



# STIKK

SHOQATA PËR TEKNOLOGJI TË INFORMACIONIT  
DHE TË KOMUNIKIMIT TË KOSOVËS

KOSOVO ASSOCIATION OF INFORMATION  
AND COMMUNICATION TECHNOLOGY

## BAROMETRI I TI PËR KOSOVË 2017

NËNTOR 2017

Projekti Promovimi i sektorit të TIK të Kosovës si nxitës për  
ritje ekonomike, punësim dhe inovacion përkrahët nga:



# BAROMETRI I TI PËR KOSOVË 2017 RAPORTI FINAL

NËNTOR 2017  
PRISHTINË, KOSOVË

Ky raport është përpiluar nga:



# PËRMBAJTJA

TABELA E FIGURAVE.....	2
SHKURTESAT .....	3
PËRMBLEDHJE E PËRGJITHSHME .....	4
1. SFONDI .....	6
1.1 Historia e BITI EJL .....	6
1.2 Sfondi i Sektorit.....	7
2. METODOLOGJIA.....	8
2.1 Mostra dhe Instrumentet .....	8
3. GJETJET E EJL BITI KOSOVË 2017 .....	10
3.1 Tregu Vendor.....	10
3.1.1 Teknologjia e përdorur .....	10
3.1.2 Teknologjia e Tregut.....	16
3.2 Tregjet e Eksportit .....	17
3.3 Pritshmëritë për të ardhmen.....	22
3.4 Burimet Njerëzore.....	24
BIBLIOGRAFIA .....	30
ANEKSI 1: PYETËSORI BITI KOSOVË 2017.....	32

# TABELA E FIGURAVE

Figura1. Produktet /Shërbimet e Ofruara nga kompanitë .....	9
Figura 2. Sistemet dhe Platformat Operative .....	11
Figura 3. Teknologjitë e përdorura për ofrimin e shërbimeve/zhvillimit të produkteve ..	12
Figure 4. Gjuhët dhe Mjetet Programuese .....	13
Figura 5. Teknologjitë e Databazave.....	14
Figure 6. Standardet e Kerkuara .....	15
Figura 7. Avantazhet konkurruese në tregun e Kosovës .....	16
Figura 8. Prezenca në tregjet e Eksportit.....	17
Figura 9. Llojet e klienteve në tregjet e eksportit .....	17
Figura 10. Avantazhet konkurruese në tregjet e eksportit .....	18
Figura 11. Disponueshmëria e aftësive të gjuhëve.....	19
Figura 12. Kanalet e shitjes/Distribimit për eksport .....	20
Figura 13. Prezenca në tregjet horizontale.....	21
Figura 14. Faktoret që afektojnë biznesin.....	23
Figura 15. Certifikimet e punonjësve .....	24
Figure 16. Ndryshimi i Stafit përgjatë vitit .....	25
Figure 17. Koha e zëvendësimit të stafit .....	25
Figura 18. Pritshmerite rreth stafit për vitin e ardhshëm .....	26
Figura 19. Pritshmerite për nivelet e pagave në vitin e ardhshëm.....	27
Figura 20. Disponueshmëria e kualifikuar e fuqisë punëtore.....	28
Figura 21. Influenca e ikjes së trurit .....	29

# SHKURTESAT

TPB	Transferimi i Procesit të Biznesit
ESI	Qendra e Europës Lindore
BE	Bashkimi Evropian
TKI	Teknologjia e Komunikimit Informativ
BNDH	Bashkpunimi Ndërkombëtar i të dhënave
TI	Teknologjia Informative
TBP	Traktati i Bashkëpunimit Patentor
ÇPMP	Çertifikimi Profesional i Menaxhimit të Projekteve
EJL ITIB	EVROPA JUGLINDORE Barometri i Industrisë së Teknologjisë Informative
NVM	Ndërmarjet e Vogla të Mesme
AKTIK	Asociacioni Kosovar i Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit
Vendet e BP	Vendet e Ballkanit Perëndimor
RBBBB	Raporti i Bërjes së Biznesit i Bankës Botërore
FEB	Forumi Ekonomik Botëror

# PËRMBLEDHJE E PËRGJITHSHME

Kompanitë kosovare të TIK janë bërë më efektive në ruajtjen e stafit të tyre duke shënuar lëvizje më të vogla në krahasim me vitin paraprak dhe gjithashtu u nevojitet kohë më e shkurtër të zëvendësojnë stafin që largohet. Kjo nënkupton një qëndrueshmëri më të lartë të kompanive për sa l përket burimeve njerëzore, dhe njëherit furnizim më të bollshëm me shkathtësi në tregun e punës për profesionet e TIK.

Barometri i parë i TI-së në Evropën Juglindore BTI EJL 2014 është realizuar me qëllimin kryesor ofrimin e informacionit dhe analizave të hollësishme të burimeve të brendshme, kapaciteteve si dhe analizave të jashtme të tregut midis gjashtë vendeve të Ballkanit Perëndimor dhe shoqatave të tyre të TI-së. Hulumtimi ka për qëllim mbledhjen e informacionit nga kompanitë e TIK në kuptimin e vlerës së eksportit, potencialit të eksportit, nevojave të burimeve njerëzore, çështjeve kyçe të sektorit dhe të zhvillojë një parashikim për vitet e ardhshme, i cili do të sigurojë një pasqyrë në vlerën e markës kombëtare të TIK.

Edicioni 2017 i BTI EJL për Kosovën është zbatuar nga Shoqata e TIK-ës e Kosovës dhe AnketaCo. Shtylla kryesore e raportit të BITI ka qenë anketa me kompanitë e TIK, e cila është ndryshuar për të përfshirë variabla të reja dhe për të siguruar një pamje më të fundit të zhvillimeve në treg. Anketa është përfunduar me sukses nga 26 kompani, shumica e të cilave janë në pronësi shumicë të shtetasve të Kosovës.

Kompanitë Kosovare të TIK konsiderojnë Cilësinë dhe Shkathtësitë Teknike si aftësi konkurruese në tregun vendor, e shohin veten kryesisht të konkurrueshme me çmime në tregjet ndërkombëtare. Kështu, kompanitë që do të mund të shquheshin me cilësi, konkurrojnë në tregjet ndërkombëtare me çmime pak më të larta se sa mund të paguheshin në Kosovë.

Tregu i TIK në Kosovë është i ri dhe shumica e subjekteve të pranishme janë themeluar pas vitit 2000. Me vetëm një pjesë të vogël të kompanive që janë rritur përtej pesëdhjetë punonjësve (kryesisht kompanitë e jashtme dhe qendrat e thirrjeve), tregu lokal paraqet paqëndrueshmëri më të lartë të kompanive ekzistuese dhe më pak pengesa për startup-at e sektorit të hyjnë në treg. Kërkesa vendore që rrjedh nga madhësia e vogël e tregut (e cila është rritur gjatë vitit të kaluar) e kombinuar me opinionet e tyre të brendshme përkitazi me tregjet, besohet të jenë arsyet kryesore pse kompanitë e TIK në Kosovë nuk janë në gjendje të rriten në madhësi. Rezultatet e BITI 2017 të Kosovës dallojnë pak nga rezultatet e sondazhit të mëparshëm, duke treguar një situatë mjaft të qëndrueshme të tregut në këtë sektor. Tregu i TIK në Kosovë është duke u rritur nga viti në vit. Edhe përfshirja e kompanive më të reja në studimin BITI, nuk ka prodhuar efekte negative në lidhje me rezultatet dhe performancën e kompanive, duke demonstruar kështu nivel të ulët të barrierave për prurje të reja në treg.

Themelimi i Ministrisë së Inovacionit dhe Ndërmarrësisë dhe ndarja e buxhetit prej 10 Mil EUR. për këtë sektor pritet të ketë ndikim të rëndësishëm në vitin e ardhshëm dhe potencialisht mund të ndikoj në mendimet e shprehura nga të anketuarit për të ardhmen. Tregjet e eksportit gjithashtu po bëhen gjithnjë e më shumë orientim i kompanive kosovare të TIK. Por rritja e kërkesës vendore ka ndarë vëmendjen e kompanive lokale të TIK-ut në mes të përmbushjes së kërkesës vendore ose asaj të eksportit. Në BITI 2017, rreth 70% e kompanive të intervistuar raportojnë se orientohen drejt tregjeve të huaja, ndërsa rreth 30% kufizojnë aktivitetin e tyre brenda kufijve të Kosovës.

Për sa i përket burimeve njerëzore, situata në kompanitë e TIK të Kosovës është përmirësuar gjithashtu krahasuar me rezultatet e BITI 2016. Perspektiva pozitive e stafit për sa i përket numrit të përgjithshëm të të punësuarve që priten për vitin e ardhshëm, tregon kënaqësi të theksuar me tendencat aktuale në treg nga ana e kompanive të TIK. Kjo gjithashtu tregon një rritje të parashikuar në punën / aktivitetet që do të realizojnë në periudhën e ardhshme. Kompanitë lokale të TIK gjithashtu janë bërë shumë më efektive në mbajtjen e stafit dhe më efikase në zëvendësimin e tyre kur ata largohen në krahasim me rezultatet e sondazhit të BITI në 2016.

# 1. SFONDI

## 1.1 HISTORIA E BITI E JL

Barometri i parë i industrisë së TI në Evropën Juglindore BITI E JL 2014 u realizua me qëllimin kryesor për të ofruar informacion dhe analizë të thellë të resurseve të brendshme, kapaciteteve si dhe analizave të jashtme të tregut midis gjashtë vendeve të Ballkanit Perëndimor dhe shoqatave të TI. Për këtë qëllim u zhvillua një pyetësor i unisuar duke bërë të mundur krahasimin horizontal të të dhënave midis vendeve ku është zbatuar. Në vitin e katërt, BITI E JL Kosova, vjen me një analizë shtesë të viteve të mëparshme, në tregjet lokale dhe kushtet brenda saj.

Barometri i industrisë së TI në E JL përfaqëson projektin vjetor të realizuar që nga viti 2014 dhe qëllimet e tij kryesore janë të mbështesin kapacitetin e eksportit të kompanive të TIK. Hulumtimi ka për qëllim mbledhjen e informacionit nga kompanitë e TIK në kuptimin e vlerës së eksportit, potencialit të eksportit, nevojave të burimeve njerëzore, çështjeve kyçe të sektorit dhe të zhvillojë një parashikim për vitet e ardhshme, i cili do të sigurojë një pasqyrë në vlerën e markës kombëtare të TIK.

Ky publikim vjetor gjithashtu shënjestron kompanitë synon vendore dhe synon t'i pajisë ata me një vizion strategjik dhe pozicionim adekuat në procesin e integritimit në BE dhe duke shfrytëzuar procesin për të avancuar axhendën e zhvillimit të aftësive. Rrjedhimisht, pritjet e studimit lidhen gjithashtu me sigurimin e informacionit dhe rekomandimeve që u përgjigjen nevojave specifike të grupeve të synuara dhe udhëzimeve që adresojnë çështjet me prioritet të lartë në promovimin e kushteve të favorshme për zhvillimin e sektorit. BITI E JL definohet gjerësisht në temat / temat e mëposhtme:

- Vështrim i përgjithshëm mbi zhvillimin e TI në Kosovë (tregu lokal)
- Trendet e fundit të eksportit për kompanitë në Kosovë (potenciali i eksportit, aktivitetet e eksportit, bashkëpunimi ndërkombëtar, barrierat e eksportit);
- Analiza e Burimeve Njerëzore;
- Analiza cilësore e tendencave të fundit me rekomandime në industrinë e TI.



## 1.2 SFONDI I SEKTORIT

Sektori i TIK-ut në Kosovë filloi të ngritet menjëherë pas luftës së vitit 1999, si një nga më të shpejtët për t'u zhvilluar dhe rritur. Prania e gjerë e organizatave ndërkombëtare ishte një nga nxitësit kryesorë të rritjes së shpejtë të sektorit të TIK, fillimisht nëpërmjet rritjes së kërkesës për pajisje, të cilat në vitet e mëvonshme gjithnjë e më shumë u zhvendos drejt softuerëve dhe shërbimeve. Shërbimet ISP ishin gjithashtu ndër shërbimet e para që u paraqitën në treg, duke çuar në një nga rrjetet më të zhvilluara të fibrave optike në të gjithë rajonin e Ballkanit. Ngjashëm me trendet globale, sot, tregu dominohet nga shërbimet, me tregun e pajisjeve të përbërë nga disa kompani më të mëdha që paraqesin shumicën e tregut vendor.

Kuadri ligjor dhe rregullator për regjistrimin e biznesit dhe licencimin nuk janë faktorë pengues për kompanitë në sektorin e TIK. Kosova renditet në vendin e 40 në Raportin e Bërjes së Biznesit të Bankës Botërore nga 137 ekonomi të mbuluara. Përderisa mund të bëhen përmirësime në lidhje me cilësinë e shërbimit të institucioneve publike (ARBK), Agjencisë së Patentave dhe të Drejtave të Autorit, etj. Procedurat e përgjithshme përfundojnë lehtësisht dhe regjistrimi i biznesit është pa pagesë. Të drejtat e pronësisë intelektuale, zbatimi i tyre efektiv dhe rritja e ndërgjegjësimit nga ana e bizneseve për të regjistruar dhe mbrojtur pronën e tyre intelektuale, është shumë e nevojshme për të siguruar rritjen e vazhdueshme të sektorit. E Drejta e Pronësisë Intelektuale (DPI) është thelbësore për kapitalizimin afatgjatë në dizajnin origjinal dhe zgjidhjet kreative, andaj përmirësimi i zbatimit të DPI duhet të konsiderohet me prioritet të madh.

Duke pasur parasysh moshën relativisht të re madje edhe të kompanive lidere të tregut, pozicionet e tyre ende nuk janë të konsoliduara dhe po ashtu ato ende nuk kanë siguruar qëndrueshmëri afatgjatë. Ndryshe nga vendet e zhvilluara, ku liderët e tregut kanë pasur disa dekada për të konsoliduar pozicionet e tyre dhe për të siguruar perspektive afatgjatë, udhëheqësit e tregut të Kosovës janë në pozitë shumë më të paqëndrueshme. Shumica e kompanive në treg janë të vogla, me shumicën dërrmuese që operojnë me më pak se 50 punonjës. Në një mjedis të tillë, hendeku midis kompanive ekzistuese dhe startup-ave në treg bëhet i parëndësishëm. Dallimi kryesor ndërmjet dy grupeve të bizneseve ka të bëjë me informacionin e tregut dhe diversifikimin e burimeve të të ardhurave / klientëve dhe aftësinë për të kompensuar stafin / ekspertizën sipas kostos të tregut.

# 2. METODOLOGJIA

## 2.1 MOSTRA DHE INSTRUMENTET

Pyetësorit të standardizuar që është përdorur për të realizuar BITI-n e EJK në vitet paraprake, këtë vit i është shtuar një seksion që kërkon informacion mbi sjelljen dhe perceptimet e kompanive ndaj tregut vendor. Pyetësi i miratuar nga STIKK dhe u fut në një platformë të anketimit përmes internetit dhe vegëza u shpërnda tek të anketuar potencial. Të dhënat dytësore të disponueshme përmes raporteve dhe analizave të sintetizuara, si dhe rishikimit të burimeve primare të të dhënave janë shfrytëzuar kanë qenë gjithashtu pjesë e punës për realizimin e Barometrit. Gjetjet u diskutuan me akterët kryesorë në takime individuale / intervista të hollësishme, dhe kontributi i tyre u përdor për të finalizuar raportin. I gjithë procesi është realizuar në bashkëpunim të ngushtë me STIKK, si përfitues kryesor i këtij hulumtimi.

Sondazhi u krye me sukses nga 26 kompani, ndërsa 7 kompani kanë ofruar vetëm informacione të pjesshme, andaj edhe janë eliminuar gjatë analizës. Për sa i përket ndarjes sipas pronësisë, mostra e hulumtimit përbëhet kryesisht nga kompani në pronësi shumicë të kosovarëve (21 kompani), katër janë degë të kompanive nga jashtë dhe një kompani është në pronësi shumicë të shtetasve të huaj. Shumica e tyre (25 kompani) raportojnë se Kosova është selia e tyre kryesore, ndërsa një kompani raporton se zyrat e tyre qëndrojnë diku tjetër.

