

Open Access

Research Article

COVID-19 Crisis Management in Small Business

Denisa KURTAJ^{1*}, Irma QINAMI², Manuela RATI³

^{1*}Agricultural University of Tirana, Albania, dpipero@ubt.edu.al

²Agricultural University of Tirana, Albania, iqinami@ubt.edu.al

³Agricultural University of Tirana, Albania, manuelarati2@gmail.com

Abstract

Business has been affected and directly affected by the global pandemic crisis. The global pandemic from COVID-19, has directly affected the level of sales and business operations in Albania, increasing uncertainty among consumers and significantly reducing the level of sales.

The main goal is to identify the management strategies of COVID-19 in small business in Tirana. To meet this goal, a questionnaire was conducted and distributed online through social networks in various businesses operating in the city of Tirana. The results have shown that COVID-19 has had a significant impact not only on business finances, but also has a direct impact on the operation and sustainability of the business, especially in terms of raw material provision, ordering, distribution, the level of sales, the way of perceiving physical and online purchases, etc.

Keywords: Strategy, Problem Management during COVID-19, Small Business

JEL Codes: M3, D 20

**Corresponding Author*

Accepted for publication December 2021

Open Access

Artikull Kërkimor

Menaxhimi i Krizës së COVID-19 tek Biznesi i Vogël

Denisa KURTAJ^{1†}, Irma QINAMI², Manuela RATI³

^{1*}Universiteti Bujqësor i Tiranës dpipero@ubt.edu.al

²Universiteti Bujqësor i Tiranës iqinami@ubt.edu.al

³Universiteti Bujqësor i Tiranës manuelarati2@gmail.com

Abstrakt

Biznesi është prekur dhe është ndikuar në mënyrë të drejtpërdrejtë nga kriza e pandemisë globale. Pandemia globale nga COVID-19, ka ndikuar në mënyrë direkte në nivelin e shitjeve dhe në operimin e biznesit në Shqipëri, duke rritur pasigurinë tek konsumatori si dhe duke ulur ndjeshëm nivelin e shitjeve.

Qëllimi kryesor është evidentimi i strategjive të menaxhimit të COVID-19 në biznesin e vogël në Tiranë. Për përmbushjen e këtij qëllimi është realizuar një pyetësor dhe shpërndarë online përmes rrjeteve sociale në biznese të ndryshme që operojnë në qytetin e Tiranës. Rezultatet kanë treguar se Covid-19 ka patur një impakt të rëndësishëm jo vetëm në financat e bizneseve, por gjithashtu ka ndikuar në mënyrë direkte në operimin dhe në qëndrueshmërinë e biznesit, sidomos në drejtim të sigurimit të lëndës së parë, të porositve, të shpërndarjes, nivelin e shitjeve, mënyrën e perceptimit të blerjeve fizikisht dhe atyre online, etj.

