

Print ISSN 2222-5846
Online ISSN 2312-5349

Qendra Shqiptare për Kërkime Ekonomike

REVISTA SHQIPTARE SOCIAL EKONOMIKE
ALBANIAN SOCIO ECONOMIC REVIEW
Revistë Social Ekonomike katërmujore

Viti XXIX, Nr. 1 (110)
(Janar – Prill 2023)

Tiranë, 2023

QSHKE
QENDRA SHQIPTARE PËR KËRKIME EKONOMIKE
REVISTA SHQIPTARE SOCIAL EKONOMIKE
ALBANIAN SOCIO ECONOMIC REVIEW
Revistë Social Ekonomike katërmujore
Viti i XXIX, Nr. 1 (110)
(Janar – Prill 2023)

Komiteti shkencor

Dr. Zef PREÇI – Kryeredaktor - Shqipëri
Prof. Dr. Ana Paula FERREIRA FERNANDES LOPES - Portugali
Prof. Dr. Antonio DA SILVA ROBALO - Portugali
Prof. Dr. Dorota WITKOWSKA, Poloni
Prof. Dr. Elena HORSKA, Sllovaki
Prof. Dr. Fatmir MEMAJ - Shqipëri
Prof. Dr. Heinz-Dieter WENZEL - Gjermani
Prof. Dr. Iraj HASH - UK
Prof. Dr. Janez PRAŠNIKAR - Slloveni
Prof. Dr. Justina SHIROKA PULA - Kosovë
Prof. Dr. Luigi D'AMBRA - Itali
Prof. Dr. Nasir SELIMI – Maqedonia e Veriut
Prof. Dr. Statty STATTEV – Bullgari
Prof. Dr. Shyqyri LLACI - Shqipëri
Prof. Dr. Tomasz MROCZKOWSKI - ShBA
Prof. Dr. Yannis TSEKOURAS – Greqi
Prof. Dr. Zhaklina PETO – Shqipëri
Prof. Asoc. Dr. Dorina HOXHA - Shqipëri
Prof. Asoc. Dr. Etleva LEKSKAJ - Shqipëri
Prof. Asoc. Dr. Florian NUTA – Rumani
Prof. Asoc. Dr. Laura TAFARO - Itali
Dr. Elmira KUSHTA - Shqipëri
Dr. Zamira SINAJ - Shqipëri

Redaktor:

Prof. Dr. Fatmir MEMAJ

Qendra Shqiptare për Kërkime Ekonomike – QSHKE nuk është përgjegjëse për mendimet e shprehura nga autorët në artikujt e tyre. Mendimet janë thjeshtë të autorëve dhe nuk përfaqësojnë as opinionet e QSHKE-së dhe as qëndrimet dhe opinionet e institucioneve ku autorët punojnë.

Me kërkesë zyrtare të palëve të treta të interesuara, botuesi vë në dispozicion deklaratën e origjinalitetit të nënshkruar prej autorëve të shkrimeve të botuara.

Adresa e Redaksisë:

Rr. "Ismail Qemali", Nr. 1, Hyrja 1, Kati 3, Ap. 6

Kutia Postare 2934, Tiranë, SHQIPERI

Tel/Fax: 04 2274 603

Tirazhi: 1000 kopje

PËRMBAJTJA

Manuela MEÇE Entela KALESHI	Efektet e emigracionit mbi varfërinë, pabarazinë dhe formimin e kapitalit human në Shqipëri	f. 5
Arjana MUÇAJ	Covid-19 dhe puna në distancë	f. 15
Artemisi SHEHU/DONO Kris MUHAJ Arjana MUÇAJ	Ndikimi i sekstitimit në zhvillimin emocional në adoleshencë	f. 29
Gloria TYXHARI Blerina VIKA Megi MARKU	Kontributi i Algoritmave të Machine Learning në Klasifikim	f. 37
Evis KUMI	Ndikimi i sistemit tatimor shqiptar ne ekonomine e vendit	f. 47
Manuela MEÇE	Sjellja e Konsumatorëve të Kartave të Kreditit	f. 55
	Komiteti shkencor	f. 69
	Recenzentë në këtë numër	f. 74
	Kriteret për botimin e artikujve	f. 75

EFEKTET E EMIGRICIONIT MBI VARFËRINË, PABARAZINË DHE FORMIMIN E KAPITALIT HUMAN NË SHQIPËRI

Manuela MEÇE, Entela KALESHI

Abstract

Albania has one of the world's highest emigration rates, relative to its population, at -3.3 migrants per 1,000 people, and a total migrant population of more than 1.25 million in 2014, according to UN Department of Economic and Social Affairs data. In 2010 Albania was granted with visa-free travel to the Schengen area and this also affected the crossing of the borders and the circular migration across the land border between Greece and Albania was for many years, one of the most significant irregular migratory flows across the EU's external borders.

Although during the last years it is observed an increase number of return migrants, Albanian citizens continued to migrate and it is observed an increase of the number during 2014, and the new trend now is requesting asylum in EU member states increased during 2014. According to EUROSTAT data show that 65,000 Albanians applied for asylum in 2015, 55,000 of them sought asylum in Germany, 99% of these asylum requests have been refused from European countries, and 1/2 of them belong to the age group 18–34 years old. Due to the poor economic and living conditions in Albania, the labor market affects the on-going migrant flows from Albania to the most developed labor markets of European countries.

Migration in Albania has major development impact and poverty implications in several aspects. It affects individuals and their families, of origin and destination countries, and the national economy. At the individual level it shows that migrants benefit economically from their movements, their migration leads to better employment opportunities and income; at the household level in the home country migration reduces poverty at the family level and positively contributes to human capital formation, and improving education and healthcare conditions.

Keywords: Development, Employment, Human Capital, Migration, Migratory flows

1. HYRJE

Sot po jetojmë në një epokë që migrimi është një nga kryefjalët e shumicës së diskutimeve në nivel lokal, kombëtar dhe ndërkombëtar. Nxitur nga konfliktet politike dhe ushtarake, presionet dhe zhvillimet që po pësojnë ekonomitë e vendeve duke u bërë gjithnjë e më të globalizuara, ndryshimet klimatike dhe dëshira për një jetë më të mirë, më shumë njerëz se kurrë po lëvizin dhe jetojnë përtej kufijve të vendit ku ata kanë lindur.

Sistemet sociale janë në lëvizje, ato evoluojnë dhe ndryshojnë vazhdimisht përmes proceseve të brendshme dhe për shkak të kontaktit të tyre me mjedisin dhe kulturat e tjera. Asnjë shoqëri nuk ka qenë ndonjëherë apo do të jetë krejtësisht e ngrirë, edhe pse disa kultura shihen si jo-fleksible, ndërsa të tjera janë karakterizuara nga ndryshime të shpejta. Emigracioni është bërë një faktor shumë i rëndësishëm në dinamikat multi-kulturore që vë në lëvizje shoqërinë dhe sjell ndryshime ekonomike, sociale dhe kulturore. Emigracioni lëviz njerëzit, ndryshon shoqërinë dhe sistemet sociale dhe e bën botën të duket më e vogël dhe më shumë multi-kulturore.

Politikat e migracionit të Republikës së Shqipërisë janë rregulla, strategji dhe dokumenta të ndryshme të pasqyruara në ligjet dhe vendimet e hartuara dhe të

miratuara për këtë qëllim, në përputhje me politikat e migracionit në përgjithësi dhe me rregullat e migracionit të BE-së, duke synuar minimizimin e kostove të migracionit dhe optimizimin e përfitimeve, si për migrantët dhe vendet, nëpërmjet menaxhimit të rrjedhave migratore, duke garantuar të drejtat themelore të njeriut dhe liritë e emigrantëve, luftën kundër migrimit ilegal etj.

Gjithë struktura e dokumentave bazë ligjore të migracionit në vetvete përbëhet nga politikat e dokumenteve të udhëtimit, politika e vizave, politika e pranimit, politika e punësimit, politika e qëndrimit, politika e ribashkimit familjar, politika e të miturve të pashoqëruar, politika e luftës kundër migracionit ilegal duke përfshirë hyrjen ilegale, qëndrimin e paligjshëm, punësimin e paligjshëm, martesën për qëllime migrimi, politikën e mbrojtjes së të drejtave dhe lirive themelore të migrantëve dhe mbrojtjen e të dhënave personale dhe politikën e integritetit të migrantëve.

Në një vend si Shqipëria që është prekur shumë nga emigracioni, vërehet se rrjedhja e burimeve njerëzore, redukton produktivitetin socio-kulturor, ndërsa në vendet pritëse, emigrantët përballen me sfida për të përshtatur sistemin e tyre të origjinës me vlerat dhe normat kulturore, me kodet sociale të vendit pritës, të cilat shpesh janë shumë të ndryshme nga ato të vendit të tyre të origjinës. Ajo që ndodh më shpesh është që këta emigrantë si një përgjigje ndaj asimilimit të kulturës së tyre bëjnë një rregullim të pjesshëm të kulturës së tyre duke u përshtatur në një mjedis të ri kulturor dhe vazhdojnë ndërkohë ruajtjen e lidhjeve që kanë me atdheun e tyre duke forcuar lidhjet dhe marrëdhëniet familjare me përdorimin e mjeteve të reja të komunikimit.

Emigracioni ka sjellë një ndikim të madh në zhvillimin e kapitalit human në Shqipëri. Punësimi i emigrantëve shqiptarë në ekonomitë e zhvilluara të vendeve pritëse i ka pajisur ata me një kulturë të përgjithshme të menaxhimit të punës, të etikës në punë, njohuri për sektorë të rinj të ekonomisë, njohuri mbi teknikën dhe teknologjinë e fundit. Rikthimi i tyre gjatë viteve të fundit në ekonominë shqiptare shoqërohet dhe me transferimin e këtyre aftësive dhe njohurive që ata kanë marrë gjatë kohës që kanë jetuar dhe punuar në migracion.

2. RISHIKIM I LITERATURËS

Në fushën e migrimit studimet për lidhjen midis migrimit dhe faktorëve të tjerë socialë sic janë varfëria, pabarazia dhe kapitali njerëzor janë fokusuar shumë gjatë viteve të fundit, për shkak se lëvizjet e popullsisë në një botë të globalizuar dhe të mbushur me mundësi të mëdha lëvizje janë intensifikuar dhe rrjetet sociale janë shtuar Castells, M. (2004) [4]. Disa studiues e konsiderojnë globalizimin si një forcë që dëmton identitetin kombëtar Hobsbawm, E. (1992) [7], ndërsa të tjerë argumentojnë se zhvillime të tilla përforcojnë ndjenjat kombëtare Smith, A. D. (2007) [15]. Ndërveprimet kulturore vërehen në forma dhe përmbajtje të ndryshme, dhe tashmë sic thotë gazetari Tomas Friedman “Bota është bërë e sheshtë”. Migrimi thjeshton bërjen të mundur të gjërave të reja edhe tek popullata pritëse edhe tek ajo migruese, elementë të cilët shpesh mikpritin, por shpesh edhe injorohen dhe sulmohen. Ai vepron si një katalizator për të sjellë ndryshime kulturore sepse emigrantët janë shpesh të pakënaqur me zhvillimet kulturore në zonën e 'tyre' të veprimit.

Emigrantët humbasin vlerat e përbashkëta, traditat, këngët amtare, gjuhën, kuzhinën e tyre, Akhtar, S. (1999) [1], si edhe statusin social, marrëdhënie të rëndësishme dhe në disa raste, të sigurisë financiare Yaglom, M. (1993) [16] gjatë periudhës që ata jetojnë në vend tjetër. Ndërkohë që nëse analizojmë edhe raste emigracioni masiv (kur emigrantët shkëputen largohen bashkë me familjet e tyre) në periudha të ndryshme sociale për një vend, ky proces përfshin edhe humbjet e shumë elementeve të rëndësishëm për këta njerëz në kulturën amtare që ata braktisin, të tilla si lidhjet familjareve dhe lidhjet me njerëzit argumenton Marlin, O. (1994) [10]. Përveç kësaj, emigrantët mund të humbasin edhe funksionet që kanë mbajtur në vendin e tyre të lindjes, si dhe ndjenja të tilla si siguria dhe lidhjet me të tjerët Lijtmaer, R. M. (2001) [9]. Ata humbasin një "botë të tyre" që u jepte ndjenjën e sigurisë dhe sesi të drejtonin në jetën e tyre Marcus, P. (2001) [11].

Ndërkohë në ato raste që një njeri në një situatë të tillë të humbjes së identitetit të tij, mund të cojë deri në humbjen e gjuhës amtare Mirsky, J. (1991) [13]. Mësimi i një gjuhë të re do të thotë që të përfshihen në brendësimin e vlerave dhe idealeve të reja që kanë ndikim në zhvillimin e identitetit të dikujt. Mehta, P. (1998) [12] argumenton se ndryshimi kulturor dhe situatat e reja që emigrantët gjenden rritin rrezikun e çrregullimeve në zhvillimin e identitetit të tyre për shkak të brendësimit të normave të reja kulturore. Një emigrant në procesin e integritit në kulturën pritëse gjendet përballë sfidave të tilla që e etiketojnë atë si "minoritet", "të huaj", dhe "emigrant", që në gjuhën e atij vendi shpesh ka dhe një tingëllim negativ. Sigurisht, shkalla sa dhe sesi këto humbje të identitetit ndodhin ndryshon gjerësisht, në varësi të rrethanave të emigrimit, personalitetit të personit dhe dallimit që mund të ekzistojë midis kulturave të origjinës dhe asaj pritëse. Por edhe pse është e pranuar nga të gjithë që emigrantët përshtaten dhe integrohen me kulturën e vendit pritës të tyre, është gjithashtu e pranueshme që emigracioni përbën një kërcënim ndaj identitetit kombëtar të vendit pritës.

Një vend që ka një fluks të madh të emigrantëve has në vështrirësi të shumta si pasojë e largimit të forcës punëtore dhe vecanërisht asaj në moshë të re duke sjellë pasoja shumë të mëdha në kapitalin human të një vendi. Studiues, ekonomistë, teoricienë dhe autorë të ndryshëm bashkohen në idenë që kapitali human ka një rëndësi të veçantë për zhvillimin e çdo sektori në një vend të caktuar. Nëse institucionet zotërojnë punonjës profesionistë, të kualifikuar dhe të ndërgjegjshëm në atë çfarë bëjnë, atëherë shanset për të patur rezultate të larta janë të mëdha. Për më tepër, literatura argumenton se ekziston një lidhje e drejtë midis kualifikimit të stafit dhe rezultateve të institucionit ku ata punojnë, duke ndikuar në këtë mënyrë edhe në ekonominë e vendit në tërësi, pra kapitali human ka dhe një impakt makroekonomik. Kjo ndodh për arsye se kapitali human është tepër i rëndësishëm pasi ai e zhvillon ose jo një njësi ekonomike.

Studimet në çdo periudhë tregojnë se ndaj zhvillimit të kapitali human duhet treguar një kujdes i veçantë duke ditur rëndësinë e tij në zhvillimet ekonomike dhe sociale, sidomos sot në epokën e globalizimit. Ndryshe nga disa vite më parë, kur tregjet ishin të mbyllura dhe njësisive ekonomike në mënyrë natyrale iu krijoheshin kushtet e

favorshme për zhvillim pasi konkurrenca ishte e vogël, sot zhvillimet teknologjike dhe zhvillimi ekonomik kërkon specialistë të mirëfilltë për çdo proces pune.

Qasja standarde ekonomike e sheh kapitalin njerëzor si një grup të aftësive apo karakteristikave që rrisin produktivitetin e punonjësit. Ky përcaktim është i vlefshëm dhe në shumicën e rasteve është një përcaktim praktik dhe i mjaftueshëm. Megjithatë është mirë që të bëjmë disa dallime të mënyrave alternative të të menduarit mbi kapitalin njerëzor bazuar në teoritë kryesore në këtë fushë. Një numër i madh teorish janë përdorur si korniza për të përshkruar rëndësinë e arsimit në zhvillimin ekonomik dhe të sipërmarrjeve për të arritur suksesin e të dyja palëve dhe të suksesit të biznesit në shoqëri.

Një klasifikim i mundshëm mund të jetë:

(1) *Pikëpamjet e Becker - Teoria me e njohur është ajo e kapitalit human të Becker në vitin 1975. Kjo teori e zgjeroi analizën ekonomike të kryer në nivel mikro edhe për një sërë sjelljesh njerëzore dhe sugjeroi që njohuritë dhe kompetencat mund të rritin aftësinë njohëse dhe të çojnë në aktivitete efektive.*

Literatura shkencore dallon midis kapitalit human në përgjithësi që i referohet arsimit të përgjithshëm dhe eksperiencave praktike dhe kapitalit human specifik, i cili i referohet edukimit profesional dhe eksperiencave shumë specifike të lidhura ngushtë me aplikacione të vecanta në lidhje me një aktivitet dhe kontekst të caktuar, (Becker, 1975).

Kapitali njerëzor është në mënyrë të drejtpërdrejtë i dobishëm në procesin e prodhimit. Duke u shprehur në mënyrë eksplicite, kapitali njerëzor rrit produktivitetin e punonjësit në të gjitha detyrat, edhe pse ndoshta në mënyra të ndryshme për detyra, institucione apo situata të ndryshme. Në këtë pikëpamje, edhe pse roli i kapitalit njerëzor në proceset e prodhimit mund të jetë mjaft i ndërlikuar, ka një kuptim në të cilin ne mund të mendojmë për atë si një objekt një-dimensional, stokut e njohurive apo aftësive të një individi.

(2) *Pikëpamjet e Gardener - Sipas këtij autori ne nuk duhet të mendojmë për kapitalin human si një objekt një-dimensional, por si një tërësi me shumë dimensione dhe shumë lloje aftësish. Një version i thjeshtuar i kësaj qasje do të theksonte aftësitë mendore përballë atyre fizike. Është pagëzuar si qasja Gardener bazuar në punën e psikologut social Howard Gardener, i cili kontribuoi në zhvillimin e teorisë së shumë-inteligjencave, veçanërisht duke theksuar shembuj të gjenive dhe personaliteteve të famshme që kanë qenë shumë të "pakualifikuar" në disa dimensione të tjera.*

(3) *Pikëpamja Schultz / Nelson-Phelps - Sipas këtij autori kapitali human duhet parë kryesisht si kapaciteti për t'u përshtatur. Sipas kësaj qasjeje, kapitali njerëzor është veçanërisht i dobishëm në trajtimin e situatave "të çekuilibruara", ose në përgjithësi në situata në të cilat ka një ndryshim dhe individët duhet të përshtaten me këtë.*

(4) *Pikëpamja Bowles-Gintis - Këta autorë kur flasin për "kapitali human" i referohen aftësisë së individëve për të punuar në organizata dhe duke iu bindur urdhrave, pra aftësia për t'u përshtatur me hierarkinë kapitaliste të shoqërisë. Sipas kësaj pikëpamje, roli kryesor i institucioneve arsimore është që të instalojnë te individët ideologjinë "e saktë" dhe një qasje të tillë ndaj jetës.*

(5) *Pikpamja e Spenz - Pikëpamja e Spenz na thotë që masat e vëzhgueshme të kapitalit njerëzor janë më shumë një sinjal për ekzistencën e aftësive dhe karakteristikave të pavarura dhe shumë të dobishme në procesin e prodhimit.*

(6) *Pikpamjet e Amartia Sen - Një nga ekonomistët social më të njohur të viteve të fundit, Amartia Sen thotë që roli qëndror i akumulimit të kapitalit human ndikon në mirëqënien sociale në dy mënyra të ndryshme, (Sen, 1997). Sipas Sen nga njëra anë, ai rrit në mënyrë të drejtpërdrejtë cilësitë njerëzore dhe aftësitë e punonjësve për prodhimin ekonomik dhe shkëmbimet tregtare. Nga ana tjetër, kapitali human në mënyrë indirekte rrit mundësitë individuale duke u dhënë njerëzve mundësi dhe shanse të reja për ta pasuruar dhe bërë jetën e tyre më të mirë.*

Kështu, për të kuptuar lidhjet midis proceseve të akumulimit të kapitalit human dhe rritjes së aftësive, ne duhet të modelojmë sesi këto dy koncepte janë të lidhura reciprokisht. Duke bërë këtë, Sen thotë që ne duhet të përdorim dy teori të njohura që shpjegojnë çfarë janë aftësitë e njeriut dhe çfarë është kapitalit human.

Ndërsa një autor me zë në fushën e kapitalit human Theodore W. Schultz në librin e tij “The American Economic Review” (1961), argumenton mjaft qartë rëndësinë e investimit në kapitalin human. Në këtë libër, Schultz tregon lidhjen që ekziston midis zhvillimit të kapitalit human dhe zhvillimit të njësisë ekonomike si dhe rritjes ekonomike të vendit. Pra e parë dhe në pikëpamjen makro, investimi në kapitalin human ndikon mjaft në zhvillimin ekonomik.

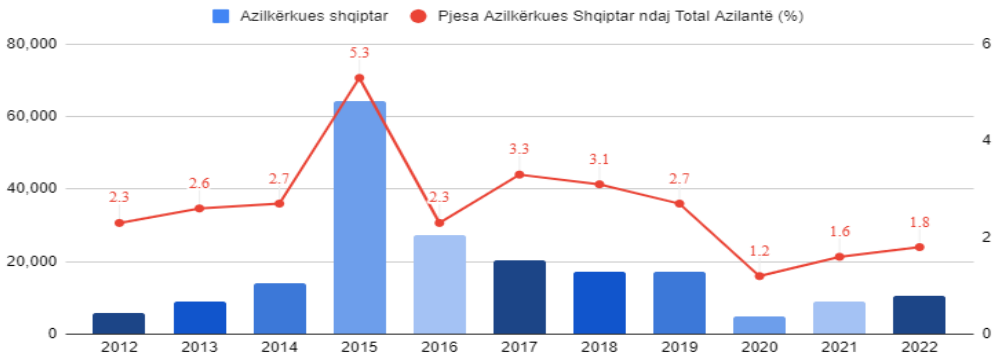
Edhe autorë të tjerë kanë treguar rëndësinë e kapitalit human në dështimin, mbijetesën, dhe mundësitë e rritjes së bizneseve të reja, Brüderl, Josef, Peter Preisendörfer, and Rolf Ziegler (1992) [3].

3. SHQIPËRIA, MIGRIMI DHE KAPITALI HUMAN

Në Shqipëri zhvillimi i kapitalit human formëzohet nga politika të ndryshme, duke përfshirë këtu në mënyrë të vecantë arsimin dhe trajnimin, politikat mbi punësimin dhe tregun aktiv të punës, si dhe çështjet e politikave ndërsektoriale që lidhen me barazinë dhe përfshirjen sociale, konkurrencën dhe inovacionin. Sfidat e arsimit dhe trajnimit në Shqipëri janë shumë të rëndësishme.

Duke rritur aftësitë individuale, kompetencat dhe njohuritë, kapitali human akumulohet dhe ai rrit lirinë individuale duke bërë të mundur që vetë-fuqizimi, përfshirja civile dhe pjesëmarrja sociale të bëhen më lehtë të arritshme. Shumë studime kanë nënvizuar dhe provuar që kapitali human është një faktor kyç për zhvillimin e sipërmarrjes, psh Corbett, M. (2007) [5] tregoi që në procesin e identifikimit të mundësive për investime të ndryshme ekonomike njohja më bazën e njohurive kryesore është shumë e rëndësishme sepse ajo shërben si një bazë për ndërveprimin me eksperiencat e reja dhe gjithashtu përdoret si pika e nisjes për të interpretuar dhe kuptuar zhvillimet e reja.

Data.AI: Azilkërkues shqiptarë në vendet e Bashkimit Europian, 2012-2022



Burimi: EUROSTAT

Ndër arsyt më të rëndësishme që i kanë shtyrë shqiptarët drejt vendeve të tjera të parat përmenden gjithmonë ato ekonomike, duke përfshirë këtu përmirësimin i standardeve të jetesës, punësimin më të mirë dhe në disa raste edhe arsyt për një arsimim më të mirë. Ndër të dhënat demografike (INSTAT, 2013) shumica e emigrantëve kanë qënë fillimisht meshkuj dhe pastaj kanë ndodhur bashkimet familjare duke marrë në vendin ku ata janë vendosur gratë dhe fëmijët. Kryesisht punësimi është drejtuar drejt këtyre sektorëve ndërtim, bujqësi, prodhim, hoteleri dhe për gratë më shumë si punëtore shtëpie, sektorin e guzhinës dhe hoteleri.

Gjatë dy dekadave të fundit, migracioni i shqiptarëve ka qënë i lidhur ngushtë me familjen dhe kjo lidhje ka qënë arsyeja për të forcuar dhe për t'u bërë forma më e rëndësishme e migrimit të ligjshëm të shqiptarëve në vendet e tjera. Hulumtuesit e ndryshëm pajtohen me faktin që familja luan një rol vendimtar gjatë procesit të migracionit, duke pasur parasysh se ndryshimi i vendit të banimit është një ngjarje e rëndësishme që ka në vetvete edhe mundësitë e reja dhe po ashtu edhe rreziqe.

Gjatë mbledhjes së të dhënave në kuadër të përgatitjes të studimit që kam bërë me emigrantë shqiptarë ajo që kam vërejtur nëpër intervistat e realizuara është që edhe pse këto familje në pamje të parë janë krejtësisht të ndryshme, gjatë takimeve dhe bisedave me ta vërehen shumë gjëra dhe modele të ngjashme. Ata u larguan nga Shqipëria duke kërkuar punë dhe kushte më të mira jetese. Ata vinin nga modelet e familjes tradicionale në Shqipëri, por gjatë procesit të emigrimit, shumë nga këto mekanizma janë dobësuar dhe modeli tradicional i marrëdhënieve familjare dhe presionet e forta të brendshme dhe të jashtme në vendin pritës kanë sjellë ndryshime psikologjike, ekonomike dhe sociale. Këto familje sot janë më të fokusuar në mirëqenien e tyre familjare, por në rastet kur familje të tjera vendosen afër tyre, i mbështesin familjet e tjera gjatë procesit të integritimit. Ndërsa kushtet e reja ekonomike i kanë inkurajuar këto familje të veprojnë si njësi të vecanta ekonomike në procesin e migrimit. Kjo mund të identifikohet si një lëvizshmëri për të arritur një përmirësim të kushteve sociale dhe ekonomike dhe një përmirësim të kushteve të punës, duke përfutur këtu

dhe nga pjesëmarrja në skemat e sigurimeve shoqërore, qasjen drejt një punësimi formal dhe të paturit e një vendi pune me status dhe pagë më të lartë.

Në lidhje me strategjinë e integritit të dhënat tregojnë se ndonëse ka shumë dallime në mënyrën se si familjet dhe emigrantët shqiptarë janë të integruar në Greqi, ka tendenca shumë pozitive në proceset e integritit. Gjenerata e dytë e fëmijëve që kanë lindur në Greqi ose kanë shkuar atje në një moshë të vogël kanë qënë faktorë vendimtarë për një integrim të suksesshëm. Elementet e identifikuar si më të rëndësishëm për integrimin janë:

(a) komunikimi dhe gjuha; (b) shoqërimi me familjet greke / të tjera (c) njohja me zakonet, traditat dhe sistemet e vlerave të vendit pritës; (d) përfshirjen në aktivitetet shoqërore veçanërisht ato që kanë të bëjnë me edukimin shkollor të fëmijëve, (e) demonstrimet e identitetit jo-konfliktual; dhe (f) kontaktet me familjarët në Shqipëri.

Por, në të njëjtën kohë kur zhvillojnë strategjitë e integritit, emigrantët zhvillojnë edhe një sërë lidhjesh ndërpersonale familjare dhe miqësore në Shqipëri. Ata ndërtojnë rrjete ndër-nacionale të komunikimit dhe marrëdhënieve. Janë këto rrjete sociale që i lidhin ata me familjen dhe të afërmit në Shqipëri dhe i ndihmojnë ata të kapërcejnë vështirësitë dhe problemet e integritit. Kontaktet e rregullta në formë të vizitave, videove, komunikimit nëpërmjet medias sociale, telefonave dhe në vitet e fundit dhe ndërtimi i shtëpive në vendet e origjinës kanë nxitur lidhjet shoqërore dhe praktikat kulturore me vendin e origjinës. Të dhënat tregojnë se tashmë këto familje të vendosura në Greqi, apo dhe në vende të tjera, ndërtojnë në nivele të ndryshme jetën e tyre midis vendit ku kanë emigruar dhe qyteteve dhe fshatrave të tyre amtare.

Këto familje, por dhe ata individë që jetojnë vetëm kanë ndërtuar mekanizma të ndryshme për të mbajtur marrëdhëniet simbolike dhe reale me atdheun e vjetër. Familjet shqiptare kanë krijuar një jetë të integruar me jetën kulturore dhe sociale në Greqi dhe ndërkohë i kanë rritur mbajtjen e kontakteve të vazhdueshme të dashurit e tyre në Shqipëri, të shprehura në formën e vizitave të shpeshta, kontakteve të rregullta, shkëmbimit të dhuratave dhe fotografive dhe herë pas here marrjes së vizitorëve familjarë nga Shqipëria. Udhëtimet në Shqipëri janë gjithashtu më të shpeshta dhe fëmijët i kalojnë shumë herë pushimet verore në Shqipëri me gjyshërit.

Në lidhje me migrantët e kthyer është i rëndësishëm për t'u përmendur studimi i ETF, 2007 me emigrantë të kthyer. Ky studim ka treguar se rreth 94.0% e emigrantëve kanë punuar për periudha ta gjata kohore si punëtorë të paguar në profesione që nuk donin shume kualifikime dhe për këtë arsye aftësitë e tyre kualifikuese nuk kanë pësuar përmirësime, dhe shumë herë ka rezultuar që ata kënë punuar në profesione që kanë qënë më poshtë nivelit të tyre të kualifikimeve. Ky raport tregon që vetëm rreth 10.2% e migrantëve të kthyer kanë rritur nivelin e tyre të aftësive. Ndërsa të pyetur për arsyet e tyre për t'u kthyer në Shqipëri klasifikohen në katër grupe kryesore: të kthyer nga autoritetet e vendit të migrimit, pasi ata nuk kishin dokumentacion përkatës ose sepse leja e tyre kishte skaduar dhe arsyeja e dytë është mos integrimi në tregun e punës në vendin pritës, duke mos gjetur punë, apo puna që ata kishin gjetur ishte pak e paguar, apo u mbaroi kontrata e punës.

Emigrantë të tjerë të kthyer për arsye familjare ose psikologjike, të tilla si 'të bashkoheshin me familjen', 'prindërit / bashkëshortët dëshironin që unë të kthehesha', 'të martohesha' dhe 'të kalonim pjesën tjetër të jetës sime në vendin tim të origjinës'. Së fundi ka emigrantë të suksesshëm (7.7% të kampionit) që u kthyen pas realizimit të planeve të tyre origjinale për fillimin e një biznesi ose sepse i kishin kursyer para të mjaftueshme.

Në kthimin e tyre në Shqipëri, 74.3% e të anketuarve gjetën një punë pas një periudhe mesatare kërkimi prej 3.4 muajsh. Për më tepër, ekziston një marrëdhënie pozitive ndërmjet migrimit të kthyer dhe vetëpunësimit. Anketa tregon se 51.5% e migrantëve të kthyer u bënë të vetë-punësuar ose punëdhënës. Emigrantët e mbetur gjetën punësim të paguar. Çështje të reja kanë lindur në lidhje me menaxhimin e migracionit: kapitali njerëzor, social dhe financiar i migrantëve duhet të përdoret në një mënyrë që do të përfitojë si nga vendet pritëse dhe ato dërguese.

Migrimi është një faktor i rëndësishëm dhe për zbutjen e varfërisë, kjo është provuar dhe testuar në shumë studime, të dhëna zyrtare dhe hulumtime të ndryshme. E konfirmojnë këtë dhe studimet e autorëve të huaj si De Soto, H., P. Gordon, I. Gedeshi and Z. Sinoimeri (2002) [6]; King, R., N. Mai and M. Dalipaj (2003) [8]. Cfarë është më pak e qartë është marrëdhënia midis zbutjes së varfërisë si pasojë e migrimit dhe remitancave dhe dëshirës pse akoma shqiptarët duan të emigrojnë. Këtu ndikojnë ndoshta dhe "efekt e dukshme" me të cilat migrimi nxit migrimin e mëtejshëm.

