

INSTRUMENTET E PAGESËS
SIÇ PERCEPTOHEN
NGA KONSUMATORËT
SHQIPTARË - VLERËSIME
TË NJË "MODELI PROBIT"
MBI NJË ANKETIM PUBLIK

Alban Pllaha
Kliti Ceca
Valentina Semi

17 (76) 2016

MATERIAL STUDIMOR

BANKA E SHQIPËRISË



Alban Pllaha

Departamenti i Kërkimeve, Banka e Shqipërisë, e-mail: apllaha@bankofalbania.org

Kliti Ceca

Departamenti i Kërkimeve, Banka e Shqipërisë, e-mail: kceca@bankofalbania.org

Valentina Semi

Departamenti i Sistemeve të Pagesave dhe Kontabilitetit e Financave,
Banka e Shqipërisë, e-mail: vsemi@bankofalbania.org

Shënim: Pikëpamjet e shprehura në këtë material janë të autorëve dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht ato të Bankës së Shqipërisë.

PËRMBAJTJA

ABSTRAKT	5
1. HYRJE	6
2. RISHIKIMI I LITERATURËS SË REFERUAR DHE ZHVILLIMET E FUNDIT TË INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE	8
3. TË DHËNAT DHE STATISTIKAT PËRSHKRUESE TË MODELIT	12
4. SJELLJA KONSUMATORE MBI ZGJEDHJEN E INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE	16
5. ROLI QË LUAJNË KARAKTERISTIKAT E KONSUMATORËVE NË PËRDORIMIN E INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE- REZULTATET E MODELIT PROBIT	23
6. PËRFUNDIME	29
7. REFERENCAT	31
8. ANEKS	33

ABSTRAKT

Ky material ka për qëllim të identifikojë nëse karakteristikat socio – demografike të tilla si: niveli i shkollimit, numri i anëtarëve të familjes, moshë, gjinia, statusi i punësimit dhe niveli i të ardhurave luajnë rol në mënyrën e realizimit të pagesave nga konsumatorët shqiptarë. Duke përdorur një model të zgjedhjes binare (modelin Probit), analizohen të dhënat mikro të marra nga një anketim publik i realizuar nga Banka e Shqipërisë në periudhën mars – prill 2012, mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave nga konsumatorët shqiptarë. Ndër të tjera, rezultatet e nxjerra nga modeli Probit sugjerojnë që karakteristikat socio-demografike si niveli i shkollimit, niveli i të ardhurave dhe statusi i punësimit ndikojnë sjelljen e konsumatorëve në përdorimin e një instrumenti të caktuar pagesash në pikat e ndryshme të shitjes. Këto rezultate rikonfirmojnë kështu nëpërmjet metodave ekonometrike hipotezat e ngritura nga Ceca, Pllaha dhe Semi (2013). Gjithashtu, rezultatet e përmendura më sipër janë në përputhje me rezultatet e konsultuara në literaturë, si për shembull Junker (2005) dhe Arango, Huynh & Sabetti (2011), të cilët gjejnë që karakteristikat socio-demografike të konsumatorëve luajnë një rol të rëndësishëm në mënyrën e zgjedhjes së instrumenteve të pagesës nga konsumatorët.

Fjalët kyçe: Instrumentet e pagesave, pika e shitjes, mënyra e zgjedhjes nga konsumatori, modeli Probit, karakteristikat socio – demografike, Banka e Shqipërisë, konsumatorët shqiptarë, metoda e pagesave, POS.

Klasifikimi JEL: C25, E5, E52, E58, J1, J10, J33

1. HYRJE

Ndoshta do të ishte e çuditshme 20 vite më parë që një konsumator normal të hynte në një dyqan, restorant apo pikë tjetër shitjeje e të kërkonte të blinte diçka pa pasur para në xhep. Ndërsa sot, një sjellje e tillë është më se normale. Zhvillimet e vrullshme në teknologji, modernizimi i sistemit të pagesave, inovacionet në shërbimet ndaj klientit dhe rritja e eficiencës së sistemit bankar tashmë i kanë ofruar konsumatorëve një gamë të gjerë të mënyrave për pagesa *jocash*. Për pasojë, mënyrat e pagesës dhe sjellja e konsumatorëve janë duke ndryshuar në mënyrë të vazhdueshme. Disa nga arsyt kryesore që ndikojnë në këtë fazë tranzitore drejt përdorimit të pagesave me mjete *jocash* janë si vijon: më shumë siguri (nga vjedhja), më me leverdi në kuptimin e kostove, instrumente të personalizuarra pagesash, më pak informalitet në ekonomi, transfertat elektronike në gjithë botën, mundësi gjurmimi të këtyre transfertave etj. Shumica e instrumenteve të pagesave (si transfertat e kreditit, debitimi direkt, kartat e debitit dhe kreditit, çeku dhe letrat tregtare) kënaqin shumicën e tipareve të mësipërme; megjithatë, përdorimi i këtyre instrumenteve nga konsumatorët shqiptarë mbetet akoma shumë i ulët nëse krahasohet me përdorimin e *cash*-it dhe kur krahasohet me vendet e rajonit.