Fjalët kyç: Strategjia, Menaxhimi i krizës së COVID- 19, Biznesi i vogël

JEL Codes: M3, D20

**Autori korrespondent*

Pranuar për publikim Dhjetor 2021

Open Access**Hyrje**

U bëne dy vjet që COVID- 19 ka marrë jetën e shumë njerëzve në mbarë globin, duke përfshirë dhe vendin tonë. Kjo situatë ka bërë që rritja ekonomike e vëndeve të ketë një rënie të ndjeshme. Ndikimin me të madh e kemi parë te bizneset në mbarë botën por gjithashtu shumë edhe në vendin tonë. Shumë shitës me shumicë dhe pakicë kanë mbyllur përkohësisht dyqanet e tyre, për ti rihapur më vonë, me vendimet e ndërmarra nga qeveria. Përveç kësaj, shitësit e bizneseve të vogla dhe të mesme janë përballuar me rënien e shitjeve, si pasojë e mungesës së klientëve. Në përgjithësi shumë biznese shqiptare e marrin lëndën e parë në Kinë apo Turqi të cilat janë bërë pengesë për vazhdimësinë e tyre. Prandaj, COVID-19 ka patur një impakt të madh mbi biznesin në të gjithë botën, dhe sidomos për produktet me origjinë Kineze. Pikërisht për këtë arsye është marrë në studim menaxhimi i krizës së COVID-19 tek bizneset e vogla në Shqipëri, duke e limituar kërkimin vetëm në qytetin e Tiranës. COVID-19 po krijon një qasje universale që qeveritë dhe organizatat të ndërmarrin veprime të menjëhershme për të mbrojtur njerëzit e tyre siç është vetëkarantinimi apo distancimi social. Këto terma më parë të paqarta tani janë fjalë të përditshme. Po formohen zakone dhe sjellje të reja që në shumë raste nuk kanë të ngjarë të ikin pasi të kalojë kriza. Për konsumatorin, ndikimi më i menjëhershëm është frika, jo vetëm për shëndetin e tyre personal, por edhe atë ekonomik.

Rishikim i Literaturës

Pjesa më e madhe e ekonomistëve mendojnë se kriza e COVID-19 është një goditje e dyfishtë negative, fillimisht e ofertës e më pas e kërkesës. Kjo krizë lidhet me faktorë të ndryshëm jashtë sistemit ekonomik, i cili provokoi një rënie të fortë të prodhimit të sipërmarjeve dhe konsumit të familjeve dhe individëve. Kjo goditje e fortë e dyfishtë, e shumëfishuar nga izolimi i popullsisë dhe mbyllja e bizneseve, shpjegon dhe rënien brutale të aktivitetit ekonomik.

Në muajin mars 2020, në një artikull të saj mbi krizën e COVID-19, “The Economist” nënvizonte se “nëse ekonomia do të bjerë në një black-out të zgjatur, dëmet ekonomike e financiare dhe paniku i madh, mund ta çojnë në një krizë ekonomiko-financiare më të rëndë se kriza e vitit 2008”. Në këtë kontekst dhe në mungesë të masave të jashtëzakonshme e agresive të qeverive, bota do të përballlet me një rënie të tregjeve dhe depresion të rëndë.

Në mjediset financiare dhe bankare, kriza e COVID-19 u cilësua si “mjelma e zezë”, si një ngjarje krejtësisht e paparashikuar dhe e panjohur, shkatërruese, e keqkuptuar dhe keqinterpretuar, të paktën në fillimet e shpërthimit të saj. U deshën disa javë që teoria e goditjes nga faktorë të jashtëm të lidhej me funksionimin e kapitalizmit financiar dhe

Open Access

globalizimin. Shumë studiues evidentuan si fajtor për këtë krizë politikat neoliberale, globalizimin pa limit dhe politikat publike të limitura .

Tashmë që kjo krizë është e evidente pothuajse në gjithë vendet e botës, të zhvilluara e të pazhvilluara, të pasura e të varfra, ekonomistët dhe shkencëtarët mendojnë se “ajo është një krizë e brendëshme e sistemit tonë ekonomik e financiar, se nuk duhet të dyshojmë se ekziston një lidhje shkakësore ndërmjet shumëfishimit të pandemive dhe defekteve të mëdha të sistemit tonë ekonomik, financiar e mjedisor” .

Metodat dhe Procedurat

Pyetja kërkimore është: A ka patur impakt negativ pandemia e COVID-19 mbi biznesin e vogël në Tiranë?

Kur flasim për impakt negativ kemi parasysh: pushimin e sistemit, prishjen e zinxhirit të furnizimit apo shpërndarjes, krijimin e pasigurisë konsumatore mbi blerjet, krijimin e vështirësive të tjera operative dhe financiare, uljen e shitjeve, etj.