Në krahasim me BITI-n në vitin 2016, BITI 2017 paraqet një mostër më të lloj-llojshme, pasi në vitin paraprak mostra është ndërtuar ekskluzivisht nga kompanitë në pronësi lokale. Shumica e kompanive të përfshira në mostër ofrojnë produkte dhe shërbime softuerike, ndërkohë që kompanitë harduerike përfaqësojnë përqindje më të vogla në mostër. Në krahasim me mostrën e vitit 2016, përfaqësimi relativ i kompanive të shërbimeve ka rënë me rreth 20%. Figura 1 më poshtë, ofron ilustrim vizuel të llojeve të kompanive të përfshira në anketën për BITI 2017.



## WHAT TYPE OF PRODUCTS AND/OR SERVICES YOUR COMPANY PROVIDES?

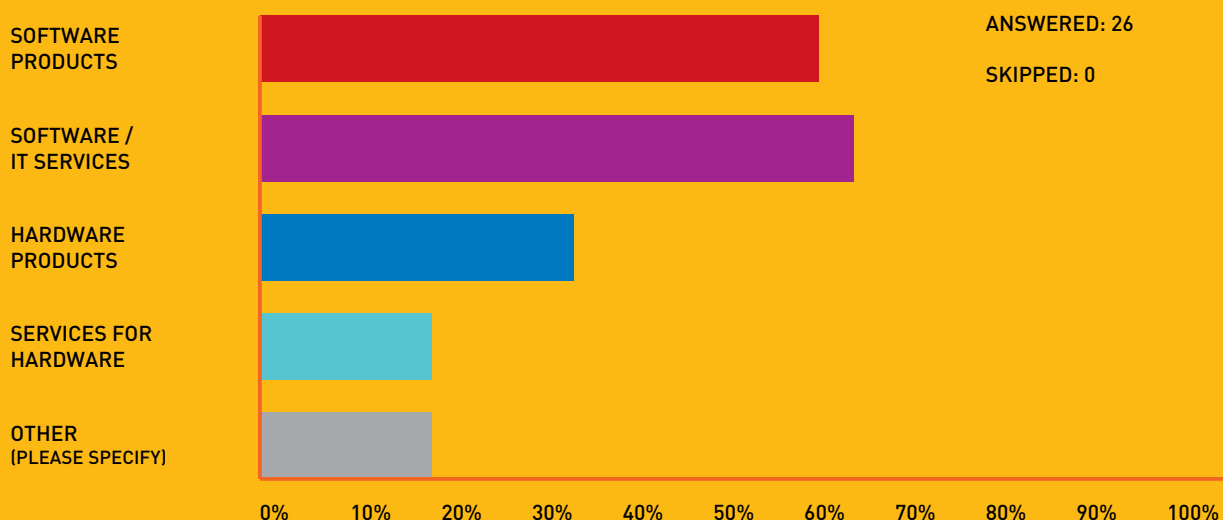


FIGURA 1. PRODUKETE /SHERBIMET E OFRUARA NGS KOMPANITE

Sa i përket anëtarësimit në shoqatë, 14 kompani janë anëtare të STIKK-ut, 10 kompani nuk janë të anëtarësuara në ndonjë shoqatë kombëtare sektoriale, ndërsa 2 kompani të tjera raportojnë anëtarësimin në shoqatat e tjera kombëtare në rajon. Në krahasim me BITI 2016, mostra e kompanive të intervistuar përbën një përbërje më të lloj-llojshme të të anketuarve, ku përfaqësimi i anëtarëve që nuk janë anëtarë të STIKK në mostër është rritur me rreth 17%. Sa i përket moshës së bizneseve, 62% e bizneseve në mostër janë regjistruar / inkorporuar pas vitit 2011, gjysma prej të cilave, në dy vitet e fundit. Në krahasim me vitin e kaluar, ka një rritje prej rreth 4% të bizneseve të regjistruara në pesë vitet e fundit. Përfshirja e startup-eve të suksesshme / aktive në studimin e BITI është veçanërisht e rëndësishme për të përfshirë edhe perspektivën e startup-eve në analiza dhe planifikime për të ardhmen.

# 3. GJETJET E EJL BITI KOSOVË 2017

Rezultatet e BITI-t 2017 të Kosovës nuk dallojnë shumë nga rezultatet e sondazhit të mëparshëm, duke treguar një situatë mjaft të qëndrueshme të tregut në këtë sektor. Tregu i TIK në Kosovë është duke u rritur nga viti në vit. Edhe përfshirja e kompanive të reja në anketën e BITI 2017, nuk ka prodhuar efekte negative në lidhje me rezultatet dhe performancën e kompanive.

Themelimi i Ministrisë së Inovacionit dhe Sipërmarrjes dhe ndarja e buxhetit prej 10 Mil EUR. për këtë sektor pritet të ketë ndikim të rëndësishëm në sektor në vitin e ardhshëm dhe kështu mund të ketë ndikuar potencialisht në parashikimet e të anketuarve për të ardhmen.

Githashtu tregjet e eksportit po bëhen gjithnjë e më shumë orientim i kompanive të TI të Kosovës. Mirëpo, rritja e kërkesës lokale që është shënuar në vitet e fundit, ka ndarë vëmendjen e kompanive lokale të TIK-ut në mes të orientimit drejt plotësimit të kërkesës vendore apo shfrytëzimit të mundësive nga eksportet. Në BITI 2017, rreth 70% e kompanive raportojnë të kenë orientim drejt tregjeve të jashtme, ndërsa rreth 30% e tyre operojnë vetëm brenda kufijve të Kosovës.

Për sa i përket burimeve njerëzore, këtë vit gjendja në kompanitë e TIK-ut në Kosovë është përmirësuar krahasuar me BITI-n 2016. Parashikimet pozitive për rritje të stafit që kompanitë raportojnë për vitin e ardhshëm, tregon kënaqëshmëri të konsiderueshme me trendet aktuale në treg. Gjithashtu, nga këto pritje, mund të konstatohet se kompanitë gjithashtu presin rritje të volumit të punës/shërbimeve që do të realizojnë në periudhën e ardhshme. Kompanitë lokale të TIK gjithashtu janë bërë më efektive në mbajtjen e stafit si dhe janë më efikase në zëvendësimin e tyre kur ata largohen në krahasim me rezultatet e sondazhit të BITI-t në 2016.

# 3.1 TREGU VENDOR

## 3.1.1 TEKNOLOGJIA E PËRDORUR

Sa i përket teknologjisë së përdorur, kompanitë raportojnë një sërë platformash dhe gjuhësh programuese. Shumica e kompanive të përfshira në anketën BITI raportojnë se Windows është sistemi parësor i përdorur në punën / programimin / ofrimin e shërbimeve të raportuara nga mbi 90% e të anketuarve, ndërsa Android dhe iOS raportohen të përdoren nga pothuajse 70% e kompanive. Në krahasim me BITI-n 2016, Windows si platforma kryesore ka pësuar një rënie prej 4%. Linux me gati 60% dhe MAC-OS me pothuajse 50% të kompanive që raportojnë t'i përdorin ato, gjithashtu përfaqësojnë një pjesë të konsiderueshme të përgjigjeve të ofruara nga kompanitë. UNIX, Windows Mobile dhe Sistemet Realtime raportohen gjithashtu të përdoren, por secila prej tyre është raportuar nga më pak se 20% e të anketuarve. Figura 2, paraqet një pasqyrë vizuale të përgjigjeve të marra përmes anketës BITI 2017.

### Q9. OPERATING SYSTEMS AND PLATFORMS (PLEASE TICK ALL THAT APPLY)

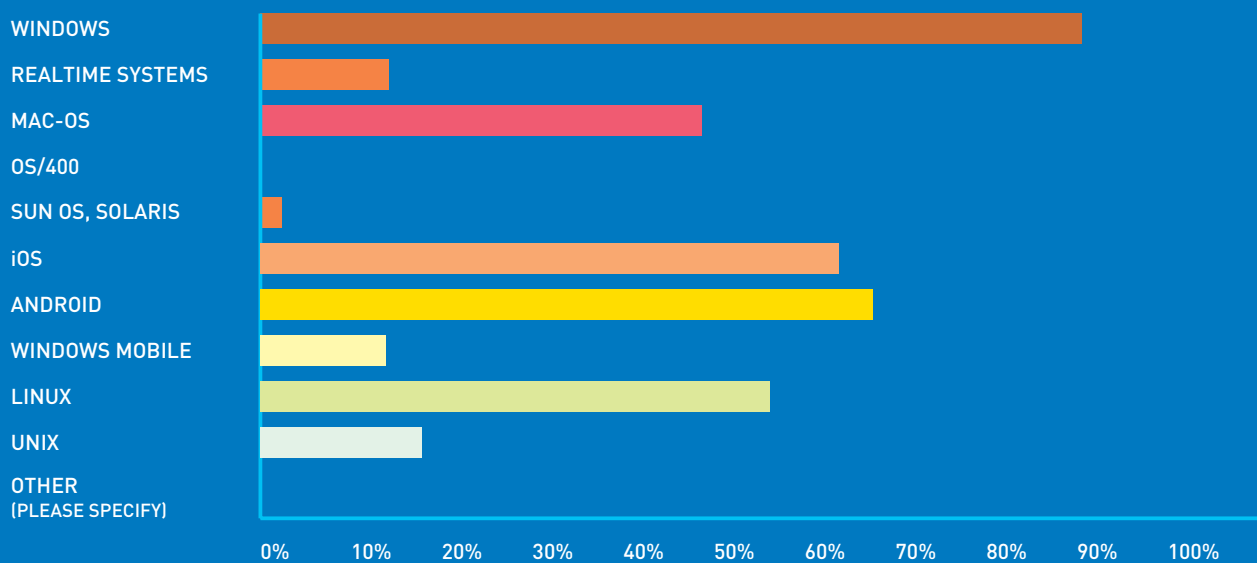


FIGURA 2. SISTEMET DHE PLATFORMAT OPERATIVE



Të pyetur për teknologjitë e përdorura për të ofruar shërbime ose për të zhvilluar produkte, pothuajse gjysma e kompanive të anketuara raportojnë të mos përdorin ndonjë teknologji të veçantë për këtë qëllim. Realiteti virtual (VR) dhe teknologjitë e shtuara të realitetit (AR) janë raportuar të përdoren në ofrimin e shërbimeve / zhvillimit të produkteve nga pothuajse 20% e të anketuarve, ndërsa teknologjitë e Bllokut Zinxhir (Block Chain) nga pothuajse 10% e të anketuarve. Pasi që kjo pyetje është paraqitur për herë të parë në BITI, nuk ka ndryshime / ndërrime në teknologjitë e përdorura për të ofruar produkte / shërbime. Në vitet pasuese të BITI, kjo variabël do të jetë veçanërisht interesante për të monitoruar pasi do të identifikojë ndryshimet e mundshme të teknologjisë në tregje si dhe do të japë indikacione rreth përputhjes me trendet globale të industrisë.

#### Q10. TECHNOLOGIES USED TO DELIVER SERVICES/DEVELOP PRODUCTS?

(PLEASE TICK ALL THAT APPLY)

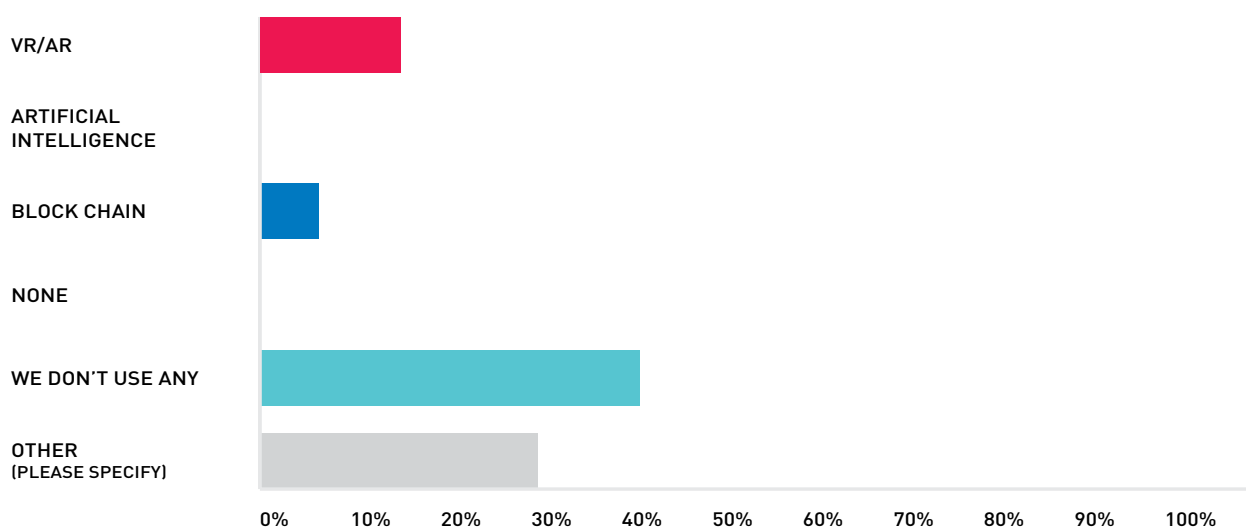


FIGURA 3. TEKNOLOGJITE E PERDORURA PER OFRIMIN E SHERBIMEVE/ZHVILLIMIT TE PRODUKTEVE

HTML dhe XML janë për së largu gjuhët dhe mjetet më popullore të programimit me mbi 70% të kompanive që raportojnë t'i përdorin ato në punën e tyre. Java dhe Java Script janë gjithashtu shumë të përhapura, me mbi 60% të respondentëve që raportojnë të programojnë duke i përdorur ato. C++ dhe Basic (vizual basic, etj) raportohen gjithashtu nga kompanitë në studim, por me frekuencë shumë më të ulët, secila duke përfaqësuar më pak se 30% të përgjigjeve. Në krahasim me BITI 2016, përdorimi i raportuar i HTML dhe XML paraqet një rënie prej 7%, nga 63.16 % sa ishte raportuar në hulumtimin e vitit të kaluar.

## Q11. PROGRAMMING LANGUAGES AND DEVELOPMENT TOOLS?

(PLEASE TICK ALL THAT APPLY)

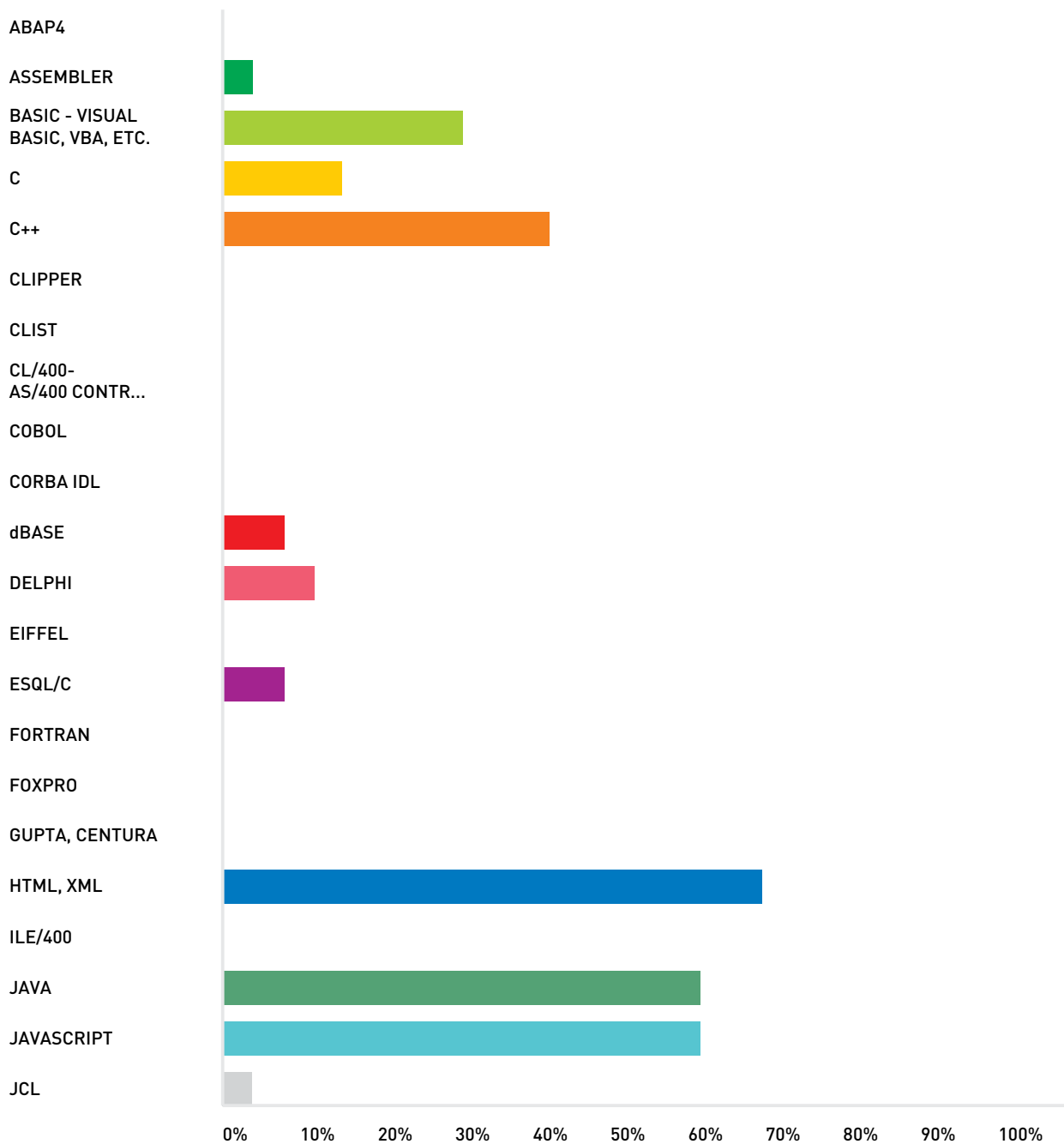


FIGURA 4. GJUHET DHE MJETET PROGRAMUESE

MySQL / M SQL është platforma më e popullarizuar për baza të të dhënave në tregun lokal të marra nga hulumtimi me mbi 70% të të anketuarve që përdorin atë për këtë qëllim. I dyti renditet MS SQL Server me mbi 60% të të anketuarve që raportojnë përdorimin e tij për platformat e bazës së të dhënave. Oracle është renditur në radhë si platforma e tretë për nga përdorimi me gati 30% të kompanive në anketë që përdorin atë për databaza, e ndjekur nga Access me më pak se 20%. Teknologjitë e tjera të bazave të të dhënave identifikohen gjithashtu të jenë të pranishme në treg, por raportohen nga një ose dy kompani për secilën platform. Në krahasim me BITI-n 2016, kjo paraqet një ndryshim të rëndësishëm në përdorimin e platformave për databaza, pasi platformat kryesore të këtij viti nuk u raportuan nga asnjë kompani në vitin e kaluar.

