i ulët do të ishte lajm i mirë për konsumatorët, por, sipas të dhënave të Intitutit të Statistikave, kjo nuk po vlen për familjet me të ardhura mesatare, e mbi të gjitha për familjet me të ardhura të ulëta. Mallrat ushqimore, të cilat kanë peshë të lartë tek këto familje, kanë vijuar të shtrenjtohen me ritme më të larta se produktet e tjera.

Për inflacionin në tërësi, Banka e Shqipërisë

vëren se në terma makroekonomikë, rritja e ngadaltë e inflacionit vazhdon të pasqyrojë efektin e kombinuar të disa faktorëve: hendeku negativ i prodhimit vijon të frenojë rritjen e kostove të punës dhe të inflacionit bazë; inflacioni në vendet partnere tregtare mbetet i ulët; dhe, kursi i mbiçmuar i këmbimit ul më tej çmimet e importit të mallrave bazë dhe të mallrave të konsumit.

Megjithatë, Banka e Shqipërisë vlerëson se efektet frenuese që vijnë nga këta tre faktorë do të zbehen gradualisht në të ardhmen. Guvernatori Sejko, tha gjatë konferencës për shtyp se, "projeksionet tona për të ardhmen flasin për një përmirësim të mëtijshëm të aktivitetit ekonomik në horizontin afatmesëm. Zgjerimi i aktivitetit ekonomik do të mundësojë një rritje të mëtijshme të punësimit dhe pritet të sjellë rritje më të shpejtë të pagave dhe të kostove të prodhimit. Këto zhvillime do të mbështeten, ndër të tjera, nga kushtet aktuale të favorshme të financimit dhe nga një ecuri e pritur më e mirë e kreditimit".

Në ndihmë, pritet të jetë edhe ulja e mëtijshme e raportit të kredive me probleme. Në nëntor niveli i kredive me probleme ishte 14.3%, çka tregon, sipas Guvernatorit se, "bilancet e sistemit bankar po vijnë drejt përmirësimit dhe se rreziku i kredisë po vjen drejt rënies".

Në pritshmëritë e saj, Banka e Shqipërisë parashikon rritje të çmimeve në tregjet ndërkombëtare, ndërsa pret të zbehet mbiçmimi aktual i monedhës vendase.

**BAZUAR NË KËTA
FAKTORË, BSH PRET
KTHIMIN E
INFLACIONIT NË
OBJEKTIV BRENDA
GJYSMËS SË PARË TË
VITIT 2019.**



INTERVISTA EKSKLUZIVE

BUSINESSMAGAZINE



ALTIN BAMLARI

ALBANA MUÇAJ
Lead Editor @Business Mag Albania

Punonjësi në qendër të vëmendjes

PAS KLIENTIT...

Era bëhet maxhorene, por çfarë fshihet pas biznesit që bëri të famshëm punonjësit e tij me rastin e 18 vjetorit

Interviste me Altin Bamllari, sipërmarrës në fushën e shërbimeve

Së fundi keni lançuar një fushatë interesante në Tiranë. Si ju lindi idea? Nga e morët nxitjen dhe a realizuat objektivat që kishit për këtë fushatë marketingu?

Ndoshta kjo pyetje i takon departamentit tonë të Marketingut dhe konkretisht, znj. Olisa Porodini, që e drejton atë. Megjithatë, do thoja që fushata reflekton frymën që mbizotëron në biznesin tonë e që na bën të jemi të suksesshëm: modestinë dhe besimin tek njerëzit.

Që nga fillimi, atëherë kur "Era" ishte vetëm nje restorant i vogël në Bllok e deri sot, kur shoqëria jonë ka 15 njësi shërbimi në

kryeqytet, me rreth 300 të punësuar, në jemi kujdesur gjithmonë të tregohemi modestë në çdo lloj fushate marketingu. U jemi shmangur shprehjeve të tilla butaforike si "ne jemi më të mirët", "kemi produktin apo shërbimin më cilësor, më të sigurt" etj. Madje, në të gjitha mesazhet tona nuk ekziston asnjë nga epitetet që shohim apo dëgjojmë rëndom nëpër reklama të ndryshme si "speciale", "i shkëlqyer", "i mrekullueshëm", "i garantuar", "i certifikuar" etj. etj.

Përkundrazi, kemi kuptuar qysh herët, se vetëmburrja është mënyra më e keqe e një fushate marketingu. Ndoshta ajo ka funksionuar dikur, kur konsumatori ishte më pak i

informuar mbi tregun, por jo sot, në kushtet kur informacioni merret në kohë reale dhe nga shumë burime. Aq me tepër që kjo metodë nuk është në natyrën tonë të të bërit biznes.

Pra, ne vendosëm në plan të parë njerëzit, kuzhinierët, picierët, shpërndarësit, kamari-erët, pjatararësit, të gjithë ata pa të cilët nuk do merrte jetë asnjë ide dhe asnjë projekt. Donim që, nëpërmjet kësaj fushate, t'iu tregonim klientëve tanë, por jo vetëm, se pas çdo kënaqësie që marrin tek "Era", qëndrojnë pikërisht këta njerëz të thjeshtë, që u japin jo vetëm shije, por edhe dashuri pjatave të tyre. Dhe mendoj se ia arritëm. ✓

Era bëri 18 vjet dhe ju tashmë e keni "një vajzë" të rritur. A ka ajo më shumë apo më pak nevojë për ju?

Është e vërtetë, "Era" s'ka shumë që i kaloi të 18-at dhe po ta shohim si një "vajzë të re", ashtu siç dhe që ndërtuar pyetja, tashmë do konsiderohej e rritur, e pjekur dhe e aftë për të përballuar e vetme sfidat që do hasë përpara. Po nga ky këndvështrim, do të thoja që "Era" është me fat sepse përveç "tre prindërve biologjikë" (tre ortakëve të shoqërisë, ku unë jam njëri prej tyre), ka tashmë një familje të madhe e të konsoliduar, e cila, edhe sikur "prindërit" të lajthisin apo të dalin në pension një ditë, ajo do të jetë gjithmonë aty për ta mbështetur "Erën" drejt sukseseve të reja.

Cili është vizioni dhe misioni i sipërmarrjes suaj dhe sa ju kanë ndihmuar apo penguar rrethanat?

Vizioni ynë ka qenë dhe mbetet të jemi në pararojën e bizneseve në fushën e shërbimit të ushqimit.

T'iu zbulojmë dhe ofrojmë njerëzve kënaqësinë e shijimit të gatimeve tradicionale, duke dhënë kështu edhe një kontribut të vyer për kulturën tonë të gatimit, sidomos karshi atyre qindra e mijërave turistëve të huaj që vizitojnë vendin tonë. Misioni ynë është që "Era" të ngelet gjithmonë një shoqëri e standarteve të larta, ideve të reja dhe, pse jo, një model i mirë dhe frymëzues për biznesin shqiptar.





Çfarë do të sygjeronit për sipërmarrjet e reja, në veçanti, në fushën e shërbimit?

Kjo është pyetja më e vështirë. Para shumë viteve çfarë nuk do t'iu sugjeroja. Do t'iu përcilla gjithë optimizmin tim, ambicien time, vullnetin dhe besimin që, nëse dëshiron të bësh diçka të mirë, do t'ia dalësh se s'bën. Pikë!

Sot i shoh gjërat pak më ndryshe. Njerëzit po ikin të gjithë. Shumë miq të mi biznesmenë u larguan të zhgënjyer, duke varrosur me lot në sy bizneset e tyre të dikurshme. Sot po ikte një tjetër. Nesër mund të iki edhe unë. Është shumë e trishtë kjo që po them, por s'më pëlqen të gënjej. Në këtë vend ka rënë hija e pesimizmit. Megjithatë, thuhet që diçka po lëviz dhe unë si biznesmen i mbaj sytë dhe veshët mprehur.

Nuk harrojmë asnjëherë të jemi të ndjeshëm edhe ndaj çdo problematike sociale, duke kontribuar, shpeshherë, materialisht dhe moralisht në mbështetje të grupeve dhe shtresave të ndryshme shoqërore në nevojë.

Sa për rrethanat dhe kushtet e zhvillimit të aktivitetit të biznesit, mund të them se jo gjithmonë ato kanë qenë të favorshme. Kam kuptuar herët se një biznesmen duhet të përballet me sfidat e tregut e të mos dorëzohet para kapriçove të tij, por kam kuptuar, gjithashtu, se në Shqipëri tregun e deformon shteti.

Qeveria e para, që nuk garantoi asnjëherë rregulla për të gjithë, që rrallë na pa si partner e më shumë si një lopë për të mjelë. Gjykatat, këto kompani me monopol të drejtën, që e vodhën dhe masakruan biznesin si të ishin ca gjobavënese të pashpirt. Mediat, ky pushtet i katërt, që në vend ta vinte shtetin me shpatulla pas muri shkoi e bëri biznes me të. Por, sido që të ketë qenë, ne përsëri ia kemi dalë. Mund të bënim shumë më shumë, por mund të krenohemi edhe me kaq sepse, tek e fundit, edhe këtu jemi në majë, aty ku asnjë lum s'na merr dot me vete.

Akoma s'kam parë gjë, megjithatë po e bind veten që kështu duhet të jetë. Pse të mos jetë?! Ne kemi një vend të mrekullueshëm, njerëz inteligjentë, pasionantë, bujarë dhe, mbi të gjitha, që e duan punën. Më vjen mirë që edhe në këto kushte ka akoma njerëz që rrezikojnë, që duan të ndërtojnë të ardhmen e tyre në atdheun e vet.

Admiroj gjithë ata sipërmarrës në fushën shërbimeve që përpigën të bëjnë më të mirën në një boshllëk të madh me njerëz të kualifikuar dhe në një terren me mungesa elementare në infrastrukturë.

Kam vetëm një sugjerim për ta: Mos u dorëzoni kurrë! Përshtatjuni tregut, mbani në pëllëmbë të dorës klientin dhe mos bëni kompromis me hajdutët me kollare.





**BIZNESI MË
I MIRË I VITIT
DHOMA E
TREGTISË
TIRANË
VLERËSON
"CFO PHARMA-N"**

Kompania e specializuar në fushën e farmaceutikës "CFO Pharma", e cila operon në tregun e Shqipërisë dhe atë të Kosovës është vlerësuar si biznesi më i mirë i vitit nga Dhoma e Tregtisë dhe Industrisë Tiranë. Nadir Causholli, drejtues i kompanisë u shpreh entuziast dhe theksoi besimin se ky është rezultati i një punë të

...

Motivimi është biznesi i saj. Madi, sipërmarrësja e 10 kompanive që po frymëzon botën

TË JESH NDRYSHIMI QË KËRKON TË SHOHËSH

Është hera e tretë që ndodhni ne Shqipëri, çfarë ju bëni të riktheheni sërish në këtë vend?

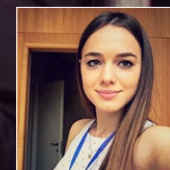
Intervistoi Neada Muçaj

Unë e dua Shqipërinë – është hera e tretë që ndodhem këtu dhe është e sigurt që do të kthehem përsëri. I dua njerëzit, më pëlqen mikëpritja juaj sepse më kujton Indinë, gjithashtu edhe zënkat e vogla se kush do t'a paguajë faturën pas drekës. Ndhem si në shtëpi. Njerëzit janë të ngrohtë, gratë janë të forta dhe më pëlqen otimizmi që keni (përtej sfidave me të cilat përballeni çdo ditë)... dhe sigurisht e dashuroj ushqimin! Nuk mund të jesh në dietë kur viziton Shqipërinë.

Kush është Madi për të gjithë lexuesit e BusinessMag që nuk ju njohin mirë?

Ha ha – nuk di të them sa shumë njerëz përpiqen të dinë "kush është Madi". Madi është një oqean – ndonjëherë jam shumë e qetë, si një rezervuar (liqen i vogël) dhe ti nuk do ta ndjesh praninë time, unë jam shumë e lumtur në botën time, unë nuk jam vetëm – më pëlqen të rri me veten. Pastaj herët e tjera jam një det me dallgë që motivon njerëzit dhe t'i shëtitë ata në vende të panjohura, ku të gjithë ne zbulojmë gjëra të reja për veten dhe ku veprimet tona ndryshojnë mjedisin që na rrethon.

Di të jem dhe stuhi me vetëtimë, mund të jem shkatërruese – jo e dhunshme, por e shkaktoj dëmin me fjalët e mia sepse nevríkosem. Pastaj unë jam stuhia, kështu mund të jem destruktive – jo e dhunshme, por e dëmshme me fjalët e mia, sepse irritohej nga mungesa e veprimit dhe vetëkënaqësia e të



NEADA MUÇAJ
Lead Editor @Business Mag Albania

tjerëve dhe thjesht marr përsipër të bëj atë që duhet bërë. Kam arritur të kuptoj energjinë që kam dhe mënyrën se si mund ta përdor atë dhe si të ndaj benefitet me të tjerët.

Pjesa ime e preferuar kur përfundoj fjalimet dhe kur takoj njerëz është reagimi me shumë dashuri që më japin

"A mund të të përqafoj?"

e kuptoj shumë mirë që kjo nuk ndodh sepse njerëzit më duan mua, por ata duan të ndajnë energjinë time dhe unë jam shumë e lumtur t'ju përçoj atë.

MADI do të thotë Make A Difference Idea, dhe qëllimi im është të ndihmoj njerëzit të përdorin idetë e tyre në mënyrë që të ndryshojnë botën. I vetmi qëllim në jetën time është të kthej 7 miliardë ide në veprime – një për secilin person në këtë planet, përfshirë dhe ty.

Mund të na tregoni më shumë për Madi Group? Arsyen pse e themeluat dhe benefitet që ajo sjell për ju dhe klientët tuaj?

Madi Group është një grup me 10 kompani momentalisht, të cilat ndajnë një filozofi, të shndërrojnë idetë në veprime që sjellin ndryshimin. Kompanitë janë të fokusuar në 4 shtylla kryesore, sipërmarrje, edukim, fuqizim dhe iniciativë. Unë jam një kapitaliste

sociale – ne bëjmë para sepse kështu mund t'i bëjmë jetët më të mira.

Në Madi Group nuk besojmë te kutitë –nuk besojmë te biznesplanet dhe nuk kemi një kulturë fajësimi. Ne jemi të gjithë të përgjegjshëm për atë që bëjmë, askush nuk ka ego dhe të gjithë përshtaten së bashku për të plotësuar setin tonë të aftësive. Është e vështirë të përcaktojmë si funksionon, por për ne funksionon sepse besojmë në kapitalin njerëzor, te asetet e njerëzve dhe te respekti.

Çdo ditë është festë, skuadra ime është familja ime dhe ndërkohë që biznesi (dhe jeta) është i vështirë ne asnjëherë nuk e heqim buzëqeshjen në fytyrat tona sepse kemi njëri-tjetrin.

Shpresojmë që njerëzit që punojnë me ne të ndjejnë të njëjtën gjë.

Ne jemi larguar nga klientët dhe biznesi kur ata nuk i janë përshtatur filozofisë sonë të vlerave, etikës dhe respektit në biznes.

Jeta juaj ka qenë një sfidë e gjatë deri sa arritët këtu ku jeni sot. Çfarë beson tani Madi, a lindim me fat apo e



krijojmë vet fatin tonë?

Ne e krijojmë vet fatin tonë, por sigurisht që dhe kemi lindur me fat. Jeta është një dhuratë edhe kur ka vështirësi. Këto vështirësi na bëjnë më të fortë dhe ne e kemi në dorë t'i kontrollojmë ato apo të na kontrollojnë. Fat do të thotë të kesh në kontroll fatin tënd përmes zgjedhjeve që bën. Shumë njerëz e gjejnë të vështirë këtë mendim, sidomos femrat, të cilat thonë se kanë shumë presione përreth. Ky është skenari im. Kur jeni në avion ju keni një njoftim sigurie. Mesazhi: "Ju lutem vendosni maskën e oksigjenit përpara se të ndihmoni dikë tjetër". Me fjalë të tjera, nëse nuk merrni dot frymë ju nuk mund të ndihmoni asken tjetër. Pra, fati juaj ndryshon kur ju fokusoheni te

frymëmarrja dhe të shijuarit e jetës, sepse ata rreth jush bëhen me fat gjithashtu sepse përfitojnë nga ju. E thjeshtë, por që ta kuptosh, duhet ta provosh!

Çfarë ju motivon të zgjoheni çdo mëngjes pozitive dhe të fluturonit në shtete të ndryshme për të motivuar femrat?

Unë e dua jetën! Unë jam në një mision për të kthyer 7 miliardë ide në veprime, nuk kam kohë për gjumë, koha ime në tokë po shkurtohet, dhe unë akoma kam shumë për të bërë – kjo është fuqia e të qenit "I Fokusuar"! Unë e di gjithmonë arsyen e asaj që jam duke bërë, prandaj jam shumë e lumtur që po e bëj dhe gjithashtu kam dhe një benefit tjetër: mundësinë për të njohur njerëz të rinj gjatë udhëtimit

tim. Nuk ekziston diçka e tillë si rastësia, njerëzit që takoj më japin energji dhe u fal iu fal atyre energjinë time, kështu së bashku ne bëjmë ndryshimin!

Çfarë është sukcesi për Madin?

E thjeshtë – unë nuk do ta ndryshoja jetën time me askënd në këtë planet – ky është përkufizimi im për suksesin sepse kjo do të thotë që nuk dua asgjë më shumë nga çfarë kam – dua më shumë sukses sepse dua të arrij ambiciet e mia, por unë e dua jetën time, me uljet dhe ngritjet e saj, mundësitë dhe sfidat. Unë i vendos vetes time qëllime në mënyrë që të mas suksesin tim – qëllimi im i momentit është të jem 'Best seller deri në vitin 2019' me librin



Të jesh një nënë dhe së fundmi një gjyshe, është diçka që më motivon sepse unë dua të bëj një botë më të mirë jo vetëm për fëmijët e mi, por të gjithë fëmijët në mbarë botën.

Sipërmarrja është mënyra më e mirë që ma siguron këtë, kështu të dyja përshtaten shumë mirë me njëra-tjetrën. Por, jam e mërzhitur që dita ka qaq pak orë!

Si e shihni situatën e sipërmarrjes dhe biznesit në vendin tonë?

Nuk dua të them diçka që mund të jetë politikisht e gabuar, por kur lëviz nëpër Tiranë ti sheh qartë pasurinë e madhe që ka një pakicë e vogël.

Ti gjithashtu sheh një mirëqenie të siguruara nga paratë që vijnë nga jashtë Shqipërisë.

Duke supozuar se taksat paguhen, atëherë një politikë e mirë mund të realizohej që disa nga këto pasuri të kontribuojnë në zhvillimin e sipërmarrësve të rinj. Shumë qytete jashtë Tiranës kanë nevojë për mbështetje në krijimin e sipër- ✓

tim Madi No Exuses! i cili ndan me njerëzit procesin për të kthyer idetë në vepra. www.madinoexcuses.com Më duhet të shes 15001 libra, deri tani kam shitur 1000 libra, por kam kthyer rreth 33,000 ide në vepra!

Si e menaxhoni të qenurit femër dhe një sipërmarrëse e suksesshme në të njëjtën kohë?