Bazuar në vëzhgimet e detajuara në Shqipërinë jugore, Nicholson argumenton se remitancat janë një mjet zhvillimi, duke i bërë njerëzit të mos emigrojnë, veçanërisht kur të kthyerit janë në gjendje të mikrofinancojnë iniciativa të reja, siç janë teknikat bujqësore të përmirësuar, dyqanet dhe shërbimet e tjera Nicholson, B. (2001) [14]. Krahas përdorimit të përditshëm të këtyre të ardhurave pra një pjesë e tyre përdoren për të financuar projekte të vogla biznesi të tilla si dyqane, bare, restorante dhe hotele turistike. Në vitet e fundit janë rritur edhe investimet në përmirësimin e bujqësisë, siç janë ngritja e serave, përmirësimi i pajisjeve për kultivim, plehrat e vogla dhe dyqanet e pesticideve për fermerët lokal etj. Sektorë të tjerë të investimeve janë garazhet e makinave dhe materialet e ndërtimit prodhimit.

Por në lidhje me situatën në Shqipëri këto dëshmi ngelen të kufizuara sepse më shumë janë të bazuara në kërkime cilësore dhe studime rasti, që gjithsesi i bëjnë këto të jenë të limituara dhe duke treguar kështu konkluzione jo shumë të sakta. Sic u përmend më sipër studimet e Nicholson, B. (2001) [14] ofrojnë disa dëshmi se si të kthyerit përdorin kursimet e fituara jashtë vendit për të financuar mikro-ndërmarrje dhe për të blerë pajisje për rritjen e produktivitetit në aktivitetet ekzistuese. Përveç kësaj, puna jashtë vendit për migrantët është një mundësi e të mësuarit për të rritur aftësitë e tyre në mënyrë që kur të kthehen të jenë të aftë dhe të kenë mundësi të hapin biznese të ngjashme me ato të cilat kanë punuar jashtë vendit.

Kjo kontribuon në të ardhura nga më shumë burime për ekonomitë familjare dhe i ndihmon këto familje që të varen sa më pak nga remitancat, të cilat në vitet e fundit për shkak të krizës ekonomike botërore dhe për faktorë të tjerë socialë janë ulur ndjeshëm. Mbështetja në sektorin e biznesit të vogël si një faktor rritje mund të jetë

një strategji e rëndësishme për Shqipërinë duke qënë se vendi vazhdon të vuajë një nivel të lartë papunësie dhe arritjet në reduktimin e varfërisë nuk janë ato që priten dhe që promovohen, përderisa të siguruarit e një kapitali fillesar dhe me njohuri jo shumë të mira teknike përbëjnë një pengesë për zhvillimin ekonomik në vend. Në këtë mënyrë emigrantët e kthyer dhe të ardhurat që vijnë nga emigracioni bëhen një mundësi për zhvillim nëpërmjet përdorimit të kursimeve nga puna në emigrim, aftësitë e fituara gjatë asaj periudhe dhe krijimi i rrjeteteve transnacionale të këtyre migrantëve të kthyer. Në këtë mënyrë marrin një rëndësi shumë të madhe ky grup sidomos për shkak të kapitalit financiar që zotërojnë dhe aftësive të tyre profesionale.

Tashmë janë një komunitet i ri i pranishëm në Shqipëri. Disa u kthyen vullnetarisht për shkak të krizës financiare, paqëndrueshmërisë dhe pasigurisë dhe flukseve të reja të migracionit në Evropë (si flukset e emigrantëve nga Siria) ose për shkak se ata janë deportuar për arsye të refuzimit të statusit si azil kërkues apo emigrantë të paligjshëm. Pra emigracioni mund të ndikojë pozitivisht në jetën ekonomike, sociale dhe kulturore të vendit. Është e nevojshme që këto ndikime të jenë sa më pozitive duke u shoqëruar me marrjen e masave të suksesshme gjatë emigrimit në vendin pritës, po ashtu dhe në Shqipëri për ata migrantë që janë kthyer. Migrimi mund dhe duhet parë si një burim që mund të vihet në punë për të nxitur zhvillimin kombëtar. Remitancat kanë luajtur një rol më të rëndësishëm në nxitjen e rritjes mbresëlënëse të ekonomisë shqiptare që nga viti 1990, por duke qënë që këto flukse financiare janë në rënie, për rrjedhojë rikthimi i migrantëve dhe lidhjet e tyre me ata që vazhdojnë të jetojnë në vende të tjera do të ndikojë pozitivisht në ekonominë vëndase, zbutjen e varfërisë dhe përmirësimin e kapitalit human.

Inkurajimi i emigrantëve për tu kthyer dhe ngritja e bizneseve të reja si dhe nxitja e integritit të këtyre bizneseve në rrjete ndërkombëtare me produktivitet të lartë mund të gjenerojë përfitime të rritjes ekonomike, fiskale dhe të punësimit dhe të jetë një rrugë shtesë për të shfrytëzuar potencialin e zhvillimit që sjell migrimi.

Konsensusi i përgjithshëm është se vërehen dy aspekte të ndërlidhura: suksesi personal, që përfshin sigurinë sociale dhe ekonomike për migrantin si një individ ose anëtar i familjes në bashkësinë lokale dhe aspekti i dytë është kontributi që ato sjellin në zhvillimin ekonomik dhe social në vend. Kthimi i emigrantëve i jep një shtysë të re zhvillimit të tregut të punës dhe avancimit të teknologjisë dhe këta emigrantë bëhen një nxitje e vërtetë për zhvillimin e komunitetit lokal ku investojnë kursimet e tyre në biznese të vogla, përdorin aftësitë dhe njohuritë e tyre të fituara, krijojnë vende pune dhe përmirësojnë ekonominë e tregut.

BIBLIOGRAFIA

[1] Akhtar, S. (1999). *Immigration & Identity: Turmoil, Treatment & Transformation*. Northvale, NJ: Jason Aronson.

[2] Berry, J. W., Phinney, J. S., Sam, D. L., & Vedder, P. (2006). *Immigrant youths: acculturation, identity, and adaptation*. *Applied Psychology*, 55(3), 303–332.

[3] Brüderl, Josef, Peter Preisendorfer, and Rolf Ziegler (1992): *Survival Chances of Newly Founded Business Organizations*. *American Sociological Review*, 57: 227-242.

- [4] Castells, M. (2004). *The power of identity the information age: Economy, society and culture*. New York, NY: Wiley-Blackwell.
- [5] Corbett, M. (2007). *Learning to leave: The irony of schooling in a coastal community*. Black Point, NS: Fernwood.
- [6] De Soto, H., P. Gordon, I. Gedeshi and Z. Sinoimeri 2002. *Poverty in Albania. A Qualitative Assessment*. Washington DC: World Bank Technical Paper 520.
- [7] Hobsbawm, E. (1992). *Nations and nationalism since 1780*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [8] King, R., N. Mai and M. Dalipaj 2003. *Exploding the Migration Myths. Analysis and Recommendations for the European Union, the UK and Albania*. London: The Fabian Society and Oxfam.
- [9] Lijtmaer, R. M. (2001). *Splitting and nostalgia in recent immigrants: Psychodynamic considerations*. Journal of the American Academy of Psychoanalysis, 29(3), 427–438.
- [10] Marlin, O. (1994). *Special issues in the analytic treatment of immigrants and refugees*. Issues in Psychoanalytic Psychology, 16(1), 7–16.
- [11] Marcus, P. (2001). *Loss and renewal*. In P. Suedfeld (Ed.), *Light from the ashes* (pp. 421–429). Detroit, MI: The University of Michigan Press.
- [12] Mehta, P. (1998). *The emergence, conflicts, and integration of the bicultural self: psychoanalysis of an adolescent daughter of South Asian immigrant parents*. In S. Akhtar and S. Kramer (Eds.), *The colors of childhood: Separation individuation across cultural, racial and ethnic diversity* (pp. 129–168). Northvale, NJ: Jason Aronson, Inc.
- [13] Mirsky, J. (1991). *Language in migration: separation and individuation conflicts in relation to the mother tongue and the new language*. Psychotherapy, 28(4), 618–624.
- [14] Nicholson, B. 2001. 'From Migrant to Micro-entrepreneur: Do-It-Yourself Development in Albania', South-East Europe Review, 4(3): 39-41.
- [15] Smith, A. D. (2007). *Nationalism in decline?* New York, NY: Routledge.
- [16] Yaglom, M. (1993). *Role of psycho-cultural factors in the adjustment of Soviet Jewish refugees: Applying Kleinian theory of mourning*. Journal of Contemporary Psychotherapy, 23(2), 135–145.

NDIKIMI I SEKSTIMIT NË ZHVILLIMIN EMOCIONAL NË ADOLESHENCË

Prof. Asoc. Dr. Artemisi SHEHU/DONO¹,

Kris MUHAJ²,

Prof. Asoc. Dr. Arjana MUÇAJ³

ABSTRACT

The research "*Sexting during the period of adolescence (15-18 years); Motives and emotional impacts*" comes as a scientific study after several months of research about the motives of sexting and its emotional experiences. Sexting is a widespread phenomenon with a wide scope in the population, especially in adolescence in the last decade. Sexting has many different definitions depending on the context and the discussion involved. In this paper, sexting will be defined as sending, receiving or distributing messages, images or videos with sexual content through electronic means, mainly mobile phones (Klettke et al, 2013).

Methodology: For the realization of this study, several research questions were raised, among which it can be mentioned that the first research question has to do with verifying the relationship that exists between involvement in sexting and emotional experiences. The second research question is related to teenagers' motives for engaging in sexting. Continuing, the third research question consists of the most used programs for engaging in sexting. As well as the last two research questions focused on the differences that may exist between rural and urban areas as well as between genders.

The study included a sample of 78 teenagers aged 15-18 years, namely 39 subjects from the city of Tirana and 39 participating teenagers from Fieri. Snowball sampling was applied to achieve this sample. In order to answer the research questions, data collection was carried out through a mixed method, a combination of quantitative and qualitative methods. Specifically, the subjects were administered a Questionnaire (*Sexting Motives Questionnaire, Bianchi D, et al, 2016, $\alpha = 0.786$*) which enabled highlighting the involvement in primary and secondary sexting as well as the basic motives. For the collection of information regarding the emotional state, a qualitative method was used, which consisted in the development of two focus groups (26 adolescents).

Results: The findings of this study showed that engaging in sexting was associated with different emotional experiences depending on the user. Also, in terms of motives, the results showed that there are a number of motives that lead teenagers to engage in sexting.

Key words: *sexting, adolescence, motive, emotional impact.*

Hyrje

Sekstimi është një dukuri dhe situatë, që ka marrë një vëmendje të konsiderueshme në shoqëri nga të gjitha grupmoshat, në veçanti gjatë periudhës së adoleshencës. Si pasojë, një përhapje e këtij fenomeni ndër vite ka ngjallur interes dhe në fushën e psikologjisë duke gjeneruar studime, diskutime dhe rishikim literaturash nga studiues të ndryshëm (Luani, 2018). Duke e konsideruar si një çështje, e cila është shumë pak e diskutuar, por tepër e përhapur, u gjet e nevojshme që studimi të realizohej rreth këtij fenomeni

¹ Departmenti i Pedagogjisë dhe Psikologjisë, Fakulteti i Shkencave Sociale, Universiteti i Tiranës, artemisi.shehu@unitir.edu.al

² Departmenti i Pedagogjisë dhe Psikologjisë, Fakulteti i Shkencave Sociale, Universiteti i Tiranës, kris.muhaaj@unitir.edu.al

³ Departmenti i Pedagogjisë dhe Psikologjisë, Fakulteti i Shkencave Sociale, Universiteti i Tiranës, arjanamucaj@yahoo.it

duke ofruar një pikëpamje më të qartë rreth ndikimit të tij në aspektin emocional tek adoleshentët që i përkasin moshës 15-18 vjeç në Shqipëri.

Adoleshenca përfshin një fazë delikate të ciklit jetësor që karakterizohet nga ndryshime të thella si në aspektin fizik, biologjik ashtu dhe në atë psikologjik (Karaj, 2017; Santrock, 1988). Gjatë kësaj periudhe, adoleshentët fillojnë të zhvillojnë seksualitetin e tyre dhe fillojnë gjithashtu të eksperimentojnë marrëdhëniet intime dhe ata shfaqin një tendencë më të konsiderueshme për të qenë më pranë sekstitimit se grupmosha të tjera (Ouytsel et al, 2016). Përsa i përket konceptit të sekstitimit, mund të thuhet se ekzistojnë përkufizime të ndryshme në varësi të kontekstit dhe diskutimit ku përfshihet (Woolfolk, 2011). Ndaj është e rëndësishme të theksohet se në këtë paper sekstitimi do të përcaktohet si dërgimi, marrja apo shpërndarja e mesazheve, imazheve ose videove me përmbajtje seksuale përmes mjeteve elektronike (Klettke et al., 2013). Studimet e kryera ndër vite nxjerrin në pah se adoleshentët të ndryshëm kanë motive të ndryshme ndaj përdorimit të sekstitimit (Barry, 2010; Choi et al, 2016). Si rrjedhojë, ata përjetojnë një gamë të gjerë emocionesh gjatë sekstitimit çka mund të ketë një ndikim ambivalent, pozitiv e negativ. Ndaj, qëllimi i këtij studimi është të nxjerrë në pah motivet që i shtojnë adoleshentët shqiptarë drejt përdorimit të sekstitimit si dhe të japë një tablo më të qartë mbi mënyrën sesi ndikon në aspektin emocional marrja apo dërgimi i fotove, mesazheve me përmbajtje seksuale.

Këndvështrim i përgjithshëm nga literatura mbi sekstitimin dhe motivet e tij

Virtualiteti nxiti një sërë horizontesh të hapura në jetën sidomos shoqërore të adoleshentëve duke e bërë komunikimin përmes mjeteve elektronike një ndër format kryesore të mesazheve me natyrë edhe seksuale. Pra komunikimi ka shkuar drejt një akomodimi të lidhur me teknologjinë. Vihet re një ndryshim edhe të socializimit të adoleshentëve përmes mënyrave të reja sesi po ndodh komunikimi në këtë socializim dhe përfshirjes në marrëdhënie sociale e intime (Del Rey et al, 2019). Në terma të përgjithshëm, sekstitimi i referohet shkëmbimit të materialit seksual nëpërmjet paisjeve elektronike kryesisht telefonave celularë (Ouytsel et al, 2016).

Koncepti i sekstitimit rrjedh nga fjalët "seks" dhe "texting" dhe mund të përfshijë shumë procese apo edhe skenarë të ndryshëm nga njëri-tjetri (Barrense et al., 2017). Nga skenarët më të zakonshëm listohet ndarja e fotove brenda një çifti adoleshentësh si dhe shpërndarja e fotove/mesazheve me apo pa pëlqimin e njëjës palë te një mik apo i njohur (Yoshihara, 2013). Por mund të thuhet se përkufizimi i sekstitimit ndryshon në varësi llojit të materialit, të përdorimit dhe përmbajtjes me natyrë sensuale apo erotike. Si proces sekstitimi mund të kanalizohet në kategori kryesore, në atë parësor dhe dytësor. Në rastin e parë, mesazhet, imazhet, videot dërgohen midis dy adoleshentëve dhe mbeten brenda këtij çifti duke mos u shpërndarë te të tjerët. Ky klasifikim njihet ndryshe dhe me termin sekstim me mirëkuptim të ndërsjellët, pra kur të dy partnerët konformohen me përdorimin e këtij fenomeni (Dragoti, 2015). Ndërkohë që në sekstitimin dytësor, njëri prej partnerëve i shpërndan materialet me palët e treta pa dijeninë e personit tjetër, duke përfshirë këtu personat e afërm, miqtë, shokët, shoqet apo ish-partnerët, çka rrit rrezikun e dëmtimit të reputacionit të viktimës si dhe rrezikun

për t'u përfshirë në episodet e dhunës në takime. Ndryshe, kjo formë njihet dhe me termin sekstim pa pëlqimin e të dyjave palëve pjesëmarrëse (Strasburger et al, 2019). Ndër vite, studime të ndryshme e kanë parë sekstimin si një ndër faktorët kryesorë në zhvillimin e identitetit seksual të adoleshentëve dhe vetë-shprehjes seksuale (Clark, 2011; Confalonieri et al, 2020). Disa prej këtyre studimeve japin rezultate se rreth 54% e adoleshentëve të klasës së tetë deri në klasën e njëmbëdhjetë që i përkasin moshës 12-15 vjeç, raportojnë të paktën një rast të marrëdhënieve seksuale (Barry, 2016). Si pasojë, një prevalencë e tillë tregon dukshëm një përfshirje tepër të madhe të adoleshentëve në sekstim. Studimi i realizuar nga Fushata Kombëtare mbi Parandalimin e Shtatzënisë Gjatë Adoloshencës nxori në pah se 20% e afro 1300 adoleshentëve të grupmoshës 18-19 vjeç, kishin dërguar ose postuar foto të zhveshura (Strassberg et al, 2013). Për këtë arsye, përdorimi i telefonave celularë, ka një rol kryesor dhe është i shoqëruar edhe me një shqetësim nga ana e edukatorëve, prindërve apo mësuesve mbi lidhjet seksuale në jetën e përditshme të adoleshentëve dhe të rinjve (Gillmore et al, 2004).

Përsa i përket gjetjeve mbi këtë fenomen dhe dallimeve mes djemve e vajzave janë të shumta dhe të bazuara në një larmi literaturash (Anastassiou, 2017), por ende nuk kanë arritur të tregojnë një model të qartë të rezultateve në lidhje me dallimet e mundshme gjinore në prevalencën e sekstit (Murphy & Spencer, 2021; Bianchi et al, 2018; Furman et al, 2003). Studime të ndryshme raportojnë se vajzat kanë më shumë gjasa të ndajnë imazhe seksuale sesa djemtë (Aubrey & Behm, 2016; Campbell et al, 2014). Ndërkohë që studime të tjera zbulojnë se djemtë marrin pjesë më shumë në këtë aktivitet e disa studiues nuk vërejnë dallime gjinore në dërgimin dhe marrjen e fotove me përmbajtje seksuale (Reyns et al., 2013). Mendohet se të tilla ndryshime i referohen mundshëm llojit të sekstit ku adoleshentët përfshihen. Si i tillë, studiuesit (Walrave et al, 2018; Patchin, 2011; McConnell, 1989) kanë gjetur se gjinia mashkullore është pikërisht ajo, e cila merret më së shumti me shpërndarjen apo dërgimin e kërkimit e fotomesazheve me përmbajtje seksuale në një nivel më të konsiderueshëm në krahasim me gjininë tjetër. Choi së bashku me dy kolegë të tij (2016), udhëhoqën një studim longitudinal në Teksas, duke u mbështetur në të dhënat e grumbulluara në 7 shkolla me një kampion prej 250 adoleshentesh vajza. Konkluzioni i tyre ishte se korrelimi mes detyrimit seksual dhe sekstit ishte pozitiv. Pavarësisht nivelit arsimor, përkatësisë etnike, kohëzgjatjes së marrëdhënieve të mëparshme, stilit të jetesës apo nivelit arsimor, adoleshentet femra, të cilat kishin përjetuar detyrim seksual përgjatë jetës kishin më shumë gjasa të përfshiheshin në seksting. Ndërkohë një tjetër studim i zhvilluar nga Patchin (2011), thkesoi se meshkujt shfaqnin një probabilitet më të lartë që përmes telefonit celular të merrnin imazhe nga të tjerët, përafërsisht rreth 28% e djemve. Por ndërkohë, djemtë ishin më pak probabël të kishin dërguar imazhe të vetes të të tjerët (rreth 9.5% e djemve). Gjithashtu, vlen të përmendim se dallimet gjinore në sekstim mund të korrelojnë edhe me diferencat në motivimet për sekstim nga personi në person. Dhe në disa studime si a ii Anastassiou u vu re se sekstimi rriste ndjeshëm statusin te gjinia mashkullore por, shkaktonte ndjenjën e turpit te gjinia femërore (Anastassiou, 2017).

Nga vëzhgimet e hulumtimit e literaturës vihen re një numër i konsiderueshëm motivesh që i nxit adoleshentët të shkojnë drejt përdorimit të sekstimin (Izard, 2020). Termi motiv, në vetvete është një energji e brendshme, e cila shërben si nxitës që e vë individin në lëvizje duke e orientuar atë drejt realizimit të qëllimeve të caktuara apo në plotësimin e nevojave të caktuara (Orhani, 2020). Motivet luajnë një rol të veçantë, ccka vihet re dukshëm në mënyrën sesi një individ vepron (Orhani, 2020). Autorët Lippman dhe Campbell (siç citohet te Holla et al, 2018), theksojnë se implikimi i të rinjve në sekstim është më i madh kur ata janë të pjesë në një marrëdhënie romantike. Në këtë mënyrë, sekstimi është një formë për të flirtuar me një tjetër individ ose edhe për shkak të interesave romantike. Por nga ana tjetër, të rinjtë dhe adoleshentët mund të hasin në këtë proces edhe marrëdhënie problematike, duke u shoqëruar nga ngacmimi, bullizimi, viktimizimi apo nivele të ulta të përfshirjes në intimitet me një partner/e (Reed et al, 2019). Duke marrë parasysh sa më sipër, si dhe dhe karakteristikat individuale të tilla si ankthi social dhe ndjeshmëria nga refuzimi Birkhold vë re se pikërisht këto gjendje karakteriale i motivojnë të rinjtë të komunikojnë virtualisht duke u bërë pjesë e sekstimin (Birkhold, 2013). Duke përfituar nga avantazhet që përdorimi i telefonave celularë mund të ofrojë si për shembull, të qëndruarit pas një ekrani duke eliminuar përjetimet e ankthit social apo ndjeshmërisë sociale, adoleshentët e shohin përfshirjen në sekstim si një mënyrë komode për të shprehur ndjenjat dhe dëshirat e tyre seksuale (Ouytsel et al, 2016).

Autorët Henderson dhe Morgan (siç citohet te Klettke, 2013), studiuin shtysat që i motivojnë adoleshentët të merren me sekstim, duke gjetur se rreth 77% e kampionit e vlerësonin sekstimin një mënyrë të mirë për t'u drejtuar më pas në një veprimtari seksuale, afërsisht 75% e tyre e përdornin sekstimin për të rënë në sy të partnerit, rreth 55 % e tyre për të qenë flirtues dhe argëtues, 40% bëheshin pjesë duke u ndjerë të detyruar nga miqtë apo partnerët respektivë dhe 45 % e tyre e shihnin si një formë për të treguar anë të tjera të vetes.

Krahas këtyre motiveve të sipërpërmendura, sipas Chalfen (2009) shtysat më të referuara për këtë fenomen janë edhe humori i rënë, shtysa për të iniciuar marrëdhënie intime apo për ta ccuar marrëdhënien në një tjetër nivel. Shpeshherë procesi i sekstimin mund të vlerësohet edhe si “sëmundje dixhitale”, dhe madje të rinjtë e adoleshentët e racionalizojnë përdorimin e tij si një formë për të siguruar më shumë marrëdhënien e tyre seksuale. Po Chalfen thekson në studimin e tij të paraqitur në Kongresin e 78-të të Shkencave Humane dhe Sociale në Otava, pohoi fuqishëm se sekstimi po shihej si një rrugë më e preferueshme e marrjes së kënaqësisë krahasuar me lojërat e kulturës tradicionale, pasi ai vinte re se duke aplikuar këtë metodë mungesa e kontaktit të menjëhershëm fizik do të ulte probabilitetin e cfarëdolloj rreziku për të çuar në shtatzëni të padëshiruar apo sëmundje seksualisht të trasmetueshme (Chalfen, 2009). Në përmbledhje të të gjitha motiveve të sipërpërmendura, studimet e fundit i kanë klasifikuar ato në tri dimensione, ku secili dimension përfshin një fushë të caktuar motivuese. Së pari janë qëllimet seksuale. Ky dimension në vetvete përfshin shprehjen seksuale dhe eksplorimin, të cilat shihen si motivues të rëndësishëm që i shtyn adoleshentët të dërgojnë te bashkëmoshatarët apo të marrin prej tyre tekste, imazhe

apo video me përmbajtje seksuale. Për të vazhduar më tej, dimensionimi i dytë lidhet me përforcimin e imazhit të trupit. Adoleshenca është periudha gjatë së cilës vetëvlerësimi i individit është si një kurbë, e cila sa mëson ngritje aq mëson edhe ulje. Duke marrë parasysh se vlerësimi i marrë prej të tjerëve përmes komenteve pozitive ndikon në rritjen e vetëvlerësimit të adoleshentit, sekstitimi i mundëson këtyre të fundit (adoleshentëve), reagime për përshtatshmërinë e tyre të trupit. Së fundmi, dimensionimi i tretë lidhet me arsye të tjera të cilat në thelb kanë shfrytëzimin e teksteve me përmbajtje seksuale për të arritur një qëllim të caktuar ose për të përfituar diçka tjetër (Bianchi et al, 2018). Të trija këto fusha motivuese mund të conceptualizohen brenda kornizës së sistemit motivues i cili në thelb ka një rol drejtues në sjelljen njerëzore. Kjo pasi sistemet motivuese kanë një bazë të përcaktuar neurologjike, pra njeriu lind me këtë sistem, e cila është në përgjigje të nevojave bazë dhe aktivizohen nga përvojat e jetës dhe nga eksperiencia e individit (Orhani, 2020).

Metodologjia

Studimi në fjalë u konceptua të realizohet në formën e një studimi përfaqësues me një ndërthurje të dhënash cilësore dhe sasiore. Realizimi i këtij kërkimi shkencor u bë në një formë të tillë për një sërë arsyes. Së pari, modeli i hulumtimit përfaqësues jep mundësinë që në studim të përfshih më shumë se një rast të vetëm (Sokoli & Braho, 2020). Në rastin konkret, për realizimin e këtij studimi, kampioni është zgjedhur nga përfaqësues të dy qyteteve, pra kemi një pjesëmarrje relativisht të madhe dhe jo të bazuar në një rast të vetëm. Së dyti, ky model të jep mundësinë të mbledhësh të dhëna brenda një kohe të caktuar. Së treti, subjektet që janë pjesë e studimit janë grupe njerëzish që të lejojnë të bëjmë krahasime mes tyre. Në këtë rast, një krahasim i tillë do të realizohet midis përhapjes së fenomenit në zonën rurale dhe asaj urbane, pra midis përfshirjes në sekstitim të adoleshentëve të qytetit të Fierit dhe të kryeqytetit Tiranë. Së fundmi, vlen të përmendet fakti se metoda e përzier pra kombinimi i metodave sasiore dhe cilësore u mendua të ishte metoda që i përshtatet me mirë hulumtimit konkret, pasi tematika në fokus është një çështje delikate dhe si e tillë aplikimi i kësaj metode mund të sigurojë një informacion më të gjerë dhe më të saktë (Sokoli & Braho, 2020).

Ky artikull ka në fokus kryesor të kërkimit analizimin e mënyrës sesi dërgimi apo marrja e fotove, mesazheve apo videove me përmbajtje seksuale ndikon në emocionalitetin e adoleshentëve. Disa nga pyetjet kërkimore, të ngritura në hulumtim janë:

A ka ndikim në aspektin emocional përdorimi i mesazheve dhe dërgimi i fotove me përmbajtje seksuale te adoleshentët? Cilat janë motivet që i shtyn adoleshentët të përdorin sekstitimin? Cilat janë programet më të përdorura për përdorimin e sekstitimit? A ekzistojnë diferenca midis zonave rurale dhe atyre urbane mbi përdorimin e sekstitimit? A ka dallime gjinore në dërgimin/marrjen e mesazheve dhe fotove me përmbajtje seksuale?

Ky studim ka synim gjithashtu të japë informacion mbi ekzistencën e një lidhjeje midis sekstitimit dhe gjendes emocionale të adoleshentëve dhe nëse njëri ndikon te tjetri. Por

në të njëjtën kohë, ashtu si dhe mund të lidhen me njëra-tjetrën, në fund të hulumtimit mund të vërtetohet dhe e kundërta, pra që përfshirja në sekstim nuk ndikon në emocionalitetin e adoleshentëve. Ndaj në këtë studim ngrihen dy hipoteza, ku nga hipoteza e parë pritet të ketë ndikim dhe hipoteza e dytë është hipoteza nul prej se cilës pritet të mos ketë asnjë ndikim. Kështu, nëse vlera e $p \leq (0.05)$, hidhet poshtë hipoteza nul duke u vërtetuar hipoteza alternative. Nëse vlera e $p > (0.05)$, vërtetohet hipoteza nul duke u hedhur poshtë hipoteza alternative.

H1: Dërgimi/ marrja e mesazheve, fotove dhe videove me përmbajtje seksuale ndikon në gjendjen emocionale të adoleshentëve.

H0: Dërgimi/ marrja e mesazheve, fotove dhe videove me përmbajtje seksuale nuk ndikon në gjendjen emocionale të adoleshentëve.

Pjesëmarrësit në këtë studim janë adoleshentë të qytetit të Tiranës dhe të Fierit që i përkasin grupmoshës 15-18 vjeç. Kampioni përfaqësues për këtë studim janë 78 adoleshentë (65.4% femra dhe 34.6% meshkuj). Përsa i përket pjesëmarrjes nga dy qytetet prezente, 39 adoleshentë janë përfaqësues të qytetit të Fierit dhe 39 përfaqësues të qytetit të Tiranës (50% Fieri, 50% Tirana). Për realizimin e këtij studimi u zgjodh kampionimi ortek ku anëtarëve të kampionimit fillestar i'u kërkua të identifikonin persona të tjerë të njohur nga gjimnazi apo të afërm, të cilët mund të ishin në gjendje të merrnin pjesë në studim. Këta persona të identifikuar më pas u kontaktuan për t'u njohur më tepër dhe për t'u informuar me hulumtimin në fjalë. Ky kampionim u zgjodh për arsye se u mendua si mënyra më e mirë që mund të mundësonte dhënien e një informacioni të duhur dhe të përshtatshëm për studim.

Përsa i përket kampionimit për fokus grupet ishin 26 pjesëmarrës (N= 26). Theksohet se subjektet në fokus grup ishin të njëjtët individë, të cilët plotësuan dhe pyetësin.

Tabela 1. Gjinia e pjesëmarrësve

Kampioni (N)		Përqindje (%)
Femër		65.4
Gjinia	Mashkull	34.6
	Total	100.0

Për të nxjerrë në pah se cilat janë motivet, të cilat i shtyjnë adoleshentët të përfshihen në sekstim dhe për të parë ndikimin që ka ky fenomen në emocionalitetin e tyre u përdor Instrumenti Sexting Motivations Questionnaire (SMQ) (Del Rey et al, 2021). Ky instrument është një pyetësor, i cili është përdorur për të studiuar motivet e sekstimit dhe është i përshtatshëm për popullatën adoleshente. Ky pyetësor paraqitet në formën e vetëraportimit dhe vlerëson disa drejtime motivesh. Pyetësi përfshin marrjen e informacionit mbi të dhëna demografike të tilla si mosha, gjinia apo qyteti. Ky pyetësor është i përbërë nga 7 pohime dhe secili pohim përmban në vetvete 2 deri në 9 alternativa. Secila prej tyre është vlerësuar me një shkallë pesë pikëshe të shkallës numerike Likert duke filluar nga 1= Kurrë, 2= Asnjëherë, 3= Neutral, 4= Ndonjëherë dhe 5= Shpeshherë. Pohimet i referohen një periudhe kohore që përfshin 12 muajt e fundit.

Për të vlerësuar përfshirjen në sekstim, në pjesën e parë të pyetësorit përfshihen katër pyetje të drejtpërdrejta, të cilat lidhen me përfshirjen në sekstimin parësor. Këto sjellje në lidhje me sekstimin parësor ishin: *Unë i kam dërguar video, foto ose mesazhe të natyrës erotike-seksuale të dashurit/të dashurës sime dhe kam marrë video, foto ose mesazhe të natyrës erotike-seksuale nga i dashuri/e dashura ime*. Në pjesën e dytë të pyetësorit përfshihen pyetje të cilat lidhen me sekstimin dytësor. Për sa i përket tipit të pyetjeve që masin këtë kategori, ato ishin: *Kam shpërndarë video, foto ose mesazhe të natyrës erotike/seksuale të djemve/vajzave të tjera dhe më janë përcjellë video, foto ose mesazhe të natyrës erotike-seksuale të të tjerëve*.

Administrimi i këtij testi u startua me hapin e parë, i cili konsistoi me pilotimin e 20 subjekteve të cilët i'u nënshtuan plotësisht të testit në variantin e parë.