## Q12. DATABASE TECHNOLOGIES?

(PLEASE TICK ALL THAT APPLY)

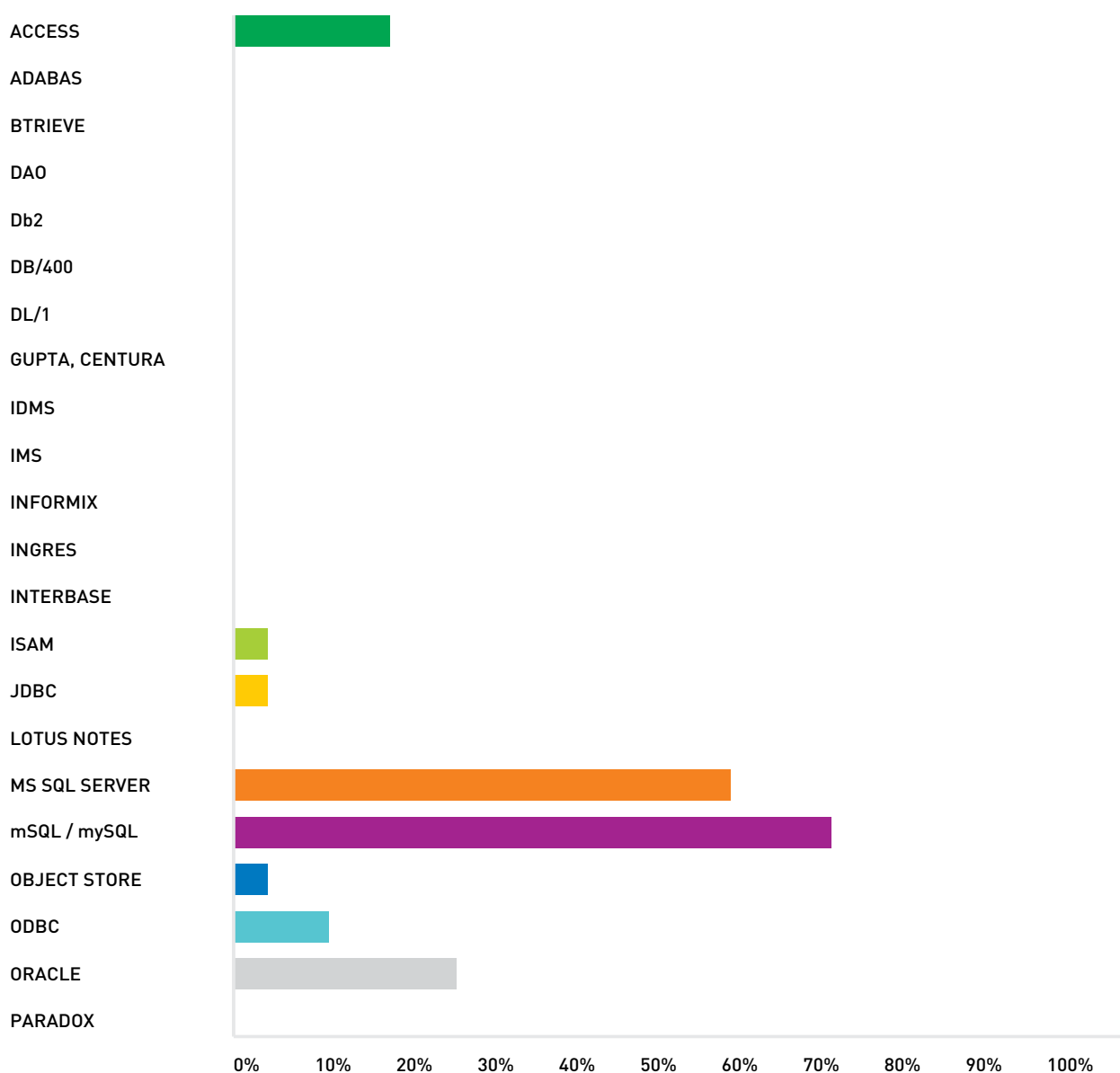


FIGURA 5. TEKNOLOGJITE E DATABAZAVE



Një dimension tjetër në lidhje me fokusin e BITI është orientimi strategjik i tregut të kompanive. Përgjigjet e marra në lidhje me orientimin e tyre strategjik në aspektin e tregjeve vendore dhe atyre ndërkombëtare, pjesa më e madhe e përgjigjeve (40%) tregojnë që të dyja janë po aq të rëndësishme. Rreth 30% e kompanive në mostër raportojnë që të jenë të orientuara ekskluzivisht ose drejt eksportit ose tregut vendor. Duke pasur parasysh një orientim të tillë, mbi 50% të kompanive në mostër raportojnë asnjëherë të mos ju ketë kërkuar të paraqesin / zbatojnë standardet e cilësisë të njohura ndërkombëtarisht. Nga ata që raportojnë se u është kërkuar të zbatojnë standarde të cilësisë, ato më të shpeshta janë ISO 9001 (40%) dhe ISO 27001 (17%). Në krahasim me BITI 2016, kjo paraqet një rënie në posedimin e standardeve të cilësisë ISO, ku vitin e shkuar mbi 68% kishin raportuar disa lloje të certifikimit ISO. Për më tepër, përqindja e atyre që raportojnë të mos kenë ndonjë certifikatë formale të standardeve të cilësisë është rritur nga 31% në mbi 50%. Kjo mund t'i atribuohet numrit më të madh të startup-eve të përfshira në mostër, të cilat në përgjithësi nuk kanë certifikime formale.

### Q13. HAVE YOU BEEN ASKED BEFORE TO HAVE ONE OF THE FOLLOWING QUALITY STANDARDS? (PLEASE TICK ALL THAT APPLY)

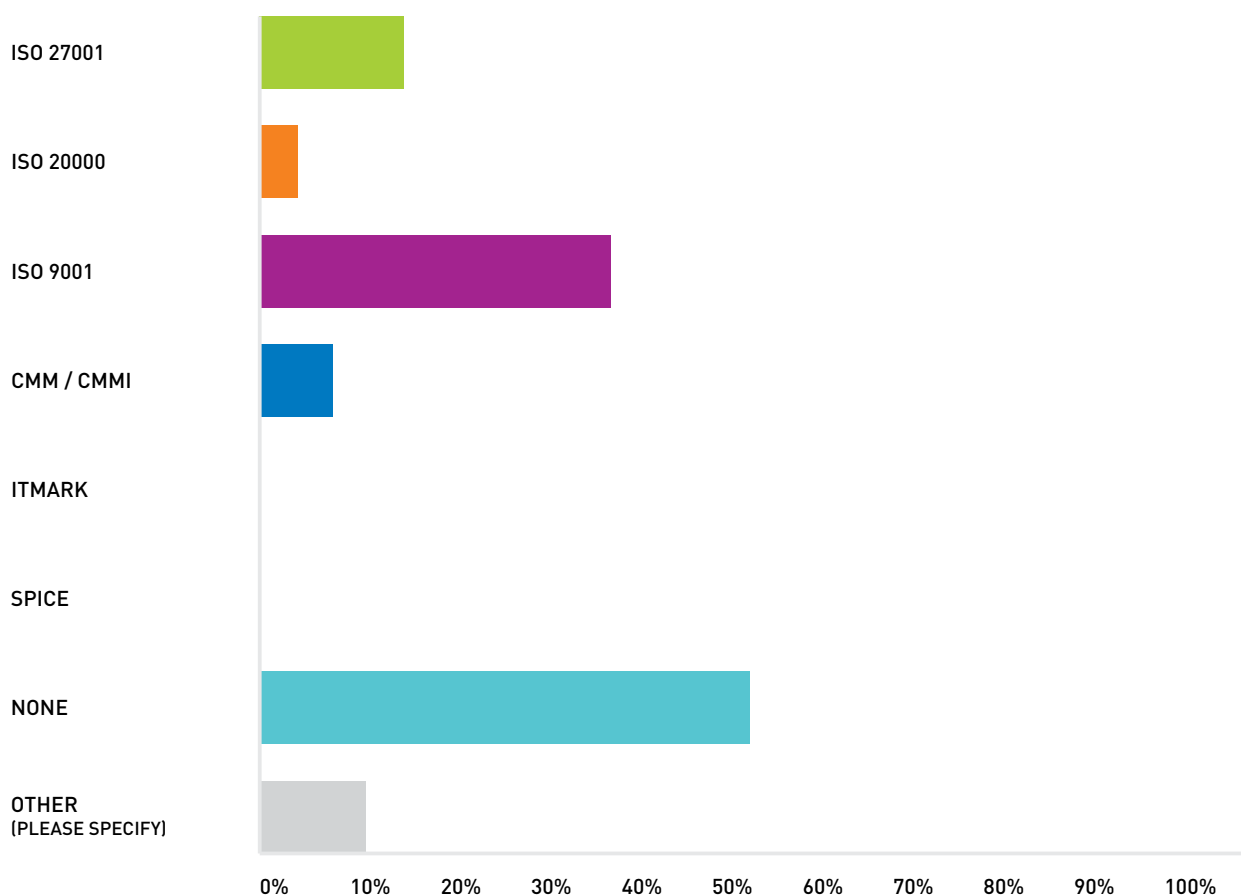


FIGURA 6. STANDARDET E KERKUARA

Megjithatë, kur kërkohet arsyeja parësore për zbatimin e standardeve të cilësisë, shumica e atyre që raportojnë t'i kenë ato, tregojnë iniciativën e vet për përmirësimin e procesit si arsyen kryesore (32%) për tu pajisur me standarde, dhe më pak se 20% e tyre i kanë aplikuar ato për shkak të kërkesave të klientit.

### 3.1.2 TEKNOLOGJIA E TREGUT

Cilësia (80%), njohuritë teknike (70%) dhe know-how/shkathësitë teknike (60%) janë renditur si tre avantazhet kryesore konkurruese që të anketuarit në BITI raportojnë të kenë në tregun vendor. Çmimi është atributi i katërt me radhë që kompanitë raportojnë si përparësi konkurruese me pak mbi 50% të kompanive që e raportojnë. Njohuritë kulturore, gjuhët dhe njohuritë horizontale janë më pak të theksuara si avantazhe konkurruese të kompanive në tregun vendas pavarësisht faktit se pothuajse 70% e kompanive raportojnë të punojnë me kompanitë ndërkombëtare prezente në tregun vendas. Ky është një ndryshim i rëndësishëm nga anketa e vitit 2016 kur 100% e kompanive raportonin të ishin të angazhuara nga klientë ndërkombëtarë në tregun vendas. Zhvendosja e vëmendjes nga klientët ndërkombëtarë në ata vendorë, vjen gjithashtu për shkak të rritjes së kërkesës vendore, e cila kryesisht mbulohet nga kompanitë vendase. Avantazhet kryesore konkurruese të raportuara nga kompanitë janë paraqitur në mënyrë vizuale në Figurën 7

#### Q17. WHAT ARE YOUR CORE COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE KOSOVO MARKET?

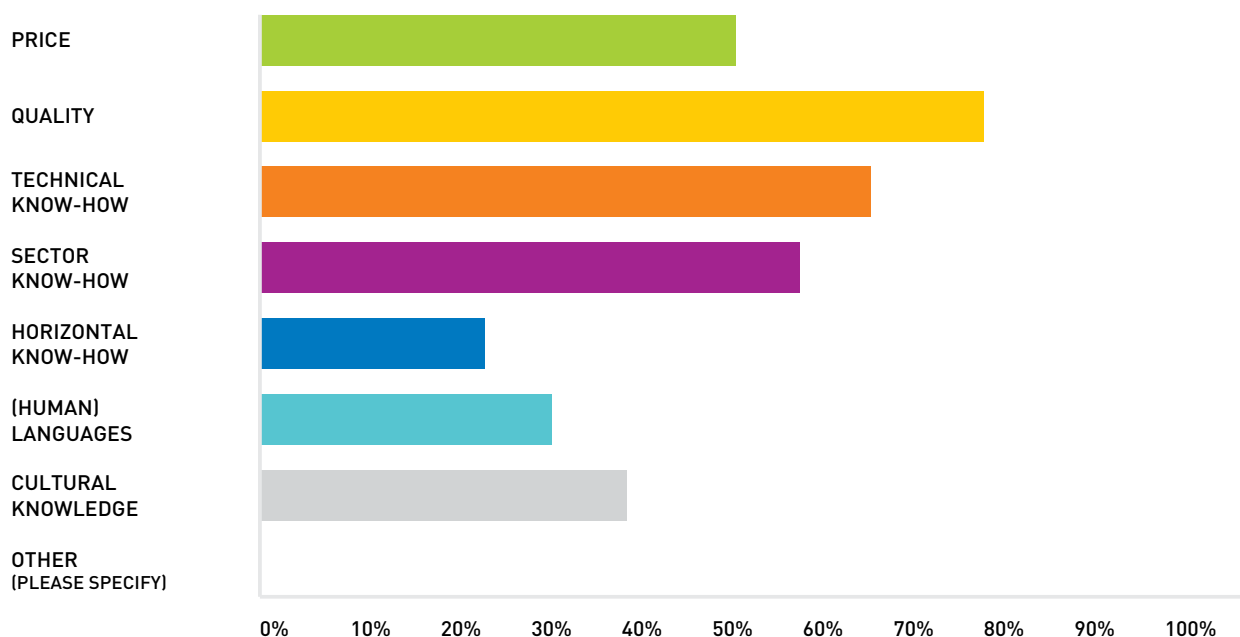


FIGURA 7. AVANTAZHET KONKURRUESE NE TREGUN E KOSOVES

Kur u kërkohet të raportojnë sektorët / industritë në tregun vendor ku ofrojnë shërbime / produkte, kompanitë raportojnë një shpërndarje lineare nëpër të gjithë sektorët. Përbërja e tillë e përgjigjeve tregon një nivel të ulët të specializimit të industrisë nga ana e kompanive vendore dhe një grup i përgjithshëm i njohurive / ekspertizës / aftësive që mund të aplikohen në mënyrë uniforme në të gjithë sektorët.

