

EKOINFO-SISTEM

KËRKIME NË SHKENCAT EKONOMIKE DHE INFORMATIKE



UMSHPRESS

Qëllimi dhe objektivat

Revista EkoInfo-Sistem, si pjesë e shtëpisë botuese UMSH Press, boton studime, kërkime, vëzhgime dhe analiza në fushën e ekonomisë dhe informatikës. Ajo synon të nxisë debatin shkencor në këto disiplina, duke përfshirë mjedisin universitar shqiptar dhe subjektet e biznesit që janë baza e ekonomisë së vendit. Me punimet e saj revista do të ofrojë një mbështetje qoftë edhe modeste për të gjithë të interesuarit në nxitjen e konkurrencialitetit të subjekteve ekonomike, rritjen e nivelit të tyre të digjitalizimit, forcimin e kapaciteteve eksportuese dhe përmirësimin e aktiviteteve menaxheriale, me ndikim në rritjen e rendimentit të punës.

Filozofia editoriale: Bordi editorial dhe gjithë struktura organizative e kësaj reviste janë të përkushtuar që të rrisin mundësinë e botimeve si me problematika teorike ashtu dhe me rekomandime praktike, në mënyrë që në fushat përkatëse mundësia e botimit të jetë shumë e lartë. Kjo politikë realizohet nëpërmjet një bashkëpunimi të ngushtë të bordit editorial me autorët e artikujve, që nga faza e paraqitjes së tyre deri sa ato marrin formën përfundimtare për botim.

Njëkohësisht, i gjithë procesi i rishikimit, sugjerimit, rikonceptimit problemor të përmbajtjes dhe pasqyrimit të vërejtjeve të çdo artikulli është tërësisht i fshehtë, duke garantuar objektivitetin e vlerësimit, barazmundësinë e botimit dhe mbi të gjitha cilësinë e punimit. Ky proces garantohet nga një aplikacion specifik i botimit të revistës, që siguron një sistem të mbyllur gjatë gjithë procesit të përpunimit të çdo artikulli. Bordi editorial realizon një procedurë transparente për autorët në ndihmë të cilësisë së botimeve.

Për autorët: Revista synon t'ju shërbejë interesave të studiuesve parësorë, pedagogëve, studentëve të universiteteve të vendit dhe praktikienëve në biznese dhe organizata të tjera. Të gjithë autorët që do të botojnë në këtë revistë do të përfitojnë një ripozicionim të tyre në tregun e botimeve, ndërtimin e marrëdhënieve më aktive me studentët, pedagogët, kërkuesit dhe sidomos më shumë paraqitje për problematikën e fushës së ekonomisë dhe informatikës në fondin e literaturës shqiptare.

Revista EkoInfo-Sistem

KRYEREDAKTOR

Nikollaq Pano

Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

REDAKTORË

Lindita Milo

Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Dhimitri Tole

Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

ANËTARË TË REDAKSISË

Neki Frashëri,
Akademia e Shkencave

Kozeta Sevrani
Universiteti i Tiranës

Greta Angjeli
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Jusuf Qarkaxhia
Universiteti AAB, Prishtinë

Shpëtim Latifi
Ministria e Arsimit, RMV

Frederik Premti
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Ira Gjika
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Mimoza Kasimati
Universiteti i Tiranës

Orkida Ilollari
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Florjan Bombaj
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Dolantina Hyka
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Olgerta Idrizi
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Vebina Resuli
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Blerina Metanj
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Kreshnik Vukatana
Universiteti i Tiranës

Elis Pelivani
Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Blerina Vika
Universiteti i Tiranës

Elira Hoxha
Universiteti i Tiranës

GRAFIK DIZAJN

Iris Tole GR Property Mng; UX Leader ; +1 269 290 6184

UMSHPRESS

Adresa: Blv. Gjergj Fishta, Nr. 52
email: revistaekoinfo@umsh.edu.al

Kodi postar: 1023, Tiranë

Përmbajtja

Instrumentet e politikës buxhetore, fiskale dhe për nxitjen e rritjes ekonomike dhe prosperitetit	2
<i>Armelina Lila</i>	
Lidhja e performancës së website me performancën e bankave në Shqipëri	22
<i>Eleni Kalemaj</i>	
Rritja e konkurrencialitetit në botën e biznesit përmes menaxhimit mikroekonomik	42
<i>Eriola Hoxha</i>	
Parashikimet e ecurisë së ekonomisë shqiptare mbi bazën e disa parametrave kryesorë makroekonomikë	56
<i>Dhimitri Tole, Nikollaq Pano</i>	
Paragjykimet në inteligjencën artificiale	68
<i>Grigorina Boçe, Besmir Kanushi</i>	
Sfidat e auditimi i sektorit publik në teknologjinë digjitale	80
<i>Lindita Milo, Eros Angjeli</i>	
Roli i ndikuesve në biznesin shqiptar. Evolucionet dhe perspektiva	99
<i>Majlinda SHehu, Anxhela Allko</i>	
Rëndësia e qeverisjes së korporatave në performancën financiare	110
<i>Sonila Nikolla</i>	

Instrumentet e politikës buxhetore, fiskale dhe për nxitjen e rritjes ekonomike dhe prosperitetit

Armelina Lila (Fushekati)^{a,1}

^a *Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë*

Përmbledhja

Punimi diskuton rëndësinë e përdorimit të instrumenteve të politikës monetare, fiskale dhe buxhetore për të stimuluar zhvillimin ekonomik. Rritja ekonomike e vitit 2018 u sfumua nga tërmeti shkatërrues i 2019 dhe dukuria e pandemisë Covid-19 të cilat ndikuan ndjeshëm ekonominë shqiptare. Karantinimi, mbyllja e bizneseve adresoi krizën dhe buxhetet që pasuan u ndikuan drejtpërdrejtë, duke bërë të nevojshme zhvillimin e strategjive të reja duke i dhënë përparësi buxhetit, sistemit fiskal dhe instrumenteve monetare për të nxitur rritjen ekonomike. Punimi diskuton një ekzaminim të efektivitetit të politikave aktuale monetare dhe fiskale në adresimin e krizave ekonomike brenda kuadrit ligjor dhe institucional të Shqipërisë. Synojmë të vlerësojmë nëse masat e ndërmarra ishin të përshtatshme për përballimin e sfidave të ekspozuara nga kriza ekonomike.

Fjalët kyç: rritje ekonomike; kriza pandemike; buxhet; politikë fiskale; politikë monetare; instrument

Abstract

The paper discusses the importance of using monetary, fiscal and budgetary policy instruments to stimulate economic development. The economic growth of 2018 was dampened by the devastating earthquake of 2019 and the phenomenon of the Covid-19 pandemic, which significantly affected the

¹ KONTAKT: armelina.lila@umsh.edu.al

Albanian economy. Quarantine, closure of businesses addressed the crisis and the subsequent budgets were directly affected, necessitating the development of new strategies prioritizing the budget, fiscal system and monetary instruments to promote economic growth. The paper discusses an examination of the effectiveness of current monetary and fiscal policies in addressing economic crises within the legal and institutional framework of Albania. We aim to assess whether the measures taken were adequate to meet the challenges exposed by the economic crises.

Keywords: economic growth; pandemic crisis; budget; fiscal policy; monetary policy; instrument

Hyrje

Termi "politikë monetare" i referohet veprimeve të ndërmarra nga Banka Qendrore me synimin për të ndikuar në sasinë e parave të kredisë në një ekonomi. Nga ana tjetër, politika fiskale ka të bëjë me zgjedhjet e bëra nga qeveria për taksat dhe shpenzimet. Politikat fiskale dhe monetare përdoren të dyja për të kontrolluar aktivitetin ekonomik. Ato mund të përdoren ose për të moderuar rritjen ose aktivitetin kur një ekonomi fillon të mbinxehet ose për të përshpejtuar rritjen kur fillon të bjerë. Politika fiskale mund të përdoret gjithashtu për të rishpërndarë pasurinë dhe të ardhurat.

Pengesat për realizimin e këtij objektivi janë të shumta. Krahas goditjeve (si rritja e çmimit të naftës), ekonomitë gjithashtu shpesh i nënshtrohen cikleve natyrore, sipas disa analistëve. Për më tepër, ka raste të shumta në histori ku politikat monetare, fiskale ose një kombinim i të dyja politikave të qeverisë përkeqësojnë një rritje ekonomike që përfundimisht pati efekte të dëmshme në ekonominë reale, tregjet financiare dhe investitorët.

Shpenzimet shtetërore dhe taksat ndikojnë drejtpërdrejt në ecurinë e ekonomisë së përgjithshme, sepse ato dominojnë veprimin e ekonomisë kombëtare. Pas krizës së Covid-19, një nga shqetësimet kryesore të shtetit shqiptar ishte stimulimi i rritjes ekonomike. Buxheti, instrumentet e politikës monetare dhe fiskale ishin momente të rëndësishme për t'u kontrolluar dhe riorganizuar. Dy elemente themelore të politikës ekonomike të shtetit janë mjetet fiskale dhe

monetare, të cilat përdoren për të ndikuar në produktin e brendshëm bruto, punësimin, të ardhurat dhe nivelet e çmimeve. Sipas DFID (Departamenti për Zhvillim Ndërkombëtar), rritja ekonomike e një vendi është një nga metodat më efektive për rritjen e standardeve të jetesës në vendet në zhvillim, në këtë rast të Shqipërisë.

Sipas Bankës Botërore (2021), mjetet kryesore të përdorura nga një qeveri për të drejtuar ekonominë e një vendi janë: politika fiskale dhe monetare, krahas instrumenteve buxhetore. Të përdorur si duhet, këta faktorë mund ta drejtojnë ekonominë në drejtimin e duhur dhe të kenë rezultate stimuluese në ekonominë e një vendi dhe ngadalësojnë ekonominë kur ajo nxehet. Politika fiskale është një variabël shumë e rëndësishme. Në pjesën e dytë të punimit do të analizohet përkufizimi i politikës buxhetore, fiskale dhe monetare. Qeveritë, tradicionalisht kanë parashikuar ose janë përpjekur të parashikojnë se si të zbutin luhatjet ekonomike, të rrisin punësimin dhe të ulin inflacionin, si faktorët kryesorë ekonomikë që ndikojnë drejtpërdrejt mbi popullsinë.

Studimet mbi këtë temë, si teorike ashtu edhe empirike, kanë gjetur një korrelacion të fortë pozitiv ndërmjet politikës fiskale (PF) dhe zhvillimit ekonomik. Makroekonomia bashkëkohore vë në dukje si objektiva PF afatshkurtër dhe afatgjatë (Turner, 2006). PF afatshkurtër mund të përdoret për të stabilizuar paqëndrueshmërinë e treguesve makro dhe/ose për të menaxhuar ciklin e prodhimit, i cili është i njëjtë me efektet afatshkurtra të politikës monetare. Për më tepër, në terma afatgjatë, opsionet e financimit të PF dhe borxhit mund të ndikojnë gjithashtu në ofertën dhe kërkesën e përgjithshme të biznesit. Për shkak se krijimi i mjeteve të përshtatshme fiskale mund të rezultojë në rritje ekonomike të vazhdueshme dhe të fuqishme, diskutimi i efekteve të PF në rritjen ekonomike është aktualisht një temë e nxehtë. Si rezultat, qëllimi i këtij punimi është të shqyrtojë marrëdhënien midis sistemeve financiare publike (PFS) dhe rritjes ekonomike në kontekstin e Shqipërisë, një vend i vogël në zhvillim me një ekonomi të hapur. Kjo është e rëndësishme sepse na ndihmon të kuptojmë sesi aktiviteti publik—përfshirë shpenzimet, buxhetimin dhe politikat fiskale e monetare—ka kontribuar në rritjen ekonomike.

Rishikim i Literaturës

Sipas MRSC (2021), politikat buxhetore janë shumë të rëndësishme për një vend sepse ato miratohen për të qartësuar procesin buxhetor. Procesi buxhetor kërkon përgjegjësi dhe kontroll, politikat buxhetore të operuara nga shteti janë një hap i rëndësishëm për qasjen financiare afatgjatë për të ruajtur mirëqenien fiskale të një qeverie. Politika fiskale i referohet kompetencave të një qeverie për të përdorur fuqitë e saj shpenzuese dhe tatimore me qëllim që të ndikojë në ekonomi.

Kombinimi adekuat i shpenzimeve qeveritare dhe mbledhjes së të hyrave kërkon një afat kohor të mirëplanifikuar. Efektet e politikës fiskale mund të jenë direkte dhe indirekte dhe mund të ndikojnë në shpenzimet, kursin e këmbimit, deficitin dhe normat e interesit, shpenzimet kapitale të cilat kanë lidhje të drejtpërdrejtë me politikën monetare.

Sipas Baldacci, E., Clements, B., Gupta, S., & Mulas - Granados, C. (2006) politikat monetare dhe fiskale varen nga oferta dhe kërkesa agregate. Nëse menaxherët e një firme investojnë para, ata punësojnë punëtorë me paga të caktuara, nëse çmimet e produkteve rriten, ndërmarrja do të prodhojë më shumë. Oferta agregate është shuma e sasive që çdo firmë ofron në ekonomi në bazë të një niveli çmimi. Një rritje e lehtë e çmimit do të shkaktonte një rritje të prodhimit. Me rritjen e prodhimit do të rriten edhe nivelet e prodhimit të një ekonomie. Kostoja marxhinale e prodhimit shtesë mund të jetë shumë e madhe dhe si rezultat duhet një rritje e madhe e çmimit për të shkaktuar qoftë edhe një rritje të vogël të prodhimit. Nëse ekonomia e një vendi arrin kapacitetin e saj të plotë, të gjitha ndërmarrjet do të jenë të zëna me prodhim të plotë për të rritur prodhimin.

Sipas politikës fiskale në Shkollën Kejnshiane, teoritë ekonomike bazohen në besimin se veprimet aktive të një qeverie janë mënyra e vetme për të drejtuar ekonominë. Kjo nënkupton që qeveria duhet të rrisë kërkesën agregate e cila duhet të drejtojë ekonominë duke krijuar vende pune dhe duke stimuluar prosperitetin e një vendi. Ndryshimet në përbërjen e të ardhurave dhe shpenzimeve qeveritare ndikohen nga ndryshimet në politikën fiskale. Rezultatet do të analizojnë politikat buxhetore të Ministrisë së Financave në vitet e fundit dhe ndikimin e

saj në ekonomi.

Shqipëria në vitet e fundit ka pasur një politikë buxhetore, fiskale dhe monetare të bazuar në ngjarjet e fundit si tërmeti vdekjeprurës i 26 nëntorit 2019 dhe më pas pandemia e Covid-19. Gjatë rënies ekonomike të shkaktuar nga tërmeti dhe pandemia, buxhetet e qeverive qendrorë dhe vendore ranë në një periudhë recesioni dhe kaosi. Kjo ndodhi, së pari, për shkak të tkurrjeve të të ardhurave dhe rritjes së nevojave për shpenzime. E njëjta gjë ndodhi me buxhetet qendrorë dhe vendore të SHBA-së, në të cilat qeveria federale e SHBA-së emetoi borxh të përgjithshëm afatshkurtër dhe afatgjatë. Qeveritë vendore, ndërkombëtarisht, gjithashtu u përballën me kufizime ligjore, përveç ekonomike, në aftësinë e tyre për të rritur normat e taksave (Shoag D et al., 2019). Së bashku, këto kufizime të shkaktuara nga pandemitë apo fatkeqësitë e tjera natyrore kërkojnë ndërhyrjen e politikave përkatëse nga autoritetet kompetente dhe kanë ndikim të drejtpërdrejtë në shpenzimet personale, por qeveria ka peshën më të madhe në organizimin dhe ndarjen e buxhetit në raste të tilla.

Në përgjithësi, shpërndarja e buxheteve të shtetit mund të analizohet përmes tre faktorëve:

- i) Faktori i parë është ashpërsia e vetë krizës Covid-19.
- ii) i dyti është ndjeshmëria e bazës së të ardhurave të vendeve në krizë.
- iii) së treti është ndjeshmëria e të ardhurave të shteteve ndaj bazave të tyre të të ardhurave.

Me fjalë të tjera, faktori i parë përfshin rritjen e rreziqeve shëndetësore dhe rëniet shoqëruese të punësimit dhe konsumit, harta e dytë tregon këto rënie në bazat e të ardhurave të shteteve dhe harta e tretë fokusohet në bazën e të ardhurave. Mund të krahasojmë ndikimin e mundshëm të pandemive dhe tërmeteve në të ardhurat e qeverisë dhe shpërndarjen e buxhetit të shtetit në rastet e fatkeqësive natyrore, të cilat shkaktojnë tkurrje ekonomike. Ndryshe nga tkurrjet tipike, gjatë të cilave të ardhurat dhe shpërndarjet bien në mënyrë dramatike më shumë se konsumi (Canova, F. (1998), tkurrjet e buxhetit gjatë Covid-19 gjeneruan reduktime jashtëzakonisht të mëdha të konsumit në raport me të ardhurat. Kjo nuk është pak sepse të ardhurat janë rritur nga stimuli fiskal, disa prej të cilave janë të tatueshme dhe disa jo. Më tej,

Covid-19 dhe tërmetet kanë rezultuar në një rënie dramatike të shpenzimeve të konsumit personal, për kujdesin shëndetësor, restorantet, strehimin etj.

Teoria klasike ekonomike nuk pranon që inflacioni është gjithashtu një fenomen fiskal (Doan Van, 2020), pra i lidhur me nivelin e borxhit, kështu që inflacioni që po përjeton Shqipëria nuk është thjesht monetar, por ka karakteristikat e një inflacioni fiskal, e cila bazohet në financimin e borxhit pa rritur produktivitetin (Cochrane, 2022).

Kuadri empirik dhe identifikimi

Ne shqyrtojmë stimulimin e rritjes ekonomike të Shqipërisë nëpërmjet instrumenteve buxhetore, fiskale dhe të politikës monetare në tre vitet e fundit të Shqipërisë. Përdorim termat buxhet, politikë fiskale dhe monetare bazuar në të dhënat e ofruara nga Ministria e Financave në Shqipëri. Duke qenë se variablat e varur janë rendor, e vlerësojmë analizën e buxhetit, politikave fiskale dhe monetare për 3 vitet e fundit bazuar në efektin e pandemisë dhe tërmetit të 26 nëntorit 2019 për shpërndarjen e saj. Punimi bazohet në mbledhjen e burimeve parësore dhe dytësore. Burimet parësore të punimit lidhen me të dhënat e INSTAT-it, Ministrisë së Financave dhe projektbuxhetet për vitin 2019 dhe 2021. Për realizimin e këtij punimi janë përdorur metoda analitike, analiza të të dhënave referuar publikimeve të ndryshme të institucioneve ndërkombëtare për raportet dhe pasojat e tërmeteve dhe pandemive. Për të arritur objektivat e punimit janë hulumtuar raportet e Ministrisë së Financave dhe vendeve të tjera të përfshira në studim si dhe burime të tjera informacioni si raportet e OBSH-së për situatën e Covid-19, American Journal. Gjithashtu, burimet dytësore janë më të gjera pasi për zhvillimin e këtij punimi janë marrë në konsideratë literature e huaj krahas atyre shqiptare.

Hulumtimi mund të klasifikohet në eksplorues, përshkruar dhe shkakor. Punimi është përshkruar dhe analitik, pasi përshkruan dhe analizon temën për 2019, 2020 dhe 2021 në Shqipëri. Punimi ka përdorur gjerësisht burime të besueshme për të arritur në një përfundim sa më objektiv të situatës aktuale.

Të dhëna dhe statistika përshkruese

Ne nxjerrim të dhëna nga viti 2019 deri në vitin 2021 bazuar në INSTAT, Ministrinë e Financave dhe Bankën e Shqipërisë. Për realizimin e këtij punimi është përdorur një qasje interpretuese, e cila në vetvete nënkupton interpretimin dhe analizën e të dhënave të parashikuara në 3 variablat kryesore buxheti i shtetit, instrumentet e politikës fiskale dhe monetare sipas strukturës së mëposhtme:

- Për këtë punim u mbledhën të dhëna cilësore (d.m.th. i pasur me detaje dhe përshkrime nga literatura e huaj dhe shqiptare dhe nga dispozitat ligjore normative të Ministrisë së Financave dhe projektbuxhetet).
- Për të zbuluar dhe punuar me kuptime subjektive, pasi pas analizës së OBSH-së, Ministrisë së Financave, American Journal dhe raportet e BE-së, ato janë analizuar dhe komentuar subjektivisht.

Punimi analizon stimulimin e rritjes ekonomike nëpërmjet instrumenteve buxhetore, fiskale dhe monetare. Në kuadër të këtyre zhvillimeve gjatë viteve 2019, 2020 dhe 2021 në Shqipëri, dy elementë bëhen përcaktues për politikat buxhetore fiskale dhe monetare: pandemia nga njëra anë dhe tërmetet nga ana tjetër (2019 fatale për qarkun e Durrësit, veçanërisht). Kështu, avancimi i karakterit shëndetësor dhe atij demokratik ka një konvergencë të këtyre aspekteve, veçanërisht për kombet e prekura nga kjo pandemi, e cila ka pasur një ndikim të rëndësishëm në shëndetësi dhe ekonomi.

Për rrjedhojë, mund të themi se studimi fokusohet kryesisht në dy fusha të kërkimit shkencor. Ndikimi i pandemisë dhe tërmetit të 26 nëntorit në buxhetin, instrumentet fiskale dhe ato të politikës monetare trajtohen përkatësisht në vijën e parë dhe të dytë.

Sipas të dhënave të ofruara nga Ministria e Financave dhe të paraqitura në kapitullin e analizës, buxheti do të mbulonte rreth 6 miliardë lekë koston totale të objektivave të pandemisë COVID-19 për vitin 2021, ku përfshihet kostoja e parashikuar e vaksinës kundër COVID-19 dhe do të garantojnë menaxhimin më të mirë dhe më efektiv të COVID 19. Për prioritetet e buxhetit 2021, ku kryefjala ishte rimëkëmbja ekonomike, që vjen si vullnet i palëkundur i qeverisë, për të përballuar me sukses dy fatkeqësitë natyrore që kanë goditur vendin

tonë radhazi gjatë fundit të 2019 dhe fillimit të vitit 2020: Tërmeti i 26 nëntorit dhe pandemia COVID-19 ishin dy variablat e pavarur të këtij punimi.

Deficiti i përgjithshëm fiskal ishte 6.8% në vitin 2020 dhe 6.5% ishte parashikuar për vitin 2021. Të ardhurat buxhetore të pritshme për vitin 2021 ishin 479 miliardë lekë, nga të cilat 437 miliardë lekë nga taksat, nga të cilat 311 miliardë lekë nga doganat dhe të ardhurat e tjera. Fitimet nga kontributet parashikoheshin në totalin e 99.7 miliardë lekëve.

Të ardhurat totale të buxhetit të shtetit u rritën me 10.6% krahasuar me parashikimin e vitit 2020, ndërsa të ardhurat nga taksat dhe doganat u rritën me 12.2%.

Sektorët prioritarë të arsimit, shëndetësisë, bujqësisë dhe infrastrukturës kanë vijuar të marrin mbështetje nga shpenzimet buxhetore për vitin 2021, të cilat janë buxhetuar në vlerën 587.6 miliardë lekë, ose 34.9% e PBB-së. Procesi i rindërtimit të tërmetit gjithashtu do të vazhdojë të jetë i plotë.

Kostoja e administratës publike si dhe politika e re e pagave për fushat prioritare, atë të shëndetësisë dhe arsimit u reflektuan në shpenzimet e personelit për vitin 2021. Fondi vjetor i rritjes së pagave në këta sektorë ishte 8 miliardë lekë dhe parashikonte rritje të pagave për funksionin me 15% për stafin mësimdhënës dhe 40% për punonjësit e shëndetësisë. Fondi vjetor për rritjen e pagave në këta sektorë ishte 8 miliardë lekë.

Shpenzimet totale për paga në Administratën Publike ishin planifikuar në shumën 91.87 miliardë lekë ose 5.5% e PBB-së.

Kostot totale të pritshme të funksionimit dhe mirëmbajtjes për qeverinë qendrorë në 2021 ishin 45.9 miliardë lekë, ose afërsisht 2.7% e PBB-së. Mbështetja kryesore e politikave aktuale të qeverisë qendrore, si programet e fermerëve, iniciativat për nxitjen e punësimit dhe iniciativat për të mbështetur zhvillimin ekonomik dhe sportiv, u programua në këtë pikë.

Një fond prej 1 miliardë lekësh është autorizuar gjithashtu si pjesë e një politike të re për vitin 2021 që do të mbështesë fermerët duke përjashtuar karburantet e përdorura për prodhimin bujqësor nga akciza,

taksa e qarkullimit dhe taksa e karbonit.

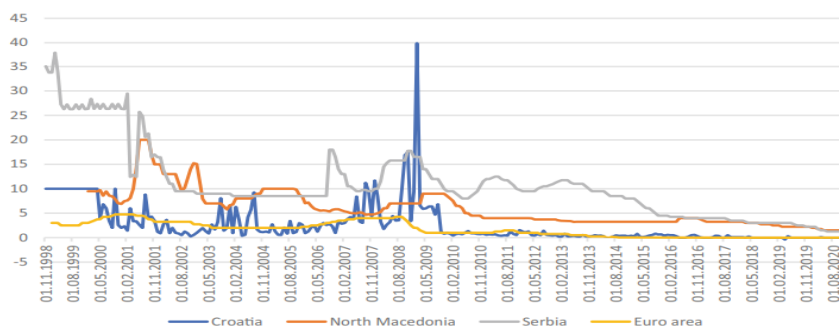
Për të llogaritur çdo rrezik të mundshëm të rritjes së normave të interesit si në tregjet e brendshme ashtu edhe në ato të huaja, shuma e parashikuar e shpenzimeve të interesit ishte 43.8 miliardë lekë, ose 2.6% e PBB-së.

Shuma e pritshme e subvencioneve prej 1.55 miliardë lekë, e planifikuar për të mbështetur sektorin e ujësjellës kanalizimeve si dhe pagimin e një pjese të shpenzimeve që lidhen me industrinë hekurudhore dhe ofrimin e shërbimeve qeveritare. Rritja e subvencionit ishte planifikuar për të suportuar gjithashtu iniciativat për promovimin e vendeve të punës.

Shqipëria dhe vendet e Ballkanit Perëndimor

Shqipëria ka statusin e vendit kandidatit për në BE dhe është e arsyeshme të përpiqet të stabilizojë monedhën vendase kundrejt euros (EUR). Rrjedhimisht, vendi po humbet diskrecionin në zhvillimin e politikave të tij monetare. Prandaj, ka shumë pak hapësirë për politikën monetare për të stimuluar rritjen ekonomike apo për të reaguar kur godet kriza.

Figura 1. Normat e interesit të bankave qendrore



Shënim: Burimi Banka për Shlyerjet Ndërkombëtare 2021

Përvojat e vendeve të Ballkanit Perëndimor (BB) tregojnë se pavarësisht nga regjimi monetar i zgjedhur, ekonomitë e vogla dhe të hapura duhet të fokusohen në stabilitetin e kursit të këmbimit në

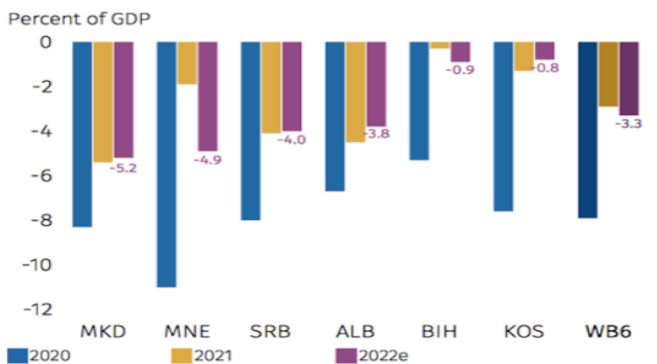
mënyrë që të ruajnë stabilitetin monetar dhe të kontribuojnë në stabilitetin e përgjithshëm makroekonomik (Besimi, 2004).

Në njëzet e pesë vitet e fundit, shumica e vendimeve strategjike në politikën fiskale që po zbatohen në vendet e Ballkanit Perëndimor janë nën mbikëqyrje të drejtpërdrejtë ose sugjerime dhe rekomandime nga institucionet financiare ndërkombëtare si Banka Botërore, Fondi Monetar Ndërkombëtar (FMN) dhe së fundmi, Komisioni Evropian.

Sipas përvojave të Serbisë, luhatjet e kursit të këmbimit ka të ngjarë të rezultojnë në goditje çmimesh (Bungin, 2016), megjithatë Kroacia dhe Bosnja dhe Hercegovina nuk i pësuan këto goditje për shkak të kurseve të tyre relativisht të qëndrueshme të këmbimit. Begovic et al., (2019) argumentojnë se sistemi i bordit të monedhës (i cili përdoret në BiH) ka ulur inflacionin dhe Ćorić et al., (2015) besojnë se stabiliteti i çmimeve në Kroaci arrihet përmes stabilitetit të kursit të këmbimit.

BiH, Kroacia, Mali i Zi dhe Serbia kanë pasur mesatarisht një përqindje relativisht të lartë të shpenzimeve publike ndaj PBB-së dhe për rrjedhojë një kapacitet më të ulët për të përdorur politikën fiskale për ndërhyrje efektive në rast të goditjeve të jashtme si krizat ekonomike, ndërkohë që vendet e BP përballen gjithashtu me nivele të larta të borxhi publik ndaj PBB-së, i cili gjithashtu ushtron presion në përdorimin efikas të të ardhurave publike (Banka për Zgjidhjen Ndërkombëtare 2021).

Figura 2. Përqindja e GDP



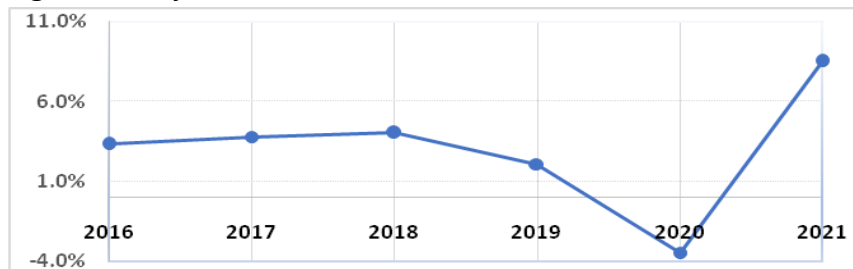
Burimi: Zyrat kombëtare të statistikave, Ministria e financave, Banka Botërore

Rezultatet dhe Diskutimi

Shpenzimeve publike në shkallë të gjerë në projekte të rëndësishme të infrastrukturës, arsimit dhe shëndetësisë, u prioritzuan në buxhetin e Shqipërisë të vitit 2019. Buxheti për vitin 2019 ishte planifikuar si një buxhet social që do të siguronte asistencë direkte për çdo kategori, nga instrumenti i rritjes së pagave për më shumë se 65 mijë punonjës të sektorit publik, bonusi për foshnjat e reja e deri te eliminimi i TVSH-së për inputet bujqësore, duke e bërë këtë industri pa taksa.

Qeveria planifikoi uljen e barrës tatimore për individët dhe kompanitë. Zgjerimi i bazës tatimore, lufta kundër informalitetit dhe përmirësimi i administratës tatimore kanë qenë nxitësit kryesorë të rritjes së të ardhurave. Buxheti i vitit 2019 synonte gjithashtu shpërndarjen më të drejtë të barrës fiskale, duke ulur barrën për grupe, kategori dhe sektorë të caktuar. Kontraktimi i rritjes ekonomike dhe tkurrja e saj erdhi si rezultat i përkeqësimit në drejtim të mbledhjes së të ardhurave buxhetore si dhe nga rritja e shpenzimeve kapitale, në veçanti lidhur me fillimin e procesit të rindërtimit nga tërmeti, si dhe rritjes së shpenzimeve të ndihmës sociale për mbështetjen ndaj efekteve të pandemisë.

Figura 3. Rritja e PBB-së



Shënim: Përpunuar nga autori

Pas tërmetit të 26 nëntorit 2019, Shqipëria u përball me një fatkeqësi të madhe natyrore e cila la pasoja njerëzore, ekonomike, psikologjike, sociale etj. U zbatuan plane masash organizative dhe administrative për përballimin e gjendjes së fatkeqësisë natyrore;

- Shfrytëzimi i burimeve financiare të përfshira në buxhetin vjetor dhe rishikimi i tij sipas nevojës për të llogaritur kostot shtesë të paparashikuara;
- Plotësimi i kërkesave urgjente si pasojë e dëmeve të shkaktuara nga tërmeti i 26 nëntorit

Shqipëria po zbatonte ndryshime thelbësore strukturore me synimin për të nxitur rritjen e drejtë ekonomike, rritjen e produktivitetit dhe konkurrencës, rritjen e punësimit, përmirësimin e qeverisjes dhe ofrimin e shërbimeve publike. Eksportet, diversifikimi i tregut dhe përmirësimi i lidhjeve rajonale dhe aksesit në tregjet rajonale dhe ndërkombëtare, të gjitha kontribuojnë në një zhvillim më të shpejtë ekonomik.

Qeveria shqiptare po zbatonte një axhendë reformash gjithëpërfshirëse me theks në decentralizimin territorial, stabilizimin e sektorit financiar, energjinë, ndihmën sociale dhe aftësinë e kufizuar, dhe qëndrueshmërinë makroekonomike dhe fiskale.

Për të adresuar çështjen e katastrofës natyrore, një konferencë e donatorëve u mbajt në Bruksel në shkurt 2020. Në këtë konferencë, kombet dhe institucionet e huaja financiare u zotuan të kontribuojnë afërsisht 1 miliard euro. Midis përpjekjeve për të rindërtuar vendin, kriza e COVID-19 rriti më tej presionin mbi buxhetin e qeverisë dhe përpjekjet për të trajtuar situatën. Banka Botërore dhe partnerët e tjerë punuan së bashku për të mbështetur qeverinë në tejkalimin e këtyre sfidave dhe zbatimin e synimeve afatgjata të zhvillimit të vendit.

Politika buxhetore ishte në qendër të paketës së reagimit ndaj krizës COVID-19. Kufizimet në lëvizjen dhe ruajtjen e distancës sociale ndikuan në ofertën dhe kërkesën e punës, transportit dhe udhëtimit në mënyra të paprecedentë. Sektorë të tërë të ekonomive kombëtare u mbyllën, duke përfshirë hotele-restorante, dyqane, turizmin, transportin dhe një pjesë të mirë të prodhimit.