Nga analiza e të dhënave të grumbulluara vihet re që Alpha Cronbach për pyetësorin e motiveve të sekstitimit rezultoi 0.786. Nga ky rezultat, mund të thuhet se të dhënat e marra nga ky pyetësor janë të besueshme. Besueshmëria në vetvete i referohet shkallës së qëndrueshmërisë, parashikueshmërisë dhe saktësisë së tij (Sokoli & Braho, 2020). Metoda e dytë e përdorur krahas pyetësorit ishte fokus grupi. Gjithsej u zhvilluan 2 fokus grupe ku njëri prej tyre u zhvillua në qytetin e Fierit, pranë qendrës rinore “Epoka e Re” dhe fokus grupi i dytë u zhvillua në Tiranë në hapsirën e një biblioteke. Çdo fokus grup përbëhej nga 12-13 pjesëmarrës dhe zgjati rreth 1 orë e 30 minuta. Pjesëmarrësit në fokus grup u njoftuan paraprakisht se tematika lidhej me fenomenin e sekstitimit, motivet dhe ndikimet emocionale të tij. fokusit në dy qytetet të kryeshin në mënyrë të ngjashme dhe pa diferenca drastike. Në vend të përdorimit të termit “sexting” u parapëlqye të referohej vazhdimisht si dërgimi teksteve, imazheve apo videove me përmbajtje seksuale. Fillimisht pjesëmarrësit u pyetën rreth mendimit të tyre rreth këtij fenomeni apo mendimi i tyre të bazohej në atë çka ata kishin vënë re te bashkëmoshatarët e tyre. Në varësi të përgjigjes se tyre, u riformuluan pyetje shtesë me qëllim thellimin në çështje specifike, të cilat do të vinin në ndihmë të pyetjeve kërkimore apo studimit në tërësi. Fokus grupi u bazua në trajtimin e disa çështjeve të ndryshme që kishin të bënin me arsyet pse adoleshentët do dërgonin tekste, foto apo video seksuale, pasojat që shoqëroheshin me përfshirjen në këtë fenomen, diferencat që ekzistonin midis djemve dhe vajzave në përfshirje, përjetimi dhe ushtrimi i presionit ndaj të tjerëve apo nga palë të treta, programet më të përdorura për sekstim si dhe emocionet që përjetoheshin gjatë kësaj përfshirje. Vlen të përmendet fakti se me mirëkuptimin e pjesëmarrësve u ra dakord që grupet e fokusit të shoqëroheshin me regjistrime në audio.

Rezultate dhe diskutime

Secila pyetje kërkimore shoqërohet me tabelat përkatëse për të dhënë një tablo më të mirë të rezultateve. Vlen të përmendet se analiza e të dhënave sasiore është realizuar me ndihmën e paketës SPSS. Si rrjedhojë, janë përdorur statistikat përshkruese për të nxjerrë në pah frekuencën e sekstitimit, frekuencën e motiveve të sekstitimit si dhe për pyetjet demografike. Analiza e zhvilluar përmes Anovës u mundësua për të parë nëse ka dallime midis zonave rurale apo urbane si dhe përfshirjes në sekstimin sipas gjinisë.

Analiza korrelacionale është përdorur me qëllim që të shihet nëse përfshirja në sekstim korrelohet me përjetimet emocionale.

Sa i përket pyetjes së parë kërkimore: A ka ndikim në aspektin emocional përdorimi i mesazheve dhe dërgimi i fotove me përmbajtje seksuale të adoleshentët?

Tabela 1 Tabela e të dhënave të pyetësorit mbi korrelacionin e materialeve seksuale dhe pasojave të mundshme emocionale

Shuma e pikëve të pyetjeve që përfshin shpërndarjen e mesazheve/ imazheve/videove.	A ka pasojë emocionale shpërndarja e materialeve të sekstit		
Pearson Correlation	pyetjeve që	-.101	
shpërndarjen e mesazheve/ imazheve/videove.	Sig. (2-tailed)	.395	
	N	76	73
A ka pasojë emocionale e materialeve të sekstit	Pearson Correlation	shpërndarja-.101	1
	Sig. (2-tailed)	.395	
	N	73	75

Nga të dhënat e grumbulluara nga pyetësori, i cili është paraqitur dhe më sipër, vihet re se nuk ekziston një lidhje midis dërgimit të mesazheve/ imazheve apo videove me përmbajtje seksuale dhe pasojave që mund të kenë adoleshentët në aspektin emocional. Kjo për arsye se koeficienti i korrelimit rezulton me një vlerë negative ($r = -0.10$) me një rëndësi prej 0.395 ($p = 0.395$). Në rastin konkret, variablat korrelojnë negativisht me njëra-tjetrën, pra përfshirja në sekstim nuk ndikon në aspektin emocional të adoleshentëve. Për këtë arsye, metoda e dytë, e cila u përdor për të grumbulluar informacion cilësor në këtë studim është fokus grupi.

Të dhënat e grumbulluara nga grupet e fokusit treguan se këto variabla korrelojnë pozitivisht me njëra-tjetrën me një koeficient korrelimi $r = 0.471$ ($r = 0.471$) me një rëndësi prej 0.015 ($p = 0.015$). Konkretisht, analiza e pasojave të sekstit përta i përket aspektit emocional rezultoi në këto përfundime: rreth 23.1% e subjekteve kanë përjetuar stres, 11.5% shfaqin shenja depresive, 11.5% rezultojnë të kenë përjetuar ankth, 7.7% janë lënduar si dhe 7.7% e subjekteve rezulton të kenë shfaqur frikë. Përgjatë fokus grupeve, subjektet theksuan se nëse sekstim përdoret në mënyrën e duhur në kohën e duhur, ai është një burim kënaqësie, pra i bën adoleshentët të përjetojnë kënaqësi qoftë kjo edhe momentale. Duke vazhduar në të njëjtën linjë, këto rezultate të studimit mbështeten gjithashtu nga një hulumtim i zhvilluar nga Strassberg së bashku me kolegë të tij (2013). Ky studim tregoi se rreth 13% e adoleshentëve të moshës 16 vjeç, të cilët ishin përfshirë në sekstim, shprehën përjetime të ndjenjave negative ndaj këtij fenomeni. Ata zbuluan mënyrën sesi sekstim mund të ndikojë në shëndetin fizik dhe psikologjik të adoleshentëve duke i bërë ata të shfaqin pasojë të bullizmit, shenja të depresionit si dhe të kryejnë tentativa për vetëvrasje.

Në studimin tonë bazuar në të dhënat e nxjerra, koeficienti i korrelacionit ($r = 0.471$) me një rëndësi ($p = 0.015$), tregon se midis dy variablave ekziston një korrelacion pozitiv i moderuar. Duke qenë se vlera e $p \leq (0.05)$, atëherë kjo tregon se hipoteza nul refuzohet duke u vërtetuar hipoteza alternative.

Tabela 2 Tabela e të dhënave të fokus grupit mbi korrelacionin e përfshirjes në sekstim dhe ndikimit në aspektin emocional

Përfshirja në sekstim		Ndikimi në aspektin emocional	
Përfshirja në sekstim	Pearson Correlation	1	.471*
	Sig. (2-tailed)		.015
	N	26	26
Ndikimi në aspektin emocional	Pearson Correlation	.471*	1
	Sig. (2-tailed)	.015	
	N	26	26

Krahas administrimit të pyetësorit SMQ, për të krijuar një tablo më të gjerë të lidhjes midis dërgimit të imazheve, teksteve apo videove me përmbajtje seksuale dhe pasojave që shoqërohen, janë përdorur informacionet e grumbulluara nga fokus grupet. Ashtu si edhe u sipërpërmend, nga të dhënat e fokus grupeve vihet re se ekziston një korrelim pozitiv midis përfshirjes në sekstim dhe ndikimit emocional që shoqërohet me këtë përfshirje. Koeficienti i korrelacionit në këtë rast është 0.471 ($r = 0.471$) me një rëndësi prej 0.015 ($p = 0.015$). Duke qenë se nga vlerat $0.3-0.7$ korrelimi konsiderohet i moderuar, në këtë rast mund të thuhet se kemi të bëjmë me një korrelim të moderuar. Kjo tregon qartazi se metoda e përzgjedhur për mbledhjen e të dhënave rezulton një metodë efektive për këtë studim pasi fokus grupi na lejon të mbledhim një informacion më të thelluar nga adoleshentët e cila rrjedhimisht shoqërohet me nxjerrjen e rezultateve më të sakta.

Të dhënat e paraqitura në tabelën me sipër, e cila është mundësuar nga dy fokus grupet e zhvilluara në vende të ndryshme, japin informacion se cilat janë pasojat që i shoqërojnë adoleshentët pas dërgimit të materialeve seksuale duke përfshirë këtu imazhet, fotot si dhe videot. Konkretisht 23.1% e subjekteve kanë përjetuar stres, 19.2% e tyre kanë pasur ndërprerje të marrëdhënies me personin në fjalë i cili mund të përfshijë një partner/e, mik/e apo të afërm, 19.2% e tyre distancohen nga shoqëria duke u izoluar, 11.5% shfaqin shenja depresive, 11.5% rezultojnë të kenë përjetuar ankth, 7.7% janë lënduar si dhe 7.7% e subjekteve rezulton të kenë shfaqur frikë. Vlen të përmendet fakti se këto pasoja duke pasur një ndikim shumë të madh përgjatë periudhës së adoleshencës si dhe duke u ndërthurur me faktor të tjerë si mungesa e

mbështetjes nga familjarët apo bashkëmoshatarët, fitojnë shtrirje në kohë duke u bërë më afatgjata.

Tabela 3 Pasojat që shoqërohen me dërgimin e materialeve seksuale

Kampioni (N)	Përqindje (%)	
Stres	6	23.1
Ankth	3	11.5
Izolimi nga shoqëria	5	19.2
Ndërprerje e marrëdhënies	5	19.2
Depresion	3	11.5
Lëndim	2	7.7
Frikë	2	7.7
Total	26	100.0

Lidhur me pyetjen e dytë kërkimore se cilat ishin motivet që i shtynin adoleshentët të përdornin sekstimin të dhënat treguan një renditje të motiveve duke nisur nga motivi më me shumë ndikim duke vazhduar te motivimi më me pak ndikim, si më poshtë:

Normale në një marrëdhënie ($\bar{x} = 2.65$);

Shaka për të argëtuar veten ($\bar{x} = 2.49$);

Sekstimi është një ide e mirë për t'u dukur tërheqës/e ($\bar{x} = 2.43$);

Të ndjerët në presion nga i dashuri apo dikush që e ka adhuruar ($\bar{x} = 2.23$);

Shumica e njerëzve e bëjnë ($\bar{x} = 2.19$);

Arsye për të folur me dikë ($\bar{x} = 2.06$);

Të ndjerit i/e kërcënuar/shantazhuar ($\bar{x} = 2.03$);

Presioni nga shoqëria ($\bar{x} = 2.02$);

E ka bërë aksidentalisht ($\bar{x} = 1.95$).

Vlen të përmendim edhe disa motive të tjera të dhëna nga subjektet e fokus grupeve si:

Mungesa e komunikimit në familje mbi tematikat seksuale që sipas tyre, kjo ishte një ndër arsyt kryesore që i motivonte adoleshentët të përfshiheshin në sekstim duke qenë se mosinformimi dhe mosdiksutimi mbi intimitetin dhe seksualitetin rriste kuriozitetin tek ata, sidomos duke i shtyrë të provonin gjëra të reja dhe të përfshiheshin në fenomene të tilla si sekstimi me qëllim krijimin e eksperiencave; Ritja e vetëvlerësimit pasi dërgimi i imazheve në përgjithësi dhe videove me përmbajtje seksuale realizohej me qëllim marrjen e komenteve pozitive mbi imazhin e trupit, e cila rrjedhimisht ndikonte në rritjen e vetëvlerësimit që adoleshentët kanë për veten; Marrëdhëniet në distancë pasi mungesa e aktivitetit seksual dhe të pasurit e një partneri larg vetes, u identifikua nga adoleshentët si një ndër motivet që i shtynte ata të dërgonin imazhe apo video seksuale të vetes për partnerin në fjalë.

Sa i përket motiveve të adoleshentëve për t'u përfshirë në sekstimin dytësor ekzistojnë një sërë arsyesh që i shtynjë ata drejt këtij veprimi. Motive të tilla si: shaka për të argëtuar veten, i/e shtyrë nga xhelozia apo të ndjerit nën presion nga shoqëria për të kryer një veprim të tillë janë motivet, të cilat paraqiten me një frekuencë më të lartë dhe më të përdorurat nga subjektet. Krahas këtyre tri motiveve kryesore, motivet e tjera të shpërndarjes lidhen më faktin se shumica e njerëzve e bëjnë këtë gjë, për t'u bërë përshtypje të tjerëve, për të mërzhitur personin që e dërgoi, sepse lidhja me të dashurin kishte marrë fund si dhe me faktin se ka pasur një pëlqim për personin në fjalë. Siç vihet re, të ndjerit në presion nga shoqëria për të kryer një veprim të tillë si shpërndarja e materialeve me përmbajtje seksuale është një ndër motivet kryesore të përfshirjes në sekstimin dytësor. Këto të dhëna mbështesin teorinë e veprimit të arsyetuar, e cila thekson se nëse një adoleshent mendon se sekstim i është i pëlqyeshëm dhe njëkohësisht ndjen presionin e bashkëmoshatarëve për të marrë pjesë, ka shumë gjasa që ai të sekstojë duke dërguar mesazhe, foto apo video me përmbajtje seksuale (Aubrey & Behm-Morawitz, 2016).

Ajo çka u vu re përgjatë këtij studimi ishte diferenca që ekzistonte midis motiveve të përfshirjes në sekstim parësor dhe sekstim dytësor. Ky fenomen u pa si ai që të jep mundësinë të përjetosh kënaqësi momentale, ose mund të ndjehesh nën presion për të kryer veprime të tilla apo e parë si shaka për të argëtuar veten, mund të renditen si tri arsye kryesore ndër të tjera të shumta, që motivonin adoleshentët të shpërndanin materialet me palë të treta. Në mbështetje të këtyre rezultateve të nxjerra nga studimi mbi motivet e sekstitimit dytësor është Teoria e Veprimit të Arsyetuar, e cila thekson se nëse një adoleshent beson se sekstim i është diçka e këndshme dhe njëkohësisht ndjen presionin e bashkëmoshatarëve për të marrë pjesë, atëherë ai mund të ketë synime për t'u përfshirë në sekstim duke dërguar mesazhe, foto apo video me përmbajtje seksuale (Aubrey & Behm-Morawitz, 2016).

Lidhur me përdorimin e aplikacioneve më të rëndësishme për dërgimin e materialeve me natyrë seksuale studimi gjeti se pjesëmarrësisht përmendën se Snapchat-i dhe Telegram-i ishin dy aplikacionet më të përdorura dhe më saktësisht rreth 57.7% e subjekteve përmendën Snapchat-in si aplikacionin më të përshtatshëm dhe rreth 23% e tyre përmendën Telegram-in. Ndërkaq, 7.7 % e subjekteve shprehën se Google për ta ishte rrjeti më i përshtatshëm dhe rreth 7.7% cilësuan Whatsapp-in si më të duhurin. Lidhur me diferencën mes zonave rurale dhe atyre urbane mbi përdorimin e sekstitimit u vu re se midis zonave rurale dhe atyre urbane ekzistojnë diferenca mbi përdorimin e fenomenit të sekstitimit. Kjo për faktin se vlera kritike F e studimit është $F = 7.983$, e cila shfaqet më e madhe se vlera kritike F në tabelën statistikore që është $F = 3.98$. Si rrjedhojë, duke qenë se vlera kritike F e studimit rezulton më e madhe se F kritike standarte në tabelën statistikore, kjo tregon se midis zonave rurale dhe zonave urbane ka ndryshime mbi dërgimin e fotove, videove apo imazheve me përmbajtje seksuale. Thënë këtë, edhe pse pjesëmarrja e subjekteve në studim ishte e barabartë ku 50% e tyre ishin të qytetit të Fierit dhe 50% të Tiranës, vlera kritike rezulton se ka dallime në përfshirje. Për më tepër, nëse do të bazohemi në informacionin e grumbulluar nga fokus grupet, subjektet u shprehën se sekstim i priret të jetë më i përhapur në zonat

urbane pasi ky fenomen shihet si më normal midis adoleshentëve, pa marrë parasysh rolin që ka mentaliteti në këtë aspekt. Sipas tyre, në zonat rurale adoleshentët stepen të përfshihen në seksim si pasojë e tabusë dhe kontakteve të gjera me njerëzit përreth.

Tabela 4 Vlera kritike e F për Anovën e ndryshimit midis zonave rurale dhe zonave urbane

Shumatori		Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	123.956	1	123.956	7.983	.006
Within Groups	1149.031	74	15.527		
Total	1272.987	75			

Lidhur me dallimet gjinore mund të thuhet se të dhënat e grumbulluara nga fokus grupi treguan se janë vajzat, ato të cilat përballen me pasojë më të mëdha në rast shpërndarje të këtyre materialeve. Të dhënat rezultojnë se 100% e pjesëmarrësve mendonin se vajzat e përjetonin më keq përfshirjen në seksim.

Përfundime

Nga analizimi i të dhënave të grumbulluara në përputhje me pyetjet kërkimore të shtruara përgjatë punimit, studimi arriti në këto përfundime:

Së pari, u vu re se përfshirja e adoleshentëve në seksim ndikonte në emocionalitetin e tyre duke gjeneruar si emocione pozitive ashtu edhe emocione negative. Ndër përjetimet negative vlen të përmenden frika, stresi, ankthi, shenjat depresive, bullizmi apo ndjenjat e lëndimit. Nëse seksimi përdorej me ndërgjegjshmëri duke marrë parasysh pasojat që mund të shkaktoheshin, atëherë ky fenomen mund të ishte burim i kënaqësisë apo lumturisë momentale.

Së dyti, gjetjet e studimit treguan se ishin një sërë motivesh prej të cilave adoleshentët inicoheshin të përfshiheshin në seksim. Ndikimi i tij, i cili në thelb është "aktiv", duket se lidhet më fort me sjelljet tipike të dëshirës për të kënaqur veten, për të folur me dikë apo për t'u përfshirë në përvoja seksuale të cilat janë karakteristike gjatë kësaj periudhe zhvillimi. Megjithëse subjektet në studim përmendën motive pozitive për t'u angazhuar në seksim, si dashuria ose interesi romantik, ata gjithashtu përmendën se disa prej tyre dërgonin tekste, imazhe apo video me përmbajtje seksuale për arsye negative të tilla si të ndjerit në presion nga i dashuri/ e dashura, të ndjerit të shantazhuar nga persona të tjerë apo nën presionin e shoqërisë.

Së treti, të dhënat e grumbulluara nuk nxorën në pah diferenca gjinore midis djemve dhe vajzave të përfshirë në seksim. Përsa i përket pasojave, u tregua se vajzat janë ato të cilat përballen me pasojë më të mëdha në rast shpërndarje të këtyre materialeve. Krahas këtyre, diferenca ekzistonin midis zonës urbane dhe zonës rurale. Kjo si pasojë e faktorëve të ndryshëm, ndër të cilët më të rëndësishëm mund të përmendim mentalitetin kulturor.

Së fundmi, ndër programet më të përshtatshme për dërgimin dhe marrjen e materialeve seksuale si imazhe apo video, u përmendën Snapchat-i dhe Telegram-i. Kjo pasi këto

dy programe ofronin një siguri më të madhe krahasuar me programet e tjera si dhe një kualitet të mirë të materialeve të marra apo dërguara.

Theksohet se ky studim paraqiti gjetje të reja mbi motivet dhe ndikimin që ka fenomeni i sekstitimit në emocionalitetin e adoleshentëve, fenomen ky i cili shoqërohet me një mungesë hulumtimi dhe literaturash në vendin tonë. Thënë këtë, bazuar në rezultatet e nxjerra, sugjerohet të kryen studime të mëtejshme që do të mundësojnë një analizë dhe një të kuptuar më të mirë mbi aspekte të ndryshme të tilla si ndikimi i medias apo i familjes në këtë fenomen.

Bibliografia

- 1) Anastassiou, A. (2017). Sexting and Young People: A Review of the Qualitative Literature. *The Qualitative Report*, 22(8), 2231-2239. <https://doi.org/10.46743/2160-715/2017.2951>
- 2) Aubrey, J. S., & Behm-Morawitz, E. (2016). Adolescent Sexting: An examination of the psychosocial contributions to the creation and sharing of sexual, *Journal of Studies in Psychology* <https://pdfs.semanticscholar.org/4012/2446e53ccd80092d8179bba59ae6f3c2ce63.pdf>.
- 3) Barrense-Dias, Y., Berchtold, A., Surís, J., Akre, Ch. (2017). Sexting and the Definition Issue. *Journal of Adolescent Health*; 61(5):544-554. doi: 10.1016/j.jadohealth.2017.05.009.
- 4) Barry, J. L. (2010). The child as victim and perpetrator: Laws punishing juvenile “sexting.” *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law*, 13, 129-153 http://www.jetlaw.org/wp-content/uploads/2011/08-barry_online.pdf.
- 5) Bianchi, D., Morelli, M., Nappa, M. R., Baiocco, R., & Chirumbolo, A. (2018). A Bad Romance: Sexting Motivations and Teen Dating Violence. *Journal of Interpersonal Violence*, 36(13-14):6029-6049. doi: 10.1177/0886260518817037.
- 6) Birkhold, M. H. (2013). Freud on the Court: Re- interpreting Sexting & Child Pornography Laws, *Journal of Studies in Psychology*, 23(4), 152-167.
- 7) Callie K. King & Jeffrey A. Rings (2022) Adolescent sexting: ethical and legal implications for psychologists, *Ethics & Behavior*, 32:6, 469-479, DOI:10.1080/10508422.2021.1983818
- 8) Campbell, S. W., & Park, Y. J. (2014). Predictors of mobile sexting among teens: Toward a new explanatory framework. *Mobile Media & Communication*, 2(1), 20- 39, <https://doi.org/10.1177/2050157913502645>.
- 9) Chalfen, R. (2009). ‘It’s only a picture’: sexting, ‘smutty’ snapshots and felony charges ¹. *Visual Studies*, 24(3), 258-268. doi:10.1080/14725860903309203
- 10) Choi, H. J., Van Ouytsel, J., Temple, J. R. (2016). Association between sexting and sexual coercion among female adolescents. *Journal of Adolescence*, 53(), 164-168 <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.10.005>.
- 11) Clark, L. S. (2011). Parental Mediation Theory for the Digital Age, *Journal of Culture, Health & Sexuality* 21(4), 323-343 doi:10.1111/j.1468-2885.2011.01391.x.
- 12) Del Rey, R., Ojeda, M., & Casas, J. A. (2021). Validation of the Sexting Behaviour and Motives Questionnaire (SMQ), *Journal of Psychology* Vol. 33, No. 2, 287-295 10.7334/psicothema2020.207.
- 13) Del Rey, R., Ojeda, M., Casas, J. A., Mora-Merchán, J. A., Elipe, P. (2019). Sexting Among Adolescents: The Emotional Impact and Influence of the Need for Popularity, *Journal of Gender Studies*, 10.3389/fpsyg.2019.01828
- 14) Dragoti, E. (2015). *Adoleshenti. (The adolescent)*; “Albdesign” Publishing: Tiranë.
- 15) Furman, W., & Shaffer, L. A. (2003). The role of romantic relationships in adolescent development, *Journal of Adolescence*, 66(), 184-199
- 16) Gillmore, M. R., Archibald, M. E., Morrison, D. M., Wilsdon, A., Wells, E. A., Hoppe, M. J., Nahom, D., & Murowchick, E. (2004). Teen Sexual Behavior: Applicability of the Theory of Reasoned Action, *Journal of Adolescence* <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2002.00885.x>
- 17) Izard, C. E., & Trentacosta, Ch. J. (2020). Emotional Development. *Encyclopedia Britannica*.

- 18) Karaj, Th., (2010). *Psikologjia e zhvillimit të fëmijës (Child Development Psychology)*; “Emal” Publishing: Tiranë.
- 19) Klettke, B., Hallford, D. J., & Mellor, D. J. (2013). Sexting prevalence and correlations, A systematic literature review, *Journal of Gender Studies* <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2013.10.007> .
- 20) Luani, I., (2018). *Roli i familjes në krijimin e marrëdhënieve intime dhe miqësore tek adoleshentët (The role of the family in creating intimate and friendly relationships among adolescents)*. Tiranë, Pegi.
- 21) McConnell, J. V. (1989). *Understanding Human Behaviour*, Sixth edition. Driscoll Publishing, New York.
- 22) Murphy, D. M., & Spencer, B. (2021). Teens’ Experiences with Sexting: A Grounded Theory Study. *Journal of Paediatric Health Care* doi:10.1016/j.pedhc.2020.11.010
- 23) Orhani, Z. (2020). *Motivacioni, Trajtesë psikologjike (Motivation, psychological approach)*; Vllamasi Publishing, Tiranë.
- 24) Orhani, Z. (2020). *Psikologjia e emocioneve (The psychology of emotions)*; Vllamasi Publishing, Tiranë.
- 25) Patchin, J. W. (2011). Sexting Research and Gender Differences, *Journal of Gender Studies*, 38(1), 34–57. doi:10.1080/0735648X.2011.641816 <https://cyberbullying.org/sexting-research-and-gender-differences>
- 26) Reed, L. A., Boyer, M. P., Meskunas, H., Tolman, R. M., & Monique Ward, L. (2019). How do adolescents experience sexting in dating relationships? Motivations to sext and responses to sexting requests from dating partners. *Children and Youth Services Review*, doi:10.1016/j.childyouth.2019.
- 27) Reyns, B. W., Burek, M. W., Henson, B., & Fisher, B. S. (2013). The unintended consequences of digital technology: exploring the relationship between sexting and cybervictimization. *Journal of Crime and Justice*, 36(1), 1–17. doi:10.1080/0735648X.2011.641816
- 28) Santrock, J. W. (1988). *Psychology: The Science of Mind and Behavior*. Second Edition. Wm. C. Brown Publisher, College Division.
- 29) Sokoli, E., & Braho, L.; (2020). *Hyrje në Psikodiagnostikë (Introduction to Psycho diagnosis)*; UNIVERS Publishing, Tiranë.
- 30) Strasburger, V. C., Zimmerman, H., Temple, J. R., Medigan, Sh. (2019). Teenagers, Sexting, and the Law, *Journal of Youth Studies*, <https://doi.org/10.1542/peds.2018-3183>.
- 31) Strassberg, D. S., McKinnon, R. K., Sustaíta, M. A., & Rullo, J. (2013). Sexting by High School Students: An Exploratory and Descriptive Study, *Archives of Sexual Behaviour* 42, 15–21 <https://doi.org/10.1007/s10508-012-9969-8>
- 32) Van Ouytsel, J., Van Gool, E., Walrave, M., Ponnet, K., & Peeters, E. (2016). Sexting: adolescents’ perceptions of the applications used for, motives for, and consequences of sexting, *Journal of Youth Studies*, 20:4, 446-470 [10.1080/13676261.2016.1241865](https://doi.org/10.1080/13676261.2016.1241865) .
- 33) Van Ouytsel, J., Walrave, M., & Ponnet, K. (2019). Sexting within adolescents' romantic relationships: How is it related to perceptions of love and verbal conflict? *Computers in Human Behaviour*, 97(), 216–221. doi:10.1016/j.chb.2019.03.029
- 34) Walrave, M., Van Ouytsel, J., Ponnet, K., & Temple, J. R. (2018). Sexting Parents’ Role in Adolescents’ Sexting Behaviour, *Journal of Youth Studies*, <https://doi.org/10.1007/s10508-012-9969-8>
- 35) Woolfolk, A. (2011). *Psikologji Edukimi (Education Psychology)*, Centre for Democratic Education (CDE) Publishing, Tiranë
- 36) Yoshihara, L. Y. (2013). *Sexting behaviours among teens, adolescents, and adults: A content analysis of existing literature*, National Library of Medicine. <https://doi.org/10.1007/s10508-012-9969-8>

COVID-19 DHE PUNA NË DISTANCË

Prof Asoc. Dr. Arjana MUCAJ¹

Abstract

This study examines remote work and the impact that Covid-19 has had on employees. The study focuses on the impact of Covid-19 on employees by analyzing the emotional experiences, feelings they have about Covid-19, productivity at work, performance, motivation, working conditions and job satisfaction. The questionnaire is the instrument used. The questionnaire was completed online in google form by 250 employees, namely 187 girls/women and 63 boys/men. The study showed that remote work has not had a direct or negative impact on employees, but has come as an innovation in all public or private organizations, a practice that has its positive and negative sides. Emotional experiences and feelings about Covid 19 are present and although faded, some employees have more pronounced these experiences compared to others. Covid 19 has affected the lives of employees but has not had a negative impact on their productivity at work. The work process has been efficient even though they have been working remotely during the biggest period of the outbreak of the pandemic.

Keywords: Covid-19, employees, productivity, motivation, work.

Hyrje

Në fillimet e pandemisë tre veprimet që duhet të ndërmerreshin nga çdo vend ishin: Izolimi, bllokimi i aktiviteteve sociale/ekonomike/kulturore dhe distancimi social, ky hap ishte dramatik për njerëzit sepse po përballeshin me një armik të panjohur që po ju kufizonte çdo gjë. Sa e vështirë ishte për punonjësit në të gjithë globin dhe cili ishte impakti i Covid-19 mbi punëtorët dhe organizatat ? Shumë e vështirë ka qënë të punosh në këtë periudhë dhe ta përballosh këtë situatë ku në çdo moment mund të përballesh vetë me Covid-19, ose të kishe personat e afërt të infektuar, miq apo të dashur që ndodheshin në rrezik.

E vetmja rrugë që zgjodhën organizatat, kompanitë, institucionet shtetërore / private ishte përdorimi i teknologjisë dhe puna në distancë, që punonjësit të ndiheshin të sigurtë dhe kompanitë/ institucionet të mos kishin dëm të mëdha që mund ti çonin në falimentim. Pandemia solli shumë probleme përveç aspektit shëndetësor që shumë persona u infektuan shtoi dhe papunësin. Shumë persona humbën vendin e punës pasi nuk kishin kushtet dhe mjetet e duhura që ta zhvillonte procesin e punës online.

Ndryshimet e shpejta që solli puna në distancë për shkak të Sars-CoV-2

Duke ardhur si thirrje nga Organizata Botërore e Shëndetit dhe si një veprim i menjëhershëm i detyrueshëm për të vazhduar normalitetin e ri që ju imponua të gjithëve, ndryshimet u pranuan dhe gjitha bizneset e transferuan punën e tyre në distancë, punë nga shtëpia, teleworking etj... janë disa nga format që quhet puna në distancë por edhe pse ka emërime të ndryshme ajo në thelb është punë e zhvilluar kudo përveç se në ambientet fizike të punës. “Puna në largësi ”është një kategori e gjërë e cila përfshin“ punë nga kudo ”(dmth., jo domosdoshmërisht shtëpia), dihet që disa - siç janë profesionistët që kanë nevojë të performojnë detyra komplekse që kërkojnë

¹ Fakulteti i Shkencave Sociale, UT, arjanamucaj@yahoo.it

pak ndërveprim me kolegët në të vërtetë preferojnë dhe janë më produktivë nëse ato punojnë në distancë (Allen, Cho, & Meier, 2014) Megjithatë, edhe pse puna në distancë është shfaqur si një zgjidhje janë edhe një numër i madh i punëtorëve të detyruar të përballen me shumë sfida për shkak të : mungesës së hapësirës në shtëpi dhe mungesës së kushteve të nevojshme për të kryer punën online: mjetet e punës, internet, dritat , hapsirë e pamjaftueshme etj. Punonjësit shpesh e kanë të vështirë të mbajnë një ndarje mes punës dhe jetës personale (Ramarajan & Reid, 2013). Bllokimi i detyruar i punëtorëve gjatë Pandemis COVID-19 e ka komplikuar më tej këtë çështje. Ndërsa puna në distancë mund të tingëllojë tërheqëse nëse ofron kushte të sigurta, mjetet e duhura për arritjen e qëllimeve dhe objektivave, problematika qëndron tek mungesa e ndarjes midis punës dhe shtëpisë. Të pavarur nga sfidat me të cilat mund të përballen individët kur puna është në distancë, është gjithashtu e dukshme që (a) hezitimi i punëdhënësit të miratojnë punën në distancë që para se të fillonte COVID-19 ishte një mungesë e perceptuar e kontrollit që punëdhënësit do të kishin mbi të punonjësit që ishin larg syve dhe arritjeve dhe (b) ekziston arsye e mjaftueshme për të pritur që mënyrat e reja të mbikëqyrjes do sjellin ndryshime.

Në të vërtetë, madje edhe para COVID-19, punëdhënësit po adoptonin dhe zhvilloheshin teknologjitë për të monitoruar vendndodhjen e punonjësve (p.sh., me sensorë sociometrikë; Bhave, Teo, & Dalal, 2020) Puna në distancë është një shembull i një transformimi të biznesit që funksionon në nivele të shumëfishta. Ai u shërben nevojave të punonjësve individualë, u siguron bizneseve mënyra të reja elastike dhe adaptive për të vazhduar funksionimin e tyre.