## 3.2 TREGJET E EKSPORTIT

Pothuajse 60% e kompanive përgjegjëse në raportin e BITI-it raportojnë për eksportim në tregjet jashtë Kosovës. Në krahasim me BITI-n 2016, kjo paraqet një rënie prej 17%, nga 77% siç është raportuar në edicionin e vitit të shkuar. Ndryshimi është kryesisht i atribuohet dallimeve në përbërjen e mostrës, por edhe për shkak të rritjes së kërkesës në tregun vendas. Duke pasur parasysh moshën relativisht të re të kompanive në mostër, ndryshimi i këtyre rezultateve është i kuptueshëm.

### Q20. DOES YOUR COMPANY CONDUCT EXPORT ACTIVITIES?

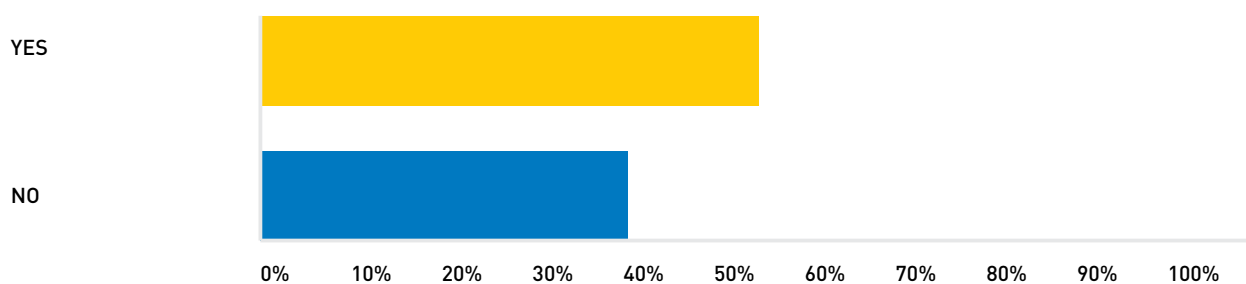


FIGURA 8. PREZENCA NE TREGJET E EKSPORTIT

Kur u pyetën për llojin e klientëve që shërbenin në tregjet ndërkombëtare, mbi 40% e të anketuarve në raportojnë të kenë plotësuar kërkesat e bizneseve vendore dhe si dhe kompanive ndërkombëtare në tregjet e eksportit. Rreth 30% e kompanive raportojnë të shërbejnë kryesisht klientë ndërkombëtarë, ndërsa rreth 15% raportojnë të përqëndrohen në bizneset vendore në tregjet e eksportit. Duke qenë një variabël e re që është përfshirë për herë të parë në 2017, krahasimi me vitet e mëparshme nuk është i mundur.

### Q21. DOES YOUR COMPANY DO BUSINESS WITH INTERNATIONAL CORPORATIONS OR LOCAL BUSINESSES/CLIENTS IN EXPORT MARKETS?

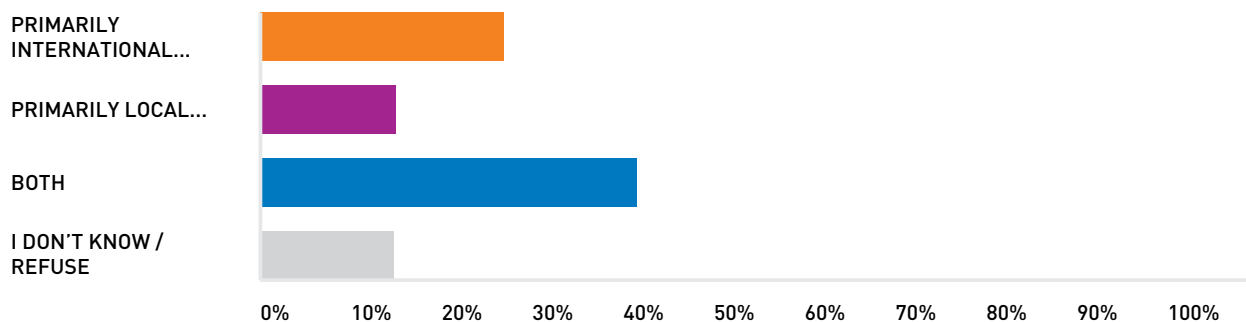


FIGURA 9. LLOJET E KLIENTEVE NE TREGJET E EKSPORTIT

Të pyetur të radhisin përparësitë e tyre konkurruese në tregjet ndërkombëtare, përveç cilësisë, e cila u radhitet si karakteristikë kryesore konkurruese, kompanitë gjithashtu listojnë çmimet si një avantazh konkurrues për këto tregje. Shkathtësitë/Know How teknik dhe sektorial radhiten në vijim nga 40% dhe 30% respektivisht. Ndryshimi i perceptimit në mes të konkurrencës së tyre në tregjet vendore dhe në ato të eksportit, besohet se vjen nga ndërgjegjësimi i tyre mbi çmimet në tregjet globale dhe nga përvoja e tyre në ofrimin e shërbimeve në këto tregje. Përzierja e cilësisë dhe çmimit është veçanërisht e rëndësishme pasi ato përfaqësojnë dy faktorë kryesorë në konkurrueshmërinë e kompanive. Në krahasim me BITI-n 2016, besimi në Çmim dhe Cilësi ka rënë për rreth 10%, duke dëshmuar edhe rritjen e vetëdijes për konkurrencën në tregjet e eksportit. Shkathtësitë Teknike, kanë mbetur në nivele të ngjashme me vitin e kaluar, ngjashëm edhe me përparësitë e tjera konkurruese të listuara.

### Q23. WHAT ARE YOUR CORE COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE INTERNATIONAL MARKET?

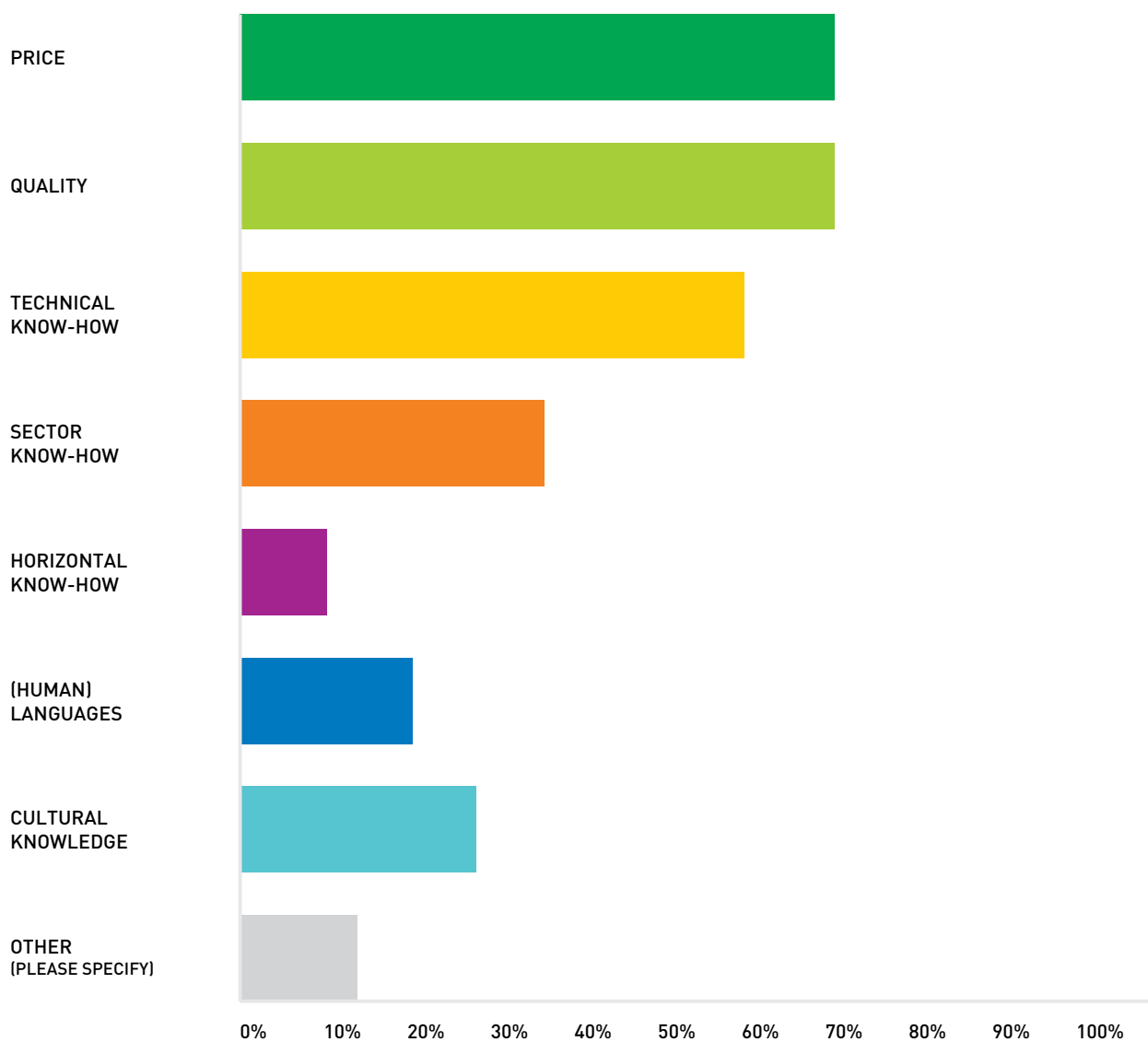


FIGURA 10. AVANTAZHET KONKURRUESE NE TREGJET E EKSPORTIT

Disponueshmëria e aftësive gjuhësore për kompanitë e intervistuar është një tjetër aspekt që u mbulua në BITI. Ky parakusht kryesor për eksportin e produkteve/shërbimeve përcakton gjithashtu llojin dhe gamën e tregjeve të eksportit ku kompanitë mund të konkurrojnë. Disponueshmëria e aftësive të gjuhës angleze është më e bollshme me pothuajse të gjitha kompanitë që raportojnë t'i kenë ato. Aftësitë e gjuhës gjermane renditen në vendin e dytë me pothuajse 60% të kompanive që raportojnë t'i kenë ato në dispozicion pasuar nga turqishtja (rreth 35%). Janë raportuar edhe gjuhë të tjera, por me një frekuencë më të ultë. Kjo përbërje e përgjigjeve në disponueshmërinë e gjuhës tregon se kompanitë e TIK-ut në Kosovë mund të konkurrojnë në mënyrë efektive në tregjet e BE-së, ku tregjet angleze dhe ato të gjuhës gjermane përfaqësojnë një pjesë të konsiderueshme të pjesës së tregut. Në krahasim me BITI-n 2016, disponueshmëria e aftësive në gjuhën angleze ka mbetur e njëjtë, disponueshmëria gjermane është rritur për 21%, duke nënkuptuar një vëmendje më të madhe ndaj tregjeve gjermanofolëse.

#### Q24. WHICH FOREIGN LANGUAGE SKILLS ARE AVAILABLE IN YOUR COUNTRY?

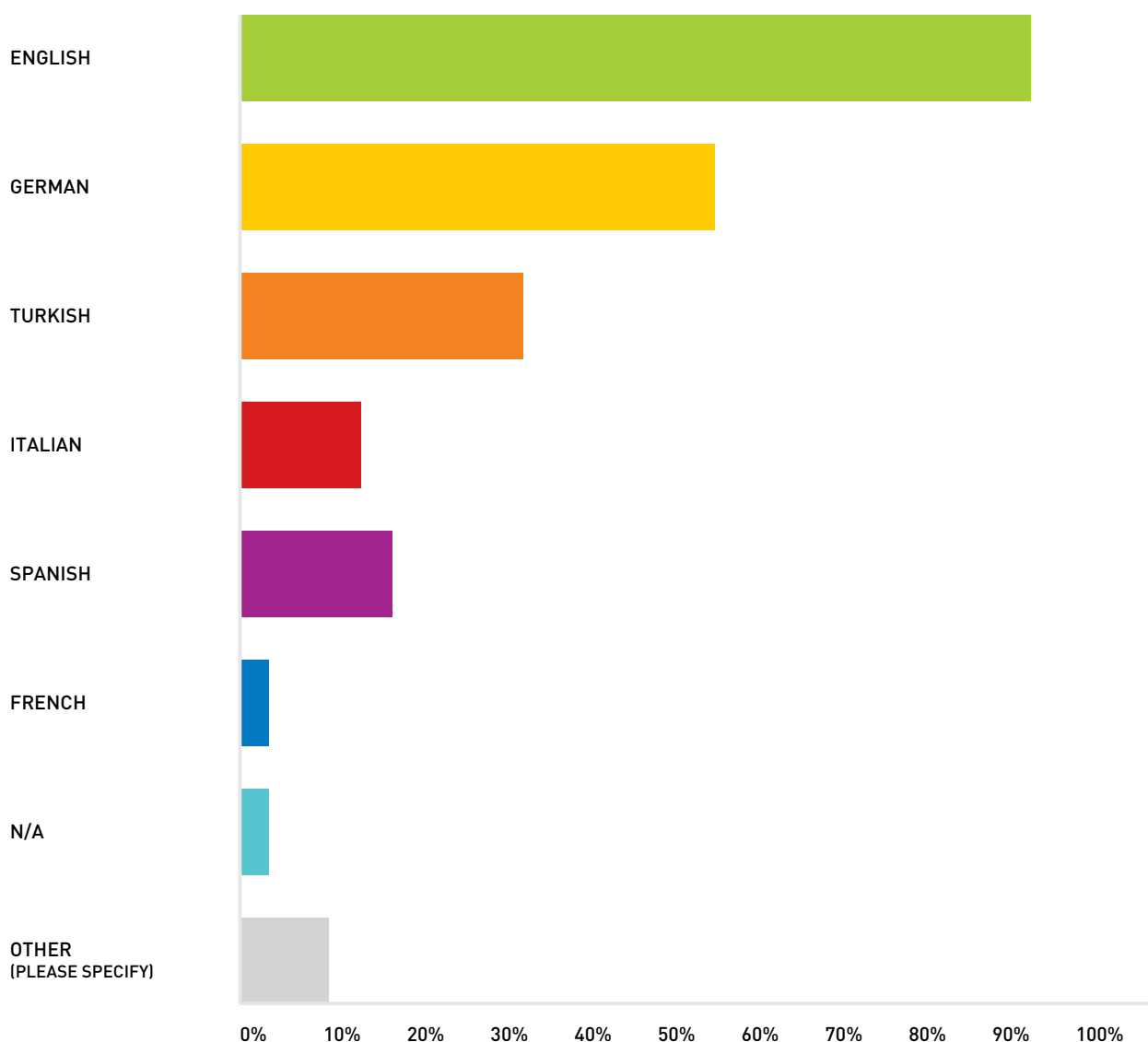


FIGURA 11. DISPONUESHMERIA E AFTESIVE TE GJUHEVE

Kur u kërkohet të raportojnë kanalet më efektive të shpërndarjes / shitjes, shumica dërrmuese e të anketuarve raportojnë eksportet direkte nga zyrat / selitë e tyre (pothuajse 60%). Pothuajse 40% e të anketuarve në anketën BITI raportojnë shitjet përmes internetit si kanalet e tyre të shitjes, të ndjekur nga shitjet përmes partnerëve të shpërndarjes, të cilat zbatohen nga më pak se 30% e kompanive. Në krahasim me BITI 2016, kjo paraqet një ndryshim të rëndësishëm në shitjet me kosto më të ulët, kryesisht të mundësuar përmes platformave të ndryshme për E-Commerce. Në terma absolutë, përqindja e bizneseve që raportojnë shitjet direkte ka rënë nga 92.86% në pak mbi 60%. Ky trend është një tregues se kompanitë kosovare po eksplorojnë gjithnjë e më shumë forma të tjera jo tradicionale të shitjeve dhe kanaleve të shpërndarjes.