Të dhënat

Të dhënat parësore janë mbledhur përmes pyetësorit dhe intervistës. Nga 100 përfaqësues të cilëve u është shpërndarë pyetësori, 60 prej tyre na kanë kthyer përgjigje dhe kanë ndarë eksperiencat dhe mendimet e tyre mbi impaktin e shpalljes së pandemisë së Covid-19 në biznesin e tyre. Pra, pjesëmarrja ka rezultuar të jetë rreth 60%. Pyetësori është zhvilluar përmes platformave online dhe është dizenuar në platformën Google forms, e cila është një platformë pa pagesë.

Metoda e përdorur

Duke patur parasysh qëllimet e punimit, ky punim është realizuar duke përdorur një ndërthurje mes shqyrtimit të literaturës, metodës sasiore dhe asaj cilësore. Pyetësori i zhvilluar me përfaqësuesit e bizneseve të qytetit të Tiranës është dizenuar duke mbështetur literaturën e përzgjedhur për t'ju përgjigjur pyetjes kërkimore. Pyetësori përmban disa pyetje të mbyllura të cilat kërkojnë përgjigje të shkurtëra, në pjesën më të madhe sipas alternativave. Të anketuarit u kontaktuan drejtpërdrejtë pranë bizneseve të tyre, përmes postës elektronike, rrjeteve sociale dhe telefonit. Pyetësorët u kryen në muajt Prill-Maj 2021.

Rezultatet

Open Access

Nisur nga situata e pandemisë fillimisht të anketuarit janë pyetur nëse situata nga COVID-19 në Shqipëri u është dukur si diçka kalimtare apo një problem serioz për të ardhmen e biznesit.

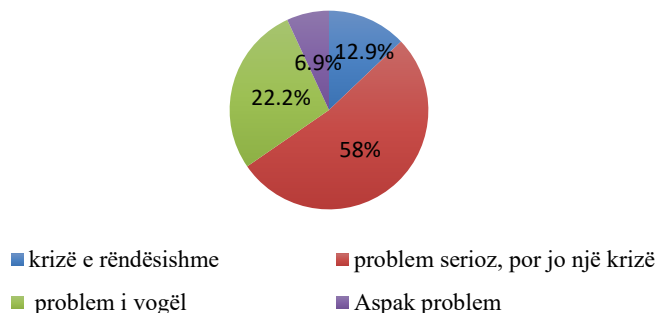


Figura 1. Situata e Covid -19 në Tiranë

Nga grafiku më sipër mund të shohim qartësisht se situata në Tiranë është konsideruar një problem serioz, por jo një krizë, nga 58% e të anketuarve, gjë që nënkupton se në fazën e zhvillimit të këtij punimi, të anketuarit kanë qenë të vetëdijshëm që po përballen me një problem serioz i cili nuk mund të zgjidhet me një ditë, dhe të cilit nuk i dihet fundi. Vetëm 12.9% e të anketuarve janë shprehur se kjo është një krizë domethënëse e cila ka pasur një impakt jo të vogël jo vetëm mbi financat, por gjithashtu mbi të gjithë sistemin. Ndërsa 22.2% e të anketuarve janë përgjigjur që ky është një problem i vogël, ndërsa 6.9% aspak problem.

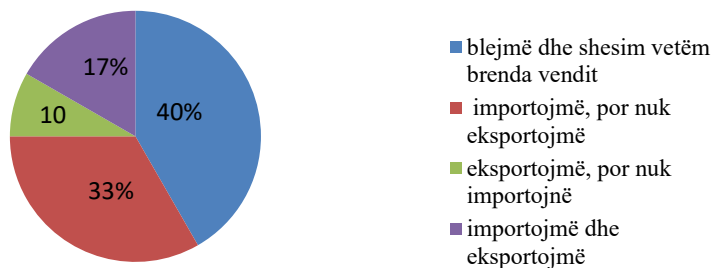


Figura 2. Shpërndarja sipas pjesëmarrjes në tregun botëror

Nga grafiku shohim se pjesa më e madhe e të anketuarve janë shprehur se biznesi ku ata punojnë blejnë dhe shesin brenda vendit me 40%, ndërsa importojmë por nuk eksportojmë zë 33 %, ndërsa përgjigjia eksportojmë por nuk importojmë zë 10%. Pjesa tjetër importonin dhe eksportonin në 17% të përgjigjeve.