Tranzicioni organizativ dhe puna në distancë

Duke pasur parasysh situatën komplekse dhe në ndryshim të shpejtë me COVID-19, shqyrtimi i tepërt i shkëmbimeve dhe kostove afatshkurtra mund të kushtojnë fjalë për fjalë jetë njerëzish. Investimi në planin afatgjatë me teknologji më të mirë që është e besueshme, e shkallëzuar dhe fleksibile ka qënë thelbësore për shumicën e organizatave. Përtej marrjes së vendimeve të qarta dhe vendimtare të teknologjisë, është gjithashtu detyrë e udhëheqësve të përqafojnë mënyrën se si ata do të menaxhojnë tranzicionin e tyre. Një kërkesë themelore është që drejtuesit e lartë të komunikojnë vazhdimisht me ndryshimin dhe çfarë do të thotë kjo për organizatën me mesazhe të qarta, koncize dhe të qëndrueshme. (Kirstine Stewart, 2020)

Një kulture organizative e cila pëson një ndryshim revolucionar duke bërë kalimin e punës së organizatës në punë në distancë është thelbësore që të ketë vlera që i mbajnë të lidhur është besimi, durimi dhe mbështetja që kanë punonjësit për njëri-tjetrin. Një problem i punës në distancë janë numri i shpërqendrimeve: Qëndrimi i përqëndruar, eliminimi i shpërqendrimit dhe përfshirja aktive e momentit është thelbësore për krijimin e një kulture pune të qëllimshme dhe të mundshme. (Kirstine Steært, 2020)

Motivimi në punë

Të motivosh punonjësit është shumë e nevojshme, sepse kjo bën që puna të ndryshojë me shpejtësi dhe në mënyrë efikase, prandaj drejtuesit duhet të kuptojnë rëndësinë e motivimit të punonjësve dhe të drejtojnë atë nga arritja e objektivave të organizatës.

Motivimi mund të përkufizohet si “ krijimi i kushteve të përshtatshme që njerëzit të punojnë me efektivitet,. Ky përkufizim përkon me moralin e punës që e lidh punën kryesisht me kënaqësit dhe qëndrimet ndaj saj. Një drejtues thuhet se i motivon punonjësit e tij atëher kur ai kryen këto gjëra, të cilat beson se do të kënaqin nevojat, dëshirat dhe kërkesat e tyre dhe i nxit ato që të veprojnë në një mënyrë të dëshirueshme prej tij. Faktorët motivues janë gjithmonë të ndërthurur me politikat e organizatës, me objektivat që synohen të arrihen, me planet strategjike të veprimit, me aftësitë për të menaxhuar burimet materiale dhe ato njerëzore në veçanti. (Orhani, 2011)

Performanca dhe motivimi i punonjësve

Performanca përfshin ato veprime që lidhen me qëllimet e organizatës dhe që mund të maten në aspektin e punës. Performanca është sinonim me sjelljen; është ajo çfarë njerëzit bëjnë aktualisht dhe kjo mund të vëzhgohet. Pse mund të ndodhë që performanca e punonjësve të jetë e ulët? Arsyet janë të shumta: projektimi i punës, angazhimi i punës, përzgjedhja e njerëzve , trajnimet dhe pagesa për punën e bërë . Jones R. Lindrer (Ohio State University) motivimi i punonjësve vjen më shumë nga faktorët “punë interesante “ sesa “ shpërblim financiar”

Përjetimet emocionale të punonjësve dhe siguria e punonjësve

Gjatë punës, individit merr pjesë në mënyrë energjik në procesin e punës dhe kjo mund të provojë përjetime emocionale të forta, të cilat lidhen më tepër me punën dhe kthehen në shtysa të nevojshme motivuese për të provuar e kërkuar kënaqësi të tjera në vijnësi. Në këtë këndvështrim bënë që individit t’iu kushtojë vëmendje dhe të bëjë përpjekje të posaçme për të përballur vështërsi, për të shmangur rrezikun e dështimit në punë, për të ruajtur vlerat personale, për të fituar vazhdimisht eksperiencën apo përvoja të reja. Bazuar në njohuritë mbi Covid-19, ky është studimi i parë për të eksploruar pikëpamjet mbi stresin dhe sigurinë në vendin e punës tek punonjësit gjatë COVID-19.

Metodologjia

Ky studim është përshkruar, ku është përdorur metoda sasiore e mbledhjes së të dhënave dhe analizimit të tyre, instrumenti i përdorur për mbledhjen e të dhënave është pyetësori i aplikuar online në platformën google form.

Objektivat e studimit

Të shpjegojë risin e punës në distancë, cilat janë avantazhet dhe disavantazhet e saj
Të studiohet përjetimi emocional dhe ndjesitë që kanë punonjësit rreth pandemisë COVID-19

Ndikimin e Covid-19 në produktivitetin në punë të punonjësve

Ndikimin e Covid-19 në performancën e punës së punonjësve

Sa të motivuar janë ndjerë punonjësit gjatë kësaj periudhe

Hipoteza e studimit

Pandemia Covid-19 ka ndikuar negativisht në procesin e punës tek punonjësit

Puna në distancë ka ndikuar në produktivitetin e punonjësve

Kampioni

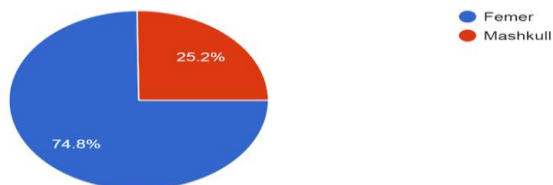
Pyetësori u plotësua nga 250 persona të punësuar në sektorin privat /publik , në qytetin e Tiranës. Punonjësit janë të punësuar në Institucione shtetërore si Ministria e Financave, Universiteti i Tiranës, Kontolli i lartë i shtetit, Drejtoria arsimore rajonale

Tiranë, në institucione private: Kompania Globe, Kompania Fastech, Teleperformca.al.

Rezultatet

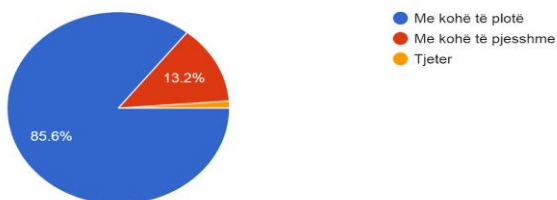
Në këtë studim siç duket dhe në të dhënat në grafikun 1 kanë marrë pjesë 250 persona të punësuar në qytetin e Tiranës, janë përfshirë dy sektorët publik dhe privatë. Sipas gjinisë janë 63 djem / burra dhe 187 femra/ gra . Pjesmarrja më e madhe është e gjinisë femërore, duke parë këtë fakt studimi nuk mund të përgjithësohet dhe nuk mund të arrihet në një rezultat specifik në aspektet që ka në shqyrtim studimi.

Të dhënat demografike
250 responses



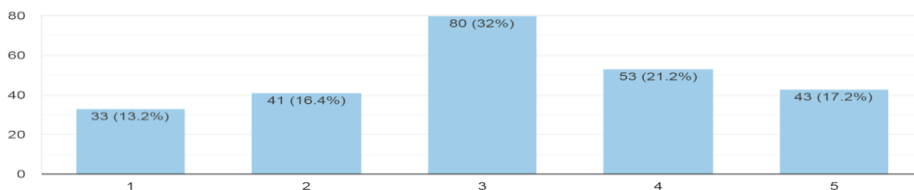
Tek grafiku 4 jepen të dhënat se si janë të punësuar punonjësit me kohë të plotë janë 85.6% të cilat përkohë me 213 persona të punësuar që kanë marrë pjesë në studim dhe 13.2% ose 33 persona të punësuar me kohë të pjesshme.

Statusi i punësimit
250 responses



Në pyetësor një seksion i rëndësishëm për të parë impaktin që ka pasur Covid 19 tek punonjësit është përjetimi dhe ndjesitë emocionale që kanë pasur dhe kanë punonjësit gjatë kësaj periudhe. Edhe me zbutjen e masave dhe kufizimeve të marra këto muaj nga qeveria vihet re se punonjësit sërisht mbajnë një distancim dhe ndihen të shkëputur nga njerëzit e tjerë. Në qëndrimet e tyre ato janë përgjigjur se 17.2% janë të distancuar nga individët e tjerë, 21.2% janë të kujdeshëm dhe distancohen nga individët e tjerë dhe 32% janë disi të distancuar nga njerëzit e tjerë. Sipas grafikut vihet re se edhe pse janë ulur kufizimet punonjësit janë dhe ndihen të distancuar nga njerëzit e tjerë.

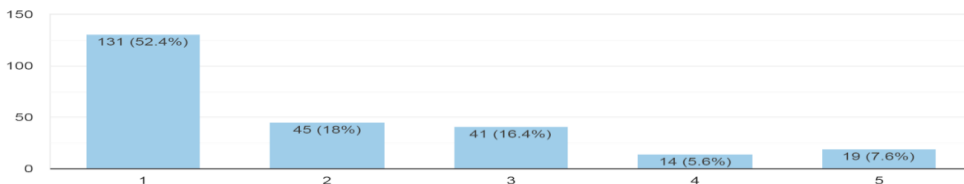
Pavarsisht uljes së kufizimeve në javët e fundit,unë vazhdoj të ndihem i/e distancuar ose i/e shkëputur nga njerëzit e tjerë
250 responses



Përjetimet emocionale për vendin e punës dhe mënyrën se si po vazhdon ky proces i punës janë të ndryshme dhe subjektive ndaj dhe seksioni i përjetimeve emocionale rreth punës është ndërtuar me shkallë matëse të qëndrimeve të punonjësve rreth pohimeve të parashtruara të matura me një shkallë matës nga 1 në 5 të cilat përkojnë nga aspak dakort në shumë dakort.

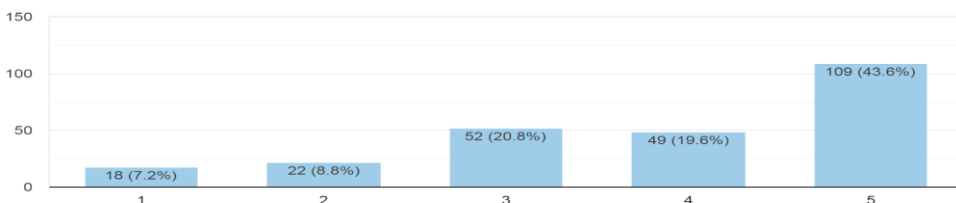
Pohimi se si është puna juaj në këto momente a është e pakëndshme, shumica e punonjësve janë përgjigjur pohimit me “ aspak dakort” vetëm një përqindje prej 7.6 % ose 19 persona janë shprehur se puna e tyre aktuale është e pakëndshme. Çdo punë në periudhën e pandemisë hasi problematikat e saj, pasi punonjësit duhet të adaptoheshin me punën në distance dhe ka pasur vështirësit e saj, mënyra e përshtatjes ka qënë e ndryshme për secilin punonjës.

Puna aktuale për mua është e pakëndshme
250 responses



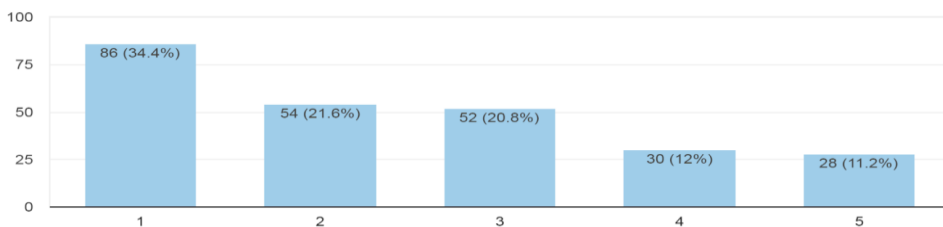
Sa kënaqësi gjejnë në punën e tyre 43.6% ose 109 persona janë përgjigjur se gjejnë kënaqësi në punën e tyre aktuale ndërsa 7.2% ose 18 punonjës nuk gjejnë kënaqësi në punën e tyre aktuale .

Unë vertet gjej kënaqësi në punën time
250 responses



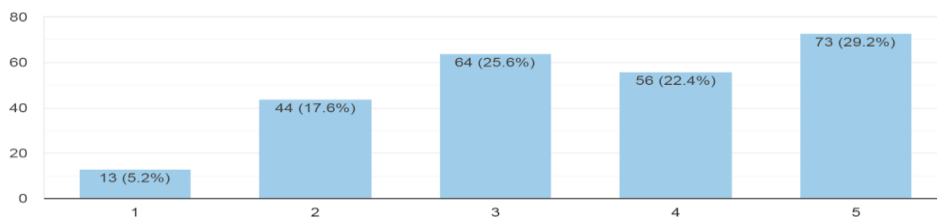
Produktiviteti në punë sidomos gjatë periudhës së shpërthimit të pandemisë ka qënë në dyshime se sa efektive do të ishte puna në distancë. Si do realizohej puna në distancë a do kishte të njejtin zhvillim si puna në ambjentet fizike, apo do ishte i njejtë produktivitet si para Covid-19 të shfaqej. Sa i kanë deleguar punonjësit detyrat tek të tjerët për shkak të situatës së shkaktuar për të punuar më me efikasitet, shumica e punonjësve janë përgjigjur se nuk i kanë deleguar detyrat e tyre tek të tjerët edhe pse kanë punuar në distancë dhe vetëm 11.2% janë shprehur se i kanë deleguar detyrat tek punonjësit e tjerë

I kam deleguar detyrat tek të tjerët për të punuar në mënyrë më efektive
250 responses



Përqëndrimi në një detyrë për një periudhë të caktuar nuk ka qënë problem për shumicën 29.2% e punonjësve kundrejt 5.2% që kanë hasur probleme në përqëndrim në detyrat që duhet të kryenin. Të përqendrohesh do të thotë të shpenzosh të gjitha energjitë e tua në një gjë të vetme. Dhe nëse punonjësit përpiqen të përqendrohen në shumë gjëra njëkohësisht, do të thotë që në të vërtetë nuk po i kushtojnë vëmendjen e duhur qëllimeve të tyre.

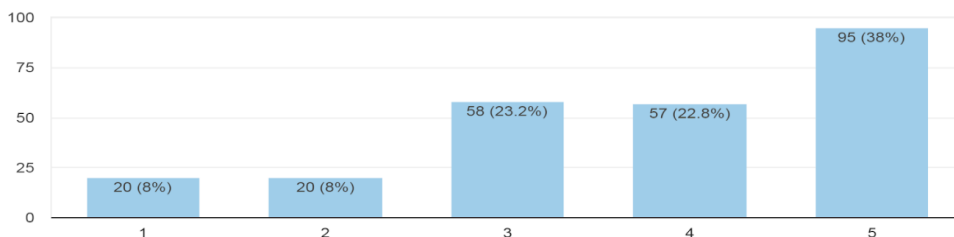
Nuk kam pasur problem të përqendrohem në një detyrë për një periudhë të konsiderueshme kohore
250 responses



Sa të motivuar janë ndjerë punonjësit gjatë periudhës që kanë punuar në distancë, a janë ndjerë emocionalisht të qëndrueshëm dhe të sigurtë gjatë javëve të fundit. 38% janë përgjigjur që kanë qënë të qëndrueshëm dhe të sigurtë emocionalisht gjatë kësaj periudhe dhe 8% janë përgjigjur që nuk janë ndjerë. Të qënurit i motivuar në ambjentin e punës është thelbësore si për punonjësit dhe për organizatën në të cilën punojnë, detyrat bëhen në kohë, punonjësit ndihen të vlerësuar dhe të motivuar nga mënyra se

si shpërblehen nga organizatat sidomos gjatë kësaj periudhe ku nevojitet si mbështetja psikologjike dhe ajo financiare.

Unë kam qënë i/e qëndrueshm/e emocionalisht dhe i/e sigurtë në vetvete gjatë javëve të fundit
250 responses



Përfundimet

Puna në distancë është një risi që po përdoret gjërësisht nga të gjitha kompanit, si çdo gjë edhe puna në distancë ka anët pozitive dhe negative të saj .Në rastin e pandemisë ka pasur anët e saj të mira duke ju përshtatur situatës me të cilën janë përballur si drejtuesit e organizatave dhe punonjësit. Secila palë duhej të ruante interesin e tij/saj, të punosh në kohë pandemie dhe të jesh efikas ka qënë e vështirë por me kalimin e kohës me evoluimin e vaksinimit dhe zbehjes së masave duket se çdo gjë po i rikthehet normalitetit.

Përjetimet emocionale dhe ndjesitë ndaj Covid -19 në ministudim paraqiten prezente tek shumica e punonjësve, të cilët ishin vigjilent, ruanin disancimin social dhe ideja e infektimit nga Covid 19 ishte e pranishme. Produktiviteti në punë ishte i njejtë dhe nuk kshihte impact negative për shkak të pandemisë. Puna në distancë nuk ka ndikuar në performancën e punonjësve në kryerjen e detyrave por ka ndikuar në përditshmërin e tyre, pasi puna në distancë e quajtur ndryshe si puna nga shtëpia ka sakrificat e saj, është shumë e vështirë të mbash një ekuilibër mes punës dhe familjes apo të mos kesh hapsirën e përshtashme personale për të kryer detyrën.

Kënaqësia për vendin e punës aktuale është e lartë, nuk ka ide për të dhënë dorëheqjen apo për të neglizhuar punën për shkak të situatës . Gjatë analizës së të dhënave vihet re se kushtet e punës kanë qënë të plotësuara nga organizatat dhe nuk kanë munguar mjetet apo kushtet e nevojshme për të kryer punën.

Literatura

- H.Pink, D. (1995). *DRIVE, The suprising truth about what motive us.*
- Kaushik, M. (May 2020). The Impact of Pandemic COVID -19 in Workplace. *European Journal of Business Management and Research* 12(15):10.
- Kirstine Stewart, H. o. (2020).
- Kniffin, K. M. (2021). COVID-19 and the Workplace:. *American Psychological Association* 2021, Vol. 76, No. 1, 63–77.
- Kumar, P. (2021). V-5 Model of Employee Engagement During COVID-19 and Post Lockdown. *Sagejournals.*

- Kumar, P. (2021). *V-5 Model of Employee Engagement During COVID-19 and Post Lockdown*.
- Lame, E. (2019). *Struktura dhe kultura organizacionale*. Tirane: Universiteti i Tiranes.
- Mahfoudh Hussein Mgammal, E. M.-M. (2021). Survey data of coronavirus (Covid-19) ,though concern, employees, work performance, employees background, feeling about job, work motivation, job satisfaction, psychological state of mind and family commitment in two middle east countries. *Science Direct*.
- Muchinsky, P. M. (2009). *Psikologjia e zbatuar ne pune*. Ufo University press.
- Orhani, Z. (2011). *Motivacioni*. Tirane.
- Professor Eliza Lai-y WONG, P. (20 March 2020). Workplace safety and coronavirus disease . *JC School of Public Health and Primary Care, Faculty of Medicine, The Chinese University of Hong Kong*.
- Thorstensson, E. (2021). The Influence of Working from Home.
- World health organization. (2021). *WHO.it*. Retrieved from <https://www.who.int/>.

KONTRIBUTI I ALGORITMAVE TË MACHINE LEARNING NË KLASIFIKIM

Gloria TYXHARI¹, Blerina VIKI², Megi MARKU³

Abstract

The use of Machine Learning recently, has shown an increase in performance in relation to problems in various fields. This work aims to demonstrate the importance of integrating machine learning algorithms into problem-solving solutions. The main focus is to analyze and describe the contribution of algorithms that fall under the classification tasks in this field. The concepts, processes, algorithms, and their characteristics, as well as ML techniques, mainly supervised learning techniques and other elements are discussed. Through a practical example, the main steps of building a classification algorithm using the SVM machine learning method are presented by analyzing the components needed to configure the model based on the type of data we want to classify and the parameters of the model itself.

Keywords: (Machine Learning Algorithms, Classification, SVM).

Hyrje

Machine Learning përfaqëson një fushë ndërdisiplinore që përfshin brenda saj shumë disiplina si: shkencat kompjuterike, statistikën, inxhinierinë, teoritë e optimizimit si dhe matematikën dhe shkencën. Përdorimi i Machine Learning për analizën e të dhënave ka ardhur gjithmonë duke u rritur ndjeshëm. Sipas Arthur Samuel, Machine Learning përcaktohet si fusha e studimit që i jep kompjuterave aftësinë për të mësuar pa u programuar. (Sumit Das, et.al; 2015) Qëllimi kryesor i Machine Learning është automatizimi i ndërtimit të modeleve për të kryer detyra të ndryshme. Automatizimi sigurohet nga aplikimi i algoritmeve që në mënyrë iterative mësojnë nga të dhënat e trajnimit dhe lejojnë kompjuterin të gjejë njohuri të fshehura dhe komplekse pa pasur nevojë për tu programuar në mënyrë të qartë. (Bishop, 2006)

Tom M. Mitchell e përkufizon Machine learning si studim i algoritmeve që lejojnë programet kompjuterike të përmirësohen përmes eksperiencës. (Jordan, Mitchell 2015) Koncepti bazë për Machine Learning në shkencën e të dhënave përfshin përdorimin e statistikës dhe metodave të optimizimit që lejojnë kompjuterin të analizojë bazat e të dhënave dhe të identifikojë modelet që i përshtaten të dhënave.

Disa nga algoritmet ML që gjejnë përdorim në problemet e klasifikimit përfshijnë: Klasifikuesit linearë, regresionin logjistik, rrjetet bajesiane, support Vector Machine, klasifikuesit kuadratikë, pemët e vendimit, algoritmi i fqinjësisë më të afërt, random forest dhe rrjetet neurale. (Taiwo, 2010) Fusha e Machine Learning ndahet në tre klasa algoritmesh kryesore bazuar në feedback që modeli arrin të sigurojë nga të dhënat. Grupet e algoritmeve përfshijnë supervised learning, unsupervised learning dhe reinforcement learning. (Alpaydm, E., et.al. 2019)

Machine Learning është përdorur për ti mësuar makinat që të trajtojnë të dhënat në mënyrë më eficiente. Në shumë raste të dhënat janë të vështira për tu modeluar dhe në këto raste lind nevoja e përdorimit të teknikave të Machine Learning. (W. Richert, L. P. Coelho) Të gjithë algoritmet mësojnë disa modele nga të dhënat e trajnimit dhe i aplikojnë ato në testimin e bazës së të dhënave për klasifikim ose parashikim. (S.B. Kotsiantis, 2007)

¹ I Departamenti SIZ, Fakulteti i Ekonomisë, Universiteti i Tiranës E-mail:

gloriatuxhari@feut.edu.al

² Departamenti SIZ, Fakulteti i Ekonomisë, Universiteti i Tiranës

³ Universiteti Bujqësor i Tiranës

Ekzistojnë shumë aplikime të Machine Learning, por përdorim më gjerë gjen në problemet e klasifikimit. Klasifikimi është kategorizuar si një problem superior i data mining dhe Machine Learning. (Baradwaj BK, et.al; 2012) Në ditët e sotme, Machine Learning ka fituar një rëndësi shumë të madhe në fushën e mjekësisë. Ajo ka ndihmuar në përcaktimin e diagnozave të sëmundjeve, terapive si dhe në përzgjedhjet e specializuara të mjekimit. Gjithashtu Machine Learning ka dhënë kontribut me anë të algoritmeve në analizimin e të dhënave dhe orientimin drejt disa alternativave smart. (Omar, N. et.al; 2020)

Deep Learning është teknikë e ML që përbëhet nga rrjete të afta të mbikëqyrin të dhëna të pa strukturuara. DL është emërtuar kështu pasi përfshin shumë faza deri në zgjidhjen e një problemi të caktuar dhe të gjitha këto janë pjesë e trajnimit. (Yann LeCun, 2015) Ajo trajnon makinën që të përpunojë inputet përmes shtresave në mënyrë që të gjejë rezultatin.

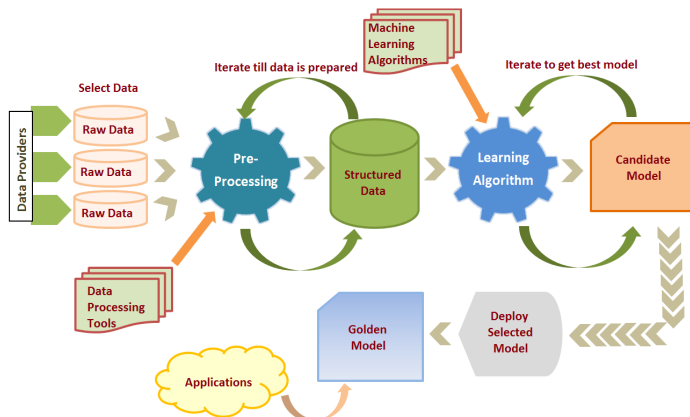
Metodologjia

Punimi bazohet në shpjegimin dhe analizën e fushës së Machine Learning, duke shqyrtuar komponentët e përfshirë në të si dhe hapat që ndiqen në aplikimin e tyre për probleme të ndryshme të klasifikimit. Mbledhja e të dhënave të punimit është fokusuar kryesisht në literaturë parësore ku përfshihen libra të ndryshëm si dhe artikuj shkencorë, revista shkencore. Karakteri mbizotërues në metodologjinë e punimit është ai analizes-përshkrues, ku me anë të një zbatimi praktik të një algoritmi të ML arrin të kuptohet kontributi që jep kjo fushë në aspektin e klasifikimit. Gjithashtu në punim është paraqitur dhe një analizë mbi kontributin e teknikave ML në luftën kundër pandemisë, analizë kjo e bazuar në artikuj të autorëve të ndryshëm në kohët e fundit për klasifikimin e vaksinave, terapive apo diagnozave në trajtimin e COVID-19.

Machine Learning

ML është një proces i automatizuar ku të dhënat hyrës dhe ato dalëse së bashku ‘përcaktojnë’ programin. Përdorimi i modeleve të ML përfshinë disa hapa deri në arritjen e rezultatit të dëshiruar. Carbonell, Michalski dhe Mitchell identifikuan tre dimensione kryesore për klasifikimin e sistemeve të Machine Learning, ku përfshihen: strategjitë themelore të të mësuarit që përdoren, prezantimi i të dhënave të marra nga sistemi dhe domainin e aplikimit të sistemit.

Figura e mëposhtme bën një paraqitje të hapave të përfshirë në procesin e të mësuarit të makinës.

Figura 1. Proçesi i të mësuarit të makinës (Burimi: Akhil Mittal, 2017)

Hapat e përgjithshëm janë: Përcaktimi i problemit, mbledhja e të dhënave, para-përgatitja e të dhënave, përzgjedhja e modelit, trajnimi, testimi dhe integrimi i modelit.

Proçesi i mësuarit/trajnuarit të një modeli ML përfshin tre pjesë kryesore:

Proçesi i marrjes së vendimit: Në përgjithësi algoritmet e Machine Learning përdoren për parashikim ose klasifikim. Bazuar në të dhënat e inputit që merr algoritmi, që mund të jenë të etiketuara ose të paetiketuara, algoritmi arrin të prodhojë një vlerësim në lidhje me të dhënat.

Funksioni i gabimit: Ky funksion shërben për të vlerësuar parashikimin e modelit. Funksioni i gabimit bën krahasime për të vlerësuar saktësinë e modelit.

Proçesi i optimizimit të modelit: Nëse modeli i përshtatet më mirë të dhënave të trajnimit, peshat rregullohen për të shmangur mospërputhjen midis rezultatit që pritet dhe atij të vlerësuar. Algoritmi e përsërit këtë proces vlerësimi dhe optimizimi duke përditësuar peshat derisa të arrihet saktësia e modelit.

Mënyrat e trajnimit të modeleve ML janë: *supervised*, *unsupervised* dhe *reinforcement*. Supervised learning është një metodë ku modelet trajnohen duke përdorur të dhëna të etiketuara. Modelet duhet të gjejnë funksionin e përputhjes midis të dhënave hyrëse dhe atyre dalëse.

Në rastin e të mësuarit të supervizuar merret feedback nga të dhënat duke qenë se algoritmet e kësaj klase sigurojnë strukturë konkrete si feedback për përmirësimin e modelit (Monostori L, 2003). Supervised learning ka si rol gjetjen e një funksioni nga të dhënat e trajnuara, analizën e të dhënave të testimit dhe krijimin e një tasku të derivuar që të mund të përdoret edhe kur ka shembuj me të dhëna të reja. (D. Sharma and N. Kumar, 2017)

Në metodën e të mësuarit të pa-supervizuar modelet përftohen nga të dhënat e paetiketuara të inputit. Qëllimi i kësaj metode është zbulimi i strukturës dhe modeleve të fshehura nga inputi i dhënë. Përdoret në rastet kur jepet vetëm inputi dhe jo outputi korrespondues. Sipas Ghahramani, algoritmet e unsupervised learning janë krijuar për të nxjerrë strukturën nga monstat e të dhënave. (Ghahramani, 2008)

Algoritmet e përforcimit (reinforcement) janë metodë që bashkëveprojnë me mjedisin duke prodhuar veprime dhe duke zbuluar gabime apo shpërblime. Karakteristika kryesore e kësaj teknike është kërkimi i gabimeve dhe provave. Kjo metodë lejon agjentët e software që të përzgjedhin sjelljen e tyre ideale në mënyrë automatike brenda një konteksti specifik për të maksimizuar performancën e tyre. Sinjali i përforcimit lidhet me faktin që një feedback është i

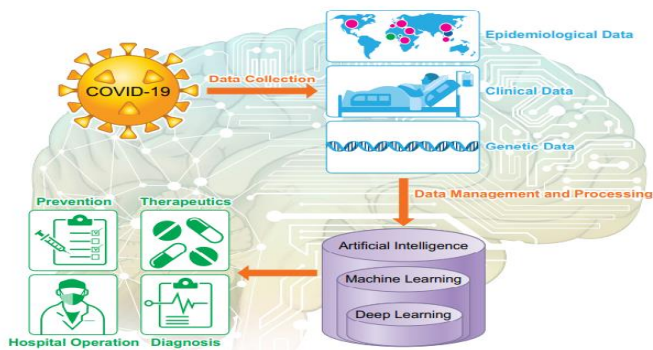
detyrueshëm nga ana e agjentit për të mësuar se cili është veprimi më i mirë në një situatë të caktuar.

Rrjetet neurale artificiale përfshijnë elementë të thjeshtë që quhen neurone për përpunimin e të dhënave që veprojnë në të dhënat e tyre lokale dhe bashkëveprojnë edhe me elementë të tjerë. (W.S. McCulloch, et.al 1943)

Përdorimi ML gjatë pandemisë

Në kushtet kur me urgjencë kërkohet një strategji efektive për trajtimin e pacientëve me COVID-19 dhe në mungesë të një mendikamenti efektivë për të trajtuar simptomat shoqëruese e të infektuarve ishte e nevojshme të zhvilloheshin qasje të ndryshme për të ripërdorur medikamente të aprovuara ose për të prodhuar të reja.

Figura 2. Machine Learning në luftën kundër pandemisë (Burimi: Sachin Aryal ,2021)



Një framework ML është zhvilluar për të prioritetizuar kandidatët ekzistues kundër SARS-COV-2 për prova klinike. Risi ishte përdorimi i një sistem i Deep Learning i zhvilluar nga Google DeepMind që bëri të mundur lëshimin e strukturave proteinike të lidhura me COVID-19, të cilat nëse do të realizoheshin me anë të qasjeve eksperimentale tradicionale do të kërkonin një periudhë shumë të gjatë kohe. Ky sistem ka shërbyer shumë për formulimin e vaksinave kundër COVID-19.

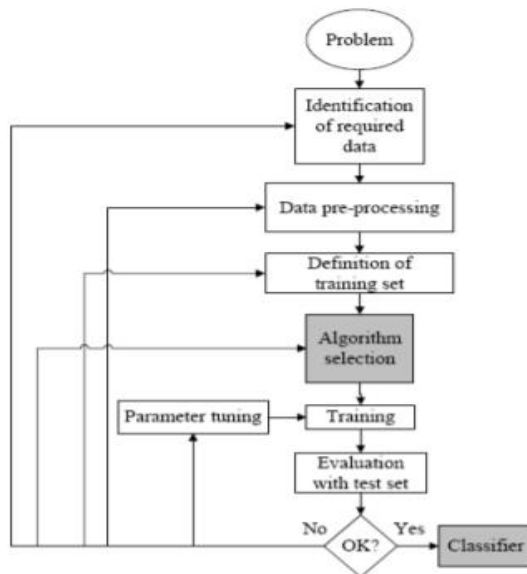
Kandidatët e vaksinave kundër COVID-19 janë propozuar nga një tools i zhvilluar për vaksinologjinë Vaxign i integruar me teknikat e ML. Menaxhimi i të dhënave për pacientët e prekur nga virusi kërkon teknika të avancuara të machine learning për të analizuar efektet e personalizuara të terapisë për vlerësimin e pacientëve të rinj, duke ndikuar kjo në parashikimin e shtrimit në spital, që të mos konsistojë vetëm në kujdesin maksimal, por edhe në organizimin dhe funksionimin e spitalit. Si fillim bëhet mbledhja e të dhënave epidemiologjike, klinike dhe gjenetike të cilat organizohen në databaza të dhënash. Pas organizimit të të dhënave në baza të dhënash fillon menaxhimi dhe procesimi i të dhënave me anë të teknikave të IA-s, ML-s dhe DL-s. Këto teknika arrijnë të japin rezultate më të shpejta në lidhje me diagnozat, terapitë si dhe operacionet e shtrimit në spital, që arrijnë të jepen të personalizuara për çdo pacient të prekur nga virusi i COVID-19. Nga kjo rrjedhë e të dhënave duket qartë roli i teknikave të fushës së inteligjencës artificiale dhe elementëve përbërës të saj si në procesin e klasifikimit të terapisë dhe diagnozave mjekësore për individët, ashtu edhe për vaksinimin, përzgjedhjen e kandidatëve.