Tabela 3. Planifikimi i shpenzimeve sipas sektorëve

Sektorët	Nën sektori	Afatshkurtër	Afatmesëm	Afatgjatë	Total
Arsimi		53.99	39.38	1.46	94.83
Shëndeti		9.77	4.77	0.01	14.55
Strehimi		430.51	371.85	0.50	802.86
Infrastruktura		7.51	38.42	15.07	61.00
	Infrastruktura e	1.03	6.32	3.16	10.51
	Komunitetit				
	Energjisë	2.71	9.56	0.63	12.90
	Ndërtesat shtetërore	2.66	15.93	7.97	26.56
	Komunikimi	0.26	1.55	0.78	2.59
	Transporti	0.75	4.48	2.24	7.47
	Ujësjetës dhe	0.10	0.58	0.29	0.97
	Kanalizim				
Prodhimi		18.61	21.29	11.93	51.83
	Biznesi dhe Punësimi	10.00	13.80	4.05	27.84
	Turizmi	5.95	2.99	1.93	10.88
	Trashëgimia Kulturore	0.79	2.77	3.84	7.41
	Agrikultura	1.86	1.73	2.11	5.70
Mbrojtja Sociale		1.19	0.96	0.69	2.83
Mbrojtja Civile		23.91	22.94	1.40	48.25
Gjithsej në milion euro		544.00	498.13	31.06	1,073.15

Burimi: Ministria e Financave, Projekt Buxheti i vitit 2020, marrë 20.10.2021, për më shumë shih: <https://financa.gov.al/buxheti-ne-vite/>

Sipas një raporti të Qeverisë shqiptare në bashkëpunim me Bashkimin Evropian, Kombet e Bashkuara dhe Bankën Botërore, evidentohet se tërmeti i 2019 shkaktoi dëme të konsiderueshme ekonomike me efekte që pritet të zgjasin nder vite. Vetëm për vitin 2019, rritja ekonomike ishte nën pritshmërinë me 5%, dhe ishte parashikuar që rritja të ngadalësohej në 2020 dhe 2021. Nevojat më urgjente lindën për vitin e parë pas fatkeqësisë, ku programi i rindërtimit vlerësoi se vetëm për vitin 2020 nevojiteshin të paktën 544 milionë euro, ndërkohe që ishin siguruar vetëm 164 milionë euro.

Raporti i Ministrisë së Financave paraqitur në Konferencën e Donatorëve vlerësoi se efektet e tërmetit ishin të barabarta me humbjen prej 6.4% të Prodhimit të Brendshëm Bruto (PBB). Sektorët ekonomikë të turizmit dhe pasurive të paluajtshme, sipas hulumtimit, ishin më të prekurit; megjithatë, dëme të konsiderueshme u shkaktuan edhe në fushat e arsimit, shëndetësisë, infrastrukturës publike, prodhimit dhe tregtisë dhe bujqësisë.

Parashikohej që rritja do të ngadalësohej në 2019 krahasuar me rritjen prej 4.1% e PBB-së në 2018. Prodhimi i hidrocentraleve u zvogëlua në gjysmë dhe prodhimi i hidrocentraleve mendohej të ishte ngadalësuar për shkak të një rënie të mprehtë të reshjeve gjatë gjysmës së parë të vitit. Zgjerimi i kërkesës së brendshme rezultoi në rritjen e PBB-së në vitin 2019, pavarësisht tensioneve politike në rritje. Efektet e humbjes së kapacitetit thuhet se kufizojnë rritjen në afat të mesëm, por studimi vlerëson se rritja reale e PBB-së do të jetë më e lartë si rezultat i tërmetit në 2019 dhe 2020. Nga pikënisja para tërmetit, parashikohej se ekonomia shqiptare do të zgjerohej me rreth 2.9% në 2019 dhe 3.5% në 2020. Raporti i paraqitur në konferencën e donatorëve vërejti se pas tërmetit pati një ngadalësim, ku rritja ekonomike për vitin 2019 ishte 2.4%, që ishte 0.5 për qind më pak se sa ishte parashikuar dhe 3.2 për qind për vitin 2020, që ishte 0.3 për qind më pak. PBB-ja në vitin 2020 parashikohet të jetë nominalisht më e dobët me rreth 98 milionë euro. (12.06 miliardë lekë).

Gjithashtu, analiza e ekspertëve shpjegoi se tërmeti do të sillte tendosje të mëtejshme në financat publike: ku deficiti fiskal vlerësohej të ishte më i lartë, saktësisht 0.7% e PBB-së. Deficiti tregtar dhe deficiti

i llogarisë korente (CAD) pritet gjithashtu të përkeqësohen. CAD pritej të zgjerohej me rreth 0.2% të PBB-së, duke u rritur nga një parashikim fillestar para tërmetit prej 7.1% në 7.3% të PBB-së në 2020. Aktualisht fondi për të përballuar këtë situatë është larg pritshmërive. Qeveria miratoi me Buxhetin 2020 një fond prej 164 milionë euro (20 miliardë lekë), ku 106.6 milionë euro (13 miliardë lekë) janë ndarë nga qeveria për rindërtim dhe 57.4 milionë euro (7 miliardë lekë) janë donacione dhe grante, ku rezulton se shumica e donacioneve të kontribuar nëpërmjet llogarive të qeverisë është 15.2 milionë euro (1.98 miliardë lekë). Sa më sipër nuk përfshin donacionet në natyrë nga aktorë të ndryshëm kombëtarë dhe ndërkombëtarë (individë privatë, kompani, ekipe futbollit, organizata të bazuara në besim, OJQ vendore dhe ndërkombëtare, qeveri dhe lloje të tjera institucionesh). Një numër i respektuar vullnetarësh dhe specialistësh siguruan gjithashtu kohën e tyre për të marrë pjesë aktive në përpjekjet e ndihmës.

Rimëkëmbja ekonomike e vendit pas dy fatkeqësive natyrore, përfshirë tërmetin e 26 nëntorit 2019 dhe pandeminë COVID-19, ishte synimi i projektbuxhetit për vitin 2021. Për të arritur këtë qëllim, u përfshinë të gjitha iniciativat për të nxitur punësimin, mbështetjen proaktive të biznesit, rindërtimin e plotë të banesave për viktimat e tërmetit dhe masat parandaluese të COVID-19. Tremujori i katërt i 2019 dhe gjysma e parë e 2020 sollën dy ndërprerje të rëndësishme në ekonominë shqiptare.

Ekonomia parashikohet të rimëkëmbej në vitin 2021 dhe të vazhdojë trendin e saj rritës për të ardhmen e parashikueshme pas recesionit të rëndë në 2020, i cili aktualisht vlerësohej të ishte -6.1 përqind. Projektbuxheti 2021 dhe ai afatmesëm janë bazuar në një kuadër makroekonomik të kujdesshëm dhe realist. Rritja ekonomike ishte parashikuar në 5.5 përqind në vitin 2021 dhe parashikohet të qëndronte afër 4.9 përqind në periudhën afatmesme. Më konkretisht, rritja ekonomike ishte parashikuar përkatësisht në 4.8 dhe 4.5 përqind për vitin 2022 dhe 2023. Shkalla e papunësisë parashikohet të zvogëlohej në 2021 në 12.2% krahasuar me 13.9% që pritej në 2020.

Rritja ekonomike dhe punësimi do të mbështeteshin nga objektivi tjetër i planifikuar në këtë buxhet, ai i sigurimit të një niveli të lartë të investimeve publike prej 7.2% të PBB-së.

Parashikohej që deficitit fiskal në vitin 2021 të ishte 6.5% e PBB-së. Deficitit buxhetor ka vijuar të mbështesë vetëm financimin e investimeve publike, pavarësisht nivelit relativisht të lartë të sjellë nga efektet negative të tërmetit të 26 nëntorit 2019 dhe pandemisë së shkaktuar nga COVID-19. Objektivi parësor i qeverisë për reduktimin gradual të stokut të borxhit publik pritej të arrihej në fund të vitit 2023 kur niveli i deficitit buxhetor parashikohej të zbriste në 2.3% të PBB-së.

Objektivat e qeverisë për rimëkëmbjen ekonomike, si dhe mbajtja nën kontroll e deficitit buxhetor dhe borxhit publik, u mbështetën nga programimi i të ardhurave buxhetore në projektbuxhetin për vitin 2021. Ky program u fokusua në rritjen e menaxhimit fiskal dhe reduktimin e informalitetit ekonomik për të mbështetur rigjallërimin ekonomik dhe rritjen e prodhimit dhe eksporteve. Për më tepër, Projektbuxheti 2021 synon të reduktojë barrën fiskale për grupe, kategori dhe industri të veçanta në mënyrë që të shpërndahet më drejtë. Fokusi i shpenzimeve buxhetore për vitet 2021-2023 do të jetë financimi i projekteve të rëndësishme strategjike si dhe procesi i rindërtimit për të mbështetur një nivel të lartë të investimeve publike. Shpenzimet e planifikuara synonin të përfundonin projektet e rrugëve kombëtare, të ndihmonin sektorin e ujit, shëndetësinë, arsimin dhe sektorin e bujqësisë dhe zhvillimit rural.

Për shkak të mbështetjes së saj në industrinë e turizmit dhe lidhjeve të saj të ngushta me disa ekonomi të BE-së që janë ndikuar keq nga pandemia, Shqipëria ishte veçanërisht e ndjeshme ndaj tkurrjes ekonomike të shkaktuar nga pandemia.

Gjithashtu projekt TAP sapo të fillojë dhe të funksionojë, pritet që padyshim të ketë një ndikim të konsiderueshëm pozitiv në ekonominë tonë, veçanërisht duke ofruar një burim të lirë dhe alternativ të energjisë.

Synimi kryesor për periudhën afatmesme do të jetë ulja e borxhit publik, me kthimin e buxhetit në bilanc primar ose suficit si objektivi

operacional vjetor, potencialisht duke filluar nga viti 2022, por që kërkohet duke filluar nga viti buxhetor 2023. Ky objektiv tashmë është miratuar në LOB që nga korriku 2020 si rezultat i shtimit të një rregulli të ri fiskal. Politika fiskale do të vazhdojë të jetë e fokusuar në konsolidimin fiskal në terma afatmesëm dhe afatgjatë, në përputhje të plotë me udhëzimet fiskale në legjislacionin organik të buxhetit.

Konkluzione dhe Rekomandime

Qëllimi kryesor i politikës monetare dhe fiskale është zakonisht krijimi i një mjedisi me rritje të qëndrueshme, pozitive dhe inflacion të ulët. Më e rëndësishmja, qëllimi është të drejtojë ekonominë themelore larg bumit ekonomik që mund të pasohet nga shtrirje të zgjatura të rritjes së ulët ose negative dhe papunësisë së lartë.

Pasojat e masave shtrënguese të marra për të ndaluar përhapjen e pandemisë përfshinin një rënie në konsumin familjar, eksportet e mallrave dhe shërbimeve dhe investimet e sektorit privat në ekonomi.

Për të inkurajuar formimin e kapitalit fiks bruto në ekonomi, i cili është i nevojshëm për të mbështetur nivele relativisht të larta të rritjes në afat të mesëm dhe afatgjatë, është e domosdoshme të mbahet një nivel i investimeve publike në rreth 5% të PBB-së në 2021-2023.

Qeveria mund të zbatojë një politikë fiskale ekspansioniste kur zhvillimi ekonomik ngadalësohet ose kur ekonomia është në recesion, për shembull duke rritur shpenzimet pa rritur gjithashtu taksat.

Një strategji tkurrëse mund të ngadalësojë ritmin e aktivitetit ekonomik duke ulur shpenzimet duke ruajtur të ardhurat nga taksat. Prandaj, politika fiskale mund të jetë vendimtare për të ndihmuar në stabilizimin e një ekonomie.

Megjithëse politika monetare dhe ajo fiskale mund të ndikojnë në kërkesën agregate, ato e bëjnë këtë nëpërmjet mekanizmave të ndryshëm. Si rezultat, të dyja nuk janë të këmbyeshme dhe madje mund të bien ndesh nëse qeveria dhe Banka Qendrore nuk i përafrojnë qëllimet e tyre.

Punimi doli në përfundimin se duhet parashikuar që rritja ekonomike të jetë -6.1% në fund të vitit 2020. Sipas një analize të statistikave të Ministrisë së Financave, “për vitin 2021 parashikohej që

ekonomia shqiptare të kthehej në trend normal i rritjes së qëndrueshme ekonomike, e cila parashikohet të rritet me 5.5%.

Shkalla e lartë e zhvillimit ekonomik të parashikuar për vitin 2021 rezultoi në krijimin e më shumë vendeve të punës, më shumë njerëz që të gjenin sërish punë dhe një rënie të shkallës së papunësisë në 12.2% në 2021 nga 13.9% e parashikuar në fund të 2020. Në këtë drejtim, projektbuxheti për vitin 2021 vazhdoi të mbështesë politikat e stimulimit fiskal që nxisin rritjen e vendeve të punës, së bashku me përmirësimin e programeve të punësimit dhe formimit profesional.

Qëndrueshmëria e financave publike është një tjetër themel i rëndësishëm ekonomik, madje mund të jetë më i rëndësishmi duke pasur parasysh tipologjinë e ekonomisë shqiptare dhe sa i ndjeshëm është ky themel tani në dritën e krizës së fundit financiare globale. Financat publike kanë arritur kohët e fundit një trajektore të sigurt dhe ideale të konsolidimit fiskal, e manifestuar në parametrat më të rëndësishëm të qëndrueshmërisë.

Literatura

- Baldacci, E., Clements, B., Gupta, S., & Mulas - Granados, C. (2006). The phasing of fiscal adjustments: what works in emerging market economies? *Review of Development Economics*, 10(4), 612-631.
- Canova, F. (1998). Detrending and business cycle facts. *Journal of monetary economics*, 41(3), 475-512.
- Doan Van, D. (2020). Money supply and inflation impact on economic growth. *Journal of Financial Economic Policy*, 12(1), 121-136.
- Golemi, Ela, and Klodian Muço. 2020. Fiscal Policy's Impact on Economic Growth—An Estimation on Eight Balkan Countries
- Shoag, D., Tuttle, C., & Veuger, S. (2019). Rules versus Home Rule Local Government Responses to Negative Revenue Shocks. *National tax Journal*, 72(3), 543-574.
- Turner, P. (2006). Teaching undergraduate macroeconomics with the Taylor- Romer model. *International Review of Economics Education*, 5(1), 73-83.

- “News.” 2020. Evening Standard. Website of the Year. Retrieved October 26, 2021 (<https://www.standard.co.uk/news/uk/coronavirus-latest-covid19-herd-immunity-patrick-vallance-a4386476.html>).
- AJMC (2021): “A Timeline of COVID-19 Developments in 2020”, Published 1.January.2021, <https://www.ajmc.com/view/a-timeline-of-covid19-developments-in-2020>
- Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press, pp. ix–xxvii.
<https://www.cdc.gov/coronavirus/2019-ncov/index.html>
<https://www.hopkinsmedicine.org/health/conditions-and-diseases/coronavirus/coronavirus-frequently-asked-questions>
- LSE (2016), accessed 23.10.2021, for more see:
<https://blogs.lse.ac.uk/europpblog/2016/08/31/italy-earthquake-financial-damage-economic/>
- Ministria e Financës, Projekt Buxheti i vitit 2020, accessed 20.10.2021, for more see: <https://financa.gov.al/buxheti-ne-vite/MRSC> (2021), accesses 11.10.2021: <https://mrsc.org/getdoc/bf291777-36d0-4265-9bd0-e635636760ae/Budget-Policies.aspx>
- World Bank (2021), accessed 12.10.2021:
<https://www.oecd.org/derec/unitedkingdom/40700982.pdf>

Lidhja e performancës së website me performancën e bankave në Shqipëri

Eleni Kalemaj^{a1}

^a*Universiteti New York Tirana*

Përmbledhja

Dixhitalizimi i sektorit bankar sjell elemente dhe mundësi të reja për zgjerimin e portofolit të shërbimeve bankare dhe mundësi të reja për rritjen e fitimeve. Zgjerimi dhe rritja e faqeve të internetit dhe portaleve të e-banking janë bërë faktorët kritikë në përcaktimin e suksesit të bankave. Qëllimi i studimit është të hetojë lidhjen e performancës së website me performancën e bankave. Të dhënat janë analizuar duke përdorur modelet e korrelacionit dhe regresionit. Ndër gjetjet kryesore të studimit është se performanca e website të bankave ndikon ndjeshëm dhe pozitivisht në performancën ekonomike të bankave. Me këtë qasje, bankat që do të arrijnë një pozicionim më të mirë të website së tyre do të kenë rrjedhimisht performancë më të lartë. Ky punim diskuton gjithashtu përfitimet që sjell inkorporimi i analizës së webit në faqet e internetit të bankave. Rezultatet e këtij studimi do të ndihmojnë drejtuesit e bankave për krijuar strategjitë e duhura në adresat online të bankave për të fituar përparësi konkurruese.

Fjalët kyç: Performanca e Website, Performanca e Bankave, Internet banking, Prezenca Online, E-banking, Analitika e Website.

Abstract

The digitalization of the banking sector brings new elements and opportunities for expanding the portfolio of banking services and new opportunities for increasing bank profits. Expansion and growth of e-banking websites and portals have become critical factors in determining

¹ KONTAKT: eleni.kalemaj@umsh.edu.al

success in banking performance. The purpose of the study is to investigate the relationship between website performance and bank performance. Data were analyzed using correlation and regression models. Among the main findings of the study is that the performance of the banks' website significantly and positively affects the economic banks performance. With this approach, banks which achieve a better positioning of their website will therefore have a higher performance. This paper also discusses the benefits of incorporating web analytics into bank websites. The results of this study would help bank managers to create appropriate strategies to gain competitive advantage in their website.

Keywords: Website Performance, Bank Performance, Internet banking, Online Presence, E-banking, Web Analytics.

Hyrje

Shërbimet që bankat ofrojnë përmes internetit njihen ndryshe si internet banking, bankingu online ose bankingu elektronik (e-banking). Në këtë mënyrë, kursehet kohë, shërbimi merret në kohë reale 24/7, shmangen radhë të gjata apo aspektet burokratike. Banka e parë që e ka ofruar internet banking në Shqipëri është Banka Amerikane e Shqipërisë që në vitin 2002 dhe aktualisht ky shërbim ofrohet nga 91% e bankave që operojnë në sistemin bankar në Shqipëri. Me përhapjen e shërbimeve bankare në internet (internet banking), ka shumë të ngjarë që faqet e internetit të bankave të përdoren po aq shpesh sa sportelet tradicionale dhe ATM-të. Ndërsa klientët po ndërveprojnë gjithnjë e më shumë me bankat përmes kanaleve dixhitale, lind nevoja për të gjurmuar këto ndërveprime dhe për të matur performancën e tyre. Me këto ritme rritjeje të vazhdueshme të aktiviteteve të bazuara në web, veçanërisht internet banking, studimi i prezencës online merr një rëndësi strategjike për bankat. Prandaj, është e rëndësishme që bankierët, rregullatorët e bankave, mbikëqyrësit dhe studiuesit të kuptojnë se si performanca e website ndikon në performancën e bankave.

Pavarësisht rritjes së shpejtë të internet banking, kjo temë nuk ka marrë hulumtime të mjaftueshme. Në të njëjtën kohë, ndikimi i webit në performancën e bankave adoptuese nuk është ende i qartë. Edhe pse

ekzistojnë burime të ndryshme të dhënash për rëndësinë e trafikut në internet, pak studime kanë shqyrtuar dhe krahasuar meritat që prezenca online ka në performancë (Vaughan & Yang, 2013). Prandaj, qëllimi kryesor i studiuësve në këtë punim është të plotësojë këtë boshllëk të rëndësishëm duke përdorur analizën e regresionit dhe korelacionit për të treguar ndikimin që performanca e web ka në performancën e bankave shqiptare. Zgjedhëm sektorin bankar pasi një sektor i fuqishëm bankar është i rëndësishëm për çdo vend për të stimuluar rritjen ekonomike dhe për të ruajtur stabilitetin financiar për të gjithë sistemin financiar (Al-Smadi & Al-Wabel, 2011; Abubakar Aliyu & Tasmin, 2012; Alkhowaiter, 2020). Gjithashtu, vlerësimet empirike nga Banka e Shqipërisë tregojnë gjithashtu se dinamikat e rritjes ekonomike dhe ato të zhvillimit financiar ndikojnë njëkohësisht njëra-tjetrën duke u bashkëintegruar në afatin e gjatë (Banka e Shqipërisë, 2018). Sipas të dhënave nga Banka e Shqipërisë (2023), sektori bankar dominon sektorin financiar në masën 87.9% duke theksuar rëndësinë që zhvillimi i sektorit bankar ka për ekonominë shqiptare. Pra, qëllimi i këtij studimi është të identifikojë dhe vlerësojë ndikimin e faqeve të internetit (websitet) në performancën e bankave që operojnë në Shqipëri. Për të përmbushur qëllimin e këtij studimi janë ngritur këto pyetje kërkimore:

1. A ekziston një lidhje në sektorin bankar midis performacës së web dhe performancës financiare të bankave?

2. Në çfarë mase lidhen të dhënat e trafikut në web me performancën e bankave në Shqipëri?

Në mënyrë që ti japim përgjigje pyetjeve kërkimore në këtë studim është ngritur hipoteza: Performanca e web ka ndikim të rëndësishëm në performancën e bankave. Për të testuar hipotezën janë mbledhur të dhëna që përdorin analitikën off-site për të përcaktuar performancën e websiteve të bankave nëpërmjet analizës së kryer nga <https://pro.similarweb.com>. Parametrat që janë marrë në shqyrtim në përcaktimin e performancës së webit janë: numri i vizitave mujore, kohëzgjatja e vizitës, numri i faqeve që vizitohen, norma e largimit, renditja globale, renditja në Shqipëri, renditja e industrisë. Të dhënat lidhur me performancën e bankave (pjesa e tregut, numri i depozitave)

janë marrë nga Raporti i Mbikëqyrjes Vjetore 2022 të Bankës së Shqipërisë. Këto të dhëna janë përpunuar dhe analizuar duke përdorur metoda statistikore si: analiza përshkruese, analiza e korrelacionit dhe regresionit.

Ky punim kontribuon në fushën e ndikimit të internetit në performancë, një fushë shumë pak e eksploruar (Hernando& Nieto,2007) në botë dhe Europë. Risia e studimit tonë është përdorimi i shtatë treguesve në vlerësimin e performancës së web dhe jo vetëm një indeksi rankimi. Asnjë studim në vendin tonë apo më gjërë më përpara nuk mat performancën e web në sektorin bankar duke e matur me kaq shumë parametra vlerësimi. Përveç faktit që studimi është i pari në Shqipëri, ky studim është unik dhe gjithëpërfshirës pasi studion të gjitha bankat që operojnë në Shqipëri. Ky studim sjell një kërkim të thellë mbi korrelacion midis performancës së faqeve të internetit dhe performancës së bankave.

Rishikimi i literaturës

Avancimet teknologjike dhe dixhitalizimi kanë bërë që tregu i shërbimeve financiare (bankat, kompanitë e sigurimit, kompanitë e lizingut, fondet e investimeve dhe pensionet, etj.) të pësojë ndryshime të rëndësishme vitet e fundit (Domazet & Neogradi, 2019). Tregu i shërbimeve financiare prekur nga dixhitalizimi ka shfaqur koncepte moderne si: efinanca, paraja elektronike dhe e-banking. (Al-Smadi& Al-Wabel, 2011). Sektori bankar është prekur nga vala dixhitale dhe bankat janë të detyruara të fokusohen dhe ripërcaktojnë proceset e tyre të dixhitalizimit për t'u përshtatur në ndryshimin e shpejtë të sjelljes së konsumatorëve dhe zakoneve të blerjes (Sawhney & Ahuja, 2022).

Studime në sektorin bankar kanë treguar se aplikimi i teknologjisë së informacionit dhe komunikimit (TIK) ndikojnë në uljen e shpenzimeve të pagave, rritjen e pjesës së tregut, rritjen e të ardhurave dhe fitimit (Abubakar Aliyu & Tasmin, 2012). Për më tepër, sipas Bitner, Stephen &Meuter (2000), faqja e internetit (website) e një kompanie është veçanërisht e rëndësishme, pasi ajo kryen një lidhje thelbësore midis blerësit dhe shitësit. Në këtë epokë dixhitale, përdorimi i faqes në internet po rritet në mënyrë drastike, një faqe

interneti jo vetëm ofron një platformë me kosto efektive dhe në kohë reale për komunikim me palët e interesuara, por gjithashtu ndihmon në formimin dhe paraqitjen e imazhit të kompanisë në internet (Mentes & Turan, 2012). Aktualisht, trafiku në ueb po bëhet gjithnjë e më shumë i vlefshëm pasi shumë studime e lidhin me shumë fenomene në aspektin ekonomik, social dhe politik (Vauhgan & Yang, 2013). Në këtë kuadër, website është një përbërës thelbësor në strategjinë e përgjithshme të marketingut dixhital për të matur efektivitetin dhe suksesin e komunikimit online të një organizate.

Shërbimet që bankat ofrojnë nëpërmjet internetit referohen me terma të ndryshëm si internet banking, online banking ose banka elektronike (e-banking). Internet banking, i cili filloi në botë në vitin 1995, i referohet përdorimit të internetit si një kanal ofrimi në distancë i shërbimeve bankare dhe u lejon bankave të ofrojnë shërbime informative dhe transaksionale (Furst, Lang & Nolle, 2002). Për të përmirësuar shërbimin ndaj klientëve, bankat duhet të përdorin teknologjinë e internetit për t'u shërbyer klientëve të tyre 24 orë në ditë (Sasono, Jubaedi, Novitasari, Wiyono et al. 2021). Internet banking u mundëson bankave të prezantojnë produkte dhe shërbime inovative dhe të fitojnë klientë të rinj (Sasono, Jubaedi, Novitasari, Wiyono et al. 2021). Konsumatorët tërhiqen më shumë nga bankat që lejojnë transaksione të shpejta nëpërmjet portaleve online, të cilat janë lehtësisht të aksesueshme (Raza., Umer, Qureshi & Dahri, 2020). Internet banking mund të zgjerojë shtrirjen e tregut të një banke duke u bërë një faktor kritik për përmirësimin e performancës së bankës duke mundësuar shtrirjen në një zonë më të madhe gjeografike me më pak degë fizike (Callaway, 2011).

Bankat të cilat posedojnë trafik më të lartë dhe renditje më të mirë të faqeve të tyre të internetit (ato me një numër më të madh vizitorësh si brenda vendit ashtu edhe globalisht, ata me një përqindje më të lartë të përdoruesve të përgjithshëm të internetit) janë në gjendje të sigurojnë depozitat e klientëve në mënyrë më efikase (Callaway, 2011). Nisur nga rëndësia që faqja e internetit, integrimi i elementeve analitikë që vlerësojnë performancën e faqes së internetit edhe udhëzojnë lidhur me ndryshimet që duhet të kryhen për të qenë konkurrues mbetet i një

niveli strategjik. Sipas Shoqatës së Analizave të Websiteve (Web Analytics Association Standards Committee, 2008), analitika e webit mund të përkufizohet si proces i matjes, grumbullimit, analizës dhe raportimit të informacione në internet për qëllime të të kuptuarit dhe optimizuar përdorimin të internetit. Sipas Waisberg dhe Kaushik (2009). Analitika e web përkufizohet si shkenca dhe arti i përmirësimit të faqeve të internetit. Në terma të përgjithshëm, analitika në internet është procesi i mbledhjes të të dhënave të aktiveve (si ju gjetën, kohën e vizitës, çfarë faqe ata panë, çfarë blenë ose shkarkuan, etj) të njerëzve që hyjnë në faqen e internetit (vizitorët) dhe nxjerrja e këtyre të dhënave si informacion që mund të përdoret për t'u përmirësuar. (Jyothi, Bonthu, & Prasanthi, 2017). Analitika e web informacione të lidhura me çdo fushë specifike (prania në internet, përvoja e përdoruesit, reputacioni në internet, trafiku në web etj.), pavarësisht nga madhësia e organizatës (Jyothi, Bonthu, & Prasanthi, 2017).

Dixhitalizimi ka prekur edhe sektorin bankar në Shqipëri. Ky sektor ka inkorporuar internet banking thuajse në të gjithë sektorin ku 10 banka nga 11 të tilla e ofrojnë si shërbim (Banka e Shqipërisë, 2022).

Metodologjia ose Materialet dhe Metodrat

Fokusi i këtij studimi është të shqyrtojë efektin website të bankave në performancën e tyre. Studimi ka për qëllim të identifikojë dhe vlerësojë ndikimin e faqeve të internetit (websitet) në performancën e bankave që operojnë në Shqipëri. Ky studim analizon të gjithë popullatën e bankave në Shqipëri dhe të dhënat e tij janë gjithëpërfshirëse.

Për të përmbushur qëllimin e këtij studimi janë ngritur këto pyetje kërkimore:

1. *A ekziston një lidhje në sektorin bankar midis performcës së web dhe performancës financiare të bankave?*
2. *Nëse po, në çfarë mase lidhen të dhënat e trafikut në web me performancën e bankave në Shqipëri?*

Në mënyrë që ti japim përgjigje pyetjeve kërkimore në këtë studim është ngritur hipoteza:

Ha: Performanca e web ka ndikim të rëndësishëm në performancën e bankave.

Në këtë studim janë përpunuar të dhëna sekondare të gjeneruara nga Similarweb (në link: <https://pro.similarweb.com>) dhe raporti vjetor i Bankës së Shqipërisë (Banka e Shqipërisë, 2022). Të dhëna e gjeneruara nëpërmjet Similarweb do të shërbejnë për të vlerësuar performancën e web dhe të dhënat nga raporti vjetor i Bankës së Shqipërisë (Banka e Shqipërisë, 2022) për të vlerësuar performancën financiare të bankave. Për të shqyrtuar ndikimin e web në performancën e bankave në Shqipëri u mblodhën të dhëna për websitet e të gjitha bankave që operojnë në vend duke përdorur analitikën në web jashtë sajtit (off-site). Analitika në web jashtë sajtit (off-site) i referohet matjes së web-it dhe analizës së të dhënave në web pa marrë parasysh nëse ne zotërojmë ose mbajmë një adresë web. Ka disa palë të treta të pavarura si Alexa, Similarweb, SEMrush dhe Compete që ofrojnë vlerësime të sakta ku mund të krahasohen popullariteti midis faqeve të ndryshme (Van Thanh, 2018). Nga analiza jonë rezultoi se të gjitha bankat (11 banka) që operojnë në Shqipëri kanë faqe informuese në internet. Tabela 1 tregon bankat e marra në analizë dhe faqet e internetit (websitet) e tyre.

Gjithashtu, sektori bankar në Shqipëri ka adoptuar gjerësisht internet banking ku 10 nga 11 banka ofrojnë në faqet e tyre të internetit mundësinë e kryerjes së transaksioneve bankare online (Banka e Shqipërisë, 2022). Pra aktualisht vetëm Banka e Bashkuar e Shqipërisë nuk ka një faqe interneti transaksionale por ka vetëm një faqe interneti informuese. Tabela 2 jep një informacion të përmbledhur lidhur me tipin e faqeve të internetit (web) të bankave në Shqipëri.

Tabela 1. Bankat në Shqipëri dhe faqet e tyre të internetit

Emri i bankës	Adresa e Web
Banka Amerikane e Investimeve	https://www.abi.al/
Banka Credins	https://bankacredins.com/
Banka e Bashkuar e Shqipërisë	https://uba.com.al/
Banka e Parë e Investimeve, Albania	https://www.fibank.al/en/
Banka Intesa Sanpaolo Albania	https://www.intesasanpaolobank.al/
Banka Kombëtare Tregtare	https://www.bkt.com.al/
Banka OTP Albania	https://otpbank.al/en/
Banka Procredit	https://www.procreditbank.com.al/
Banka Raiffeisen	https://www.raiffeisen.al/
Banka Tirana	https://www.tiranabank.al/
Banka Union	https://www.unionbank.al/

Shënim/Burimi: Përpunim i të dhënave të marra nga Banka e Shqipërisë, 2022 dhe faqet zyrtare të bankave

Tabela 2. Bankat në Shqipëri dhe prezenca Online

Numri i bankave në sektorin bankar	11	%
Numri i bankave të mara në studim	11	100%
Numri i bankave pa një faqe web	0	0%
Numri i bankave me faqe web informuese	11	100%
Numri i bankave me internet baking të inkorporuar në faqet e web	10	91%

Shënim/Burimi: Përpunim i të dhënave të marra nga Banka e Shqipërisë, 2022.

Lidhur me performancën e bankave u morën të dhënat e publikuara nga Banka e Shqipërisë (2022) ku janë nxjerrë zërat financiarë që janë llogaritur në raportin përkatës nga bilanci dhe pasqyra e të ardhurave të bankave. Meqenëse ky studim shqyrton ndikimin e web në performancën e bankave në Shqipëri, variabli i varur është performanca e bankave. Variabli i pavaruar është performanca e website i cili matet me disa parametra si: numri i vizitave mujore, kohëzgjatja e vizitës, numri i faqeve që vizitohen, norma e largimit, renditja globale, renditja në Shqipëri, renditja e industrisë. Gjatë analizimit të web, mund të

merren parasysh shumë lloje të të dhënave statistikore si, 'numri i vizitorëve', 'kohëzgjatja mesatare e vizitës', 'renditja' (Van Thanh, 2018). Në përgjithësi, renditjet e trafikut në internet përbëhen nga renditjet globale dhe renditjet vendase. Ndërsa renditjet vendase vlerësojnë popullaritetin e faqes në internet në një vend, renditjet globale masin popullaritetin e faqes duke e krahasuar midis faqeve të internetit në mbarë botën. Për të vlerësuar performancën e faqeve të internetit janë marrë në konsideratë si renditja globale ashtu edhe renditja lokale. Parametrat për vlerësimin e performancës së web janë ndërtuar duke marrë në konsideratë punën e Järvinen, & Karjaluoto,(2015) dhe Van Thanh, (2018). Pra, performanca e web është vlerësuar duke marrë në konsideratë rezultatin e bankave në 7 parametrat që njihen si matës të performancës së web: numri i vizitave mujore, kohëzgjatja e vizitës, numri i faqeve që vizitohen, norma e largimit, renditja globale, renditja në Shqipëri, renditja e industrisë. Të dhëna për analizën e performancës së faqeve të internetit përdorin analitikën off-site, nëpërmjet Similarweb në link: <https://pro.similarweb.com>. Similarweb është vlerësuar dhe përdorur edhe në punime të tjera shkencore (Zhang, 2014; Van Thanh, 2018). Faqja e internetit Similarweb (similarweb.com), konsiderohet nga faqet lider në fushën e inteligjencës në internet (Seperia, 2015). Performanca e bankave është vlerësuar duke marrë në konsideratë dy parametra: pjesën e tregut dhe numrin e depozitave. Të dhënat e të cilave u morën nga raporti vjetor i Bankës së Shqipërisë (Banka e Shqipërisë, 2022). Tabela.3 tregon kuadrin konceptual të variablave në studim dhe parametrat e matura të këtyre variablave.

Tabela 3. Kuadri konceptual i variablave në studim

Variabli	Parametri i matur
Performanca e Bankave (variabli i varur)	Pjesa e tregut
	Numri i depozitave
Performanca e faqes së internetit (variabli i pavarur)	Numri i vizitave mujore
	Kohëzgjatja e vizitës
	Numri i faqeve që vizitohen
	Norma e largimit
	Renditja globale
	Renditja në Shqipëri
	Renditja e industrisë

Shënim/Burimi: Përpunim i vetë autorëve

Vlefshmëria e lidhjes ndërmjet parametrave është vlerësuar statistikisht me koeficientet alfa të Cronbach, sikurse tregohet në tabelën 4. Alfa Cronbach vlerëson kufirin e poshtëm të koeficientit të besueshmërisë bazuar në dy komponentët e testit: numrin e artikujve (ose gjatësinë e testit) dhe përqindjen e variancës totale të testit për shkak të kovariancës midis pjesëve të tij. Kjo do të thotë se besueshmëria e testit varet nga gjatësia e tij dhe kovarianca ndërmjet artikujve të tij. Alfa llogaritet statistikisht me formulën:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{SUM}^2} \right)$$

Tabela 4. Vlefshmëria e instrumentave të përdorur

Variablat	Numri i parametrave	Koeficientët alfa të Cronbach
Performanca e Bankave	2	100%
Performanca e faqes së internetit	7	91%

Shënim/Burimi: Përpunim i vetë autorëve

Rezultati i testit të besueshmërisë tregon koeficientët alfa të Cronbach prej 0.9 dhe më lart, duke demonstruar besueshmërinë e parametrave të përdorur. Kjo mbështetet nga Cronbach (1951) i cili deklaroi se një alfa Cronbach prej 0.9 e lart konsiderohet e shkëlqyer për studimin. Si rezultat, parametrat e lart cituar në tabelën 3 u përdorën për të vlerësuar performancën.