Open Access

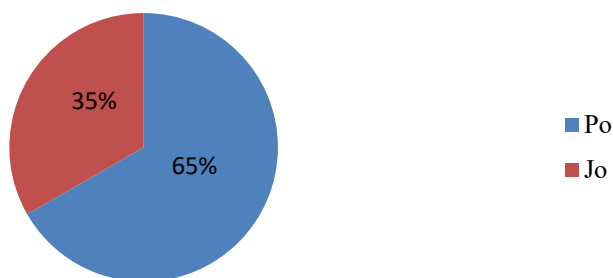


Figura 3. Shpërndarja e promovimit të biznesit nëpërmjet platformave online

Nga grafiku shohim se 65 % e aplikojnë promovimin e biznesit përmes platformave online, ndërsa në një përqindje më të vogël 35 % përgjigjen negativisht.

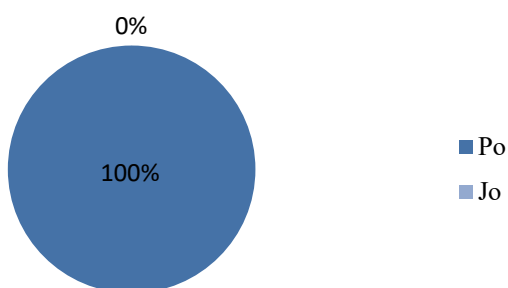


Figura 4. Shpërndarja e shitjeve sipas platformave online

Grafiku i mësipërm tregon se të gjithë të anketuarit bëjnë shitje përmes platformave online gjatë kësaj periudhe.

Strategjitë e menaxhimit të krizës së COVID-19 tek bizneset e vogla

Covid-19 po i shtyn kompanitë që të operojnë me shpejtësi në mënyra të reja, dhe rezistenca e sistemeve po testohet si kurrë më parë. Ndërsa bizneset mbledhin një varg përparësish dhe sfidash të reja të sistemeve - rreziqet e vazhdimësisë së biznesit, ndryshimet e papritura në vëllim, vendimmarrja në kohë reale, produktiviteti i fuqisë punëtore, rreziqet e sigurisë - udhëheqësit duhet të veprojnë shpejt për të adresuar çështjet e menjëhershme të rezistencës së sistemeve dhe të krijojnë një themel për të ardhmen. Nisur nga këto këndvështrime, pjesëmarrësit janë përgjigjur mbi pyetjet mbi impaktin që ka pasur COVID-19 në biznesin e tyre dhe sidomos gjatë pandemisë.

Open Access

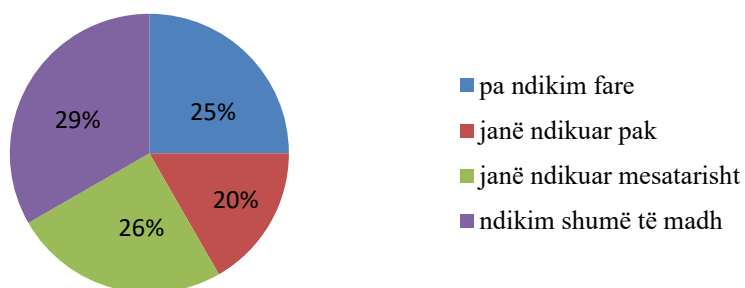


Figura 5. Shpërndarja sipas ndikimit të pandemisë tek drejtimi i operacioneve të biznesit

Siç mund ta shohim në grafik pjesa më e madhe e të anketuarve janë shprehur se janë ndikuar relativisht shumë nga kjo situatë në 29% të të anketuarve. Pjesa tjetër e të anketuarve shprehet se janë ndikuar mesatarisht në 26% të rasteve dhe nuk janë ndikuar me rreth 25%. Ndërsa pjesa më e vogël shprehet se janë ndikuar pak me 20%.