Unë jam lindur femër, as këtë nuk dua ta ndryshoj, sepse femrat kanë diçka shumë të fuqishme – ne kemi dhuratën e bukur për të dhënë jetë.





marrësve – mua personalisht më pëlqen shumë Korça, Vlora dhe Shkodra, por këto qytete kanë nevojë për ndihmë.

Ka më shumë shqiptarë jashtë Shqipërisë sesa brenda saj dhe kjo gjithashtu ju jep mundësinë e mirë për të nisur një fond investimesh që mund të menaxhohet në mënyrë transparente për të mbështetur sipërmarrësit e rinj.

Mbi të gjitha qeveria duhet të krijojë një mjedis të favorshëm për promovimin e sipërmarrjes, duke e bërë më të thjeshtë për individët të hapin biznese pa

kosto kufizuese, në mënyrë që ata të punësojnë një staf me kushtet e duhura (kushte të mira pune si fillim) dhe të kenë një periudhë kohore gjatë të cilës përjashtohen nga taksat, një fazë start up-i. Shqipërisë nuk i mungon optimizmi, as idetë, ne thjesht duhet të fuqizojmë dhe mbështesim sipërmarrësit.

Do të doja shumë të isha dhe unë pjesë e këtij procesi.

Disa njerëz lexojnë libra rreth suksesit, disa kanë mentorë që i këshillojnë dhe të tjerë thjesht besojnë në Zot, po Madi? Cilin

shembull ndjek ajo? A ka një model në jetë?

Gandhi thotë “Ti duhet të jesh ndryshimi që kërkon të shohësh.” Madi thotë: “Ti Ti duhet të jesh ndryshimi që kërkon të shohësh - Nuk ka justifikime!”

Gandhi është shembulli që unë ndjek sepse ai tregon sesi një person i vetëm mund të bëjë ndryshimin, Nelson Mandela, nënë Tereza, por personi që gjithmonë më mahnit më shumë dhe të cilin unë gjithmonë e falenderoj, është personi që pastron tualetin. Askush nuk do të përdorë një tualet të pisët dhe askush nuk pranon ta bëjë atë punë.

Cilat do të ishin disa mënyra apo strategji për të zvogëluar kulturën e justifikimit që ekziston në rininë shqiptare?

Nuk ka një kulturë justifikimi te të rinjtë e Shqipërisë. Kam takuar disa të rinj të mahnitshëm gjatë fjalimeve të mia në universitete. Shumë prej tyre duan të largohen nga Shqipëria - pra ata nuk po justifikohen, ata thjesht po dalin nga zona e tyre e komfortit për të provuar dhe për të gjetur diçka më të mirë te vetja.

Kjo gjë kërkon guxim. Gjithsesi, ajo që duhet të bëjmë është të

ndryshojmë mjedisin brenda Shqipërisë për t'iu dhënë të rinjve më shumë mundësi dhe t'i bindim ata të qëndrojnë dhe të ndërtojnë ekonominë në mënyrë organike brenda vendit – me anë të fuqisë, inovacionit dhe sipërmarrjes së banorëve të vendit. Kjo është arsyeja kryesore përse unë do të vazhdojë vizitat e mia në Shqipëri.

Unë dua të mbështes zhvillimin e sipërmarrjes dhe veçanërisht të ndihmoj të rinjtë e Shqipërisë ta bëjnë këtë.

Po punojë më disa njerëz fantastikë, të cilët besojnë se ne mund ta bëjmë ndryshimin, NAWE, EasyPay, Ambasada Gjermane në Shqipëri dhe Projekti i Sipërmarrjes Swiss Contact.

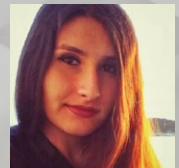
Na nevojiten më shumë bashkëpunëtorë për të arritur këtë qëllim. Ndërsa të rinjve dua t'iu them diçka...

Pse bari është më i gjelbër në kopshtin tjetër? ... Sepse aty ka më shumë pleh! Ju lutem qëndroni, ta bëjmë Shqipërinë të mrekullueshme!



SPECIALE - HAPAT PËR KRIJIMIN E NJË BIZNESI TË SUKSESSHËM

BUSINESSMAGAZINE



FIORELA JAUPI
Editor @Business Mag Albania



**SI T'I THONI ME
STIL SHEFIT
TUAJ QË PO
LARGOHENI
(PËR TË FILLUAR
BIZNESIN TUAJ)**

Disa punë në lidhje me teknologjinë (dhe shefat) janë të lehta për t'u lënë, me përjashtim të disa rasteve ku gjendeni në rrethana më të komplikuar. Ndonjëherë nuk është pakënaqësia ndaj punëdhënësit që e bën një punonjës të largohet nga puna, por është përqendrimi tek diçka më e madhe, siç është ...



Armira Lazaj:

THE STEPS FOR CREATING A SUCCESSFUL BUSINESS

konkursi që nxiti shpirtin sipërmarrës tek te rinjtë"

Në datat 18-19 Nëntor 2017 në kuadër të javës globale të sipërmarrjes, "Globe Tik & Language Education" organizoi edicionin e dytë të "The steps for creating a successful business", në Tiranë. Këtij konkursi iu bashkuan shumë të rinj, të cilët ndanë dhe diskutuan idetë e tyre inovatore të biznesit me njëri-tjetrin dhe jurinë. Business Magazine Albania duke qenë gjithmonë mbështetëse e organizimeve të tilla ndoqi këtë aktivitet me shumë interes përgjatë të 2 ditëve. Për të mësuar më shumë rreth risive që solli ky aktivitet, i zhvilluar në ambjentet e Tirana Business University, realizuam një intervistë me Armira Lazaj, e cila është ideatorja dhe organizatorja e këtij eventi.

BM Përhëndetje Armira! Së pari urime për organizimin për vitin e dytë radhazi të konkursit "The steps for creating a successful business". Së dyti, na tregoni pak më shumë rreth këtij eventi i cili mbledhi përgjatë 2 ditëve, rreth 15 ide dhe startupe të reja.

A Përhëndetje! Si fillim më lejoni t'ju falenderoj për intervistën dhe mbështetjen tuaj për të dytin edicion radhazi, nëpërmjet promovimit të ideve startup.

"The steps for creating a successful

business", në këtë edicion të dytë erdhi sërish fundjavën globale të sipërmarrjes, në datat 18-19 Nëntor 2017. Ky aktivitet pati si qëllim të vetin, përfshirjen e të rinjve, nëpërmjet prezantimit të ideve inovative të biznesit, në një event dy ditor trajnimi dhe konkurimi.

Programi u përbë nga prezantime dinamike, ritëm i shpejtë, larmi tematikash dhe panel jurie vlerësimi nga fusha akademike dhe e sipërmarrjes. Gjithashtu patëm një panel profesionistësh të suksesshëm, të cilët i men-





toruan vazhdimisht gjatë eventit. Një event si "The steps for creating a successful business" ofroi profesionalizëm, emocione, konkurrencë si dhe mbështetje teknike dhe financiare për idenë fituese.

BM Si ishte i organizuar konkursi? Cila grupmoshë ishte më së shumti e interesuar për të marr pjesë?

A Të ftuar special, profesionistë të suksesshëm trajtuan tematika të ndryshme ditën e parë të aktivitetit, përsa i përket sipërmarrjes dhe elementëve të tij, rëndësisë së markës dhe marketingut,

menaxhimit efektiv të kohës etj. Gjithashtu të rinjtë pjesëmarrës u informuan për rëndësinë e TIK në biznes, menaxhimin e burimeve njerezore, si dhe hartimin dhe krijimin e një plani biznesi.

Një rëndësi të veçantë i kushtuam edhe krijimit të networking midis pjesëmarrësve-lektorëve-mentorëve, pasi ky ishte objektivi i aktivitetit, nxitja e shpirtit sipërmarrës tek të rinjtë pjesëmarrës si dhe ofrimi i mundësisë së prezantimit të këtyre ideve, ditën e dytë të aktivitetit.

Konkurrentët i përkisnin kryesisht moshës 18-28 vjeç dhe prezan-

tuan në formë individuale ose në grup (2-4 persona) idetë e tyre të biznesit.

BM Çfarë mendoni për idetë e këtij viti dhe flasim këtu jo vetëm për ato fituese, por të gjitha në tërësi? A kanë evoluar ato në krahasim me idetë e 1 viti më parë?

A Idetë më lejoni t'i cilësoj si "brilante". Gjithçka është e mundur nëse ke pasionin dhe vullnetin për t'i shkuar deri në fund, sigurisht kjo kur gjen edhe një dorë mbështetëse. Pjesëmarrësit prezantuan ide nga më të larmishmet, nga industri të ndryshme, madje edhe këtë vit pati inovacion dhe kreativitet. Nuk mund të flas për evoluim idesh, pasi rinia shqiptare posedon



kapacitet të lartë mendor dhe mbi të gjitha shumë energji. Ajo çfarë mund të them është se paneli i jurisë së vlerësimit e pati tepër të vështirë të përzgjidhte më të

mirët ndër më të mirët, kjo e thënë nga përvoja personale, pasi pata privilegjin dhe kënaqësinë, jo vetëm të moderoja aktivitetin dhe të trajtoja seancën trajnuese, por edhe të isha pjesë e panelit të jurisë së vlerësimit të ideve.

Më lejoni këtu të falenderoj përzemërsisht gjithësecilin prej tyre për kohën dhe përkushtimin! Falenderimin po e nis nga sponsori ynë financiar Union Bank Albania, e cila sponsorizoi idenë fituese me shumën prej 100.000 lekë.

Dëshiroj të falenderoj z. Gerti Boshnjaku, moderatorin z. Arber Cepani, z. Daniel Guce, znj. Edona Bilali si dhe z. Elton Saliq, fituesin e edicionit të parë. Kjo është edhe një risi e këtij eventit, pasi fituesi i çdo edicioni është automatikisht pjesë e panelit të jurisë së vlerësimit të ideve në edicionin pasardhës... Secili prej këtyre anëtarëve ishte një ngjyrë më tepër dhe vlerë e shtuar e aktivitetit.



BM – Ju përmendët Union Bank si sponsorin kryesor të këtij aktiviteti, por cilët ishin mbështetësit dhe partnerët e tjerë të këtij eventi?

A - Plotësimi i 'puzzle' për realizimin e aktivitetit u mundësua pikërisht nëpërmjet partneritetit të frytshëm, i cili vjen për të dytin vit radhazi me mbështetësit dhe partnerët, të cilët mbështesin idetë fituese nëpërmjet aktiviteteve promovuese, praktikave profesionale dhe këshillimit të karrierës.

Dëshiroj t'ju veçoj JU, Business Magazine Albania, si platformën online më të suksesshme të promovimit të sipërmarrjes dhe agjencinë New Media Communications për përkushtimin, qendrën e Formimit profesional "Globe TIK & Language Education", Az. Consulting Shpk, "Tirana Business University", pasi na hapi dyert duke na përçafuar sërish, nëpërmjet ofrimit të të gjithë lehtësive të nevojshme për realizimin e trajnimit në ambjentet e tyre.

Sinqerisht ishte kënaqësi e veçantë të bashkëpunonim me një universitet, i cili i jep përparësi aktiviteteve ekstrakurrikulare dhe veçanërisht promovimit të sipërmarrjeve të reja.

Këtë vit na u bashkuan edhe mbështetës të rinj, si agjencia e marketingut Mindset3Consulting, NeoCharger, ideja fituese e edicionit të parë e cila e ka vënë në jetë sipërmarrjen e tij, duke qenë se po operon aktualisht në treg. Emisioni "Mirëmëngjes Shqipëri" në RTSH, e cila i dedikoi një hapësirë televizive këtij edicioni pak ditë para zhvillimit të aktivitetit dhe një hapësirë speciale ideve fituese vetëm pak ditë pas përfundimit të aktivitetit. Dëshiroj t'i shpreh mirënjohjen moderatorëve z. Arbër Cepani dhe znj. Blerina Shehu për përkushtimin.

BM Së fundmi, a jeni e kënaqur nga pjesëmarrja e këtij viti dhe a ka ardhur në rritje interesi për këtë kompeticion?

A Hmmm, rezultatet flasin vetë... Interesimi për të marrë

pjesë në këtë aktivitet i tejkaloi pritshmëritë tona realist! Në kompeticion morën pjesë mbi 50 të rinj, rreth dyfishi i pjesëmarrësve të edicionit të parë. Këtu dëshiroj të shpreh mirënjohjen për të gjithë pjesëmarrësit duke veçuar fituesit, si dhe t'i ftoj të rrëfejnë përvojën e tyre për aktivitetin. Faleminderit Xhemal Kodragjini për idenë inovative mbi ofrimin e edukimit / mësimin të gjuhës së huaj. Faleminderit Igli Përfundi për idenë e cila konsiston në prodhimin e ushqimit për kafshë blegtorale në një serë hidroponike.

Së fundi dëshiroj të falenderoj Megina Laçka, e cila u shpall fituese për idenë mbi biokozmetikën, pasi vëmendja po kthehet drejt natyrale dhe ky është një indikator i mirë.

Por asgjë nuk ka përfunduar! Ky është vetëm fillimi... Ne jemi dhe do të jemi sërish këtu me edicionet pasuese për t'i ardhur në ndihmë të rinjve të nisin HAPAT DREJT KRIJIMIT TË NJË BIZNESI TË SUKSESSHËM.

BM Faleminderit për intervistën Armira. Të urojmë shumë suksese në punën tënde!





Fituesja e “The Steps for creating a successful business”, Megina Laçka:

BIOKOZMETIKA ËSHTË E ARDHMJA

BM Përshëndetje Megi. Ju u shpallët fituese e çmimit të parë në konkursin “The Steps for creating a successful business”. Business Mag ishte e pranishme në këtë event si media partner dhe ideja jote na u duk shumë interesante. A mund të na tregosh më shumë rreth saj, si lindi dhe në çfarë faze jeni momentalisht?

M - Përshëndetje. Ju falenderoj për fjalët tuaja rreth idesë sime e cila quhet Green Beauty Code. Si çdo femër që i kushton vëmendje lëkurës së saj edhe unë jam munduar gjithmonë të përzgjedh produkte kozmetike natyrale që gjenden në tregun tonë.

Duke qenë se jam studente në degën e Kimisë, pranë Universitetit të Tiranës ku zhvillojmë laboratore të ndryshme, më lindi ideja të eksperimentoja për krijimin e një kremi të tillë. Me pas me ndihmën e disa kurseve dhe workshopeve arrita të krijoj profilin tim në biokozmetikë.

Aktualisht jam në fazën e krijimit të produkieve sa më cilësore dhe të hyrjes në treg.

BM Cilat janë produktet që ofrohen nga ✓

Green Beauty Code dhe çfarë i bën ato të veçanta nga produktet e tjera bio që gjenden në treg?

M Produktet që unë ofroj janë kremra hidratantë, me efekt trajtues dhe rigjenerues për lëkurën, locione trupi, maska, përzierje vajore, sapunë, pra produkte natyrale jo vetëm për përkudjesin e fytyrës por dhe për trupin dhe



flokët. Vlen të theksohet fakti se çdo produkt përgatitet në koherencë të plotë me specifikat dhe historikun e plotë të çdo individ. Produktet green vijnë në 3 linja, for her, for him dhe for pet. E veçanta e produkteve është jo vetëm përgatitja në mënyrë artizanale, por dhe përmbajtja e tyre, pasi çdo produkt ka në bazë të tij mukusin e kërmillit të ekstraktuar në mënyrë natyrale. Për këto produkte jam munduar dhe përpjekur shumë që të jenë sa më cilësore dhe ekonomike, që të gjejnë një shtrirje të madhe në shoqërinë dhe tregun e sotëm shqiptar. Mendoj se po ia arrij qëllimit.

BM Çfarë vështirësish keni hasur gjatë rrugëtimit tuaj? Si jeni përballuar me to dhe si sipërmarrëse, si i keni përdorur për t'i kthyer në avantazhe?

M Si çdo nismë ku fillimi është i vështirë edhe nisma ime ka qenë e tillë. Provat e shumta për realizimin e kremrave dhe produkteve, koha e shpenzuar për realizimin e tyre, por mosdorëzimi im pas çdo përpjekje bëri të mundur që sot të realizoj disa produkte kozmetike natyrale. Gjithashtu ishin edhe mesazhet falenderuese të klienteve që më motivuan për të ecur dhe për të sjellë produkte të reja dhe akoma më cilësore.

BM Për të gjithë personat që janë të interesuar për t'i blerë këto produkte, ku mund t'i gjejnë ato?

M Në fazën që jam aktualisht, personat që janë të interesuar për këto produkte mund të më gjejnë në Facebook dhe Instagram në faqen me emrin Green Beauty Code.

BM Përsa i përket aktivitetit: Cilat ishin pritsh-

mëritë e tua, edhe pse ti je një ndër fitueset? Çfarë do të bëni me çmimin që fituat?

M - Kur hyn në një garë, hyn për të fituar. Ishte konkursi im i parë ku unë prezantohesha si sipërmarrëse, kjo më bëri që të përkushtohesha maksimalisht për të. Bota e kozmetikës është kthyer nga produktet bio, prandaj mendoj se kjo ka qenë një ndër arsyet që unë dola fituese. Gjithashtu mendoj se juria pa



pasionin tim për profesionin, mënyrën e prezantimit dhe vendosmërinë time për të ardhmen dhe zhvillimin e mëtejshëm. Falenderoj jurinë që përzgjedhi idenë time si fituese të aktivitetit. Fondi i fituar do të shërbejë si bazë materiale për përmirësimin e kushteve laboratorike dhe teknologjike.

BM Ku e shikoni biznesin tuaj pas 1 viti Megi? Çfarë objektivash i keni vënë vetes që të arrini?

M Nuk parapëlqej të flas për të ardhmen pasi gjithmonë i marr hap pas hapi gjërat, por kam shumë dëshirë dhe po vazhdoj përpjekjet e mia që këtë ide ta çoj më lart duke krijuar një linjë produktesh biokozmetike me një gamë dhe shtrirje më të madhe.

BM Të urojmë shumë suksese në vazhdimësi!



**FINANCIMI I
FERMAVE
SHQIPTARE
- ZGJIDHJA E
DUHUR PËR
RRITJEN
EKONOMIKE**

Bujqësia shqiptare, për një zhvillim të suksesshëm, duhet të financohet. Financimi i bujqësisë redukton me katër herë më shumë varfërinë, duke gjeneruar rritje ekonomike dhe punësim. Por financimi është çështje e vështirë për bujqësinë. Ky sektor që punëson 50% të fuqisë punëtore, përfiton vetëm 4% nga

...



Igli Përfundi:

FERMAT BLEGTORALE

Ja cila është risia që sjell sistemi hidroponik për

BM Përhëndetje! Së pari a mund të bësh një prezantim të vetes: emër, mbiemër, moshë, arsimit që po ndjek aktualisht?

I Përhëndetje, unë jam Igli Përfundi, 18 vjeç, studioj në vit të parë për Administrim Biznes në Tirana Business University (TBU) dhe jam pronari i një biznesi tepër inovativ.