#### Q25. HOW DO YOU CONDUCT YOUR EXPORTS? (PLEASE INDICATE YOUR EXPORT CHANNELS)

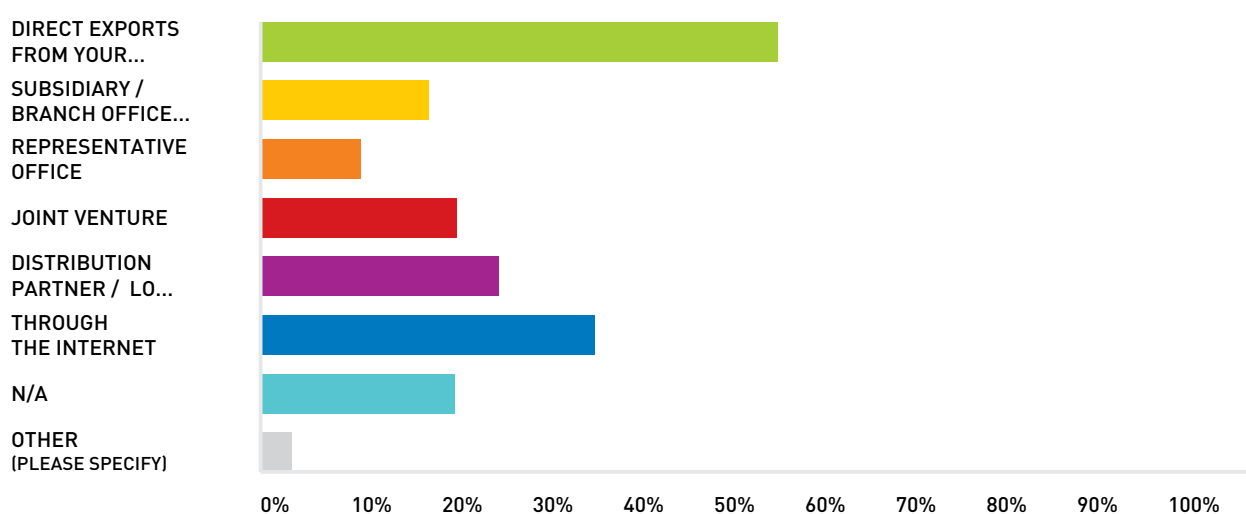


FIGURA 12. KANALET E SHITJES/DISTRIBUIMIT PER EKSPORT

Ngjashëm me tregjet vendore, të anketuarit raportojnë gjithashtu nivel të ulët të specializimit në industri specifike në tregjet e eksportit. Duket se kompanitë e Kosovës kanë zhvilluar një qasje specifike ndaj eksportit, duke u përqëndruar në ofrimin e shërbimeve të cilësisë së lartë dhe çmime të përballueshme përmes zhvillimit të ekspertizës së përgjithshme /gjenerike dhe njohurive teknike përmes të cilave ata mund të shërbejnë një gamë më të gjerë sektorësh dhe klientësh.

Për sa i përket prezencës në tregje horizontale, kompanitë e përfshira në BITI raportojnë se kanë shpërndarje / fokus të ngjashëm në tregun lokal dhe atë të eksportit. Shërbime të Sigurisë Korporative është nën-tregu i vetëm, ku raportohet aktivitet në tregjet e eksportit, por asnjë rast i pranishëm me këto shërbime në tregun vendor. Inteligjenca e Biznesit, Transferimi i Procesit të Biznesit dhe Veglat / COTS, janë gjithashtu tregje horizontale me dallim të madh në prezencën mes tregjeve vendore dhe atyre të eksportit. Prania më e lartë e kompanive në disa nga tregjet horizontale të eksportit në krahasim me praninë e tyre në tregjet e njëjta vendore tregon nevojën e ulët për këto shërbime brenda Kosovës, e cila është një kufizim kyç i tregut që lidhet drejtpërdrejt me madhësinë e tregut dhe fazën e zhvillimit të tij aktual. Në krahasim me BITI 2016, kjo përfaqëson një ndryshim të rëndësishëm në natyrën dhe llojin e eksporteve, ku në vitin e shkuar shumica e kompanive raportuan ofrimin e Zhvillimit me Porosi (62.11%) dhe Menaxhim të Projekteve të TI (42.11%) në tregun vendas, ndërkohë që tregjet ndërkombëtare / eksportuese janë kryesisht të servisuara me Zhvillim me Porosi (42.11%) si dhe Menaxhimin e Projekteve të TI (42.11%).

### Q35. IN WHICH HORIZONTAL MARKETS DO YOU PROVIDE PRODUCTS AND/OR IT SERVICES TO YOUR CLIENTS? (SELECT THREE MOST IMPORTANT/BIGGEST ONES)

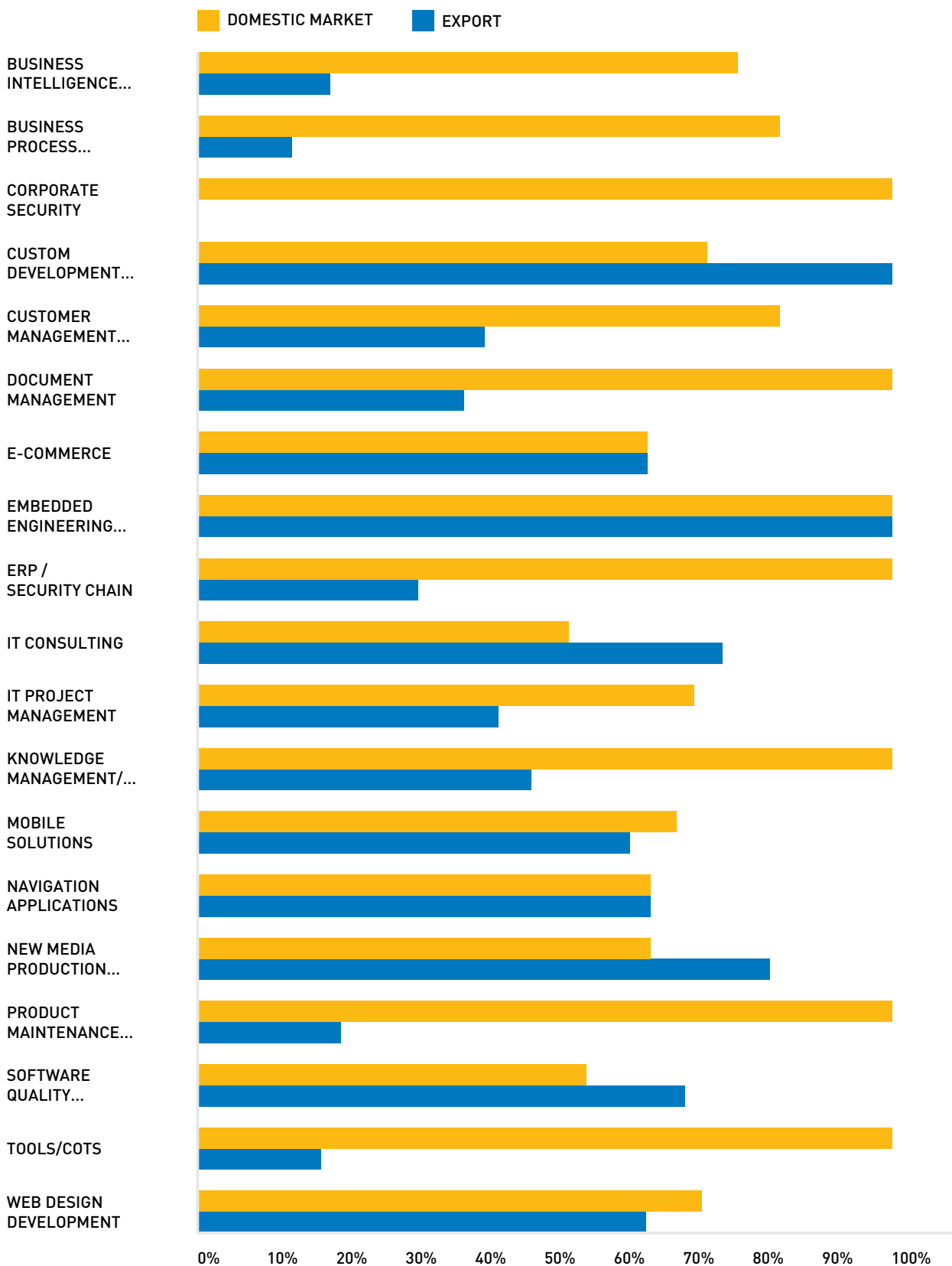


FIGURA 13. PREZENCA NE TREGJET HORIZONTALE

## 3.3 PRITSHMËRITË PËR TË ARDHMEN

Për të vlerësuar me saktësi të kuptuarit e tyre të situatës në treg, dhe kufizimet dhe mundësitë kryesore në ambientin veprues, anketa gjithashtu ka përfshirë pyetje rreth perceptimeve të bizneseve për faktorët më të rëndësishëm të mjedisit të të bërit biznes. Për këtë qëllim, bizneseve u është kërkuar të vlerësojnë ndikimin e këtyre faktorëve në biznesin e tyre si ndikim pozitiv, neutral ose negativ për zhvillimin dhe rritjen e tyre. Për këtë qëllim, situata ekonomike botërore perceptohet të jetë mjaft e qëndrueshme, me pjesën më të madhe të të anketuarve që raportojnë të mos ndikohen nga gjendja e përgjithshme ekonomike në tregjet globale. Përveç kësaj, rreth 10% më shumë biznese e perceptojnë të ndikohen pozitivisht nga trendet e tregjeve globale se sa ato që raportojnë të jenë të ndikuar negativisht nga e njëjta (mbi 30% të ndikuar pozitivisht në krahasim me 20% të prekur negativisht).

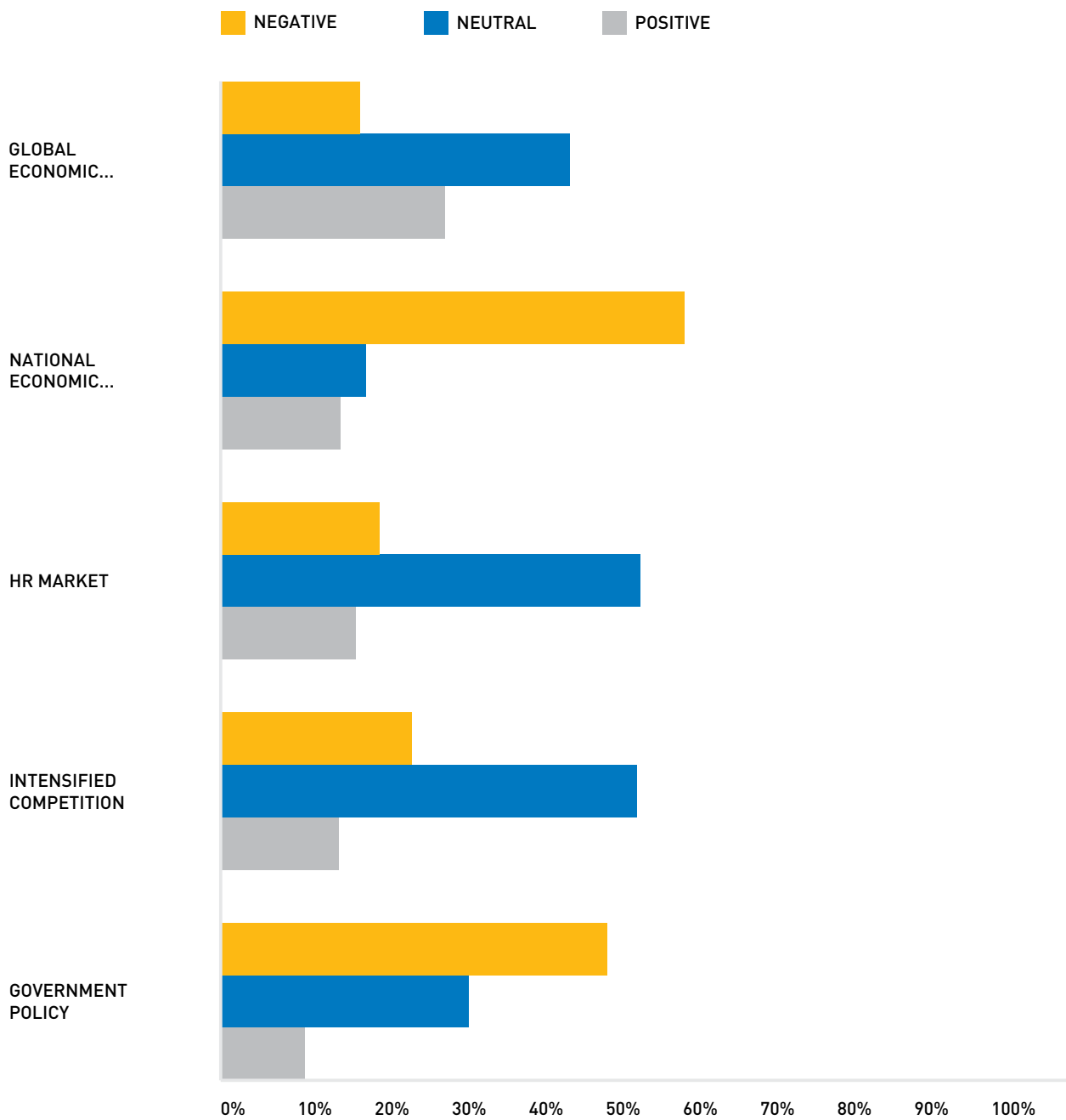
Situata në tregun vendor ka pasur ndikim negativ për mbi 60% të bizneseve të anketuara, ndërkohë që mjedisi lokal nuk ka ndikuar në asnjë mënyrë tek pak më shumë se 20% të bizneseve në mostrën e hulumtimit. Kompanitë e ndikuara pozitivisht nga situata në tregun vendor përfaqësojnë pak më shumë se 15% të bizneseve në mostër.

Tregu i burimeve njerëzore dhe konkurrenca në rritje e tregut raportohen të ndikojnë bizneset në mënyrë të ngjashme. Ndërsa për shumicën e bizneseve në mostër (mbi 50%), ato nuk kanë ndikim, ato ndikojnë pozitivisht tek mbi 15% të bizneseve, ndërsa të njëjtat shkaktojnë ndikime negative tek mbi 25% të tyre. Perceptimet e tilla paraqesin gjetje kyçe, pasi mbështesin edhe provat mbi rritjen e orientimit drejt eksporteve në tregun e TIK.

Politikat e qeverisë konsiderohen të jenë një ndikim pozitiv për më shumë se 50% të të anketuarve në anketë. Themelimi së fundmi i Ministrisë së Inovacionit dhe Ndërmarrësisë si dhe investimi i propozuar nga buxheti publik për inovacion dhe sipërmarrje, është identifikuar si një nga shkaqet parësore pas përqindjes së lartë të të anketuarve që identifikojnë politikat dhe rregullat e qeverisë si një ndikim pozitiv mbi bizneset e tyre. 35% e të anketuarve konsiderojnë se politikat qeveritare nuk kanë ndikuar në bizneset e tyre, ndërsa te 15% e tyre raportojnë të jenë ndikuar negativisht nga të njëjtat. Figura më poshtë paraqet ndikimin e faktorëve të tregut mbi bizneset e anketuara, siç perceptohen nga ata.



**Q13. HAVE YOU BEEN ASKED BEFORE TO HAVE ONE OF THE FOLLOWING QUALITY STANDARDS? (PLEASE TICK ALL THAT APPLY)**



**FIGURA 14. FAKTORET QE AFEKTOJNE BIZNESIN**

## 3.4 BURIMET NJERËZORE

Burimet njerëzore paraqesin një aspekt kyç të veprimtarisë së biznesit, veçanërisht për tregjet më konkurruese të eksportit. Përgjigjet e paraqitura në Figurën 15, paraqesin perceptimin themelor se tregu i burimeve njerëzore në Kosovë ofron furnizim të kufizuar të fuqisë punëtore të kualifikuar për sektorin e TIK. Ndryshe nga certifikatat e nivelit të kompanisë dhe standardet e cilësisë, shumica e kompanive raportojnë një lloj certifikimi të stafit të tyre. Përçindja më e madhe e bizneseve të anketuara raportojnë se personeli është certifikuar me certifikatat Mirosoft (mbi 40%), ndjekur nga afër ata që raportojnë certifikatat me PMP dhe Agile / Scrum. 20% e të anketuarve raportojnë se stafi i tyre ka certifikata të tjera, me vetëm 35% të kompanive që raportojnë të mos kenë ndonjë staf të certifikuar. Kjo paraqet nivele të ngjashme me ato të raportuara në BITI për vitin e kaluar për Micrososft (2016: 42%), dhe është më e ulët për PMP (2016: 26%) dhe Agile / Scrum (2016: 37%). Rritja e numrit të kompanive të regjistruara kohët e fundit në BITI 2017 konsiderohet të jetë shkaku kryesor për ndryshimin e rezultateve, ndërkohë që nuk mund të vërehen indikacione të tjera që mund të shpjegojnë një zhvendosje potenciale në perceptimin për rëndësinë / nevojën e certifikatimeve të stafit.