Një koleksion i centralizuar i të dhënave në gjithë botën për COVID-19 apo dhe pandemi të ngjashme në të ardhmen do të shërbejë për të zhvilluar strategji parashikuese, diagnostikuese dhe terapisë kundër tyre.

Machine Learning në Klasifikim

Klasifikimi është një qasje e të mësuarit të supervizuar, në të cilën modeli mëson nga të dhënat e input-it dhe më pas e përdor mësimin për të klasifikuar vëzhgimet e reja. Një paraqitje skematike e hapave që ndiqen në një problem klasifikimi jepet në figurën e mëposhtme:

Figura 3. Procesi i mësimit të supervizuar në klasifikim (Burimi: Ayon Dey, 2016)



Ekzistojnë trajta të ndryshme të klasifikimit si: klasifikimi binar, klasifikim në shumë klasa, me shumë etiketa dhe klasifikim i çekuilibruar

Mjetet e ML që gjejnë përdorim në problemat e klasifikimit ndahen në lineare dhe jo lineare. Tek modelet lineare përfshihet regresioni logjistik, linear dhe Support Vector Machine (SVM) ndërsa te modelet jolineare përfshihen rrjetet Bajesiane (BN), algoritmi KNN, pemët e vendimit (DST), klasifikimi random forest (RF) dhe rrjetet neurale NNs (Kotsiantis, 2007).

Keto mjete janë të zbatueshme në shumë fusha. Secila prej tyre karakterizohet nga tipare që e dallojnë nga teknikat e tjera. Në përgjithësi SVM-t dhe NN performojnë më mirë në rastet kur të dhënat kanë shumë dimensione dhe karakteristika të vazhdueshme. Për këto algoritme kërkohet një madhësi e madhe e zgjedhjes në mënyrë që të arrihet saktësia maksimale e parashikimit. E kundërta ndodh me rrjetet Bajesiane që kërkojnë grupe të dhënash të vogla dhe me pak tipare. Nga ana tjetër sistemet e bazuara në logjikë kanë një performancë më të mirë kur ndeshen me veçori diskrete apo kategorike. Metoda e fqinjësisë më të afërt është shumë e ndjeshme ndaj tipareve të parëndësishme, karakteristikë që shpjegohet me mënyrën sesi funksionon algoritmi. Tiparet e parëndësishme ndikojnë edhe te NN-t, duke i bërë jo-eficiente dhe jo-praktike.

Algoritmi i pemëve të vendimit nuk performon mirë në problemet që kërkojnë ndarje diagonale. SVM dhe NN performojnë më mirë kur ekziston multikolineariteti ose lidhja midis variablave si dhe ekziston një marrëdhënie jo-lineare midis tipareve të input-it dhe output-it. Rrjetet Bajesiane kërkojnë pak hapësirë memorie në fazën e trajnimit dhe klasifikimit. Minimumi më strikt konsiderohet rasti kur përdoret memorja vetëm për probabilitetet paraprake dhe të kushtëzuara. Metoda KNN përdor një hapësirë të madhe të memories për fazën e trajnimit, po

aq sa hapësira e saj e trajnimit. Rrjetet neurale kërkojnë rekorde të plota për të kryer punën e tyre. Pemët e vendimit kanë profile të ndryshme operacionale, ku njëri është i saktë dhe tjetri i pasaktë. Support Vector Machine dhe rrjetet neurale kanë një profil operacional të ngjashëm (Hannah Lickhert, et.al, 2021).

Kriteret që përdoren për të përzgjedhur se cili mjet është më i përshtatshëm për një problem specifik lidhet me pikat e mëposhtme sipas Lickhert (Hannah Lickhert, et.al, 2021):

Numri i vëzhgimeve, që i referohet numrit të vëzhgimeve në grupin e trajnimit dhe tregon nëse një algoritëm është i përshtatshëm për një numër të madh trajnimi apo numër të vogël trajnimi. Numri i tipareve apo karakteristikave: Përshkruan numrin e tipareve që ruajnë vëzhgimet dhe përcakton nëse algoritmi mund të trajtojë të dhëna shumëdimensionale.

Tipi i të dhënave: Lidhet me ndarjen e të dhënave në alfabetike apo numerike. Lloji i të dhënave përcakton nëse një algoritëm është në gjendje të interpretojë të dhënat, nëse është i mundur aplikimi i algoritmit mbi të dhëna të caktuara.

Shpejtësia e trajnimit: Ky kriter përcakton kohën e nevojshme për trajnimin e modelit. Shpejtësia e trajnimit duhet të merret parasysh, sepse mund të ndikojë në praktikë.

Stabiliteti i modelit: Kriteri i stabilitetit trajton efektin e ndryshimit të të dhënave të trajnimit në model. Një algoritëm përcaktohet si i paqëndrueshëm nëse nga ndryshimet e vogla në trajnim, ndryshimet në model rezultojnë të mëdha. Duhet të zgjidhet një algoritëm që siguron një model të qëndrueshëm.

Lehtësia e interpretimit: Duhet që të përshtatet një algoritëm që arrin të jetë i kuptueshëm për arritjen e qëllimit dhe të japë një interpretim të thjeshtë të modelit.

Pemët e vendimit kanë gjetur shumë fusha zbatimi duke qenë se janë më të thjeshta në interpretim dhe analizim si dhe performojnë shumë mire për baza të mëdha të dhënash. (J. Mrva et.al, 2019) Një pemë vendimi është teknika, në të cilën çdo rrugë nis nga nyja dhe përshkruhet nga sequenca të dhënash të ndara derisa të arrihet një output në nyjen e majtë. (F. Yang, 2019)

Klasat kryesore të rrjeteve neurale përfshijnë: perceptronet me shumë shtresa, Recurrent Neural Networks dhe Convolutional Neural Networks. Rrjetet me shumë shtresa gjejnë përdorim në identifikimin dhe kontrollin e sistemeve të thjeshta jolineare duke i ndarë në ato dinamike dhe statike. (K. S. Narendra, K. Parthasarathy; Neural Networks and dynamical systems)

Njohja e Numrave me Shkrim Dore

Të dhënat

Problemi kryesor në njohjen e shifrave qëndron se shifrat nuk kanë të njëjtën përmasë, gjerësi, gjatësi apo orientim pasi shkruhen nga persona të ndryshëm si dhe ngjashmëria midis tyre si prsh 1 me 7, 5 me 6, 3 me 8, 2 me 7 etj. Kjo ndodh pasi shkruhen në mënyra të ndryshme. Prandaj në projekt do të përfshihen koncepte të Machine Learning për të arritur në krijimin e modelit që njeh këto shifra të shkruara nga njerëz të ndryshëm.

Për trajnimin e modelit është përdorur baza e të dhënave të MNIST. MNIST (Instituti Kombëtar i Standardeve dhe Teknologjisë) është një bazë të dhënash e përbërë nga imazhe gri në formë katrore dhe me përmasa fikse 28x28. Baza e të dhënave MNIST ka gjithsej 70,000 imazhe të shifrave të shkruara me dorë, nga ku 60,000 imazhe përfshihen në grupin e trajnimit dhe 10,000 shërbejnë për testim. Të gjitha imazhet etiketohen me shifrën përkatëse që ato përfaqësojnë. Shifrat variojnë nga 0 tek 9. Shifrat klasifikohen gjithsej në 10 klasa të mëdha. Baza e të dhënave MNIST përdoret për të provuar teknikat e Machine Learning dhe metodat e njohjes së modeleve me të dhëna të botës reale. Baza e të dhënave MNIST është shumë e përdorshme, pasi karakterizohet nga thjeshtësia dhe lehtësia në aplikim. Përdoret nga shumë algoritme të Machine Learning. Përdorimi i kësaj baze të dhënash dhe rrjeteve neurale ka sjellë një performancë shumë të lartë në parashikimet e bëra dhe nivel gabimi shumë të ulët.

Teknologjitë e përdorura për implementimin ndërtimin e modelit ML janë C#, ML.net dhe Docker Container.

Modeli SVM

Problemi i trajtuar në këtë punim kërkon të aplikojmë modelet ML për kategorizimin e simboleve të shkruara me shkrim dore në një numër një-shifrorë të sistemi dhjetor. Nga analiza që i bëhet të dhënave, themi që duhet të përdoret një algoritëm nga kategoria e të mësuarit me supervizim. Kjo pasi të dhënat janë të etiketuara. Për këtë është zgjedhur algoritmi SVM që përdoret gjerësisht në analizën e të dhënave për klasifikim dhe analizën e regresionit. Përdorim më të gjerë SVM gjën në problemet e klasifikimit (Tuba et.al, 2016).

Algoritmi i SVM funksionon në një mënyrë të thjeshtë. Krijohet një hiperplan që ndan të dhënat në klasa. Qëllimi kryesor është krijimi i një vije që ndan të dhënat në dy klasa, për ti klasifikuar ato. SVM mund të kryejë vetëm klasifikim binar.

Modeli SVM përpqet të zmadhojë distancën midis dy klasave duke krijuar një kufi të mirë përcaktuar të vendimeve. Sipas SVM, duhet të gjenden pikat që janë më afër dy klasave. Këto pika njihen si vektorë mbështetës. Në hapin tjetër, gjendet afërsia midis rrafshit ndarës dhe vektorëve mbështetës. Distanca midis pikave dhe vijës ndarëse njihet si diferencë. Qëllimi i një algoritmi SVM është të maksimizojë pikërisht këtë diferencë. Kur marzhi arrin maksimumin, hiperplani përcaktohet si optimal. Në problemet me shumë klasa mund të krijohen klasifikues binarë për secilën klasë të të dhënave. Dy rezultatet e secilit klasifikues mund të jenë:

- Pika e të dhënave i përket kësaj klase
- Pika e të dhënave nuk i përket kësaj klase

Parametrat për të konfiguruar një model SVM përfshijnë kernelin, parametri Gama dhe parametri C nga ku:

- *Kernel*: zgjidhet bazuar në llojin e të dhënave dhe gjithashtu llojin e transformimit.
- *Gama*: Ky parametër vendos se sa larg arrin ndikimi i një shembulli të vetëm trajnimi gjatë transformimit, i cili nga ana tjetër ndikon në masën që kufijtë e vendimeve përfundojnë në pikat përreth në hapësirën e hyrjes.
- *Parametri C*: Ky parametër kontrollon sasinë e rregullimit që aplikohet te të dhënat.

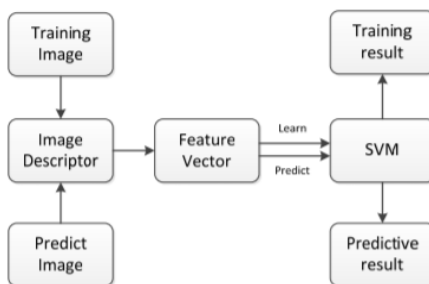
Duhet të përmendin se modeli SVM ka disa avantazhe dhe disavantazhe në lidhje me aplikimin e tyre në klasifikim. Ndër avantazhet përmendim: së pari, performon shumë mirë në një bazë të konsiderueshme të dhënash; së dyti, i gjithanshëm, specifikohen funksione të ndryshme të kernel-it ose bërthama të specializuara që mund të përcaktohen për lloje specifike të dhënash; së treti, algoritëm shumë efikas në të dhënat me dimensione të larta; dhe e fundit, kujtesa efikase, pasi përdor nëngrupe të pikave të trajnimit në funksionin e vendimit, të quajtur vektorë mbështetës.

Në lidhje me disavantazhet mund të përshkruajmë pikat e mëposhtme:

- Efikasiteti duke përfshirë kohën e përdorimit dhe përdorimin e kujtesës zvogëlohet kur rritet madhësia e grupit të trajnimit.
- Duhet bërë një normalizim i kujdesshëm i të dhënave dhe akordimit të parametrave.
- Nuk ofron vlerësues direktë të probabilitetit.

Në lidhje me arkitekturën që përdoret për të klasifikuar imazhet me anë të modelit SVM jemi mbështetur në atë të propozuar nga Zhou (Zhou et al, 2018):

Figura 4. Proçesi i njohjes së shifrave



Lidhur me njohjen e shifrave me shkrim dore do të kemi këto hapa të përfshirë:

- Së pari, analizohen shifrat e shkruara me dorë dhe kryhet një përpunim paraprak për të nxjerrë vektorë të tipareve.
- Së dyti, vektorët e tipareve dërgohen në I/O të trajnimit të SVM për të trajnuar parametrat dhe vektorët mbështetës.
- Më pas, vektorët e tipareve që duhen njohur, merren dhe dërgohen në parashikimin I/O të SVM.
- Së fundmi, prodhohen rezultatet e parashikimit dhe llogaritet shkalla e njohjes.

Aplikimi ka një strukturë shumë të thjeshtë të përbërë vetëm nga një ndërfaqe. Përdoruesit i jepet mundësia që në një canvas të vizatojë një numër nga 0-9 dhe kontrolli bëhet kur përdoruesi aktivizon eventin pas butonit “Check”. Për shkak se programi bën kontrollin mbi një bazë të dhënash të paracaktuar dhe trajnohet me anë të kësaj baze të dhënash, përpilohet dhe një përqindje ngjashmërie për secilën shifër (0-9) dhe shifra me përqindjen më të lartë deklarohet si rezultati final.

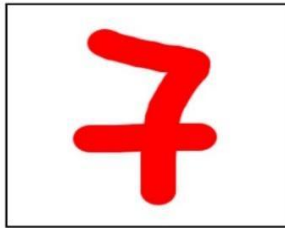
Për realizimin e këtij projekti është përdorur stuktura MVC (model-view-controller). Për pjesën vizuale të ndërfaqes janë përdorur dhe librari open source si bootstrap & jquery. Programi ka vetëm një Controller ku menaxhohen të gjitha eventet e këtij aplikimi.

Gjithashtu është krijuar edhe një DockerFile që krijon mundësinë që ky aplikim të mund të hostohet në cloud.

Output-i në figurën 5, paraqet rastin se nëse vizatohet numri 7 me dorë, algoritmi nxjerr parashikimin për numrat nga 0-9. Nëse shohim përqindjen për numrin 7, rezulton 97.2% dhe për shifrat e tjera përqindja është 0 ose shumë e vogël. Duke qenë se algoritmi arrin të njohë shifrën e shkruar me dorë, themi se aplikimi i SVM është korrekt.

Figura 5. Outputi nr. 1

Vizato nje numer [0-9] ne dritaren e meposhtme.



7

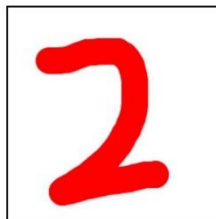
0: 0.000
1: 0.000
2: 0.024
3: 0.002
4: 0.001
5: 0.000
6: 0.000
7: 0.972
8: 0.000
9: 0.000

Clear Check

Prova tjetër është realizuar edhe për shifrën e shkruar me dorë, numri 2. Në bazë të klasifikimit shohim se për shifrën 2, përqindja rezulton 96.1%. Për numrat e tjerë përqindja e dhënë është e papërfillshme.

Figura 6. Outputi nr. 2

Vizato nje numer [0-9] ne dritaren e meposhtme.



2

0: 0.000
1: 0.001
2: 0.961
3: 0.003
4: 0.000
5: 0.000
6: 0.006
7: 0.028
8: 0.001
9: 0.000

Clear Check

Përfundime dhe Rekomandime

Puna kërkimore e zhvilluar në këtë punim tregon se ML është një domosdoshmëri në rritjen e efikasitetit dhe performancës së aplikacioneve në fusha të ndryshme. Secila teknikë ka specifikat e saj në lidhje me funksionimin, përzgjedhjen e bazës së të dhënave, numrit të tipareve për të dhënave etj. Tema kryesisht ishte e fokusuar te algoritmet e të mësuarit me mbikëqyrje duke qenë se ato janë më të përdorura për aspektin e klasifikimit, ku është përqendruar ideja e punimit. Për të treguar rëndësinë e aplikimit të këtyre teknikave është bërë një analizë e kontributit të ML në trajtimin e COVID-19, duke ndihmuar në organizimin e të dhënave dhe përdorimin e teknikave efikase për përcaktimin e terapive dhe diagnozave të personalizuara për secilin pacient.

Gjithashtu është trajtuar edhe aplikimi i algoritmit SVM për njohjen e shifrave të shkruara me dorë duke specifikuar hapat kryesorë që duhen ndjekur për të ndërtuar modelin e klasifikimit. Si punë për të ardhmen shohim analizën krahasuese në klasifikim në lidhje me përzgjedhjen e kriterëve që konfigurojnë modelin si dhe koha që duhet për trajnimin e modeleve.

Referencat

- Alpaydin et.al, 2019; Introduction to Machine Learning, 2nd Edition.
Baradwaj BK, et.al; 2012 Mining Education Data to Predict Student's Retention: A comparative Study.
Bishop, 2006; Pattern recognition and Machine Learning.
Das. S, et.al (2015); Applications of Artificial Intelligence in Machine Learning: Review and Prospect.
Dey, A. (2016); Machine Learning Algorithms: A Review.
Ghahramani, 2008; Unsupervised Learning.
Janieschy, Ch., et.al. (2021); Machine learning and Deep Learning.
Jordan, M., Mitchell, T.M. (2015); Machine learning: Trends, perspectives, and prospects.
Kotsiantis, S.B. (2007); Supervised Machine Learning: A Review of Classification Techniques.
LeCun, Y., et.al. (2015); Deep Learning.
Lickert, H., et. al. (2021); Selection of Suitable Machine Learning Algorithms for Classification Tasks in Reverse Logistics.
Monostori, L. (2003); AI and machine learning techniques for managing complexity, changes and uncertainties in manufacturing
McCulloch, W.S., et.al 1943; A logical calculus of the ideas immanent in nervous activity.
Narendra. K, Parthasarathy. K, 1990; Neural Networks and Dynamical Systems.
Omar, N. et.al; 2020; Deep Learning Models Based on Image Classification: A Review.
Richert, L., Coelho. P; Building Machine Learning systems using Python.
Sharma. D, Kumar. N, 2017; A review on machine learning algorithms, tasks and applications.
Taiwo, 2010; Types of Machine Learning Algorithms.
Tuba. E, et.al; 2016; Handwritten Digit Recognition by Support Vector Machine.
Xiaoning Zhou et al; 2018, Study on Handwritten Digit Recognition using Support Vector Machine.
Yang, F, 2019; "An Extended Idea about Decision Trees"

NDIKIMI I SISTEMT TATIMOR SHQIPTAR NE EKONOMINE E VENDIT

Dr. Evis KUMI¹

Abstract

This essay examines Albanian tax legislation, with particular emphasis on income tax, with the goal of identifying problems and making suggestions for how to fix them at the local level. The Albanian tax system is based on the legal financial provisions required for private enterprises.

The public spending is financed by the revenues from the taxes. In this sense, their analysis takes an even greater significance, because the collection of income has a direct impact on improving the lives of citizens. In this sense, their research is even more important because raising revenue directly affects how the improvement of the living standart.

The idea of income tax has been present ever since the Albanian state was founded, albeit it has undergone periodic changes due to our nation's political structure. The core of this tax is still the same: people forfeit a percentage of their revenues to pay for governmental expenditures. The underlying concepts of this tax have changed significantly throughout time, along with the budgetary and social priorities of the public operator and the methods used for its collection and administration. All of these modifications over the past 30 years perfectly reflect several international requirements for the development of cutting-edge and efficient tax systems.

Tax revenues, economic expansion, inflation, unemployment, etc. have all contributed to a worrying dilemma for the economies of many nations. One of the key instruments the government will employ is tax collection, and it will make sure to generate adequate money for public expenditure.

This article's goal is to show Albania's tax system and to compare it to other nations in the area in terms of tax rates as well as in comparison to these nations based on global indexes.

Key words: *government expenses, tax system, income tax, direct investments.*

Hyrje

Politika fiskale eshte një nga politikat më të rëndësishme të ekonomisë një vendi, e cila synon ndër të tjera një rritje ekonomike të vendit, rritje të GDP reale dhe për pasojë një rritje të punësimit. Nëse barra fiskale do të jetë e lartë për bizneset kjo do të shkaktojë rritje të kostos së njësitë ekonomike, pra një dobësim të investimeve.

Vendet ne zhvillim jane vecanrisht te ndikuara nga politika fiskale. Sistemi i taksave në këto vende ka për qëllim: të rrisë të ardhurat për të financuar shpenzimet e domosdoshme për të ulur nivelin e huamarrjes në sektorin publik; të ulë pabarazitë dhe të minimizojë dekurajimin për veprimtaritë jo te ligjshme ekonomike; t'i realizojë këto qëllime duke respektuar normat ndërkombëtare.

¹ Universiteti Metropolitan i Tiranës, email: evlis.kumi@yahoo.com

Vendi yne, ashtu si gjithë vendet ne tranzicion, karakterizohet nga kapacitete të ulta, korrupsioni i lartë, apo mungesa e një bashkëveprimi midis tatimeve, publikut dhe shpenzimeve sociale. Liberalizimi I vazhdueshëm i tregtisë i vendos këto vende në sfidat e zëvendësimit të të ardhurave të humbura nga taksat doganore me të ardhura të tjera. Vendet në zhvillim duhet të zbatojnë një regjim fiskal të përshtatshëm që të rrisin si investimet e brëndshme ashtu edhe ato të huaja dhe janë në një garë të vazhdueshme për tërheqjen e investimeve. Vetëm kështu do të bëhet e mundur që të zvogëlohet mundësia e mbështetjes në të ardhurat nga taksa të tilla si TAP apo TVSH.

Situata e pasigurte fiskale e vendeve në zhvillim i vendos ato para vështirësive financiare. Gjithashtu ato kanë një shpërndarje të të ardhurave shumë më të ulët se vendet industriale (Deininger and Squire 1996). Ndersa, në vendet në zhvillim politika tatimore është më shumë në ndjekje të “të mundshmes” (Hady1993). Teoritë ekonomike në lidhje me sistemet optimale të tatimit kanë shumë pak ndikim në ndërtimin e sistemeve fiskale në këto vende.

Teoritë mbi fiskalitetin

Shume studime jane kryer mbi ndikimin që ka barra fiskale në rritjen ekonomike të një vendi. Këto studime janë bazuar në dy rryma kryesore të mendimit ekonomik, të cilat njihen si: rryma Kejniane dhe teoritë neoklasike.

Teoria Kejniane e kërkesës agregate, mbështet mendimin se një ulje në shpenzimet qeveritare ose një rritje e taksave, redukton në mënyrë direkte kërkesën agregate dhe në mënyrë indirekte të ardhurat, duke patur një ndikim negativ në prodhim. Kjo teori paraqet një model të plotë për analizën standarde të kurbës IS-LM, multiplikatori i efekteve negative balancohet në anë të kundërt nga dy efekte: efekti “crowding” për shkak të niveleve më të ulëta të interesave; dhe efekti i zhvlerësimeve monetare. Ndersa, modelet neoklasike hedhin vëmendjen në mekanizma të tjerë të transmissioinit për të reduktuar deficitin e buxhetit të qeverisë me ndikim pozitiv në ekonomi. Këto efekte pozitive mund t'i tejkalojnë efektet negative të multiplikatorit Kejnian në kërkesën agregate. Një deficit më i ulët buxhetor do të do shoqërohej me një reduktim të ndjeshëm në normat e interesave, për arsye të perceptimit të një risku më të ulët qeveritar. Kështu mund të zhvleresohej borxhi publik duke mbajtur një nivel më të lartë inflacioni, duke shkaktuar efekte pozitive mbi kërkesën agregate. Një vend, që karakterizohet nga levizje të theksuara të deficitit buxhetor, është e domosdoshme që të merren masat ndaj reduktimit të deficitit buxhetor, për të çuar në uljen e çmimit të riskut të normave të interesave. Kjo përsëri do të rriste vlerën e tregut të pasurisë të sektorit privat dhe për pasojë do të rriste edhe kërkesën agregate. Nga ana tjetër, reduktimi i deficitit të qeverisë do të shihej si një sinjal për reduktimin e barrës së taksave në sektorin privat, duke inkurajuar përsëri rritjen e shpenzimeve dhe të aktivitetit ekonomik të këtij sektori.

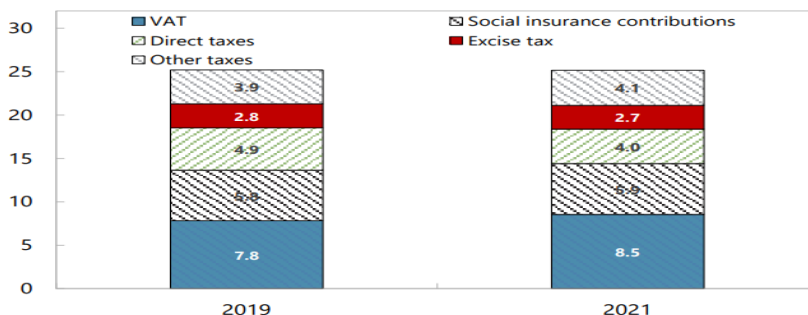
Studiues të tjerë kanë patur në qendër të punimeve të tyre lidhjen midis barrës tatimore dhe rritjes ekonomike dhe kanë arritur në disa përfundime. Knight et al. (1993) studion ndikimin e tarifave doganore në rritjen ekonomike duke provuar se: vendet me tarifa më të ulëta mbi mallrat kanë rritje ekonomike më të shpejtëse ato vende që aplikojnë

tarifa të larta. Lee (1994) arrin në përfundimin se rritja ekonomike është rrjedhojë e një rritje në volumin e tregëtisë në mënyrë të tillë që në strukturën e importeve kontributi kryesor të shkaktohet nga nivelet e larta të importeve të mallrave kapitale. Pra nuk është thjesht e rëndësishme të arrihet rritja e volumit të tregëtisë, por është përbërja e saj dhe pikërisht zëri i mallrave kapitale. Schmenner et al. zhvillon teorinë se niveli i tatimit mbi fitimin ndikon në mundësinë që një vend të sigurojë më shumë projekte investimi. Përdorimi i nxitësve fiskalë është një çështje që literatura dhe studimet e deritanishme vërtetojnë se nivelet e taksave dhe të tatimeve kanë një ndikim të ndjeshëm në vendosjen e raporteve të drejta midis kursimeve dhe investimeve, si rrjedhojë edhe në zhvillimin ekonomik.

Të ardhurat e mbledhura nga taksat e tatimet në Shqipëri

Ekonomia shqiptare po tregon stabilitet pas termetit që tronditi vendin që nga viti 2019 dhe pandemisë së Covid-19. Nderkohe, ekspozimi i drejtpërdrejtë i Shqipërisë ndaj konfliktit Rusi-Ukrainë është i kufizuar dhe ritmi i rritjes ka mbetur pozitiv këtë vit, pavarësisht nga kriza në rang global për shkak të luftes.

Figura 1. Struktura e taksimit në 2019 kundrejt 2021 (% GDP)

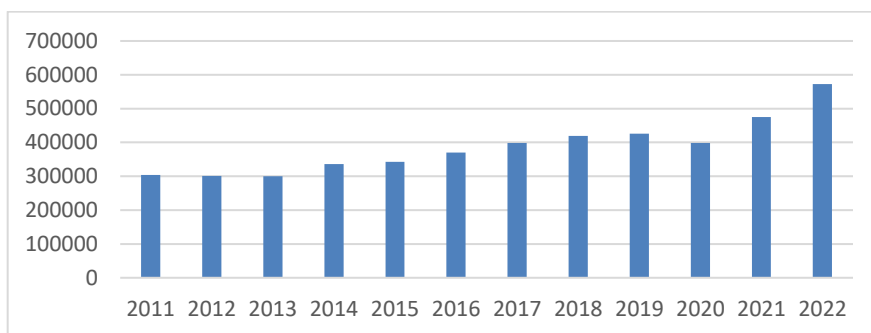


Burimi: Ministria e Fiancave dhe FMN

Gjate vitit 2021 ekonomia u rimëkëmb ndjeshëm, e nxitur nga një rimëkëmbje e fortë në turizëm, bumi i ndërtimit i mbështetur pjesërisht nga rindërtimi pas tërmetit dhe një vit rekord për prodhimin e energjisë elektrike. GDP reale u rrit me 8.5 përqindje dhe punësimi u rikuperua në nivelin e para-pandemisë. Këto zhvillime ekonomike kanë sjelle një pozicion fiskal më të konsoliduar për financat publike, me një deficit dukshëm më të vogël. Borxhi publik ra në 74 përqind të PBB-së. Në grafikun 1 shohim trendin rrites të të hyrave në buxhetin e shtetit për vitin 2020 dhe 2021, përkatësisht me vlerat 475.612 milionë Leke dhe 572.790 milion Leke.

Sic shihet dhe nga grafiku 1, të ardhurat nga TVSH-ja per periudhen janar - shtator 2016 janë realizuar në vlerën 24.9 miliardë lekë, 13.3% më shumë se 9-mujori i vitit 2015 dhe me një realizim të planit të periudhës në masën 92% ose rreth 2.1 miliardë lekë më pak. Faktor që ka ndikuar në këtë rezultat, ka qenë rritja e rimbursimeve me 19.9% ose rreth 1 miliardë lekë më shumë, si rezultat i masave përmirësuese për thjeshtëzimin dhe reduktikimin e procedurave të rimbursimit të TVSH-së.

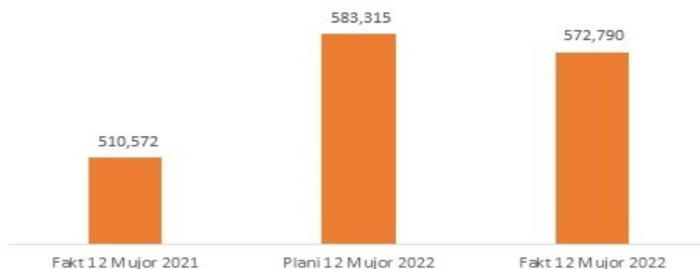
Grafiku 1. Grafiku i te ardhurave tatimore ne buxhetin e shtetit per periudhen 2011-2021



Burimi: Autori

Të ardhurat totale për 12 – mujorin e vitit 2022 u realizuan në masën 572.7 miliardë Lekë ose 98 % të planit të 12 – mujorit. Krahasuar me një vit më parë të adhurat janë rritur me +62 miliard lekë ose +12% më shumë.

Grafiku 2. Te ardhurat e pergjithshme ne Milion Leke

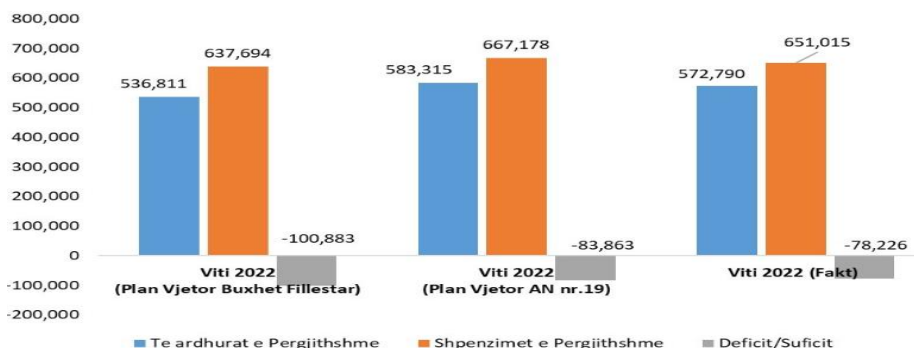


Burimi: Ministria e Financave dhe ekonomise

Performanca paraprake e treguesve fiskalë të konsoliduar për periudhën 12 mujore (Janar – Dhjetor 2022) reflekton ecurinë e mbledhjes së të ardhurave dhe realizimit të shpenzimeve. **Të ardhurat totale** për vitin 2022 u realizuan

në masën 98 % të planit. **Shpenzimet e përgjithshme publike**, për vitin 2022, arritën në rreth 651 miliard LEK me një realizim në 97.6 përqind të planit vjetor të ndryshuar përmes Aktit Normativ nr.19, datë 29.12.2022 (AN nr.19). Krahasuar me vitin 2021 shpenzimet e përgjithshme publike rezultojnë 9.2 përqind më të larta ose rreth 55.05 miliard LEK më shumë. **Niveli i deficitit** për vitin 2022 rezultoi në rreth 78 miliard LEK nga rreth 83.6 miliard lekë deficit i planifikuar. Krahasuar me të njëjtën periudhë të një viti më parë, ku niveli i deficitit rezultonte në masën prej rreth 85 miliard LEK.