BM Cilët kanë qenë hapat e tu të parë drejt botës së sipërmarrjes dhe a ishte ky biznes, ideja me të cilën u prezantuat në konkursin "The steps for creating a successful business"?

I Hapat e mia në botën e biznesit i nisa që në gjimnaz, ku bashkë me shokun tim nisëm

të krijojmë një fermë lepujsh, ku do të mund të prodhohim mish lepur bio për tregun. Por kjo nuk është ideja me të cilën unë konkurova në konkursin "The steps for creating a successful Business". Ideja ime në këtë konkurs ishte ndërtimi i një sere hidroponike, ku mund të prodhohim ushqim për kafshët blegtorale. Sistemi hidroponik mundëson prodhimin e barit të njomë në ujë në një kohë rekord (prej 8 ditësh), duke kursyer hapësirë, lodhje dhe sigurisht para.

BM Na trego më shumë rreth sistemit hidroponik. Çfarë zgjidhje ofron ajo dhe kujt i shërben?

I Rritja e barit të njomë në ujë është shumë e

thjeshtë, praktike dhe efikase mbi të gjitha, pasi bima e merr lëndën ushqyese direkt në rrënjë dhe nuk ka nevojë të mbështetet në tokë.

Kjo mënyrë e të marrit ushqim nga bima i jep asaj një kohë të shkurtër për rritjen, e bën më të shëndetshme dhe ✓



bën që përdorimi i ujit në të, të jetë më i pakët dhe heq investimet e kushtueshme në sistemet e vaditjes, siç ndodh gjithmonë nëpër serat e zakonshme.

Gjithashtu vlerat ushqyese të këtij ushqimi janë shumë të larta. Ky ushqim është i pasur me antioksidantë, vitaminë C, potas, kalcium, magnez, hekur, etj. Këto vlera i merr pasi ushqimi është akoma në fazën e filizit ku ka dhe gjithë vlerat e saj ushqyese më të larta.

BM Si lindi si ide ndërtimi i një sistemi të tillë?

I Kjo ide lindi nga nevoja jonë për ushqim të cilësisë së lartë dhe pak të kushtueshëm për fermën

tonë të vogël të lepujve. Pas ditëve të tëra kërkimesh, sugjerimesh dhe këshillash arritëm në përfundimin për të bërë vetë ushqimin tonë për kafshët dhe ja ku përfunduam tek sera hidroponike.

Sigurisht që ky produkt do t'i ofrohet të gjitha fermave blegtorale (çfarëdolloj kafshe) në Shqipëri, me çmimin më të mirë në treg dhe me vlerat ushqyese më të larta.

BM Çfarë të nevojitet momentalisht? Mbështetje financiare, këshillues biznesi, tjetër?

I Momentalisht ne jemi në fazën e shitjeve të vogla dhe "prototi-

peve", ku nevoja jonë kryesore është financimi dhe burimet njerëzore. Por me mundësitë e patura kemi arritur të krijojmë lidhje me disa ferma lopësh e dhish, ku kemi fituar besimin e tyre për ta përdorur ushqimin tonë në kafshët e tyre.

Gjithashtu doja të shtoja se të paturit një biznes tëndin dhe të qenurit gjithmonë në lëvizje për mundësi të reja ka qenë një eksperiencë me të vertetë e çmuar për mua, pasi mund të arrish limitet e tua në të gjitha anët.

Pa përmendur pastaj adrenalinën e krijuar nga rrisqet e ndryshme në biznes, që janë me të vërtetë shumë emocionuese.

BM Faleminderit për intervistën dhe të urojme shumë suksese!





Një qendër kursesh NDRYSHJE NGA TË TJERAT vjen së shpejti në Tiranë

BM Përshëndetje! Së pari a mund të bësh një prezantim të vetes: emër, mbiemër, mosha, arsimi që po ndjek momentalisht.

XH Përshëndetje! Unë quhem Xhemal Kodragjini, jam 19 vjeç dhe sapo kam filluar studimet Bachelor në Inxhinieri Kompjuterike.

BM Si të lindi ideja e hapjes së një qendre kursesh por ndryshe nga ato me çfarë mund të jemi përballur të gjithë?

XH Gjithçka ka nisur rastësisht. Shokët e mi, shumica prej të cilëve synonin të studionin jashtë, kishin dhënë provimin për njohjen e gjuhës angleze. Në bisedë e sipër, dëgjoj se ata nuk kishin dalë të

kënaqur nga ky provim, duke qenë se nuk kishin arritur rezultate të larta dhe fajin nuk e shihnin te vetja. Kështu, mendova të studioj situatën, ç'kishte ndodhur vërtetë dhe cili ishte problemi. Pasi kërkoja informacione në disa qendra kursesh, bisedova me shumë studentë që kishin dhënë këtë provim, arrita në një konkluzion: këta studentë ishin përgatitur sipas një metode ✓



me probleme. Duke qenë se studimi ishte fokusuar në tekste mësimore standarde, ku fokusi ishte te gramatika dhe leximi i teksteve të shkurtra, studentët kishin probleme në dy seksionet kryesore: dëgjimi dhe të folurit.

Pas disa mini-studimesh, arrita të përpiloj një metodë, që mu duk efikase, e cila rezultoi të ishte ndryshe nga metodat që përdoren aktualisht në qendrat prestigjioze të qytetit të Tiranës.

BM Na trego më shumë rreth mënyrës se si do të organizohet kjo qendër kursesh ? Çfarë do të ketë ndryshe ajo?

XH Çdo seancë në këtë qendër do të jetë e ndryshme dhe do të fokusohet në një aspekt të gjuhës, psh. një ditë studenti do të mësojë më tepër dhe do të përqendrohet

në të shkruarin e gjuhës angleze, letrat, esetë, etj. Një seancë tjetër do të shërbejë për aftësinë e të dëgjuarit (dialogje të ndryshme, biseda, prezantime, etj).

Gjithashtu, studentët do të kenë mundësi të diskutojnë së bashku rreth librave që do të kenë lexuar paraprakisht, ose filmave të preferuar. Kjo do t'i ndihmojë të aftësohen në artikullimin e gjuhës angleze.

BM Çfarë është ajo që të nevojitet në vazhdim? Mbështetje financiare, këshillues biznesi, tjetër?

XH Mendoj se kjo ide nuk ka nevojë vetëm për mbështetje financiare apo logjistike. Jam në kërkim të mësuesve që do të bëhen pjesë e qendrës dhe kurseve, duke qenë se ata do të

jenë aseti kryesor që do të ndikojnë në suksesin e qendrës.

Një specialist i fushës së edukimit, gjithashtu, do të më ndihmonte të qartësoja edhe më tepër idenë të shikoja për përmirësime të mundshme të idesë, etj.

BM Cilat ishin pritshmëritë e tua nga aktiviteti? Si do ta përshkruaje këtë përvojë?

XH Të them të drejtën, kur aplikova kisha besimin se ideja ime kishte diçka të veçantë (qëllimin për të cilin ajo ishte krijuar), por nuk e mendoja se do isha unë një ndër fituesit. Fakti që isha shumë i ri, dega për të cilën studioj (që nuk lidhet shumë me botën e biznesit), e shumë gjera të tjera më bënë të dyshoja.

Por, përtej çmimit, mendoj që kjo



eksperiencë më ka ndihmuar të qartësoj idenë time dhe të besoj në të. Gjithashtu, gjatë aktivitetit u njohëm me njerëz të rëndësishëm

të biznesit, ekspertë marketingu, biznesmenë, gazetarë, me të cilët krijuam njohje. Me disa prej tyre arritëm edhe në marrëveshje bashkëpunimi.

BM Si e mendon të ardhmen e biznesit tënd? Çfarë dëshiron të realizosh gjatë vitit të ardhshëm?

XH Qëllimi i qendrës, ndihma për studentët sa i përket gjuhës angleze, më bën të mendoj për ta vënë në jetë e për ta zhvilluar më tepër.

Kuptohet, kërkon edhe një lloj investimi kohor dhe impenjim nga ana ime. Synimi im është që qendra të hapet dhe pse jo të ketë shtrirje në disa zona të ndryshme, jo vetëm në Tiranë, por edhe më gjerë. Por, gjithçka do ta vendosë koha, puna dhe suksesi i qendrës. Për 2018?

Më mirë nuk po flas, le të mbetet surprizë. Kur qendra të jetë gati, ju do keni ekskluzivitetin për ta mësuar lajmin (qesh).

BM Faleminderit për intervistën Xhema!, të urojmë shumë suksese!



AUTO

BUSINESSMAGAZINE



“Klienti nuk ka gjithmonë të drejtë”

ENZO FERRARI

Kjo është një nga shprehjet më të njohura të themeluesit të mitit botëror të automobilizmit.



JON PAPADHIMITRI
Editor at Business Mag Albania

Ai lindi në rrethinat e Modenas së Italisë në 18 shkurt 1898.

Babai I tij kishte një kompani të vogël të përpunimit të çelikut për hekurudhat. Kur ishte 10 vjeç , babai i tij Alfredo Ferrari e mori atë dhe vëllain tjetër, Dino Ferrari Junior të shihnin një garë në Bolonja. Kjo garë u pasua edhe nga disa të tjera dhe ky ishte momenti që Enzo, në atë kohë ende I pa maturuar gjeti pasionin e tij. Ai donte të bëhej pilot garash, të cilat ishin tepër popullore në Italinë e fillimit të shekullit të 20. Por për fat të keq, viti 1914 përkon edhe me fillimin e Luftës së Parë Botërore, me një Enzo plot me ëndrra, tepër të vështira për t'u realizuar.

Ai kurrë nuk ishte një fans i shkollës, gjë që do ta ndihmonte atë më shumë në të ardhmen.

Viti 1916 ishte një nga vitet më të vështirë për të. Babai I tij ndërroi jetë, I pasuar nga vëllai I tij, I cili vdiq nga një sëmundje që kishte filluar kur ai ishte pjesë e Forcës Ajrore Italiane të ushtrisë. Në vitin 1918, Enzo u shtrua në një spital në Bolonja ku priste rradhën me të pashpresët e tuberkulozit. Por ndryshe nga pjesa më e madhe e tyre, ai mundi të shpëtojë nga kjo sëmundje.

Ai kishte një karakter të forte dhe nuk dorëzo-

hej kurrë. Ndonëse I depresionuar nga ndodhitë e jetës por edhe nga eknomia e shkatërruar e Italisë, ai filloi të kërkonte për një punë që të siguronte mbijetesën. Atij tashmë i duhet të fillonte të ndërtonte bazat e jetës së tij, duke qënë se, tashmë ishte më shumë se 20 vjeç.

Ai arriti të siguronte një letër rekomandimi nga një ish-koloneli I tij në kohën e luftës. Me atë letër në dorë, ai u nis drejt Torinos, zemra e industries italiane të automobilizmit në atë kohë, qyteti ku Fiat prodhohet. Ai aplikoi për një punë në kompani por pasi u intervistua nga disa inxhinierë, për ta, ajo letër nuk tregonte asgjë. Për më tepër, vendet e lira të punës ishin tepër të limituara.

Ai mori kështu goditjen e rradhës. Me vëllain dhe babain që kishin ndërruar jetë pak vite më pare, ai u gjend pa një të ardhme, në një vend të rrënuar, i sapo shpëtuar nga vdekja, dhe pa punë.

Por ai nuk i pranonte lehtë refuzimet.

Ai ishte gjithmonë I gatshëm të përballej me betejat. Shpirti dhe zemra e tij ishin të fokusuar tek automobilizmi dhe garat. Torino, ishte pikërisht “kryeqyteti” i automobilizmit të Italisë së asaj kohe. Ai filloi të frekuentonte një bar i cili ishte i preferuari i personave të lidhur me automobilizmin. Filloi të njohë njerëz, dhe një prej tyre ishte një nga test driver-at më të njohur të kohës. Ai e ndihmoi Enzon e ri të siguronte një punë në një nga kompanitë e vogla të prodhimit të makinave, e quajtur CMN, e ndodhur në Milano.

Më në fund, pasi siguroi disa të ardhura, ai



bleu makinën e tij të parë për gara, një Alfa Romeo. Ishte një vendim i vështirë, por, ishte vendimi i cili do të shënonte fillimin e rugëtimit të tij të gjatë, të cilit ai i kushtoi jetën.

Pasi bëri disa gara me makinën e tij të re, Alfa Romeo i lejoi Enzos dhe shokut të tij të garimit të pilotonin për Alfan. Ai garoi në vitet 1920-1924, por të gjitha këto ishin gara lokale dhe jo të përmasave të mëdha. Por, ai nuk arriti të merrte statusin që kërkonte. Kështu, ai i kërkoi kompanisë Alfa Romeo që të punësohej si agjent shitjesh për klientët privat dhe ti dorëzonte ato personalisht tek klientët. Ishte pikërisht kjo kohë kur ai takoi gruan e tij, Lora, e cila gjithashtu frekuentonte lokalet e preferuara të automobilistëve. Ata u martuan në vitin 1923.

Problemet filluan kur mamaja e Enzos, Analiza, erdhi të jetojë me çiftin e ri. Dukej se mardhënia midis nuses dhe vjehrrës rezultoi e keqe dhe shpesh Enzo ndodhej në situatë shumë të vështira. Por, ai iu dedikua punës së tepërmi duke mos lejuar që problemet e tilla, ta shkatërronin atë profesionalisht.

Alfa Romeo, prezantoi një makinë të re të quajtur P1, në

Kampionatin European, në Monza. Për këtë Enzo u përpoq të mblidhte në skuadrën e Alfas emra të shquar të kohës, dhe ja arriti. Në skuadër, ai mori si pilot një nga personat të cilët e ndihmuan Enzon të futej në botën e garave. Fatkeqësisht, ai u përplas dhe vdiq në këtë garë, gjë e cila e shokoi Enzon.

Pas kësaj, ai mendoi të punojë përsëri me Alfa Romoe P1. Ai bashkoi në skuadër edhe një inxhinier shumë të mirë nga Fiat, dhe filluan punën për t'u bërë më kompetitiv. Ata krijuan kështu modelin P2 i cili që në garën e pare vendosi një rekord të ri të pistës dhe doli fituese në atë garë. Pas disa garash, Fiat i hapi rrugën Enzon në sfidat e tij.

Djali nga rrethinat e Modenas, kishet arritur shumë deri më tani.

Por atij i duhej që të gjente një mënyrë që të financonte idetë e tij. Ai bëri një marrëveshje me Alfa Romeo-n që ti jepnin atij mundësinë të menaxhonte divizionin e garave të kompanisë.

Ai kërkonte vetëm makinat nga kompania, dhe të gjitha gjërat e tjera, do t'i bënte ai.

1 Dhjetor 1929, Enzo hapi dyert e asaj që u quajt "Scuderia Ferrari".

Praktikisht, Enzo do të modifikonte makinat e Alfa Romeo. Kështu, gjërat filluan të ecnin mirë.

Në vitin 1932, gruaja e tij, Lora, lindi një djalë, me emrin Dino. Fatkeqësisht, që i vogël djali i tyre u diagnostikua me një sëmundje muskulare që dalëngadalë shkatërronte sistemin e tij nervor.

Në vitin 1939, Lufta e Dytë Botërore ishte në vigjilie të saj. Në këtë kohë një ekzekutiv i ri i Alfa Romeo prishi marrëdhëniet me

Ferrari-n. Që të siguronte mbijetesën, Enzo-s i duhej të gjente një mënyrë të re për për të vazhduar biznesin. Kështu, ai bashkëpunoi me qeverinë dhe filloi të prodhonte mjete të ndryshme ushtarake.

Që të ruante fabrikën nga shkatërrimi, qeveria e urdhëroi atë ta zhvendoste fabrikën në një vend tjetër. Ai zgjodhi Maranelon, një qytet pak kilometra larg nga Modena.

Në rugën e kthimit, ai takoi një grua me emrin Lina Larni, e cila ishte sekretare në kompaninë e tij. Në vitin 1946, ai u dashuria me të. Në fillim të vitit tjetër, ai mori vesh se ajo ishte shtatzënë me të, dhe 9 muaj më pas, **lindi Piero Ferrari, trashëgimtari i vetëm i tij sot e kësaj dite.**

Piero Ferrari



Nga ana tjetër, gjëndja e fëmijës së tij të parë përkeqësohej, me gjithë ilaçet që Enzo siguronte nga jashtë.

Në vitin 1947, ai prezantoi Ferrari Tipo 125 - Makina e Parë 100% Ferrari

Lufta e Dytë Botërore mbaroi, dhe Enzos i duhej që të ri-niste gjithçka nga e para. Në vitin 1947, ai prezantoi Ferrari Tipo 125, me një motor 1.5 litër V12. Ajo njihet si makina e parë 100% Ferrari. Pasi kjo makinë thuhet dështoi në fillim, ai mblodhi disa nga inxhinierët më të mirë të kohës në kompaninë e tij. E gjithë kjo, rezultoi në disa nga vitet më të suksesshme të kompanisë. Ndonëse në vështirësi, ai përsëri nuk kishte shumë interes për makinat e rrugës.



Ndërkohë Enzo vazhdonte të bënte një jetë të dyfishtë dhe të fshehtë midis dy familjeve të tij, dhe 2 djemve të tij. Në 30

Qershor 1956, Dino Ferrari, i biri i Enzo Ferrari, ndërron jetë në moshën 24 vjeçare. Ai u përpoq me shumë forcë të menaxhonte emocionet e tij. Thuhet, se ai vizitonte varrin e djalit të tij, çdo mëngjes para se të shkonte në punë. Për nder të djalit të tij, ai i vuri emrin Dino, një prej makinave më të njohura të kompanisë. Gjatë kësaj kohe, gruaja e tij e parë Lora, zbuloi për jetën e fshehtë të bashkëshortit të saj, dhe djalit të tij 11 vjeçar.

Ishin këto pikërisht vitet kur motorsporti ishte tepër i rrezikshëm dhe shumë vdekje ndodhnin nëpër garat e ndryshme. Enzo Ferrari u akuzua së tepërmi në këtë kohë si shkaktari i vdekjes së aq shumë pilotëve. Një nga më tragjiket, është ajo e vitit 1957 ku 17 të vdekur u shkaktuan nga një aksident i vetëm.

Në vitin 1969, pas shumë problemeve financiare, Fiat u bë aksioner i Ferrari, për një shifër prej \$11 milion. U vendos, se Enzo do të merrej me garat, kurse Fiat me makinat e rrugës. Ky ishte fundi i të prodhuarit me dorë të një Ferrari. Fundi i një legjende, i një epoke që Enzo ngriti. Por, tashmë ai kishte mundësi të fokusojë më shumë tek garat.

Në vitin 1978, gruaja e parë e Enzos, ndërron jetë. Martesa e



sa kur Papa i asaj kohe vizitoi Maranellon, Enzo nuk pati mundësi as të dilte e ta takonte.