### Q15. DO ANY OF YOUR EMPLOYEES HAVE THE FOLLOWING TECHNICAL CERTIFICATES ?

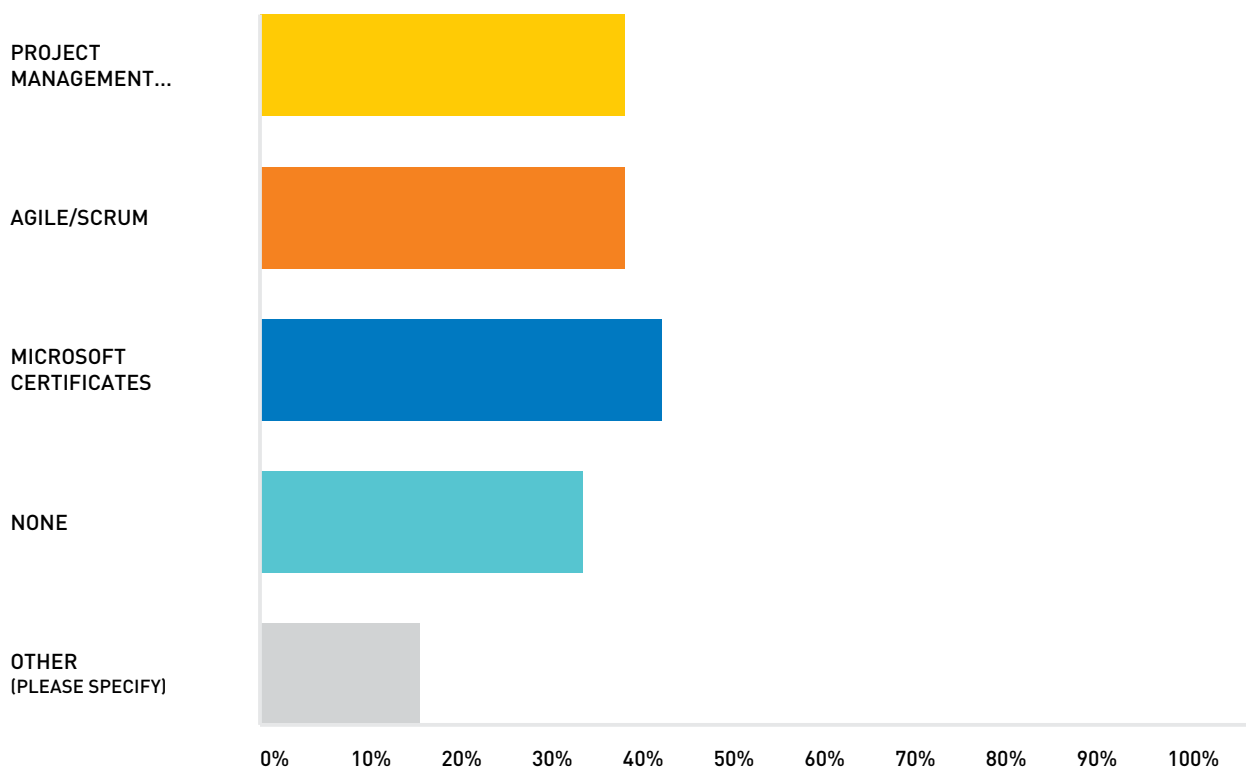


FIGURA 15. CERTIFIKIMET E PUNONJESVE

Qarkullimi/Lëvizja e të punësuarve është një nga treguesit kryesorë të qëndrueshmërisë së kompanisë dhe potencialit të saj për zhvillim të mëtutjeshëm. Pothuajse 80% e kompanive në anketën e BITI 2017 kanë pasur një qarkullim mjaft të ulët të punonjësve me më pak se 10% të stafit të tyre që paraqet një ndryshim nga viti i kaluar. Ky është një përmirësim i konsiderueshëm në krahasim me numrin e të punësuarve që u larguan nga kompanitë gjatë vitit 2016, që është raportuar të jetë midis 10% -25% nga të gjitha kompanitë e përfshira në studim.

### Q37. PLEASE PROVIDE THE NUMBER OF EMPLOYEES THAT LEAVE THE COMPANY ON YEARLY BASIS

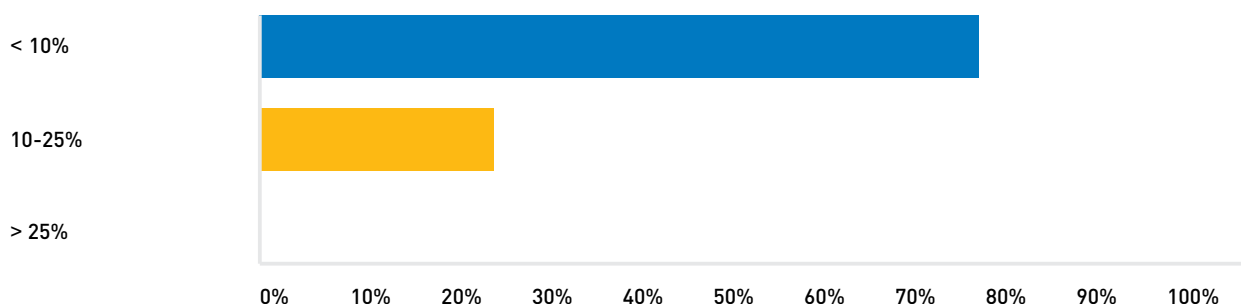


FIGURA 16. NDRYSHIMI I STAFIT PËRGJATË VITIT

Koha e zëvendësimit të punonjësve është një tjetër aspekt që mbulohet nga BITI. Pothuajse 60% e kompanive në mostrën e këtij viti raportojnë të jenë në gjendje të plotësojnë vendet e lira të punës për më pak se tre muaj. Mbi 20% e të anketuarve raportojnë se kanë nevojë për tre deri në gjashtë muaj, ndërsa më pak se 10% e raportit të kompanive kanë nevojë për më shumë se gjashtë muaj për plotësimin e vendeve të lira të punës. Në krahasim me BITI-n 2016, kjo paraqet një kapacitet të shtuar dhe shumë më efikas për personelin e kompanive të anketuara dhe një periudhë të shkurtuar të plotësimit të vendeve të punës. Në vitin 2016, të gjithë të anketuarit në mostër raportuan se kishin nevojë për tre deri gjashtë muaj për të zëvendësuar punonjësit e larguar.

### Q38. WHAT IS THE AVERAGE TIME NEEDED TO REPLACE THE EMPLOYEES THAT LEAVE THE COMPANY?

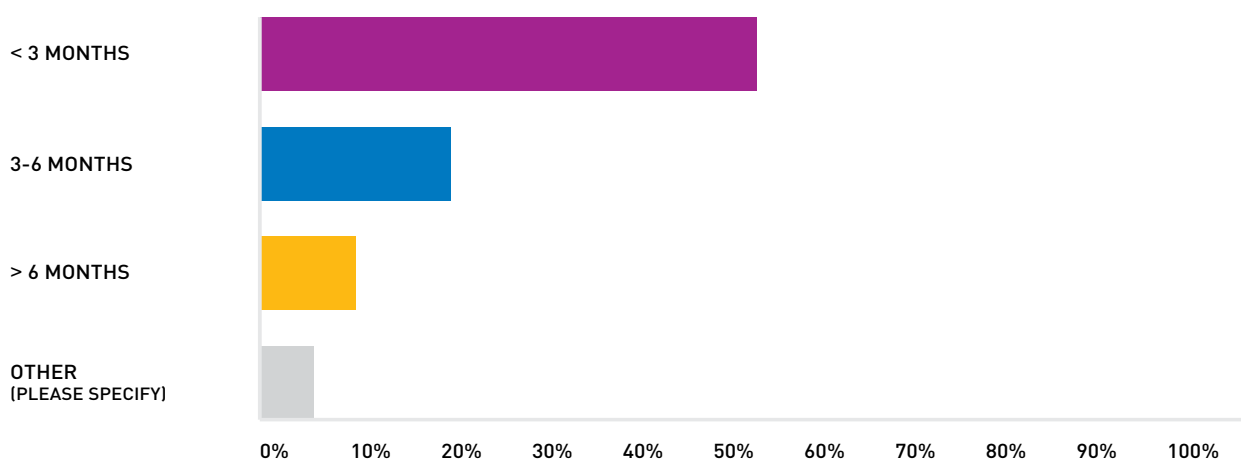
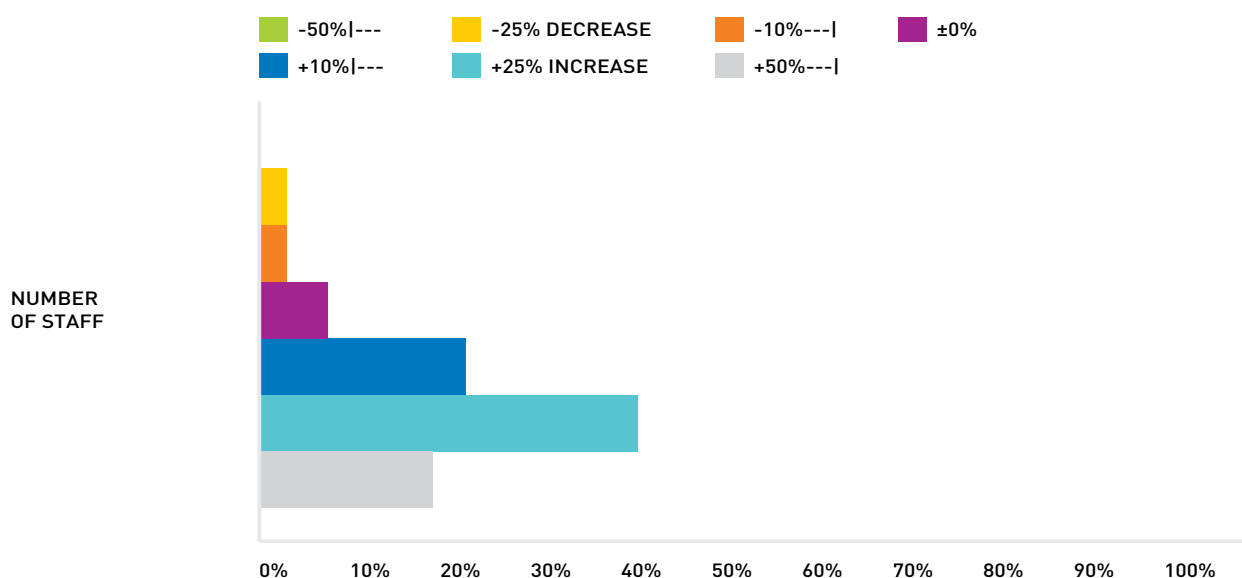


FIGURA 17. KOHA E ZËVENDËSIMIT TË STAFIT

Një aspekt tjetër që mbulon anketa BITI lidhet me nevojat e parashikuara të burimeve njerëzore të sektorit. Për këtë qëllim, shumica e kompanive në mostër paraqesin opinionin optimist dhe rritjen e numrit të punonjësve. Pothuajse 20% e të anketuarve parashikojnë rritje të stafit me 50% në krahasim me numrin aktual të tyre të stafit. Mbi 40% e të anketuarve në mostër parashikojnë rritje prej 25% në nevojat e tyre për personel, ndërsa mbi 20% e kompanive parashikojnë rritje prej 10% në numrin e përgjithshëm të stafit. Më pak se 10% e bizneseve parashikojnë të njëjtat nivele punësimi / stafi në kompanitë e tyre në krahasim me 2017, ndërsa më pak se 10% parashikojnë ulje të numrit të punonjësve në vitin e ardhshëm. Përgjithësisht, pikëpamja pozitive për periudhat e ardhshme është e rëndësishme të theksohet meqë tregoni ecurinë e përgjithshme pozitive aktuale të kompanive ose mundësitë që ato presin të kapitalizojnë në të ardhmen e afërt sipas perceptimit të respondentëve. Përgjigjet e kthyer janë më optimiste se sa në BITI-n e vitit 2016 ku, 16% raportuan një rritje të parashikuar prej 50%, dhe 33% të të anketuarve që raportonin rritje të pritshme vjetore të stafit prej 25%.

**Q43. DO YOU EXPECT THE TOTAL NUMBER OF EMPLOYEES IN YOUR COMPANY IN NEXT 12 MONTHS TO:**  
 (PLEASE, INCLUDE FULL-TIME AND PART-TIME/FREE-LANCE EMPLOYEES IN YOUR CALCULATION)



**FIGURA 18. PRITSHMERITE RRETH STAFIT PER VITIN E ARDHSHEM**

Me rritjen e numrit të punonjësve vijnë edhe presionet në rritje nga shpenzimet e stafit tek buxhetet e kompanive. Në sektorin e TIK-ut në veçanti, presioni nga shpenzimet e stafit, për kompanitë është një sfidë e madhe për tu kapërcyer, veçanërisht në fazat e tyre të hershme të zhvillimit. Për këtë qëllim, të anketuarve iu kërkua të përgjigjen rreth niveleve të parashikuara të pagave në kompanitë e tyre. Përgjigjet e kthyer përfaqësojnë një gamë të gjerë të perceptimeve dhe kjo lidhet drejtpërdrejt me shumëllojshmërinë e profesioneve dhe llojeve të kompanive në sektorin e TIK. Kur është fjala për profesionistët/et / specialistët/et e TIK, shumica e kompanive të anketuara besojnë se kjo kategori do të bëhet më e kushtueshme. Vetëm 10% e të anketuarve parashikojnë që nivelet e kompensimit për specialistët e TIK-ut do të mbeten të njëjta në dymbëdhjetë muajt e ardhshëm. Nga ata që parashikojnë një rritje të niveleve të pagave për specialistët e TIK, një përqindje e barabartë prej 30% ka parashikuar rritje prej 10%, 25% dhe respektivisht 50%.

Për sa i përket punonjësve të tjerë (jo TIK), situata është e ndryshme. Ndërsa diversiteti në mendime rreth niveleve të pagave të stafit është ende i pranishëm, në përgjithësi priten më pak rritje në këto kosto për stafin e përgjithshëm / mbështetës. Një përqindje e barabartë e të anketuarve prej 23.5% e të gjithë të anketuarve në mostër parashikojnë rritje prej 10%, 25% dhe 50%. Kjo tregon se mbi 70% e të anketuarve parashikojnë që kostot e stafit të tyre do të rriten në vitin e ardhshëm. 23% e të anketuarve besojnë se kostot / pagat e tyre për stafin e përgjithshëm do të mbeten të njëjta, ndërsa 6% e kompanive presin që këto nivele të ulen. Në krahasim me BITI-n 2016, rritja prej 50% e koston parashikohet nga më shumë se 16% të kompanive (2016: 6.3%), ndërsa rritja prej 25% është në nivele të ngjashme.