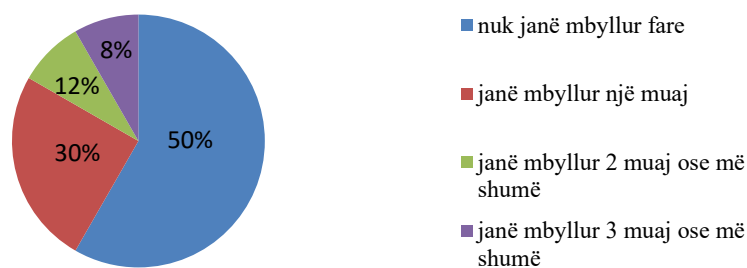
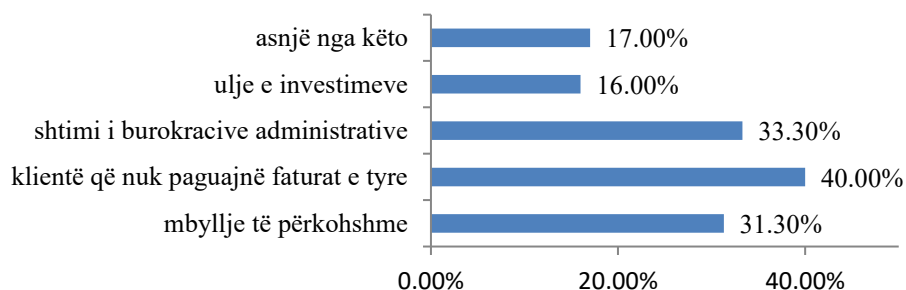
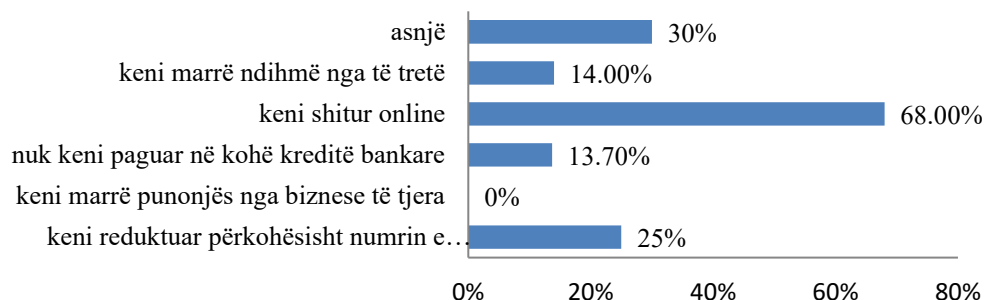


Figura 6. Shpërndarja sipas kohës së mbylljes së biznesit

Shohim se përgjigja nuk është mbyllur kryeson me përqindjen më të lartë rreth 50%, janë mbyllur 1 muaj në 30%. Kurse një përqindje e vogël rreth 12% dhe 8% janë shprehur se janë mbyllur për 3 muaj ose më shumë dhe 2 muaj ose më shumë.

Open Access**Figura 7.** Shpërndarja sipas ndikimit të pandemisë në biznesin e vogël

Rreth rreth 31.3% janë shprehur se biznesi ku punojnë është mbyllur përkohësisht, ka pasur klientë që nuk kanë paguar faturat e tyre dhe ka pasur gjithashtu burokraci administrative. Gjithashtu shprehen se kanë pasur ulje të konsiderueshme të investimeve në 16% ndërsa pjesa tjetër shprehen se asnjë nga këto me 17%.