Për analizën e të dhënave dhe testimin e hipotezës u përdorën mjetet statistikore: korrelacioni Spearman's rho, regresioni linear dhe analiza e variancës (ANOVA).

Rezultatet

Rezultatet e studimit tregojnë se performanca e faqeve të internetit matur me anë të: numrit të vizitave mujore, kohëzgjatja e vizitës, numri i faqeve që vizitohen, norma e largimit, renditja globale, renditja në Shqipëri, renditja e industrisë mund të përmirësojnë ndjeshëm performancën e bankave në Shqipëri. Nga tabela e mëposhtme mund të konkludojmë se performanca e faqeve të internetit lidhet pozitivisht me performancën e bankave shqiptare.

Tabela 5. Përmbledhje statistikore e modelit të regresionit për efektin e performancës së faqeve të internetit në performancën e bankave

Modeli i Regresionit	
R e Shumëfishtë	0.766037291
R Katror ¹	0.586813131
Axhustimi i R Katror	0.540903478
Gabimi Standard	4.494468483
Observime	11

¹Variabli i pavarur: Performanca e faqes së internetit (website)

Variabli i varur: Performanca e bankave

Sipas koeficientit të korrelacionit (R) të tabelës 5, ka 76,6% korrelacion midis performancës së website dhe performancës së bankave. Në këtë rast korrelacioni është i fortë midis variablave. Sipas koeficientit R katror (R^2) në të njëjtën tabelë, ndryshorja e pavarur (performanca e faqes së internetit) mund të parashikojë deri në 58.68%

të variancës në variablin e varur (performanca e bankës). Ky tregues sugjeron që nëse variablat e tjerë qëndrojnë të njëjtë, një ndryshim njësi në performancën e faqes së internetit nga bankat do të rezultojë në një ndryshim prej 58,68% në performancën e tyre ekonomike.

Hipoteza në këtë studim u studiua me ANOVA me një nivel të rëndësisë 95%. Lidhja në regresionin e studiuar është statistikisht e rëndësishme sikurse konfirmohet nga vlera statistikore e koeficientit $F(12.78)$ treguar në tabelën 6.

Tabela 6. ANOVA e efektit të performancës së faqes së internetit (website) në performancën e bankave

ANOVA	Df	SS	MS	F	Koeficienti F i Rëndësisë
Regresion	1	258.20	258.20	12.782	0.00598
Vlera e Mbetur (Residual)	9	181.80	20.20		
Total	10	440			

Burimi: Përpunim i të dhënave nga autorët

Për më tepër, të dhënat e tabelës 7 tregojnë se variabli i pavarur i testuar (performanca e faqes së internetit) ka vlerën p (0.00598) më të vogël se marzhi i gabimit prej 0.05. Prandaj, të dhënat favorizojnë hipotezën se ekziston një korrelacion jo zero. Çfarë tregon se ndryshimet në variablin e pavarur shoqërohen me ndryshime në variablin e varur në nivel popullsie, çfarë sugjeron që performanca e faqes së internetit ka një ndikim të rëndësishëm pozitiv në performancën ekonomike të bankave.

Tabela 7. Përmbledhje statistikore e modelit të regresionit për efektin

e performancës së faqeve të internetit në performancën e bankave

	Koeficientët	Gabimi Standard	t Stat	Vlera-p
Intercept (Konstatja)	0.68023	3.44401	0.197521	0.84781
Performanca e faqes së internetit (website)	0.26952	0.075386	3.57518	0.00598

Burimi: Përpunim i të dhënave nga autorët

Nga analiza rezulton se banka me performancën më të mirë në website e tyre janë përkatësisht Banka Credins në vendin e parë, ndjekur nga BKT në vendin e dytë dhe Raiffaisen me Intesa Sanpaolo në vendin e tretë. Ndërsa për sa i përket bankës me performancë më të mirë financiare BKT renditet në vendin e parë shoqëruar nga Credins dhe Raiffaisen. Një përmbledhje e rankimit të bankave në performancën e web në shtatë parametrat e vlerësuar ndodhet në tabelën në Shtojcë.

Diskutime

Ku punim kontribuon në fushën e ndikimit të internetit në performancë, një fushë shumë pak e eksploruar dhe shpesh me të dhëna kontradiktore. Carlson et al. (2000) dhe Furst et al. (2002) studiuhan nëse ekziston një lidhje midis ofrimit të bankingut në internet dhe përfitueshmërisë të bankave dhe dolën në përfundimin se bankingu në internet ishte një faktor shumë i vogël për të ndikuar në përfitimin e bankës. Ndërsa autor të tjerë si Abubakar Aliyu & Tasmin (2012) kanë treguar se teknologjia e informacionit dhe komunikacionit (TIK) ka ndikim fitimprurës në bankat që janë fillestare në internet. Ekzistojnë edhe studime që tregojnë se banka elektronike ka një ndikim të rëndësishëm negativ në performancën e bankave (Al-Smadi & Al-Wabel, 2011). Ndërsa studime të tjera (Hernando & Nieto, 2007; Vaughan, 2008; Ciciretti, Hasan, & Zazzara, 2009; Callaway, 2011; Sivakumar, Chandramohan & Anbazhagan, 2020) kanë treguar një ndikim të rëndësishëm pozitiv në performancë. Po kështu, Vaughan dhe Romero-Frias (2010) konfirmuan korrelacion pozitiv midis lidhjes

së faqes së internet me të ardhurat neto të 50 bankave më të mira në botë. Pra për ta përmbledhur, dëshmitë e ndikimit të adoptimit të internetit si një kanal shpërndarjeje në performancën financiare janë të ndryshme. Megjithatë vlen për tu theksuar se studimet e fundit tregojnë një marrëdhënie pozitive ndërmjet prezencës online dhe përfitueshmërisë. Prandaj gjetjet e këtij studimi janë të rëndësishme pasi kontribuojnë dhe plotësojnë epirikisht hapin në literaturën ekzistuese në një kontekst tjetër si Shqipëria ende të pa eksploruar.

Gjetjet e këtij studimi janë të ngjashme me studiuesin Vaughan (2008), i cili pasi analizoi 100 kompanitë kryesore të teknologjisë së informacionit, raportoi korrelacione të rëndësishme midis renditjes së trafikut Alexa dhe performancës së biznesit matur nëpërmjet të ardhurave dhe fitimeve neto. Gjithashtu duke përdorur të dhëna nga Alexa, Callaway (2011) demonstroi ndikimin e trafikut të faqes në internet në performancën e bankave të matur nga variabla të tilla si depozitat për degë, të ardhurat neto dhe kthimi nga investimi. Risia e studimit tonë është përdorimi i disa treguesve në vlerësimin e performancës së web dhe jo vetëm një indeks rankimi sikurse ishte Alexa. Në studimin e Sivakumar, Chandramohan & Anbazhagan në vitin 2020, u tregua se burimet nga web kanë ndikimin më të lartë në performancën e bankave krahasuar me marketingun në celular apo marketingun në rrjetet sociale. Çfarë vlen të theksohet është që në studimin e tyre (Sivakumar, Chandramohan & Anbazhagan, 2020) fokusohen vetëm në tipologjinë e bankave rurale në Indi, ndërsa studimi jonë është gjithëpërfshirës duke marrë në studim të gjitha bankat që operojnë në Republikën e Shqipërisë pra studimi merr në analizë të gjithë sektorin bankar. Gjithashtu metodologjia e përdorur dhe variablat e marrë në studim janë të ndryshëm duke e bërë këtë punim unik dhe origjinal në përmbajtje.

Përfundime

Dixhitalizimi ka prekur botën e biznesit në mënyrë të konsiderueshme. Ndërsa bankat, po përballen me liberalizimin financiar dhe presionin e konkurrencës ndërkombëtare, është urgjente që ata të përmirësojnë performancën e tyre dhe të zotërojnë konkurrueshmërisë nëpërmjet

përmirësimet të prezencës së tyre online. Prezenca online e bankave është një faktor shumë i rëndësishëm që ndikon në performancën e tyre financiare dhe pjesën e tregut që zënë. Pavarësisht rëndësisë së prezencës online, web është një plotësues i degëve fizike dhe jo një zëvendësues i tyre. Pra web shton një tjetër kanal shërbimi në kanalet ekzistuese (ATM, degë, telefon) që ka një ndikim të lartë në performancën financiare të bankave. Ky punim kërkimor thekson përfitimet e një pranie online efektive duke përcaktuar kështu lidhjen me performancën që u mundësojnë bankave të përmbushin objektivat e tyre. Ky studim tregon se bankat që kanë një performancë më të mirë në websitin e tyre kanë arritur performancë financiare dhe pozicionimin në treg më të mirë. Studimi del në përfundimin se bankat të cilat posedojnë një performancë më të lartë dhe renditje më të mirë të faqeve të tyre të internetit (ato që kanë numrin e vizitave mujore më të lartë, kohëzgjatjen e vizitave më të lartë, numrin e faqeve që vizitohen më të lartë, normën e largimit më të ulët, renditjen globale renditjen rajonale dhe renditjen e industrisë më të mirë) janë në gjendje të sigurojnë depozitat e klientëve në mënyrë më efikase dhe gjithashtu të kenë një dominancë më të madhe në treg.

Rekomandime

Nisur nga rezultatet e këtij studimit rekomandimi kryesor është për të dhënë një vëmendje më të madhe performancës së website të bankave. Website sikurse tregohet në këtë studim është një përbërës thelbësor në strategjinë e përgjithshme të marketingut dixhital për të matur efektivitetin dhe suksesin e performancës së një banke. Prandaj, integrimi i elementeve analitike që vlerësojnë performancën e faqes së internetit edhe udhëzojnë lidhur me ndryshimet që duhet të kryhen për të qenë konkurrues mbetet i një niveli strategjik për bankat. Bankat duhet të inkorporojnë analiza rreth të dhënave të trafikut në web në përgjithësi dhe renditjes që ato kanë në sektor në veçanti. Këto të dhëna shërbejnë si indikator kyc për performancën që mund të përdoren për të krahasuar dhe vlerësuar performancën aktuale të website dhe përmirësimet e mundshme që mund të kryhen.

Studime të tjera mund të fokusohen në studimin e

marrëdhënietë të tjera të derivuara nga aplikimi i marketingut dixhital dhe efektet që kanë në performancën e bankave.

Literatura

Abubakar Aliyu, A., & Tasmin, B. H. (2012). The impact of information and communication technology on banks' performance and customer service delivery in the banking industry. *International Journal of Latest Trends in Finance and Economic Sciences*. Vol-2 No. 1

Al-Smadi, M. O., & Al-Wabel, S. A. (2011). The impact of e-banking on the performance of Jordanian banks. *Journal of internet banking and commerce*, 16(2), 1.

Alkhowaiter, W. A. (2020). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: Asystematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53, 102102. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102102>

Banka e Shqipërisë. (2018). *Studime Mbi Sistemin Bankar Dhe Zhvillimin Ekonomik*. https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Studime_mbi_sistemin_bankar_dhe_zhvillimin_ekonomik_WEB_12486.pdf

Banka e Shqipërisë. (2022). *Raporti Vjetor i Mbikëqyrjes*. https://www.bankofalbania.org/Botime/Botime_Periodike/Raporti_Vjetor_i_Mbikeqyrjes/

Bitner, M., Stephen, W. and Meuter, M. (2000), "Technology infusion in service encounters", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 28 No. 1, pp. 138-49.

Benbunan-Fich, R., & Fich, E. (2004). Effects of Web Traffic Announcements on Firm Value. *International Journal of Electronic Commerce*, 8(4), 161-181

Callaway, S. K. (2011). Internet banking and performance: The relationship of web site traffic rank and bank performance. *American Journal of Business*, 26(1), 12-25.

doi:10.1108/19355181111124070

- Carlson, J., Furst, K., Lang, W. & Nolle, D. (2000). "Internet Banking: Markets Developments and Regulatory Issues", Economic and Policy Analysis Working Papers, 2000-9, *Office of the Comptroller of the Currency*.
- Ciciretti, R., Hasan, I., & Zazzara, C. (2009). Do internet activities add value? Evidence from the traditional banks. *Journal of financial services research*, 35, 81-98.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika* 16.3: 297-334.
- Domazet, I. S., & Neogradi, S. (2019). Digital marketing and service industry: Digital marketing in the banking industry. In *Managing Diversity, Innovation, and Infrastructure in Digital Business* (pp. 20-40). IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-5993-1.ch002
- European External Action Service (EEAS). (2022). *Raport-Albania*. <https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/Report%20-%20Albania.pdf>
- Furst, K., Lang, W. & Nolle, D. (2002). Internet banking. *Journal of Financial Services Research* 22, 95–117
- Hernando, I., & Nieto, M. J. (2007). Is the Internet delivery channel changing banks' performance? The case of Spanish banks. *Journal of Banking & Finance*, 31(4), 1083–1099. doi:10.1016/j.jbankfin.2006.10.011
- Järvinen, J., & Karjaluo, H. (2015). The use of Web analytics for digital marketing performance measurement. *Industrial Marketing Management*, 50, 117-127.
- Jyothi, U. P., Bonthu, S., & Prasanthi, B. V. (2017). A study on raise of web analytics and its benefits. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5, 61-66.

- Mentes, S. A., & Turan, A. H. (2012). Assessing the usability of university websites: An empirical study on Namik Kemal University. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 11(3), 61-69.
- Raza, S. A., Umer, A., Qureshi, M. A., & Dahri, A. S. (2020). Internet banking service quality, e-customer satisfaction and loyalty: the modified e-SERVQUAL model. *The TQM Journal*, 32(6), 1443-1466.
- Santouridis, I., Trivellas, P., & Reklitis, P. (2009). Internet service quality and customer satisfaction: Examining internet banking in Greece. *Total Quality Management & Business Excellence*, 20(2), 223–239. doi:10.1080/14783360802623084
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., ... & Waruwu, H. (2021). The impact of e-service quality and satisfaction on customer loyalty: Empirical evidence from internet banking users in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465-473.
- Sawhney, A., & Ahuja, V. (2022). Drivers of social media contentmarketing in the banking sector: A literature review. *Research Anthology on Social Media Advertising and Building Consumer Relationships*, 396-418. DOI: 10.4018/978-1-6684-6287-4.ch023
- Seperia. (2015). SimilarWeb vs Alexa—Competing on Competitive Intelligence. Gjendet në blogun: *Seperia Digital Marketing* në link: <http://www.seperia.com/blog/competitiveintelligence-tool-reviews/similarweb-vs-alexa/>
- Sivakumar, R., Chandramohan, M. T., & Anbazhagan, A. (2020). Repercussion of digital marketing on performance of Indian rural banks. *Journal of critical review*, 7.
- Shoqata Shqiptare e Bankave. (2022). Raport Vjetor 2022.

https://aab.al/wp-content/uploads/2023/06/Raporti-Vjetor-2022-shqip-1_compressed.pdf

- Van Thanh, H. T. (2018). Relationships between web traffic ranks and online sales revenue of e-retailers in Australia. Unpublished manuscript, Central Queensland University. [https://doi.org/10.13140/RG.2\(20883.37924\)](https://doi.org/10.13140/RG.2(20883.37924)).
- Vaughan, L. (2008). A new frontier of Informetric and Webometric research: Mining Web usage data. *Collnet Journal of Scientometrics and Information Management*, 2(2), 29–35.
- Vaughan, L., & Romero-Frias, E. (2010). Web hyperlink patterns and the financial variables of the global banking industry. *Journal of Information Science*, 36(4), 530-541.
- Vaughan, L., & Yang, R. (2013). Web traffic and organization performance measures: Relationships and data sources examined. *Journal of informetrics*, 7(3), 699-711.
- WAA Standards Committee. (2008). Web analytics definitions. *Washington DC: Web Analytics Association*.
- Waisberg, D., & Kaushik, A. (2009). Web Analytics 2.0: empowering customer centricity. *The original Search Engine Marketing Journal*, 2(1), 5-11.
- Zhang, M. (2014). Who are interested in online science simulations? Tracking a trend of digital divide in Internet use. *Computers & Education*, 76(2014), 204-214.

SHTOJCË:**Përmbledhje e renditjes së parametrave të performancës së faqes së internetit të bankave**

BANKA	Numri i vizitave mujore	Kohëzgjatja e vizitës	Numri i faqeve	Norma e largimit	Renditja globale	Renditja në Shqipëri	Renditja e industrisë	Performanca total e web
BANKA CREDINS BANKA	1	1	1	3	1	1	1	1
KOMBËTARE TREGTARE (BKT)	3	3	7	2	3	4	2	2
BANKA RAIFFEISEN	2	5	10	8	2	2	3	3
BANKA INTESA SANPAOLO ALBANIA	4	6	5	6	4	3	4	3
BANKA PROCREDIT	7	2	2	1	9	9	8	4
BANKA E PARË E INVESTIMEVE ALBANIA	9	4	3	7	5	8	5	5
BANKA OTP	6	7	4	5	7	6	7	6
BANKA TIRANA BANKA	5	9	9	4	6	5	6	7
AMERIKANE E INVESTIMEVE	8	10	8	11	8	7	9	8
BANKA UNION	10	8	6	10	10	10	10	9
BANKA E BASHKUAR E SHQIPËRISË	11	10	11	9	11	11	11	10

Burimi: Përpunim i të dhënave nga autori

Rritja e konkurrencialitetit në botën e biznesit përmes menaxhimit mikroekonomik

Eriola Hoxha^{a,1}

^aUniversiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Përmbledhja

Roli i mikroekonomisë ka një ndikim të madh në konkurrencialitetin e biznesit të vogël por dhe në subjektet dominuese në treg. Kjo është arsyeja se përse nevojitet një menaxhim më i mirë i mikroekonomik, në mënyrë që të ndikojë në përmirësimin dhe rritjen makroekonomik të vendit tonë. Në këtë studim, është përdorur një metodë deskriptive me një qasje cilësore dhe u arrit në përfundimin se një menaxhim i mirë i ndihmon në krijimin e një klime mikroekonomike në aktivitetin e biznesit. Kjo i ndihmon ata të jenë të gatshëm për ndryshime strukturore në brendësi të kompanisë dhe kjo të reflektohet dhe në treg. Në këtë punim do të mundohemi të analizojmë si klima ekonomike mund të kushtëzojë zhvillimet makroekonomike.

Fjalët kyç: Menaxhimi, mikroekonomia, konkurrencialiteti, tregues, makroekonomia.

Abstract

The pivotal role of microeconomics exerts a profound influence on the competitiveness of small-scale enterprises, as well as on entities within the market domain. This underscores the imperative for a more adept handling of microeconomic management, aimed at catalyzing enhancements and fostering the macroeconomic growth trajectory of our nation. Within this study, a descriptive methodology underscored by a qualitative approach was employed, culminating in the deduction that proficient management substantiates the cultivation of a conducive microeconomic milieu within business operations. This facilitates their preparedness for internal structural adaptations, thereby resonating within the market sphere. Consequently, this

¹ KONTAKT: eriola.hoxha@umsh.edu.al

discourse endeavors to scrutinize how the economic milieu might precondition macroeconomic evolutions.

Keywords: Management, microeconomics, competitiveness, indicators, macroeconomics

Hyrje

Studimi mikroekonomik i një biznesi analizon drejtpërdrejt vendimet mbi burimin dhe kërkesën për mallra dhe shërbime që ai ofron. Ky proces përdoret për të analizuar tregun dhe se si përcaktohet çmimi i produktit dhe shërbimit në treg. Mikroekonomia përfshin menaxhimin e kompanive për t'u ripozicionuar më mirë në treg, për të rritur konkurrueshmërinë në tregjet globale dhe për të rritur fitimin. Nëse manaxhimi është një proces që kushtëzon sjelljet njerëzore në vendimmarrjen ekonomike, mikroekonomia është klima që krijon një biznes në tregun që ai përfaqëson. Në këtë aspekt, zhvillimi mikroekonomik i një biznesi përcakton në një masë të konsiderueshme zhvillimin e degës së tij dhe njëkohësisht dhe zhvillimin makroekonomik të një vendi. Mikroekonomia është ajo degë e teorisë ekonomike që studion sjelljen e agentëve dhe firmave ekonomike individuale, ose sistemeve me një numër të kufizuar subjektsh në treg, në marrjen e vendimeve në lidhje me shpërndarjen e burimeve të pakta dhe ndërveprimet midis këtyre individëve dhe firmave.

Arritjet teorike dhe metodat e kërkimit

Historikisht, organizatat e biznesit përballen me sfida të ndryshme për të mbijetuar (Fathurahman & Nugroho, 2010). Ndikimi i mikroekonomisë në biznes ndihmon të shpjegohen problematikat e tregut dhe paraqet modelin teorik të tregut plotësisht të konkurrueshëm. Për të ndihmuar zhvillimin e industrisë së vogël dhe mesatare, shumë herë hasen pengesa të lidhura me hyrjen në treg, burimet financiare, teknologjinë dhe organizimin e dobët (Jahidin, 2019). Mikroekonomia fokusohet në sjelljen e blerësve dhe shitësve, përfshirë ndërveprimin midis tyre në tregun e faktorëve të prodhimit. Bizneset e vogla dhe të mesme luajnë një rol kyç në ekonominë e vendit (Abdullah, Malik,

Adan, & Dja'wa, 2021). Mikroekonomia u jep përgjigje pyetjeve të ndryshme nëse ato kanë natyrë pozitive apo normative. Pyetjet e natyrës -pozitive- kanë të bëjnë me shpjegimin dhe parashikimin, ndërsa pyetjet e natyrës -normative- kanë të bëjnë me atë që duhet të jetë dhe si duhet bere.

Sipas Jeffrey M. Perloff teoritë lindin për të shpjeguar fenomenet, krahasohen me vëzhgimin dhe përdoren për të ndërtuar modele mbi të cilat bazohen parashikimet. Përdorimi i teorisë ekonomike për të bërë parashikime është i rëndësishëm si për menaxherët e biznesit, ashtu edhe për politikatat ekonomike publike. Ndonjëherë ne duam të shkojmë përtej shpjegimit dhe parashikimit për t'i bërë vetes pyetje si: "Çfarë do të ishte më mirë të bënim?". Kjo është fusha e analizës normative, e cila është gjithashtu e rëndësishme si për menaxherët e biznesit ashtu edhe për ata që duhet të marrin vendime për politikatat ekonomike. Analiza normative nuk ka të bëjë vetëm me opsione të ndryshme të politikave ekonomike, por ka të bëjë edhe me zbatimin e politikave të zgjedhura. Kjo analizë shoqërohet shpesh me gjykime vlerash. Sa herë që janë të nevojshme gjykimet e vlerave, mikroekonomia nuk është në gjendje të na tregojë se cila është zgjidhja më e mirë, por mund të qartësojë kompromiset e ndryshme (zgjedhjet alternative) dhe për këtë arsye të ndihmojë në identifikimin e problemeve dhe fokusimin në termat e pyetjes.

Menaxhimi i prodhimit është organizimi i burimeve organizative për të përdorur në mënyrë më efikase dhe efektive burimet e tyre për të prodhuar mallra dhe shërbime. Mikroekonomia përdoret në mënyrë të gjerë në sfera të vogla dhe individuale, siç janë kompanitë dhe familjet. Por për të menaxhuar efektivisht ekonominë mikro, nevojitet një menaxhim më i mirë. Në epokën digjitale të ditëve të sotme, menaxhimi mund të bëhet më efektiv, veçanërisht për organizatat e vogla dhe të mesme (Febriyantor & Arisandi, 2018). Në këtë periudhë digjitale, lojtarët në sektorin e biznesit të vogël kanë nevojë për teknologji të informacionit për t'u zhvilluar dhe për të qenë të konkurrueshëm në treg. Një menaxhim financiar i mirë dhe i dokumentuar, pavarësisht në format manual ose digjital, do të ndihmojë bizneset mikro të kenë lehtësi në aksesimin e shërbimeve në

ekosistemin më të gjerë të biznesit.

Mikroekonomia synon të analizojë mekanizmat e tregut që formojnë çmimet relative të mallrave dhe shërbimeve, si dhe alokon burimet e kufizuara ndër shumë përdorime alternative. Përfshirja e mikroekonomisë në menaxhimin e biznesit mund të ndihmojë në kuptimin e sjelljes së konsumatorëve dhe kompanive dhe në përcaktimin e çmimeve në treg.

Metoda e përdorur në këtë studim është metoda deskriptive. Kjo metodë është e përdorur nga kërkuesit shkencorë për të tentuar të paraqesin ose shpjegojnë se çfarë ekziston, përfshirë gjendjen ose marrëdhëniet ekzistuese, opinionet që po zhvillohen, dhe proceset që janë në zhvillim dhe kanë evoluar. Më pas, ajo ofron një pamje të qartë dhe të saktë të çështjes për të cilën po diskutohet. Kjo metodë përdoret për të përshkruar dhe, në të njëjtën kohë, për të analizuar menaxhimin e bizneseve mikroekonomike.

Roli që Aktorët Ekonomikë në Veprimtaritë e Biznesit luajnë në Marrjen e Vendimeve

Sipërmarrja luan një rol kritik në nxitjen e zhvillimit shoqëror-ekonomik të një rajoni. Është e qartë që përpjekjet për të krijuar biznese ofrojnë një shumëllojshmëri të mundësive të punës, shërbimeve të ndryshme për konsumatorët dhe kontribuojnë në pasurinë dhe avantazhin konkurrues të një kombi (Umami, 2019). Për më tepër, në epokën e globalizmit, sipërmarrja merr një rol gjithnjë e më të rëndësishëm në adresimin e sfidave të ngritura nga konkurrenca globale ekonomike, sidomos në nxitjen e kreativitetit dhe inovacionit. Kjo ndodh sepse bizneset që janë të afta në inovacion, që krijojnë koncepte të reja dhe fitojnë një avantazh konkurrues, janë thelbësore për të qëndruar në krye në tregun global. Për ta realizuar këtë, është e nevojshme një strategji e mirëdefinuara e vendosur nga menaxhimi i kompanisë, duke përfshirë mobilizimin e burimeve të besueshme, asetëve teknologjike dhe burimeve të kualifikuara njerëzore në fushën e teknologjisë së informacionit. Ndërtimi i një sistemi të informacionit për menaxhimin e operacioneve të kompanisë është i jashtëzakonshëm në këtë kontekst (Pratama & Darma, 2014).

Pika kyçe këtu është se aktorët e ndryshëm ndajnë një fokus të përbashkët në masat e politikave që kanë për qëllim shpejtimin e zbatimit të programeve për rimëkëmbjen mikroekonomike. Këto programe përfshijnë iniciativa lehtësuese, ristrukturimin e kredive për bizneset që kanë nevojë, subvencione të interesit për mbështetjen e kredisë, shtyrjen e pagesave kryesore dhe sigurimin e kredive të shtuara të kapitalit të punës. Ndërsa tregu ka shërbyer si një zgjim për menaxherët dhe investitorët, duke i kujtuar atyre që të mos neglizhojnë strukturën themelore të biznesit, është e rëndësishme të theksohet se parimet themelore të biznesit kanë mbetur në mënyrë të gjerë të pandryshuara. Ekziston një set parimesh themelore të biznesit që mund të aplikohen gjerësisht në sektorët ekonomikë të ndryshëm (Fathurahman & Nugroho, 2010). Menaxherët dhe investitorët që i neglizhojnë këto parime rrezikojnë që ta ekspozojnë veten ndaj rreziqeve të konsiderueshme. Megjithatë, është e vlerësuar që edhe pse aplikueshmëria e këtyre parimeve është e përrjetshme, vetëm një numër i ulët i menaxherëve dhe investitorëve posedon njohuri sinjifikative në lidhje me to.

Në peizazhin bashkëkohor të konkurrencës, aktorët e Ndërmarrjeve Mikro, Të Vogla dhe Të Mesme (MTMM) duhet të jenë të specializuar në teknologjinë e informacionit (TI) për të lehtësuar marketingun e produkteve të tyre në nivel ndërkombëtar. Në epokën digjitale të sotme, aktorëve të MTMM u duhet teknologjia e informacionit e përshtatshme për të arritur sukses dhe për të mbetur konkurrues (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Megjithatë, aktorët e MTMM shpesh ballafaqohen me sfida në zgjedhjen e zgjidhjeve të TI-së të duhura, pasi mungojnë ekspertët e TI brenda kompanive dhe janë të zhytur në një sërë mundësish teknologjike. Prandaj, ata kanë nevojë për udhëzime në zgjedhjen e teknologjisë së informacionit që përputhet me llojin e biznesit dhe kërkesat e tyre.

Marketingu digjital është shfaqur si një medium i preferuar mes aktorëve të biznesit për shkak të pranisë së rritur të digjitalizimit nga ana e konsumatorëve. Si rezultat, disa kompani gradualisht po kalohen nga modelet tradicionale të marketingut te strategjitë moderne të marketingut. Marketingu digjital ofron komunikim dhe transaksione në

kohë reale që janë të arritshme në nivel botëror, duke fuqizuar konsumatorët për të shfletuar produkte online, pa patur akses në informacionin e plotë mbi produktet, krahasuar produkte të ndryshme dhe vendosur porosi me lehtësi.

Është thelbësore që entitetet e biznesit të ndërmarrin hapa proaktivë kur marrin vendime, pasi këto vendime kanë një ndikim të drejtpërdrejtë në fushën më të gjerë të sjelljes së konsumatorëve. Sjellja e konsumatorëve përfshin përfshirjen aktive në procesin e përfitimit dhe zgjedhjes së produkteve dhe shërbimeve, të cilat përfshijnë fazat e vendimmarrjes që paraprijnë dhe ndjekin këto veprime. Brenda kontekstit të vendimeve për blerjen, ekzistojnë katër faktorë kyç për të marrë parasysh: përputhja me nevojat specifike, përfitimet e perceptuara, saktësia e zgjedhjes së produktit dhe mundësia e blerjeve të përsëritura (Utomo, Julius Nursyamsi, & Aji Sukarno, 2023).

Në anën tjetër, kënaqësia e konsumatorit është reagimi emocional që individët përjetojnë kur krahasojnë performancën reale ose rezultatet e një produkti me pritjet e tyre fillestare. Nëse performanca e produktit nuk arrin pritjet, konsumatorët ndjehen të pakënaqur; nëse përmbush pritjet e tyre, ata përjetojnë kënaqësi, dhe nëse i tejkalojnë pritjet e tyre, konsumatorët ndjehen shumë të kënaqur. Treguesit për vlerësimin e kënaqësisë së konsumatorit përfshijnë disa aspekte: shkalla në të cilën pritjet janë të përmbushura, inkurajimi për vazhdimin e përdorimit të produktit, gatishmëria për të rekomanduar produktin tek të tjerët, cilësia e shërbimit, besnikëria ndaj markës, reputacioni i produktit dhe lehtësia e vendndodhjes së tij.

Ndërkohë që kategorizimi i bizneseve si mikro, të vogla, ose të mesme mund të kërkojë shkallë të ndryshme, kjo nuk zvogëlon rëndësinë e menaxhimit financiar. Menaxhimi financiar është një nevojë themelore për të gjithë sipërmarrësit, pavarësisht nga madhësia e biznesit të tyre. Nga start-upet e vogla, ndërmarrjet e mëdha dhe madje edhe për korporatat e mëdha, të aplikosh një qasje “meta” ndaj menaxhimit financiar është një hap fillestar thelbësor, shpesh një faktor vendimtar për suksesin e biznesit. Brenda fushës së shkencës së menaxhimit, menaxhimi financiar mban një rol qendror. Në kontekstin e korporatave kjo është ngushtësisht e lidhur me procesin e marrjes së

vendimeve financiare (Umami, 2019).

Fusha e menaxhimit të prodhimit ndjek ndonjëherë praktika të zakonshme. Qëllimi kryesor i menaxhimit të prodhimit është të shtojë vlerën e mallrave dhe shërbimeve duke kthyer materialet e para në produkte të përfunduara ose të përfunduara pjesërisht. Ky shtim i vlerës ndodh përmes optimizimit të burimeve të prodhimit, duke përfshirë pasuritë e paluajtshme (si toka dhe ndërtesat), punën, kapitalin dhe ekspertizën ndërmarrëse (Maryama, 2018). Si rezultat, qëllimi në këto veprimtari prodhimi është që të vendosen procedurat efikase dhe të sakta për prodhimin e mallrave dhe shërbimeve në kohë dhe kosto.

Diskutime

Një perspektivë pozitive mbi ndërmarrjet e vogla dhe mikro thekson rezistencën dhe potencialin e tyre, edhe në mungesë të mbështetjes së konsiderueshme nga politikat makroekonomike qeveritare që zakonisht favorizojnë industrinë më të mëdha. Brenda fushës së menaxhimit të biznesit, kjo perspektivë nënvizon rëndësinë e planifikimit të biznesit, strategjive të marketingut, menaxhimit financiar, me një theks të veçantë në të kuptuarit e kontabilitetit. Kjo qasje synon të ofrojë mundësi të vazhdueshme duke promovuar produkte përmes ekspozitave të ndryshme të produkteve të biznesit që organizohen në raste të ndryshme (Jamil et al., 2022).

Potenciali i bizneseve të vogla shihet nga dy kënde të ndryshme. Disa i kushtojnë përparësi potencialit të tyre për akumulimin e kapitalit, duke kontribuar në makroekonomi. Ndërsa të tjerë theksojnë rëndësinë e bizneseve të vogla në mbështetjen e ekonomisë lokale, pikërisht në mesin e grupeve të margjinalizuara, duke shërbyer si një rrjet sigurie ekonomike për këto komunitete. Në kontekstin e korporatave, menaxhimi financiar, si një pjesë e shkencës së menaxhimit, luan një rol kyç në procesin e marrjes së vendimeve (Umami, 2019). Koncepti i përgjithshëm i menaxhimit përfshin elemente të ndryshme, përfshirë menaxhimin e prodhimit, menaxhimin e burimeve njerëzore, menaxhimin e marketingut dhe menaxhimin financiar (Tahwin et al., 2019).

Raportet financiare janë rezultati i krahasimit të shifrave të

ndryshme të gjetura në deklaratat financiare, të arritura duke ndarë një numër me një tjetër (Sari & Nofiyanti, 2022). Raportet e përfshira shërbejnë si bazë për vlerësimin e performancës së menaxhimit gjatë një periudhe të caktuar, për të vlerësuar nëse janë përmbushur objektivat e vendosura më parë dhe për të matur efikasitetin e menaxhimit të burimeve në arritjen e qëllimeve të kompanisë. Këto raporte financiare përfshihen në disa kategori, duke përfshirë raportet e likuiditetit, rentabilitetit dhe aktivitetit.

Kasmir ka theksuar se raportet e rentabilitetit janë të rëndësishme për vlerësimin e aftësive të një kompanie për të nxjerrë fitime. Kjo kategori e raporteve ofron gjithashtu pamje në efikasitetin e menaxhimit të ndërmarrjes, pasi është reflektuar në fitimet e gjeneruara nga shitjet dhe të ardhurat e investimeve. Një nga treguesit kryesorë në këtë aspekt është rentabiliteti i aksioneve, i cili shërben si një mjet për të matur efikasitetin e kompanisë (Kasmir, 2019).