#### Q44. DO YOU EXPECT THAT THE SALARY IN YOUR COMPANY IN THE NEXT 12 MONTHS TO:

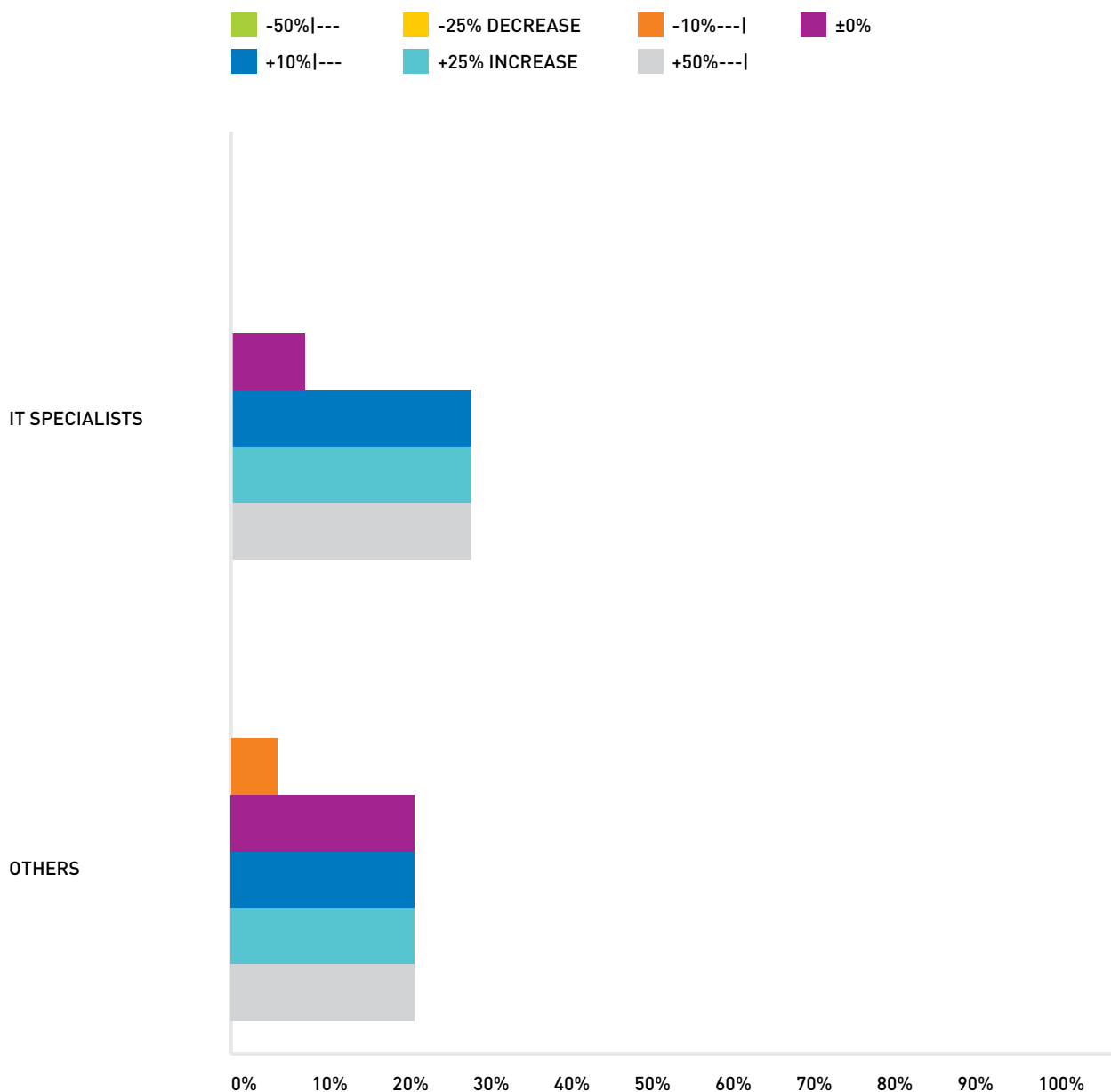


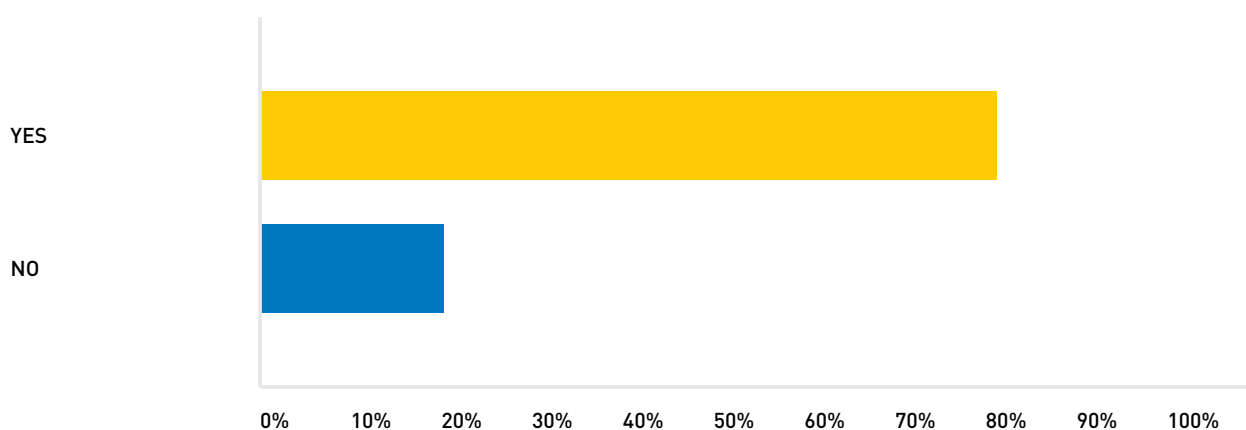
FIGURA 19. PRITSHMERITE PER NIVELET E PAGAVE NE VITIN E ARDHSHEM



Disponueshmëria e perceptuar e fuqisë punëtore të shkathët / të kualifikuar në sektorin e TIK është një nga aspektet kryesore që duhet të shqyrtohet nga rezultatet e BITI. Përgjigjet e kthyer në pyetjen nëse bizneset perceptojnë një deficit të aftësive / kualifikimeve të punës në këtë sektor, 80% e kompanive në mostër u përgjigjën pozitivisht. Megjithatë, rezultatet për këtë vit paraqesin një përmirësim në perceptimin e bizneseve për rreth 15%, nga 94% e të anketuarve të vitit 2016 që e konfirmonin deficitin e shkathtësive të kërkuara / nevojshme për bizneset.

---

**Q47. DO YOU THINK THERE IS A DEFICIT OF SKILLED/QUALIFIED WORKSPACE IN YOUR COUNTRY?**



---

**FIGURA 20. DISPONUESHMËRIA E KUALIFIKUAR E FUQISE PUNËTORE**



Të pyetur për të komentuar se si fenomeni i ashtuquajtur i ikjes së trurit (brain drain) ndikon në aktivitetin e tyre, rreth 55% e të anketuarve konfirmojnë ndikimin e perceptuar negativ. Në krahasim me rezultatet e BITI 2016, kur 73.7% e kompanive thanë se ikja e trurit ndikon negativisht në aktivitetet e tyre të biznesit, kjo përfaqëson një rënie të konsiderueshme në përqindje.

---

#### Q46. IS BRAIN DRAIN INFLUENCING NEGATIVELY YOUR BUSINESS?

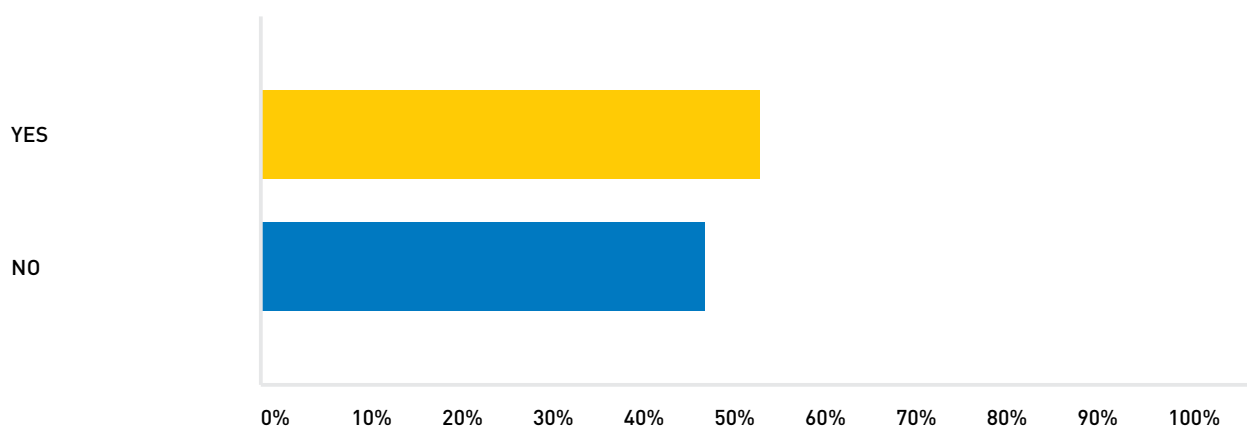


FIGURA 21. INFLUENCA E IKJES SE TRURIT

# BIBLIOGRAFIA





- EKOS Limited (2014) Scotland's Digital Future: Delivery of Public Services: Skills Gap Survey and Analysis. [www.ekos-consultants.co.uk](http://www.ekos-consultants.co.uk): Scottish Government and SDS.
- Krstanović, B., Porobić, R. and Winkler, J. (2007) CROATIAN ICT SKILLS GAP ANALYSIS. Croatia: United States Agency for International Development (USAID).
- Hay, D. (2003) Skills Gaps and Training Needs for Information and Communications Technology in Small and Medium Sized Firms in the South East of England. United Kingdom: the School of Educational Studies at the University of Surrey.
- M. FSADNI & Associates, (2011) Gap Analysis of ICT Skills as an Entrepreneurial Tool for Micro Enterprises. Malta Communications Authority.
- RWANDA Development Board (2012) RWANDA SKILLS SURVEY 2012 -ICT SECTOR REPORT.
- EL-GABALY, M. and MAJIDI, M. (2003) ICT PENETRATION AND SKILLS GAP ANALYSIS. Partners for a Competitive Egypt and USAID.
- Forth, J. and Mason, G. (no date) Information and Communication Technology (ICT) Skill Gaps and Company-Level Performance: Evidence from the ICT Professionals Survey. England: National Institute of Economic and Social Research.
- International Telecommunication Union (2014) Training Needs Analysis of ICT sector for Arab Least Developing Countries. Edited by . Dijobouti: .
- National Skill Development Corporation (NSDC) (no date) Human Resource and Skill Requirements in the IT and ITES Sector. <http://www.nsdcindia.org>
- ComTIA (2012) STATE OF THE IT SKILLS GAP. <https://www.comptia.org/>:
- BW Research Partnership (2013) Skill Gap Analysis. <http://www.bwresearch.com/>:
- Gareis, K., Hüsing, T., Birov, S., Bludova, I., Schulz, C. and Korte, W. (2014) E-SKILLS FOR JOBS IIN EUROPE: MEASURIING PROGRESS AND MOVIING AHEAD. Edited by ENIR for European Commission. Germany:
- Jagtiani, K. (2013) Estimation of Skill Gaps: National Skill Development Agency (NSDA).
- Berisha, V. and Ilazi, B. (2013) ICT Skill Gap Analysis. Kosovo: Kosovo Association of Information and Communication Technology (STIKK)
- Kosovo Economic Development through Quality and Networking (2011) Analysis of ICT Industry in Kosovo. Kosovo: EU Support for Regional Economic Development.
- Kosovo Association of Information and Communication Technology (STIKK) (2011) Skills Gap Analysis for Information and Communication Technology. USAID Kosovo Private Enterprise Program-KPEP
- Kosovo Association of Information and Communication Technology (STIKK). SEE ITIB Report for Kosovo 2016. Available at: [http://stikk.org/fileadmin/user\\_upload/IT\\_Barometer\\_Kosovo-2016\\_eng.pdf](http://stikk.org/fileadmin/user_upload/IT_Barometer_Kosovo-2016_eng.pdf)
- World Bank Doing Business Report 2017.
- The budget of the Ministry of Innovation and Entrepreneurship

# ANEKSI 1: PYETËSORI BAROMETRIT TË TI PËR KOSOVË 2017



# GENERAL INFORMATION

## 1. IN WHICH COUNTRY IS YOUR COMPANY LOCATED?

(If in many, which is the main location in the listed countries.)

- Albania
- Bosnia-Herzegovina
- Kosovo
- Macedonia
- Montenegro
- Serbia
- Other (please specify)

## 2. DO YOU WANT TO PROVIDE YOUR COMPANY NAME AND CONTACT INFORMATION FOR STIKK STAKEHOLDER'S DATABASE AND RECEIVE INFORMATION ABOUT ACTIVITIES ORGANIZED BY THE ICT ASSOCIATION?

- Yes, I will provide company name and contact information.
- No, I want to answer the questionnaire anonymously.

# COMPANY CONTACT INFORMATION

## 3. COMPANY

Name

URL

## 4. CONTACT PERSON

Name

Function /  
Position

Direct  
Email

# TYPE OF COMPANY

## 5. WHAT IS THE OWNERSHIP STRUCTURE OF THE COMPANY?

- > 50% national ownership
- > 50% foreign ownership
- Branch of a foreign company (If the company works only for the parent company or for other companies belonging to the group)

## 6. WHAT TYPE OF PRODUCTS AND/OR SERVICES YOUR COMPANY PROVIDES?

- Software products
- Software / IT services
- Hardware products
- Services for hardware products
- Other (please specify)

## 7. YOUR COMPANY IS A MEMBER OF:

- Albania: AITA
- Bosnia-Herzegovina: BIT Alliance
- Kosovo: STIKK
- Macedonia: MASIT
- Montenegro: IT Cluster
- Serbia: ICT Network
- No ICT association membership
- Other (please specify)

## 8. WHICH WAS THE YEAR OF FOUNDATION OF THE COMPANY IN THE COUNTRY?

# TECHNICAL PROFILE OF THE COMPANY

Please provide us with information on your company's technical expertise/offering concerning Operating Systems and Platforms, Programming Languages and Development Tools, technologies used, as well as Database Technologies.

## 9. OPERATING SYSTEMS AND PLATFORMS (Please tick all that apply.)

- Windows
- Realtime Systems
- MAC-OS
- OS/400
- SUN OS, Solaris
- iOS
- Android
- Windows Mobile
- Linux
- UNIX
- Other (please specify)

## 10. TECHNOLOGIES USED TO DELIVER SERVICES/DEVELOP PRODUCTS? (Please tick all that apply.)

- VR/AR
- Artificial Intelligence
- Block Chain
- We don't use any
- Other (please specify)

## 11. PROGRAMMING LANGUAGES AND DEVELOPMENT TOOLS

(Please tick all that apply.)

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ABAP4                            | <input type="checkbox"/> Natural                                |
| <input type="checkbox"/> Assembler                        | <input type="checkbox"/> .NET                                   |
| <input type="checkbox"/> Basic - Visual Basic, VBA etc.   | <input type="checkbox"/> Objective C                            |
| <input type="checkbox"/> C                                | <input type="checkbox"/> Pascal                                 |
| <input type="checkbox"/> C++                              | <input type="checkbox"/> Perl                                   |
| <input type="checkbox"/> Clipper                          | <input type="checkbox"/> PHP                                    |
| <input type="checkbox"/> CList                            | <input type="checkbox"/> PL/SQL                                 |
| <input type="checkbox"/> CL/400 - AS/400 Control Language | <input type="checkbox"/> PL/1                                   |
| <input type="checkbox"/> Cobol                            | <input type="checkbox"/> Powerbuilder                           |
| <input type="checkbox"/> CORBA IDL                        | <input type="checkbox"/> Python                                 |
| <input type="checkbox"/> dBase                            | <input type="checkbox"/> QMF                                    |
| <input type="checkbox"/> Delphi                           | <input type="checkbox"/> Rexx                                   |
| <input type="checkbox"/> Eiffel                           | <input type="checkbox"/> RPG                                    |
| <input type="checkbox"/> ESQL/C                           | <input type="checkbox"/> SAS                                    |
| <input type="checkbox"/> Fortran                          | <input type="checkbox"/> Script Languages – others              |
| <input type="checkbox"/> Foxpro                           | <input type="checkbox"/> Shell - C-Shell, K-Shell, Bourne-Shell |
| <input type="checkbox"/> Gupta, Centura                   | <input type="checkbox"/> Smalltalk                              |
| <input type="checkbox"/> HTML, XML                        | <input type="checkbox"/> Tcl/Tk                                 |
| <input type="checkbox"/> ILE/400                          | <input type="checkbox"/> Visual Objects                         |
| <input type="checkbox"/> Java                             | <input type="checkbox"/> VRML                                   |
| <input type="checkbox"/> JavaScript                       | <input type="checkbox"/> Xt, Motif                              |
| <input type="checkbox"/> JCL                              | <input type="checkbox"/> yacc/lex                               |
| <input type="checkbox"/> Lisp                             | <input type="checkbox"/> 4gl                                    |
| <input type="checkbox"/> Lotus Notes Script               | <input type="checkbox"/> We don't use any                       |
| <input type="checkbox"/> Macro Languages– others          | <input type="checkbox"/> Other (please specify)                 |

## 12. DATABASE TECHNOLOGIES

(Please tick all that apply.)