Grafiku 3. Te ardhurat, shpenzimet dhe deficitit/suficiti, krahasimi plan-fakt (ne milione Leke)



Burimi: Ministria e Financave dhe ekonomise

Konkluzione dhe rekomandime

Shteti nderhyn në ngjarjet ekonomike përmes politikës fiskale me qëllim që të menjahen dukuritë që bëhen pengesë për ruajtjen e mirëqenies së përgjithshme të shoqërisë. Këto dukuri lidhen me veprimin joperfekt të tregut në: mbrojtjen e shtresave të varfra të shoqërisë, krijimin e vendeve të punës, evitimin e monopoleve dhe rritjen e konkurrencës së mirëfilltë, rishpërndarjen më të drejtë të pasurisë, e tjerë. Keto nderhyrje mund të jene: politika fiskale, që shfrytëzohet për qëllime makroekonomike për të ndikuar nivelin e produktit, punësimin dhe çmimeve; politika fiskale shtrënguese, që aplikohet për të mbyllur hendekun e ekspansionit në atë mënyrë që ndikohet në uljen e kërkesës agregate përmes shkurtimit të shpenzimeve publike. Ndërsa, hendeku i recesionit mbyllet përmes ekspansionit fiskal duke rritur shpenzimet publike për të ndikuar në rritjen e kërkesës agregate. Jo rrallë ndodh që shteti është i paafët në drejtimin e politikës fiskale qoftë për shkak të informacioneve jo të sakta apo parashikimeve të gabuara lidhur me efektet që rezultojnë nga masat dhe veprimet e ndërmarra për arritjen e objektivave të politikës fiskale. Zbatimi efikas i buxhetit të

shtetit mbulon një gamë të gjerë çështjesh të ekzekutimit të buxhetit, duke përfshirë ato që lidhen me përmirësimin e mbledhjes së të ardhurave, menaxhimin e borxhit, prokurimin publik dhe menaxhimin e aseteve.

Ne bashkëpunim me institucionet nderkombetare, politika fiskale dhe ajo monetare duhet të jenë të koordinuara ngushtë dhe autoritetet të punojnë në mënyrë të vazhdueshme për të siguruar harmonizimin më të përshtatshëm të politikave për çdo sfidë makroekonomike. Bazuar në parashikimet e të ardhurave buxhetore për vitin 2023 theksohet se do të kenë prioritet shpenzimet për të siguruar realizimin e buxhetit objektiv, edhe në rast të mungesës së të ardhurave. Per kete qellim duhet te behet përmirësimi i administrimit të të ardhurave, pavarisht krizes ekonomike. Nje ndihme e rendesishme teknike eshte dhene nga Fondi Monetar Nderkombetar, mbi reformat strukturore fiskale, duke vënë në dukje qarkullimin e lartë të stafit si një pengesë kryesore për një rezultat të mirë dhe të shpejtë.

Referencat:

1. Gerson P., 1998. The impact of fiscal policy variables on output growth, IMF WP/98/1
2. James S., 2002. *Taxation: Critical Perspectives on the World Economy*, Volume 1, Fq. 100
3. Lyon H., 2009. *Principles of Taxation*, BiblioBazaar, Fq. 98
4. [Lee](#) R.D., Johnson R. W., [Joyce](#) G. P., 2004, Public Budgeting Systems, Jones & Bartlett Learning
5. Mateli A., 2013. *Sistemi tatimor në Shqipëri*, Fq.13
6. Modigliani, F. & Brumberg R., (1954). Utility analysis and the consumption function: an interpretation of cross-section data, Rutgers University Press.
7. IMF Country Report No. 22/362, www.imf.org
8. Ministria e financave, Strategjia e menaxhimit financiar publik 2022
9. IMF 2022” Suporting the development of more effective tax system” hartuar nga FMN, OECD, WB

Ligje:

1. Ligji nr. 9920 datë 19.05.2008 *Për Proçedurat Tatimore në Republikën e Shqipërisë.*
2. Ligji nr 8438 datë 28.12.1998. *Për tatimin mbi të ardhurat në Republikën e Shqipërisë*, i ndryshuar.
3. Ligji Nr.7928, datë 27.04.1995. *Për Tatimin mbi Vlerën e Shtuar.*
4. Ligji Nr.8313, datë 26.03.1998. *Për Tatimin mbi Biznesin e Vogël*, fletore zyrtare Nr.9 – 1998
5. Ligj, Nr.7594, Date: 04.08.1992, *Për investimet e huaja*. bot. Flet. Zyrtare Nr.4, Fq
6. Ligj Nr. 8976, datë 12.12.2002. *Per akcizat ne Republiken e Shqiperise*, i ndryshuar

7. Ligji nr. 3449 datë 27.01.1999 si dhe VKM nr. 205 datë 13.03.1999 *Për dispozitat zbatuese të Kodit Doganor.*
8. Udhëzimi i Ministrisë së Financave *Për tatimin mbi të ardhurat në Republikën e Shqipërisë.* nr.16, dt. 25.07.2012
9. Ligjin nr.9901 datë 14.04.2008. *Për tregtarët dhe shoqëritë tregtare.*
10. Ligji nr. 9632 datë 30.10.2006. *Për sistemin e taksave vendore, i ndryshuar.*
11. Ligji nr. 9975 datë 28.07.2008. *Për taksat kombëtare në Republikën e Shqipërisë, i ndryshuar.*

SJELLJA E KONSUMATORËVE TË KARTAVE TË KREDITIT

Manuela MEÇE¹

Abstract

The study has produced qualitative results based on the qualitative analysis according to the ABC model of behavior, in the use of credit cards, as well as their possible impact on the increase in inflation through the promotion of increased consumption. In conclusion, this paper draws conclusions related to the evidence of the behavior of buyers/users of credit cards as well as the behavior of buyers who prefer traditional payment methods.

Credit cards have become an element of improving the quality of life of citizens nowadays due to the problems they solve and the speed of the solution. Since the card is issued by a financial institution, the buyer is given the right under the guarantee of this institution to carry out various purchase or payment transactions and to repay the amount used within a certain period and with an interest rate in case it is a credit card. The solution seems efficient. This opinion is also shared by consumers, who are more and more looking for solutions with less time commitment. The pandemic period showed that the selection of payment methods is circumstantial. So, not always a free choice. Then the choice becomes the preferred behaviour and getting used to this model creates the client's trust in the financial institution that provides the payment guarantee. Financial institutions - banks are committed to modernizing and facilitating the lives of customers by digitizing most of their operations.

The purpose of this study is to examine the level of use of credit cards in Albania, with a focus on the city of Tirana, to evaluate the views, perceptions and attitudes of consumers towards electronic money. Also, another point to focus on is some statistics related to the percentage of credit card usage in Tirana, e.g. the gender that uses them the most, age, level of monthly income, employment status, frequency of their use, the main purpose of use and length of the period using credit cards.

The focus of this paper is society's perception of the usage of credit cards. The ABC model of behaviour, the use of credit cards, some demographic factors, credit cards and inflation will be addressed in this paper, processing the data and methods that were used to conduct the study based on the sampling methodology, the development of the questionnaire and the variables that were tested in the model. The results of the descriptive statistics are made by presenting the numerical, descriptive presentations as well as the research table. The behaviour of buyers who prefer traditional payment method.

The main method used for data collection is primary data, mainly a survey questionnaire. Primary data helps in analyzing the factors that contribute more towards the use and non-use of credit cards. Furthermore, research, descriptive or explanatory methods were used during this work. All data is collected through quantitative methods and examines monthly income, security, prestige and interest rate as independent factors that have a strong relationship with credit card usage and spending. The purpose of this study is to derive the results based on the collection of primary data because, considering that their completion is anonymous, people tend to be honest and very effective. This type of data enables a more accurate and useful evaluation of the study.

Key words: consumer behavior, credit card, consumption, purchase

HYRJE

Kartat e kreditit jane kthyer ne një element të përmirësimit të cilësisë së jetës së qytetarëve në ditët e sotme për shkak të problemeve që zgjidhin dhe shpejtësisë së zgjidhjes. Meqëse karta lëshohet nga një institucion financiar blerësit i jepet e drejta me garanci të këtij institucioni të kryejë transaksione blerje apo pagesa të ndryshme dhe të shlyejë shumën e përdorur në një afat të caktuar dhe me një normë interesi në rast se është kartë krediti.

¹ Prof. Asoc. Dr. Manuela Mece, Departamenti Shkencave Ekonomike, Albanian University, m.mece@albanianuniversity.edu.al

Zgjidhja duket efciente. Ky opinion është rrokur edhe prej konsumatorëve të cilët përherë e më shumë kërkojnë zgjidhje me impenjim kohor të ulët kur bëhet fjalë për aktivitete frekvente. Periudha e pandemisë tregoi që zgjedhja e metodave të kryerjes së pagesave është rrethore. Pra jo gjithmone një zgjedhje e lirë. Më pas zgjedhja bëhet sjellje e preferuar dhe të mësuarit me këtë model krijon besimin e klientit ndaj institucionit financiar që jep garancinë e pagesës. Institucionet financiare – bankat angazhohen në modernizimin dhe lehtësimin e jetës së klientëve duke dixhitalizuar pjesën me të madhe të veprimeve.

Qëllimi i këtij studimi është të studiojë nivelin e përdorimit të kartave kreditit në Shqipëri, me përqëndrim në qytetin e Tiranës, të vlerësojë këndveshtrimet, perceptimet dhe qendrimet e konsumatorëve ndaj parasë elektronike. Gjithashtu, një pikë tjetër për t'u përqëndruar janë disa statistika që lidhen me përqindjen e përdorimit të kartave kreditit në Tiranë, p.sh. gjinia që i përdor ato më së shumti, moshën, nivelin e të ardhurave mujore, statusin e punësimit, shpeshësia e përdorimit të tyre, qëllimi kryesor i përdorimit dhe gjatësia e periudhës së përdorimit të kartave kreditit. Fokusi gjatë këtij punimi është perceptimi i shoqërisë për përdorimin e kartës kreditit. Modeli ABC i sjelljes, përdorimi i kartave kreditit, disa faktorë demografik, kartat kreditit dhe inflacioni do të trajtohen në këtë punim, duke përpunuar të dhënat dhe metodat të cilat janë përdorur për kryerjen e studimit bazuar në metodologjinë e marrjes së mostrave, zhvillimin e pyetësorit dhe variablat që janë testuar në model. Rezultatet e statistikave përshkruese janë bërë duke paraqitur prezantimet numerike, përshkruese si dhe tabelën e hulumtimit.

METODOLOGJIA

Metoda kryesore e përdorur për mbledhjen e të dhënave janë të dhënat parësore, kryesisht pyetësor i anketës. Të dhënat parësore ndihmojnë në analizimin e faktorëve që kontribuojnë më shumë drejt përdorimit dhe mos përdorimit të kartave kreditit. Gjithashtu, janë përdorur dhe metoda kërkimore, përshkruese apo shpjeguese gjatë këtij punimi. Të gjitha të dhënat janë grumbulluar përmes metodës sasiore dhe shqyrtojnë të ardhurat mujore, sigurinë, prestigjin dhe normën e interesit si faktorë të pavarur që kanë një lidhje të fortë me përdorimin dhe shpenzimet e bëra me kartat kreditit. Qëllimi i këtij studimi është të nxjerr rezultatet bazuar në mbledhjen e të dhënave parësore sepse, duke marrë parasysh se plotësimi i tyre është anonim, njerëzit kanë tendencë të jenë të sinqertë dhe shumë efektivë. Këto lloje të dhënash mundësojnë një vlerësim më të saktë dhe të dobishëm të studimit.

Duke qënë se Tirana është një kryeqytet me përqëndrimin më të madh të institucioneve shtetërore që ofrojnë shërbime për qytetarët, institucioneve shëndetsore e arsimore me të specializuara në vend, me numurin me të madh të bizneseve të prodhimit dhe të shërbimit, me të vetmin aeroport nderkombëtar, pyetësorët janë plotësuar rastësisht nga qytetarët në rrugë të ndryshme të qytetit që nuk janë domosdoshmërisht rezident në Tiranë.

Në studim janë mbledhur informacione si nga mbajtësit e kartave të kreditit ashtu dhe nga ata që nuk zotërojnë një të tillë. Pra, metoda kryesore e marrjes së të dhënave kryesisht mbledhja e të dhënave të rastit, ku të gjithë individët rastësorë patën mundësi të marrin pjesë në plotësimin e anketës.

Pyetësori është shpërndarë tek 260 konsumatorë të rastit në pjesë të ndryshme të Tiranës. Sondazhi studion sjelljen e të intervistuarve të ndarë në dy grupe, ata që nuk zotërojnë një kartë krediti dhe ata që e posedojnë një të tillë. Individët e grupit të parë, që nuk zotërojnë

kartë, janë paraqitur për të vënë në dukje arsyet që çojnë në mos përdorimin e kësaj karte, e shprehur kjo në përqindje. Në grupin tjetër përfshihen mbajtësit e kartave kreditit dhe jepen perceptimet e tyre mbi mbajtjen e një apo më shumë kartave kreditit. E gjithë pjesa e parë është trajtuar në formën e një analize përshkruese, ndërsa pjesa tjetër e pyetësorit shqyrton impaktin e përdorimit të këtyre kartave. Te intervistuarit kanë plotësuar një tabelë ku përshkruajnë arsyet për përdorimin e kartës së kreditit. Të dhënat të mbledhura nga burimi parësor, ndihmojnë studimin të evidentojë nëse niveli i të ardhurave mujore, siguria, prestigji apo norma e interesit kanë lidhje me përdorimin e kartave kreditit. Shkalla e përdorur për të parë qëndrimet kundrejt përdorimit të kartave kreditit është shkalla e Likhert me vlersime nga 1 tek 7.

Kufizimet e studimit

Duke qënë se mostra e analizuar e popullsisë së marrë në studim është e ulët, në krahasim me numrin e të gjithë komunitetit, të dhënat mund të mos dëshmojnë realitetin e të gjithë popullatës. Për më tepër, target-grupi i studentëve nuk merret në konsideratë sepse numri i studentëve që posedojnë një kartë krediti është i papërfillshëm. Një zgjidhje mund të jetë rritja e numrit të studentëve që zotërojnë kartë krediti, kjo për shkak të një fushate të organizuar pasi studentët të jenë pajisur me një kartë krediti për studentët e t'i jetë hapur një llogari kreditit. Kjo do të ishte një mundësi për institucionet financiare të rrisin të ardhurat e tyre.

RISHIKIM LITERATURE

Fokusi i këtij kapitulli do të jenë teoritë ose studimet e autorëve të tjerë të lidhura me temën e këtij punimi hulumtues. Rishikimi i literaturës është i strukturuar në tre seksione. Në të parën, fokusi do të jetë në modelin ABC të sjelljes, në pjesën vijuese do të ofrohet një përmbledhje e përdorimit të kartave kreditit nga studimet e ekonomistëve dhe punimet akademike.

Së fundmi, në pjesën tjetër do të paraqitet literatura e faktorëve demografikë dhe do të shqyrtohet ndikimi i moshës, nivelit të të ardhurave dhe profesionit në përdorimin e kartave kreditit.

Modeli ABC i Sjelljes. Solomon (2009) pohon se sjellja e konsumatorit, sipas termave të marketingut, është vlerësimi i përgjithshëm i një produkti ose shërbimi ndër vite. Qëndrimi i konsumatorit kundrejt një produkti apo shërbimi nënkupton preferencat, vlerësimin ose refuzimin bazuar në të dhënat, informacionet ose lajmet që ata marrin mbi të. Në lidhje me modelin ABC ka disa komponentë që adresojnë klientët në përdorimin e kartave kreditit. Një qëndrim/sjellje është një mjet i fuqishëm i të menduarit. Sjelljet përkufizohen si një grup besimesh që i ndihmojnë individët të vlerësojnë njerëzit, situatat, objektet ose çështjet. Modeli ABC i sjelljes u zhvillua për herë të parë nga Albert Ellis si një mënyrë për të kuptuar të menduarit pesimist dhe për ta kaluar atë. Ky model njihet edhe si modeli trepalësh. ABC përbëhet nga tre komponentë, ndikim, sjellje dhe njohës.

Edhe pse ne mund ta përdorim termin në një mënyrë tjetër në jetën tonë të përditshme (p.sh., "Hej, ai ka vërtet një qëndrim!"), psikologët socialë e rezervojnë termin qëndrim dhe sjellje për t'iu referuar vlerësimit tonë relativisht të qëndrueshëm për diçka, ku diçka quhet objekti i qëndrimit. Objekti i qëndrimit dhe sjelljes në vijim mund të jetë një person, një produkt ose një grup shoqëror (Albarracín, Johnson, & Zanna, 2005; Wood, 2000).

Hulumtimet kanë zbuluar se disa nga sjelljet tona janë trashëguar, të paktën pjesërisht, nëpërmjet transmetimit gjenetik nga prindërit tanë (Olson, Vernon, Harris dhe Jang, 2001). Sjelljet e tjera mësohen kryesisht përmes përvojave të drejtpërdrejta dhe të tërthorta me objektet e qëndrimit (De Houwer, Thomas, & Baeyens, 2001). Sjellje të tjera mësohen nëpërmjet medias (Hargreaves & Tiggemann, 2003; Levina, Waldo, & Fitzgerald, 2000) ose nëpërmjet ndërveprimeve tona me miqtë (Poteat, 2007).

Ndikimi. Reagimi emocional është elementi i parë që lidhet me qëndrimin e klientit ndaj kartave kreditit. Në bazë të hulumtimeve të realizuara ka 6 element që përbëjnë këtë reagim emocional: vetëbesimi, kontrolli, ankthi, materializimi, impulsiviteti, kompulsiviteti. Disa studime kanë hulumtuar ndikimin e sjelljeve konsumatore tek kartat kreditit. Watson (2009) zbuloi se keqpërdorimi i kartës së kreditit ndikohej nga vetëkontrolli. Nga ana tjetër, janë bërë disa hulumtime për të hetuar rëndësinë e impulsivitetit, detyrueshmërisë dhe materializimit kur vjen puna tek përdorimi i kartave kreditit. Faber dhe O'Guinn (1988) zbuluan se keqpërdorimi i kartave kreditit ndikohet nga kompulsiviteti. Pas hulumtimeve të kyera nga Joireman, Kees & Sprott (2010), në lidhje me impulsivitetin dhe kompulsivitetin, ata mbështetën këtë konstatim. Gjithashtu, sipas studimeve, materializimi nuk është i lidhur me borxhin e kartave kreditit, por megjithatë, Pirog & Roberts (2007) zbuluan se keqpërdorimi i kartave kreditit ishte rritur nga materializimi.

Nëse vetëvlerësimi i ulët çon në blerje kompulsive (Faber & O'Guinn, 1992) ose në nxitje të lartë (d'Astous, 1990), si çon ky personalitet në keqpërdorimin e kartës së kreditit? Përgjigjet në shpjegimin e Wang, Lv dhe Jiang (2011). Kur të ardhurat e konsumatorëve janë të pamjaftueshme për të përmbushur kërkesat e tyre në kërkim të prestigjit, ata do të blejnë produktet luksoze duke përdorur karta krediti. I njëjti problem ka më pak gjasa të ndodhë midis individëve me vetëbesim të lartë, sepse ata janë më të sigurt dhe më pak të prekur emocionalisht. Në të kundërt, njerëzit me vetëbesim të ulët përjetojnë vazhdimisht ankth, shqetësim dhe emocione negative (Yelsma, P. & Yelsma, J., 1998)

Keqpërdorimi i kartës së kreditit ka më shumë gjasa të implikojë këtë grup individësh, sepse shumica e blerjeve të parregullta ndodhin tek konsumatorët të cilët janë shumë të shqetësuar për pamjen e tyre dhe përpiqen të kënaqin të tjerët (Krueger, 1988). nderimi dhe borxhi i kartës së kreditit (Pinto, Mansfield & Parente, 2004). Megjithatë, tabloja bëhet më e qartë kur përkufizimi i borxhit zgjerohet për të përfshirë të gjitha llojet e huazimeve. Norvilitis, Merëin, Osberg, Roehling, Young dhe Kamas (2006) gjetën një marrëdhënie negative midis vetëvlerësimit dhe blerjes së borxhit, megjithëse nuk mund të verifikohet nëse vetëvlerësimi i ulët shkakton tendencën e individit për të marrë më shumë borxhe nëse borxhi e zvogëlon vetëvlerësimin, ose nëse ekziston një faktor tjetër i tretë.

Materialistët e trajtojnë blerjen e mallrave si qëllimet e tyre personale që ndikojnë në stilin e jetës së tyre (Richins & Dawson, 1992). Schiffman dhe Kanuk (2007) vunë në dukje se materializmi thekson zotërimet si qendrën e atribuimit të identitetit të një individit ndaj suksesit. Në shkallën më ekstreme të materializmit, individët e trajtojnë posedimin si kënaqësinë dhe kënaqësinë më të madhe në jetë (Belk, 1984). Aksesimi në kartën e kreditit mund të jetë i dëmshëm për materialistët sepse ata priren të përjetojnë më shumë pakënaqësi për vendosjen e qëllimeve joreale në jetën e tyre Sirgy (1998). Karta e kreditit u ofron atyre një mjet për të arritur këto qëllime, por ky mjet është artificial sepse nuk mbështetet me burime aktuale. Në përputhje me Sirgy (1998), Stoner et al. (2008) zbuloi se individët që janë materialistë janë më pak të kënaqur dhe kanë më shumë gjasa të jenë blerës të detyrueshëm. Prandaj, dëshira për të arritur statusin social përmes zotërimeve

materiale mund të shkaktojë lehtësisht tundim, duke shkaktuar shpenzime të larta që ndoshta çojnë në keqpërdorimin e kartave të kreditit (Fitzmaurice, 2008; Pirog & Roberts, 2007; Richins, 2011)

Nëse vetëvlerësimi i ulët çon në blerje kompulsive (Faber & O'Guinn, 1992 apo 1988?) ose në nxitje të lartë (d'Astous, 1990), si çon ky personalitet në keqpërdorimin e kartës së kreditit? Përgjigjet në shpjegimin e Ëang, Lv dhe Jiang (2011). Kur të ardhurat e konsumatorëve janë të pamjaftueshme për të përmbushur kërkesat e tyre në kërkim të prestigjit, ata do të blejnë produktet luksoze duke përdorur karta krediti. I njëjti problem ka më pak gjasa të ndodhë midis individëve me vetëbesim të lartë, sepse ata janë më të sigurt dhe më pak të prekur emocionalisht. Në të kundërt, njerëzit me vetëbesim të ulët përjetojnë vazhdimisht ankth, shqetësim dhe emocione negative (Yelsma, P. & Yelsma, J., 1998)

Keqpërdorimi i kartës së kreditit ka më shumë gjasa të implikojë këtë grup individësh, sepse shumica e blerjeve të parregullta ndodhin tek konsumatorët të cilët janë shumë të shqetësuar për pamjen e tyre dhe përpiqen të kënaqin të tjerët (Krueger, 1988). nderimi dhe borxhi i kartës së kreditit (Pinto, Mansfield & Parente, 2004). Megjithatë, tabloja bëhet më e qartë kur përkufizimi i borxhit zgjerohet për të përfshirë të gjitha llojet e huazimeve. Norvilitis, Merëin, Osberg, Roehling, Young dhe Kamas (2006) gjetën një marrëdhënie negative midis vetëvlerësimit dhe blerjes së borxhit, megjithëse nuk mund të verifikohet nëse vetëvlerësimi i ulët shkakton tendencën e individit për të marrë më shumë borxhe nëse borxhi e zvogëlon vetëvlerësimin, ose nëse ekziston një faktor tjetër i tretë. Të frymëzuar nga këto ide dhe gjetje, ne propozuam hipotezat e mëposhtme: •H1a. Vetëvlerësimi do të ketë një efekt negativ në sjelljen kompulsive të blerjes. •H2a. Vetëvlerësimi do të ketë një efekt negativ në keqpërdorimin e kartës së kreditit.

Materialistët e trajtojnë blerjen e mallrave si qëllimet e tyre personale që ndikojnë në stilin e jetës së tyre (Richins & Daëson, 1992). Schiffman dhe Kanuk (2007) vunë në dukje se materializmi thekson zotërimet si qendrën e atribuimit të identitetit të një individ ndaj suksesit. Në shkallën më ekstreme të materializmit, individët e trajtojnë posedimin si kënaqësinë dhe kënaqësinë më të madhe në jetë (Belk, 1984). Aksesimi në kartën e kreditit mund të jetë i dëmshëm për materialistët sepse ata prirën të përjetojnë më shumë pakënaqësi për vendosjen e qëllimeve joreale në jetën e tyre Sirgy (1998). Karta e kreditit u ofron atyre një mjet për të arritur këto qëllime, por ky mjet është artificial sepse nuk mbështetet me burime aktuale. Në përputhje me Sirgy (1998), Stoner et al. (2008) zbuloi se individët që janë materialistë janë më pak të kënaqur dhe kanë më shumë gjasa të jenë blerës të detyrueshëm. Prandaj, dëshira për të arritur statusin social përmes zotërimeve materiale mund të shkaktojë lehtësisht tundim, duke shkaktuar shpenzime të larta që ndoshta çojnë në keqpërdorimin e kartave të kreditit (Fitzmaurice, 2008; Pirog & Roberts, 2007; Richins, 2011)

Sjellja. Komponenti i sjelljes është mënyra se si dikush vepron kur ekspozohet me një objekt, situatë ose çështje. Bazuar në studimet e bëra, ekzistojnë pesë elementë që mund të ndikojnë në sjelljen ndaj kartave të kreditit: numri i kartave në pronësi (Slocum & Mathews, 1970), qasja/disponueshmëria, bilanci, ripagimi dhe keqpërdorimi i kartave të kreditit (Slocum & Mathews, 1970).

Numri i kartave të kreditit në pronësi dhe bilanci janë numra të vetë-raportuar. Disa studime kanë raportuar një lidhje thelbësore midis numrit të kartave në pronësi dhe

variabla të tjera, por ato nuk arritën të raportojnë numrin e kartave kreditit. Norvilitis, Szabliski, & Wilson (2003) treguan që kryesisht studentët marrin kartat kreditit nga prindërit e tyre, por ata kanë dukshëm probabilitet për të rritur nivelin e borxhit të kartës së kreditit.

Sjellja e ripagimit i referohet mënyrës se si klientët përdorin kartat e tyre kreditit, nëse janë përdorues të kujdesshëm që kërkojnë leverdinë (shlyerja në periudhën e faljes ku nuk paguhen interesa) ose përdorues të kësteve. Një konsumator komod i cili preferon lehtësi në shlyerjen e pagesës zgjedh të paguaj faturën në fund të çdo muaji, ndërsa një konsumator që aplikon mënyrën e kësteve paguan vlerën e caktuar (në varësi të shumës së shpenzuar) muaj për muaj.

Ekzistojnë disa faktorë që e dallojnë një përdorues nga një tjetër, si njohja e kartave të kreditit në atë treg financiar, numri i kartave kreditit të përdorur ose faktorët demografikë (Mathews & Slocum, 1969).

Së fundmi, përdorimi dhe keqpërdorimi i kartës së kreditit lidhet me periodicitetin e përdorimit të kartave kreditit, përdorimin e kartave të lëshuara dhe shumën e parave të shpenzuara për blerje me karta krediti kundrejt parave të prekshme. Bazuar në studimet mbi përdorimin dhe keq përdorimin e kartave D'Astous (1990), u zbulua se paratë e shpenzuara për blerje duke përdorur karta krediti ishin më të larta dhe se kishte faktorë psikologjikë që ndikonin në përdorimin e kartave, të tilla si vetëvlerësimi, materializmi, vetëkontrolli, impulsiviteti, kompulsiviteti etj. Fenomenët e rrezikut financiar çuan në keqpërdorim të kartave kreditit.

Deri në fillimet e vitit 2003 sistemet e pagesave në Shqipëri dominoheshin nga urdhërpagesat dhe çeket. Urdhërpagesat dominojnë ndër të tjera, si instrumenti më i përdorur nga Bizneset ndërsa përdorimi i çekut si instrument pagese mbetet i kufizuar, duke treguar se përdorimi i tij në Shqipëri ende është në nivele të ulëta. Tipi më i përdorur është çeku i garantuar nga banka (çeku bankar). Një përpjekje për modernizimin dhe përmirësimin e infrastrukturës së sistemit elektronik të pagesave vihet re në vitin 2004, duke investuar në drejtim të përdorimit të pagesave me mjete elektronike. Kjo kërkoi zhvillimin infrastrukturor mbështetës sic qenë ATM dhe POS e vendosura në rrjetin e shitjes me pakicë.

Diferenca e madhe në përqindje të trendit të rritjes së pajisjeve ATM me ato POS vjen si pasojë e një strategjie që kanë ndjekur bankat, duke u nisur nga sjelljet e konsumatorëve, përdorues të kartave elektronike në tregun aktual në Shqipëri.

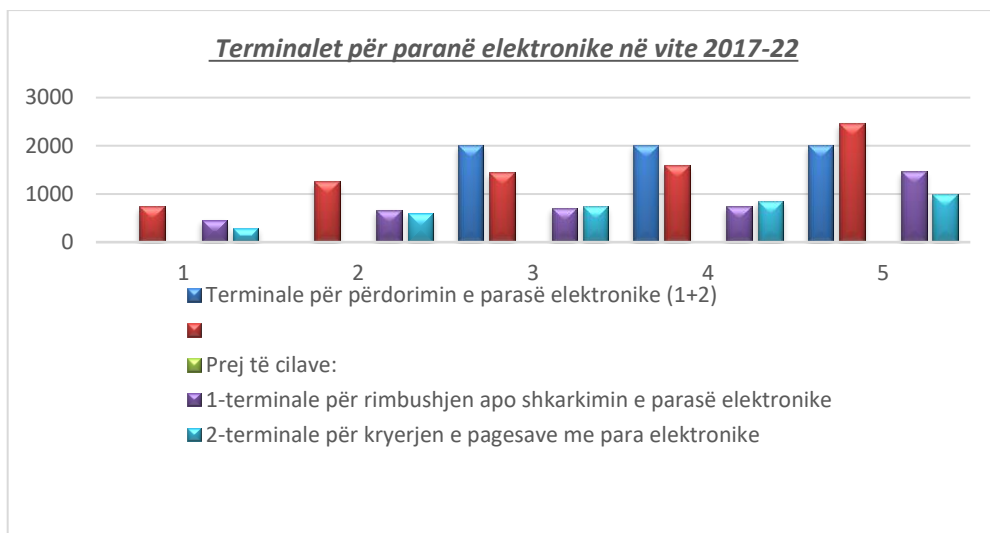


Fig. 1. Burimi Banka e Shqipërisë

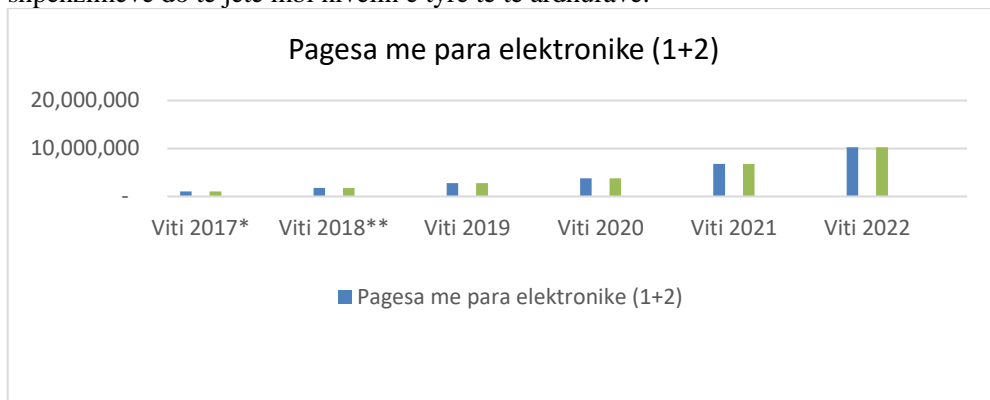
Nisur nga fakti se ATM-të në të shumtën e rasteve përdoren si shpërndarës parash (cash machine), një funksion ky që nuk është pjesë e elitës së funksioneve që sjell fitime, bankat kanë pozicionuar vëmendjen e tyre në tregun POS ku fitimet e tyre janë të konsiderueshme dhe manaxhimi i kërkesës për para (duke qenë se këtu bëhet fjalë për para elektronike) është shumë herë më i thjeshtë.