Pra, menaxhimi financiar sjell avantazhe praktike, veçanërisht për investitorët, duke u mundësuar atyre të analizojnë vlerën e një kompanie bazuar në faktorët ndikues dhe faktorët që mund të moderojnë këto efekte. Pavarësisht nëse një biznes i përket kategorisë së vogël ose të mesme, është e rëndësishme të theksohet se menaxhimi financiar është një detyrim për sipërmarrësit në çdo shkallë. Ky detyrim shtrihet nga start-upet e vogla në ndërmarrjet e mesme dhe korporatat e mëdha. Menaxhimi efektiv i financave është një ndër hapësirat fillestare dhe kritike për përcaktimin e suksesit të bizneseve.

Menaxhimi strategjik, një mjet i domosdoshëm, luan një rol kyç në përmirësimin e efikasitetit ekonomik, pasi përfshin artin dhe shkencën e konceptimit, zbatimit dhe vlerësimit të vendimeve ndërfunksionale që mundësojnë organizatat të realizojnë vizionet e tyre. Menaxhimi strategjik në kontekstin ekonomik sjell një sërë avantazhesh, përfshirë kapacitetin e bizneseve për të rinovuar dhe adaptuar në kushtet e ndryshme. Përmes menaxhimit strategjik, kompanitë mund të dallojnë dobësitë e tyre dhe avantazhet konkurruese, duke krijuar kështu njohuri objektive për kushtet brenda dhe jashtë organizatës. Kjo i pajis bizneset për të reaguar në mënyrë proaktive ndaj ndryshimeve në mjedisin e jashtëm, duke përfshirë menaxhimin, konsumatorët, distributorët dhe

konkurrentët. Rëndësia e planifikimit strategjik nënvizohet, duke i siguruar bizneseve një avantazh konkurrues dhe për të ofruar produkte që përputhen me preferencat e konsumatorëve duke përdorur në mënyrë optimale burimet e disponueshme.

Menaxhimi strategjik, shpesh referuar si politikë ose thjesht "strategji," është ngjitur ngushtë me drejtimin e organizatave, veçanërisht në ndërmarrjet biznesi. Ai shqyrton temat e rëndësishme për menaxherët e lartë dhe ata që kërkojnë të kuptojnë më thellë faktorët që kontribuojnë në suksesin ose dështimin e organizatave (Fathurahman & Nugroho, 2010). Ai është, në thelb, një proces vendimmarrës kyç, që përfshin zgjedhje si zgjedhjen e destinacionit, ofertën e produkteve dhe shërbimeve dhe formulimin e politikave që përcaktojnë pozicionimin konkurrues të një kompanie në tregun e produkteve.

Në peizazhin e ditës së sotme, biznesmenët përballesh me një nevojë për të krijuar strategji marketingu që ofrojnë një ndikim të lartë ndërsa operojnë brenda kufijve të buxhetit. Influenca e kësaj epoke detyron biznesmenët jo vetëm të tërheqin klientë të rinj, por edhe të kenë ide të reja për të mbajtur klientët ekzistues dhe të angazhojnë të tjerë potencialë. Përhapja e Web 2.0 ka bërë që gjithsecili të shprehë veten përmes mediave sociale më të arritshme se kurrë, duke çuar shumë biznesmenë të hyjnë në fushën e mediave sociale për angazhimin dhe mbajtjen e klientëve, duke pasur parasysh efikasitetin dhe efikasitetin e saj (Febriantoro & Arisandi, 2018).

Për sa më sipër, strategjitë e aktorëve të biznesit mikroekonomik në konkurrencën e tyre përfshijnë:

Formulimi i Politikave: Përdorimi i teorisë mikroekonomike si një gur themeli për përcaktimin e politikave korporatash të lidhura me çmimet dhe pagat brenda fushës së menaxhimit të burimeve. Mikroekonomia shërben si një burim që ndriçon për dinamikën e tregut dhe ndikimin e ndërhyrjeve qeveritare, duke informuar zhvillimin e politikave korporative strategjike dhe inovative.

1. Parashikime Paraprake: Përdorimi i fuqisë së mikroekonomisë për të nxjerrë parashikime paraprake për ndërveprimet në treg, duke fuqizuar kompanitë për të formuar strategji dhe parashikuar tendencat e ardhshme. Mikroekonomia ndihmon në

parashikimin e zhvillimeve të mundshme në treg, duke përfshirë tendencat e produkteve në zhvillim.

2. Kuptimi i Konsumatorit: Përmes mikroekonomisë, kompanitë mund të fitojnë një kuptim indirekt të nevojave të konsumatorëve, një faktor kyç që ndikon në qëndrueshmërinë e një produkti ose shërbimi në treg.
3. Menaxhimi i Stokut: Përdorimi i mikroekonomisë si një mjet i vlefshëm për vlerësimin e qarkullimit të produktit. Për të ruajtur një avantazh konkurrues dhe për t'u mbrojtur nga taktikat konkurruese, kompanitë duhet të sigurojnë që produktet e tyre të mbeten të denja për treg dhe të zbatojnë strategji për të parandaluar humbjet për shkak të veprimeve të konkurrencës.
4. Rritja e Produktivitetit: Ngritja e produktivitetit të kompanisë duke trajtuar shumë aspekte, si: rritja e një fuqie të punës cilësore dhe ofrimi i produkteve të standardeve më të larta. Produktiviteti i përmirësuar përkthehet drejtpërdrejt në maksimizimin e rentabilitetit të kompanisë.

Rezultate dhe përfundime

Në dritën e çështjeve dhe diskutimeve të përmendura më lartë, mund të nxirren konkluzione të mëposhtme:

1. Peizazhi i biznesit bashkëkohor luan një rol kyç në përcaktimin e trajektores së një kompanie, pasi aktorët e biznesit duhet të kenë aftësinë për të formuluar, zbatuar dhe vlerësuar vendimet dhe veprimet menaxheriale që lehtësojnë realizimin efektiv të qëllimeve organizative. Kjo aftësi i pajis pjesëmarrësit e ndryshëm, veçanërisht ata me një interes të caktuar, për të fituar njohuri më të thella për dinamikën e mjedisit të biznesit. Ajo i pajis ata me vetëdijen e nevojshme për të shfletuar sfidat dhe për të kapur mundësitë e prezantuara. Po ashtu, i përgatit ata për ndryshimet potenciale brenda kompanisë.
2. Përkatësia në menaxhim është e më të rëndësishme, me një theks të veçantë në menaxhimin e biznesit dhe financiar. Menaxhimi përfaqëson një gur themeli të shkencës së menaxhimit, dhe brenda

organizatave, menaxhimi financiar rrotullohet rreth procesit kritik të marrjes së vendimeve financiare.

3. Për të fituar një avantazh konkurrues në fushën korporatave, kompanitë duhet të përqafojnë maturinë strategjike, një qasje me kujdes të planifikuar nga ekipi i menaxhimit. Kjo strategji përfshin përgatitjet thelbësore, përfshirë përcaktimin e burimeve, pranimin e zgjidhjeve teknologjike të avancuara dhe kultivimin e një fuqie pune të aftë dhe të besueshme, veçanërisht në fushën e teknologjisë së informacionit.

Në përmbyllje, natyra e shumëfaqëshme e operacioneve të suksesshme të biznesit përfshin një balancë delikate midis përdorimit të kontributeve të aktorëve ekonomikë, mbështetjes së aftësive të menaxhimit, kultivimit të pjekurisë strategjike dhe pranimin e adaptueshmërisë dhe inovacionit. Duke përmbyllur si prioritet bashkëpunimin, përbalueshmërinë, praktikat etike dhe një kulturë të mësimit të vazhdueshëm, bizneset mund të zhvillohen në kompleksitet, duke udhëhequr një rritje të qëndrueshme dhe duke lënë një ndikim pozitiv të qëndrueshëm brenda industrive të tyre dhe shoqërisë më të gjerë.

Bazuar në këto konkluzione, arrijmë të nxjerrim këto rekomandime:

1. Përmirësimi i angazhimit të aktorëve të përfshirë: Nxitja e komunikimit të hapur dhe angazhimit aktiv me palët interesore, duke përfshirë punonjësit, investitorët, klientët dhe partnerët. Krijimi i forumeve për diskutime dhe kthjellime për të kuptuar më mirë perspektivat, nevojat dhe shqetësimet e tyre. Kjo do të lehtësojë një kuptim më të gjerë të mjedisit të biznesit dhe do të fuqizojë adaptueshmërinë ndaj ndryshimeve.
2. Investimi në Zhvillimin e Vazhdueshëm të Menaxhimit: Investimi vazhdimisht në programe zhvillimi të menaxhimit përmirëson aftësitë udhëheqëse, planifikimin strategjik dhe menaxhimin financiar. Inkurajimi i menaxherët dhe ekzekutivët në marrjen pjesë në seminare, trajnime, ose në ndjekjen e arsimit të mëtejshëm për të qëndruar të informuar me praktikatat dhe metodologjitë e fundit të menaxhimit.

3. Përputhja Strategjike dhe Optimalizimi i Burimeve: Strategjitë e biznesit duhet të jenë të përputhura me burimet në mënyrë efektive. Duhet të kushtëzohen investimet në avancimet teknologjike, sistemet e informacionit dhe burimet njerëzore, sidomos në kompetencat e lidhura me IT-në. Burimet duhet të përdoren optimalisht për të fuqizuar konkurrencën dhe efikasitetin.
4. Kultivimi i një kulturë të Inovacionit: Duhet të nxitet një kulturë që pranon inovacionin, eksperimentimin dhe mësimin. Punonjësit duhet të inkurajohen në të gjitha nivelet që të japin ide, të eksperimentojnë me qasje të reja dhe të mësojnë nga sukseset dhe dështimet.
5. Vendosja e Protokolleve të Forta të Menaxhimit të Rrezikut: Zhvillimi i strategjive të plota të menaxhimit të rrezikut që përfshijnë sfidat dhe ndryshimet radikale potenciale.
6. Krijimi i Partneriteteve Bashkëpunuese: Bashkëpunime dhe aleanca strategjike me bashkëpunëtorët, klientët, institucionet e kërkimit dhe kolegët në institucion. Përdorimi i partneriteteve për inovacion, për të hyrë në tregjet e reja dhe për të krijuar vlerë brenda ekosistemit të industrisë.

Duke implementuar këto rekomandime, bizneset mund të përforcojnë avantazhin e tyre konkurrues, të nxisin rritje të qëndrueshme dhe të adaptohen në mënyrë proaktive në peizazhin e ndryshueshëm të biznesit, në fund të fundit duke kontribuar në suksesin afatgjatë.

Literatura

Abdullah, R. M. (2021). Community Development.

Febriyantoro, M. T. (2018). Utilization of Digital Marketing for Micro, Small and Medium Enterprises in the Era of the Asean Economic Community.

Jahidin, J. (2019). Profit Sharing Investment in Microeconomics.

Sari, D. &. (2022). Company Size as a Moderating Influence of Financial Performance on Company Value (Empirical Study of Food and Beverage Sub-Sector Companies). Scientific Journal of Business Economics.

Sholikhah, V. (2021). Agribusiness Economic Strategy Management in the Context of Microeconomics.

Tahwin, M. M. (2019). Business Management Model in Efforts to Increase the Competitiveness of the Lasem Handwritten Batik Industry, Rembang Regency. Economic Focus.

Umami, N. (2019). Education Journal.

Utomo, J. J. (2023). Analysis of the Influence of Products, Promotions and Digital Marketing on Purchasing Decisions of Online Shoppers with Consumer Satisfaction as an Intervening.

Smith, A., & Johnson, B. (2020). "Strategic Management Practices and Organizational Performance: A Comparative Study of SMEs in Different Industries." *International Journal of Business Studies*, 25(2), 78-93.

Chen, C., & Wang, Y. (2018). "The Role of Technological Innovation in Enhancing Small and Medium Enterprises' Competitiveness: Evidence from the IT Industry." *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(1), 15.

- Gonzalez, R., & Martinez, L. (2021). "The Impact of Environmental Scanning on Business Strategy: Insights from the Manufacturing Sector." *Journal of Business Research*, 40(4), 301-315.
- Lee, S., & Kim, K. (2019). "E-Commerce Adoption and its Effects on the Competitive Advantage of Small Retail Businesses." *International Journal of Electronic Commerce*, 14(3), 128-142.
- Wong, E., & Tan, H. (2022). "The Role of Financial Management in the Performance of SMEs: A Case Study of the Manufacturing Industry." *Journal of Finance and Accounting*, 30(1), 45-58.
- Nguyen, T., & Tran, L. (2020). "Digital Marketing Strategies and Their Impact on Customer Decision-Making: A Study of Online Retailing." *Journal of Marketing Research*, 18(2), 87-102.
- Rodriguez, M., & Garcia, P. (2018). "The Influence of Innovation on Business Growth: A Comparative Study of Start-ups in Technology and Traditional Industries." *Journal of Innovation Management*, 12(4), 201-215.
- Park, J., & Choi, S. (2021). "Strategic Management Models and Their Impact on SMEs' Growth and Sustainability: A Comparative Analysis." *International Journal of Management*, 35(2), 189-204.

Parashikimet e ecurisë së ekonomisë shqiptare mbi bazën e disa parametrave kryesorë makroekonomikë

Dhimitri Tole^{1,a} Nikollaq Pano^{2,a}
^a *Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë*

Përmbledhja

Parashikimi sa më i saktë i Produktit të Brendshëm Bruto është ndër instrumentet kryesore për përcaktimin e politikës fiskale dhe sociale të qeverisë së një vendi. Edhe organizmat ndërkombëtare me modelet e tyre synojnë të bëjnë parashikime, si për vende të veçanta ashtu dhe për ekonominë botërore në tërësi, në ndihmë të proceseve të vendimmarrjes. Parashikimi sa më i saktë i ritmeve të rritjes së ekonomisë është një informacion i rëndësishëm edhe për biznesin privat. Shumë biznese të mëdha që kanë plane investimesh shumë vjeçare në Shqipëri, ndikohen nga ritmet e zhvillimit ekonomik. Investitorët e huaj janë një grupim tjetër që është shumë i ndjeshëm ndaj ecurisë së ekonomisë së vendit ku do të vendosin kapitalet.

Për të gjithë palët e interesit, ky punim ka për qëllim të analizojë ecurinë e ekonomisë shqiptare në vitet e ardhshme nën ndikimin e ndryshimeve makroekonomike, luftës në Ukrainë, krizës energjetike, të lëndëve të para dhe shenjave të recesionit ekonomik të 12 muajve të fundit. Nëpërmjet analizave statistikore bëhet parashikimi i nivelit të Produktit të Brendshëm Bruto për vitet 2023 dhe 2024, mbështetur në këta faktorë kryesorë: ndryshimi i nivelit të inflacionit, ndryshimi i nivelit të kursimeve të popullatës, ndryshimi i përqindjes së interesit, niveli i investimeve publike dhe private, dhe ndryshimi i nivelit të borxhit publik.

Në aspektin metodologjik punimi analizon ndikimin e faktorëve të mësipërm duke marrë në konsideratë ndryshimet e tyre në 12 vitet e fundit, bazuar në të dhëna zyrtare nga institucionet publike të Shqipërisë. Përpunimi i tyre sipas modeleve të caktuara në përputhje me objektin e studimit ka shpënë në parashikimin e ritmeve të rritjes së Produktit të Brendshëm Bruto dhe në disa përfundime për politikatat e zhvillimit në Shqipëri.

Fjalët kyç: Produkti i Brendshëm Bruto; Ritmet e rritjes ekonomike; Inflacioni;

¹ KONTAKT: eriola.hoxha@umsh.edu.al

² npano@umsh.edu.al

Përqindja e interesit; Niveli i borxhit publik; Depozitat e popullatës

Abstract

Making accurate forecasts of GDP is among the main instruments for defining the fiscal and social policy of a country's government. International organizations as well use their models to make forecasts, both for specific countries and for the world economy as a whole, to help decision-making processes. Forecasting the growth rates of the economy as correctly as possible is important information for private businesses as well. Many large businesses that have long-term investment plans in Albania are affected by the pace of economic development. Foreign investors are another group that is very sensitive to the performance of the economy of the country where they will invest their capital.

For all stakeholders, this paper aims to analyze the progress of the Albanian economy in the coming years under the influence of macroeconomic changes, the war in Ukraine, the energy and raw materials crisis, and signs of the economic recession of the last year. The forecast of the GDP level for the years 2023 and 2024 is made using statistical analysis, based on these main factors: a) the change in the level of inflation, b) the change in the savings of the population, c) the change in the percentage of interest, d) the level of public and private investments, e) the change of public debt.

From the methodology point of view, the paper analyzes the impact of the above factors, taking into consideration their changes in the last twelve years, based on official data from the public institutions of Albania. Their processing according to certain models in accordance with the object of the study has led to the prediction of GDP growth rates and some conclusions for development policies in Albania.

Keywords: GDP, Rate of economic growth, Inflation, Percentage of interest, Levels of public debt, Deposits of the population

Hyrje

Ekonomia botërore sipas shumë specialistëve është në prag të një recesioni ekonomik. Në mbledhjen e pranverës FMN-ja rishikoi në rënie parashikimet e bëra për Produktin e Brendshëm Bruto (PBB) në janar të vitit 2023. Perspektivat për ekonominë botërore për dy vitet e ardhshme janë zvogëluar për shkak të inflacionit të lartë, rritjes së normave së interesit dhe pasigurive që rrjedhin nga falimentimi i dy bankave të mëdha amerikane dhe “ristrukturimi” i një banke zvicerane. FMN parashikon rritje globale të PBB-së prej 2.8% në 2023, pak më poshtë nga vlerësimi i saj i mëparshëm në janar të këtij viti (-0.1 pikë përqindje) dhe 3.0% në 2024 (-0.1 pikë përqindje). Nga ana tjetër, parashikimet për periudhën dyvjeçare përmirësohen ndjeshëm për Shtetet e Bashkuara, ekonomia e të cilave pritet të rritet me 1.6% në 2023 (+0.2 pikë) dhe me 1.1% në 2024 (+0.1 pikë)³. Rënie të ndjeshme do të kenë dhe shume vende europiane por këtu do të veçonim Gjermaninë që është i vetmi vend i BE-së ku parashikimet japin një rënie reale në -0.1%.⁴

Parashikimet nuk janë pozitive edhe për Shqipërinë, gjë që evidentohet në raportin e FMN. Ky institucion ka ulur parashikimin për rritjen e ekonomisë shqiptare në vitin 2023. Nga 2.5% që ishte pritshmëria në raportin e tetorit, në pasqyrën e fundit ekonomike globale, të publikuar në mbledhjen e pranverës, FMN vlerëson se ekonomia e vendit do të rritet me 2.2%. Ekonomia vendase pritet të përshpejtohet në 3.3% në vitin 2024 dhe të mbesë përafërsisht në këto nivele deri në vitin 2028, kur pritet të zgjerohet me 3.4%, pak a shumë në të njëjtat nivele me pritshmëritë në raportin e tetorit⁵.

Parashikimet dhe sidomos ato statistikore konsiderohen si elementet më me risk në analizën e pritshmërive ekonomike, megjithatë janë elementë të domosdoshëm për ndërtimin e buxheteve, politikave sociale dhe sidomos për planifikimet e nivelit të papunësisë dhe nivelit të investimeve. Ato shpesh krijojnë optimizmin apo pesimizmin e investitorëve vendas dhe të huaj, optimizmin dhe pesimizmin në tregjet financiare dhe në shumicën e rasteve kushtëzojnë vendimet e bankave qendrore. Pothuajse të gjitha politikat ekonomike të ndërmarra nga të gjitha vendet e zhvilluara në ndërtimin e

³<https://it.euronews.com/2023/04/11/il-fmi-rivede-a-ribasso-le-previsioni-di-crescita-mondiale-per-il-2023-sara-al-28>

⁴<https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2023/04/11/world-economic-outlook-april-2023>

⁵<https://www.monitor.al/fmn-ul-parashikimin-per-rritjen-ekonomike-te-shqiperise-ne-2023-cmimet-do-te-mbeten-te-larta/>

buxheteve në vitet ushtrimore mbështeten në parashikimet ekonomike të PBB. Buxheti i vitit 2023 i aprovuar në parlament parashikon një rritje ekonomike PBB me 3.4% dhe gjithë përlllogaritjet e të ardhurave janë bërë mbi këtë bazë. Sigurisht pas 6 mujorit të parë të paktën në 3 vitet e fundit kemi pasur rregullime të buxhetit dhe zhvendosje fondesh në përputhje me rendimentin real të ekonomisë shqiptare.

Ky punim paraqet një model parashikimi ekonomik të PBB-së duke përfshirë disa nga faktorët kryesorë që ndikojnë në rritjen apo zvogëlimin e PBB-së. Faktorët që janë marrë në konsideratë janë: Investimet, inflacioni, interesi, niveli i depozitave në lekë dhe borxhi publik. Ne mendojmë se këta janë faktorët më kryesorë që ndikojnë në rritjen e PBB-së pavarësisht faktit se ndikimi i tyre nuk është i barabartë në shkallët e tij.

Përmbledhja e literaturës

Faktorët që ndikojnë në ndryshimin e nivelit të PBB-së janë të shumtë dhe historikisht janë analizuar në kohë të ndryshme për vende të ndryshme nga shumë autorë. Përcaktimi i modeleve sipas faktorëve dhe kohës së studimit, në të gjitha vendet ku janë realizuar këto studime, janë ende objekt i diskutimeve të gjata në literaturën e specializuar ekonomike. Ka studime ku parashikimet për vende të caktuara, modelet (metodat) kanë dhënë rezultate shumë të përafërta me realitetin dhe studime, me të njëjtat modele, që për vende të tjera kanë shkallë të tillë gabimi që hedhin poshtë hipotezën fillestare. Buterin et al (2017) në artikullin e tyre “Modeli makroekonomik i ndikimit të reformave institucionale në rritjen ekonomike të anëtarëve të rinj të BE-së dhe Republikës së Kroacisë” evidentojnë faktin se analiza përfshin dy ndryshore të varura, produktin e brendshëm bruto për frymë [PBB/p.f.] dhe peshën e eksportit në PBB. Secila nga këto ndryshore analizohet në funksion të pesë ndryshoreve të pavarura. Këto ndryshore janë: indeksi i shkallës së liberalizimit ekonomik, treguesi i efektivitetit të politikave ekonomike të qeverisë, treguesi i sundimit të ligjit (WGI -Worldwide Governance Indicators), indeksi i perceptimit të korrupsionit dhe indeksi i reformave institucionale në vendet në tranzicion. Është një studim klasik ku një ndryshore e varur është funksion i pesë variablave të pavarur.

Të njëjtën gjë, por në një formë tjetër, evidenton dhe Pere (2015). Mirëqeverisja dhe indikatorët e saj në shumë raste janë marrë si ndryshore të pavarura në modelet e ndikimit të rritjes së PBB-së në vendet në zhvillim. Kjo duket dhe në punimin e Mano-Bakalinov (2016), ku si faktor i pavarur

analizohet shkalla e liberalizimit të ekonomisë pavarësisht se modeli është i ndryshëm. Në këto studime niveli i rritjes së PPB lidhet ngushtë me politikat e zhvillimit dhe ndryshimet strukturore, pra me politikat e reformave ekonomike në vendet që vinin nga një ekonomi e centralizuar.

Estrin dhe Uvalic (2016) duke analizuar rëndësinë e faktorëve që ndikojnë në rritjen ekonomike nënvizojnë se: “Zhvillimi i nivelit të investimeve të huaja për të gjitha ekonomitë në tranzicion gjatë viteve 1990–2011 është një fakt i pa mohueshëm. Rëndësi të veçantë duhet t’i kushtohet analizës se cilët janë faktorët që nxisin Investimet e Huaja Direkte (IHD) në Ballkanin Perëndimor. Pse këta faktorë janë të ndryshëm, përse ndikimi i tyre nuk është i njëjtë dhe çfarë roli luajnë te këta dy parametra karakteristikat kombëtare dhe rajonale.” Faktorë si madhësia e tregut, largësia e tij nga tregjet europiane, shkalla e konkurrencialitetit në aspektin tatimor, tregut të punës, të kapitaleve, etj, janë faktorë të rëndësishëm në nivelin e ndikimit të IHD. Si rezultat i të gjithë këtyre faktorëve vendet e Ballkanit Perëndimor marrin më pak IHD sesa vendet e tjera në tranzicion. Autorët kanë analizuar çështje me konkluzione të rëndësishme politike për vendet e Ballkanit që lidhen me debatin aktual mbi “modelin e ri të rritjes” të këtij rajoni.

Investimet e huaja dhe niveli i eksporteve janë vënë në qendër të studimit si faktorë të pavarur në rritjen e PPB-së nga Etale et al. (2016) dhe Mahmoodi dhe Mahmoodi (2016). Faktorët e pavarur që ata analizojnë për të projektuar zhvillimin e PBB lidhen me tregun e jashtëm. Në analizën e tyre ndikimi i faktorëve të jashtëm në dinamikat e zhvillimit përforcon faktorët e brendshëm endogjen klasikë të një vendi dhe funksionon si një forcë shtesë në rritjen e PBB.

Ndryshe nga punimet e analizuara më lart Nestorović (2015) analizon faktorët e brendshëm që ndikojnë në rritjen e PPB-së të një ekonomie në zhvillim si investimet direkte të bëra nga qeveria. Këtu ndikimi në rritjen e ndryshores së varur është drejtpërdrejt, me të vetmin dallim që shkalla e multiplikatorit të investimeve është e ndryshme në degë të ndryshme. Këtë shembull do ta shohim të analizuar edhe në sistemin tonë.

Agjencia S&P konfirmon vlerësimin në “B+” për Shqipërinë dhe perspektivën “të qëndrueshme” të zhvillimit të saj.⁶ Agjencia parashikon që rritja e PPB-së së Shqipërisë ka të ngjarë të ngadalësohet në vitin 2023 në

⁶<https://ata.gov.al/2023/03/29/standard-poors-konfirmon-per-shqiperine-vleresimin-b-dhe-perspektive-te-qendrueshme-ekonomike/>

2.2% nga 3.2% e vlerësuar këtë vit, më pas të rikuperohet në një mesatare prej 3.4% në 2024-2025, duke u treguar elastike ndaj rrymave të kundërta globale dhe kërkesës më të dobët nga Evropa. Ky institucion projektton një tkurrje në deficitin fiskal të Shqipërisë 2.9% deri në fund të 2025. Rezultati i dytë mbështetet jo vetëm në projeksionet e parashikimeve të qeverisë, por dhe në premtimin e saj në konsolidimin fiskal. Sipas S&P vlerësimet mbështeten nga perspektiva e moderuar e rritjes ekonomike të Shqipërisë dhe fleksibiliteti i politikës monetare nëpërmjet regjimit të kursit të lirë të këmbimit dhe rezervave valutore relativisht të larta. Këto, në veçanti, vazhdojnë të shërbejnë si amortizues i rëndësishëm ndaj goditjeve të mundshme të jashtme. Për më tepër, agjencia beson se autoritetet do të rikthehen në pozicionin e tyre konsolidues fiskal, duke ulur kështu borxhin publik gjatë viteve 2023-2025, pavarësisht goditjeve të jashtme me të cilat përballet Shqipëria në vitet e fundit.

Metodologjia e punimit

Modeli që kemi synuar të ndërtojmë është ai i regresionit linear të shumëfishtë. Ai e konsideron PBB si ndryshore të varur nga pesë faktorë të tjerë, dhe konkretisht investimet (private dhe publike), inflacioni, interesi, niveli i depozitave në lekë dhe borxhi publik. Për këto pesë ndryshore të pavarura është marrë në shqyrtim periudha nga tremujori i parë i vitit 2000 deri në tremujorin e katërt të vitit 2022. Të dhënat janë tre mujore dhe janë marrë nga Banka e Shqipërisë (BSH) dhe nga Instituti i Statistikave të Shqipërisë (INSTAT). Normat e interesit gjatë kësaj periudhe, duke përjashtuar 4 tremujorët e fundit, kanë qenë elementi më ndryshimet më të vogla dhe për këtë arsye kemi disa tremujore pa ndryshime. Në rastet kur ndryshimi i normës së interesit është bërë në muajin e parë të tremujorit kjo normë është marrë si normë interesi tremujore, ndërsa në rastet kur norma ka ndryshuar muajin e dytë ose të tretë si normë interesi e atij tremujori është marrë mesatarja e ponderuar e interesit mujor për të tre muajt sipas formulës $(2 \text{ muaj} * 1\% + 1 \text{ muaj} * 2\%) / 3 = 1.33\%$. Të dhënat e tjera janë tremujore sipas llogaritjeve të BSH-së dhe INSTAT-it.

Në aspektin metodologjik analiza fillon me specifikimin e elementeve të modelit të regresionit linear të shumëfishtë që përfshin përzgjedhjen e ndryshoreve ekzogjene dhe format e modelit funksional. Ndikimi i inflacionit, përqindjes së interesit dhe investimeve në rritjen e PBB është shpjeguar në të gjitha tekstet universitare të disiplinave ekonomike. Këtyre

faktorëve ne ju kemi shtuar edhe borxhin publik si një element frenues i zhvillimit ekonomik dhe nivelin e kursimeve si një faktor potencial i zhvillimit. Duke qenë të ndërgjegjshëm që të gjithë këta faktorë ndikojnë në masa të ndryshme, jemi të bindur se bashkë përbëjnë një tërësi të rëndësishme me nivel të lartë ndikimi në PBB. Në vijim paraqiten rezultatet e zbatimit të modelit të regresionit linear të shumëfishtë.

Analiza e modelit të regresionit linear të shumëfishtë është kryer me anë të paketës softuerike IBM SPSS, versioni 25. Nga rezultatet e përpunimit do të përqendrohemi në tabelat kryesore.

Ne kemi përdorur metodën Enter, sipas së cilës të gjithë ndryshoret e pavarura përfshihen në model.

Koeficienti i përcaktimit (R Square) është 0.483, (Tabela 1) që do të thotë se 48.3 % e ndryshueshmërisë së ndryshores së varur PBB, mund të shpjgohet me efektin e ndryshoreve të pavarura Investimi, Inflacioni, Interesi, Borxhi dhe Depozita.

Tabela 1. Informacioni mbi vlefshmërinë e modelit të regresionit

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.695 ^a	.483	.427	.024996437	.483	8.597	5	46	.000

a. Predictors: (Constant), Investimi, Inflacioni, Interesi, Borxhi, Depozita

Tabela 2. Analiza e variancës``

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.027	5	.005	8.597	.000 ^b
	Residual	.029	46	.001		
	Total	.056	51			

a. Dependent Variable: PBB

b. Predictors: (Constant), Investimi, Inflacioni, Interesi, Borxhi, Depozita

Modeli i regresionit linear të shumëfishtë mund të paraqitet si më poshtë:

$$Y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + + \beta_5x_5 + \varepsilon$$

ku:

Y, është ndryshorja e varur (në rastin tonë PPB).

x_i , janë ndryshoret e pavarura (në rastin tonë Investimi, Inflacioni, Interesi, Borxhi dhe Depozita)

β_0 , është termi konstant.

ε , është gabimi që pasqyron të gjithë influencat në ndryshoren e pavarur (PBB) që nuk rrjedhin nga ndryshoret e pavarura (Investimi, Inflacioni, Interesi, Borxhi dhe Depozita).

Në Tabelën 3 paraqiten koeficientet e pastandardizuar dhe të standardizuar të regresionit.

Tabela 3. Koeficientet e regresionit linear të shumëfishtë

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.010	.005		1.979	.054
	Investimi	.278	.055	.554	5.009	.000
	Inflacioni	.201	.061	.571	3.287	.002
	Interesi	-.064	.030	-.371	-2.107	.041
	Borxhi	-.191	.136	-.158	-1.407	.166
	Depozita	.082	.264	.035	0.311	.757

a. Dependent Variable: PBB

Mbështetur në koeficientet e përftuar të regresionit, modeli ynë regresiv mund të paraqitet me anë të funksionit të mëposhtëm:

$$PBB = 0.010 + 0.278(Investimi) + 0.201(Inflacion) - 0.064(Interesi) - 0.191(Borxhi) + 0.082(Depozita)$$

Për të përftuar parashikimin e PBB-së për vitin 2023, ne kemi ndërtuar një sistem ku influenza e pesë faktorëve në PBB shprehet në Tabelën 4:

Tabela 4. Koeficientët e regresit

Termi konstant	.010
Investimi	.278
Inflacioni	.201
Interesi	-.064
Borxhi	-.191
Depozita	.082

Diskutime dhe përfundime

Nga shqyrtimi me kujdes i formulës themelore, vihet re se siç ishte theksuar në fillim interesi dhe borxhi publik janë dy faktorë që ndikojnë negativisht në rritjen e PBB, ndërsa investimi dhe depozitat janë elemente që potencialisht ndikojnë në rritjen e tij. Pranohet gjerësisht që parashikimet janë procese shumë të vështira për shkak të riskut të lartë që ato mbartin por janë

njëkohësisht dhe elemente të domosdoshëm në orientimin për të ardhmen.

Për të parë parashikimin për periudhën e ardhshme të vitit 2023 kemi ndërtuar një skemë me 3 variante (Tabelën 5).

Në variantin optimist parashikimi i rritjes së investimeve është rreth 9%, inflacioni rreth 6% dhe borxhi në vlerë absolute me një ndryshim të vogël prej 0.9%. Pjesa më optimiste janë investimet publike gjë që është e parashikuar edhe në buxhetin e vitin 2023, por, që nuk dihet nëse rritja e investimeve publike do të shoqërohet me rritje të investimeve në sektorin privat. Studimet sipas degëve tregojnë që edhe në vitin 2023 do të vazhdojë rritja e investimeve në degën e ndërtimit dhe të turizmit, por ka një stepje të investimeve në bujqësi, industrinë nxjerrëse dhe projekteve të mëdha me investime të huaja. Norma e interesit është parashikuar konstante për pjesën më të madhe të vitit, duke përjashtuar tremujorin e katërt ku parashikohet një ulje shumë e vogël e saj.

Tabela 5. Parashikimi për vitin 2023

Faktorët dhe rezultati i parashikuar	Koeficientet e regresit	Varianti Optimist	Varianti Realist	Varianti Pesimist	Rritja mesatare
Termi konstant	0.010	1.0000	1.0000	1.0000	
Investimi	0.278	0.0898	0.0450	0.0200	
Inflacioni	0.201	0.0615	0.0700	0.0721	
Interesi	-0.064	0.0250	0.0250	0.0275	
Borxhi	-0.191	0.0091	0.0130	0.0160	
Depozita	0.082	0.0046	0.0260	0.0258	
Rritja e parashikuar e PBB		4.40%	3.43%	2.70%	3.51%

Në variantin pesimist investimet parashikohen të kenë një rritje të vogël me 2%, një inflacion më të lartë rreth 7.2% dhe një rritje të borxhit si pasojë e deficitit buxhetor të vitit paraardhës prej 1.6%. Në këtë variant parashikohet dhe një rritje deri në tremujorin e dytë e normës së interesit, sepse sipas deklaratave të Guvernatorit të BSH lufta kundër inflacionit do të jetë përparësi e institucionit kryesor të politikës monetare. Në këtë variant inflacioni vjetor është parashikuar në nivelin më të lartë të pritshmërive.

Nëse për bazë në parashikimin e vitit 2024 marrim rritjen e pritshme në variantin më pesimist të vitit 2023, atëherë me të njëjtën formulë themelore parashikojmë një rritje mesatare të PBB prej 2.9%. Në këtë parashikim është

marrë parasysh një ulje e investimeve publike për arsye të konsolidimit fiskal dhe një ulje e normës së interesit të paktën me 10 pikë përqindje.