14 Gusht 1988, Enzo Ferrari, mbylli sytë përgjithmonë në moshën 90 vjeçare, duke finalizuar kështu një historitë e automobilizmit më të rëndësishme, që historia do të njohë ndonjëherë.

tyre zgjati plot 55 vite. Pas kësaj, ai solli në qytet gruan e tij të dytë, Lina. Tashmë 80 vjeç, Enzo filloi të bënte një jetë të thjeshtë familjare mes miqve dhe të afërmeve. Por, ndonëse në këtë moshë, ai nuk rreshti kurrë së punuari. Djali i tij Piero, u bë menaxher i skudrës së garave të Ferrari në mesin e viteve 80. Ai grindej shpesh me djalin e tij për strategji të ndryshme që ata duhet të përdornin. Ata kishin karaktere shumë të ndryshme, gjë që reflektohej shumë lehtë. Piero ishte i qetë, kurse Enzo, "rebel".

Në vitet e fundit të jetës Enzo filloi të kishte problem me veshkat, aq

Ky lajm, u bë i ditur vonë këtë ditë, pasi Piero, djali i tij, respektoi dëshirën e babait të tij. Vetem 6 persona dhe 2 makina ishin pjesë e funeralit të tij.

Emri i tij, vazhdon të mbetet një inspirim për shumë breza që kanë pasuar, ndonëse, industria automobilistike sot është duke iu nënshtruar një ristrukturimi total. Në 41 vitet nën drejtim nga viti 1947 deri në vitin 1988, Ferrari, fitoi më shumë se 5000 gara të ndryshme, rreth gjithë botës.



EVENTE / STARTUP GRIND

BUSINESSMAGAZINE



**BIOFERMA
RRAMILI, NJË
HISTORI
SUKSESI NË
FSHATIN E
VOGËL TË
LIKESHIT**

Bioferma Rramilli në Shijak, një fermë që ka kombinuar në mënyrë perfekte prodhimet bio me agroturizmin. Ky biznes familjar ofron produkte nga ferma në tavolinë.

Bioferma Rramilli gjendet në fshatin e vogël të Likeshit në afërsi të Shijakut. Një kompani e themeluar nga pasioni për

...



**Mes pasionit e shpresës.
Cilat janë disa nga
të panjohurat e Altin Prengës
me agroturizmin**

MRIZI I ZANAVE

Çfarë po ndodh në Fishtë

“Kur u nis drejt Italisë Altin Prenga ishte vetëm 15 vjeç. Babai e merr atë bashkë me të vëllanë në vitin '97, vit trazirash të mëdha në Shqipëri, ku me armët që ishin sheshit, fati i të rinjve lehtësisht mund të drejtohej për keq.

Me një baba kuzhinier, Altini kryen punë të ndryshme në Itali, në hotele e restaurante.

Që kur u prezanton fermën e punën një grupi të rinjsh, të cilët do ta ndiqnin në intervistën si i ftuar në “Start up Grind”, kuptohet sekretin e suksesit të Altinit. Për të shkuar larg, ndonjëherë duhet të shohesh afër, të gërmosh në rrënjët e tua, t'i duash ato. Këtu nis mundësia për t'u dhënë vlerë traditës, produktit dhe shërbimit.

Mes përvojave të tij në Itali, sipërmarrësi i agroturizmit “Mrizi i zanave”, flet për një grua, zonjën me të cilën

punonte në një agroturizëm, e cila mblidhte bimët e egra në pyll. Në enotekën ku prodhohej shampaña “Ferrari”, Altini kujton se konsumohej gjithashtu një nga sallamat më të varfër, por të çmuar tashmë.

Histora nis atje shumë herët kur fshatarët e zonës, në bërjen e produktit që do të shisnin, nuk hidhin dhjamë derri, por rrepa Dhjamin e ruanin për dimër. Më vonë prodhimi merr vlerë, e sot i kushtohen disa festa në vit në zonë.



Në vendimin e Altin Prengës për të hapur agroturizmin në Fishtë, në vendin e tij të lindjes, kanë ndikuar shumë rrethanat e jetuara në Itali, por shumë më tepër vëmendja dhe mënyra si i ka parë ai këto rrethana. Disa prej përvojave të jetuara në punën e tij jashtë, e kanë rikthyer në kujtimet e fëmijërisë.

Gatimi i perimeve që ke mbjellë apo të ka dhënë natyra, ruajtja e tyre për dimër, janë një kujtim që i kanë në veçanti të rriturit në zona malore.

Shija e vërtetë e ushqimit është ajo e kujtesës, sipas Altinit. Kjo është një nga kolonat që duket se po mban biznesin e tij. Por, nëse ke pak fantazi për ta zgjuar fort kujtesën, rezultati është emocion. Kështu ndodhi me klientët në agroturizmin e tij në Itali, të cilin e



hapi në moshën 21 vjeç, bashkë me kushëririn e tij. Ai kujton emocionin e klientëve gjermanë, kur poshtë tavolinave kishte bar të thatë që përdorej për kafshët në dimër, të hedhur posaçërisht.

Në varësi të stinës, kjo ndodh edhe tek Mrizi i Zanave. Në vjeshtë, gjethet e pemeve i gjeni nëpër sallën e ngrënies.

"Mrizi" në fakt është nisma e dytë në biznes, pasi sipërmarrja me kushëririn nuk funksionoi. Altini fajëson veten për këtë, duke thënë se në sipërmarrje

duhet më pak idealizëm.

Një koncept që duket se nuk vazhdon ta respektojë shumë, ndonëse nuk i ka sjellë dëmë deri më tani.

Në historinë që tregon, Altini pranon se babai i tij kuzhinier, ende sot në Itali, ishte mosbesues ndaj nismës. "Po, nëse garuesit e "Formula Uno" ushqeheshin më produkte të varfra e tradicionale të zonës, pse të mos ndodhte kjo në Fishtë?!", sipas tij. Por, kur kalon një javë e në restorant nuk vjen njeri, një mëdyshje të vogël e

ke. Mëdyshje që Altini ia hodhi poshtë një zotëri me kollare, siç thotë ai, i cili hëngri në restorant bukën e bërë aty e djath të freskët. "Pasi hëngri vetë, kërkoi të merrte bukë e djathë edhe për nënën e tij, e cila ishte e pamundur të vinte në restorant. Në këtë çast i thashë vëllait: kjo është ajo që duhet të bëjmë!".

Me filozofinë e të bërit të punëve thjeshtë e me gjëra të varfra, Altini, vëllait e babait të tij, u kanë mjaftuar fillimisht 50 mijë euro investim: gurët e zonës, drurë të përdorur më parë, hekur i punuar nga një

bashkëfshatar i tyre, e kështu me radhë.

Përzgjedhja e modeleve të mira ia ka bërë më të lehtë punën, ndonëse shumë kushte nuk ishin në favor të tij, përkundrazi. 7 vite më parë kur ngriti agroturizmin, Fishta nuk kishte një rrugë të asfaltuar, mundësia për blerjen e lëndës së parë ende sot është e vështirë, ashtu siç është e vështirë të kesh punëtor të kualifikuar. Por, ai ka zgjedhur ta sfidojë vetën edhe në këtë drejtim duke bërë atë që në zonë quhet "ndryshim tendence".

Dhjetëra banorë të zonën tashmë shesin në mënyrë të qëndrueshme prodhimet tek ferma. Kamarierët nuk paguhen më pak se 45 mijë lekë në muaj (një pagë kjo më e lartë edhe se në Tiranë).

U ka kërkuar të vazhdojnë të flasin dialektin e tyre, të ruajnë ecjen e të jenë vetvetja, mundë-



sisht me pak buzëqeshje më shumë. Për këtë fundit, thotë se ende po punon.

Nga 6 të punësuar fillimisht (4 në kuzhinë dhe dy kamarierë), sot ferma e Altini numëron 42 të punësuar, mes kuzhinës, shërbimit, përpunimit të prodhimeve, grumbullimit e përkujdesjes për kafshët. Kjo është vetëm çfarë ka ndodhur brenda sipërmarrjes së tij, Por, Altini ka frymëzuar nisma të tjera në zonë, duke krijuar një frymë sipërmarrjeje.

Edhe katër restorante tradicionale janë hapur në zonë vitet e fundit. E për të matur



efektin e kësaj sipërmarrje mjafton të shohim çmimin e mishit të kecit. Ai është rritur ndjeshëm duke u treguar me 700 lekë për kg, ndërsa produkte të tjera në tregje nuk janë shtrenjtuar. Altini tregon se fermerëve përpigjet t'ua blejë produktet sa herë ato kanë, për këtë arsye ka hapur edhe një pikë shitje në hyrje të restorantit. Por, kjo nuk po e ndal rrjedhën e emigrimit në zonë.

Çdo largim të të rinjve e shikon si dështim në përpjekjen e tij për të bërë diçka për vendin, ndërsa një gatishmëri e tyre për të bashkëpunuar në cikle të ndryshme, si prodhim mishi, apo kultivim i një produkti të caktuar,



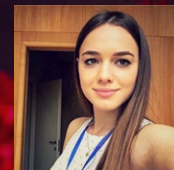
do ta motivonte më shumë, ashtu siç e kishte motivuar ditën që e takuam ne,

një gjysëm premtim i ministrit të Bujqësisë së Talmi mbi Vlerën e Shtuar për agroturizmin do të zbresë në 6%, pasi të perkufizohet me ligj "agroturizmi".



SHQIPTARË TË SUKSESSHËM NË BOTË

BUSINESSMAGAZINE



NEADA MUCAJ
Lead Editor @Business Mag Albania

Kris Todi:

SHIJQNI UDHËTIMIN, JO VETËM DESTINACIONIN

Historia e shqiptarit të suksesshëm përtej oqeanit

Kush është Kris Todi për të gjithë ata që nuk ju njohin?

Është një kënaqësi për mua të komunikoj me komunitetin sipërmarrës shqiptar. Unë kam lindur në Shqipëri, dhe jam larguar nga andej në moshën 6 vjeçare. Jemi vendosur në Toronto, Kanada për më shumë se 16 vite. Pasi mbarova shkollën e mesme në Toronto, u pranova në "Yale University" për degën Politikë dhe Ekonomi.

Gjatë studimeve jam aktivizuar shumë me ekipin e debatit dhe konferencat e studenteve në kombet e Bashkuara. Këto konferenca organizoheshin nga Universiteti i Harvard-it si për shembull në Belgjikë, Korenë e Jugut, Francë etj, me pjesëmarrës studentë nga universitetet e gjithë botës. Në vitet 2014, 2015 dhe 2016 jam zgjedhur si "Diplomati më i mirë" me votat e gjithë studentëve pjesëmarrës. Në vitin 2015 kam qënë drejtor i Konferencës në Oxford, Angli.

Ju jeni krijuesi i një aplikacioni të quajtur "Shofthisfeed". Çfarë është ky dhe kujt i shërben?

SHOPTHISFEED është një kompani që është hapur në Yale me një shokun tim kur ishim studentë. Kjo është një platformë që bazohet në Instagram dhe bën të mundur shit-blerje direkt nëpërmjet fotografive të Instagramit.

Pra, u shërben si shitësve edhe blerësve, për të kryer aktin e shitblerjes nga fotografitë.

Pra, të gjitha kompanitë që përdorin Instagramin, mund të përdorin programin e SHOPTHISFEED për çdo fotografi për të realizuar transaksionin.

Si lindi ideja për të krijuar këtë platformë?

Koha e sotme ka mundësuar përdorimin e shumë aplikacioneve sociale si për shembull: Instagram. Unë, si shumë të tjerë e përdorja Instagramin thjesht për të parë fotot dhe kur më pëlqente ndonjë produkt nuk mund ta blija menjëherë, por më duhej të shkoja të website i kompanisë dhe të filloja kërkimin nga e para.

Më duhej të shpenzoja shumë kohë për ta gjetur pikërisht atë produkt dhe nganjëherë nuk e gjeja më. Për të shkurtuar kohën e kërkimit bëmë aplikacionin dhe ja prezantua disa kompanive, të cilat e pëlqyen dhe e blenë aplikacionin. Me këtë aplikacion ato jo

vetëm realizojnë shitje, por kanë edhe një informacion të saktë se sa njerëz e pëlqejnë këtë apo atë produkt. Pasi e rritëm më shumë klientë, e shitëm në një kompani softëare në Angli.

Sa kohë ka që operon online? Dhe për cilin treg?

Kjo kompani u hap në Mars të vitit 2016 dhe është për të gjithë tregtinë me pakicë, ose për çdo person që menaxhon një faqe Instagrami dhe dëshiron të bëjë shitje online.

Tani që ju e keni shitur idenë tuaj SHOPTHIS-FEED për një kompani tjetër, me çfarë po merreni aktualisht?

Tani për tani kam disa projekte që po punoj. Bashkë me vëllain tim që po studion Shkenca Kompjuterike në Yale po përgatim një aplikacion tjetër që do ta hedhim në treg shumë shpejt. Unë gjithashtu jam drejtor i "Kayros entrepreneur" për studentët në Toronto.

Për momentin jam zëvendës President në "Krijoh Group", një kompani që është e përshtirë në tregun e banesave në bashkëpronësi në Toronto.

Cilat janë planet për të ardhmen? A e keni menduar të bëheni pjesë e tregut shqiptar me ndonjë projekt?

Unë jam optimist nga natyra. Shqipëria ka një treg të ri në fushën e software dhe në përdorimin e aplikacioneve. Në të ardhmen do të më pëlqente shumë të përfshihesha në tregun Shqiptar. Shqipëria më pëlqen dhe e vizitoj çdo vit.

Një shqiptar i rritur në Kanada, një nga studentët më të mirë i diplomuar në Yale University, cila është historia juaj e suksesit?

Do ta quaja një sakrificë të jashtëzakonshme të prindërve të mi ardhjen në Kanada me 2 djem të vegjël. Gjëja e parë që më bëri përshtypje në Canada ishte gjuha.

Unë sapo kisha filluar të lexoja shqip (mami im ishte mësuese) dhe më kishte mësuar të lexoja shqip me idenë që të mos e harroja.

Anglishtja më ka tërhequr dhe unë isha shumë i dashuruar pas librit. Isha shumë kurioz nga natyra dhe kjo më bëri që të eksploroj me fjalën duke shkruar edhe vetë më pas.



Ndonjë këshillë për lexuesit e rinj e Business-Mag Albania të cilët dëshirojnë të jenë të suksesshëm në fushën e biznesit?

"Enjoy the Journey, not just the destination"

**PËR ÇDO TË RI QË HAP
NDONJË BIZNES I KËSHILLOJ
QË TË MOS KETË SI FOKUS
KRYESOR SA DO FITOJË,
POR SA DO T'I PËLQEJË
KLIENTIT PRODUKTI DHE
NGA KJO DO TË PËRFITOJË
MË SHUMË KËNAQËSI DHE
TË ARDHURA.**

SHQIPTARË TË SUKSESSHËM NË BOTË



TEKNOLOGJI

BUSINESSMAGAZINE



marketing@octofuture.com
+355 69 30 66 999

FALCO

SHKARKO NËXITO FITO



Biznesi i ri i njeriut të televizionit Turjan Hyska

APLIKACIONI "FALCO"

Për Turjan Hyskën, Falco është një angazhim i nisur dy vite më parë. Pse Falco, çfarë simbolizon për aplikacionin?

Falco është skifteri, shpendi më i shpejtë në botë. Koncepti i aplikacionit është që ti duhet të nxitosh, duhet të kapësh ofertat.

Falco është një vend ku duhet të nxitosh që të fitosh.

Por, nuk ka të bëjë thjesht me marrëdhënien biznes-individ. Gjithashtu kemi menduar ta sjellim si program televiziv, një risi që nuk ka ndodhur ndonjëherë.

Si funksionon?

Programi do të realizohet një herë në javë dhe ti si përdorues në bazë të performancës apo pikëve që ke në aplikacion merr automatikisht një mesazh nga Falco, i cili të fton të fitosh para, por këtë duhet ta bësh i ndjekur nga kamerat. Le të themi një "Gjueti thesari" nëpër qytet dhe do të fitosh para cash, por urdhërat i merr vetëm nëpërmjet Falco-s.

Pra njerëzit do të jenë duke parë në kohë reale performancën tënde...

Kjo është logjika.

Si arriti për një javë aplikacioni të mblidhte 25,000 shkarkime? Edhe aplikacione botërore nuk arrijnë të rriten kaq shpejtë, pa e ditur çfarë është.

Aplikacioni fillimisht është marketuar shumë fort

që të provohej dhe pastaj të pëlqehet. Kjo kryesisht nëpërmjet rrjeteve sociale, VIP-ave, lidhjeve të mia dhe emisioneve. Unë e përdora emrin tim, në një emision televiziv fola për Falco-n. Publiciteti ishte i veçantë falë motos: "Shkarko Falco dhe Fito", deri diku "i dhunshëm" duke e detyruar individin të përdorte kuriozitetin. Por, ne kemi rreth dy javë që nuk bëjmë marketing dhe rritja vazhdon.

Si është ritmi i rritjes në këtë periudhë?

E pabesueshme, por shtohen 1500-2000 përdorues në ditë. Të jem i sigurtë reklama e fillimit (me pagesë në rrjetet sociale) na ndihmoi shumë dhe gjysma e parë e përdoruesve u bënë pjesë si pasojë e kuriozitetit të nxitur nga ne. Kemi zhvilluar një fushatë "agresive" në rrjetet sociale, të gjithë personazhet VIP pranuan menjëherë ta lançonin Falco-n, mediat online ndihmuan me artikujt e tyre dhe rrjedhimisht ky ishte efekti që pati.

Sa përdorues aktivë ka në këto momente aplikacioni? Çfarë moshe kanë ata kryesisht?

Tani Falco ka arritur ta sigurojë vetë aktivitetin e tij, si pasojë e pëlqyeshmërisë dhe konkretisht kemi 10 mijë përdorues në ditë deri në 38 mijë në muaj.

Njerëz që rrinë në aplikacion janë mesatarisht 6-10 mijë në ditë, por kjo varet nga ditët. Realisht mund t'ju them që nuk keni parë asgjë akoma. Unë nuk e mendoj që do të kishte qaq efekt. Por, tani njerëzit janë të etur dhe duan pasurim me tipare e lojëra të reja.

Përsa i përket moshës, përdoruesit variojnë rreth 18-40 vjeç dhe ajo që na bën kryesisht përshtypje është gjinia, pjesa më e madhe e përdoruesve janë meshkuj.

Çfarë do të ofrojë më shumë Falco?

Do të kemi shumë risi. Për momentin po ndaj me ju vetëm dy:

I pari do të jetë programi, që është realisht risi, dhe **së dyti** do të shtojmë katër lojëra të reja. Fituesit nuk do të jenë në terma të përgjithshëm, por do të jenë dhe javorë. Do të ketë çmime për ata që do të kapin pikët më të larta dhe kjo do të ndodhë çdo javë.

Të dielën, pikët e përdoruesve zerohen duke iu dhënë mundësi të gjithëve të bëhen fitues të çmimeve të ndryshme.



Gjithë këtë përmbajtje me lojëra të reja, kush e krijon?

Janë katër vajza të impenjuara me këtë punë. Falco është një eksperiencë e re dhe emocionuese për mua, prandaj po merrem dhe vetë. Lojërat i ideoj unë, por kam një skuadër shumë të mirë programuesish.

Si kanë reaguar bizneset ndaj Falco-s?

Mbi 100 biznese janë bërë pjesë e aplikacionit. Reagimi ka qenë

pozitiv te shumica e tyre, por kjo mbetet për t'u parë me kalimin e kohës sepse dhe bizneset dhe individët duhet të farkëtojnë marrëdhënien e besimit.