**Figura 8.** Shpërndarja sipas strategjive të përdorura për të përballuar krizën

Pjesa më e madhe rreth 68% kanë zgjedhur si strategji zhvillimin e shitjeve online, 25% janë përgjigjur se kanë reduktuar përkohësisht numrin e punonjësve dhe po kaq nuk kanë përdorur asnjë strategji të caktuar. Rreth 13.7% shprehen se kanë shtyrë kreditë bankare dhe po 14% kanë marrë ndihmë nga të tretë.

Gjithashtu me anën e këtyre strategjive, biznesi është angazhuar me përgjegjësi sociale dhe e ka sjellë këtë në vëmendje të klientelës së konsoliduar prej vitesh, duke dhënë kështu dhe një ide inovatore.

Përfundime dhe Rekomandime

Impakti i COVID-19 mbi biznesin ka qenë i thellë, jo vetëm për financat por gjithashtu dhe për mënyrën e operimit dhe operacionet e biznesit, zinxhirin e furnizimit dhe mënyrën e përballjes me klientët. Përfundimet kryesore janë si më poshtë:

Open Access

Pandemia globale nga COVID-19, ka ndikuar në mënyrë direkte në nivelin e shitjeve dhe në operimin e biznesit në Shqipëri, duke rritur pasigurinë tek konsumatori si dhe duke ulur ndjeshëm nivelin e shitjeve.

Biznesi është prekur dhe ndikuar në mënyrë të drejtpërdrejtë nga kriza e pandemisë globale;

Pandemia globale, ka ndikuar në mënyrë direkte në operimin dhe në qëndrueshmërinë e biznesit, sidomos në drejtim të sigurimit të lëndës së parë dhe të porositve.

Kriza e pandemisë ndikoi në mënyrë direkte në krijimin e një marzhi të ri apo tendence të re drejt blerjeve online, sidomos pas daljes nga karantina.

Tregtia online, shihet si e ardhmja e tregtisë në biznesin ndërkombëtar, pasi krijon mundësitë dhe avantazhet e blerjeve direkte, pa barriera fizike.

Rekomandimet në raport me këtë punim janë:

Bizneset duhet të kujdesen në drejtim të ofrimit të një marrëdhënie të ndërveprimit me konsumatorit, për të garantuar në një masë të madhe, cilësinë e produkteve dhe shërbimeve.

Duhet të rritet kapaciteti i të mësuarit dhe i përshtatjes së bizneseve në mënyrë që përballja me emergjencat apo me situata të tilla me të cilat po përballemi të jetë më fleksibël, më e natyrshme, më e lehtë.

Është e nevojshme që bizneset të shohin përtej mundësive ekzistuese dhe të gjejnë hapësirat e nevojshme dhe mundësitë për kanalizimin e biznesit të tyre ose të ndërrojnë mënyrën me të cilën operojnë.

Referencat

Anastas Angjeli dhe Adrian Civici (2020), *“Kriza ekonomike, në kohën e Koronavirusit: Shkaqet, Pasojat, reagimet”*, Kristalina-KH, Tiranë, 2020.

"The economist", March 2020, *"Everything's under control"*.

Bartik, A., Bertrand, M., Cullen, Z.O., Glaeser, E. L. Luca, M. and Stanton, C. (2020). *The impact of COVID-19 on small business outcomes and expectations*. Working Paper 20-102. Retrieved from: www.ssrn.com

WHO (2020). *Timeline of WHO's response to COVID-19*. World Health Organization. Retrieved from www.who.int

Ozili P, and Arun T. (2020). *Spillover of COVID- 19, impact on the global economy*.

Cacioppo and Hawkley, 2009 J.T. Cacioppo, L.C. Hawkley *“Perceived social isolation and cognition”*, Trends in Cognitive Sciences, 13 (10) (2009).

Funk et al., 2009 S. Funk, E. Gilad, C. Watkins, V. A. Jansen *“The spread of awareness and its impact on epidemic outbreaks”*. Proceedings of the National Academy of Sciences, 106 (16) (2009).