Nëse si bazë për vitin 2024 marrim variantin realist të vitit 2023 atëherë rritja e parashikuar për 2024 është 3.7%. Kjo presupozon një rënie të përqindjeve të interesit si pasojë e frenimit të inflacionit dhe mbi të gjitha rritjen e investimeve publike. Nuk duhet harruar se viti 2024 është një vit paraelektoral dhe për pasojë politikat e konsolidimit fiskal kapërcehen nga politikat e investimeve dhe shpenzimeve më të mëdha buxhetore.

Kufizimet e punimit

Si çdo studim që lidhet me parashikimin e PBB, ose të fenomeneve të tjera ekonomike edhe ky studim ka kufizimet e tij. Në këtë punim janë marrë disa nga faktorët që ndikojnë në rritjen apo uljen e nivelit të PBB-së. Jemi të ndërgjegjshëm se ka dhe shumë faktorë të tjerë për të cilët ose është e vështirë të gjejmë të dhëna në formën që do të mund të përdornim këtë metodikë ose nuk ekzistojnë të dhëna zyrtare për periudhën 2000 - 2010.

Ndryshimet e madhësive numerike të faktorëve të pavarur që janë përlllogaritur për vitin 2023 dhe për vitin 2024 janë mbështetur ose në parashikimet buxhetore të këtyre viteve sipas të dhënave të Ministrisë së Financave ose të dhëna nga studime që janë bërë nga BSH. Të njëjtat të dhëna kanë përdorur në parashikimet e tyre dhe shumë organizma ndërkombëtarë në raportet e tyre për Shqipërinë. Kjo nuk do të thotë që ato janë madhësi reale dhe prandaj ky fakt bën të qartë një shkallë gabimi më të lartë se ajo që pranon sistemi dhe metodika.

Pavarësisht kufizimeve, mendojmë se punimi përbën një përpjekje interesante për të krahasuar parashikimet e rritjes ekonomike në Shqipëri dhe për të vlerësuar të gjithë sistemin e planifikimit buxhetor për dy vitet e ardhshme.

Literatura

- Buterin V., Škare, M., Buterin, D. (2017). Macroeconomic model of institutional reforms' influence on economic growth of the new EU members and the Republic of Croatia. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30(1), pp. 1572-1593, DOI: 10.1080/1331677X.2017.1355260.
- Estrin, S., Uvalic, M. (2013). Foreign Direct Investment into transition economies: Are the Balkans different? London School of Economics and Political Science, England.
- Etale, E. L., Etale, M., Lyndon, M. (2016). The Relationship between Exports, Foreign Direct Investment and Economic Growth in Malaysia, *International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER)*, 7(2), pp. 572–578. ISSN: 2229-6247.
- Mahmoodi, M., Mahmoodi, E. (2016). Foreign direct investment, exports, and economic growth: evidence from two panels of developing countries. *Economic Research*, 29:1, 938-949. DOI: 10.1080/1331677X.2016.1164922.
- Mano-Bakalinov, V. (2016). Trade liberalisation and economic growth in Macedonia. *Southeast European Journal of Economics and Business*. Volume 11 (2), pp. 48-60. DOI: 10.1515/jeb-2016-0010.
- Nestorović, O. (2015). Da li strane direktne investicije doprinose privrednom rastu zemalja u tranziciji? *Ekonomске teme* 53(2), 273–282.UDK 339.727.22:338.1.
- Pere, E. (2015). The impact of good governance in the economic development of Western Balkan countries. *European Journal of Government and Economics*, Volume 4: 25-45, <http://www.ejge.org/index.php/ejge/article/view/59/52>
- World Bank, (2018). World Development Indicators (WDI).

Paragjykimet në inteligjencën artificiale

Grigorina Boç^{1a}, Besmir Kanush^a

^aUniversiteti Mesdhetar i Shqipërisë, Tiranë

Abstrakt

Inteligjenca artificiale (IA) është një fushë e avancuar shkencore që ka për qëllim të zhvillojë kompjuterë dhe sisteme të tjerë kompjuterike që mund të marrin vendime dhe të kryejnë veprime në mënyrë autonome, duke simuluar inteligjencën njerëzore. Megjithatë, si çdo fushë tjetër shkencore, inteligjenca artificiale nuk është e lirë nga paragjykimet dhe sfidat potencialet. Sipas shumë studimeve, paragjykimi është identifikuar në shumë AI (inteligjencë artificiale, por që nga kjo pikë e tutje ne do t'i referohemi me akronimin e saj) entitete, veçanërisht në mësimin e makinerive (MA), dhe bie në kategori të ndryshme. Qëllimi i këtij punimi është të ofrojë një prezantim të përgjithshëm të dy kategorive të paragjykimeve në AI dhe MA, konkretisht: paragjykimet racore dhe paragjykimeve gjinore dhe më pas të analizojnë ndikimin dhe rreziqet që ato kanë/mund të kenë në shoqëri.

Fjalët kyç: paragjykimet racore, paragjykim gjinor, algoritëm.

Abstract

Artificial intelligence (AI) is an advanced scientific field that aims to develop computers and other computer systems that can make decisions and perform actions autonomously, simulating human intelligence. However, like any other scientific field, artificial intelligence is not free from biases and potential challenges. According to many studies, bias has been identified in many AI (artificial intelligence, but from this point on we will refer to it by its acronym) entities, especially in machine learning (MA). The purpose of this paper is to provide a general presentation of two categories of prejudice in AI and MA, specifically: racial prejudice and gender prejudice and then analyze the impact and risks they have/could have in society.

Keywords: racial discrimination, gender, algorithm

Hyrje

¹ KONTAKT: grigorina.boce@umsh.edu.al

Sfondi i problemit

Nëse bëjmë një udhëtim të shkurtër prapa në kohë, mënyra se si jetonin njerëzit në vitet 1880 nuk ndryshoi aq drastikisht me mënyrën se si jetonin njerëzit në vitin 1910, sikur të krahasonim se si jetonin njerëzit në vitet 1980 me mënyrën se si ishte jeta në vitin 2010. Në vetëm 30 vjet, ardhja e internetit, kompjuterëve personalë dhe së fundmi përdorimi i inteligjencës artificiale e ka bërë jetën në vitet 1980 të ndihet si shekuj më parë. Kur vëzhgoj fëmijët e sotëm të shkollës së mesme teksa shohin një film të viteve '80, ku ka faks dhe telefona me kabllo, reagimet e tyre janë mbresëlënëse.

Kam dëgjuar që fëmijët i referohen Nokia 3310 si të lashtë, edhe pse është prodhuar vetëm 20 vjet më parë. Semantika është interesante sepse zbulon kuptimin tonë të botës ose mungesën e saj.

Nëse e kaluara e afërt për shkak të teknologjisë duket si përgjithmonë më parë, është edhe më e vështirë të imagjinohet se sa do të ndryshojë e ardhmja. Futuristi Ray Kurzweil, në esenë e tij 'Ligji i Kthimeve të Përsheptuara', shkroi: "Ne nuk do të përrjetojmë 100 vjet përparim në shekullin e 21-të - do të jetë më shumë si 20,000 vjet përparim (me ritmin e sotëm)".

Kështu, duke argumentuar paaftësinë tonë për të kuptuar se sa do të ndryshojë bota në të ardhmen. Ndoshta sfida nuk do të ishte vetëm në përfytyrimin e së ardhmes, por përkundrazi pranimi dhe përvetësimi i të gjitha këtyre ndryshimeve të ardhshme dhe më e rëndësishmja do të ishte marrja e masave që ajo zhvillon në një mënyrë që ushqen vlerat themelore për të cilat të gjithë jemi dakord, si p.sh. drejtësi, barazi e kështu me radhë.

Kur njerëzit janë pyetur për kuptimin e tyre të Inteligjencës Artificiale (IA), studimi i kryer nga Weber Shandwick dhe KRC Research, i cili rezultatet e tij janë publikuar në Harvard Business Review, ka intervistuar 2,100 konsumatorë në një sondazh online në pesë tregje globale, duke përfshirë Shtetet e Bashkuara të Amerikës, Kanada, Mbretërinë e Bashkuar, Kinën dhe Brazilin. Ky studim ka synuar të zbulojë se si njerëzit shohin dhe kuptojnë konceptin e IA, duke ofruar një dritare në perspektivën e tyre.

Sipas sondazhit të tyre, njohuritë që njerëzit kishin për AI ndryshonin shumë: "Dy të tretat e të anketuarve thonë se dinë diçka për AI, megjithëse vetëm rreth dy në 10 (18%) thonë se dinë shumë. Një e treta pranoi se nuk dinte asgjë për AI. Ne zbuluam se deri tani përshtypja e parë më e zakonshme e AI janë "robotët", siç thanë 22% e të anketuarve.

Çështja është se AI nuk është ai robot që mund të keni hasur në një film Star Trek ose Matrix. Nuk është as diçka e së ardhmes së largët. Në realitet,

entitetet e inteligjencës artificiale po përdoren në jetën tonë të përditshme pa qenë të vetëdijshëm për këtë. Shumë entitete të inteligjencës artificiale janë përdorura në sistemin gjyqësor, përfshirë softuerin Korrektues i Menaxhimit të Autorëve Profilizues për Sanksionet Alternative (COMPAS) në Shtetet e Bashkuara të Amerikës. Ky softuer përdor teknologjinë e inteligjencës artificiale për të ndihmuar në vendimmarrjen gjyqësore rreth lirit ose marrjes në kujdes të një personi të dënuar.

Nëpërmjet analizës së të dhënave dhe profilit të individëve, COMPAS ka për qëllim të përcaktojë të ardhmen e tyre gjyqësore. Megjithatë, ka pasur debat mbi përdorimin e kësaj teknologjie, pasi ka pasur shqetësime se ajo mund të krijojë diskriminim dhe sesa e drejtë është në përdorimin e saj për vendimmarrjen gjyqësore. Kjo është një çështje komplekse dhe e diskutueshme që ka të bëjë me lidhjen midis teknologjisë së IA dhe drejtësisë së përshtatur nga njerëzit.

Për më tepër, përdoret në softuerët e njohjes së fytyrës dhe softuerët e ndryshëm të vlerësimit për të ndihmuar kompanitë ose shtetet të marrin vendime në financa, punë dhe sigurime.

Sidoqoftë, saktësia e AI nuk duket të reflektohet në mënyrë të barabartë në këto fusha. Nga hulumtimet e mëparshme është vërejtur gjerësisht se paragjykimi në AI ekziston. Paragjykimi përkufizohet si: veprimi i mbështetjes ose kundërshtimit të një personi ose gjëje të caktuar në mënyrë të padrejtë, për shkak të lejitimit të opinioneve personale që të ndikojnë në gjykimin tuaj. (nga Cambridge Online Dictionary)

Paragjykimi në AI vërehet i pandashëm në Learning Machine, duke e bërë në këtë mënyrë përfundimin e softuerit si "të padrejtë"[4]. Në kontekstin e vendimmarrjes, për të cilën IA përdoret më së shumti, drejtësia është mungesa e ndonjë paragjykimi ose favorizimi ndaj një individi ose një grupi bazuar në karakteristikat e tyre të qenësishme ose të fituara.

Natyrisht, makinat ndryshe nga njerëzit nuk mërzhiten apo lodhen, kështu që natyrshëm do të prisnim që ato të ishin më objektivat kur bëhet fjalë për vendimmarrje. Pra, pse AI është e padrejtë dhe e njëanshme? Për shembuj konkretë të paragjykimeve të AI, mund të shohim raste të diskriminimit racial ose gjinisë në sistemet e përzgjedhjes së kandidatëve për punë, ndikimin e padrejtë në lëvizjen e personave me përgjegjësi gjyqësore, ose edhe në vlerësimin e aplikacioneve për kredi. Këto raste shpesh tregojnë se AI është e njëanshme dhe e padrejtë kur përdor të dhëna të paragjykuara ose të dëmtuara

për të marrë vendime që kanë ndikim në jetën e njerëzve.

Softueri i njohjes së fytyrës, i cili është i ngulitur në shumicën e telefonave inteligjentë, por edhe në pajisje të tjera, ka treguar se është më i saktë tek meshkujt dhe të bardhët, duke demonstruar qartë një paragjykim për sa i përket gjykimit ndaj grave dhe veçanërisht grave me ngjyrë.

Nëse kërkoni për imazhe në motorë të ndryshëm kërkimi, si p.sh. "doktor", rezultatet ka shumë të ngjarë të tregojnë një burrë dhe nëse do të kërkoni në mënyrë alternative për shembull "Anisa", rezultatet kanë një tendencë për të treguar gratë. Natyrisht, gratë mund të jenë dhe janë, mjekë dhe burrat janë/mund të jenë infermierë, por algoritmi i mësimit të makinës, i ushqyer nga të dhënat historike, përforcon një paragjykim kulturor, i cili quhet paragjykim i shoqatës ose më i njohur si paragjykim gjinor që do të shohim në pjesën III.

Për më tepër, në softuerin COMPAS të përmendur më sipër, studimet kanë treguar se ka një rezultat më të lartë për sa i përket vlerësimit të rrezikut për shkelësit afro-amerikanë në krahasim me kaukazianët (nëse variabla të tjerë bien brenda të njëjtit profil). COMPAS i ndihmon gjyqtarët të marrin vendimet e tyre se kë të lirojnë, prandaj, ndikimi i paragjykimeve në një softuer të tillë mund të jetë i jashtëzakonshëm në jetën e një personi. Kjo kategorizon si paragjykim racor, të cilin do ta shohim në pjesën II.

Paragjykimi racor në AI

Të gjithë jemi të vetëdijshëm për përkufizimin e racizmit si besimi se një racë është më superiore se një tjetër/tjetra. Edhe pas shekujsh beteje, racizmi ende zë vend në jetën tonë të përditshme, veçanërisht kur bëhet fjalë për racizëm të institucionalizuar. Ky sistem besimi i shtyn njerëzit ose institucionet të marrin vendime të padrejta dhe të pabarabarta, pra të jenë të njëanshëm. Një term tjetër, me të cilin mund të mos jemi shumë të njohur, është paragjykimi i nënkuptuar racor. Ka një dallim thelbësor midis paragjykimeve të nënkuptuara racore dhe racizmit ose diskriminimit. Paragjykimet e nënkuptuara janë bindje të formuara nën ndikimin e nënvetëdijshëm dhe mund të ndikojnë në vendimet dhe sjelljet e një individi në mënyrë të pavetëdijshme. Kjo do të thotë se njeriu nuk është i vetëdijshëm për mënyrën se si paragjykimet e nënkuptuara ndikojnë në veprimtarinë e tyre.

Këto paragjykime të nënkuptuara racore janë të pranishme në shumë shoqëri dhe ndikojnë në mënyrë të thellë në perceptimin dhe sjelljen e njerëzve. Ata "ushqehen" shpesh nga algoritmet e Mësimit të Makinës, të cilat

mësojnë nga të dhënat që përdoren për të trajnuar ato. Nën mësimi i mbikëqyrur, AI mund të krijojë ose përforcojë paragjykime të nënkuptuara nëpërmjet të dhënave të pavetëdijshme që përdoren për të ndërtuar modele AI.

Ashtu si në shembullin e përmendur në hyrje, COMPAS, ka paragjykim racor të ngulitur në vetvete, duke i dhënë kështu një rezultat jo objektiv gjyqtarit.

Një shembull tjetër do të ishte aplikacioni fotografik i Google, i cili u jep etiketa automatike (duke nxjerrë fjalë, zakonisht ose mbiemra ose emra) për imazhet në albumet e fotografive dixhitale, në fakt po i etiketonte fotot e njerëzve me ngjyrë si gorilla. Google kërkoi falje publike, duke e pretenduar atë të paqëllimshme. Megjithatë, gabime të ngjashme u shfaqën në softuerin e kamerës së uebit të Hewlett-Packard, i cili kishte shumë vështirësi në njohjen e imazheve të njerëzve me një nuancë lëkure më të errët dhe në softuerin e kamerës së Nikon, i cili i etiketoi imazhet/fotot e njerëzve aziatikë si "duke ndezur".

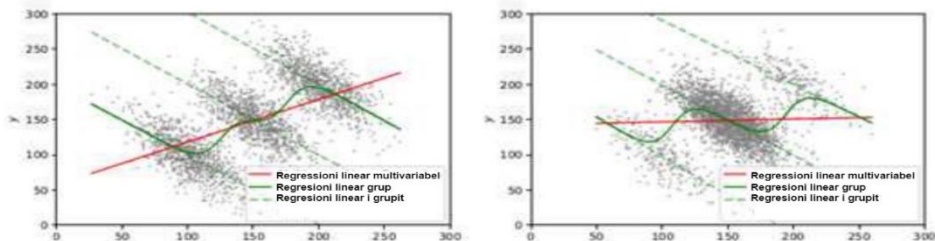
Nga një këndvështrim teknik, kur ne e konsiderojmë popullsinë (ose më shpesh kampionin) në algoritmin tonë statistikor/makinerik si homogjen dhe nuk marrim parasysh se sa heterogjen mund të jetë në realitet, atëherë ne, si shkencëtarë, mund të bëjmë gabime fatale, kur i këshillojmë njerëzit për shëndetin, financat e kështu me radhë. Le të marrim një shembull që në fakt tregon se si mund të duket paragjykimi në AI.

Punimi, "Një Sondazh mbi Paragjykimet dhe Drejtësinë në Machine Learning", ka marrë një vështrim, konsideroni një studim hipotetik të ushqyerjes për të demonstruar se si heterogjenitetet mund të paragjykojnë të dhënat. Ky studim hipotetik shikon se si konsumimi i makaronave në baza ditore mund të ndikojë në indeksin e masës trupore (BMI).

"Analiza e regresionit (vija e kuqe e fortë) tregon një lidhje pozitive në popullatë midis konsumit të makaronave dhe BMI-së. Trendi pozitiv sugjeron se rritja e konsumit të makaronave shoqërohet me BMI më të lartë. Megjithatë, pa e ditur për studiuesit, popullata e studimit ishte heterogjene, e përbërë nga nëngrupe që ndryshojnë në nivelin e tyre të fitnesit - njerëz që nuk ushtroheshin, njerëz me nivele normale të aktivitetit dhe atletë. Kur të dhënat ndahen sipas nivelit të fitnesit, tendencat brenda secilit nëngrup janë negative (vijat e gjelbra të ndërprera), duke çuar në përfundimin se rritja e konsumit të makaronave, në fakt, shoqërohet me një BMI më të ulët. Rekomandimet për konsumin e makaronave që vijnë nga analiza naive janë

të kundërta me ato që vijnë nga një analizë më e kujdesshme që llogarit ndryshimin midis nëngrupeve” ne figurën 1.

Figura 1. Analiza e regresionit, (Mehrabi et al)



Një shembull tjetër i kësaj është vërejtur nga ProPublica, në lidhje me algoritmin e AI në sistemin gjyqësor, i cili vlerëson mundësinë e një kriminelit për të kryer një krim tjetër nëse del nga burgu. Në rastin e studimit, ishin dy rastet e Brisha Borden dhe Vernon Prater. Broden vodhi një biçikletë teksa priste motrën e saj të dilte nga shkolla dhe u arrestua dhe u akuzua për vjedhje dhe vjedhje të vogla për biçikletën që vodhi, me vlerë 80 dollarë.

Nga ana tjetër, Prater (i cili ishte një burrë 42 vjeçar me precedentë të mëparshëm) vodhi rreth të njëjtës vlerë sendesh, pra 80 dollarë, nga një dyqan ndërtimi. Edhe pse Prater ishte një kriminel i përjetshëm, i akuzuar për grabitje të armatosur dhe shumë krime të tjera, kur të dy personat u denoncuan në sistemin e burgjeve, ndodhi diçka e çuditshme: Broden - i cili është me ngjyrë - mori një notë të lartë për sa i përket rrezikut për të kryer një përsëri krimi ndërsa Prater - i cili është i bardhë - konsiderohej nga algoritmi si me rrezik të ulët. Dy vjet më vonë, Broden nuk akuzohet për ndonjë krim të ri, por Prater nga ana tjetër mori një tjetër dënim 8-vjeçar. Algoritmi ishte i gabuar dhe i njëanshëm racor.

Paragjykimi gjinor në AI

Nëse automatizimi dhe AI nuk zhvillohen dhe zbatohen në një mënyrë të ndërgjegjshme gjinore, ato ka të ngjarë të riprodhojnë apo edhe të përforcojnë stereotipet ekzistuese gjinore dhe normat sociale që janë diskriminuese.

Shembuj:

Asistentët personalë virtualë si Alexa, Siri dhe Cortana kanë emra femrash dhe një zë të paracaktuar femëror. Kompanitë që qëndrojnë pas këtyre

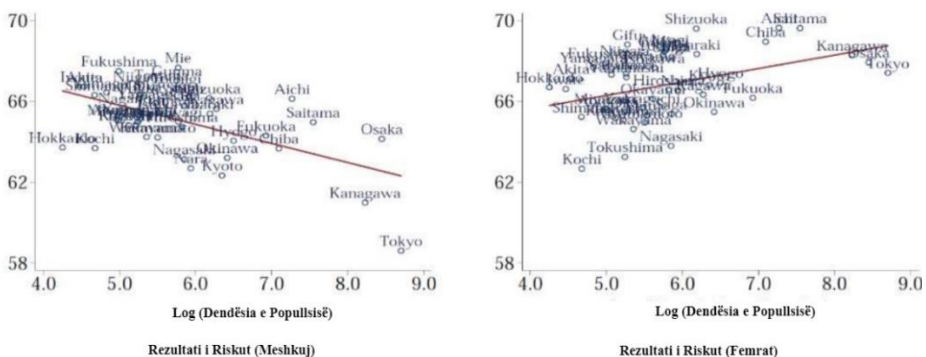
asistentëve virtualë po përforcojnë realitetin social në të cilin shumica e sekretareve dhe asistentëve personalë janë gra.

Paragjykimi gjinor përshkon gjithashtu algoritmet e AI. Me afro 78% sipas Institutit Evropian për Barazi Gjinore, të profesionistëve të AI-së që janë meshkuj, krijimi i algoritmit është i informuar dhe i dominuar nga përvojat mashkullore. Ky paragjykim gjinor mund të ketë implikime të konsiderueshme negative për gratë. Algoritmet mund të ndikojnë në aksesin e grave në punë ose kredi të ndryshme duke verifikuar automatikisht aplikacionet e tyre ose duke u dhënë grave një vlerësim të pafavorshëm. Për më tepër, vlerësimi i rrezikut i bazuar në algoritëm në sistemet e drejtësisë penale mund të funksionojë kundër grave, për shembull, nëse nuk merret parasysh fakti që gratë kanë më pak gjasa se burrat për të kryer vepër penale.

Robotizimi dhe automatizimi i vendeve të punës do të ndikojë si burrat ashtu edhe gratë. Por paragjykimi gjinor ka të ngjarë të shkaktojë që automatizimi të ketë ndikim të gratë në mënyrë disproporcionale. Për shembull, nëse më shumë se 70% e punëtorëve në prodhimin e veshjeve janë gra, automatizimi padyshim do të prekë më shumë gratë sesa burrat.

Frey and Osborne (2017).

Figura 2. Rezultati i riskut, Frey and Osborne (2017)

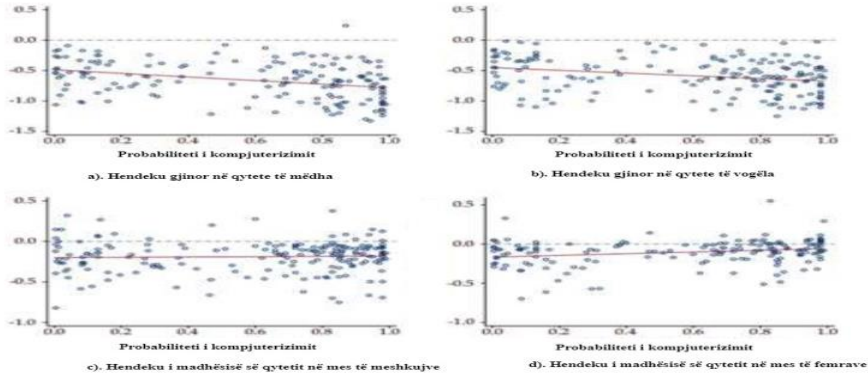


Riprodhuar nga Figura 3 në Hamaguchi dhe Kondo (2018), Rezultati i rrezikut të punësimin të kompjuterizimit dhe madhësisë së qytetit.

Siç mund të vërehet nga formula e mësipërme e cila përdoret për të matur se si do të ndryshojë punësimi me futjen e AI në Japoni si një rast studimi dhe vizualizimi i saj në grafikë, mund të vërehet qartë se ajo ndikon shumë ndryshe tek gratë dhe burrat, duke ndikuar më shumë tek gratë. veçanërisht

në zonat me dendësi të madhe të popullsisë si Tokio dhe Osaka.

Figura 3. Rezultati i rrezikut të punësimit të kompjuterizimit Hamaguchi (2018)



Shkaqet e mundshme:

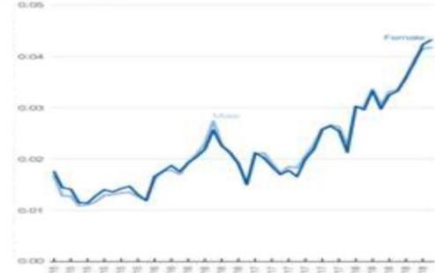
1. Veçoritë dhe teknikat e modelimit: Matjet e përdorura si inpute për modelet e mësimit të makinës, apo edhe trajnimi aktual i modelit në vetvete, mund të paraqesin paragjykim.

2. Një grup të dhënash trajnimi të shtrembëruar ose jo të plotë: Kjo ndodh kur kategoritë demografike mungojnë në të dhënat e trajnimit. Modelet e zhvilluara me këto të dhëna më pas mund të dështojnë të shkallëzohen siç duhet kur aplikohen në të dhëna të reja që përmbajnë ato kategori që mungojnë. Për shembull, nëse folësit femra përbëjnë një përqindje të ulët të të dhënave tuaja të trajnimit, le të themi 12 për qind, atëherë kur një model i trajnuar i mësimit të makinerive zbatohet për femrat, ai potencialisht do të prodhojë një shkallë më të lartë gabimesh.

3. Etiketat e përdorura në trajnime: Aplikacionet e AI në përgjithësi trajnohen duke përdorur të dhëna që gjenerohen nga njerëzit dhe njerëzit janë në thelb të njëanshëm. Shumica e sistemeve komerciale të AI përdorin mësimin e makinerive të mbikëqyruar, duke etiketuar të dhënat e trajnimit në mënyrë që t'i mësojnë modelit të zgjedhur se si të sillen. Shpesh njerëzit krijojnë këto etiketa dhe duke pasur parasysh se shpesh njerëzit shfaqin paragjykim të vetëdijshëm dhe të pavetëdijshëm dhe modelet e të mësuarit të makinës janë trajnuar për të vlerësuar këto etiketa, klasifikimi i gabuar dhe padrejtësia ndaj një kategorie specifike gjinore do të kodohet në model, duke çuar në paragjykim.

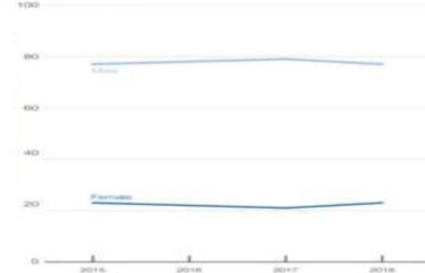
Figura 4. Raporti Global i Hendekut Gjiner 2018 nga Forumi Ekonomik Botëror

Figura 8A: Tendencat në aftësitë e inteligjencës artificiale sipas gjinisë dhe viti shkalla e pranimit



Përqindja e anëtarëve të AI që shpërndahet sipas gjinisë dhe vitit

Figura 8B: Tendencat në aftësitë e inteligjencës artificiale sipas gjinisë dhe viti përqindja e pranimit



Përqindja e anëtarëve të AI, sipas muajit të shtimit të parë të aftësisë së parë të AI (%)

Burimi: Raporti Global i Hendekut Gjiner 2018 nga Forumi Ekonomik Botëror

Përfundime:

Çdo teknologji e re kërkon kohë për të dalë me saktësi dhe siguri dhe duhur. Në kontekstin e inteligjencës artificiale (AI), kjo është pothuajse e rëndësishme, pasi AI ka një ndikim të thellë në shoqëri dhe jetën e njerëzve. Për të siguruar që drejtësia aplikohet në algoritmet e përdorura në entitetet e AI, janë zhvilluar disa strategji dhe praktika të rëndësishme.

Një nga strategjitë kryesore është transparenca dhe interpretueshmëria e algoritmeve. Është e rëndësishme që algoritmet e përdorura të jenë të kuptueshme dhe të transparente, në mënyrë që të jenë të kontrollueshme dhe të vlerësohen nga një audiencë të gjerë. Kjo përfshin edhe detyrimin për të bërë algoritmet e mësimin të makinës të shpjegojnë vendimet e tyre.

Po ashtu, është e rëndësishme të përdoren dhe të mbahen të dhëna të përdorura për trajnim të pastra dhe të pa paragjykuara. Përdorimi i të dhënave të pasura dhe të ndryshueshme është i rëndësishëm për të parandaluar paragjykimet dhe diskriminimin në algoritmet e IA.

Gjithashtu, përfshirja e një përgjegjësie sociale dhe etike në zhvillimin dhe përdorimin e AI është thelbësore. Është e rëndësishme që zhvilluesit dhe përdoruesit e AI të kenë kujdes për pasojat e mundshme të algoritmeve dhe të monitorojnë përdorimin e tyre në mënyrë etike.

Këto janë disa nga strategjitë dhe praktikatat që janë zhvilluar për të siguruar që AI të përdoret me drejtësi në shoqëri. Këto shqetësime janë të

rëndësishme dhe janë duke u bërë gjithnjë e më të rëndësishme si AI shtrihet në aspekte të ndryshme të jetës dhe shoqërisë:

"Drejtësia kundërfaktuale" është shpikur si një term që trajton atributet e ndjeshme si gjinia dhe raca. Metoda kundërfaktuale specifike e shtegut të Silvia Chiappa merr në konsideratë mënyra të ndryshme që atributet e ndjeshme ndikojnë në rezultatet - disa ndikime mund të konsiderohen të drejta dhe mund të mbahen nga algoritmi, ndërsa ndikime të tjera mund të konsiderohen të padrejta dhe për këtë arsye ato duhet të hidhen poshtë. Përpunimi paraprak i të dhënave për t'u siguruar që algoritmi mëson nga një grup i të dhënave "i pastër".

Teknikat inovative të trajnimit, siç është përdorimi i të mësuarit të transferimit ose klasifikuesve të shkëputur për kategori të ndryshme, janë demonstruar të jenë efikase në zvogëlimin e mospërputhjeve në teknologjitë e analizës së fytyrës. Këto metoda kanë tërhequr vëmendjen e hulumtuesve dhe zhvilluesve të teknologjisë së inteligjencës artificiale dhe kanë ndihmuar në përmirësimin e performancës së sistemeve të njohjes së fytyrës.

Përdorimi i të mësuarit të transferimit është një metodë e cila lejon trajnimin e një modeli të inteligjencës artificiale në një detyrë specifike dhe pastaj aplikimin e një pjese të këtij modeli në një detyrë të ndryshme. Kjo mund të reduktojë mospërputhjet dhe të ndihmojë në përmirësimin e performancës së njohjes së fytyrës në kontekste të ndryshme.

Klasifikuesit e shkëputur për grupe të ndryshme janë një tjetër metodë që ka shpërthyer në përdorimin e teknologjisë së analizës së fytyrës. Ky metodë lejon ndarjen e individëve në kategori të ndryshme në bazë të tipareve të tyre fytyrës. Kjo ndihmon në zvogëlimin e mospërputhjeve dhe në sigurimin e një ndarje më të saktë të individëve.

Figura 5. Mënyrat për praktikantët e inteligjencës artificiale, Mckinsey

Minimizimi i përçarjes do të jetë kritik nëse inteligjenca artificiale dëshiron të arrijë potencialin e saj dhe të rrisë besimin e njerëzve në sisteme.

Gjasthtë mënyra potenciale përpara për praktikantët e inteligjencës artificiale (AI) dhe udhëheqësit e biznesit dhe politikës për t'u konsideruar



Burimi: Mckinsey

Literatura

Angwin, Larson, Mattu, Kirchner, J. A, J. L, S. M, L. K. (2016, May 23).

<https://www.propublica.org/article/machine-bias-risk-assessments-in-criminal-sentencing>

Barocas, S., & Selbst, A. D. (2016). *Big Data's Disparate Impact*. *SSRN Electronic Journal*, 62. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2477899>

BUOLAMWINI, J. B. (2019). *Artificial Intelligence Has a Problem With Gender and Racial Bias. Here's How to Solve It*. *TIME*, <https://time.com/5520558/artificial-intelligence-racial-gender-bias/>

Cambridge Dictionary. (2021). <https://Dictionary.Cambridge.Org/>. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/bias>

Chiappa, S. (2019). *Path-Specific Counterfactual Fairness*. *Proceedings of the AAAI Conference on Artificial Intelligence*, 33, 7801–7808. <https://doi.org/10.1609/aaai.v33i01.33017801>

Crawford, K. C. (2016). *Artificial intelligence's white guy problem*. *The New York Times*,

<https://www.nytimes.com/2016/06/26/opinion/sunday/artificial-intelligences-white-guy-problem.html>

Gaines-Ross, L. G. R. (2016). *What Do People — Not Techies, Not*

Companies — Think About Artificial Intelligence? *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2016/10/what-do-people-not-techies-not-companies-think-about-artificial-intelligence>

Hamaguchi, N and K Kondo (2018). *Regional employment and artificial intelligence in Japan*. *RIETI discussion paper* 18-E-032.

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/artificial%20intelligence/tackling%20bias%20in%20artificial%20intelligence%20and%20in%20humans/mgi-tackling-bias-in-ai-june-2019.pdf>

Josh Feast, 2019. *4 Ways to Address Gender Bias in AI*. *Harvard Business Review* 2009, <https://hbr.org/2019/11/4-ways-to-address-gender-bias-in-ai>

Kurzweil, R. K. (2001, March 7). *The Law of Accelerating Returns*.

<https://www.kurzweilai.net/>. <https://www.kurzweilai.net/the-law-of-accelerating-returns>

Lim, H. L. (2020, July 20). *7 Types of Data Bias in Machine Learning*. *Lionbridge.Ai*. <https://lionbridge.ai/articles/7-types-of-data-bias-in-machine-learning/>

Maryfield, B. M. (2018, December). *Implicit Racial Bias*. *Justice Research and Statistics Association*. <https://www.jrsa.org/pubs/factsheets/jrsa-factsheet-implicit-racial-bias.pdf>

Mehrabi, Ninareh & Morstatter, Fred & Saxena, Nripsuta & Lerman, Kristina & Galstyan, Aram. (2019). *A Survey on Bias and Fairness in Machine Learning*.

Shai Danziger, Jonathan Levav, and Liora Avnaim-Pesso, (2011). *Extraneous factors in judicial decisions*. *Proceedings of the National Academy of Sciences* 108, 17 (2011), 6889–6892.

Silberg, Manyik, J. S. J. M. (2019, June). *Notes from the AI frontier: Tackling bias in AI (and in humans)*. *Mckinsey*.