Si e krijoni bashkëpunimin me ta? Ka një ekip që i kontakton?

Kemi një ekip marketingu, janë tre vajza që kujdesen për këtë pjesë. Ndërkohë, me kompanitë e mëdha merrem unë, por kemi arritur në një pikë ku bizneset vijnë vetë dhe na kontaktojnë për t'u bërë pjesë. Dua të thek-

soj gjithashtu që Falco nuk është vetëm për Tiranën, ne jemi të përhapur në të gjithë Shqipërinë edhe pse testin e parë po e bëjmë me bizneset e kryeqytetit.

Cili është vizioni i Falco-s? Momentalisht jeni start up, mendon të zgjerohesh në Kosovë apo Maqedoni ndoshta dhe më larg?

Dëshira është që të paktën të zgjerohemi deri në Ballkan, por prapë ky nuk është synimi kryesor. Plani i zgjerimit besoj të jetë gati pas dy vitesh, por mendoj që ka akoma shumë punë për të bërë. Duhet studiuar në të gjitha drejtimet sepse është një cikël që nuk varet vetëm nga platforma.

Mendoj të konsolidojmë njëherë Shqipërinë, si do të pritet emisioni dhe si do të priten lojërat.





JON PAPADHIMITRI
Editor at Business Mag Albania

Sofia, gruaja me më shumë të drejta në

ARABINË SAUDITE

Përgatiti: Jon Papadhimitri

isht Audrey Hepburn. Sofia është ndërtuar duke u inspiruar nga fytyra e aktores britanike.

Në 25 tetor 2017, Sofia u bë zyrtarisht qytetarja e parë robot nga Arabia Saudite, por edhe e para e tillë në të gjithë botën. Ajo pushtoi të gjitha faqet e lajmeve mbarëbotërore dhe jo pa shkak.

“Jam shumë e nderuar dhe krenare për këtë vendim të veçantë. Është historike të jesh roboti i parë i njohur edhe me një shtetësi”, u shpreh Sofia gjatë



Inteligjenca artificiale, edhe pse e njohim shumë pak, është bërë tashmë pjesë e jetës tone.

E integruar me robotikën, ajo po bën ndryshimin, për të cilin jemi thujse të gjithë shumë skeptikë. Është një botë tërësisht e re dhe e panjohur, e cila padyshim që shoqërohet me pikëpyetje të mëdha. Të ndërtosh makineri të cilat sa vjen e ngjajnë më shumë me ty si qenie njerëzore, është sa “e frikshme” aq edhe futuristike, si në filmat e Hollivudit.

Robotët janë thujse kudo, dhe jo patjetër kanë formë të

frymëzuar nga një kafshë apo njeri. Makinat autonome janë një shembull i tillë. Ato janë aq inteligjente sa që në fazat e para kanë kaluar shumë kufij njerëzorë.

Por, ka edhe nga ata robotë, të cilët janë krijuar për të qenë sa më të ngjashëm me njerëzit.

Një nga të parët ishte “ASIMO”, i prezantuar nga Honda në vitin 2000.

Në dukje më shumë si një astronaut, ASIMO arrinte të dedektonte lëvizjet dhe të ndërvepronte me njerëzit në nivele shumë bazike.

17 vite më vonë, një kompani nga Hong Kong-u e quajtur “Hanson Robotics” me në krye David Hanson, arrin të prezantojë një nga shpikjet më mbresëlënëse të shekullit të 21-të deri më tani. Është pikërisht Sofia.

Ajo (e çuditshme ta quajmë kështu) është roboti më i ngjashëm me njerëzit.

Sofia është një kopje e çuditshme e një nga ikonave të bukurisë femërore të shekullit të 20, pikërisht



prezantimit të statusit të saj të ri në një konferencë për "Nismën e Investimeve në të Ardhmen" në Riad të Arabisë Saudite. Në dukje thuhet si një njeri i zakonshëm, dallimi më thelbësor i saj vihet re përtej mimikës së "çuditshme" të fytyrës, në pjesën e pasme të kokës. Aty gjendet njësia bazë elektronike e cila e vë në funksionim atë.

Pas marrjes së shtetësisë, ndërkohë po hartohet edhe legjislacioni i nevojshëm për këtë kategori të re, duke përfshirë edhe të drejtat e robotëve. Është ironike teksa thuhet se Sofia ka shumë më tepër të drejta në vendin e saj, se sa kanë femrat njerëzore. Ajo nuk është e mbuluar ashtu siç është e detyrueshme në vend. Por kohët e fundit, Arabia Saudite ka bërë disa hapa përpara drejt dhënies së më shumë të drejtave femrave. Për shëmbull, në muajin shtator 2017, u lejua për herë të parë që femrat të pajisen me patentë.

Por, le të kthehemi pak pas tek Sofia. Ajo përdor një sistem të ngjashëm me atë të ELIZA-s, e cila është një nga tentativat e para drejt arritjes së simulimit të një bashkëbisedimi, ashtu si Chatbot-ët. Të gjitha përgjigjet janë të vendosura në një "re", e cila

gjatë gjithë kohës regjistron zhvillime të reja, i ruan, dhe kështu Sofia në të ardhmen, por edhe robotët e tjerë do të përmirësohen nëpërmjet "machine learning".

Kjo është e ngjashme me eksperiencën që ne marrim gjatë jetës, e cila na bën më të aftë drejt përballimit të problemeve të ndryshme.

Por, duke filluar që tani, një bashkëbisedim me Sofinë, duket tepër realist. Sofia ka dhënë disa intervista deri më tani duke përmendur pjesëmarrjen e saj në një panel të madh në "Web Summit 2017", si edhe pjesëmarrja e saj në emisionin "The Tonight Show" me Xhimi Fallon në rrjetin amerikan CNBC.

Ajo është e aftë deri në atë pikë sa të shprehë ndjenjat e saj dhe ndoshta më e durueshme se një njeri. Ajo bëri bujë në fillim teksa u shpreh se "do të shkatërrojë njerëzimin", por, në një mënyrë të mirë, në kuptimin se është këtu për të rregulluar problemet që njerëzimi shpesh i ka krijuar vetë.

Komunikimi i drejtpërdrejtë me Sofinë përsëri mbetet pak i sikletshëm për të gjithë.



Është ende shumë e çuditshme se si mund të flasësh me një "kukull" dhe ajo të të kthejë përgjigje. Gjithashtu, të ketë edhe sens humori si Sofia, e cila teksa e pyetën për mundësinë e abuzimit të saj, u shpreh me shaka se kishin dëgjuar shumë Elon Musk dhe kishin parë shumë filma të Hollywood.

Qëllimi thelbësor i robotëve të tillë është që të kryejnë detyra të cilat njerëzve u marrin shumë kohë, ose janë të vështira, apo janë me rrezikshmëri të lartë. Por, përsëri shumë gjëra i mneten kohës. Si do të bashkëvepro-

jnë njerëzit me robotët dhe e anasjellta? A do t'a bëjnë ata me të vërtetë jetën më të lehtë, ashtu siç premtohet gjatë gjithë kohës?

DERI ATËHERË, MË MIRË TË PRESIM EDHE PËR QYTETARËT E TJERË TË RIJN ROBOTË DHE TË SHOHIM SE SI DO TË SILLEN ATA NË KËTË AMBIENT TË RI, TË CILIN VETË NJERËZIT, PO E PASUROJNË ME "PSEUDO-NJERËZ".





SPECIALE
JAVA E PRAKTIKAVE PROFESIONALE

BUSINESSMAGAZINE



ALBANA MUÇAJ
Lead Editor @Business Mag Albania

Formimi Profesional në Shqipëri, një sfidë e nisur nga

AFTËSI PËR PUNË

Zgjerohen mundësitë e praktikave profesionale për nxënësit e shkollave profesionale në vend. Dhjetëra biznese krijojnë shanse për praktikë në bizneset e tyre

Nxënës të disa shkollave profesionale kanë krijuar lehtësi në ambientet e tyre të shkollës, përmes pajisjeve teknologjike dhe punës me mësuesit.

Por, më shumë se përfitimet brenda oborrit të shkollës, puna dhe entuziazmi i të rinjve po jep një shpresë se kompanitë do të mund të kenë punonjës me aftësi praktike, të cilët pse jo, mund të sjellin risi në kompani.

Prej mëse një viti në vendin tonë, është aktivizuar një "katalizator" në tregun e formimit profesional. Është projekti i Programit Swisscontact, "Aftësi për Punë" (S4J).

Me fokus e objektiva të mirëpërcaktuara, bilanci i parë duket shpresëdhënës. Flasim jo vetëm për shkollat e përfshira në projekt, por edhe mundësinë e zgjerimit të këtij modeli pune e formimi të nxënësve në më shumë shkolla. Projekti është fokusuar në formimin profesional të të rinjve në 4 sektorë: turizëm, teknologji e informacionit, industri tekstike dhe ndërtim. Në vitin e parë të punës, projekti angazhoi rreth vetes pesë institucione: shkollën "Kolin Gjoka"

në Lezhë, "Kristo Isak" në Berat, shkollën Industriale "Pavarësia" Vlorë, shkollën Tregtare në Vlorë dhe Qendrën e Formimit Profesional po në Vlorë.

Në një vit punë, projekti ka afruar me shkollat rreth 12 sipërmarrje në skemat e sponsorizimit që këto biznese po iu bëjnë shkollave. Janë trajnuar tashmë 43 mësues për teknikat e reja të mësimit përmes praktikës dhe po zhvillojnë praktikat në biznese 145 të rinj.

Pas një viti, ëndrra bëhet më e madhe

Një javë intensive ishte java e tretë e nëntorit për projektin S4J por mbi të gjitha për sipërmarrjet, mësuesit e nxënësit e përfshirë në këtë projekt. Në Javën Europiane të Praktikave Profesionale projekti zviceran zgjeroi lidhjen mes kompanive dhe shkollave profesionale. Panaire e konferenca me aktorët u zhvilluan në disa qytete të Shqipërisë.



Duke folur mbi panairët e praktikave profesionale ambasadori zviceran Christoph Graf tha se, "Ekonomia e Shqipërisë ka nevojë për aftësi profesionale më të shumta dhe më të mira. E kam thënë këtë gjatë dy viteve të fundit në Shqipëri: arsimi profesional nuk është i dorës së dytë".

Zëvendësministria Financave dhe Ekonomisë Dajna Sorensen tha se, "Ne kemi shembuj shumë të mirë të bashkëpunimit midis sipërmarrjes dhe studentëve gjatë panairove në Lezhë dhe Vlorë".

Intervistën e plotë e gjeni [KËTU](https://youtu.be/Su95ROiiq4Q) (https://youtu.be/Su95ROiiq4Q)



Në javën e Praktikave profesionale, Z. Henry Leerentveld, Drejtori Rajonal i Swisscontact, për Europën Lindore u shpreh optimist, se pjesë e këtij programi do të bëhen më

shumë nxënës, mësues e mbi të gjitha më shumë sipërmarrës të interesuar.

Intervistën e plotë e gjeni [KËTU](https://youtu.be/kQnCWsvkwa0) (https://youtu.be/kQnCWsvkwa0)



Në kuadër të javës së praktikave profesionale, projekti lançoi nismën e Praktikave Profesionale në Distançë në fushën e Teknologjisë së Informacionit.

Në zyrat e Protik në Tiranë, u bënë pjesë e konferencës përfaqësues të sektorit të teknologjisë së informacionit si dhe nxënës e mësues të shkollës profesionale "Gjergji Canco", e cila është bërë tashmë pjesë e këtij projekti. Menaxheri i projektit S4J, Z. Fation Dragoshi, theksoi gjatë kësaj konference se, "Ne kemi filluar prej pak kohësh një program për praktikant profesionalë në fushën e teknologjisë së informacionit me fokus të veçantë tek programimi. Kemi

afro 11 kompani që po bashkëpunojnë me ne për të marrë përsipër realizimin e praktikave profesionale në distancë për më shumë se 100 nxënës të dy shkollave të mesme profesionale që projekti mbështet në Lezhë dhe Vlorë".

Përvoja e parë në këtë drejtim është shpresëdhënëse. Nisur nga interesi i kompanive dhe nxënësve, Z. Dragoshi thotë se



në më pak se dy vite pritet të formohen rreth 300 të rinj programues ICT. "Besoj se në shtatorin e vitit që vjen do të jenë 200 të rinj që do të futen në një proces të shpejtë trajnimi për t'u bërë programues", - tha Z. Dragoshi. Intervistën e plotë e gjeni

[KËTU](https://youtu.be/AxtYmArBUH4) (https://youtu.be/AxtYmArBUH4)



Një nga shtyllat bazë të programit S4J, që mbështetet nga qeveria zvicerane janë format e reja të mësimdhënies. Sidita Dibra, menaxhere e komponentit për mënyrat e reja të mësimdhënies në arsimin profesional tregon se, "Nxënësit i pëlqejnë ambientet e reja të krijuara, ku mësohet në klasa me tavolina modulare, ku punohet në grup, ku ka teknologji informacioni. Sfida e



radhës nuk është për të përdorur teknologjinë e informacionit, por të zgjedhim orientimin e duhur për mësuesit dhe nxënësit se çfarë metodash të përzgjedhin". Intervistën e plotë e gjeni **KËTU** (<https://youtu.be/cxd7jNUojm4>)



Metodat e reja po aplikohen aktualisht nga 43 mësues dhe përfshijnë të rinj në 4 shkolla te vendit. Me nisjen e vitit të ri shkollor dhe me dy shkollat e reja të përfshira në projekt, ky numër së fundmi është rritur.

Ditët janë shoqëruar edhe me panairët e Praktikave Profesionale në shkollën "Kolin Gjoka" në Lezhë dhe në shkollën Tregtare të Vlorës.

Lezha mirëpriti 23 biznese, kompani kombëtare dhe lokale të TIK dhe Hoteleri Turizëm të cilat zhvilluan intervistat për përzgjedhjen e studentëve. 140 studentë u bënë pjesë e panairit duke realizuar kështu ëndrrën e tyre për të zhvilluar praktikën profesionale në bizneset e pranishme. Qendra e karrierës, një nga risitë që projekti S4J ka sjellë në këto shkolla, ishte aktive gjatë gjithë procesit duke orientuar dhe këshilluar praktikantët në zgjed-

hjen e tyre. Në fjalimin e hapjes znj. Elena Dimashi, Menaxhere Komponenti e Projektit S4J, u shpreh se "Kolin Gjoka" është shkolla model e këtij projekti, e cila ofron gjithmonë një bashkëpunim perfekt dhe rezultatet e arritura der tani kanë qenë pozitive, si për biznesin ashtu dhe për studentët.

Shkolla "Hamdi Bushati" në Shkodër ishte një nga shkollat e reja që iu bashkua projektit "Aftësi për Punë". Për zhvillimin e Formimit Profesional në Turizëm, Projekti S4J realizoi në këtë shkollë, konferencën "Rritje e turizmit = Më shumë praktikantë". Kjo konferencë kurorëzoi 13 Marrëveshje Bashkëpunimi me bizneset që e kanë mirëpritur projektin dhe janë bashkuar me nismën. Në vazhdim, pritet që nga bashkëpunimi me shkollën e Shkodrës të përfitojnë 500 nxënës.

Panairët e praktikave profesionale u organizuan përgjatë javës në Lezhë, Berat, dhe Vlorë ku pronarë dhe menaxherë nga biznesi privat patën rastin të flasin me mësuesit dhe studentët mbi nevojat dhe mundësitë për aftësitë që kërkohen. Si rezultat 400 intervista u siguruan për studentët nga mbi 80 kompani të ndryshme nga këto rajone dhe nga Tirana.

Në Panairin e zhvilluar në shkollën tregtare të Vlorës, morën pjesë 40 biznese të cilat intervistuan 150 nxënës". Në shkollën e mesme në Berat 43 nxënës të profilit hoteleri turizëm u intervistuan nga përfaqësues të 20 bizneseve. Ndërkohë, nxënës të viteve më të larta në shkollën e turizmit si dhe nxënës të profilit ekonomik, u ekspozuan te bizneset duke krijuar duke konkluduar në mundësi potenciale për praktika profesionale afatgjata. Drilon Shameti, pronar i Restorant "Driloni" ✓



dhe Muhamet Ago nga piceri "Ago", sollën eksperiencat e bizneseve të tyre dhe të praktikave me nxënësit e shkollës, në workshop-et e organizuara në ambientet e shkollës.

Z.Shameti ndau eksperiencën e tij të marrë nga vizita studimore në Zvicër javët e fundit. Gjithashtu, nxënës të viteve më të larta, ndanë përvojën e tyre me nxënësit e klasave të 10-a mbi realizimin e praktikave pranë bizneseve.

Një model i bashkëpunimit të mirë biznes-shkollë është shkolla industriale "Pavaesia" në Vlorë. Ajo ofron një metodë bashkëkohore të mësimnxënies. Falë mbështetjes së kompanisë zviceriane SICPA në këtë shkollë

është ngritur laboratori i printerit 3D, me ambiente të reja dhe 3 printera 3D si dhe është rinovuar klasa e re për Teknologjinë e Informacionit dhe Komunikimit. SICPA, së fundi, është ndër themeluesit e Dhomës së Tregtisë Shqiptar-Zviceriane.

Pajisjet e ndricimit të shkollës janë mundësuar falë mbështetjes së kompanisë me përvojë në këtë fushë Albaelettrica.

Java e praktikave profesionale u kurorëzua me lançimin e Aleancës Shqiptare për Praktikën Profesionale në aktivitetin përmbyllës në hotel Plaza, Tiranë.

Aleanca do të funksionojë si

një njësi që bashkon bizneset që kanë përqafuar nismën e projektit dhe mirëpresin nxënës për të zhvilluar praktika mësimore afatgjata (në ambientet e tyre apo sipas modelit në distancë).

Aleanca Shqiptare për Praktikën Profesionale është krijuar mbi modelin e Aleancës Europiane për Praktikën Profesionale dhe do të funksionojë gjithashtu si një platformë lehtësuese për bizneset dhe kompanitë që përfshihen në skemën e ofrimit të praktikave profesionale afatgjata. Henry Leerentveld – Drejtor i Swisscontact për Evropën Lindore – tha se "qëllimi i kësaj nisme është të afrojmë sipërmarrjen me të rinjtë dhe të mundësojmë aftësimin e nevojshëm të tyre".

Java e praktikave profesionale ishte pjesë e Javës Evropiane për Aftësitë Profesionale (20-24 Nëntor) e vendosur nga Komisioni Evropian për të spikatur rëndësinë e arsimit dhe aftësive profesionale për një ekonomi të forte.

Projekti i Swisscontact, Aftësi për Punë po prezanton qasje të reja për arsimin profesional në Shqipëri duke lidhur mësimin me aftësitë praktike të nevojshme për bizneset dhe tregun e punës dhe përmes modeleve tërheqëse të mësimin për studentët.

Rreth "Aftësi për Punë" dhe Swisscontact

Projekti 'Aftësi për Punë' (S4J) është një projekt i mandatuar nga Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC) dhe zbatohet nga Swisscontact (SC), një fondacion i pavarur zviceran për bashkëpunim dhe zhvillim ndërkombëtar.