Është e qartë që në një treg bankar të kartave elektronike ku transaksionet në cash zënë një pjesë shumë të madhe, fitimet e bankave jo vetëm që janë në vlerë të ulët (si e kemi përmendur në kapitujt më parë) por ekziston edhe problem fizik i likuiditetit. Një rrezik i tillë mund të mënjanohet duke pajisur të gjithë shitësit me POS ku çdo posedues karte nuk do të kishte me nevojë për cash pasi do të përdorte kartën e tij për çdo blerje. Ky veprim i shoqëruar dhe me një ulje të numrit të ATM-ve do të ishte shumë i frytshëm për të drejtuar poseduesit e kartave elektronike që të ndryshojnë sjelljen e tyre, nga tërheqja e menjëhershme nga ATM-të e parave cash në një sjellje me përdorimin e kartës elektronike për pagesa kudo dhe zero tërheqje cash nga ATM-të.

Pas viti 2009 e deri në 2020 shikohet një trend i ndryshëm për pajisjet ATM dhe POS. Pajisjet ATM tregojnë një rritje me trend stanzativ ndërsa pajisjet POS tregojnë një rritje me trend pozitiv që do të thotë se pajisjet ATM do të vijin duke u zvogëluar ndërsa numri i pajisjeve POS do të vijë duke u shtuar.

Mosha dhe Kartat kreditit. Delvin, James, & Grigg (2008) deklaruan se sa më i vjetër të jetë klienti aq më shumë shanse ka për të marrë një ose më shumë karta krediti. Norvilitis (2002) shpreh se edhe pse numri i studentëve apo klientëve të rinj zotërues të një kartë krediti është i vogël sërisht ata konsiderohen si kontribues të borxheve të këtyre kartave. Roberts (1999) shpjegon se ky fenomen ndodh sepse të rinjtë zotërues të një karte krediti mendojnë se kanë mjaftueshëm kohë në të ardhmen për të shlyer borxhin e tyre. Por në fakt të rinjtë shprehen e kanë të vështirë të shlyejnë këto detyrime për shkak të moshës së re.

Niveli i të Ardhurave dhe Kartat kreditit. Chan (1997) deklaroi se ekziston një lidhje pozitive midis nivelit të të ardhurave të një klienti dhe aftësisë së tij për të poseduar një kartë krediti. Sa më i pasur të jetë konsumatori, aq më shumë preferon të përdorë kartë krediti kur bën blerje ose lloje të tjera transaksionesh. Niveli i të ardhurave nxit ose ndalon sasinë e blerjeve të bëra për produkte ose shërbime (Allvine, 1987). Slocum & Matheës(1970) deklaruan që ata me nivelin më të ulët të të ardhurave mendojnë në mënyrë racionale para se të marrin vendime të lidhura me paratë. Sipas nje studimi të kryer nga Boëers(1979)klientët me të ardhura të ulëta kanë shanse më të larta për të përdorur karta krediti dhe për ti shlyer ato me mënyrën e kësteve. Në ditët e sotme është duke u bërë trend që njerëzit të kalojnë mbi kapacitetin e tyre financiar, dhe si rezultat, niveli i tyre i shpenzimeve do të jetë mbi nivelin e tyre të të ardhurave.



*Paraja elektronike per vitin 2017 (periudha Janar-Shtator), ** Paraja elektronike e agreguar fillon te raportohet ne muajin Mars 2018.

Fig. 2. Burimi Banka e Shqiperise

Profesioni dhe Kartat kreditit. Profesionit ka një ndikim të fortë në sjelljen e konsumit të një konsumatori. Studimet përcaktuan që njerëzit e vetëpunësuar gjithashtu dhe menaxherët kanë shanse të mëdha për t'u njohur me kartat kreditit sesa ato me paga.

Gjithashtu, studentët, të grupuar këtu si një ndër profesionet, jetojnë në krizë financiare. Media ka luajtur një rol të rëndësishëm në rritjen e numrit të këtyre kartave plastike (Hayhoe, Leach, Turner, Bruin, & Lawrence, 2000). Sipas Kinsey (1981) numri i kartave kreditit të marra dhe mundësia e mbajtjes dhe përdorimit të këtyre kartave financiare ishin të lidhura fort me moshën dhe profesionin.

Aplikantët të cilët kanë një shans të madh për të marrë aprovimin nga banka janë “nëpunësit privat” të ndjekur nga “nëpunësit e shtetit”, “punëtorë”, “të tjerë” dhe një kategori e paspecifikuar. Ndërkohë që profesionet që banka mendon se do të harxhojnë më shumë dhe si rrjedhim do të sjellin bankës më shumë përfitime janë profesionet e bankierit, doktor, vetëpunësuar, manaxher, nëpunës shëndetësie dhe sipërmarrës. Pikërisht aplikantëve që kanë karakteristikën e të pasurit të profesioneve të lartpërmendura, banka ka tendencën të lëshojë karta krediti me limite më të larta.

Kartat kreditit dhe Inflacioni. Në ekonominë në zhvillim, përdorimi i kartave kreditit duket se po rritet. Një arsytim i kësaj rritjeje lidhet me lehtësinë e mbajtjes së një karte krediti në vend të parave të letrës. Njerëzit e kanë më të lehtë të bëjnë blerje tani dhe t'i paguajnë ato më vonë. Sipas Amromin & Chakravorti (2007) frekuenca e përdorimit të

kartave kreditit zvogëlon kërkesën për para të preکشme. Në fakt, kartat e kreditit ulin vetëm kërkesën e parave të letrës në periudhën afatshkurtër, pasi konsumatorët kanë tendencë të paguajnë për mallra apo shërbime sa më shpejtë të jetë e mundur për shkak të normave të interesit. Kjo çon në uljen e sasisë së parave të letrës që një individ disponon nga ana tjetër, zvogëlon shumën e akumuluar në llogaritë e tyre kreditit. Geanakoplos & Dubey(2009) deklaruan se përdorimi i gjerë i parave plastike edhe pse rrit fuqinë e tregtisë, krijon automatikisht inflacion, p.sh. rrit nivelin e çmimeve.

Qeveria duke nderhyrë nëpërmjet politikave monetare, për të ulur nivelin e inflacionit, mund të çojë në uljen e efektivitetit të përfitur nga përdorimi i kartës së kreditit. Në ekonominë moderne, shumica e transaksioneve bëhen me karta krediti ose forma të tjera të pagesës dixhitale. Gjërat përkeqësohen nëse klientët nuk e paguajnë debinë. Teoricienët nuk e kanë studiuar tërësisht inflacionin përmes përdorimit të kartave kreditit, por besohet fuqimisht që efektet e kartave kreditit mund të menaxhohen dhe kontrollohen lehtësisht me atë të ndërhyrjeve monetare. Kur klientët vendosin të blejnë si produktet apo shërbimet me kartë krediti, përgjithësisht çmimet e mallrave rriten dhe shkaktojnë inflacion. Vlera e parasë është ulur përkundër faktit se mundësia për të blerë mallra është rritur.

REZULTATET KERKIMORE

Rezultatet janë mundësuar nga faktorët që kanë kontribuar në shfrytëzimin dhe shpenzimet e shkaktuara nga kartat kreditit në Tiranë.

Statistikat Përshkruese.

Mos-mbajtësit e Kartave kreditit. Qëllimi i këtij pyetësori është të krahasoj përqindjen e përdoruesve të kartave kreditit dhe jo përdoruesve me anë të shëmbujve dhe të nënvizoj perceptimin e shoqërisë për përdorimin e këtyre kartave. Pyetësori arriti të mbledh 260 individ që u përgjigjen, ku 166 prej tyre, respektivisht 62.41%, nuk përdorin karte krediti. Sipas rezultateve 56 prej tyre respektivisht 33.7% theksuan që përdorimi i kartave shkakton shpenzime irracionale krahasuar me paranë preکشme. Vetëm 11 prej tyre pra 6.6 %, ndejnë ankth nuk kanë para të thata në dorë. Nga ana tjetër, mosbesimi ndaj bankave ndikon tek 23 prej të anketuarve, saktësisht 13.8%, dhe 68 prej tyre, pra shumica e atyre që nuk mbajnë kartë krediti, nuk dëshirojnë të paguajnë normat e interesit, në terma përqindjeje 40.9% në total. Së fundmi, 8 prej të anketuarve, vetëm 4.8%, kanë arsye të tjetra që i ka çuar në keqpërdorim të kartave kreditit.

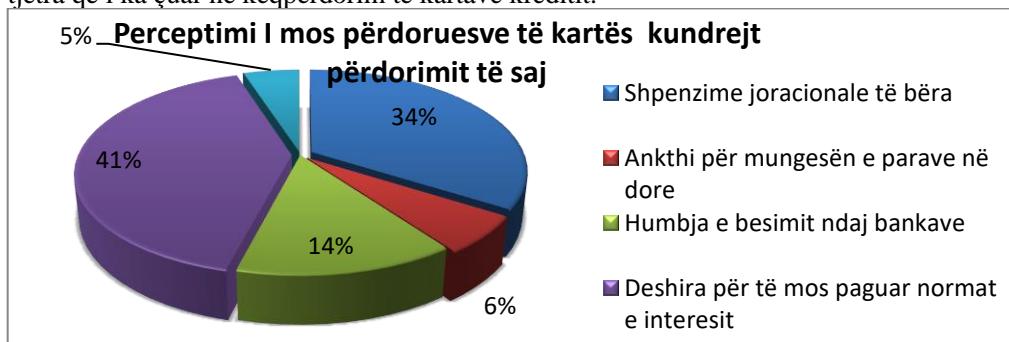


Figura 3 Perceptimi i Mos Përdoruesve të Kartës kundrejt Përdorimit të Saj

Përdoruesit e kartave kreditit. 100 prej të anketuarve, saktësisht 37.59%, kanë pranuar sekane një kartë krediti dhe e përdorin atë të paktën një herë në muaj. Të gjitha statistikat më poshtë janë kryer për të anketuarit të cilët kanë pranuar se përdorin kartat kreditit, si mënyrë për të kryer transaksione.

Tabela nr.1 Shpërndarja e të Anketuarve sipas Gjinisë

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mashkull	36	36.0	36.0
	Femër	64	64.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Tabela 1 tregon shpërndarjen e të anketuarve sipas gjinisë. Rezultatet tregojnë se nga 100 të anketuarit, 36 prej tyre ishin meshkuj dhe 64 femra. Si rezultat, 36% e mbajtësve të kartave kreditit ishin meshkuj dhe 64% ishin femra, duke dalë në përfundimin se shumica e të anketuarve që zotërojnë një kartë krediti janë femra.

Tabela nr.2 Shpërndarja e të Anketuarve sipas Moshës

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N 18	1	1.0	1.0
	18-35	55	55.0	56.0
	36-60	44	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Sipas tabelës 2, e cila tregon shpërndarjen e të anketuarve sipas moshës është e ndarë në katër grupe, ku vetëm 1 nga të anketuarit ishte nën moshën 18 vjeç, saktësisht 1% e totale; 55 prej tyre ishin nga mosha 18 deri në 35, respektivisht 55% dhe grupi tjetër përfaqësohej nga të anketuarit e moshës 36 deri 60 vjeç, saktësisht 44% e kësaj grupmoshe përdorin karta krediti të paktën një herë në muaj. Përsa i përket segmentimit mbi 60 Vjec asnjë prej të anketuarve në këtë moshë nuk zotëron kartë krediti. Rezultatet tregojnë se grupi i dytë, zotëruesit nga mosha 18 deri në 35 vjeç përdorin më së shumti kartat financiare, të ndjekur nga ata të grupit të tretë, të anketuarit e moshave nga 36 - 60 vjeç.

Tabela nr.3 Shpërndarja e të Anketuarve sipas Statusit të Punësimit

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	i vetëpunësuar	26	26.0	26.0
	Student	4	4.0	30.0
	punonjësit e thjeshtë	67	67.0	97.0
	punonjësit në profesion	3	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Ndërsa tabela 3 tregon shpërndarjen e të anketuarve sipas statusit të punësimit, i cili është i ndarë në katër grupe. Të vetëpunësuarit përfaqësojnë 26% të të anketuarve, studentët vetëm 4%, dhe punonjësit e thjeshtë pagamarrës zënë 67% të zotëruesve të kartave kreditit. Së fundmi, 3% i mbetur i të anketuarve janë të punësuarit në profesion. Për të konkluduar, shumica e zotëruesve të kartave kreditit janë punonjësit e thjeshtë pagamarrës, për shkak

se tregtia e vendit tonë ende bazohet në forcën e punës, punëtorët e ndërmarrjeve private ose shtetërore.

Tabela nr.4 Shpërndarja sipas nivelit të të ardhurave mujore

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
nën 30.000All	2	2.0	2.0	2.0
30.001-50.000All	47	47.0	47.0	49.0
50.001-90.000All	39	39.0	39.0	88.0
90.001-130.000All	9	9.0	9.0	97.0
mbi 130.000All	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabela 4 na paraqet shpërndarjen e të anketuarve sipas nivelit të të ardhurave mujore ku është e strukturuar në pesë grupe. Të anketuarit të cilët kanë të ardhurat nën 30.000All në muaj përfaqësojnë vetëm 2% të zotëruesve të kartave kreditit, ata me një nivel të ardhurash midis 30.001 All-50.000All zënë 47% të të anketuarve, 39% e të anketuarve bëjnë pjesë në grupin me të ardhura nga 50.001-90.000 All, 9% e të anketuarve kanë një nivel të ardhurash mujore midis 90.001All deri në 130.000All. Në 3% e fundit qëndrojnë ata me një nivel të ardhurash mbi 130.000All.

Rezultatet tregojnë se grupi i dytë, të anketuarit me të ardhura mujore 30.001 All- 50.000 All, të ndjekur nga grupi (i tretë) më të ardhura 50.001 All-90.000 All, janë ata të cilët përdorin më së shumti kartat kreditit.

Tabela nr.5 Shpërndarja e të anketuarve sipas shpenzimeve Mujore

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-3 herë	45	45.0	45.0	45.0
4-6 herë	38	38.0	38.0	83.0
7-10 herë	14	14.0	14.0	97.0
mbi 10 herë	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabela 5 tregon shpërndarjen e të anketuarve sipas shpeshtësisë së përdorimit të kartësë kreditit në një muaj. Seksioni është i ndarë në katër grupe. Të anketuarit që përdorin kartat kreditit 1 deri 3 herë në muaj përfaqësojnë 45% të tyre, 38% përdorin kartat financiare 4 deri në 6 herë në muaj, 14% e të anketuarve i përdorin ato nga 7 deri në 10 herë. 3% i fundit i pronarëve të kartave kreditit shprehen se e përdorin atë deri në 10 herë në muaj.

Për të përfunduar, njerëzit përdorin kartat kreditit kryesisht 1 deri në 3 herë në muaj.

Në lidhje me tabelën 6, e cila tregon shpërndarjen e të anketuarve sipas arsyes që ata përdorin karta krediti dhe është e ndarë në pesë grupe, ku nga 100 të anketuarit, 13% e tyre pranojnë që ata përdorin karta kreditikryesisht për të paguar fatura, 35% i përdorin ato në vend të parave të prekshme kur bëjnë blerje, 46% përgjigjen se arsyeja që i çon ata në përdorimin e kartave kreditit janë blerjet në internet. 3% e të anketuarve e përdorin atë për të tërhequr para dhe 3% i fundit përdorin kartën për arsye të tjera të pa përmendura më lart.

Rezultatet tregojnë se zotëruesit e kartave kreditit kryesisht e përdorin kartën për blerje në internet.

Tabela nr.6 Shpërndarja e të anketuarve sipas arsyes së shpenzimeve

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
për të paguar faturat	13	13.0	13.0	13.0
në vend të blerjes me para të gatshme	35	35.0	35.0	48.0
për blerje në internet	46	46.0	46.0	94.0
Tërheqje	3	3.0	3.0	97.0
Tjetër	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabela nr.7 Shpërndarja e të anketuarve sipas periudhës së shfrytëzimit

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-3 muaj	20	20.0	20.0	20.0
4-8 muaj	31	31.0	31.0	51.0
9-12 muaj	27	27.0	27.0	78.0
mbi 1 vit	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabela 7 tregon shpërndarjen e të anketuarve sipas periudhës së përdorimit të kartave kreditit nga ana e tyre. Rezultatet tregojnë se 20% e tyre kanë një periudhë prej rreth 1 deri në 3 muaj që përdorin kartat e tyre kreditit, 31% e të anketuarve shprehen se kanë 4 deri në 8 muaj që përdorin kartën dhe 27% e tyre përdorin kartën kreditit për një periudhë kohe prej 9 deri në 12 muaj . Si rezultat, 22% e të anketuarve pohojnëse kanë më shumë se një vit që përdorin kartat kreditit. Për të përfunduar, shumica e të anketuarve kanë një periudhë prej 4 deri 8 muaj që përdorin kartat kreditit.

KONKLUZIONE

- Paratë nga kartat kreditit kanë një përdorim të madh në botën e sotme aktive, duke bërë që transaksionet të kalojnë nga manuale në ato dixhitale. Konsumatorët duket se kanë rregulluar rutinën e tyre të përditshme me avantazhet e teknologjive të reja. Kjo përshtatje bazohet në lehtësimin që sjell pagesa dixhitale dhe kjo gjëduket të jetë vënë re që në nisje të fenomenit. Pavaresisht kësaj, komuniteti e ka të vështirë të përshtatet me teknologjinë dhe vetëm 33.7% nga 260 të anketuarit pranojnë se janë të familjarizuar me përdorimin e kartave kreditit.
- Bazuar në rezultatet e pyetësorit, numri më i lartë i zotëruesve të kartave, saktësisht 40.9%, rrëfejnë se pagesa e kamatave ndikon në përdorimin e kartave të tyre kreditit.

- Në anën tjetër, 67.3% e të anketuarve e kanë patur të nevojshme përfshirjen e kartës plastike në ditët e tyre të zakonshme. Brenda klasës rrogëtare, individët kanë preferenca , mundësi, mendime dhe qëndrime të ndryshme.
- Kartat kreditit duket se zotërohen më së shumti nga punonjësit me paga, pikërisht ky grup zë 67% të të gjithë të anketuarve. Gjithashtu 64 femra nga 100 zotëruese pranojnë se ato përdorin karta krediti në rutinën e tyre të përditshme, duke e bërë gjininë femërore më të përkushtuar në kartat financiare dhe pagesa.
- Për më tepër, individët nga 18 deri në 35 vjec, me një nivel të ardhurash mujore nga 30.001 në 50.000 All, me saktësisht 47%, të ndjekur nga ata që fitojnë nga 50.001 deri 90.000.39 nga të gjithë të anketuarit, janë më të familjarizuar me shpenzimet e bëra me kartat kreditit.
- Blerja në internet duket se stimulon përdorimin e kartave kreditit sepse 46% e mbajtësve të kartave kreditit përdorin kartat kreditit kryesisht për blerje përmes internetit, por stepen duke i shfrytëzuar ato jo më shumë se 4 deri në 6 herë në muaj.
- Në bazë të rezultateve të paraqitura, 22% e individëve kanë përdorur karta krediti për më shumë se një vit, 27% e tyre nga 9 në 12 muaj dhe 31% rrëfejnë se kohëzgjatja e periudhës së përdorit është nga 4 deri në 8 muaj.

Rekomandime

- ✓ Pranueshmëria e kartave të kreditit në Shqipëri duket se nuk është aq e lartë sa e kanë paraqitur bankat ose institucionet e tjera financiare, për shkak të disa faktorëve të veçantë. Edhe pse sasia e shpërndarjes së kësaj karte financiare është rritur me norma mesatare, gjithmonë ka hapësirë për përmirësime. Bankat përqendrohen më shumë në llojet e ndryshme të kredive, duke nxjerrë në treg ato me norma më të larta interesi, me anë të reklamave të "kreosura" të kartave kreditit.
- ✓ Bankat mund të tërheqin më shumë përdorues duke përdorur masmedian, duke shënjestruar me ndihmën e tyre segmentet të caktuara të popullatës. Përqëndrimi tek klientët e të gjitha grupmohave e të ofruarit e kushteve të ndryshme, në përputhje me mundësitë e gjithësecilit, do të ishte e dobishme për rritjen e përdoruesve të kartave kreditit. Studentët duhet të jenë pika qëndrore e marketingut. Duke qënë se studentët janë e ardhmja e tregtisë, fokusi duhet të synojë atë pjesë të segmentit të shënjestruar, duke siguruar klientë të rinj afatgjatë për bankat apo institucionet financiare.

REFERENCA

- A.Roberts, J., & M., C. J. (1999). Money Attitudes and Compulsive Buying. *Journal of International Consumer Marketing* , 53-74.
- Allvine, F. C. (1987). Marketing: Principles and Practices. *Journal of Economics and Management* , 108 122.
- Amromin, G., & Chakravorti, S. (2007). Debit Card and Cash Usage: A Cross-Country Analysis. *SSRN* , 1-53.
- Ausubel, L. M. (1991). The Failure of Competition in the Credit Card Market. *American Economic Review* , 50-81.
- Bowers, J. S. (1979). Determinants of household debt repayment-income ratio. 175-178 .
- Britannica, T. E. (n.d.). *Encyclopaedia Britannica*. Retrieved from <https://www.britannica.com/topic/credit-card>
- Brito, D. L., & Hartley, P. (1995). Consumer Rationality and Credit Cards. *Journal of Political Economy* , 400-433.

- Brito, D. L., & Hartley, P. (1995). Consumer Rationality and Credit Cards. *Journal of Political Economy* , 400-433.
- Chan, R. (1997). Demographic and attitudinal differences between active and inactive credit card holders - the case of Hong Kong. *International Journal of BankMarketing* , 117-125.
- D'Astous, A. (1990). An inquiry into the compulsive side of "normal" consumers. *Journal of Consumer Policy* , 15-31.
- Delvin, M., James, R., & Grigg, G. (2008). A national study of student finances and student engagement. *Tertiary Education and Management* , 111-121 .
- Geanakoplos, J., & Dubey, P. (2009). Credit Cards and Inflation. *SSRN* , 325-353 .
- Goyal, A. (2008). Managing perceived risk for credit card purchase through supplementary services. *Journal of Financial Services Marketing* , 331-345.
- Harrop, P. (1989). The Future of Payment Media: Plastic Money, Banknotes, Coins and Cheques. In P. Harrop, *The Future of Payment Media: Plastic Money, Banknotes, Coins and Cheques* (p. 58). London : Financial Times Business Information Ltd (February 28, 1989).
- Hayhoe, C. R., Leach, L. J., Turner, P. R., Bruin, M. J., & Lawrence, F. C. (2000). Differences in spending habits and credit use of college students. *Journal of Consumer Affairs* , 34 (1), 113-133.
- Incekara-Hafalir, E., & Loewenstein, G. (2009). The Impact of Credit Cards on Spending: A Field Experiment. *SSRN Electronic Journal* , 2-15 .
- Joireman, J., Kees, J., & Sprott, D. (2010). Concern with Immediate Consequences Magnifies. *The journal of consumer affairs* , 155-178.
- Kinsey, J. (1981). Determinants of Credit Card Accounts: An Application of Tobit Analysis. *Journal of Consumer Research* , 8, 172-182.
- Lee, J., & Hogarth, J. M. (1999). Shopping for a Credit Card:The research for Information. *Consumer Interests Annual* , 202-785 .
- Lee, J., & Kwon, K.-N. (2002). Store Credit Card Usage as an Alternative Payment and Financing Medium. *Journal of Consumer Affairs* , 239-262.
- Lewis, M. (1972). The Credit Card Industry. *The Journal of Consumer Affairs* , 107-242.
- Mathews, H. L., & Slocum, J. W. (1969). Social Class and Commercial Bank Credit Card Usage. *Journal of Marketing* , 33 (1), 69-70.
- Minhas, R. S., & Jacobs, E. M. (1996). Benefit segmentation by factor analysis: An improved method of targeting customers for financial services. *International Journal of Bank Marketing* , 3-13.
- Norvilitis, J. (2002). Credit card debt on college campuses: causes, consequences, and solutions. *College Student Journal* , 1-7.
- Norvilitis, J., Szablicki, P. B., & Wilson, S. (2003). Factors influencing levels of credit card debt in college students. *Journal of Applied Social Psychology* , 935-947.
- Perner, D. (2010). Consumer behavior: The psychology of marketing. *SCRIBD* , 1-10.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). Consumer Behavior & Marketing Strategy. *Academia* , 231-533.
- Pettit, N. C., & Sivanathan, N. (2010). The Plastic Trap: Self-Threat Drives Credit Usage and Status Consumption. *SAGE Journals* , 1-8 .
- Pirog, S., & Roberts, J. A. (2007). Personality and Credit Card Misuse Among College Students: The Mediating Role of Impulsiveness. *Journal of Marketing Theory and Practice* , 65-77.
- Plummer, J. T. (1971). Life Style Patterns and Commercial Bank Credit Card Usage. *Journal of Marketing* , 35-41.
- R.Solomon, M. (2009). Consumer Behavior:Buying,Having, and Being.Eight Edition. *Browse Journals and Books* , 845-848.
- Slocum, J., & Mathews, H. L. (1970). Social Class and Income as Indicators of Consumer Credit Behavior. *Journal of Marketing* , 36 (2), 69-70.
- Stavins, R. N. (1996). Correlated Uncertainty and Policy Instrument Choice. *Journal of Environmental Economics and Management* , 218-232.
- Yoo, P. S. (1997). Charging Up a Mountain of Debt: Accounting for the Growth of Credit Card Debt. *EconPapers* , 3-13.
- Zhang, J. (2015). A review of credit card literature: perspectives from consumers . *FCA* , 1-34.

KOMITETI SHKENCOR



Dr. Zef PREÇI - ka një eksperiencë prej mbi 30 vite pune si studiues në fushën e kërkimeve social-ekonomike, ideimin dhe drejtimin e kryerjes së studimeve, prezantimeve publike, hartimit të vrojtimeve kombëtare, interpretimeve dhe analizave, etj. Ai ka kryer një sërë detyrash publike si: Ministër i Ekonomisë dhe Privatizimit (1999); Këshilltar Ekonomik i Presidentit të Republikës (2002-2004); Kryetar i parë i Autoritetit të Konkurrencës (2004-2005); gjithashtu ka kryer detyra të përfaqësimit në nivele të ndryshme brenda komunitetit të biznesit dhe të shoqërisë civile. Dr. Preçi ka dhënë një kontribut të konsiderueshëm për institucione të ndryshme financiare, sistemin e Kombeve të Bashkuara dhe komunitetin e biznesit, duke ofruar ekspertizë në ndërtimin e kapaciteteve dhe menaxhimin e shërbimeve të ndryshme, me njohuri të gjerë në rajon dhe veçanërisht në Kosovë. Ai ka një serë kualifikimesh brenda dhe jashtë vendit. Ai është autor shumë artikujsh dhe studimesh dhe pjesëmarrës në shumë konferenca shkencore në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar. Aktualisht, Dr. Preçi është kryeredaktor i Revistës Shqiptare Social-Ekonomike, përfaqësues i shoqërisë civile në Këshillin Kombëtar për barazinë gjinore si dhe Drejtor Ekzekutiv i QShKE (www.acer.org.al). E-mail: zef.preçi@gmail.com



Prof. Dr. Ana Paula FERREIRA FERNANDES LOPES - Ph.D. në matematikë. Eshtë profesoreshë në Institutin e Kontabilitetit dhe Administratës së Politikave të Porto (ISCAP/P.PORTO) që nga viti 2000. Eshtë autor dhe bashkëautor i shumë botimeve. Ka qenë koordinatorë e projekteve që lidhen me përdorimin e teknologjisë dhe inovacionin pedagogjik në arsimin në distancë. Në vitin 2015, mori Çmimin për Inovacion Pedagogjik në Arsimin në Distancë. Ka qenë anëtare e Komitetit Shkencor të disa Konferencave Ndërkombëtare dhe është anëtare e Bordit Shkencor të Hyperion Economic Journal (HEJ). Ajo është recensues dhe anëtare e komitetit të programit për disa Konferenca Ndërkombëtare. Kërkuese në Qendrën e Kërkimit për Komunikim dhe Edukim (CEOS.PP) dhe studiues në Qendrën Kërkimore për Studimin e Popullsisë, Ekonomisë dhe Shoqërisë (CEPESE). Fokusi kryesor i saj në fushën e kërkimit është LMS përkrah platformat, teknologjitë informative në arsim, mësimin elektronik, paradigmen e mësimdhënie, Analizën e të mësuarit, vendimmarrjen me shumë kriterë. E-mail: aplopes@iscap.ipp.pt



Prof. Dr. Antonio DA SILVA ROBALO ka më shumë se 35 vjet përvojë në institucionet e arsimit të lartë. Ai ka marrë PhD nga universiteti i Trier (Gjermani) në vitin 1992. Në vitin 2005 ai merr titullin profesor në ISCTE-IUL Institutin Universitar të Lisbonës. Ai ka qenë dekan për Marrëdhënie Ndërkombëtare në shkollën e Biznesit në ISCTE, ku ka dhënë mësim në fushën e metodave sasiore dhe menaxhimit. Aktualisht fusha e tij kryesore e hulumtimit është menaxhimi ndërkulturor dhe krahasues. Ai është autor dhe bashkautor i shumë artikujve kërkimore, kumtesave në konferenca dhe studimeve. Prof. Robalo ka një eksperiencë të konsiderueshme ndërkombëtare, duke dhënë mësim në shumë vende të ndryshme, duke përfshirë Mozambik dhe Cape Verde (në portugalisht), Austria (në gjermanisht), Francë, Kinë, Makau, Japonia, Koreja, Poloni, Rep. Çeke, Rusia, Gjeorgjia (në anglisht). E-mail: Antonio.robalo@iscte.pt



Prof. Dr. Dorota WITKOWSKA - Departamenti Finances dhe Menaxhimit Strategjik Universiteti i Lodzit, Poloni. Ka marrë titullin Doktor në vitin 1985 në Universitetin e Lodzit. Prof. Ëitkoëska ka kryer kërkimet e saj shkencore në Universitetin e Shkencave të Natyrës në Varshavë, Politeknikën e Lodzit, gjithashtu në Princeton University, Pennsylvania University dhe Georg August University në Göttingen (Gjermani). Kryen kërkimet mbi Tregun Financiar, Ekonometri Financiar, Studime Krahasuese, Analiza Multidimensionale Statistike, Studimet Gender të cilat financohen nga qeveria polake dhe nga grantet e BE-se. Prof. Ëitkoëska është autore dhe bashkautore e mbi 200 artikujve shkencorë të publikuara në polonisht, anglisht dhe rusisht si dhe e 6 monografive dhe 9 teksteve universitare. Prof. Ëitkoëska është pjestare e disa organizatave shkencore ndërkombëtare në Poloni dhe në Botë. Prof. Ëitkoëska ka pasur funksionin e Zv/dekanit për peshtjet shkencore në Fakultetin e Informatikës së Aplikuar e Matematikës në Universitetin e Shkencave të Natyrës në Varshavë dhe pjestare e bordit ekzekutiv të International Atlantic Economic Society. E-mail: dorota.witkowska@uni.lodz.pl



Prof. Dr. Ing. Elena HORSKÁ - Aktualisht është profesoreshë e Marketingut dhe Menaxhimit në Departamentin e Marketingut dhe dekane e Fakultetit të Ekonomisë dhe Menaxhimit, Universiteti Slovak i Bujqësisë në Nitra. Në vitet 2003-2010 ka qenë zëvendës dekan për marrëdhënie ndërkombëtare dhe 2010-2014 zëvendës-rektore për marrëdhëniet ndërkombëtare. Në vitin 2011 ajo u nderua me titullin "Profesor Honoris Causa" nga ana e Shkollës së Studimeve Profesionale dhe Kërkimeve të Delhit, Neë Delhi, Indi. Orientimi i saj kryesor i kërkimit përfshin internacionalizimin brenda dhe jashtë kufijve të BE-së, identifikimin e mundësive për të bërë biznes në tregjet fqinje (Visegrad), Evropë, vendet më pak të zhvilluara dhe ato në zhvillim (fokus agrobiznesi dhe tregu agro-ushqimor), studime të konsumatorëve, neuromarketing. Ajo

ka qenë profesor vizitore në Shkollën e Studimeve Profesionale dhe Kërkimeve Delhi në Nju Delhi, Indi, në Universitetin Kombëtar Kazakistik të Kazakistanit në Almaty, në Finlandë, Itali, Portugali, Spanjë dhe Irlandës dhe në programin CEEPUS në Kroaci, Hungari, Austri dhe Poloni. Ajo ka qenë një koordinatorë e 6 projekteve kërkimore kombëtare dhe ndërkombëtare dhe 22 projekte ndërkombëtare. Ajo është autore e më shumë se 200 botimeve, përfshirë 6 tekste kombëtare / ndërkombëtare, 10 monografi kombëtare / ndërkombëtare të botuara në Sllovaki, Çeki, Poloni, Austri, Spanjë, Rumani dhe Kroaci dhe pjesëmarrje në konferenca ndërkombëtare në Tajlandë, Kinë, Maltë, Ganë, Hungari, Greqi, Poloni, Çeki, Austri, Brazil, Indonezi, SHBA dhe Singapor. Ajo është koordinatorë e programit të diplomës së dyfishtë "Marketing dhe Tregti Agrare" të organizuar së bashku me Universitetin Agrare të Rusisë - Akademia Timiryazev e Moskës dhe anëtare e Agjencisë Evropiane të Akreditimit për Bordin e Shkencave të Jetës (me Sekretariatin EALS në Francë). Elena.Horska @ gmail.com