Surya Deva (2020). *Addressing the gender bias in artificial intelligence and automation*. *Open Global Rights*, <https://www.openglobalrights.org/addressing-gender-bias-in-artificial-intelligence-and-automation/>

Sfidat e auditimi i sektorit publik në teknologjinë digjitale

Lindita Milo^{1a}, Eros Angjeli^b

^a*Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë*

^b*Ministria e Financës dhe Ekonomisë*

Përmbledhja

Është fakt se po jetojmë në një epokë të re, në atë të transformimit digjital. Në këtë kontekst, teknologjitë digjitale gjithnjë e më shumë e ridimensionojnë sektorin publik, duke përfshirë, gjithashtu auditin e brendshëm publik. Auditimi publik është një funksion jetik i administratës publike pasi ka mision të garantojë se qeveritë po veprojnë në mënyrë të efektshme, efektive dhe në përputhje me ligjet dhe objektivat e politikave. Këto procese, gjithashtu, mbrojnë qeveritë nga mashtrimi, korrupsioni dhe abuzimi. Me gjithë punën e jashtëzakonshme të realizuar në vitet e fundit në fushën e auditimit të sektorit publik në Shqipëri, sektori ndeshet me sfida të reja. Ky është një debat midis studiuesve mbi zhvillimet e reja të praktikave dhe rregulloreve të auditimit të brendshëm publikë në kontekstin dixhital. Ky studim synon të identifikoj instrumentet dhe praktikat që auditimi i brendshëm publik duhet të përshtatësi në përgjigje të nivelit të digjitalizimit të sektorit publik në Shqipëri. Ky hulumtim përdor teknikën e intervistave gjysmë të strukturuar me drejtuesit e njësisë të auditimit të brendshëm në sektorin publik si një metodë për mbledhjen e të dhënave primare. Metodologjia e studimit bazohet në filozofinë e interpretimit, qasja induktive dhe në strategjinë e hulumtimit eksplorues.

Fjalët kyç: auditimi, auditimi i brendshëm, auditimi publik, digjitalizimi, Shqipëria

¹ KONTAKT: lindita.milo@umsh.edu.al

Abstract

It is matter of fact that we are living in a new era, in a digital transformation. In this context, digital technologies increasingly place new demands and expectations on the public sector as well, including the public internal audit. Public auditing is a crucial activity as it is ensuring that governments are operating efficiently, effectively and in line with laws and policy objectives. These processes, also, protect governments from fraud, corruption, waste and abuse. While there has been a lot of exceptional work in recent years on public sector audit, the sector faces new challenges. It is a debate among scholars on the development of the internal auditing practices and regulations in a digital context. This paper aims to investigate how the internal audit function in the public sector modifies its activities and practices in relation to the digitalization of public sector in Albania. This research work utilizes a semi-structured interviews with senior internal auditing officers in public sector as a method for primary data collection as well as a qualitative study with interpretivism philosophy, inductive approach and narrative inquiry strategy is taken as the best options for this particular study.

Keywords: internal audit, public auditing, digitalization, Albania

Hyrje

Përdorimi i teknologjisë së informacionit po njih rritje gjithnjë e më tepër në ditët e sotme, duke bërë që pothuajse çdo transaksion apo veprim që realizohet nga institucionet publike të përpunohet përmes sistemeve të kësaj teknologjie. Në këtë kontekst edhe proceset audituese në sektorin publik janë pjesë e këtij transformimi teknologjik.

Auditimi si proces në tërësi dhe auditimi publik në veçanti është përballur vazhdimisht dhe vazhdon të përballet me sfida. Në dinamikën e zhvillimit, auditimi i sektorit publik ka ndryshuar fokusin nga inputet, rregulloret dhe përdorimi korrekt i burimeve publike financiare në një filozofi menaxheriale të realizimit të aktivitetit qeverisës nëpërmjet auditimit të performancës dhe të vlerës së parasë së përdorur. Në këtë kontekst, auditimi në sektorin publik konsiderohet një nga elementët jetik që ndihmon institucionet në arritjen e objektivave të tyre të përcaktuara nga vendimmarrësit politik në nivel kombëtar.

Pavarësisht nga shkalla e ulët e digjitalizimit të proceseve qeverisëse si dhe niveli i përdorimit të sistemeve të integruara të informacionit në Shqipëri, efektet e digjitalizimit të proceseve qeverisëse dhe të ofrimit të shërbimit ndaj publikut janë të pranishëm në të tashmen dhe të ardhmen e afërt. Rrjedhojë e

këtyre proceseve janë gjenerimi i të dhënave të konsiderueshme dhe kompleksiteti i gjurmëve të auditimit, fenomene me të cilat audituesit edhe të sektorit publik do të duhet të përgatiten për t'u ballafaquar.

Adresimi i aspekteve të përshtatjes dhe të rregullimit të auditimit në sektorin publik kundrejt sfidave që paraqesin zhvillimet e shpejta digjitalizuake është qëllimi i hulumtimit, pjesë të së cilit janë prezantuar nëpërmjet këtij punimi.

Nëpërmjet këtij hulumtimi synohet të identifikohet se si niveli i digjitalizimit të njësive publike të qeverisjes do të ndikojë në praktikat dhe aktivitetin e audituesve të sektorit publik e parë kjo në dy aspekte kryesore: llojin e aktiviteteve të kryera nga auditimi publik dhe përdorimin e analitikës së të dhënave (data analytics); Si ndryshimi teknologjik do të formëzojnë auditimin e sektorit publik në të ardhmen; Çfarë lloj teknologjish ka të ngjarë të ekzistojnë dhe si do të ndikojnë ato në fushë; Cilat janë përfitimet dhe rreziqet potenciale për audituesit dhe institucionet e auditit. Hulumtimi i këtyre pyetjeve kërkimore është bazuar në studimin sistematik të punës teorike dhe empirike të studiuesve të tjerë dhe në filozofinë interpretuese të të dhënave primare të grumbulluara nëpërmjet teknikës së intervistës së eksperteve të fushës, pra në këtë pjesë të hulumtimit të paraqitur në këtë punim është përdorur metoda e hulumtimit eksplorues. Kjo metodë kombinohet më teknikën e anketimit nëpërmjet pyetësorit të kampionit përfaqësues të popullatës së audituesve në sektorin publik në vijim të studimit, e cila nuk është pjesë e këtij shkrimi.

Në përfundim, studiuesit dhe praktikantët duhet t'i kushtojnë më shumë vëmendje aftësive dinamike të audituesve të sektorit publik lidhur me aftësitë dhe kompetencat në lidhje me rolet e reja lidhur me raportimin e qëndrueshmërisë dhe objektivat e zhvillimit të qëndrueshmërisë së OKB-së. Audituesit dhe institucionet do të mund të kenë përfitimin e plotë të zhvillimeve të ardhshme teknologjike, duke investuar vëmendje dhe përshtatje të infrastrukturës rregullative si dhe kompetencat e duhura për të trajtuar sfidat në rritje përgjatë rrugëtimit në të ardhmen.

Rishikim i literaturës

Sikurse është argumentuar gjerësisht nga autorë të ndryshëm (Troupin, S., Put, V., Weets, K. & Bouckaert, G., 2010), qëllimi kryesor i audituesve ishte të vlerësonin përshtatshmërinë dhe saktësinë e llogarive për të siguruar që veprimtaria e sektorit publik, pra entiteti publik, të ishte e ligjshme dhe

shpenzimi i parave të taksapaguesve të ishte në përputhje me bazën ligjore dhe rregullative (Wiesel, F.& Modell, S., 2014).

Fillimet e viteve '90 sollën ndryshimin e filozofisë së auditimit në sektorin publik drejtë qasjes menaxheriale. Më konkretisht, filozofit e reja të menaxhimit publik (NPM) dhe të qeverisjes së re publike (NPG) orientuan proceset audituese nga një fokus në auditimin e përputhshmërisë drejt auditimit të performancës. Sipas kësaj filozofie, auditimi i sektorit publik kaloi nga qasja e vlerësimit të përputhshmërisë së aktivitetit të entiteteve publike sipas kuadrit ligjor dhe rregullativ drejt qasjes audituese për përdorimin të parasë dhe fondeve publike me eficiencë, efektivitet dhe ekonomikitet (Mattei, G., Grossi, G. & Guthrie A.M., J., 2021).

Realizimi i kësaj filozofie bëhet gjithnjë edhe më e mundur në kushtet e zhvillimeve të teknologjisë së informacionit, duke bërë të mundur përpunimin e të dhënave, sasia e të cilave vjen në rritje. Në këtë këndvështrim, studimi i efekteve të digjitalizimit në mjetet dhe metodat e punës të profesionit audituesve në përgjithësi kanë tërhequr vëmendjen e shumë autoreve, shumica e të cilëve kanë adresuar sfidat dhe potencialet e ndryshimit të profesionit jo vetëm në sektorin privat, por edhe në atë publik. Gjithnjë e më tepër ne entitet publike dhe qeverisëse po transformohen në organizata digjitale, prandaj aspektet e zhvillimit të auditimit në sektorin publik po marrin vëmendje.

Literatura përkatëse, si (Otia, J.,E. & Bracc, E., 2022) evidenton se studimet mbi auditimin të sektorit privat janë më të hershme dhe janë përqendruar kryesisht në adoptimin dhe përdorimin e teknologjisë. Për një vlerësim më të saktë të proceseve nëpër të cilat kalon sektori publik në vendin tonë, në kontekstin e transformimeve të teknologjisë së informacionit, duhet marrë në konsideratë dallimi midis proceseve të shifrimit (digitization) dhe digjitalizimit. Disa autorë si (Unruh, G., & Kiron, D, 2017) e përkufizojnë transformimin digjital si risi të modeleve dhe proceseve të biznesit që shfrytëzojnë mundësitë digjitale. Digjitizimi dhe digjitalizimi theksojnë teknologjinë, ndërsa transformimi digjital lidhet me strategjinë dhe modelin e përgjithshëm të biznesit duke krijuar një mjedis në të cilin informacioni digjital përbën thelbin e proceseve menaxhuese.

Studimet teorike dhe empirike nënvizojnë se transformimi digjital, përgjithësisht, nxitet nga risitë dhe mënyra se si njerëzit adoptojnë ose reagojnë ndaj tyre (shih (Moffitt, K. C., & Vasarhelyi, M. A, 2013); (Cohen,

M., Rozario, A., & Zhang, C. A, 2019)). Kur ekosistemi i audituesve të sektorit publik ndikohet nga një ndryshim i nxitur nga teknologjia, ata mund t'i përgjigjen ose jo kësaj duke u përshtatur dhe nxitur inovacionin për të përmbushur kërkesat e reja të shoqërisë.

Zhvillimet e teknologjisë së informacionit kanë filluar të ndryshojnë mënyrën e kryerjes së auditimeve edhe në sektorin publik, aspekte këto të adresuara edhe nga organizma rregullator të profesionit të audituesit në përgjithësi dhe të audituesit publik në veçanti. Këto institucione kanë adresuar prej kohësh faktin se transformimi digjital do të ndryshojë mënyrën e kryerjes së auditimeve të sektorit publik¹⁴, duke shkuar përtej auditimit manual ende të përdorur gjerësisht. Teknologjitë si analitika e të dhënave të mëdha (big datave), përpunimi i gjuhës natyrore dhe kërkimi semantik i dokumenteve konsiderohen si teknika që lejojnë përpunimin e të dhënave tekstuale të pa strukturuara, të cilat informojnë për aktivitete të tilla si tenderat publikë, prokurimet dhe paketat e ndihmës (ECA, 2020).

Sfidat me të cilat audituesit do të ballafaqohen lidhen me *mënyrën e tyre të punës*, pasi në thelb aktiviteti auditues dhe ndërtimi i opinionit të tyre bazohet në gjurmën e auditimit, e cila në kushtet e sistemeve të digjitalizuar, është me gjurmë elektronike dhe *jo në letër*. Prandaj, shumë studiues i janë referuar karakteristikave individuale të trupës audituese në sektorin publik për t'ju përshtatur këtyre ndryshimeve të vazhdueshme, pasi e tillë është dinamika e ndryshimit të teknologjisë.

Sikurse disa studiues kanë argumentuar (Agostino, D., Saliterer, I., & Steccolini, I., 2022), (Agostino, D., Bracci, E., & Steccolini, I., 2022), digjitalizimi ofron një mundësi të rëndësishme për auditimin publik që të ndryshoj qasjen në kohën dhe në mënyrën e duhur. Është fakt tashëm, se digjitalizimi po sfidon modelin tradicional të auditimit, kryesisht lidhur me mënyrën e realizimit të proceseve audituese. Rrjedhoj e digjitalizimit, këto procese janë të menjëhershme dhe të vazhdueshme dhe jo sipas qasjes të misioneve periodike vjetore si dhe kryerja e testeve të auditit mund të automatizohet (Carter, C., Muzio, D., & Spence, C., 2015). Në kushtet kur digjitalizimi ka përfshirë proceset kryesore të qeverisjes qendrore dhe vendore atëherë ka sjellë ndryshimin si të tipologjisë së njohurive që duhet të zotërohen nga audituesit, ashtu edhe rolin e tyre brenda shoqërisë më të gjerë, nëpërmjet qasjes së vazhdueshmërisë së proceseve audituese.

¹⁴Organizata Ndërkombëtare e Institucioneve Supreme të Auditit (INTOSAI), 2019

Disa studiues si (Rozario, A. M., & Vasarhelyi, M. A., 2018) argumentojnë se teknologjia mund të ndryshojë natyrën e auditit, por duhet të adresohen pengesat rregullatore për një auditim publik sa më efektiv. Aspektet rregullative të profesionit duhen trajtuar në kohën dhe në mënyrën e duhur, në mënyrë që të kapërcehen.

Në këtë kontekst, institucionet ndërkombëtare të auditimit publik si INTOSAI dhe IAASB¹⁵ kanë cilësuar mundësitë e derivuara nga proceset dhe teknologjitë digjitale duke u kujdesur për rekomandimin e rregullimeve si dhe identifikimin e praktikave më të mira të vendeve më të përparuara në përdorimin e këtyre teknologjive. Në këtë kontekst, theksi vendoset tek vështirësitë e përshtatjes së mënyrës së realizimit të proceseve audituese veçanërisht, për të përpunuar të dhënat e shumta dhe komplekse të gjeneruara përgjatë proceseve të zbatimit të politikave qeveritare (INTOSAI, 2022).

Në varësi të shkallës së përfshirjes së digjitalizimit të proceseve të qeverisjes, pothuajse të gjitha vendet po përjetojnë një hendek të ndjeshëm në disponueshmërinë e të dhënave dhe sasinë e të dhënave. Studimet e publikuara (Alles, 2015); (Zhang, C., Dai, J., & Vasarhelyi, M. A., 2018) kanë identifikuar se menaxhimi i informacionit në sistemet qeveritare të decentralizuara si në nivel lokal e rajonal mbeten sfida të vazhdueshme. Gjithashtu, audituesit në këtë periudhë tranzicioni ende nuk kanë fituar aftësitë e nevojshme për të performuar proceset audituese në mënyrë të automatizuar (Scholtes, 2020) dhe janë sa të kujdesshëm dhe konservatorë për të përqafuar teknologjitë digjitale.

Autorë të ndryshëm si (Cordery, C., & Hay, D., 2022) kanë evidentuar sfidat aktuale me të cilat përballen institucionet e auditimit të jashtëm publik, dhe në veçanti mungesën e burimeve dhe borxhin e lartë publik në sektorin publik. Në këtë kontekst, ka një pritshëmri në rritje të ndikimit të auditit publik në të ardhmen (e pasigurt) për mirëqeverisjen e fondeve publike në përmbushje edhe të objektivave e Zhvillimit të Qëndrueshëm të Kombeve të Bashkuara.

Në vijim të argumentimit mbi aspektet e auditimit në sektorin publik në një ambient të zhvillimeve teknologjike të informacionit në Shqipëri, paraqitet një panoramë e përgjithshme mbi shkallën e përfshirjes së transformimit digjital në vendin tonë

¹⁵Bordi i Standardeve Ndërkombëtare i Auditimit dhe i Sigurisë

Të dhëna mbi teknologjinë e informacionit në Shqipëri

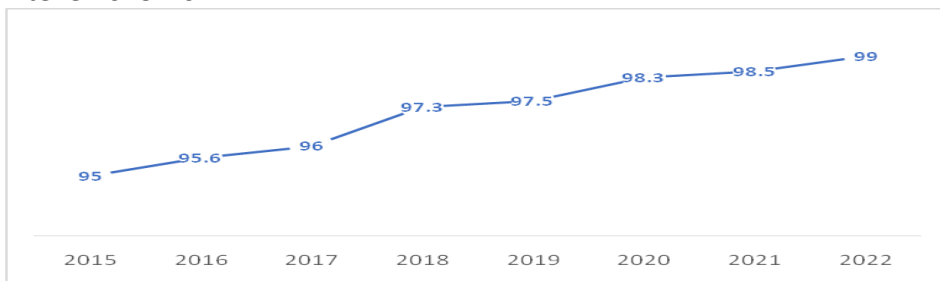
Për të kuptuar në mënyrë më të drejtë dhe për një analizë objektive mbi statusin dhe pritshmërinë e ndikimit të transformimit digjital në proceset audituese të sektorit publik në vendin tonë është e nevojshme të krijohet një pamje të qartë të niveli të përfshirjes dhe të zhvillimit të teknologjive të informacionit në vend.

Nëse do të analizonim disa të dhëna të publikuara nga (INSTAT, 2023), vihet re se për vitin 2023, 99,1% e të gjithë ndërmarrjeve që operojnë në Shqipëri me mbi 10 punonjës kanë përdorur kompjuter me akses në internet. Duhet sjellë në vëmendje në këtë statistikë se shifra 99% është e ndarë në ndërmarrje të vogla 10-49 të punësuar të cilat kanë përdorur internet për vitin 2023 në 99% të totalit të tyre, ndërkohë që ndërmarrjet me 50-249 punonjës në 99,2% të rasteve kanë përdorur internet, dhe ndërmarrjet me 250+ të punësuar përdorin 100% kompjuter me akses në internet. Në këtë grup ndërmarrjesh, 31,6% e të punësuarve përdorin kompjuter me akses në internet.

Ndërkohë që përsëri sipas të dhënave të INSTAT, në grafikun e mëposhtëm paraqitet trendi i këtyre vlerave për periudhën 2015-2022

Kjo rritje e vullshme në përdorimin e pajisjeve informatike për të realizuar procese të ndryshme të punës nxjerr qartë rëndësinë që ka përdorimi i teknologjisë së informacionit dhe teknikave analitike të asistuar nga pajisjet kompjuterike gjatë kryerjes edhe të auditimeve të çfarëdolloj natyre qofshin ato.

Grafiku 1: Vlera në % e ndërmarrjeve që kanë përdorur kompjuter sipas viteve 2015-2022



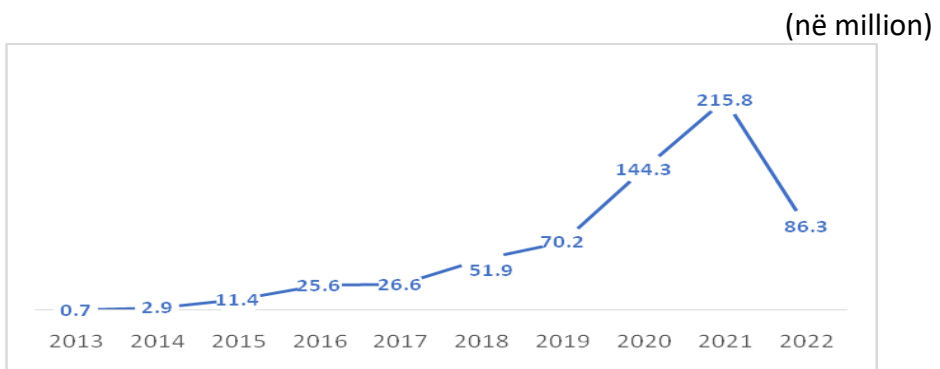
Burimi: (INSTAT, 2023)

Edhe sektori publik në Shqipëri në vitet e fundit ka njohur një rritje shumë

të madhe të nivelit të përdorimit të teknologjisë së informacionit. Kjo evidentohet qartë edhe nga të dhënat statistikore të paraqitura në grafikun e mëposhtëm në të cilin paraqitet trendi rritës i numrit të transaksioneve apo veprimeve të kryera në Platformën e Ndërveprimit të Institucioneve Publike. Në këtë platformë regjistrohen të gjithë veprimet e realizuara gjatë ndërveprimit të sistemeve kompjuterike dhe bazave të të dhënave të institucioneve publike gjatë ofrimit të shërbimeve publike. Të dhënat e paraqitura në grafikun e mëposhtëm janë të dhëna për periudhën Janar 2013-Qershor 2022.

Vlen të theksojmë se në këtë platformë janë të integruara dhe ndërveprojnë vetëm 55 sisteme elektronike, ndërkohë që numri total i sistemeve elektronike në përdorim nga institucionet publike është shumë herë më i lartë.

Grafiku 2: Numri i transaksioneve në Platformën e Ndërveprimit sipas viteve 2013-Qershor 2022



Burimi: Opendata.gov.al¹⁶ të përpunuara

Sipas rezultateve të Anketës mbi E-Government së Organizatës së Kombeve të Bashkuara (OKB) (UN, 2020) Shqipëria ka kapital njerëzor shumë të zhvilluar, por gjendja e infrastrukturës së tyre mund të pengojë përparimin e mëtejshëm në zhvillimin e e-qeverisë. Indeksi i Zhvillimit të E-Qeverisë e renditi Shqipërinë në vendin e 59-të nga 193 vende në vitin 2020, ndërsa Indeksi i Pjesëmarrjes Elektronike e rendit vendin në vendin e 36-të nga 193 vende. Megjithatë Shqipëria ka përmirësuar performancën në dy aspekte sipas këtij vëzhgimi, vendet e tjera kanë performuar nivele më të larta

¹⁶<https://opendata.gov.al/?item=transaksionet-ne-portalin-e-albania>

zhvillimi.

Kjo situatë në Shqipëri mbetet ende në nivel të dobët kur shikon renditjen në pozicionin e 83 nga 194 vende për Indeks të Gatishmërisë së Inteligjencës Artificiale për shërbimet publike. Edhe pse kjo gradë tregon një rritje në krahasim me vitet e mëparshme, ajo është në vendin e fundit në krahasim me vendet e rajonit. Vendet fqinje (Mali i Zi, Maqedonia Veriore, Serbia) janë 16 deri në 25 vende përpara Shqipërisë. Ky rezultat e gjen veten në një nivel të dobët edhe në rastin e analizimit të Indeksit të Lidhjes së Rrjetit ku përsëri Mali i Zi dhe Serbia janë 10 dhe 18 pozicione përpara dhe Maqedonia e Veriut është 12 pozicione prapa Shqipërisë. Nëse i referohemi renditjes në Indeks të Kapitalit Njerëzor në vitin 2018, shihet se Shqipëria është 3 vende përpara Malit të Zi dhe Bosnjës, 24 vende përpara Kosovës dhe 32 vende përpara Maqedonisë Veriore¹⁷, por 29 poste pas Serbisë. Ky pozicionim tregon se Shqipëria është në nivelin mesatar të 6 vendeve të Ballkanit Perëndimor. Rënditjet e mësipërme janë tregues të situatës së përdorimit të teknologjisë digjitale në administratën publike në Shqipëri, fakte që evidentojnë një nivel të absorbimit të teknologjisë digjitale në nivele më pak konkurruese se fqinjët e saj për shërbimet publike dhe transparencën.

Referuar gjetjeve të disa studiuesve të fushës, kapacitetet e pamjaftueshme administrative në Shqipëri zvogëlojnë mundësitë e një shoqërie me njohuri digjitale. Këto studime kanë sugjeruar që qeveria duhet të ketë një strategji të qartë për të rritur ndërlidhjen e sistemeve të ndryshme dhe funksionalitetin e tyre para se të ndërmarrin iniciativë për përdorimin e të dhënave të mëdha (Big Data), të cilat nuk duhet të konsiderohen vetëm një iniciativë në lidhje me të dhënat, por “...si një hap drejtë zhvillimeve të qeverisjes smart...” [Elezaj, O., Tole, Dh. & Baci, N., 2018), fq. 123].

Sipas vlerësimit të fundit të aftësive digjitale të kryera nga ITU¹⁸ në partneritet me Ministrinë e Infrastrukturës dhe Energjisë, tregu i punës aktualisht po lufton nga mungesa e aftësive digjitale, e dobët, kurrikulat e e duhura të arsimit universitar, dhe mungesa e mundësive për zhvillimin e aftësive digjitale të punonjësve (ITU, 2022). Ky është një proces që do të njohë vetëm rritje në të ardhmen duke qenë se dhe objektivat e institucioneve publike janë të prirura dhe orientuara drejt digjitalizimit të të gjithë aspekteve menaxheriale dhe operacionale të veprimtarisë së tyre. Ky fakt del qartë edhe

¹⁷<https://altax.al/en/digital-transformation-of-government-depending-on-civic-demand/>

¹⁸ International Telecommunication Union,

nëse marrim në konsideratë se në Agjendën Digjitale 2022-2026 të Shqipërisë (KM, 2022), vëmë re se një prej objektivave të vendosur është ‘Qeverisja Digjitale’ dhe nën këtë objektiv citohet *‘Sektori publik po bëhet gjithnjë e më i vetëdijshëm për vlerën që mund të fitohet nga përdorimi i Big Data, pasi qeveria po krijon dhe mbledh sasi të mëdha të të dhënave përmes aktiviteteve të saj të përditshme, të tilla si menaxhimi i pensioneve dhe kompensimi i pagesave, grumbullimi i taksave, sistemet shëndetësore kombëtare, lëshimi i dokumenteve zyrtare etj’*

Metodologjia e punimit

Hulumtimi i ndikimit të proceseve digjitalizuese të qeverisjes qendrore dhe vendore në realizimin e proceseve audituese në kushtet e Shqipërisë është strukturuar në disa faza. Faza e parë, e cila është edhe paraqitur nëpërmjet këtij punimi, bazohet në kombinimin e hulumtimit dytësor me atë empirike. Filozofia e hulumtimit e përdorur specifikisht për këtë fazë e për rrjedhojë për këtë punim është ajo interpretuese.

Studim sistematik të literaturës dhe studimeve të autorëve të fushës, është kombinuar me të dhënat dytësore të institucioneve kombëtare dhe ndërkombëtare të të dhënave statistikore apo të specializuara në fushën e teknologjisë digjitale. Nëpërmjet analizës krahasuese midis tyre është mundësuar evidentimi i tendencave ndërkombëtare në përdorimin e teknologjive digjitale të informacionit dhe atë të përpunimit të tij, si dhe është identifikuar situata konkrete e këtyre proceseve në vendin tonë.

Ndërsa puna empirike është ndërtuar bazuar në intervistat gjysmë të strukturuar me punonjësit e përfshirë në përdorimin e sistemeve të informacionit të digjitalizuara në auditimin e jashtëm publik në Shqipëri, pra, pranë Kontrollit të Lartë të Shtetit. Është përzgjedhur ky target grup pasi kanë përgjegjësinë dhe kapacitetin e auditimit të sistemeve të informacionit që janë në përdorim nga administrata publike në vendin tonë. Gjithashtu, duke qenë pjesë e grupeve të punës të INTOSAI-të për teknologjinë e informacionit kanë njohuritë mbi teknologjitë specifike që mund të përdorin audituesit publik si dhe janë në dije mbi praktikat më të mira të ndjekura nga audituesit publik të jashtëm të vendeve të zhvilluara.

Faza vijuese e hulumtimit, e cila nuk është pjesë e këtij punimi, si metodë të gjenerimit të të dhënave primare përdorë teknikën e anketimit mbi popullatën që është e gjithë trupa e audituesve publik në Shqipëri. Në këtë mënyrë studiuesit synojnë të adresojnë pyetje kërkimore më të detajuara.

Rezultatet

Informacioni në ditët e sotme është një ‘pasuri’ e institucioneve shtetërore dhe mundësitë që ofron teknologjia për të pasur akses në të dhe për ta përpunuar ose ruajtur atë janë të pa limituara. Në një fluks të tillë të dhënash ose në epokën e ‘Big Data’ për institucionet publike, audituesi i brendshëm ose i jashtëm publik duhet të jetë i përgatitur për të kryer analizimin dhe testimin e tyre me qëllim arritjen e një sigurie për të dhënë një vlerësim objektiv mbi situatën që konstatohet në institucion apo organizatë. Kjo përgjegjësi është shprehur në mënyrë të qartë nga studiuesja australiane Kate Crawford ‘*With big data comes big responsibilities*’.¹⁹

Nga intervistat e rastit studimor është cilësuar se është shumë e rëndësishme që audituesit në sektorin publik të jenë të pajisur me mjete dhe të disponojnë njohuri të përshtatshme të Teknologjisë së Informacionit, për të realizuar me sukses dhe për të përmbushur misionin e tyre auditues. Këto mjete dhe teknika përfshijnë përdorimin e aplikacioneve kompjuterike për të analizuar sasi ose volume të mëdha të dhënash. Për të përmbushur ose realizuar objektivin e tij audituesi mund të shfrytëzojë përdorimin e teknikave CAATT (Computer Assisted Audit Tools and Techniques) në disa drejtime të ndryshme, nga të cilët mund të përmendim tre prej tyre si vijon:

- Përdorimi i teknikave CAATT për të vlerësuar saktësinë dhe plotësinë e të dhënave ose sikurse përdoret në terminologjinë ndërkombëtare ‘integritetin’ e të dhënave. Në këtë drejtim audituesi sigurohet që të dhënat e marra nga një ose disa baza të dhënash të institucionit, të strukturuar ose jo, janë të kuptueshme dhe të përshtatshme për t’u analizuar.

- Përdorimi i teknikave CAATT për të vlerësuar aspektin operacional ose funksional të sistemeve apo aplikacioneve që përdor institucioni për të menaxhuar, përpunuar dhe ruajtur të dhënat që gjeneron. Në këtë drejtim audituesi sigurohet që sistemet ose aplikacionet që ka në përdorim institucioni, janë në përputhje me kushtet administrative dhe teknike mbi bazën e të cilëve ato janë parashikuar për tu ndërtuar, dhe marrin, përpunojnë dhe transmetojnë të dhënat pa tjetërsuar ose kompromentuar përmbajtjen e tyre. Kjo lloj sigurie kërkon një nivel mbi mesatare të njohurive që audituesi duhet të ketë në lidhje me mënyrën e ndërtimit dhe funksionimit të infrastrukturave dhe sistemeve teknologjike.

¹⁹ https://www.brainyquote.com/quotes/kate_crawford_918936

- Përdorimi i teknikave CAATT për të kryer analizimin e të dhënave (data analysis) me qëllim arritjen e rezultateve ose marrjen e informacionit për të cilin audituesi është i interesuar në varësi të misionit të auditimit të cilin ai po realizon.

Në sektorin publik në Shqipëri vihet re një rritje e përdorimit të teknologjisë së informacionit përgjatë realizimit të misioneve të auditimit, por ende nuk është arritur stadi ku të shfrytëzohen kapacitetet maksimale dhe mundësitë që ofron teknologjia e informacionit për audituesin.

Nga analiza e të dhënave empirike rezulton se audituesit janë përdorues me njohuri mbi mesataren ose/dhe të avancuara në përdorimin e mjeteve si Microsoft Excel apo Microsoft Access, por institucionet publike nuk kanë kryer investime serioze në drejtim të fuqizimit të kapaciteteve njerëzore për t'i trajnuar dhe pajisur me njohuritë e përshtatshme për t'u përballur me epokën e auditimit në 'Big Data'. Auditimi në epokën 'Big Data' sjell si domosdoshmëri kapërcimin ose avancimin e njohurive të profesionistëve të auditimit duke mundësuar që përdorimi i teknikave CAATT në auditimin publik në Shqipëri të mos mbetet vetëm në analizimin e të dhënave si një prej tre drejtimeve të sqaruara më sipër, por të shtrihet edhe në drejtimet e tjera. Të tre drejtimet e përdorimit të teknikave të asistuar nga kompjuteri përgjatë auditimeve janë komplementarë të njëri-tjetrit për të arritur në një konkluzion auditues që paraqet situatën e konstatuar sa më pranë situatës reale.

Për audituesin publik lind domosdoshmëria dhe nevoja që ai të sigurohet që po analizon dhe po teston mbi të dhëna të strukturuar saktë dhe në bazë të tyre ai mund të filtrojë, rendisë, kryqëzojë apo mund të paraqesë vizualisht konkluzionet e arritura. Nëse audituesi nuk do të ishte i pajisur me mjetet dhe njohuritë e përshtatshme në lidhje me teknologjinë e informacionit, ai nuk do të mund të jepte një siguri që testimet dhe analizimi i të dhënave të strukturuar po kryhet mbi të dhëna 'me integritet', pra të dhëna të plota dhe të vërteta. Kjo siguri do të mund të arrihet vetëm nëse kapaciteti dhe niveli profesional i audituesit do të mundësojë shfrytëzimin e mjeteve dhe teknikave, në të paktën tre drejtimet kryesore që citohen më sipër.

Nevoja për të pajisur audituesin publik me njohuri dhe aftësi për të përdorur teknikat CAATT për të vlerësuar 'integritetin' e të dhënave dhe cilësinë e sistemeve apo aplikacioneve vihet re dhe në misionet e auditimeve që kryhen në institucionet publike, ku në pjesën më të madhe të rasteve, këto aspekte mbulohen nga auditues të teknologjisë së informacionit. Por sektori

publik ndjen vështirësi në rekrutimin dhe mbajtjen e audituesve të teknologjisë së informacionit për shkak të konkurrencës së nivelit të pagave që ndjen nga sektori privat.

Referuar eksperiencës së Zyrës Kombëtare të Auditimit të një vendi të zhvilluar si Norvegjia, në të cilin teknologjia e informacionit ka gjetur një shtrirje dhe përdorim të gjerë dhe është avancuar me ritme të larta, vihet re se ky institucion ka ndjekur një strategji të zhvillimit dhe përditësimit të njohurive që lidhen me fushën e teknologjisë për audituesit e tij. Në bazë të kësaj strategjie realizohen misione të auditimit të teknologjisë së informacionit vetëm në raste kur gjykohet i nevojshëm një ekzaminim i thelluar dhe i detajuar i sistemeve TI të subjektit të audituar. Ndërkohë, në çdo mision të auditimit financiar ose të performancës që realizohet, pjesë e programit të auditimit janë ‘kontrollat e përgjithshme të TI’, për të vlerësuar nëse sistemet TI të institucionit të audituar garantojnë standardet normale të sigurisë dhe për të vlerësuar nëse të dhënat janë të plota dhe të vërteta. Këto të dhëna më pas do të analizohen nga audituesi për të shprehur opinionin e tij.

Nisur nga tendencat dhe situatat aktuale të zhvillimit të teknologjisë dhe menaxhimit të të dhënave përmes saj arrihet në konkluzionin se auditimi publik në Shqipëri, i brendshëm ose i jashtëm, e ka të pashmangshme qasjen drejt pajisjes së audituesit me mjete dhe njohuri të avancuara të teknologjisë së informacionit për t’u përballur me sfidat që tashmë janë prezentë dhe nuk janë më një ‘e ardhme’.

Një aspekt tjetër tepër i rëndësishëm i cili duhet të theksohet pa diskutim është edhe vizualizimi i të dhënave, ose vizualizimi i konkluzioneve të audituesit. Në përgjithësi, gjuha dhe terminologjia që mund të përdorë audituesi mund të mos jetë e përshtatshme për tu konsumuar nga çdo lexues i raportit të auditimit, aq më tepër në rastet kur kemi të bëjmë edhe me analizim të të dhënave të mëdha. Për këtë arsye, në të ardhmen e afërt përdorimi i vizualizimeve nga audituesit publik nuk do të jetë më një zgjedhje opsionale por do të jetë një element i detyrueshëm për t’i dhënë vlerën e duhur të gjithë punës që ai vetë do të realizojë përmes raportit të auditimit. Disa mjete që përdoren për vizualizimin e të dhënave mund të përmendim Tableau i cili është dhe mjeti më i përdorur në rang global, Dundas BI si një mjet që ofron një nivel të lartë ndërveprimi me audituesin si dhe një sërë mjetesh të tjerë që funksionojnë dhe operojnë në këtë fushëveprimi.