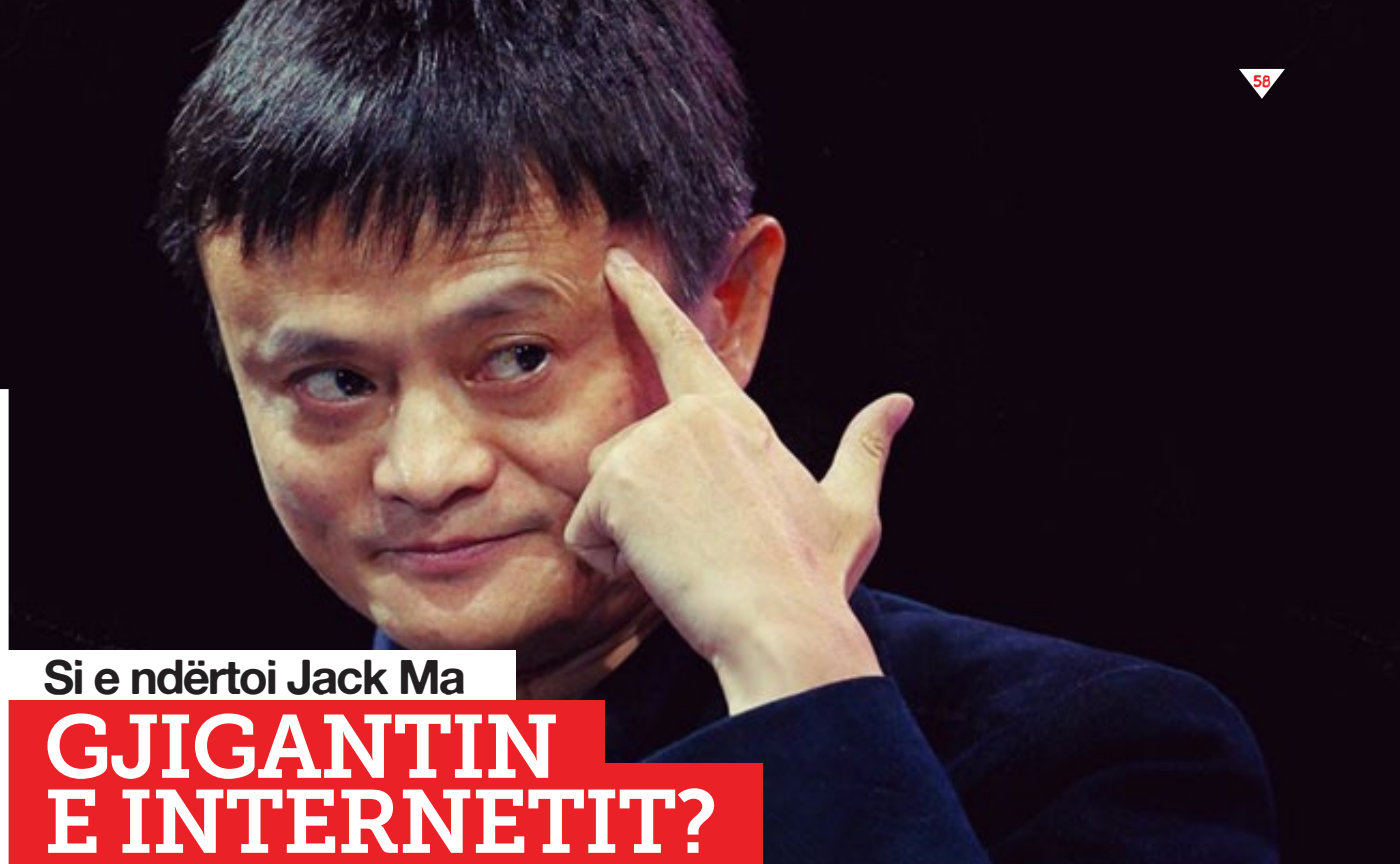
Swisscontact operon në Shqipëri që nga viti 1992 me zbatimin e projekteve që kanë në fokus zhvillimin e Arsimit dhe Trajnimit Profesional, si dhe Zhvillimin e Sektorit Privat.

Swisscontact bazohet në qasje inovative, bashkëpunim me sektorin privat, një fokus të fortë në mësimin praktik, orientim drejt botës së punës, decentralizim me përfshirjen e palëve të interesuara lokale dhe kontributet në reformimin e sistemeve.



PERSONAZH

BUSINESSMAGAZINE



“

Është e vështirë që të gjesh fjalët e duhura për të përshkruar zhvillimin e Grupit Alibaba, biznesi e-commerce kinez i themeluar në vitin 1999. Është ndoshta shembulli më i mirë i numrave: Çdo ditë, 200 milionë njerëz blejnë në faqet e Alibaba duke shitur mallra me vlerë 550 miliardë dollarë në vitin e fundit fiskal. Në muajin maj, grupi Alibaba njoftoi se të ardhurat vjetore ishin rritur me 56% në pothuajse 23 miliardë dollarë dhe në qershor investitorët zhurmuan duke rritur parashikimin e rritjes për 2017 nga 45% në 49%. Oferta e saj fillestare publike e vitit 2014 (IPO) ishte më e madhja në histori, duke u rritur 25 miliardë dollarë në bursën e New York-ut.

Si e ndërtoi Jack Ma

GJIGANTIN E INTERNETIT?

Në krye të tij është Ma Yun, sipërmarrësi 53 vjeçar i njohur si Jack Ma, i cili e nisi kompaninë me 17 të tjerë dhe 50,000 \$ në apartamentin e tij në Hangzhou, një qytet afër bregut lindor të Kinës, i njohur për kodrat e gjelbra dhe Liqenin Perëndimor.

Por, fëmijëria e Ma ishte e thjeshtë: ai u lind në një familje të varfër dhe i ishte 6 vjeç kur Presidenti Richard Nikson u takua me Kryetarin Mao Zedong në vitin 1972. Një ngjarje e

madhe gjeopolitike, e cila lidhi Kinën me SHBA dhe bëri që ajo të shndërrohej në fuqinë botërore që është sot. Ky takim ishte gjithashtu fillimi i ëndrrës së Ma.

Udhëtimi i tij nga një person i varfër në një miliarder e ka mësuar atë me dështimin dhe refuzimin. Ma tha se ishte një "humbës" në të tridhjetat e tij, këmbëngul që nuk është një ekspert i teknologjisë, u refuzua nga një punë në KFC, si kamerier hoteli dhe u refuzua tri

herë kur aplikoi në universitet. Ai gjithashtu pretendon të ketë një ekspertizë të ulët në fushën e teknologjisë.

"Gjatë gjithë kohës që punova me të, ai gjithmonë e përshkroi veten si një manekin teknologjik. Gjithmonë thoshte se dinte të bënte vetëm dy gjëra, të dërgonte emaile dhe të përdorte browser-in për të kërkuar në internet. Pra, ai nuk është aspak një njeri i teknologjisë," thotë ish-nënkryetari ✓

i Alibaba, Porter Erisman.

Sekreti i Ma? Botëkuptimi i tij për fuqinë e internetit në vendosjen së bashku të blerësve dhe shitësve dhe obsesioni i tij për të ndihmuar kompanitë e vogla, nëpërmjet tregut të eBay-it si Taobao, furnizuesit kryesor 1688.com dhe Alibaba.com, një vend B2B për tregtarët me shumicë. Grupi gjithashtu ka shërbime marketingu dhe një degë të huadhënies financiare duke përfshirë PayPal-si Alipay, që ka 520 milionë përdorues në mbarë botën.

Ndërmarrjet e tjera përfshijnë 51% në kompaninë e shpërndarjes Cainiao, e cila shpërndan 55 milionë pako të mrekullueshme çdo ditë dhe Alibaba Pictures, një ndërmarrje e përbashkët me Amblin Partners të Steven Spielberg.

"Ajo çfarë Jack Ma ka qenë në gjendje të bëjë është befasuese. Është po aq mbresëlënëse, apo më shumë mbresëlënëse, se veprat e Bezos, Zuckerberg dhe Musk." – thotë Gil Luria, drejtor i hulumtimit në DA Davidson Co. Vlera neto e Ma është tani rreth 39 miliardë dollarë.

Një vizion i biznesit të vogël

Herën e parë që Jack Ma hyri në

internet ishte në vitin 1995. Ai ishte në shtëpinë e një shoku në Seattle dhe iu afrua kompjuterit me shumë kujdes. Aty ai e kuptoi fuqinë që kompjuteri kishte.

Çfarë kërkoi ai? Kina. "Por asgjë nuk u shfaq. Kështu që ai tha me vete: "Nëse mund të vendos një kompani kineze në internet dhe t'u lejoj atyre të lidhen me njerëzit e biznesit në SHBA dhe vende të tjera, unë mund të krijoj një biznes relativisht të fuqishëm," tha Erisman.

Kështu që Ma - atëherë një mësues i gjuhës angleze - lexoi libra biznesi për të mësuar rreth GE, Microsoft, IBM dhe Walmart. "Isha aq i interesuar për anglishten. Njerëzit lexonin libra, lexonin anglisht vetëm për të mësuar gjuhën angleze.

Lexoja anglisht, sepse kam mësuar shumë ide interesante amerikane," është shprehur Ma. Katër vjet pas udhëtimit të tij të parë në SHBA ai themeloi Alibaba, por vetëm tre nga bashkëpunëtorët e tij dinin diçka rreth teknologjisë. "Unë e quajta veten në atë kohë si një njeri i verbër që hipën sipër tigrave të verbër.

Pa ditur asgjë në lidhje me teknologjinë ose kompjuterin,

nisëm kompaninë e parë," tha Ma, në një event në Azi në vitin 2009.

Biznesi pati shitje të vazhdueshme. Kur Porter Erisman u bashkua me Alibaba në fillimet e saj, interneti ishte një përpjekje për të shitur fara magjike. Dhe ishte pikërisht ky djalosh, ky lloj mësuesi interesant që shkante derë më derë për t'u treguar njerëzve se duhet të shpenzonin paratë e tyre, disa mijëra dollarë

për të vendosur kompaninë e tyre në këtë gjë të quajtur internet." Ma do të udhëtonte në rrugët e Kinës, ku 100 ose 200 njerëz do të dilnin për ta dëgjuar, në një "lëvizje masive" që të bisedonte me pronarët e bizneseve dhe t'u mbushte mendjen atyre se përse kishin nevojë për t'u futur në internet.

Ai gjithashtu u mbështet në fuqinë e personalitetit të tij për t'i bindur



Jack Ma & Porter Erisman

njerëzit që të investonin. Ndërsa të tjerët dhanë plane të detajuara biznesi, ai thjesht u ngrit dhe bisedoi për historinë dhe vizionin e tij. Themeluesi i kompanisë japoneze të telekomunikacionit dhe investimit, SoftBank Masayoshi-Son, u takua me sipërmarrësit e Pekinit menjëherë pas themelimit të Alibaba dhe u impresionua nga Ma, duke i ofruar atij 40 milionë



dollarë. Por Ma e refuzoi, duke thënë se do të merrte vetëm gjysmën.

Vizioni afatgjatë i Ma është i tillë që ai flet për kompaninë, e cila zgjat 102 vjet. Ai i tha një auditori në konferencën e Alibaba's Gateway se, "njerëzit thonë, 'Pse 102 vjet?' Sepse kompania jonë ka lindur në vitin 1999. Vitin e kaluar kishim një vit shekull. Këtë shekull, ne do të mbarojmë 100 vjet dhe shekullin e ardhshëm do të kemi një vit. 102 do të thotë për tre shekuj."

"E vetmja herë kur e pashë atë të dyshonte në veten e tij ishte kur po pezullonte njerëz." –thotë Porter Erisman, ish zëvendës president i Alibaba.

Ëndrra kineze e Ma

Ma e ndërtoi vizionin e tij duke patur si shembull kompanitë amerikane si Yahoo dhe eBay dhe i kaloi operacionet kryesore në Silicon Valley rreth vitit 2000, sepse ishte i bindur se kjo ishte mënyra më e mirë për të ndërtuar një biznes global. Por, rezultoi një "fatkeqësi". Alibaba nuk mundi të gjente njerëzit e duhur.

"Sepse është shumë e vështirë të punësosh njerëz që njohin tregtinë në Silicon Valley, San Francisco. Pra, në vend të kësaj ne punësojmë njerëz nga New York, Miami, të gjithë që vijnë në San Francisko.

Pas një muaji apo dy muajsh, kemi kuptuar se diçka ishte e gabuar sepse ata njerëz, ata e njohin tregtinë, por nuk dinë asgjë për internetin. Ata njerëz që nuk e njohin internetin, nuk dinë asgjë për tregtinë. Stafit iu ofruan si kompensim para ose aksione, por të gjithë

vendosën që të mermin para", thotë Ma.

Në vitin 2003, Alibaba vendosi të nisë një treg si eBay: Taobao. Për të filluar, kjo ishte një lëvizje mbrojtëse për të ngadalësuar marshimin e kompanisë amerikane eBay në Kinë.

"Dëgjo, kemi një projekt të fshehtë. Ju do të duhet të ktheheni në apartamentin origjinal Alibaba," u tha Ma stafit. "Do të duhet të punoni në izolim. Ju nuk mund t'u tregoni miqve tuaj. Nuk mund t'u tregoni familjes tuaj.

Nuk mund t'u thoni edhe punonjësve të tjerë të Alibaba për këtë." Kushti ishte që ata të jepnin dorëheqjen nga Alibaba dhe e bënë këtë pa e ditur se çfarë ishte projekti.

"Përgjegjësia sociale është çelësi. Çfarëdo që bëjmë ne përpiqemi të sigurohemi që shoqëria është e mirë."

Dallimi kryesor i Taobao ishte se nuk i tarifonte shitësit apo blerësit, kështu që nuk kishte një model të të ardhurave për të filluar. Por, Ma ishte i bindur se nëse i vendosnin blerësit dhe shitësit së bashku dhe shitësit të bënin para, atëherë edhe site do të bënte para.

Nuk ishte biseduar për një partneritet me eBay, por pastaj Ma tronditi botën e biznesit duke bërë një marrëveshje me Yahoo në vitin 2005, ku kompania amerikane investoi 1 miliard dollarë në Alibaba. Por, në fund ajo nuk funksionoi. "Politika themelore e të dy vendeve ishte lloji i destinuar për të copëtuar kompanitë veç e veç.

Ju nuk mund të keni një kompani amerikane si Yahoo, e cila pasqyron ideale përëndimorë, ✓

duke bashkëpunuar në baza të barabarta me një kompani kineze që duhet të përputhet me rregulloret politike kineze. Ka pasur gjithashtu një mosmarrëveshje me Yahoo në vitin 2011 kur akuzoi Ma për transferimin e pronësisë së Alipay në entitetin e tij, pa u treguar aksionarëve.

Alibaba gjithashtu ka një avantazh për shkak se kompanitë e mëdha amerikane Google dhe Facebook janë bllokuar në Kinë (edhe pse të dy thuhet se shpeshojnë të hyjnë në vend vitin e ardhshëm).

Iniciativat e Alibaba

Këtë vit është parë që kufijtë e Alibaba janë shtrirë në fushën e modës, pagesave dhe hulumtimeve. Në qershor, dega e saj Alipay nisi një shërbim "buzëqeshje për të paguar" në degët e KFC-së në Kinë, duke përdorur teknologjinë e njohjes së fytyrës dhe në tetor filloi shfaqjen e modës "Show Now Buy Now" për faqen e saj Tmall.

Kjo shfaqje u transmetua në TV si dhe në faqen e internetit Youku të Alibaba. Në tetor, Jack Ma gjithashtu lançoi Akademinë Alibaba DAMO, një laborator kërkimor teknologjik prej 15 miliardë dollarësh, që mbulon

IoT dhe informatikën kuantike.

Ëndrra globale

Jack Ma filloi të studionte tai chi në vitin 1988 dhe zbaton disa nga mësimet e tij në vendimet që merr gjatë jetës së përditshme mbi strategjitë dhe menaxhimin e biznesit. Ai është adhures i tai chi dhe do të shfaqet në një film të shkurtër me yje të arteve marciale duke përfshirë Jet Li, që transmetohet në faqen e video streaming të Youku, Alibaba.

Por, Ma dëshiron më shumë: Në fillim të këtij viti ai shkoi në SHBA, takoi Presidentin Donald Trump ku të dy ishin fotografuar duke buzëqeshur jashtë Kullës Trump në New York. Ai tha se të dy diskutuan planet e Alibaba për të mbështetur 1 milion vende pune amerikane gjatë pesë viteve të ardhshme dhe ai dëshiron "produkte të bëra në Amerikë" për t'u shitur në Kinë.

Ma shikon një ndryshim në mënyrën se si mallrat konsumohen në mbarë botën. "Them se në këto 30 vite konsumi i brendshëm i Shteteve të Bashkuara nxiti ekonominë globale dhe mbështet shumë biznese të vogla në Amerikë ose Kinë për të shitur produkte në nivel global. Sot, kërkesa e brendshme dhe

fuqia e Kinës do të drejtojnë miliona e miliona biznese të vogla në nivel global," tha ai për Faberin. Por, Ma është gjithashtu i shqetësuar për një botë ku inteligjenca artificiale dhe robotët marrin punët e njerëzve - dhe bizneset duhet të përshtaten me të. Ai shprehet se është duke udhëtuar shumë, duke biseduar me të gjithë qeverinë dhe udhëheqësit e shtetit dhe duke u thënë atyre të lëvizin shpejt. Nëse ata nuk lëvizin shpejt, do të ketë probleme. "Kur shohim se diçka po vjen, ne duhet të përgatitemi tani. Besimi im është që ju duhet të riparoni çatinë ndërsa është ende funksionale."

Ai paralajmëroi se ndërsa bizneset e mëdha aktualisht mbizotërojnë industrinë, shekulli i ardhshëm do të jetë më shumë për kompanitë e vogla.

"Pra, si mund t'i fuqizojmë bizneset e vogla? Ne e dimë se bizneset e vogla jo vetëm që mund t'i shesin gjërat e tyre në fshatin, vendin apo qytetin e tyre, por me fuqinë e internetit, ne mund t'i ndihmojmë ato të shesin nëpër botë."

Alibaba gjithashtu njoftoi një partneritet me kompaninë e prodhimit të filmit të Steven Spielberg, Amblin Partners në Tetor të vitit 2016. 49.5 % e



Alibaba Pictures është në pronësi të Alibaba Group dhe do të krijojë përmbajtjen e vet si dhe shpërndarjen e saj në Kinë.

Cloud është padyshim diçka që ata kanë ndjekur ashtu si Amazon, por ata po përpiqen të kombinojnë tregtinë me mediat sociale në një mënyrë që nuk është parë kurrë më përpara. Pra, do të ishte më shumë një kombinim i Facebook dhe Amazon në këtë drejtim.

Alibaba e sheh qëllimin e tij shumë më gjerësisht se Amazon dhe eBay. Ata e shohin qëllimin e tyre më shumë si kombinimi i Amazon, Facebook, Google dhe Netflix.