Prof. Dr. Fatmir MEMAJ- ka një eksperiencë më shumë se 30 vite në institucionet e arsimit të lartë si Lektor i Statistikës dhe Demografisë. Mori gradën PhD në vitin 1996. Në Maj të vitit 2011, Profesor i Asociuar dhe në Mars të vitit 2007 Profesor. Prof. Memaj ka një eksperiencë të gjerë në arsimim dhe ekonomi, duke theksuar: Zëvendës Ministër i Mbrojtjes për çështjet ekonomike (1992-1993); Lektor, Fakulteti i Biznesit dhe i Ekonomisë, Universiteti i Tiranës (1994-1997); Drejtues i Departamentit të Statistikës në Fakultetin e Ekonomisë, Universiteti i Tiranës (1997-1998), Zëvendës Dekan, Fakulteti i Ekonomisë, UT (2003-2016), etj. Aktualisht, ai është profesor në Fakultetin e Ekonomisë, UT dhe Drejtor Ekzekutiv i Forumit Shqiptar Social-Ekonomik (ASET) www.aset-al.com. Autor dhe bashkë-autor i shumë librave dhe monografive dhe mbi 50 artikujve në revista shkencore kombëtare dhe ndërkombëtare, i më shumë se 80 punimeve të konferencave dhe i një sërë studimesh dhe punimesh kërkimore në fushën e tij. E-mail: fmema@yahoo.com ose fatmirmemaj@feut.edu.al



Prof. Dr. Dr.h.c. Heinz-Dieter WENZEL- ka një eksperiencë të gjerë në çështjet ekonomike. Ai ka studiuar matematikë në Universitetin e Munster-nit dhe mori gradën PhD në vitin 1975 në Universitetin e Heidelberg-ut. Ai ka qenë Profesor i Financave Publike në Universitetin e Heidelberg-ut (1983-1985) dhe Profesor i Teorisë së Ekonomisë në Universitetin Ludëig-Maximilian, Munihi (1985-1989). Nga viti 1989, ai ka qenë Profesor i Ekonomisë Publike në Universitetin e Bamberg-ut, ku ai doli në pension në vitin 2011. Nga viti 1989 deri në vitin 2011, ai ishte Drejtues i Grupit të Kërkimeve Ekonomike të Bamberg-ut për Qeverisjen dhe Rritjen (BERG). Gjithashtu, në vitin 2000 ai mori përsipër menaxhimin e një projekti bashkëpunues midis Univ të Bamberg-ut, Budapest, Sarajevë, Tiranë, Tetovë, që formoi bashkëpunim ekonomik në kërkim dhe mësimdhënie. Ai është autor i shumë librave dhe artikujve shkencorë. E-mail: heinz-dieter.enzenel@uni-bamberg.de



Prof. Dr. Iraj HASHI- ka përfunduar studimet e tij të Masterit në Shtetet e Bashkuara (Universiteti i Maryland) dhe studimet e doktoraturës në Britaninë e Madhe (Universiteti i Keele). Ai e filloi karrierën e mësimdhënies në Universitetin e Staffordshire në vitin 1978 si Lektor për lëndën e Ekonomisë. Aktualisht është Profesor i Ekonomisë dhe Drejtor i Qendrës për Kërkime mbi Ekonomitë në Zhvillim, në Universitetin e Staffordshire-it. Ai është i specializuar në Mikroekonomi, Ekonomi Industriale dhe që nga viti 1990, Ekonomia në Tranzicion. Ai ka koordinuar Projektin Erasmus, Socrates dhe programet e Tempus-it dhe aktivitetet e tij në Evropën Qendrore dhe Lindore. Dr. Hashi ka qenë i përfshirë në mënyrë aktive në kërkime, mësimdhënie dhe konsulencë në ekonomitë në tranzicion të Evropës Qendrore dhe Lindore që nga viti 1992, dhe ka punuar me universitetet dhe institucionet kërkimore dhe konsulencës në Shqipëri, Bosnje-Hercegovinë, Kroaci, Republikën Çeke, Kosovë, Maqedoni, Poloni dhe Rusi në një gamë të gjerë projektesh që kishin në qendër të tyre sfidat e tranzicionit në këto vende. Interesat e tij kërkimore përfshijnë: privatizimin dhe ristrukturimin, qeverisjen e korporatave, konkurrencën industriale, falimentimin dhe riorganizimin, risinë dhe ndryshimet teknike. Ka botuar shumë artikuj në revista shkencore dhe libra. E-mail: i.hashi@staffs.ac.uk



Prof. Dr. Janez PRAŠNIKAR- Profesor i Ekonomisë, është Drejtor Ekzekutiv i Institutit për Evropën Juglindore dhe themelues dhe drejtor i Programit Master i Biznesit dhe Organizimit në Fakultetin e Ekonomisë, në Universitetin e Lubjanës, program me diplomë të njohur në nivel ndërkombëtar. Ai ka qenë anëtar i Bordit Strategjik të Kryeministrit të Sllovenisë dhe të komitetit të programit të Presidentit të Sllovenisë. Si një hulumtues ai është i lidhur me Institutin Ëilliam Davidson në Shkollën e Biznesit, Universiteti i Michigan, SHBA, dhe Qendrën për Hulumtime të Politikave Ekonomike (CEPR) në Londër, Mbretëria e Bashkuar. Fushat e ekspertizës të Dr Prašnikar përfshijnë ekonomitë në tranzicion, sjelljen e ndërmarrjeve, sipërmarrjen, ekonominë menaxheriale dhe marrëdhëniet e punës. Dr. Janez Prašnikar mbaruar Ph.D. në Universitetin e

Lubjanës (1982). Ka qenë profesor vizitor në Universitetin e Berkeley (vjeshtë 1984), Universitetin Cornell (pranverë 1985) dhe Universiteti Pitsburg (vjeshtë 1987). Nga pranverë 1997-2005 ai ishte profesor i afliuar në në Shkollën e Biznesit në Universitetin e Michiganit. Profesor Prašnikar ka kryer hulumtime dhe këshillime të politikave për kompanitë dhe qeveritë për ish-Jugosllavinë, Kinën dhe Slloveninë. Ai ka shërbyer si president apo anëtar i Bordeve mbikëqyrës në firmat e shumta. Email: janez.prasnikar@ef.uni-lj.si



Prof. Dr. Justina SHIROKA PULA- ka më shumë se 35 vjet përvojë në institucionet e arsimit të lartë. Ajo filloi si asistente dhe mori gradën PhD në vitin 2004. Ajo ka qenë lektore në Universitetin e Tetovës (1994-1999) dhe Universitetin e Evropës Juglindore në Tetovë (2004-2004), si dhe universiteteve private në Prishtinë: Iliria (2006-2007), Fama (2006-2007 dhe Globus (2011). Prof Shiroka - Pula ka drejtuar Departamentin e Matematikë dhe Statistikës të Fakultetit të Ekonomisë nga 1999 deri në 2001, si dhe ka qenë Drejtuese e Bordit të Studimeve Master të Programit të Manaxhimit të Shëndetësisë (2002-2003). Përveç angazhimit të saj akademik, Prof Shiroka - Pula ka qenë Ministre e Energjisë dhe Minierave (2007-2011). Aktualisht ajo është deputete në parlamentin e Kosovës nga viti që nga viti 2011. Ajo gjithashtu

ka shumë tekste në fushën vendim-marrjes manaxheriale, programimit operacional dhe sipërmarrjes. Dr. Pula është certifikuar nga programet e shumta mbi Bizneset e vogla dhe të mesme, Sipërmarrjes, dhe Gruaja në ekonomi, në Francë (Qeveria Franceze), në SHBA (Departamenti i Shtetit) dhe UNIFEM. Aktualisht Prof Shiroka - Pula është profesoresh e Menaxhimit të SME-ve, Vendimmarrjes Manaxheriale dhe Mjedisit të Biznesit në ciklin e studimeve Bachelor; Sipërmarrja e SME-ve dhe Metodave të Kërkimit në Manaxhim në ciklin e studimeve Master. E-mail:justinapula@hotmail.com



Prof. Dr. Luigi D'AMBRA- Profesor Statistike, Departamenti i Ekonomiksit, Institucionet e Manaxhimit (Universiteti i Napolit-Itali). Ai ka realizuar një aktivitet të thelluar didaktik dhe shkencor në Universitetin e Napolit. Aktiviteti i tij është i përqendruar në analizën me shumë ndryshore, matricat, shkallët shumëdimensionale, analizat jo simetrike dhe analizat kumulative korresponduese. Subjekt tjetër e kërkimit të tij kanë qenë modelet log-bilinear dhe log-trilinear. Ka realizuar kurse mbi analizën e të dhënave dhe regresion me variabla diskrete të varura. Ka organizuar disa konferenca kombëtare dhe ndërkombëtare, në të cilën janë diskutuar vlerësimet e sistemeve universitare. Ai gjithashtu ka redaktuar hartimin e disa librave në kuadër të cilësishë së shërbimeve. Në korrik 2015 kam marrë emërimin nga ana e Shefit të Sektorit të Vlerësimit

në Agjencinë Publike të Akreditimit të Arsimit të Lartë në Shqipëri si pedagog i jashtëm për të vlerësuar programin e studimit të ciklit të tretë, "Ph.D në Statistike "ofruar nga Universitë Nostra Signora del Buon Consiglio të Tiranës. Nga viti 2011 ai është anëtar i Bordit Këshillimor JAQM (Revista e Metodave Sasiore e aplikuar) dhe Editor i Revistës Elektronike për Analizat Statistike e Aplikuar (EJASA) E-mail: dambra@unina.it



Prof. Dr. Nasir SELIMI është profesor në Fakultetin e Biznesit dhe Ekonomisë në Universitetin e Evropës Juglindore në Tetovë që nga viti 2002. Në vitin 2004 - 2008 kreu funksionin e Dekanit në FBE. Lëmit në të cilat më së shumti është i përkushtuar, prof. Selimi janë ato të ekonomiksit dhe ekonomisë ndërkombëtare. Ka botuar një numër të punimeve shkencore në revista shkencore ndërkombëtare. Prof. N. Selimi poashtu ka të botuar disa libra dhe teksteve universitare në sferën e ekonomiksit dhe ekonomisë ndërkombëtare. E-mail: n.selimi@seeu.edu.mk



Prof. Dr. Statty STATTEV- Rektori i Universitetit National and World Economy (UNWE). Zëvendëskryetari i Konferencës së Rektorëve në Bullgari. Nga 2003-2011 ai ka qenë zëvendës Rektori i parë i UNWE, dhe 1999-2003 -Dekani i Fakultetit të Ekonomisë së Përgjithshme të të njëjtit universitet. Në 1984-1985 është specializuar në Departamentin e Ekonomisë Politike në Universitetin shetror "M. Lomonosov ", Moskë, Rusi. Në 1989-1990 ai ka kryer një specializim Fulbright si hulumtues në Departamentin Ekonomik të Universitetit Boston, Massachusetts, USA. Si një profesor vizitor në Universitetin e Bostonit ai jep kurse të rregullta dhe verore lidhur me ekonomitë e vendeve të Evropës Lindore. Ai ka punuar si konsulent i Bankës Botërore. Ka udhëhequr dhe ka marrë pjesë në një numër të madh projektesh kombëtare dhe ndërkombëtare.

Prof. Stattev është përfaqësues i Republikës së Bullgarisë dhe Anëtar i Bordit Ekzekutiv të Nismës së Evropës Qendrore për Rrjetin e Universiteteve. Ai ka më shumë se 170 publikime në bullgarisht, rusisht, anglisht, polonisht, greqisht,

serbisht, dhe shqip. Ai është anëtar i Këshillit Drejtues të Bankës Kombëtare Bullgare dhe Kryetar i Bordit të Drejtorëve të kompanisë Mint. E-mail: sstatte@unwe.bg



Prof. Dr. Shyqyri LLACI - është pedagog në FEUT, në fushën e Menaxhimit të Biznesit, Lidershipit dhe qeverisjes së korporatave. Ai ka titullin Doktor në fushën e menaxhimit të produktivitetit dhe është pedagog në FEUT që nga viti 2001. Prof. Dr. Shyqyri Llaci është autor dhe bashkëautor i disa teksteve universitare, një monografi dhe ka qenë i përfshirë në projekte të ndryshme dhe aktivitete lidhur me kërkimet shkencore. Gjithashtu, ka botuar shumë artikuj në Shqipëri dhe jashtë vendit, në revista dhe konferenca të njohura shkencore. Gjatë viteve 1993-1994 dhe 2008-2012 ka qenë Zv/ Dekan dhe në vitet 1994-1995 Dekan i Fakultetit të Ekonomisë. Që nga viti 2012 mban postin e Shefit të Departamentit të Menaxhimit. Anëtar i komisionit të Lartë të Akreditimit të Arsimit të Lartë për 8 vjet deri në vitin 2012. Ka botuar artikuj dhe studime shkencore mbi menaxhimin dhe biznesin, aspekte të organizimit të firmave dhe të efektivitetit organizativ, dimensione të lidershipit në mjedisin shqiptar. Menaxhimi dhe motivimi i punonjëseve në shekullin e ri, qeverisja e shoqërive aksionere dhe atyre tregtare në tërësi, qeverisja e shoqërive aksionere në sektorin publik dhe në vendet e EJL, menaxhimi i produktivitetit. Fushë e interesit shkencor është edhe menaxhimi krahasues, si edhe reformimi, financimi dhe akreditimi i arsimit të lartë në Shqipëri. E-mail: shyqyrrllaci@feut.edu.al



Prof. Dr. Tomasz MROCKOWSKI - ka një eksperiencë të gjerë në mësimdhënie. Ai ka qenë lektor në universitete në Japoni dhe Evropë, duke përfshirë edhe Akademinë Kombëtare të Mbrojtjes në Japoni, Shkollën e Biznesit të Kopenhagen-it, Universiteti i Cambridge, Universiteti i Paris-Sorbonne, dhe ESCP-EAP në Paris. Ai ka realizuar shumë seminare ekzekutive të zhvillimit për kompani lider në Amerikë dhe Evropë, siç janë GM, AT&T, Union Carbide, GE dhe Polaroid. Ai ka qenë anëtar i Bordeve Redaktuesish, i shumë revistave shkencore duke përfshirë Revistën e Zhvillimit të Biznesit Global në Azinë Jugore, Revista e East-Ëest Business, dhe Ëorlvdieë-një publikim shkencor amerikan. Ai ka fituar një numër të madh grandesh nga kompanitë private dhe fondacione publike, duke përfshirë Fondacionin i Andreë A. Mellon, Agjencia Amerikane për zhvillim ndërkombëtar, dhe German Marshall Fund i Shteteve të Bashkuara. Aktualisht, ai është profesor dhe drejtues i Departamentit të Biznesit Ndërkombëtar, Shkolla Kogod e Biznesit, Universiteti Amerikan, Ëashington DC. Ai jep mësim mbi Biznesin Ndërkombëtar dhe Menaxhimin e Tregjeve që janë në Zhvillim, në ciklin e studimeve Master. Ai është autor i shumë artikujve shkencorë, raporteve kërkimore dhe librave. E-mail: mrock@american.edu



Prof. Dr. Yannis TSEKOURAS - Profesor Emeritus i Universitetit të Maqedonisë, Selanik, Greqi. Ka studiuar në Fakultetin e Shkencave Ekonomike e Politike të Universitetit të Bazelit (1962-1968), dhe Ph.D. 1968-1971 në Universitetin e Bazelit. Prof. Tsekouras u bë menaxher i projektit në Programin e Zhvillimit Ekonomik të Kantonit të Baselit, Zvicër 1971-1974. Në 1977 ai u zgjodh Profesor extraordinarius i Universitetit të Maqedonisë (ish-Shkollës së Lartë të Industrisë) Selanik, Greqi. Në 1980 ai u zgjodh profesor i Universitetit të Maqedonisë, në vitin 2004 ai u zgjodh anëtar i Parlamentit grek dhe Sekretar i Komisionit Parlamentar të Punëve të Jashtme dhe të Mbrojtjes dhe gjatë 2007-2015 ai ishte këshilltar i Presidentit të të Greqisë. Prof. Tsekouras ishte kryetar i Departamentit të Shkencave Ekonomike në Universitetin e Maqedonisë (1987-1991), rektor i Universitetit të Maqedonisë (1991-1997). Ai është zgjedhur Kryetar i Departamentit të Edukimit dhe Politikës Sociale, Kryetari i Departamentit të Ballkanistikës, Sllavistikës dhe Studimeve Orientale, Drejtor i Institutit të Kërkimeve të Universitetit të Maqedonisë. Gjatë periudhës 1998-2015, Prof. Trsekouras është themelues i Shoqatës së Universiteteve Ekonomike të Europës Jugore dhe Lindore dhe Rajonit të Detit të Zi (ASECU). Ai është autor dhe bashkautor i 36 teksteve universitare, monografive dhe artikujve, si dhe 22 kumtesa të paraqitura në konferenca kombëtare dhe ndërkombëtare E-mail: tsekourj@uom.gr



Prof. Dr. Zhaklina PETO - Ka përfunduar studimet e larta në Fakultetin e Drejtësisë pranë Universitetit të Tiranës në vitin 1995, me rezultate shumë të mira. Në vitin 1996, është emëruar pedagoge efektive pranë Fakultetit të Drejtësisë, Universiteti i Tiranës, në Departamentin e të Drejtës Civile, detyrë të cilën vazhdon ta kryej aktualisht. Gjatë kësaj periudhe, ka realizuar hap pas hapi të gjitha shkallët e kualifikimit shkencor dhe profesional dhe tashmë mban titullin Profesor Doktor. Përvoja shumëvjeçare në procesin e mësimdhënies si lektore e disa moduleve në nivelet Bachelor, Master dhe Doktoraturë e ka ndihmuar për të qenë një njohëse e mirë e doktrinës dhe jurisprudencës vendase dhe asaj të huaj. Formimi i saj akademik dhe profesional, si autore e disa teksteve universitare dhe publikimeve shkencore kombëtare dhe ndërkombëtare me një shtrirje kohore, dëshmon për një veprimtari shkencore të pandërprerë në fushën e së drejtës. Ndër vite ka ushtruar disa pozicione drejtuese në Fakultetin e Drejtësisë të Universitetit të Tiranës si: Anëtare e

zgjedhur në Këshillin Shkencor të Fakultetit të Drejtësisë, anëtare e Senatit të Universitetit të Tiranës, anëtare e Këshillit të Profesorëve, Përgjegjëse e Departamentit të së Drejtës Civile e zgjedhur në dy mandate, pozicion të cilin e ushtron aktualisht. E-mail: zhaklinpeto@gmail.com



Prof. As Dr. Dorina HOXHA dorina.hoxha@fdut.edu.al ka përfunduar studimet e larta në Drejtësi në Universitetin e Padovës (Itali) në 2004. Në 2008 ka përfunduar studimet master të nivelit të dytë LL.M në Itali. Temën e masterit si kërkuese shkencore e ka përfunduar pranë PAMECA-s në 2007. Në 2008 ka punuar si eksperte ligjore në programin “Shteti ligjor” një projekt i USAID-it, me detyra kryesore si koordinimi i ndihmës teknike në gjykata pilot duke përfshirë edhe zbatimin e reformës ligjore. Në 2013 ka marrë gradën shkencore “Doktor” me një temë në të drejtën penale, duke analizuar lidhjen e kohës dhe veprës penale. Ajo ka fituar gradën shkencore “Profesor i asociuar” në 2016 dhe është bashkëautore në publikime të ndryshme si “E drejta penale, Pjesa e përgjithshme”, një libër i detyrueshëm në Fakultetin e Drejtësisë, Universiteti i Tiranës. Mbi 15 vjet ajo jep leksione në lëndën “E drejta penale, Pjesa e përgjithshme”. Ajo është avokate në çështjet civile dhe penale me një eksperiencë mbi 15 vjet dhe në vitin 2019 ajo ka fituar çmimin “Toga e artë” nga Shoqata e Avokatëve Penalistë. Ajo është autore e disa artikujve shkencorë brenda dhe jashtë vendit.



Prof. Asoc. Dr. Etleva LESKAJ, është përgjegjëse e Departamentit të Manaxhimit, në Fakultetin e Ekonomisë. Ajo mban titullin akademik Professore e Asociuar. Gjatë periudhës 2018-2020, ka qenë zv. dekanë për kërkimin shkencor dhe marrëdhëniet me jashtë, në Fakultetin e Ekonomisë. Ajo ka mbaruar studimet Master në Administrim Biznesi pranë Fakultetit të Ekonomisë, UT në 2005. Doktoruar në fushën e kulturës organizative në 2009, në fakultetin e Ekonomisë, Universiteti i Tiranës. Ajo është lektore e Manaxhimit Strategjik, Planifikimit Strategjik dhe Marrjes së Vendimeve Menaxheriale. Ka marrë pjesë në programe të ndryshme shkëmbimi, për trajnim apo si lektore e ftuar, në Francë, Spanjë, Gjermani, Danimarkë, Angli, Slloveni etj. Prej vitit 2012 është eksperte vleresimi e jashtme pranë Agjencisë së Akreditimit të Arsimit të Lartë. Fushat e saj të ekspertizës janë, vendimmarrja menaxheriale, manaxhimi strategjik dhe kultura organizative. E-mail: etlevaleskaj@feut.edu.al



Prof. Asoc. Dr. Florian NUTA- Diplomuar në Financë (2003). Në vitin 2005, ai mori Diplomën e Masterit në Administrim Biznes në Universitetin e Dunarea-s, Galati. Në vitin 2009, ai mori gradën e PhD në Ekonomiks. Prof. Nuta ka realizuar studimet e tij post-doktorale në Universitetin e Messin-s (IT) dhe CNAM Paris (FR) në fushën e Përgjegjësisë Sociale dhe Mjedisore e SME-ve. Ai është Redaktor Ekzekutiv i Revistës së Kontabilitetit dhe Menaxhimit dhe anëtar i disa bordeve këshilluese të revistave shkencore. Prof. Nuta është koordinator i Laboratorit të Kontabilitetit dhe Kërkimeve Fiskale, dhe ka një përfshirje aktive në nismat kombëtare dhe ndërkombëtare kërkimore. Ai është autor dhe bashkautor i shumë librave, më shumë se 30 artikuj të botuar në revista shkencore të njohura ndërkombëtare dhe më shumë se 40 punime nëpër konferenca. Aktualisht ai është Lektor në Universitetin e Danubius Galati, Fakulteti i Shkencave Ekonomike, Rumania, i përfshirë në aktivitetet e menaxhimit kërkimor dhe mësimdhënies në fushën e financave dhe kontabilitetit. E-mail: floriann@univ-danubius.ro



Prof. Asoc. Dr. Laura TAFARO - është Professore e Asociuar në Universitetin e Barit (Departamenti Jonico i Sistemeve të Ekonomisë dhe Ekonomisë së Msdheut). Ajo ka më shumë se 20 vjet përvojë didaktike në Kurset Universitare të të Drejtës civile dhe private, fillimisht si lektore, pastaj si Asistent Professore dhe më në fund si Professore e asociuar. Ka mbaruar doktoraturën në të Drejtën Civile në 2003. Në vitin 1997 u pranua në Shkollën e Specializimit në të Drejtën Civile në Universitetin e Camerino; në vitin 2001 fitoi pozicionin e asistent profesoresh në të drejtën private, në vitin 2004 fitoi titullin profesoresh e asociuar. Nga viti 2006 deri në vitin 2012 ka qenë anëtare e Bordit të Mësimdhënies të programit PhD të të Drejtës Civile; nga viti 2007 e në vazhdim ajo është anëtare e Komiteteve të ndryshme të Fakultetit dhe ka disa detyra Institucionale (Zëvendëseshefe e Departamentit, Zëvendës dekanë, Kryetare e Këshillit të Kualifikimeve). Aktualisht, ajo është Dekane e Shkollës në Shkencë dhe Menaxhim Teknik Nautical. Ajo ka një përvojë të gjerë në arsimin universitar dhe pasuniversitar, si drejtuese, propozuese dhe koordinatorë shkencorë të disa kurseve të avancuara dhe kurse trajnimi (2007-2013). Prej vitit 2000 e në vazhdim, ajo ka bashkëpunuar dhe ka qenë Koordinatorë Shkencorë për projekte të ndryshme kërkimore.

Prej vitit 2005 e në vazhdim ka realizuar punime shkencore dhe leksione të ndryshme, të paraqitura në takime të ndryshme kombëtare dhe ndërkombëtare në fushat e saj kërkimore. Është autore dhe bashkëautore e monografive dhe eseve të botuara në takime Kombëtare dhe Ndërkombëtare dhe është anëtare e redaksisë dhe e Komitetit Shkencor në disa Komitete Shkencore Kombëtare dhe Ndërkombëtare Email: laura.tafaro@uniba.it



Dr. Elmira KUSHTA Lindur, më 02 Shkurt 1982 në Vlorë, Diplomuar ne 2008 DNP ne Matematike-Fizik, 2009 MNP ne Matematik (Master i nivelit te pare), 2012 DND ne Matematike (Diplome e nivelit te dyte) ne Fakultetin e Shkencave Teknike, Universiteti “Ismail Qemali”, Vlore.

Ne 2018 mbrojti graden shkencore “Doktor” në Matematike ne Universitetin e “Ismail Qemali”. Drejtimi: Statistikë dhe Matematikë e Aplikuar. Pedagoge e lendeve: Kalkulus I, II, Algjebër Lineare, Probabilitet dhe Statistikë, Matematika I, Matematikë e Zbatuar, Matematikë e përgjithshme, Statistikë në Universitetin “Ismail Qemali” të Vlorës që nga viti 2009. Autore dhe bashkëautore në shumë punime shkencore, konferenca, workshops, kongrese si dhe cikël leksionesh etj. Ka qenë pjese e projektit Teavet. E-mail: elmira.kushta@univlora.edu.al dhe kushtamira@gmail.com



Dr. Zamira SINAJ Lindur, më 30 janar 1982 në Vlore, Shqipëri, U diplomua (2006) si Menaxher Turizmii, ne Fakultetin Ekonomik, Universiteti “Ismail Qemali”, Vlore. Studime Doktorature në Institutin e Studimeve Evropiane, UT, me teme: "Ndikimi i zhvillimit te biznesit midis Shqiperise dhe Italise ne zhvillimin ekonomik dhe integrimin Evropian te Shqiperise (Fokus rajoni i Vlorës" - në Universitetin eTiranës. Ne 2016 mbrojti graden shkencore “Doktor” në Universitetin e Tiranës. Pedagoge e lendeve: Menaxhimi i performances, Administrim Publik Evropian, Zhvillimi i Planeve te Biznesit në Universitetin “Ismail Qemali” të Vlorës që nga viti 2014. Autore dhe bashkëautore në shumë punime shkencore, konferenca, workshops që lidhen me manaxhimin, biznesin, administraten publike, planet e bizneseit, etj. E-mail: zamira.sinaj@univlora.edu.al dhe zamira.sinaj20@gmail.com

Recenzentë në këtë numër: (në rend alfabetik)

Eglantina ZYKA
Elena MYFTARAJ
Etleva BAJRAMI

Etleva LESKAJ
Fatmir MEMAJ
Mirela MERSINI

Zamira SINAJ
Zef PREÇI

KRITERET PËR BOTIMIN E ARTIKUJVE

Të nderuar bashkëpuntorë,

Redaksia e Revistës Shqiptare Social - Ekonomike, nisur nga dëshira e mirë për të patur një nivel sa më të lartë shkencor të artikujve të botuar në këtë revistë, ju paraqet kriteret bazë për pranimin e një artikulli për tu shqyrtuar për botim.

1. Artikulli duhet të dërgohet në dy gjuhë (shqip edhe anglisht). Versioni anglisht do të botohet elektronikisht në faqen eeb të Revistes Shqiptare Social Ekonomike <http://ëëë.aser.revieë-al.org>
2. Artikujt do të pranohen për tu shqyrtuar për botim në numrin e radhës së revistës në se dërgohen jo më vonë se 1 muaj përpara mbylljes së tremujorit respektiv.
3. Artikulli nuk duhet të jetë më i shkurtër se 2.500 fjalë dhe zakonisht jo më i gjatë se 4.000 fjalë.
4. Artikulli duhet të jetë i shkruar në MSËord.
5. Artikulli duhet të ketë një strukturë relativisht standarte. Ai duhet të përmbajë një pjesë të shkurtër dhe koncize në formën e hyrjes dhe të jetë i ndarë në çështje dhe nënçështje. Në fund të artikullit duhet të ketë konkluzione dhe rekomandime.
6. Në artikull është shumë e rëndësishme referimi i burimeve bibliografike në formën e literatures se konsultuar. Ajo duhet të jetë e renditur sipas mbiemrit të autorëve; titullit të botimit, vitit, etj (P.sh. Kodra, A., “Probleme të ekonomive në tranzicion”, Revista Shqiptare Social Ekonomik Nr. 1 (5), 2011, Tiranë, 2011)
7. Tabelat statistikore duhet të kenë titullin dhe numrat e tyre në një rend vijues. (P.sh. Tabela 4. Numri i popullsisë në Shqipëri)
8. Grafikët duhet të kenë titullin dhe numrat e tyre, ku numërimi të bëhet me numra arab, pavarësisht nga numri i tabelave, dhe në rend vijues. (P.sh. Grafiku 4. Struktura e popullsisë sipas gjinisë)
9. Bëni përpjekje të eliminoni tabelat në formate të mëdha. Është e këshillueshme që tabela të tilla të përfshihen në material vetëm kur gjykohen tepër të domosdoshme dhe në një aneks të artikullit duke e referuar në tekst.
10. Artikulli duhet të përmbajë trajtimin e problemeve praktike të ekonomisë shqiptare në tranzicion minimalisht në masën 40%.
11. Artikulli duhet që të ketë të dhëna relevante që i përkasin një periudhe jo më tepër se një vit nga periudha aktuale.
12. Artikulli duhet të mos ketë gabime gjuhësore dhe të punohet patjetër duke përdorur shkronjat ë dhe ç.
13. Në rastet kur përdoren footnotes ato duhet të vendosen me numërim të automatizuar “auto Number”.
14. Artikulli duhet të shoqërohet patjetër me një përmbledhje në gjuhën angleze, e cila duhet të jetë midis 150-250 fjalë.

Artikulli do të pranohet si i mundshëm për tu gjykuar për botim vetëm pas përmbushjes strikte të kushteve të mësipërme. Për çdo artikull do të ketë recensa, vërejtjet themelore të së cilave janë të detyrueshme për tu reflektuar përpara botimit.

Në bazë të politikës së ndjekur nga bordi i revistës dhe të raporteve në trajtimin e temave të ndryshme, stafi i revistës ruan të drejtën për spostimin në kohë të botimit të artikujve të ndryshëm.

Duke ju falenderuar për mirëkuptimin dhe duke pritur bashkëpunimin tuaj të frutshëm!

Redaksia

REPUBLIKA E SHQIPERISE
 MINISTRIA E ARSIMIT DHE SHKENCES
 Drejtoria e Kerkimit Shkences
 Tel/Fax: + 355 42 40468
 E-mail: magim@rotary.org.al

1399

Nr. Prot.

Tirane, 23.04.1999

Lenda. Miratim periodiku shkencor

Qendres shqiptare për kërkime ekonomike

Ne pergjigje te shkrese suaj date 9.04.1999, Komisioni i Rikonsiderimit te Periodikeve Shkencore prane Drejtorise sone, ju tjofton, se ne mbledhjen e tij te dates 23.04.1999, mori vendimin, qe periodiku Ekonomia dhe Tranzicioni, i botuar prej jush, te konsiderohet periodik shkencor, per tu marre ne konsiderate nga Komisioni i Kualifikimit Shkencor

DREJTORI

Agha M. KROZI



Per dijeni,

- Universiteteve/ Fakulteteve Ekonomike
- Organizatave Jo-qeveritare Ekonomike
- Akademi se Shkencave / Inst. Shkencore
- Ministrite dhe Institucionet Qendrore
- Parlamentit / Komisionit Ekonomi-Finance-Privatizim, Komisionit te Punes dhe Ceshjteve Sociale