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Access         | <input type="checkbox"/> Object Store                      |
| <input type="checkbox"/> Adabas         | <input type="checkbox"/> ODBC                              |
| <input type="checkbox"/> Btrieve        | <input type="checkbox"/> Oracle                            |
| <input type="checkbox"/> DAO            | <input type="checkbox"/> Paradox                           |
| <input type="checkbox"/> DB2            | <input type="checkbox"/> POET                              |
| <input type="checkbox"/> DB/400         | <input type="checkbox"/> Progress                          |
| <input type="checkbox"/> DL/1           | <input type="checkbox"/> RDB                               |
| <input type="checkbox"/> Gupta, Centura | <input type="checkbox"/> SAS                               |
| <input type="checkbox"/> IDMS           | <input type="checkbox"/> SESAM                             |
| <input type="checkbox"/> IMS            | <input type="checkbox"/> SQL                               |
| <input type="checkbox"/> Informix       | <input type="checkbox"/> Sybase                            |
| <input type="checkbox"/> Ingres         | <input type="checkbox"/> UDS/IDMS                          |
| <input type="checkbox"/> Interbase      | <input type="checkbox"/> VSAM                              |
| <input type="checkbox"/> ISAM           | <input type="checkbox"/> xBase - dBase, FoxPro, Clipper... |
| <input type="checkbox"/> JDBC           | <input type="checkbox"/> 4th Dimension                     |
| <input type="checkbox"/> Lotus Notes    | <input type="checkbox"/> We don't use any                  |
| <input type="checkbox"/> MS SQL Server  | <input type="checkbox"/> Other (please specify)            |
| <input type="checkbox"/> mSQL / MySQL   |  |



**13. HAVE YOU BEEN ASKED TO HAVE ONE OF THE FOLLOWING QUALITY STANDARDS? (multiple answers permitted)**

- ISO 27001
- ISO 20000
- ISO 9001
- CMM / CMMI
- ITMark
- SPICE
- None
- Other (please specify)

**14. WHAT IS THE PRIMARY REASON THAT YOUR COMPANY OBTAINED QUALITY STANDARD CERTIFICATION?**

- We have been required by clients, potential clients
- We wanted to improve processes in the company
- We wanted to improve the image and reputation of the company
- We have not optioned any quality standard certification
- Other (please specify)

**15. DO ANY OF YOUR EMPLOYEES HAVE THE FOLLOWING TECHNICAL CERTIFICATIONS?**

- Project management professional certification (PMP)
- Agile/Scrum
- Microsoft certificates
- None
- Other (please specify)

# EXPORT RELATED QUESTIONS

## 16. WHAT IS YOUR COMPANY'S PRIMARY MARKET?

- Kosovo
- Export Markets
- Both, equal of similar importance

## 17. WHAT ARE YOUR CORE COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE KOSOVO MARKET?

- Price
- Quality
- Technical know-how
- Sector know-how
- Horizontal know-how
- (human) Languages
- Cultural knowledge
- Other (please specify)

## 18. DOES YOUR COMPANY WORK FOR INTERNATIONAL CLIENTS IN KOSOVO?

- Yes
- No
- I don't know / Refuse

**19. IN WHICH SECTOR DO YOU CURRENTLY OPERATE IN THE KOSOVO MARKET  
(Please tick three top industries)**

	Tick
Aerospace	<input type="checkbox"/>
Automotive	<input type="checkbox"/>
Defence	<input type="checkbox"/>
Education (E-Learning)	<input type="checkbox"/>
Financial Services	<input type="checkbox"/>
Gaming and Entertainment	<input type="checkbox"/>
Healthcare Services	<input type="checkbox"/>
Home Automation	<input type="checkbox"/>
Industry Application and Automation	<input type="checkbox"/>
IT Services and Outsourcing	<input type="checkbox"/>
Manufacturing, Distribution, Retail	<input type="checkbox"/>
Marketing and Communications	<input type="checkbox"/>
Media and Publishing	<input type="checkbox"/>
Non-profit organizations	<input type="checkbox"/>
Public sector (E-Government)	<input type="checkbox"/>
Real Estate	<input type="checkbox"/>
Services (HR, Accounting, Legal)	<input type="checkbox"/>
Technology	<input type="checkbox"/>
Telecommunications (Wireless and Mobile)	<input type="checkbox"/>
Telematics	<input type="checkbox"/>
Tourism and Hospitality	<input type="checkbox"/>
Trade, Transportation and Logistics	<input type="checkbox"/>
Utilities	<input type="checkbox"/>
Other (please specify)	<input type="text"/>

**20. DOES YOUR COMPANY CONDUCT EXPORT ACTIVITIES?**

Yes

No

**21. DOES YOUR COMPANY DO BUSINESS WITH INTERNATIONAL CORPORATIONS  
OR LOCAL BUSINESSES/CLIENTS IN EXPORT MARKETS?**

Primarily international businesses

Primarily local businesses

Both

I don't know / Refuse

# EXPORT MARKET POTENTIAL

## 22. HOW WOULD YOU EVALUATE THE POTENTIAL OF THE FOLLOWING MARKETS FOR YOUR COMPANY'S EXPORT ACTIVITIES?

(Please evaluate the export potential of each market even though you might currently not be exporting to that country/market)

	No Potential (-3)	Very low Potential (-2)	Low Potential (-1)	Potential (+1)	High Potential (+2)	Very high Potential (+3)
Germany	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Austria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Switzerland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
United Kingdom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
France	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BeNeLux (Belgium, The Netherlands, Luxemburg)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scandinavian countries	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Southern Europe (Italy, Spain, Portugal)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Regional (Albania, Bosnia and Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Greece, Kosovo, Montenegro, Romania, Serbia, Slovenia)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Central and Eastern Europe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
North America (USA, Canada)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Middle East and Africa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
East Asia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other (please specify)	<input type="text"/>					

# COMPETITIVE ADVANTAGES

## 23. WHAT ARE YOUR CORE COMPETITIVE ADVANTAGES IN THE INTERNATIONAL MARKETS?

- Price
- Quality
- Technical know-how
- Sector Know-how
- Horizontal know-how
- (human) Languages
- Cultural closeness
- Other (please specify)

## 24. WHICH FOREIGN LANGUAGE SKILLS ARE AVAILABLE IN YOUR COMPANY?

- English
- German
- Turkish
- Italian
- Spanish
- French
- N/A
- Other (please specify)

## 25. HOW DO YOU CONDUCT YOUR EXPORTS? (Please indicate your export channels)

- Direct exports from your country to the client abroad
- Subsidiary / branch office in the target market
- Representative office
- Joint venture
- Distribution partner / Local Partner (sales agent, sales representative, sole distributor, etc.)
- Through the Internet
- N/A
- Other (please specify)

## 26. WHERE DO YOU SEE THE BIGGEST EXPORT OBSTACLES? PLEASE RATE THE DIFFERENT EXPORT OBSTACLES.

	Not Problematic (+1)	Somehow Problematic (+2)	Little Problematic (+3)	Problematic (+4)	Very Problematic (+5)	Highly Problematic (+6)
Market information (lack of suitable information on export markets)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Costs of exporting	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finding the right business partner	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of interest/awareness among foreign companies	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of technical skills	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of export marketing skills & knowhow	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of branding of the local IT industry abroad	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Culture & language barriers	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of support by government institution (export financing schemes, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of export-oriented trainings and business development / consulting services	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Technical standards and requirements (ISO, CMMI, specific technologies, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legal aspects (contract law in other countries, legal requirements, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Visa requirements	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of qualified staff to conduct export activities	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lack of business contacts in target markets	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other (please specify)	<input type="text"/>					

# STATISTICS

## 27. WHAT WAS YOUR ANNUAL REVENUE IN EUR? PLEASE PROVIDE A FORECAST FOR 2017. IF NOT APPLICABLE WRITE NA

(The answers for these, and all questions will stay confidential)

2013	<input type="text"/>
2014	<input type="text"/>
2015	<input type="text"/>
2016	<input type="text"/>
2017 (forecast)	<input type="text"/>

## 28. WHAT WAS THE EXPORT FOR THE YEAR 2013? (express in percentage or amount)

Total export (% or amount)	<input type="text"/>
% of export in EU	<input type="text"/>

## 29. WHAT WAS THE EXPORT FOR THE YEAR 2014? (express in percentage or amount)

Total export (% or amount)	<input type="text"/>
% of export in EU	<input type="text"/>

## 30. WHAT WAS THE EXPORT FOR THE YEAR 2015? (express in percentage or amount)

Total export (% or amount)	<input type="text"/>
% of export in EU	<input type="text"/>

## 31. WHAT WAS THE EXPORT FOR THE YEAR 2016? (express in percentage or amount)

Total export (% or amount)	<input type="text"/>
% of export in EU	<input type="text"/>

## 32. PLEASE PROVIDE A FORECAST FOR THE EXPORT FOR THE YEAR 2017 (express in percentage or amount)

Total export (% or amount)	<input type="text"/>
% of export in EU	<input type="text"/>

**33. WHAT WAS THE PERCENTAGE OF YOUR EXPORTS BETWEEN PRODUCTS AND IT SERVICES? If you did not have exports in a certain year please enter 0 for both columns in “Not Applicable” (N/A). (Sum of each line/year must be 100)**

	IT services	Products
2013	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2014	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2015	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2016	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2017 (forecast)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**34. IN WHICH SECTOR DO YOU CURRENTLY ENGAGE IN EXPORT MARKETS? (Select three most important/biggest ones)**

	Tick
Aerospace	<input type="checkbox"/>
Automotive	<input type="checkbox"/>
Defence	<input type="checkbox"/>
Education (E-Learning)	<input type="checkbox"/>
Financial Services	<input type="checkbox"/>
Gaming and Entertainment	<input type="checkbox"/>
Healthcare Services	<input type="checkbox"/>
Home Automation	<input type="checkbox"/>
Industry Application and Automation	<input type="checkbox"/>
IT Services and Outsourcing	<input type="checkbox"/>
Manufacturing, Distribution, Retail	<input type="checkbox"/>
Marketing and Communications	<input type="checkbox"/>
Media and Publishing	<input type="checkbox"/>
Non-profit organizations	<input type="checkbox"/>
Public sector (E-Government)	<input type="checkbox"/>
Real Estate	<input type="checkbox"/>
Services (HR, Accounting, Legal)	<input type="checkbox"/>
Technology	<input type="checkbox"/>
Telecommunications (Wireless and Mobile)	<input type="checkbox"/>
Telematics	<input type="checkbox"/>
Tourism and Hospitality	<input type="checkbox"/>
Trade, Transportation and Logistics	<input type="checkbox"/>
Utilities	<input type="checkbox"/>
Other (please specify)	<input type="checkbox"/>
	<input type="text"/>



# CLIENTS

## SECTOR HORIZONTAL

### 35. IN WHICH HORIZONTAL MARKETS DO YOU PROVIDE PRODUCTS AND / OR IT SERVICES TO YOUR CLIENTS? (Select three most important/biggest ones)

	Domestic Market	Export
Business Intelligence / Data Warehousing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Business Process Optimization	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corporate Security	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Custom Development / Outsourcing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Customer Management (CRM)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Document Management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E-commerce	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Embedded Engineering and Development	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ERP / Supply Chain	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
IT Consulting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
IT Project Management	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Knowledge Management / Operations	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mobile Solutions	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Navigation Applications	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
New Media Production (Multimedia/Web animations)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Product maintenance, Support and Customization	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Software Quality Assurance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tools/COTS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Web design; development	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Other (please specify)	<input type="text"/>	

# HUMAN RESOURCES

## EMPLOYEES

### 36. WHAT IS THE TOTAL NUMBER OF YOUR EMPLOYEES AND ASSOCIATES?

2014	<input type="text"/>
2015	<input type="text"/>
2016	<input type="text"/>
2017 (forecast)	<input type="text"/>

### 37. PLEASE PROVIDE THE NUMBER OF EMPLOYEES THAT LEAVE THE COMPANY ON YEARLY BASIS.

- < 10%
- 10-25%
- > 25%

### 38. WHAT IS THE AVERAGE TIME NEEDED TO REPLACE THE EMPLOYEES THAT LEAVE THE COMPANY?

- < 3 months
- 3 months
- > 6 months
- Other (please specify)

## SALARIES

### 39. WHAT HAVE BEEN THE AVERAGE MONTHLY SALARIES FOR THE YEAR 2016 (AS PER LABOUR CONTRACT) FOR THE FOLLOWING POSITIONS? If you do not have information regarding any of the following positions, please enter "NA".

Developers	<input type="text"/>
Graphic Designers	<input type="text"/>
Database Administrators	<input type="text"/>
System administrator	<input type="text"/>
Business Developer	<input type="text"/>
Management	<input type="text"/>
Project Managers	<input type="text"/>
Marketing / Sales	<input type="text"/>
Administration	<input type="text"/>
Others	<input type="text"/>

**40. WHAT ARE THE AVERAGE MONTHLY SALARIES FOR THE YEAR 2017 (AS PER LABOUR CONTRACT) FOR THE FOLLOWING POSITIONS? If you do not have information regarding any of the following positions, please enter "NA".**

Developers	<input type="text"/>
Graphic Designers	<input type="text"/>
Database Administrators	<input type="text"/>
System administrator	<input type="text"/>
Business Developer	<input type="text"/>
Management	<input type="text"/>
Project Managers	<input type="text"/>
Marketing / Sales	<input type="text"/>
Administration	<input type="text"/>
Others	<input type="text"/>

**RATES**

**41. WHAT IS THE AVERAGE BILLABLE RATE FOR THE FOLLOWING STAFF CATEGORIES? Please provide rates per person in your local currency per hour (VAT excluded). (If you don't have the rates, just leave zero.)**

Developers	<input type="text"/>
Graphic Designers	<input type="text"/>
Database Administrators	<input type="text"/>
System administrator	<input type="text"/>
Business Developer Management	<input type="text"/>
Project Managers	<input type="text"/>

**42. BLENDED RATE**

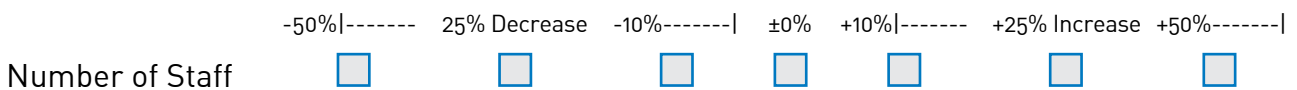
(Blended Rate is the rate that you would quote your services to a client, should you have to provide one number for that.)

# FORECAST

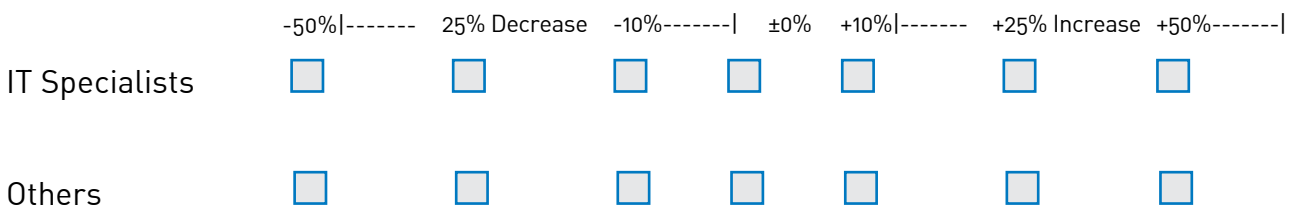
## EMPLOYEES

**43. DO YOU EXPECT THE TOTAL NUMBER OF EMPLOYEES IN YOUR COMPANY IN THE NEXT 12 MONTHS TO:**

**(Please, include full-time and part-time/free-lance employees in your calculation.)**



**44. DO YOU EXPECT THE SALARY LEVELS IN YOUR COMPANY IN THE CNEXT 12 MONTHS TO:**



# CURRENT ISSUES AND REMARKS, COMMENTS

## IMPACT OF EXTERNAL FACTORS

45. CONSIDERING THE CURRENT SITUATION OF YOUR BUSINESS, HOW DO YOU EVALUATE THE INFLUENCE OF THE FOLLOWING FACTORS ON THE DEVELOPMENT OF YOUR BUSINESS?

	Negative	Neutral	Positive
Global Economic situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
National Economic situation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
HR Market	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intensified Competition	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Government policy	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## CURRENT ISSUE

46. IS BRAIN DRAIN INFLUENCING NEGATIVELY YOUR BUSINESS?

- Yes  
 No

47. DO YOU THINK THERE IS A DEFICIT OF SKILLED/QUALIFIED WORKFORCE IN YOUR COUNTRY?

- Yes  
 No

Comment:

## 48. REMARKS, SUGGESTIONS

Use the space below to give your comments and suggestions on the subjects that you evaluate as important for your company. Consider the work being performed in the IT sector, the supporters, the associations, the government etc. Comments, remarks, suggestions are also welcome.

Rexhep Mala 28A,  
10000 Prishtinë, Kosovë  
Tel: +383 38 77 11 80 ext. 501  
[info@stikk.org](mailto:info@stikk.org) | [www.stikk.org](http://www.stikk.org)