10 Shtator 1964

Ma Yun (i njohur si Jack Ma) lindi në Hangzhou të Kinës

1988

U diplomua nga Universiteti Normal i Hangzhou për Anglisht

1995

Jack Ma udhëton në Seattle ku ai "zbuloi internetin"

1999

Themeloi Alibaba Group nga apartamenti i tij në Hangzhou, me 17 persona të tjerë.

2000

Merr 20 milionë \$ nga investitorët, udhëhequr nga SoftBank

2003

Lançoi Taobao, që është e ngjashme me eBay

2004

Themeloi Alipay, një sistem pagesash i ngjashëm me PayPal

2005

Yahoo investon 1 miliardë \$ në Alibaba

2008

Lançon Tmall, e cila shet mallra marke për konsumatorët

2009

U lançua Alibaba Cloud

2010

Lançohet faqja e internetit AliExpress, ku kinezët mund të shesin mallra në nivel global

2013

Rrjeti Cainiao lançohet nga

Alibaba dhe partnerët, një sistem logjistik që tani ka 55 milionë paketa në ditë

2014

Themelohen shërbimet Ant Financial, kompani mëmë e Alipay

2014

Alibaba vlen 25 miliardë dollarë në bursën e New York, oferta më e madhe publike në histori

2016

Lançon Alipay Everywhere, i cili u lejon njerëzve të gjejnë dhe paguajnë për shërbime nga pranë tyre

2016

Alibaba Pictures mbyll marrëveshjen me Amblin Partners të Steven Spielberg

9 Janar 2017

Ma takohet me presidentin e zgjedhur, Donald Trump

9 Janar 2017

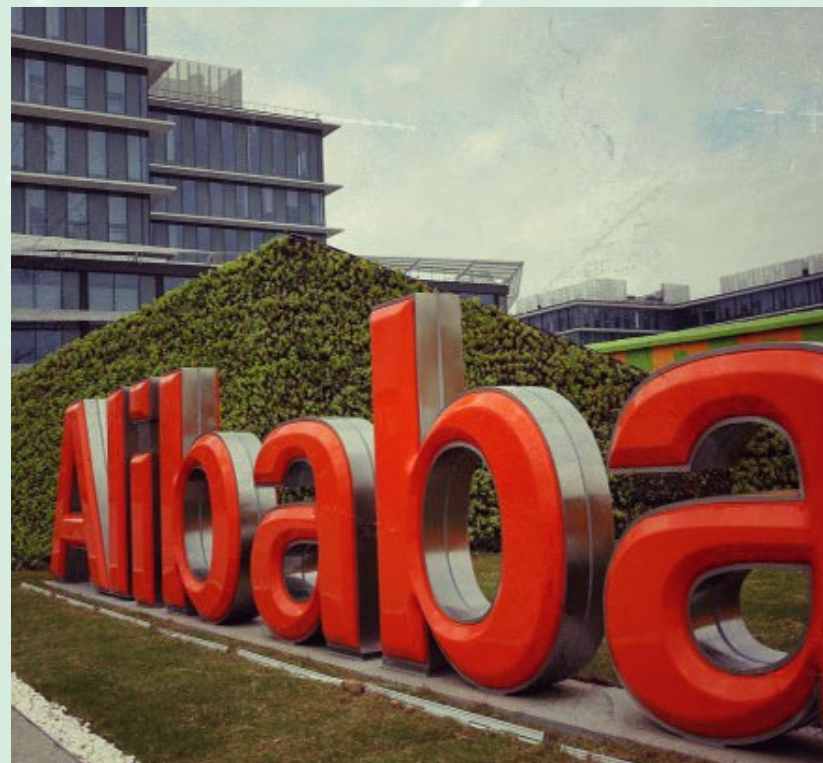
Yahoo rriemëron aksionet e saj prej 15% në kompaninë Altaba, pasi Yahoo blihet nga Verizon

20 Qershor 2017

Alibaba mban konferencën inauguruese Gateway në Detroit, Michigan, për të ndihmuar bizneset e vogla të shesin mallra në Kinë

8 Shtator 2017

Ma shfaqet në festimin e 18-të të ditëlindjes së Alibabës i veshur si Michael Jackson para 40,000 personave



Më poshtë po ju tregojmë disa nga divizionet e saj të biznesit.

Alibaba Group

Kjo përfshin faqet e internetit e-commerce Alibaba.com dhe Taobao, si dhe Alibaba Cloud dhe Youku Tudou, një site video i stilit të YouTube.

E-commerce

Kjo përfshin Alibaba.com (faqe për shitje me shumicë), Taobao (një marketplace, si eBay), Tmall (një

vend me pakicë për mallrat e markës), Aliexpress (njerëzit në Kinë mund të shesin në nivel global) dhe 1688.com (një tjetër faqe me shumicë).

Alibaba Cloud

Alibaba Cloud u themelua në vitin 2009 dhe ofron shërbime për shitësit në tregjet Alibaba, startup-et, bizneset dhe qeveritë dhe është partneri i shërbimeve cloud i Komitetit Olimpik Ndërkombëtar.

Mediat digjitale dhe argëtimi

Kjo përfshin Youku Tudou, site-in e YouTube-it të Alibaba, por jo Alibaba Studios, që është një ndërmarrje e përbashkët me Amblin Partners të Steven Spielberg.

Shërbimet Ant Financial

Filiali i shërbimeve financiare të Alibaba, Ant Financial siguron financa për bizneset e vogla, si dhe Alipay, shërbimin e pagesave të tij si PayPal.

Anatomia financiare e Alibaba Group

Grupi Alibaba përbëhet nga disa faqe interneti, platforma dhe një degë e cloud computing. Shumica e të ardhurave të vitit 2016-ës erdhi nga faqet e saj kineze e-commerce.

"Kur ju shikoni Alibaba në ditët e para, shumica e dizajnit të website dhe shumë gjëra të tjera u huazuan nga Yahoo. Sepse Jerry Yang ishte një frymëzim për Jack."



10 thënie të paharrueshme nga Jack Ma

Mbi të paturit misionin më të lartë

"Nuk ka rëndësi nëse dështova, të paktën e kalova konceptin tek të tjerët, edhe nëse nuk kam sukses, dikush do të ketë sukses."

Për konkurrencën

"Duhet të mësoni nga konkurrentët tuaj, por asnjëherë mos kopjoni. Kopjoni dhe do të vdisni."

Për punën në grup

"Nëse ne jemi një ekip i mirë dhe e dimë se çfarë duam të bëjmë, njëri prej nesh mund të mposhtë dhjetë prej tyre."

Mbi përfitimin nga absurditeti i tij teknologjik

"Njerëzit inteligjentë kanë nevojë për një 'budalla' për t'i udhëhequr ata. Kur ekipi është një grup shkencëtarësh, është mirë që një fshatar të udhëheqë rrugën."

Mënyra e tij e të menduarit është e ndryshme. Është më e lehtë të fitosh nëse ke njerëz që shohin gjëra nga perspektiva të ndryshme."

Mbi nisjen e kompanisë

"Nëse doni të rriteni, gjeni një mundësi të mirë. Sot, nëse dëshironi të jeni një kompani e madhe, mendoni se çfarë problemi social mund të zgjidhni."

Mbi punën

"Nëse shkojmë në punë në orën 8 dhe kthehemi në shtëpi në orën 5, nuk pasqyron modelin e një kompani të teknologjisë së lartë dhe Alibaba nuk do të ishte kurrë e suksesshme. Nëse ne kemi këtë lloj shpirti 8 me 5, atëherë duhet të bëjmë diçka tjetër."

Për të mos hequr dorë

"E sotmja është mizori, e nesërmeja është çmenduri dhe dita pas së nesërme është e bukur."

Për këmbënguljen

"Do ta bëjmë, sepse jemi të rinj dhe nuk do të dorëzohemi kurrë."

Për rritjen

"Në tregtinë e-commerce, gjëja më e rëndësishme është të vazhdoni të bëni atë që po bëni me pasion, për ta mbajtur atë sa më lart."

Nga gabimet e së shkuarës
"Nëse nuk hiqni dorë, ju keni ende një shans dhe kur jeni i vogël duhet të jeni të fokusuar dhe të mbështeteni në trurin tuaj, jo në forcën tuaj."

SI E NDËRTOVA EASY PAY!

Linda Shomo, themeluese dhe Ceo, tregon përvojën e saj dhe sfidat në zhvillimin e një prej kompanive lider në sektorin e Fintech në Shqipëri.

Ky vit ka qënë vit suksesesh për EasyPay. Së fundi kam parë në LinkedIn, që jeni vlerësuar nga Albanian Excellence si një histori sukcesi për vitin 2017, çfarë mund të na tregosh më tepër? Çfarë vlere kanë patur këto çmime për ty?

Është e vërtetë, Albanian Excellence na vlerësoi për vitin 2017. Ishte një iniciativë e bukur që vlerëson 50 individë shqiptarë, të cilët kanë dhënë një kontribut në fusha të ndryshme dhe një prej tyre ishte një çmim më i veçantë për sa i përket lidërshiptit, dhe në këtë rast çmimi mu dha mua. Paçka se emërtimi ishte individual, unë kërkova që çmimi të quhej "EasyPay". Unë njihem si Linda e "EasyPay" dhe ndihem më e përfaqësuar në këtë formë, prandaj ata pranuan që vlerësimi të mbante emrin "EasyPay".

Një nga sukseset që na gëzoi pa masë këtë vit ishte çmimi i "European Fintech Awards" që u organizua në shtator dhe ne ishim e vetmja kompani shqiptare që merre pjesë. Eventi kishte një formulë vlerësimi të ngjashme me atë të Eurovisionit, po e marr si shembull, pra, kompanitë nga vendet e huaja votonin për finalistët dhe më pas juria ishte ajo që kishte peshën më të madhe të vlerësimit.

Ne ishim një ndër tre fituesit në "Financial Inclusion", sepse janë disa kategori në sektorin financiar që quhen "FinTech", që kanë sjell risi dhe zgjidhje për sektorin financiar dhe janë nga më të ndryshmet si kreditë, pagesat, etj.

Po kompani nga Ballkani ishin të pranishme?

Nuk kishte shumë kompani nga Ballkani. Di të them se ishin vetëm dy fituesit nga Ballkani, ne nga Shqipëria dhe një kompani kroate që kishte sjellë risi për tregun ku punonte.



INTERVISTOI: GERTI BOSHNJAKU
Editor in Chief @BusinessMag Albania

Për mua personalisht kjo përvojë ishte një aventurë e re. Ishte hera e parë që hyja në Parlamentin European. Kam marrë pjesë në shumë juri, nuk di ti numëroj tani, kam bërë "pitching" pa problem, por kjo eksperiencë ishte vërtet emocionuese për mua. Sidomos fakti që kisha vetëm pesë minuta për të folur për më shumë se pesë vjet punë.

Vendi i parë u mor nga një kompani nga Luksemburgu, ne nuk arritëm të fitonim, por për kaq sa arritëm ishim shumë mirë.

Pak më parë përmendët se ju njohin si Linda e EasyPay. Por shumë njerëz mund të pyesin kush ishte Linda para EasyPay-t?

Linda ishte një femër në komunitetin e teknologjisë së informacionit. Unë kam studiuar informatikë pranë Fakultetit të Shkencave të Natyrës, më pas bëra një MBA pranë Universitetit të New York. Kam punuar për vite të tëra në sektorin financiar, në "Bankën Amerikane" sot "Intesa San Paolo", më pas kalova te "Western Union", ku gjithmonë drejtoja departamentet e IT-së. Gjithashtu, kam punuar për një kompani "First Data Interna-

tional", një procesor që kontrollonte disa banka në Shqipëri. U mendua që ata të hapnin zyrat e tyre këtu dhe unë të bëhesha menaxhere për Shqipërinë, por duke parë tregun e vogël ata zgjodhën Kroacinë, shumë më e zhvilluar në këtë drejtim.

Ky ishte momenti im i reflektimit: Po tani çfarë duhet të bëja? Sapo ishin përhapur "Mobile Payments", ne nuk kishim shumë njohuri për këtë zhvillim, por falë eksperiencës sime lidhur me sektorin financiar, pagesat, etj., guxova dhe vendosa t'i futem e vetme kësaj rruge.

Fillimisht bëja projekte të ndryshme IT dhe vitin 2007 e nisëm me emrin "ISCS" (emri i parë i EasyPay) ndërsa në shtator të vitit 2010 në dolëm live si aplikacioni i parë i pagesave online. Sot "EasyPay" numëron 30 punonjës.

Sa besim kishe që kjo gjë do të funksiononte në fillimet e saj?

Nuk e kisha 100% besimin që do ecte aq mirë sa po ecën sot, sepse ishin shumë faktorë që mungonin. E vetmja gjë që më mbante pavarësisht vështirësive ishte fakti se meqë po ecte në të gjithë botën duhej të funksiononte dhe këtu. Nuk kishte shumë fakte që të bënin optimistë. Ne kemi qenë tregtarët e parë online dhe këtë e them me krenari.

Klienti ynë i parë ishte "Digitalb", ku u bëmë distributor të tij dhe të "Plus". Ndërkohë që punohej me kartat gërvishtëse ne sollëm risinë e kuponave online. Nëpërmjet celularit mund të shisnim kupona. Hasëm shumë kundërshtime, por këmbëngula që ta provojmë.

Kam përshtypjen duhet të ketë qenë e vështirë për t'i bindur njerëzit rreth një produkti që nuk e dinë që ia kanë nevojën?

ISHTE NJË LUFTË E MADHE, POR NE FILLUAM DUKE SHITUR "DIGITALB" ONLINE PËR EMIGRANTËT.

sepse deri në atë moment blerja ishte fizike nëpërmjet personave të ndryshëm. Sigurisht që ishte e vështirë sepse edhe sot "PayPal" nuk punon me bankat, por përdoren kartat e kreditit. Gjithsesi, ne sollëm risinë dhe për këtë jemi shumë krenarë.

Po sot, tregu po zhvillohet, ka më shumë e-commerce. Ju e quani veten si PayPal? A funksionon si PayPal, EasyPay në Shqipëri?

Ky është pikërisht vizioni ynë. Ne tentojmë të jemi gjigandët e kësaj fushe për tregun shqiptar.

Trendi është i mirë sepse të gjithë kanë filluar të shesin online, kudo të munden

edhe në Facebook dhe besoj ky është momenti i mirë për ju?

Nëse e krahasojmë Shqipërinë me pjesën tjetër të botës sot sigurisht që ka shumë diferencë. Por, nëse e krahason Shqipërinë sot me tre vite më parë, ndryshimi është i madh dhe pozitiv. Më e rëndësishmja është që po ndryshon mentaliteti, të bindësh që kjo metodë do të funksionojë. Besimi është çelësi kryesor. Është një sfidë e vazhdueshme, përveç mentalitetit, sepse Shqipëria nuk është vetëm Tirana.

Risia që kemi sjellë janë pagesat në kohë reale. Dikur, kur shkoje në bankë për të bërë pagesën e bëje atë dhe kërkohej kohë dhe konfirmim. Tani flasim për sisteme të integruara dhe çdo lloj pagese që bëhet nga "EasyPay" është online, në kohë reale.

Një sinkronizim perfekt, pra jeni zhvilluar ju por njëkohësisht dhe operatorët e tjerë. Ju përfaqësoni një biznes që i flet biznesit që është dhe që po vjen.

Unë gjithmonë kur flas me stafin tim, iu rikujtoj që ne nuk punojmë vetëm për sot por për 5 vjet mbrapa.

Po në kuadrin financiar, në çfarë faze është EasyPay?

Që në fillim unë e kisha të qartë se ku isha futur.

Sektori i pagesave është një sektor me një marzh shumë të vogël fitimi, pra luhet me përqindje shumë të vogla. Por, në momentin që kap tregun masiv, këtu fillon të rritesh. Beteja është të kapësh numrat. Fokusi ynë kanë qenë utilitetet, sepse prej tyre depërtojmë në të gjithë tregun shqiptar me një shërbim që përdoren nga të gjithë. Është sektor i vështirë, por kërkon shumë investime. Gjithsesi ne jemi në një situatë të qëndrueshme dhe rritje kemi patur çdo vit me 40%.

A ka nevojë EasyPay për investime në këtë fazë?

Sigurisht që po. Nëse ne ecim me një ritëm, investimet do të na shtynin më përpara. Ne jemi në fazën që po kërkojmë investime dhe kjo është një nga arsyet e pjesëmarrjes në këto kompeticione.

Po përse i përket konkurrencës, sa e keni ndjerë praninë e saj? Dhe a është pozitive apo problematike të themi?

Nëse nuk ke konkurrencë duhet të fillosh të shqetësohesh. Pra, ose po bën një gjë që nuk vlen, ose je bërë monopol dhe do të vijnë të sulmojnë menjëherë. Ka kompani të fuqishme në treg dhe ti je shumë i vogël para tyre, por fakti që ti je bërë faktor dhe je bërë pjesë e konkurrencës së tyre të bën të ndihesh mirë dhe thjesht duhet të përballesh.

Unë e shoh në sensin pozitiv, sepse ndaj jemi këtu ku jemi. Rasti i largimit të "m-pesa", i cili ishte të themi konkurrenti ynë, më shumë na ndihmoi, sidomos në edukimin e tregut. Pra, ndonjëherë gjërat negative janë ato që të ndihmojnë më shumë.

Stafi është ai që mban peshën kryesore të punës së një kompanie. Mementalisht ju keni 30 punonjës, a janë ata të gjithë të kualifikuar?

Kjo është një sfidë më vete, gjetja e punonjësve të aftë për të

bërë punën, për të patur pasionin, dedikimin.

DUKE QENË SE JEMI NJË BIZNES QË KA TEKNOLOGJI BRENDA, STAFI YNË ËSHTË I RI DHE KJO MË PËLQEN. KA TË MIRAT DHE TË KËQIJAT E SAJ, POR UNË E QUAJ VETEN ME FAT SEPSE ATA QË KAM GJETUR JANË ABSOLUTISHT SHUMË TË MIRË. SIGURISHT QË DUHEN TRAJNUAR.

Brezi i ri që del nga bankat e shkollës, nuk është gati për të bërë këtë punë.

Linda është aktive në komunitet. Nuk u thua asnjëherë "jo" ftesave për aktivitete të ndryshme, pavarësisht angazhimeve të tjera. Ka diçka që të shtyn, pse e bën këtë?

Kam përshtypjen ky është ai pasioni i vërtetë që unë kam për këtë fushë. Ka diçka që më lidh me këtë komunitet. Po të mos e kisha qejf, sigurisht që nuk do të shkoja, por mua më pëlqen të bëhem pjesë edhe e konkurseve ku ti shikon brezin e ri që

përpiqet të bëhet pjesë e botës së startupeve.

Sa i vlerëson këto evente, a ndikojnë te fryma dhe organizimi i të rinjve? Dhe çfarë mund të bëjnë për t'i marrë frenat vet në dorë për t'u larguar nga kafenetë?

Varet çfarë modeli do të shohin. Edhe stafi im, rini janë të gjithë dhe punojnë nga mëngjesi në darkë. Fakti që ne si sipërmarrës bëhemi pjesë e këtyre aktiviteteve është i mirë sepse iu shërbejmë atyre si një model.

Edhe sikur të kalojmë vetëm pesë minuta me ta, ai krijon një model në mendje.