Diskutime

Digjitalizimi ka mbuluar të gjitha aspektet e jetës sonë dhe, natyrisht, kjo nuk e ka anashkaluar fushën e auditimit të sektorit publik. Auditimet janë më efektive kur audituesit kanë akses online në lëvizjen e fondeve të objektit të inspektuar në llogaritë bankare të hapura nga njësitë e Thesarit. Agjencitë që kërkojnë më shumë zgjidhje jashtë tradicionales mund të gjejnë mjete specifike më efektive për auditim, të referuara si teknologjia e auditit e ndihmuar nga kompjuteri (CAATT).

Literatura mbi ndikimin e teknologjisë digjitale në performimin e auditimit në sektorin publik në vendin tonë është ende në fillimet e saj. Ky studim synon të plotësojë këtë boshllëk dhe pas paraqitjes së asaj që përfshin teknologjia digjitale, duke aplikuar një qasje metodologjike eksploruese. Të dhënat empirike janë grumbulluar nëpërmjet përgjigjeve gjysmë të strukturuar të intervistave, së bashku me dokumente të tjera nga institucioni i auditimit publik të jashtëm, KLSH-së, për të kuptuar se si audituesit aktualisht perceptojnë teknologjinë digjitale dhe cilat janë reagimet apo veprimet e tyre aktuale për t'u transformuar.

Në përmbushje të misionit të tyre, audituesit e sektorit publik duhet të sigurojnë besim të arsyeshëm në parandalimin ose zbulimin e ngjarjeve të dyshimta në kohën e duhur të fondeve buxhetore. Për të munduruar modelimin parashikues, grupet e të dhënave duhet të përfshijnë transaksione të konsideruara të dyshimta dhe përfundimet e hetimeve. Kombinimi i vëzhgimeve dhe rezultateve të tyre u lejon audituesve të fillojnë të ndërtojnë lidhjen e nevojshme për të parashikuar ndodhitë e ardhshme të keqpërdorimit të fondeve publike. Edhe pse shkeljet e rregullave nuk janë gjithmonë tregues të keqpërdorimit, ato janë një mënyrë efektive dhe e thjeshtë për të lajmëruar administratorët e programeve ndaj sjelljeve të dyshimta.

Pavarësisht nëse një sistem i mbikëqyrjes së transaksioneve në sektorin publik është i automatizuar apo manual, audituesi duhet të shqyrtojë mënyrat për të integruar rregullat e njësisë buxhetore dhe për të vendosur shkeljet në procesin e kontrollit të njësisë së sektorit publik. Ku një sistem efektiv i njoftimeve funksionon mbi serverin qendror të Thesarit, dërgon mesazhet e ngjarjeve për punonjësit e paracaktuar në "kohë reale", siç ndodh ngjarja dhe u dërgohet drejtpërdrejt punonjësve dhe pajisjeve të tyre inteligjente. Ky nivel i njoftimit të ngjarjes siguron që personat që duhet të dinë për një incident të ndërjegjësohen në kohën e duhur dhe nxit reagimin e menjëhershëm dhe të unifikuar sipas nevojës.

Teknologjia digjitale mundëson aplikimin e një qasje të auditimit të vazhdueshëm në vend të auditimit periodik vjetor. Auditimi i vazhdueshëm përfshin monitorim të shpeshtë gjatë gjithë vitit për t'u siguruar që transaksionet janë kapur siç duhet dhe po rrjedhin në mënyrë korrekte në deklaratën e të ardhurave. Gjatë funksionimit të sistemit të Transaksioneve Buxhetore Digjitale rrjedhat e transaksioneve monitorohen vazhdimisht, duke identifikuar transaksionet që përputhen me disa kufizime të përcaktuara paraprakisht të integritetit dhe, në rast të shkeljes së kufizuar, lajmërojnë audituesin e sektorit publik dhe kopjojnë të dhënat e transaksionit në një dosje. Një hap i parë i natyrshëm në zbatimin e teknikave të drejtuara nga të dhënat është përcaktimi i përshtatjes së transaksioneve në kontekstin e jetës së përditshme të një agjencie. Teknikat e auditit digjital mund të kombinohen me këtë.

Një nga gjetjet e evidentuara gjatë realizimit të rastit studimor ndërthurja e teknikave për realizimin e analizës së të dhënave përbën të tashmen dhe të ardhmen e auditimit në sektorin publik. Sikurse edhe (Antipova, 2019) identifikon analiza eksploruese dhe përcaktimi i tendencave lejojnë administratorët e programeve të identifikojnë modelet dhe të zbulojnë sjelljen anormale. Statistikat bazë si mesatarja, devijimi standard, së bashku me "testet" e pranuar zakonisht, ndihmojnë në identifikimin e transaksioneve që janë të pazakonta. Të tilla anomali dhe anomali duhet të shfaqin flamuj të kuq tek mbikëqyrësit dhe të tregojnë nevojën për hetime të mëtejshme. Kjo teknikë është përdorur nga auditesit e jashtëm publik, KLSH, për të identifikuar prokurimet publike që kanë problematika sipas treguesve kryesor të përcaktuara si indikator anomalie.

Rekomandime

Duke u bazuar në standardet dhe praktikat më të mira ndërkombëtare ekzistojnë një sërë mjeteve dhe pajisjesh, të cilat iu sugjerohen dhe institucioneve publike në Shqipëri. Në këtë mënyrë mund të vendosen në dispozicion të audituesve për të pasur të mundur të analizojë dhe testojnë sasi ose volume të mëdha të të dhënave, për të përmbushur në këtë mënyrë me sukses misionin e tij auditues. Përveç mjeteve tradicionale Microsoft Excel dhe Microsoft Access, mund të vihen në funksionim mjete si Microsoft Power BI e cila është një platformë inteligjente që mund të pranojë të dhëna nga shumë burime dhe ofron për audituesin mundësinë të krijojë dhe shpërndajë raporte, të vizualizojë të dhëna, të kombinojë raporte etj.

Një mjet tjetër i vlefshëm mund të përmendet SAP Business Objects i cili ofron gjithashtu zgjidhje inteligjente por që kërkojnë përdorues me njohuri teknike më modeste se në rastin e Microsoft Power BI, që gjithsesi ofron për audituesin mundësinë për të kryer marrjen e të dhënave dhe për të realizuar të gjithë ‘manipulimet’ e nevojshme për të arritur në konkluzione të sakta mbi kontrollet e përgjithshme të sistemit, saktësinë e të dhënave dhe më pas analizimin e tyre.

Sikurse u argumentua sistemi tradicional i performimit të proceseve audituese edhe në sektorin publik kërkon më shumë punë për të realizuar testet, më shumë kohë për të realizuar proceset audituese, mundëson auditime vjetore, bazohen në të dhënat historike (bazuar në një metodologji të specifikuar) pa fleksibilitet, si dhe analiza të orientuara sipas aspekteve të të dhënave të strukturuar.

Ndërsa teknologjitë digjitale të informacionit i mundësojnë audituesve në sektorin publik të realizojnë proceset audituese me më pak punë për të monitoruar dhe realizuar testet nëpërmjet teknikave digjitale, më pak kohë e harxhuar për të realizuar proceset audituese më tepër kohë për analizat parashikuese ose vlerësimin e arsytimit/gjykimit, qasjen e auditimit të vazhdueshëm dhe auditimin në kohë reale (duke identifikuar anomalitë dhe gabimet), auditime të plota duke përdorur bazë të dhënash shteruese, qasje më progresive dhe inovative duke përdorur teknikat digjitale (data mining, data analyses, cloud etj.), si dhe analizat e orientuara sipas problematikave të të dhënave të strukturuar dhe të pa strukturuar.

Përfundime

Rezultatet tregojnë se shumica e audituesve të intervistuar ende nuk e zotërojnë konceptin e teknologjisë digjitale pasi shpesh i referohen automatizimit të proceseve audituese për të qenë teknologji digjitale, pavarësisht se një shumicë e madhe pranon nevojën për këtë lloj njohurish dhe aplikacione, por mungon strategjia dhe burimet e duhura në fuqi në nivel institucional.

Teknologjitë e reja digjitale duhet të jenë në një nivel të mjaftueshëm duke krijuar atë ambient të domosdoshëm për të ndërtuar dhe përdorur teknikat e digjitalizuara, të cilat ndihmojnë për të realizuar proceset audituese, përfshirë auditimin e jashtëm dhe të brendshëm publik. Në këtë kontekst duhet të ketë jo thjeshtë strategji për digjitalizimin e shërbimeve qeverisëse por ndërtimin e kapaciteteve teknike, menaxhuese dhe audituese për të mundësuar

eficiencën në përdorimin e plotë të këtyre teknologjive.

Megjithatë, analitika e të dhënave mund të përdoret në mënyrë efektive vetëm kur ka akses në të dhëna të besueshme dhe të vlefshme të auditit financiar. Kjo shpesh mund të jetë sfiduese, pasi ndërtimi i ndërfaqeve kërkon të kuptosh (1) objektivat dhe metodat e punës së auditit, (2) mënyrën e përdorimit të të dhënave dhe (3) strukturën e sistemeve të informacionit.

Në një të ardhme të afërt, edhe në vendin tonë mësimi i makinerive (machine learning) mund të ofrojë më shumë mundësi për zhvillimin e procesit të auditit, pasi të dhënat e marra nga proceset financiare e njësisive të administratës publike mund të zbulojnë situata potenciale për gabime herët.

Përdorimi i inteligjencës artificiale në auditime mbetet gjithashtu një skenar i ardhshëm zhvillimi, pavarësisht se procesi mund të kërkojë vite.

Literatura

Agostino, D., Bracci, E., & Steccolini, I. (2022). Accounting and accountability for the digital transformation of public services. *Financial Accountability and Management*, 38(2), 145–151.

Agostino, D., Saliterer, I., & Steccolini, I. (2022). Digitalization, accounting and accountability. A literature review and reflections on future research in public services. *Financial Accountability and Management*, 38 (2), 152–176.

Alles, M. G. (2015). Drivers of the use and facilitators and obstacles of the evolution of big data by the audit profession. *Accounting Horizons*, 29(2), 439–449.

Antipova, T. (2019). Digital public sector auditing: a look into the future. *Quality-Access to Success*, 20(1), 441-446.

Carter, C., Muzio, D., & Spence, C. (2015). Scoping an agenda for future research into the professions. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 28(8), 1198–1216.

Cohen, M., Rozario, A., & Zhang, C. A. (2019). Exploring the use of robotic process automation (RPA) in substantive audit procedures. *The CPA Journal*, 89(7), 49–53.

- Cordery, C., & Hay, D. (2022). Public sector audit in uncertain times. *Financial Accountability and Management*, 38(3), 426–446. doi:10.1111/faam.12299
- ECA. (2020). Big data & digital audits. *European Court of Auditor Journal*, 1, 23-26. Retrieved from https://www.eca.europa.eu/lists/ecadocuments/journal20_01/journal20_01.pdf
- Elezaj, O., Tole, Dh. & Baci, N. (2018). Big Data in e-Government Environments: Albania as a Case Study. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 7(2), 117-124. Retrieved from <https://www.richtmann.org/journal/index.php/ajis/article/view/10285/9916>
- INSTAT. (2023). *Përdorimi i Teknologjisë së Informacionit dhe Komunikimit në ndërmarrje, 2023*. Retrieved from Insituti i Statisticave: <https://www.instat.gov.al/al/temat/shkenc%c3%ab-teknologji-dhe-inovacion/informacioni-dhe-teknologjit%c3%ab-e-komunikimit-n%c3%ab-nd%c3%abrmarrje/>
- INTOSAI. (2022, Winter). The SAO Embarks On Considerable Digitalization Initiative. *International Journal of Government Auditing*, 48(1), pp. 12-14. Retrieved from <http://intosaijournal.org/our-submissions/journal-submission/>
- ITU. (2022). *Albania - Digital Development Country Profile*. Retrieved from https://albania.un.org/sites/default/files/2022-05/Digital%20Development%20Country%20Profile_Albania_final_02.22.pdf
- KM. (2022). *Agenda Digjitale 2022-2026*. Retrieved from <https://akshi.gov.al/wp-content/uploads/2022/06/vendim-2022-06-01-370.pdf>
- Mattei, G., Grossi, G. & Guthrie A.M., J. (2021). "Exploring past, present and future trends in public sector auditing research: a literature review". *Meditari Accountancy Research*, Vol. 29(7), 94-134. doi.org/10.1108/MEDAR-09-2020-1008

- Moffitt, K. C., & Vasarhelyi, M. A. (2013). AIS in an age of big data. *Journal of Information Systems*, 27(2), 1–19.
- Otia, J.,E. & Bracc, E. (2022, Januar 4). Digital transformation and the public sector. *Financial Accountability & Management*, 38, pp. 252–280. doi:DOI: 10.1111/faam.12317
- Rozario, A. M., & Vasarhelyi, M. A. (2018). Auditing with smart contracts. *International Journal of Digital Accounting Research*(8), 1-27.
- Scholtes, J. (2020). Text mining and ediscovery for big data audits. *ECA Journal*(1), 133-140.
- Troupin, S., Put, V., Weets, K. & Bouckaert, G. (2010). “Public audit systems: from trends to choices”. *6th Transatlantic Dialogue Conference*. Siena:
https://soc.kuleuven.be/io/pubpdf/IO03060027_Troupin_put_2010_TAD_Public%20Audit%20Systems.pdf.
- UN. (2020). *E-GOVERNMENT SURVEY*. Retrieved from UN E-GOVERNMENT SURVEY 2020, retrieved from <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Reports/UN-EGovernment-Survey-2020>
- Unruh, G., & Kiron, D. (2017). Digital transformation on purpose. *MIT Sloan Management Review*. Retrieved from MIT Sloan Management Review, November 2017.
- Wiesel, F.& Modell, S. (2014). “From new public management to new public governance? Hybridisation and implications for public sector consumerism”. *Financial Accountability and Management*, 30(2), 175-205.
- Zhang, C., Dai, J., & Vasarhelyi, M. A. (2018). The impact of disruptive technologies on accounting and auditing education. *CPA Journal*, 88(9), 20–26., 88(9), 20-26.

Roli i ndikuesve në biznesin shqiptar. Evolucionet dhe perspektiva

Majlinda Shehu^{1a}, Anxhela Allko
^aUniversiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Përmbledhje

Komunikimi i mediave sociale është tanimë një komponent kyç i strategjive mbarëbotërore të markave në një sërë formatesh, të tilla si marketingu me ndikim, një zhvillim i fundit në reklamim që mbështetet në bashkëpunimin e individëve të fuqishëm. Qëllimi i këtij artikulli është të shqyrtojë se si është zhvilluar ky fenomen në kontekstin shqiptar, me fokus në besueshmërinë dhe aftësinë e aktorëve për të punuar së bashku. Ai e bën këtë duke mbledhur njohuri nga aktorë të tregut dhe duke nënvizuar praktikën më të mira që duhet të aplikohen. Hulumtimi përdor një metodologji cilësore për të verifikuar funksionin e ndikuesve në strategjitë bashkëkohore të marketingut digjital, duke përdorur informacionin e mbledhur nga intervistat gjysmë të strukturuar me aktorë për të eksploruar problemin e mëposhtëm: Cila është gjendja aktuale e marketingut influencues shqiptar dhe çfarë lloj partneriteti markash ekzistojnë në treg? Gjetjet kryesore tregojnë se në tregun shqiptar mbizotërojnë amatorët dhe se tregu është në zhvillim e sipër. Imazhi i këtyre influencuesve dhe zhvillimi i besimit të markës në këtë format të ri promovues kanë ndikim në zhvillimin e tregut.

Fjalët kyce: Marketing me ndikim; Marketing digjital; Media sociale; Konsumatorë

Abstract

Social media communication is nowadays a key component of brands' worldwide strategies in a variety of formats, such as influencer marketing, a recent development in advertising that relies on the endorsements of powerful individuals. The purpose of this article is to examine how this phenomenon has developed in the Albanian context, with a focus on the actors' credibility and ability to work together. It does this by gathering insights from industry experts and highlighting best practices that should be emulated. The research employs a qualitative methodology to examine the function of influencers in contemporary digital marketing strategies, utilizing information gathered from semi-structured interviews with eight experts to explore the following problem: What is the current state of Albanian influencer marketing and what kind of brand partnerships exist in the market? The main findings show

¹ KONTAKT: majlinda.shehu@umsh.edu.al

that the Albanian market is dominated by amateurs and that the market is developing. The image of these influencers and the development of brand trust in this new promotional format have an impact on market development.

Keywords: Influencer Marketing; Digital marketing; Social media; Consumers

Konteksti i kërkimit

Historitë janë po aq të vjetra sa njerëzimi dhe po ashtu edhe tregimtarët e tyre. Këto janë të lidhura kryesisht me kuptimin tonë njerëzor, veçanërisht konceptin e “zhvendosjes”, që do të thotë të jesh në gjendje t'u referohesh ngjarjeve që i përkasin një kohe dhe vendi të ndryshëm nga ato të komunikimit aktual (Yılmaz et al., 2019). Historitë kanë marrë një formë të re me ardhjen e videove dhe mënyrën e komunikimit të tyre. Ato kanë ndryshuar edhe më shumë me përhapjen e materialit audiovizual dhe thjeshtimin e shpërndarjes duke përdorur rrjetet sociale (Finkler & Leon, 2019). Shitësit ishin të parët që panë potencialin që kanë ndikuesit për të promovuar një shërbim ose një markë duke rrëfyer përvojën e tyre të jetuar përmes videove të shkurtra që zakonisht shesin shërbimin ose markën e testuar. Në epokën digjitale, është bërë shumë e zakonshme kur shfletohen rrjetet sociale të hasesh në një publikim, një histori, një video apo edhe një transmetim të drejtpërdrejtë nga një influencers. Formatet e përmbajtjes në të cilat ndikuesit ndajnë stilin e tyre të jetesës në baza ditore, të cilat mund të jenë të ngjashme me atë të yjeve të Hollivudit për t'i çuar konsumatorët në një udhëtim virtual të ëndrrave, duke siguruar që ata t'i këshillojnë dhe mbështesin në zgjedhjet e tyre. Kjo praktikë, e quajtur marketing influencers, ekziston prej disa vitesh dhe është zhvilluar me internetin për të lejuar markat të përfitojnë nga fama dhe komuniteti i ndikuesve për të arritur një objektiv më të gjerë dhe për të rekrutuar klientë të rinj përmes bashkëpunimeve dhe partneriteteve. Sot është fakt që rrjetet sociale kanë një rol gjithnjë e në rritje në njohjen e produkteve të rinj (Passebois et al., 2023).

Në këtë kontekst krijimi i një blogu është një vlerë e shtuar për biznesin. Kjo platformë bën të mundur nxjerrjen në pah të ekspertizës dhe njohurive të kompanisë, rrit komunikimin me përdoruesit e internetit si dhe shërben si një instrument efektiv për të ndërtuar besnikërinë e klientit. Marketingu me ndikim është një strategji që konsiston në bashkëpunimin me një ose më shumë influencer (ndikues) për të promovuar markën dhe produktet e ofruara nga biznesi përmes publikimeve në rrjetet sociale si dhe është një strategji

efektive për njohjen e produktit dhe nxitjen e shitjeve. Duke marrë shkas nga rëndësia e instrumentave të rinj të marketingut digjital dhe rolit kyç të influencerave, problemi kryesor ku fokusohet ky punim është ekzaminimi i rolit të influencerave në promovimin e produkteve dhe impakti në rritjen dhe zhvillimin e biznesit. Studimet e ndryshme të pasqyruara në rishikimin e literaturës kanë treguar ekzistencën e profileve të ndryshme por edhe një dominim të amatorëve, në këto rrethana ne po paraqesim përmes këtij artikulli një reflektim mbi besueshmërinë e këtyre aktorëve përballë markave dhe konsumatorëve duke trajtuar çështjen e mëposhtme: Kush janë këta influencers dhe çfarë marrëdhëniesh partneriteti i lidh ata me markat? Për t'iu përgjigjur kësaj pyetjeje, ne vijojmë në pjesën e parë të këtij artikulli një përcaktim të kësaj fushe, ndërsa pjesa e dytë i kushtohet evidentimit të rezultateve të studimit tonë cilësor duke përfunduar me sugjerime dhe rrugë për përmirësim.

Korniza teorike

Me zhvillimin e internetit dhe shfaqjen e rrjeteve sociale, marketingu gjithashtu ka evoluar për të lindur një format të ri promovimi: marketingu me ndikim në internet. Si fillim, është interesante t'i kthehemi komponentëve të nocionit “Influencer Marketing” për të vendosur më mirë këtë koncept inovativ. Nga përkufizimi i tij i njohur, “*marketing është një term me origjinë amerikane që vjen nga fjala treg, domethënë vend takimi i ofertës dhe kërkesës*” dhe termi “ndikim” konsiderohet një ndryshim në opinion ose sjellje. Sipas Sheldrake (2012) ajo është “Aftësia për të shkaktuar ose kontribuar në një ndryshim në opinion ose sjellje” në shfletimet online. De Veirman et al., (2017) i përkufizojnë influencersit si “*njerëz që kanë ndërtuar një rrjet social të konsiderueshëm të njerëzve që i ndjekin. Për më tepër, ata shihen si një burim i besuar në një ose disa tregje niche*”. Këta influencers janë liderë të opinionit që zgjojnë interesin e markave dhe vëmendjen e konsumatorëve dhe që janë “*interesante për markat sepse ato shihen si burime personale, të besueshme, të lehta për t'u lidhur dhe rrjeti i tyre u mundëson markave të arrijnë një audiencë*” (Boerman, 2020).

Tabela 1: Shpërndarja sipas madhësisë dhe llojeve të ndikuesve në Shqipëri

Llojet e ndikuesve	Përkufizime dhe prezantime
Mega ndikues dhe të famshëm (500 mijë deri në më shumë se 1 milion)	Ata kanë komunitete shumë të mëdha dhe janë shumë të kërkuara nga markat. Ndikimi i tyre buron veçanërisht nga pamja fizike, besueshmëria dhe ekspertiza e demonstruar nëpërmjet njohurive për produktin e përfaqësuar, besueshmërisë së bazuar në thelb në ndershmërinë e ndikuesit dhe në fund hipotezën e përputhjes duke demonstruar se ekziston një marrëdhënie me vlerë midis modelit dhe produktit.
Makro ndikues (200 mijë deri në 500 mijë)	Ndikues të njohur me ndjekës të shumtë dhe aftësi për të “ndezur” zhurmë. Ata shpesh afrohen nga markat për të marrë pjesë në fushatat e lançimit dhe të nxitur nga pasioni për rrjetet sociale.
Mikro ndikues (50 mijë deri në 200 mijë)	Ata kanë një komunitet më të vogël, megjithatë, shkalla e angazhimit është më e lartë dhe përmbajtja e publikuar priret të jetë më autentike. Ky lloj ndikuesi po tërheq gjithnjë e më shumë markat.
Nano ndikues ose këshillues (Më pak se 50 mijë)	Individë mesatarë që ndajnë eksperiencat e tyre me një produkt/shërbim në mënyrë spontane në rrjetet sociale dhe në veçanti në grupet e Facebook-ut. Mendimi i tyre mund të jetë ndikues dhe i besueshëm, veçanërisht kur pasohet nga dëshmitë e këshilltarëve të tjerë.

Burimi: Autorët

Markat dhe influencuesit krijojnë lloje të ndryshme bashkëpunimesh dhe/ose partneritetesh për të arritur objektiva të caktuara. Këto bashkëpunime mund të shpërblehen në natyrë ose në para dhe zgjedhja mbetet e lirë për palët e interesuara (negocim). Pavarësisht nga lloji i ndikuesit apo kuadri ligjor aktual, misioni i secilit influencues është të ndërtojë një marrëdhënie besimi me komunitetin e tij, duke qenë aseti kryesor i tyre “*Koncepti i shokut të ndikuesit/Efekt i shokut më të mirë*”. Disa studime në vende në zhvillim demonstrojnë reagimet e përdoruesve socialë ndaj produkteve të shfaqura në rrjetet sociale. Një studim mbi produktet luksoze të shfaqura në rrjetet sociale (Hani et al., 2018) konfirmoi, përmes një pyetësori drejtuar 120 konsumatorëve, se këto rrjete çojnë në valorizimin e produktit luksoz, besnikërinë e konsumatorit dhe inkurajojnë blerjen. Me anë të një studimi të ngjashëm, Hani et al., (2018) u përpoqën të hulumtonin ndikimin e reklamimit

të ushqimit në Instagram në qëndrimet e libanezëve (n = 203). Ky studim zbuloi se ky reklamim ka një efekt në komponentët e qëndrimit konjitiv dhe jo në ato afektive. Një studim tjetër eksplorues mbi përdoruesit marokenë të internetit u fokusua në qëndrimet e konsumatorëve ndaj markave në rrjetet sociale. Rhajbal dhe Chakor (2016) intervistuan 16 persona (përfshirë 8 gra) për të verifikuar ndikimin e stilit të bisedës në Facebook në besimin e markës.

Rezultatet konfirmuan ndikimin e bisedës në besim dhe madje edhe në blerje, siç tregohet nga autorët: *“Besimi mund të jetë një nga rezultatet e pritura nga një strategji e mirë komunikimi me përdoruesit e internetit, një bisedë e mirë që siguron që ne t'i përgjigjemi më së miri Internetit. Kërkesat dhe pyetjet e përdoruesve mund të gjenerojnë besim te marka”*. Studimet e sipër-cituara shprehin këndvështrimin e konsumatorëve dhe kanë adoptuar metoda të ndryshme kërkimi si përjasje sasiore dhe cilësore në formën e anketave, intervistave ose analizës së përmbajtjes. Prandaj, ne kryem një studim për t'iu qasur kësaj teme nga një këndvështrim tjetër, përkatësisht këndvështrimi i profesionistëve dhe praktikuesve që janë përgjegjës për shpërndarjen e përmbajtjes për të ndikuar tek konsumatorët. Hipoteza kryesore e diskutuar në këtë artikull është se mungesa e një kulture marketingu me ndikim do të thotë që ky lloj marketingu karakterizohet nga mungesa e profesionalizmit.

Qasja metodologjike

Për t'i dhënë përgjigje pyetjes së shtruar në fillim të këtij artikulli, ky studim aplikon një qasje cilësore për të analizuar perceptimet e bizneseve për sektorin digjital dhe reklamuesit në lidhje me marketingun me ndikim në Shqipëri dhe veçanërisht marrëdhëniet e partneritetit midis markave dhe këtij të fundit. Zgjedhja e kësaj qasjeje bazohet në një objektiv që synon të gjenerojë të dhëna që përshkruan në thellësi marketingun me ndikim në vendin tonë. Tracy (2020) e shpjegon mirë rëndësinë e kësaj thellësie duke deklaruar se *“hulumtimi cilësor është veçanërisht i përshtatshëm për të hyrë në kuptime të heshtura, të marra si të mirëqenë, intuitive të një kulture. Në vend që thjesht të pyesësh për atë që njerëzit thonë se bëjnë, kërkimi në kontekst ofron një mundësi për të parë dhe dëgjuar se çfarë bëjnë njerëzit në të vërtetë”*. Zona gjeografike ku metodologjia u aplikua ishte Tiranë-Durrës.

Ndër tre llojet e intervistave, ne zgjodhëm intervistën gjysmë të strukturuar për të mbledhur sa më shumë informacion që mund të sqarojë pyetjen e kërkit. Ajo përfshin shtrimin e një pyetjeje dhe shtrimin e

pyetjeve të tjera bazuar në përgjigjet e dhëna nga i intervistuari, siç shpjegohet nga Roulston & Choi (2018). Në intervistat gjysmë të strukturuar, pyetjet vijuese – të referuara edhe si hetime – formulohen në lidhje me atë që kanë thënë tanimë të intervistuarit. Ndërsa në intervistat me pyetje direkte u drejtuar agjencive digjitale, reklamuesve dhe ndikuesve u përpoqëm të kuptonim natyrën e vërtetë të simbiozës influencers-biznes në mjedisin ekonomik shqiptar.

Gjetjet kryesore

Studimi ynë shqyrton opinionet e biznesit mbi partneritetin midis ndikuesve dhe markave. Ai synon të pasqyrojë faktorët ndikues për të inkurajuar konsumatorin për të blerë një produkt. Marketingu i ndikuesve përfaqëson një mundësi për markat që dëshirojnë të arrijnë një objektiv specifik dhe të fitojnë famë, por sektori mbetet ende amator dhe i mungon pjekuria profesionale.

Tabela 2 tregon njëzëri se sektori po vuan disa anomali që mund të pengojnë arritjen e objektivave.

Tabela 2: Perceptimi i palëve të interesuara në lidhje me marketingun me ndikim në Shqipëri

Të anketuarit	Tendencat/modelet
Agjencitë Digjitale	<ul style="list-style-type: none"> > Prezenca e amatorëve dhe temat e trajtuara tanimë janë konsumuar > Veprim i favorshëm për markat dhe konsumatorët
Reklamuesit	<ul style="list-style-type: none"> > Prania e amatorëve dhe konsiderimi i influencersve si fond rezonancë > Moda dhe mungesa e kthimit të investimit
Ndikuesit	<ul style="list-style-type: none"> > Bashkëpunim reklamues dhe konfuzion midis influencersit dhe ambasadorit > Përmbledhje jo të plota dhe mungesa e konsideratës për përpjekjet > Krahasimi midis influencersit profesionist dhe fillestar

Të gjithë palët e interesuara janë në një linjë me problemin strukturor me të cilin përballen profesioni dhe mungesën e qartësisë në lidhje me pritshmëritë, nevojat dhe objektivat që duhen arritur. Ashtu si tabela e mëparshme, tabela

3 tregon pengesat në sistemin që menaxhon profesionin.

Tabela 3: Perceptimi i palëve të interesuara në lidhje me partneritetin midis markave dhe influencuesve

Të anketuarit	Tendencat/modelet
Agjencitë digjitale	<ul style="list-style-type: none"> > Boshllëk ligjor dhe mungesë trajnimi > Tarifa shumë të konsiderueshme dhe probleme të faturimit organizativ
Reklamuesit	<ul style="list-style-type: none"> > Mungesa e mbështetjes, mbikëqyrjes dhe tarifa tepër të shtrenjta > Mungesa e ndikimit dhe strategjisë së matshmërisë
Ndikuesit	<ul style="list-style-type: none"> > Mungesa e modelit ekonomik > Konsiderimi i profesionit si hobi në përgjithësi > Problem me të kuptuarit e profesionit

Prodhimi i përmbajtjes konsiderohet i dobët për shumicën e aktorëve, pavarësisht nga prania e disa përjashtimeve që kanë një linjë editoriale dhe ofrojnë përmbajtje që premtan ndikim dhe origjinalitet. Kritikën e drejtuar nga të intervistuarit ndaj tre kategorive të perceptimeve mund të shpjegojnë pjesërisht mungesën e reklamave digjitale, veçanërisht në rrjetet sociale (tabela 4).

Tabela 4: Perceptimi i palëve të interesuara për cilësinë e përmbajtjes

Të anketuarit	Tendencat/modelet
Agjencitë digjitale	<ul style="list-style-type: none"> Mungesa e besueshmërisë dhe origjinalitetit Përmbajtje jo shumë cilësore (përveç disa përjashtimeve) Qasje tepër komerciale Fillestarët ofrojnë përmbajtje më cilësore
Reklamuesit	<ul style="list-style-type: none"> Mungesa e origjinalitetit dhe zgjedhja e parëndësishme e aktorëve Mungesa e specializimit dhe prania e disa përjashtimeve Mikrondikues më të lirë
Ndikuesit	<ul style="list-style-type: none"> Mungesa e linjës editoriale Mungesa e kërkesës dhe origjinaliteti i përmbajtjes

Nga rezultatet e marra numrin më të lartë të bizneve që kanë plotësuar pyetësonin 42.9% e tyre e zënë ato të mesëm ku pjesa më e madhe e kanë një departament marketingu dhe mendojnë se marketimi është mjaft i rëndësishëm në promovimin e biznesit të tyre. Gjithashtu ata përdorin Influencera në fushatat e tyre të marketingut. Influencerat që ato kanë përdorur e kanë arritur audiencën e kërkuar dhe buxheti që perqindja më e madhe e bizneseve mund të paguajë për këto Influencer është 100-500 Euro.

Këto biznese do ja sugjeronin bizneseve të tjera përdorimin e Influencerave por efekti negativ sipas tyre është se ndikimi i këtyre Influencerave ka qenë afatshkurtër. Në pyetësonin e plotësuar përqindjen më të lartë e zënë femrat moshë 18-27 vjeç. Të gjithë i përdorin rrjetet sociale dhe të gjithë ndjekin Influencer. Instagrami është rrjeti social më i frekuentuar dhe ndonjëherë këto individë kanë blerë produkte vetëm se i kanë parë në Influencerat që ato ndjekin. Këto ndikues janë të rëndësishëm në zgjedhjen e produktit dhe efekti negativ është se disa herë këto persona janë zhgënjyer nga blerjet që kanë bërë vetëm se i kanë besuar Influencerave që ato ndjekin.

Diskutim dhe konkluzion

Marketingu me ndikim konsiderohet nga të gjithë të anketuarit si një praktikë që ekziston prej disa vitesh dhe e cila është zhvilluar me paraqitjen e internetit dhe mediave sociale. Duke përdorur fjalët e sakta të një prej të intervistuarve, “Ky fenomen nuk është domosdoshmërisht i lidhur me digjitalin, duke qenë se markat kanë pasur gjithmonë zëdhënës për imazhet e tyre. Nga pikëpamja e agjencive të komunikimit digjital, palët kryesore të interesit në zbatimin e strategjisë së ndikimit të markave dhe menaxhimin e marrëdhënieve me ndikim, ata konsiderojnë se kjo marrëdhënie partneriteti është mjaft e favorshme për të tre palët (Markat, Ndikuesit dhe Konsumatorët). Megjithatë, mungesa e matshmërisë e vë në pikëpyetje këtë marrëdhënie e cila ngadalëson partneritetet. Shumica e partneriteteve dhe zgjedhjeve nuk bazohen në treguesit e duhur të performancës, por më tepër në madhësinë e komunitetit të ndikuesit dhe popullaritetin e tij me qëllim të famës, ndërsa treguesit e avancuar në seksionin e kornizës teorike mund të jenë të suksesshëm, deri në përfundime premtuese në varësi të objektivit të marketingut që duhet të arrihet nga marka. Për sa i përket përmbajtjes, specialistët digjitalë konstatojnë se shumë influencers, veçanërisht fillestarët, nuk kanë një linjë editoriale, kjo ndoshta e justifikuar nga mungesa e përvojës së tyre në këtë

fushë. Ndryshe nga ata që kanë përvojë dhe shumica e të cilëve ishin blogere dhe për këtë arsye arritën të gjenin një vend në treg. I anketuari biznes “X” konfirmon mungesën e linjës editoriale: *“Ajo që ndodh është se ndikuesi reklamon shumë dhe shpesh nga markat konkurruese dhe si rezultat shkakton humbje të besueshmërisë, sepse nuk ka qëndrueshmëri në fjalimin e tij dhe shpesh përdor një mesazh ose përmbajtje komerciale. të markës, aq më tepër që nuk tregojnë se bëhet fjalë për reklamë”*. Kjo mungesë besueshmërie nuk i inkurajon kompanitë të përdorin këta influencues.