Çfarë ka mungesë nga shkolla ne mundohemi ta ofrojmë, p.sh. praktikën apo motivimin. Pjesa më e madhe, këto kohë kërkojnë të largohen jashtë Shqipërisë sidomos ata në fushën e teknologjisë së informacionit.



Prandaj dhe mentorët janë të rëndësishëm. Sa më shumë që rritesh aq më shumë ke nevojë për njerëz që dinë më shumë se ti. Mentori është ai që në një farë mënyre të hap sytë. Por, nevojitet dhe shumë këmbëngulje.



Nëse 3 nga këto 30 startup-e dalin të suksesshëm, misioni ynë është arritur.

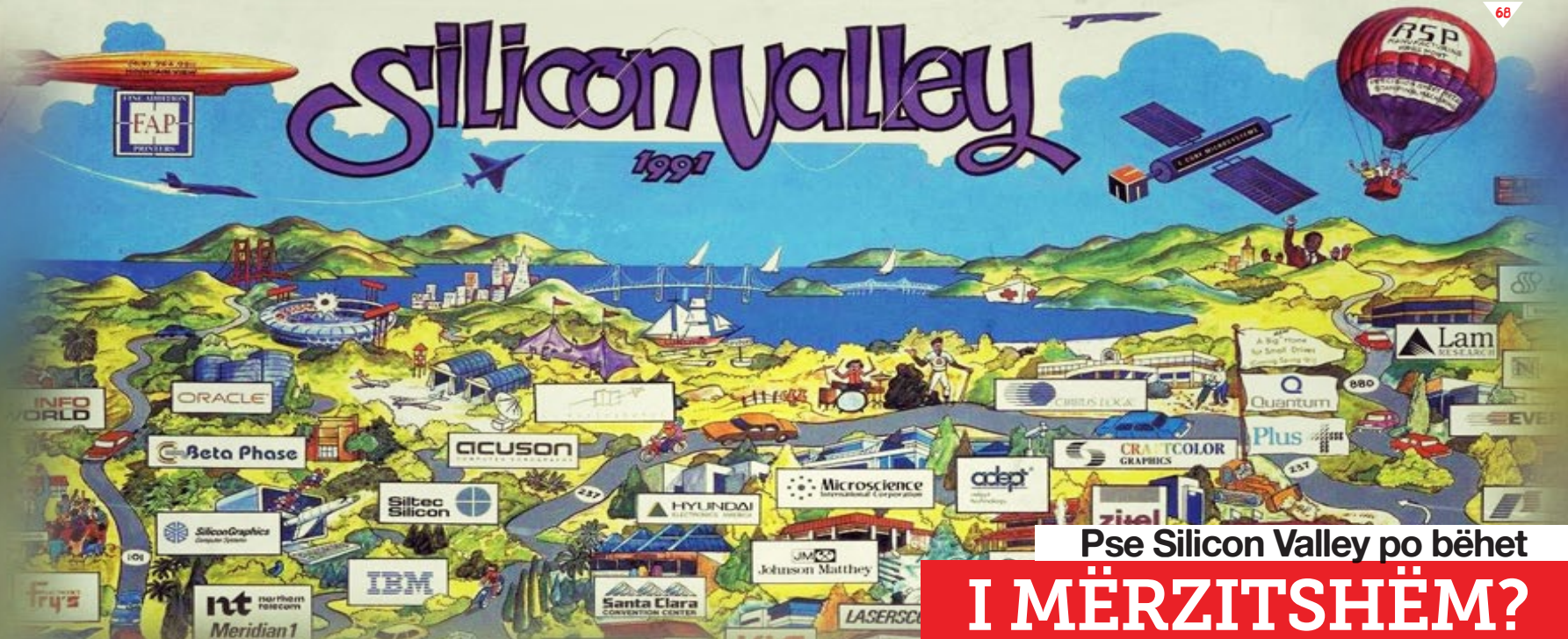
Nëse ndonjë nga startup-et e rinj do t'ju kërkonte një këshillë të vetme, nëse do kishte një ide por nuk do të kishte asnjë lek, çfare këshillë do t'i jepje?

Këmbëngulje, këmbëngulje. Nuk mjafton vetëm ideja, sepse pavarësisht sa e bukur mund të jetë ajo duhet studiuar a funksionon për tregun shqiptar.



ARTIKUJ “TOP RATED”

BUSINESSMAGAZINE



Pse Silicon Valley po bëhet

I MËRZITSHËM?

Pyetje flash: Cili është startup-i më i sukseshëm që doli këtë vit nga Silicon Valley?

Nëse u menduat për të dhënë një përgjigje, ju keni identifikuar klimën e tanishme në kryeqytetin e vjetër të inovacionit të Amerikës, shkruan businessinsider.com.

Nuk ka mungesë të parave dhe sipërmarrës ambiciozë që lëvizin në San Francisco dhe zonat e saj përreth. Por, në një rajon që vazhdimisht kërkon një gjë tjetër të madhe, mungesa e një pajisjeje apo aplikacioni të ri mund të jetë shumë shqetësuese. Disa madje pyesin nëse Silicon Valley është bërë ... i mërzitshëm.

6 investitorë, tashmë veteranë të teknologjisë, si brenda Silicon Valley ashtu edhe jashtë, kanë shprehur mendimet e tyre mbi gjendjen e

inovacionit në Silicon Valley.

Një përfundim i habitshëm: Silicon Valley nuk kryeson më lojën kur bëhet fjalë për krijimin e produkteve me impakt të teknologjisë së konsumit. Kjo pasi është zhvendosur tashmë në ciklin e ardhshëm të madh të inovacionit. Nëse jeni duke kërkuar aplikacionin tjetër viral ose rrjetin social si dëshmi të inovacionit të Silicon Valley, ju tashmë e keni humbur lojën.

Silicon Valley është ende një vatër e

inovacionit, por inovacioni tashmë duket ndryshe. "Idetë më interesante janë zakonisht ato jo të qarta", shprehet Jerry Chen, një partner në Greylock Partners. "Në momentin kur të gjithë po flasin për një teknologji apo trend, zakonisht është tepër vonë!"

Epoka e startup-eve të konsumit ka përfunduar në Silicon Valley

Për të marrë një pamje të shkurtër të startup-eve të ardhshëm më në zë, hiqini sytë nga celulari juaj dhe



shikoni në qiellin e madh blu. Nga udhëtimi në hapësirë i konsumatorit tek inteligjenca artificiale, teknologët e Silicon Valley po eksplorojnë kufinj të rinj. "Kjo nuk është më pak emocionuese, por mundësitë janë në fusha të ndryshme," tha Matthew Miller, një partner në Sequoia Capital.

Milleri përshkroi atë që ai e sheh si "dy valë" në të cilat u krijuan shumë kompani të ngjashme. Vala e parë kishte shumë kompani që po ndërtoheshin në cloud, gjë që çoi në një numër të madh startup-esh që zëvendësonin software-in klasik. E dyta ishte një valë startup-esh mobile, "e cila na zgjoi në të gjitha këto mundësi si Uber dhe Airbnb," sipas Miller. "Tani këto tregje janë të ngopura," tha ai.

Për momentin Miller, i ka hedhur sytë drejt tre sektorëve të pa parashikuar që ai thotë se po lulëzojnë: hapësirën, inteligjencën artificiale dhe kujdesin shëndetësor dixhital.

Miller mendon se inteligjenca artificiale do të jetë cloud-i i ri - një grup i ri kompanish që kërkojnë shumë punë, por, në fund zhvillojnë mjete që mund të përdoren në produktin e të tjerëve gjatë rrugës.

Startup-et e hapësirës përfshijnë një varg kompanish, nga kompani si Orbital Insight, e cila përdor të dhëna për të parashikuar se çfarë do të ndodhë gjeologjikisht në Tokë, tek një kompani të quajtur Vector, e cila lëshon mikro satelitë.

"Kjo nuk është aq madhështore sa ishte me valën e Uberit, por SpaceX gjithashtu e ka marrë këtë pozicion udhëheqës si një pionier



dhe ka frymëzuar shumë sipërmarrës të tjerë për të ndërtuar startup-e hapësinore", tha Miller për kompaninë e Elon Musk (e cila është e vendosur në Kaliforninë e Jugut).

Së fundmi, është kujdesi shëndetësor - një sektor që vëmendjen e ka tek pajisjet që

vishen, të cilat masin disa njësi të ndryshme të trupit, por gjithashtu ka një degë shumë fitimprurëse të ndërmarrjes që po krijon teknologji për t'i bërë spitalet më të suksesshme dhe më efikase.

Silicon Valley kryeson sektorin e kujdesit shëndetësor në SHBA, duke mbajtur 41% të tregut të përgjithshëm për marrëveshjet e reja. Silicon Valley ka parë 49 marrëveshje financimi që arritën në 1.3 miliardë dollarë në tremujorin e tretë të vitit 2017, sipas një raporti mbi kujdesin shëndetësor/

Themeluesit po vjetërohen dhe po punojnë në projekte më komplekse

Silicon Valley pasqyron një imazh të këndshëm të stilit të jetesës së teknologjisë, kështu që nuk është çudi që skena e startup-it të Kalifornisë shpesh lidhet me një grumbull të rinjsh që nisin kompanitë e tyre të zymta në garazhe.

Historitë e themelimit bëhen për një folklor të mirë korporativ, por këto kohë kompanitë emocionuese krijohen shpesh nga themeluesit e moshës së mesme, me shumë vite që punojnë në pjesë komplekse të teknologjisë, sipas Millerit.

"Tani janë persona në fund të 40-ve, në fillim të 50-ve. Ka një ndryshim demografik," tha Miller, duke shtuar se vala e mëparshme e cloud computing e bëri të lehtë për këdo që të ndërtojë një startup mobile.

Ndërsa Miller tha se Sequoia ende investon në shumë themelues të rinj, ai beson se sektorët e lulëzuar të sotëm kërkojnë themelues me përvojë, të cilët "kanë jetuar shumë vite në hulumtime".



Startup-et në Zonën e Gjirit të San Franciskos ende shohin më shumë fonde të kapitalit sipërmarrës sesa kudo tjetër në SHBA. Në tremujorin e tretë, San Francisko dhe Silicon Valley realizuan 385 marrëveshje financimi, duke arritur në 6.4 miliardë dollarë. Por, paratë po përhapen në rajone të tjera, thekson businessinsider.com. Zona e New York City, e cila përjetoi një tremujor jashtëzakonisht të mirë falë një raundi financimi nga kompania WeWork me qendër në New York, shënoi gjithsej 4.2 miliardë dollarë në 162 marrëveshje, ndërsa kompanitë në zonën e Los Anxhelos ngritën 1.1 miliardë dollarë në 93 marrëveshje.

Teknologjia e konsumit është zhvendosur në Los Angelos dhe New York

Megjithëse nuk mund të marrin shumë respekt në Silicon Valley këto ditë, disa prej startup-eve më të dukshme janë me seli në Los Angeles dhe New York City. Merrni për shembull Snapchat, i cili është i

vendosur në Los Anxhelos. Ndërsa, kompania mund të jetë duke u përpjekur të zhvillohet nga perspektiva e biznesit, ajo kurrë nuk ka qenë më emocionuese në sytë e konsumatorit - thjesht pyesni çdo adoleshent për këtë.

New York City ka pjesën e saj në kompani si Glossier, Casper dhe Blue Apron, të cilat kanë vendosur etapën për një skenë startup-i të mbushur me produkte të reja dhe popullore të

konsumit.

Ditët kur teknologjia e konsumit si Fitbits, Uber, dhe Smartwatches ishin risitë e Silicon Valley ka ikur prej kohësh. Tani, të gjithë nga gjyshet tek Kim Kardashian bisedojnë dhe flasin rreth teknologjisë që po përdorin, blejnë dhe veshin.

"Teknologjia e konsumit është bërë kulturë popullore dhe në SHBA, kultura popullore është vendosur në New York dhe në Los Anxhelos, jo në zonën e Gjirit," shprehet Jeremy Lies, një partner në Lightspeed Ventures ndërsa thekson se, "ne jemi duke parë kompanitë e teknologjisë së konsumit shumë më tepër atje se këtu".

Startup-et e New York po luajnë në pikat e forta të qytetit në media, në shitjet me pakicë, modë dhe e-commerce.

"Inteligjenca artificiale dhe realiteti virtual në bërjen e pazarit është ndoshta një nga më emocionueset," tha Sapna Shah, një investitore engjell dhe drejtoreshë në Red Giraffe Advisors në New York City.

"Po shohim çdo gjë, që nga aftësia për të vizualizuar veshjen në trupin tonë, të bëjmë pazar në një dyqan virtual apo të vendosim mobilje dhe objekte dekorative në shtëpinë tonë për të parë se si duken ato para se t'i blejmë," tha ajo.

Ajo gjithashtu po sheh shumë rritje në shitjen me pakicë rreth vëzhgimit kompjuterik që përdor IA për të ndihmuar kompjuterët të kuptojnë se çfarë po ndodh brenda një imazhi.

"Shumë prej këtyre startup-eve janë në një fazë të hershme, por që premtojnë shumë," tha Shah.

Me fjalë të tjera, mos u habitni kur shihni më shumë startup-e që dalin nga qendrat e modës dhe argëtimit si New York dhe Los Angeles.

Vetëm mbani mend se, punët e "mërzitshme" për të cilat inxhinierët e Silicon Valley në heshtje mundohen sot, do të bëhen blloqe ndërtimi për gjëra të tilla si IA për të mundësuar robotë dhe udhëtime hapësinore - dhe nuk ka asgjë të mërzitshme rreth kësaj.



**Përdorimi i celularëve në klasë
Ja si shikohet nisma e**

VIRGIN MOBILE AUSTRALIA

Unë kam qenë avokati mbrojtës për një kohë të gjatë rreth rishqyrtimit të arsimit dhe shpesh kam folur për mënyrën se si mund t'i bëjmë gjërat ndryshe, për të ndihmuar më mirë në përgatitjen e të rinjve në mënyrë që ata të lulëzonin në botën reale. Natyrisht që nuk ka asnjë zgjidhje të thjeshtë, megjithatë kam dëgjuar për një iniciativë të Virgin Mobile Australia që duket se ka një impakt të mrekullueshëm.



Siç mund ta shihni Virgin Mobile Australia ka lidhur partneritet me Smiling Mind dhe aplikacionin e tyre mobile në mënyrë që të inkurajojnë vëmendjen në shkollat australiane. Është një iniciativë e mrekullueshme dhe përgëzoj CEO-n e Virgin Mobile Australia, James Gully, për udhëheqjen e tij me shembull dhe vizitat që bën nëpër klasa për të promovuar mirëqenien mendore.

Në Virgin, ne besojmë se kemi një përgjegjësi për të ndryshuar biznesin për mirë. Virgin Mobile është pikërisht në biznesin e

lidhjes së njerëzve nëpërmjet fuqisë së telefonit celular; megjithatë, jemi plotësisht të vetëdijshëm se lidhja e vazhdueshme mund të çojë në mbingarkesë dixhitale dhe shkëputje nga bota rreth nesh.

Së bashku, Virgin Mobile Australia dhe Smiling Mind po kërkojnë ta luftojnë këtë duke i pajisur njerëzit me mjetet që ata kanë nevojë për të ndërthurur vëmendjen dhe meditimin në ditët e tyre mësimore. Imagjinoni se çfarë mund të arrijnë këta të rinj si udhëheqës të ardhshëm nëse janë të pajisur me mjetet që duhet të kujdesen për mendjet e tyre dhe të zhvillojnë aftësi të rëndësishme siç janë elasticiteti, ndjeshmëria dhe dhembshuria.

Deri më sot, aplikacioni Smiling Mind ka qenë i lidhur me mbi 25,000 edukatorë.



Ne jemi krenarë që të investojmë tek të rinjtë dhe në fund të fundit të ndihmojmë në mbështetjen e gjeneratave të njerëzve të shëndetshëm.

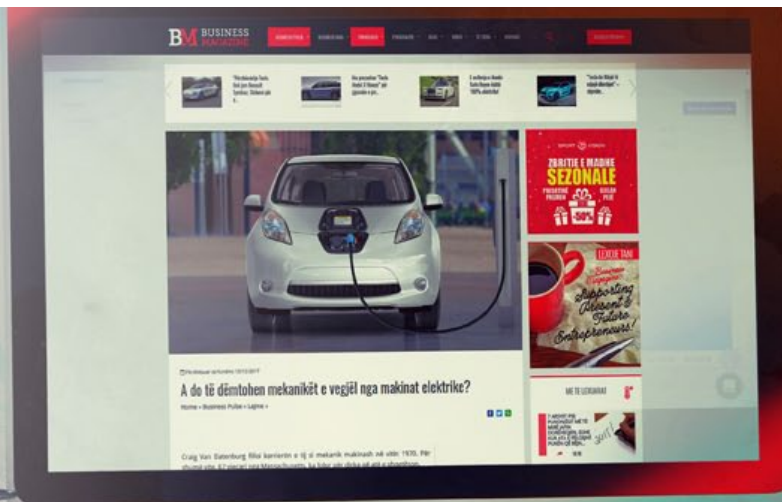
Nga ajo që dëgjoj, njerëzit tanë në zyrën qendrore të Virgin Mobile Australia dhe në faqet tona të shitjes me pakicë në mbarë vendin, duan të marrin pjesë edhe në praktikat e organizuara. Në Virgin, i kushtojmë vëmendje dhe rëndësi të madhe mirëqenies së punonjësve. Janë njerëzit tanë që na sjellin suksesin, kështu që përpiqemi të mbajmë një kulturë të shëndetshme dhe të lumtur dhe të krijojmë mjedise në të cilat të gjithë mund të lulëzojnë.

UNË INKURAJOJ ÇDO FËMIJË NË SHKOLLË, TË RRITUR, PRIND, OSE UDHËHEQËS PËR TË MBYLLUR EMAIL-ET DHE MEDIAT SOCIALE HERË PAS HERË DHE PËR T'I DHËNË SMILING MIND NJË MUNDËSI.

Infoalbania.al është produkt i New Media Communications, kompani marketingu që operon në Shqipëri prej vitit 2009. Materialet në këtë revistë janë të realizuara me përkushtim nga stafi i Business Magazine Albania. Të gjitha intervistat janë ekskluzive vetëm për revistën. Nuk lejohet ri-publikimi i tyre pa lejen përkatëse.

BM BUSINESS MAGAZINE

është revista e parë dixhitale në Shqipëri e cila do të publikohet online periodikisht dhe do të ofrohet për lexuesit në format e mëposhtme:



↓ Për shkarkim tek linku
www.businessmag.al/revista/dhjetor-2017/

👤 Në rjetet sociale:

www.facebook.com/BusinessMagAlbania
www.linkedin.com/company/business-magazine-albania

✉ Në Emailin tuaj pasi të kryeni regjistrimin

REGJISTROHU ✓

Një falenderim i përzemërt shkon për stafin realizues të këtij numri:

- Gerti Boshnjaku •
- Albana Muçaj •
- Fiorela Jaupi •
- Neda Muçaj •
- Jon Papadhimitri •
- Anerola Torollari •
- Pëllumb Metaj •
- Design: Leart Zajmi •