Së fundi për bizneset e intervistuar, partneriteti me influencuesit është një mundësi që nuk shfrytëzohet në maksimum dhe duhet të strukturohet sepse sot është më shumë një model biznesi që lejon të bëhen marzhe dhe nga ana tjetër ka mungesë për të bërë nga ana e disa ndikuesve për sa i përket profesionalizmit dhe respektimit të angazhimeve të klientit. Sipas dëshmisë së biznesit “Y” *“Për momentin po funksionon dhe po funksionon mirë, por ne po humbasim një mundësi për të bërë mirë dhe në besueshmëri dhe kjo ka të bëjë me tre aktorët si dhe markat, influencuesit dhe agjencitë”*. Këndvështrimi i agjencive konfirmon hipotezën tonë fillestare dhe dëshmon mungesën e zotërimit dhe për rrjedhojë praninë e amatorizmit në shumicën e rasteve dhe ky fakt mund të ketë si pasojë destabilizimin dhe ngadalësimin e evolucionit të sektorit pa harruar arritjen e besueshmërisë së profesionistëve. Nga ana tjetër, ndikuesit shpesh kërkohen për të shërbyer si postierë. Ata kryejnë veprime ose vendosin fushata pa liri reklamuese, mundësi për ndërhyrje ose thjesht publikojnë një numër postimesh dhe historish, ose u kërkohet të etiketojnë markën. Ndikuesit e intervistuar konfirmojnë hipotezën tonë në lidhje me praninë e amatorëve dhe mungesën e një baze të besueshme për t'i bërë gjërat të evoluojnë dhe inkurajojnë markat, por shtojnë një pikë thelbësore që ka të bëjë me mungesën e një kufiri kreativiteti, kështu që ata përfundojnë me kritika për përmbajtjen e tepërt komerciale. Mungesa e komunikimit dhe negocimit me bizneset nga disa influencues ka njolllosur imazhin e tyre, gjë që po humbet besueshmërinë dhe po ndikon negativisht në sakrificat e tyre për të mbajtur komunitetin e tyre të angazhuar në terma afatgjatë. Studimi i kryer konfirmon se partneriteti midis markave nga sektorë të ndryshëm dhe influencuesve nga kategori të ndryshme nuk është thjesht një modë, por më tepër një mundësi që reklamuesit të fitojnë shikueshmëri dhe/ose famë dhe përsëri të kryejnë operacione të orientuara drejt shitjeve dhe të rrisin qarkullimin, veçanërisht pasi digjitali ka rikthyer mundësinë e

matshmerisë. Koha që të rinjtë dhe të rriturit kalojnë para ekraneve të tyre dhe epoka digjitale e cila ka ndryshuar stilin e jetës janë argumente të forta për të tërhequr më shumë klientë përmes rrjeteve sociale. Për të inkurajuar siç duhet përdoruesit socialë që të konsumojnë më shumë, ne duhet të ndryshojmë strategjinë tonë të marketingut sepse 4P-të e marketingut nuk janë të pajtueshme me marketingun në ueb, ne duhet t'i ndryshojmë ato me 4S të marketingut në internet që janë: Fushëveprimi (strategjia dhe objektivat), Site (përvojë në ueb), Sinergjia (integrim) dhe Sistemi (teknologji, kërkesat teknike dhe administrimi i faqes në internet).

Limitet e artikullit

Nga gjetjet dhe kufizimet e këtij punimi, raste për kërkime të ardhshme mund të përmenden. Për këtë punim u hulumtua një kampion i vogël i cili kufizoi mundësinë për të nxjerrë përfundime të përgjithshme. Për të ekzaminuar më tej efektin e marketingut ndikues mbi qëndrimet, mund të përfshihet një mostër më e madhe demografike, me mosha të ndryshme dhe zona të tjera gjeografike. Me një kampion më të madh në një zonë më të gjerë gjeografike, mund të nxirret një përfundim më i përgjithësuar. Një gjetje tjetër interesante që krijon zona të reja për kërkime të ardhshme është se si ndikuesit duhet të zhvillojnë zgjidhje kreative dhe inovative për të vazhduar të kapin audiencën. Sidomos kur fenomeni pritët të vazhdojë të rritet dhe tregu i influencersve do të bëhet më i ngopur.

Bibliografia

Boerman, S. C. (2020). The effects of the standardized Instagram disclosure for micro-and meso-influencers. *Computers in human behavior*, 103, 199-207. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.09.015>

De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International journal of advertising*, 36(5), 798-828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>

Finkler, W., & Leon, B. (2019). The power of storytelling and video: a visual rhetoric for science communication. *Journal of science communication*, 18(5), A02. <https://doi.org/10.22323/2.18050202>

Hani, S., Marwan, A., & Andre, A. (2018). L'influence des réseaux sociaux sur le comportement du consommateur: le cas de l'industrie des biens luxueux. *La Revue Gestion et Organisation*, 10(1), 29-35. <https://doi.org/10.1016/j.rgo.2018.04.001>

Hani, S., Marwan, A., & Tarek, S. (2018). L'impact de la publicité d'Instagram sur la perception du consommateur: le cas de l'industrie des boissons et des produits alimentaires au Liban. *La Revue Gestion et Organisation*, 10(2), 100-106. <https://doi.org/10.1016/j.rgo.2018.08.001>

Passebois Ducros, J., Euzéby, F., & Machat, S. (2023). The effects of Instagram disclosure on consumer reactions to sponsored posts: The moderating impact of social media influencers' perceived popularity. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 20515707231175589. <https://doi.org/10.1177/20515707231175589>

Rhajbal, Z., & Chakor, A. (2016). Marque sur les réseaux sociaux: Etude exploratoire des perceptions des consommateurs internautes. *Revue Marocaine de Recherche en Management et Marketing*, 3(15). <https://doi.org/10.48376/IMIST.PRSM/remarem-v3i15.7265>

Roulston, K., & Choi, M. (2018). Qualitative interviews. *The SAGE handbook of qualitative data collection*, 233-249.

Sheldrake, P. (2012). Real-Time Public Relations. *Share This: The Social Media Handbook for PR Professionals*, 145-155. <https://doi.org/10.1002/9781119207856.ch17>

Tracy, S. J. (2019). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. John Wiley & Sons.

Yılmaz, R., Erdem, M. N., & Resuloğlu, F. (Eds.). (2019). *Handbook of research on transmedia storytelling and narrative strategies*. IGI Global-Disseminator of Knowledge. ISBN 9781522553571

Rëndësia e qeverisjes së korporatave në performancën financiare

Sonila Nikolla¹

Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Përmbledhja

Përfshirja e mekanizmave të mirëqeverisjes në strukturën e kompanive është një domosdoshmëri që ndihmon menaxherët të përmbushin objektivat e tyre të performancës. Gjithashtu, i mundëson studiuesve të formëzojnë një gjykim të plotë dhe objektiv mbi ndikimin dhe efektet e këtyre mekanizmave në performancën e firmës në përgjithësi dhe atë financiare në veçanti. Duhet përmendur se mjedisi ekonomik dhe karakteristikat e sektorëve të veprimtarisë së shoqërive mbeten një kriter në studimin e marrëdhënies së qeverisjes së kompanive mbi performancën e cila matet kryesisht me tregues financiar. Qeverisja e korporatave ndikon në treguesit e performancës duke influencuar masën e transparencës dhe besueshmërisë që transmetojnë tek investitorët në tregjet financiare. Sa dhe si karakteristikat individuale të drejtuesve influencojnë qeverisjen në grup, cilat janë vlerat që duhet të dominojnë në një strukturë qeverisjeje që të sigurojë rezultate të kënaqshme, sa do të arrihet plotësimi i pritshmërive të palëve të treta, si matet kjo pëlqyeshmëri, si arrihet besimi i investitorëve, etj., janë pyetjet që ngrihen vazhdimisht. Struktura e qeverisjes së korporatës përbëhet nga disa mekanizma të funksioneve menaxheriale, të mbikëqyrjes, auditimit, këshillimit dhe monitorimit. Ndërveprimi i këtyre funksioneve është faktor kyç, për të sjellë një qeverisje të përgjegjshme korporative, raporte të besueshme financiare, shërbime të besueshme auditimi për të rritur besimin e investitorëve dhe publikut.

Fjalë kyçe: Raportim financiar, Qeverisja e korporatave, Auditim.

Abstract

Incorporating good governance into the structure of companies is a must that helps managers achieve their performance goals. Also, it enables researchers to form a complete and objective judgment on the impact and effects of these mechanisms on

¹ KONTAKT: sonila.nikolla@umsh.edu.al

the firm's performance in general and financial performance in particular. It should be mentioned that the economic environment and the characteristics of the activity sectors of the companies remain a criterion in the study of the relationship between the governance of the companies on the performance which is mainly measured by financial indicators. The corporations' governance affects performance indicators by influencing the amount of transparency and credibility they transmit to investors in the financial markets. How much and how the individual characteristics of the managers influence the governance in the group, which are the values that should dominate in a governance structure that ensures satisfactory results, how will the fulfillment of third-party expectations be achieved and how to measure it, how to gain investors confidence, etc., are questions that constantly raised. The corporate governance structure is made up of various interconnected mechanisms of management, supervision, audit, advisory, and monitoring functions. The interaction between these functions is a key factor, in producing responsible corporate governance, reliable financial reports, and audit services, to achieve investor and public trust.

Keywords: Financial Reporting, Corporate Governance, Audit.

Hyrje

Qeverisja e korporatave përbën një nga aspektet jetike që garanton jetëgjatësinë e një biznesi. Funksionimi dhe efienca e mekanizmave të qeverisjes shpesh herë janë objekt hulumtimi nga studiuesit, nisur edhe nga skandalet e korporatave shumëkombëshe si Enron, Xerox, WorldCom etj. Ajo i referohet mënyrës se si korporatat drejtohen dhe kontrollohen (Cadbury, 2002). Që nga skandalet e korporatave në Amerikë dhe në Europë, janë marrë në konsideratë një sërë mekanizmash të brendshëm dhe të jashtëm për të siguruar mbrojtjen e të drejtave dhe pasurisë së aksionarëve. Incidencat e shpeshta të sjelljeve oportunistike të menaxhereve dhe përzgjedhja e vendimeve në interes personal dhe në drejtim të kundërt ndaj interesit të aksionarëve, përbëjnë forma konkrete të shfaqjes së problemit të agjencisë që justifikojnë rishqyrtimin intensiv dhe shqyrtimin e disa prej praktikave ekzistuese të qeverisjes së korporatës, gjithashtu dhe interesin e konsiderueshëm për kërkime empirike mbi efektivitetin e mekanizmave të ndryshëm të qeverisjes së korporatës.

Qëllimi i këtij studimi është shqyrtimi i ndikimit të mekanizmave të qeverisjes së korporatës në performancën e organizatës. Objektivi kryesor është të paraqesë argumente teorike mbi marrëdhënien që ekziston ndërmjet qeverisjes së korporatës dhe performancës financiare. Një nga mekanizmat e brendshëm të qeverisjes së korporatave përfshin praninë e një bordi drejtorësh kompetent, të strukturuar siç duhet, të balancuar dhe të pavarur, i cili luan një rol qendror në qeverisjen korporative të kompanive për të siguruar interesin pasuror të aksionarëve dhe të palëve të treta të interesuara. Për të mbrojtur interesat e aksionarëve, bordi i drejtorëve duhet të sigurojë përdorimin efikas të asetëve të kompanisë duke siguruar kështu performancë dhe qëndrueshmëri financiare afatgjatë. Duke pasur parasysh se objektivi kryesor i njëjësive ekonomike është maksimizimi i vlerës së firmës duke sjellë në mënyrë të drejtpërdrejtë rritjen e pasurisë së aksionarëve, një studim mbi efektin e madhësisë së bordit për të kuptuar efektin e tyre në performancën financiare të korporatës është shumë i rëndësishëm.

Në literaturë, bordi i drejtorëve zakonisht shihet si i lidhur me aksionarët. Kur bordi është në linjë me aksionarët, kostot e agjencisë janë minimale dhe interesat e aksionarëve ndiqen në mënyrë optimale duke sjellë përmirësime në performancën financiare dhe rritjen afatgjatë, në zgjerim dhe qëndrueshmëri të biznesit. Në thelb, efektiviteti i një bordi si mekanizëm i

qeverisjes korporative varet nga përbërja dhe madhësia e tij. Së pari, përbërja e drejtorëve të bordit është një çështje qendrore sepse përfaqësimi i duhur në bord pritet të promovojë qeverisjen e mirë. Megjithatë, përbërja e bordit mund të krijojë konflikte të mundshme të cilat do të ndikonin negativisht në performancën financiare të korporatës. Përbërja e bordit karakterizohet nga dy komponente, pavarësia e një bordi, përqindja e drejtorëve joekzekutivë dhe rolet e ndara ose jo të shefit ekzekutiv (CEO) dhe kryetarit të bordit.

Në përputhje me këtë pikëpamje, Byrd dhe Hickman (1992) vërejnë një marrëdhënie pozitive midis përqindjes së drejtorëve joekzekutivë në bord dhe performancës së korporatës dhe gjithashtu një reagim pozitiv të vlerës së aksioneve ndaj emërimit të drejtorëve të jashtëm. Çështja e dytë në lidhje me efektivitetin e bordit është madhësia e bordit. Hulumtimi i qeverisjes së korporatës njeh rolin thelbësor të kryer nga bordi i drejtorëve në monitorimin e menaxhimit (Fama dhe Jensen, 1983). Bordet e mëdha janë zakonisht më të fuqishme se bordet e vogla dhe, për rrjedhojë, konsiderohen të nevojshme për efektivitetin organizativ. Për shembull, Pearce dhe Zahra (1991) theksojnë se bordet e mëdha ndihmojnë në forcimin e lidhjes midis korporatave dhe ambientit të tyre, ofrojnë këshilla në lidhje me zgjedhjet strategjike për firmën dhe luajnë një rol vendimtar në krijimin e identitetit të korporatës. Studime të tjera, megjithatë, sugjerojnë se bordet e mëdha janë më pak efektive se bordet më të vogla. Nacioni themelor është se bordet e mëdha e bëjnë koordinimin, komunikimin dhe vendimmarrjen më të vështirë sesa grupet më të vogla. Këto gjetje implikojnë se bordet e mëdha mund të kenë një efekt negativ në performancën financiare të korporatës.

Rishikimi literaturës

Ky seksion diskuton një studim sistematik të literaturës i cili shërben për t'i dhënë një argumentim të plotë dhe shterues studimit. Ka disa perspektiva teorike të zhvilluara të cilat ndihmojnë në eksplorimin e çështjeve të qeverisjes së korporatave. Këto teori përfshijnë teorinë e agjencisë, teorinë e kujdestarisë dhe teorinë e palëve të interesuara. Ekzistenca e objektivave divergjente dhe ndonjëherë kontradiktore midis menaxherëve dhe aksionarëve ka shkaktuar hartimin e koncepteve dhe mekanizmave që sigurojnë minimizimin e kostos së lidhur me një interes. Teoria e agjencisë ka qenë paradigma mbizotëruese në literaturën e qeverisjes së korporatës por, ekzistojnë gjithashtu teori të tjera që janë postuluar për të nënvizuar vlerën e

firmës dhe se si ajo duhet të veprojë në përgjigje të disa përgjegjësive të saj.

Teoria e agjencisë:

Hulumtimi i qeverisjes së korporatës bazohet në tezën klasike të Berle & Means, "Korporata Moderne dhe Prona Private", e cila nxjerr në pah problemin e agjencisë në firmat moderne për shkak të ndarjes së pronësisë dhe kontrollit. Në këtë drejtim, pyetja themelore është si të sigurohet që menaxherët të ndjekin interesat e aksionarëve në mënyrë që të reduktojnë kostot që lidhen me marrëdhëniet principal-agjent? Sfida është të sigurohet që menaxherët të ndjekin interesat e aksionarëve për të reduktuar kostot që lidhen me marrëdhënien principal-agjent. Drejtorët përballen me dy probleme kryesore: menaxherët marrin vendime në kundërshtim me interesat e aksionerëve, si dhe marrjen në konsideratë të rrezikut moral në harmonizimin e interesave midis pronarit dhe menaxherit. Jensen & Mackling (1976) përcaktojnë marrëdhëniet e agjencisë dhe identifikojnë kostot e agjencisë. Marrëdhëniet e agjencisë shfaqen nëpërmjet kontratave ku pronarët angazhojnë një person tjetër (agjent) për të kryer shërbime në emër të tyre, duke përfshirë delegimin e autoritetit vendimmarrës. Kjo mund të çojë në konflikte interesi midis menaxherëve dhe aksionarëve kontrollues, të cilët mund të përfitojnë nga asimetria e informacionit që zotërojnë. Për të adresuar sjelljen oportuniste, bordi i drejtorëve duhet të përbëhet nga më shumë drejtorë joekzekutivë, duke reduktuar konfliktin e interesit dhe duke siguruar pavarësi në monitorim dhe gjykim të drejtë.

Teoria e kujdestarisë:

Megjithëse teoria e agjencisë është perspektiva dominuese në studimet e qeverisjes së korporatës, ajo është kritikuar vitet e fundit për shkak të aftësisë së saj të kufizuar në shpjegimin e ndërveprimeve principal-agjent. Teoria e kujdestarisë, nga ana tjetër, fokusohet tek drejtorët si kujdestarë të aseteve të një kompanie dhe që veprojnë në interes të aksionarëve. Objektivi i menaxherit është të maksimizojë performancën e firmës, duke plotësuar nevojat e tyre për arritje dhe sukses. Kjo teori identifikon bordin e drejtorëve, madhësinë e bordit dhe udhëheqjen si thelbësore për qeverisjen efektive të korporatës. Përfshirja e drejtorëve të pavarur jo-ekzekutivë shihet si kritike për rritjen e efektivitetit të aktiviteteve të bordit, sepse nuk kanë njohuri të plotë për operacionet e firmës edhe pse besohet se emërimi i tyre do të përmirësojë vendimmarrjen dhe do të sigurojë qëndrueshmërinë e biznesit. Është argumentuar se madhësitë e vogla të bordit duhet të jenë optimale për

të promovuar efektivitet komunikimi dhe vendimmarrje. Megjithatë, teoria nuk parashikon një rregull për përcaktimin e madhësisë optimale, por supozon se menaxherët janë kujdestarë të mirë të firmave, të besueshëm dhe punojnë për të arritur fitime të larta të korporatës (Donaldson & Davis 1994). Ndryshe nga teoria e agjencisë, teoria e kujdestarisë sugjeron se pozicionet e CEO dhe kryetarit të bordit duhet të përqendrohen në një individ, duke i lejuar CEO të marrë vendime shpejt dhe pa burokraci. Kjo teori argumenton se kur strukturat e qeverisjes funksionojnë në mënyrë më efektive, nuk duhet të ketë vonesa të panevojshme burokratike në vendimmarrje.

Teoria e palëve të interesuara:

Ky model u iniciua nga Freeman në 1983 dhe propozon se objektivi i firmës duhet të shtrihet përtej maksimizimit të pasurisë së aksionarëve. Ai synon të parashikojë në mënyrë objektive suksesin e një kompanie duke ekzaminuar dinamikat brenda saj, si udhëheqja, menaxhimi dhe klientët. Gjithashtu kjo teori fokusohet në mjedisin ekonomik dhe efektet sociale të kompanisë.

Teoria e palëve të interesuara përcakton se një njësi ekonomike kërkon të sigurojë një ekuilibër midis interesave të palëve të interesuara duke siguruar që çdo grup interesi të marrë një shkallë kënaqësie. Prandaj, teoria e palëve të interesuara shpjegon më mirë rolin e qeverisjes së korporatës sesa teoria e agjencisë duke theksuar përbërësit e ndryshëm të një firme. Lidhur me diskutimin e mësipërm, John dhe Senbet (1998) ofrojnë një përmbledhje gjithëpërfshirëse të teorisë së palëve të interesuara për qeverisjen e korporatës, e cila thekson praninë e shumë palëve me interesa konkurruese në operacionet e firmës. Teoria e palëve të interesuara është e spikatur sepse shumë studiues kanë pranuar se aktivitetet e një entiteti korporativ ndikojnë në mjedisin e jashtëm ndaj një audiencë më të gjerë sesa thjesht tek aksionarët e saj. Megjithatë, duhet theksuar se njohja e këtij fakti ka qenë më tepër një fenomen i kohëve të fundit. Në të vërtetë, është kuptuar se vlera ekonomike krijohet nga njerëz që vullnetarisht bashkëpunojnë për të përmirësuar pozicionin e gjithsecilit (Freeman, 2004).

Në vetvete cilësia e funksionimit të mekanizmave të qeverisjes së korporatës ka një matricë indikatorësh nga të cilat prodhohen indekse si indikator të agreguar për t'i përdorur si variabla të varur për të argumentuar ndërlidhjen me performancën e firmës. Në vendet ku ka tregje financiare dhe kapitali të zhvilluara rekomandohet që të përdoret tobin Q, por në vendin tonë

vlera në treg e firmës përcaktohet nga indikatorë financiarë si kthimi nga aktivi(ROA), kthimi nga kapitali (ROE) etj.

Metodologjia

Ky punim eksploron marrëdhënien ndërmjet qeverisjes së korporatës dhe performancës financiare dhe ndikimin e saj në performancën organizative. Metodologjia është përshkruese dhe analitike, e bazuar në një rishikim të literaturës bashkëkohore, mbi qeverisjen e korporatave. Kërkimi është fokusuar në aspektet teorike përmes një kërkimi në literaturën, në fushën e qeverisjes së korporatave. Gjatë studimit të marrëdhënies midis qeverisjes së korporatës dhe performancës financiare, duhet t'u referohemi disa teorive që mund të na udhëheqin. Duke iu referuar literaturës së qeverisjes, paraqitet një grup i veçantë i rrjedhave kërkimore që shpjegojnë logjikën e marrëdhënieve në qeverisjen e korporatës. Kështu, mund të dallojmë rrjedhën e kërkimit duke u fokusuar në aspektin kontraktual të marrëdhënieve ndërmjet aksionareve, agjentëve, drejtorëve, menaxherëve dhe palëve të treta.

Mekanizmat e qeverisjes mbi performancën e organizatës

Skandalet e korporatave në vendet e zhvilluara theksojnë nevojën për përmirësimin e praktikave të qeverisjes, madje edhe në tregje që funksionojnë mirë. Qeverisja e korporatave shihet si një element i domosdoshëm i disiplinës së tregut, duke nxitur kërkesat për mekanizma të fortë nga investitorët dhe pjesëmarrësit e tjerë të tregut financiar. Organizata për Bashkëpunim dhe Zhvillim Ekonomik (OECD) 2009 e përkufizon qeverisjen e korporatës si sistemin me të cilin drejtohen dhe kontrollohen korporatat e biznesit, duke përcaktuar shpërndarjen e të drejtave dhe përgjegjësiive ndërmjet palëve të ndryshme të interesuara. Ajo siguron rregulla dhe procedura për marrjen e vendimeve për çështjet e korporatës, përcaktimin e objektivave të shoqërisë dhe mjeteve për t'i arritur ato si dhe monitorimin e performancës.

Hulumtimi ka nxjerrë në pah rëndësinë e qeverisjes së korporatës në rritjen e cilësisë dhe performancës së raportimit financiar. Skandalet dhe mashtrimet në kompani si Parmalat, Enron dhe Xerox kanë ulur besimin në aftësinë e menaxhimit për të ofruar një informacion të saktë financiar. Kjo ka çuar në nevojën për një transparencë të përmirësuar në raportimin financiar. Zbatimi i rregullave të tilla si struktura e bordit, komiteti i auditimit dhe auditimi i jashtëm mund të përmirësojnë performancën e korporatës. Ndarja e roleve të kryetarit dhe CEO mund të zvogëlojë problemet e agjencisë dhe të nxisë vendimmarrjen e pavarur (Donaldson & Davies, 1994). Mekanizmat që monitorojnë bordet dhe harmonizojnë interesat e aksionarëve me menaxhimin mund të ndihmojnë gjithashtu në reduktimin e problemeve të agjencisë.

Studimet kanë treguar se ndarja e roleve çon në performancë më të lartë financiare.

Teoria e agjencisë, e rrënjosur në ekonominë industriale dhe organizative, sugjeron se sjellja njerëzore është oportuniste dhe egoiste, duke çuar në kontroll të fortë. Funkzioni kryesor i bordit të drejtorëve është të kontrollojë sjelljen menaxheriale dhe të sigurojë që menaxherët të veprojnë në interes të aksionarëve. Për të arritur këtë, aksionarët duhet të sigurojnë emërimin e një bordi drejtorësh me një madhësi të arsyeshme, jo shumë të madhe, në të kundërt rriten kostot e agjencisë përmes mekanizmave të rritjes së shpërblimit dhe komunikimit më pak efektiv. Bordi gjithashtu nuk duhet të jetë shumë i vogël për të shmangur mungesën e lidhjeve strategjike dhe efektet e reputacionit.

Skandalet e korporatave në vendet e zhvilluara tregojnë se ka shumë hapësirë për përmirësimin e praktikave të qeverisjes, madje edhe në tregje që funksionojnë mirë. Qeverisja e korporatave shihet si një element i domosdoshëm i disiplinës së tregut dhe kjo nxit kërkesat për mekanizma të fortë të qeverisjes korporative nga investitorët dhe pjesëmarrësit e tjerë të tregut (Parkinson, J. 1994).

Studimi i Shleifer dhe Vishny (1997) siguroi që drejtuesit përpiqen të maksimizojnë interesin e tyre vetjak nga burimet e aksionerëve, duke çuar në nevojën për mekanizma kontrolli për të zbutur këtë sjellje oportuniste. Jensen dhe Meckling (1976) argumentojnë se problemi i agjencisë mund të zgjidhet përmes kompensimit të menaxhimit dhe zbatimit të mirë qeverisjes. Qeverisja e korporatës është kontrolli më i gjerë për të zbutur koston e agjencisë dhe për të përmirësuar efikasitetin e firmës. Parimet e OECD të qeverisjes korporative, theksojnë se korporatat duhet të drejtohen më së miri dhe mbi të gjitha, në interes të aksionarëve. Qeverisja e korporatës përfshin marrëdhënie të ndryshme ndërmjet menaxhimit të një kompanie, bordit, aksionarëve dhe palëve të tjera të interesuara. Ajo siguron strukturën përmes së cilës përcaktohen objektivat e kompanisë dhe përcaktohen mjetet për arritjen e këtyre objektivave dhe monitorimin e performancës. (OECD Principles of Corporate Governance, 2nd Edition, 2004). Qeverisja e korporatës mbulon konceptet, teoritë dhe praktikën e bordeve dhe drejtorëve të tyre dhe marrëdhëniet ndërmjet bordeve dhe aksionarëve, menaxhimit të lartë, rregullatorëve dhe auditorëve dhe palëve të tjera të interesuara. Efektiviteti i detyrave monitoruese të bordit zakonisht ndikohet nga faktorë të tillë si përbërja dhe cilësia e bordeve, dualiteti i pozicioneve të CEO/Kryetarit, diversiteti dhe pronësia, asimetritë e informacionit dhe kultura e bordit. (Brennan, 2006).

Qeverisja e mirë shihet gjithnjë e më shumë si një tipar i vlerësuar i një

kompanie të mirëdrejtuar, veçanërisht në ekonomitë në zhvillim si Shqipëria, ku investitorët hezitojnë të investojnë në kompani që nuk përputhen me parimet e qeverisjes së mirë. Në Shqipëri, qeverisja e korporatave është kthyer në një formë të rëndësishme të mire administrimit të strukturave të kompanive, duke u dhënë atyre një tjetër dimension. Në këtë kuadër shoqëritë aksionare me aksioner shtetin apo shoqëritë private nuk mundtë pretendojnë që kanë një qeverisjetë mirëfilltë korporate nëse nuk zbatojnë kodet, miratojnë kodin e drejtimit të brendshëm, përcaktojnë objektivat strategjike, si dhe të zgjedhin këshillin përgjegjës për monitorimin dhe vlerësimin e punës së administratoreve. Këshilli gjithashtu duhet të kujdeset që shoqëria t'i respektojë aktet themeluese të saj, kërkesat ligjore, rregullatorë dhe drejtuese, të ketë rregulla të miratuara për raportimin periodik (dhe joperiodik) për aktivitetin financiar dhe kontrollin e brendshëm, të ketë një rregullore apo manual të miratuar paraprakisht për shpërblimin e anëtarëve të bordit si dhe të ketë një manual që rregullon marrëdhëniet ndërmjet këshillit dhe aksionarëve.

Në një renditje bazuar në dimensionin social, në fushën e kapitalit njerëzor dhe të përgjegjësisë sociale nga një studim mbi Indeksën e qeverisjes së korporatave në Shqipëri (ICC Albania, 2022), për sa i përket kapitalit njerëzor dhe përgjegjësisë sociale, 10 kompanitë me rezultatet më të larta operojnë në shërbime konsulence, sisteme bankare, telekomunikacion dhe energji. Trajnimi dhe ngritja e kapaciteteve për përmirësimin e aftësive të punonjësve dhe programet për asistencën në tranzicion, deklarojnë se programet për përmirësimin e aftësive të punonjësve lejojnë një organizatë të planifikojë investimin në aftësi për të përmbushur objektivat strategjike. Punonjësit më të aftë rrisin kapitalin njerëzor të organizatës, e cila lidhet me përmirësimin e performancës. Në mjedisin global të biznesit që ndryshon me shpejtësi dhe situatën e krijuar nga pandemia, kompanitë po i japin përparësi zhvillimit të aftësive dhe trajnimit për të pajisur punonjësit me aftësitë e nevojshme për të përmbushur objektivat strategjike në një mjedis dinamik pune. Kompanitë përballen me një sfidë në ruajtjen e kapitalit njerëzor dhe strategjia e tyre përfshin krijimin e një mjedisi motivues pune për të minimizuar pasigurinë dhe pakënaqësinë midis punonjësve. Standardizimi i mekanizmave të burimeve njerëzore për të mbajtur dhe trajtuar punonjësit në mënyrë të barabartë është thelbësor për zhvillimin e kapitalit njerëzor në përputhje me strategjitë afatgjata të kompanisë.

Përfundime dhe rekomandime të përgjithshme

Treguesit e performancës janë në qendër të sistemit të monitorimit të një organizate performuese. Ato përcaktojnë të dhënat që mbliidhen për të matur

progresin dhe mundësojnë që rezultatet aktuale të arritura me kalimin e kohës të krahasohen me rezultatet e planifikuara.

Literatura e konsultuar zbulon se dimensionet e qeverisjes së korporatave ndikojnë pozitivisht në performancën financiare dhe operationale të firmave duke rritur aksesin në tregjet e kapitalit dhe besueshmërinë e investitorëve. Ekziston një lidhje e rëndësishme midis qeverisjes së korporatës dhe përfitimit të kompanive dhe se si mekanizma të caktuar të qeverisjes së korporatës kanë ndikim në performancën e vlerës së tregut. Madhësia dhe aktivizmi i bordit dhe numri i drejtorëve të jashtëm ndikojnë ndjeshëm në performancë. Rezultatet në përputhje me literaturën e studiuar tregojnë se korrelacioni midis qeverisjes së korporatës dhe performancës së firmës ende nuk është vendosur qartë dhe se ndikimi i qeverisjes së korporatës në performancën financiare të kompanive në vendet në zhvillim është ende relativisht i kufizuar.

Përmes rishikimit të teorive të ndryshme të qeverisjes së korporatës, është e qartë se bordi i drejtorëve është një komponent i rëndësishëm i qeverisjes që i mundëson menaxhimit të arrijë me sukses objektivat dhe të përmirësojë performancën e organizatës. Performanca financiare ndikohet pozitivisht nga procedurat e ndjekura nga bordi i drejtorëve dhe përbërja e bordit të drejtorëve dhe për një funksionim të shëndetshëm të mirëqeverisjes, ata duhet të përfshijnë më shumë ekspertë në bord, me njohuri kontabël dhe financiare, në mënyrë që të jenë në gjendje të interpretojnë pasqyrat financiare dhe të mund të dalin me plane strategjike afatgjatë. Bordi dhe menaxhimi duhet të inkurajojnë angazhimin e punonjësve për të marrë pjesë në procesin e kontrollit të brendshëm. Meqenëse bota po ndryshon me shpejtësi veçanërisht në fushën e teknologjisë së informacionit, bordi duhet të ketë plane për edukimin e drejtorëve në mënyrë që të përparojë me ekonominë në ndryshim dhe të mund të vendosë një planifikim të mirë strategjik për organizatën.

Komitetet e auditimit janë mjete efektive për qeverisjen e korporatës, duke reduktuar potencialin për raportim financiar mashtrues. Ato mbikëqyrin menaxhimin e organizatës, auditorët e brendshëm dhe të jashtëm dhe mbrojnë dhe ruajnë kapitalin dhe interesat e aksionarëve. Për të siguruar një qeverisje efektive të korporatës, raporti i komitetit të auditimit duhet të përfshihet çdo vit në deklaratën përfaqësuese të organizatës, duke deklaruar se ajo ka shqyrtuar dhe diskutuar pasqyrat financiare me menaxhimin dhe auditorët e brendshëm.

Ekonomitë në zhvillim mund të kërkojnë mekanizma qeverisjeje më efektive dhe më të forta se vendet e zhvilluara perëndimore për t'u bërë pjesëmarrës të barabartë dhe aktivë në tregun financiar global.

LITERATURA

Berle, A. and Means, G. (1932). *The Modern Corporation and Private Property*. MacMillan: New York, pp. 41

Brennan, N., 2006. Boards of Directors and Firm Performance: is there an expectations gap? *Corporate Governance: An International Review*, Vol.14, pp.577-593

Byrd, J.W. and Hickman, K.A. (1992). Do Outside Directors Monitor Managers? Evidence from Tender Offer Bids. *Journal of Financial Economics*, Vol. 32, pp. 195-221

Cadbury A., (2002), *Report of the Committee on the Financial Aspects of Corporate Governance*. Gee Publishing, London

Donaldson, L. and Davis, J. H. (1994). `Boards and Company Performance: Research Challenges the Conventional Wisdom, *Corporate Governance: An International Review*

Fama, E. and Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control, *Journal of Law and Economics*, Vol. 88, pp. 301-325

Freeman, R. Edward (1983). *Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance*, California Management Review

Freeman R., et al., (2004), *Stakeholder Theory and The Corporate Objective Revisited*,

Organization Science, Vol. 15 No 3, pp. 364-369

Parkinson, J. (1994). The Legal Context of Corporate Social Responsibility. *Business Ethics: A European Review*, Vol.3, pp. 16-22

Jensen, M., and Meckling, W. (1976), Theory of the firm: managerial behaviour, agency costs and ownership structure, *Journal of Financial*

Economics, Vol. 3, pp. 305-360

John, K. and Senbet, L.W. (1998) Corporate Governance and Board Effectiveness. *Journal of Banking & Finance*, Vol. 22, pp. 371-403

OECD (2004), OECD “Principles of Corporate Governance”, Organization for Economic Co-operation and Development, Paris

Parkinson, J. (1994). *The Legal Context of Corporate Social Responsibility. Business Ethics: A European Review*, Vol. 3, pp. 16-22

Pearce and Zahra (1991), The relative power of ceos and boards of directors: Associations with corporate performance, *Strategic management journal*, Vol.12, pp.135-153

Smith, A. (1990), Corporate ownership structure and performance: The case of management buyouts, *Journal of Financial Economics*

Shleifer Andrei and Robert W. Vishny (1997), A Survey of Corporate Governance, *The Journal of Finance* Vol. 52, No. 2

Indeksi i qeverisjes së korporatave, drejt qëndrueshmërisë së korporatave në shqipëri (2022), ICC Albania