Aktualisht përdoren dy tregues kryesorë për të matur përdorimin e *cash*-it në ekonomi: "Paraja në qarkullim/PBB¹ dhe Paraja në qarkullim/M1²". Grafiku 8 (në aneks) tregon që niveli i transaksioneve në *cash* (në % të PBB-së) në vendet në zhvillim të Evropës Juglindore është dukshëm më i vogël se në vendet e

¹ Ka disa tregues të cilët shprehin rëndësinë e qarkullimit të *cash*-it në ekonomi, midis të cilëve më të rëndësishmit janë: 1) pesha e parasë në qarkullim në ofertën e parasë; dhe 2) raporti i parasë në qarkullim në PBB-në (produkti i brendshëm bruto) nominale. Treguesi i fundit mat rëndësinë e *cash*-it si metodë shlyerjeje, përdorur nga institucionet jobankare në raport me madhësinë e ekonomisë. Një raport më i lartë do të thotë përdorim më i madh i instrumenteve bazë kundrejt metodave më të avancuara (Kërkime Ekonomike, Banka e Rezervës Federale, 2012).

² Duke pasur parasysh se përbërësit e M1 janë monedha në qarkullim dhe depozita pa afat, raporti CC/M1 tregon mundësinë që publiku ka për të kryer transaksionet e tyre nëpërmjet *cash*-it ose mënyrave moderne të pagesave. Në këtë kuadër, një raport më i lartë i CC/M1 tregon për një mundësi më të ulët transaksioni të kryer nëpërmjet pagesës elektronike (*e-payment*) (Kërkime Ekonomike, Banka e Rezervës Federale, 2012).

zhvilluara evropiane. Indeksi i *cash*-it në qarkullim si përqindje e M1 në Grafikun 9 (në aneks) gjithashtu e konfirmon këtë tendencë. Eksperienca ndërkombëtare ka treguar që përdorimi i pagesave elektronike ka korrelacion negativ me paratë në qarkullim. Gjithsesi, të dy grafikët (grafikët 8 dhe 9) tregojnë që Shqipëria ka nivelin më të lartë të paratë në qarkullim në ekonominë e saj, e për rrjedhojë, përdorim të ulët të instrumenteve të pagesave *jo-cash*.

Qëllimi kryesor i Bankës së Shqipërisë është të arrijë dhe të ruajë stabilitetin e çmimeve në ekonomi. Një sistem i mirë pagesash mundëson implementimin eficient të politikës monetare. "Promovimi i funksionimit normal të sistemit të pagesave është një detyrë kryesore e Bankës së Shqipërisë. Prandaj një nga rolet e këtij institucioni është të veprojë si katalizator për promovimin e efikasitetit të të gjitha sistemeve të pagesave dhe të instrumenteve të pagesave. Banka e Shqipërisë ka një rol të madh si dhe angazhimin e duhur në zhvillimin e sistemit kombëtar të pagesave, veçanërisht për shkak të interesit të saj në stabilitetin financiar, në funksionimin e duhur të sistemit bankar e financiar dhe në funksionin e saj thelbësor të implementimit të politikës monetare të vendit". Sistemi i pagesave, Banka e Shqipërisë (2004 - 2013).

Përveç të tjerash, Banka e Shqipërisë është e interesuar direkt në identifikimin e faktorëve që ndikojnë në preferencat e konsumatorëve në përzgjedhjen e instrumenteve të pagesave. Prandaj, hipoteza e ngritur për diskutim në këtë material është: cilët janë faktorët që përcaktojnë zgjedhjet për instrumentet e pagesave nga individët dhe si mund të orientohen këto zgjedhje drejt instrumenteve më eficiente? Për t'iu përgjigjur kësaj pyetjeje u përdorën të dhënat e marra nga një anketim i kryer nga Banka e Shqipërisë, në periudhën mars – prill 2012, mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave nga ana e konsumatorëve shqiptarë (Ceca, Pllaha dhe Semi 2013). Ndër të tjera, analizat e kryera prej tyre sugjerojnë që përzgjedhja e instrumenteve të pagesave prej konsumatorëve ndikohet nga disa tipare socio-demografike. Duke përdorur një model zgjedhjeje binare (modelin Probit), ky material synon të identifikojë (me metoda ekonometrike) nëse është i vërtetë ky ndikim dhe cilat janë karakteristikat socio-demografike që ndikojnë.

Struktura e këtij materiali studimor është si më poshtë: Seksioni 2 ofron një përmbledhje të literaturës së cilës i jemi referuar dhe të situatës së instrumenteve të pagesave në Shqipëri. Seksioni 3 bën një përshkrim të anketës së kryer, bashkësisë së të dhënave dhe të disa statistikave përshkruese. Seksioni 4 diskuton rreth sjelljes konsumatore mbi zgjedhjen e metodës së pagesave. Seksioni 5 diskuton modelin Probit, të përdorur në këtë punim, si dhe disa nga rezultatet e tij. Seksioni 6 përmbledh disa nga gjetjet si dhe ofron disa sugjerime.

2. RISHIKIMI I LITERATURËS SË REFERUAR DHE ZHVILLIMET E FUNDIT TË INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE

2.1 RISHIKIMI I LITERATURËS

Kohët e fundit, studiuesit, po i kushtojnë një vëmendje gjithnjë e më të madhe sjelljes konsumatore lidhur me zgjedhjen e instrumenteve të pagesave. Disa nga arsyet të cilat nxisin studime të tilla janë: ulja e informalitetit në ekonomi, një politikë monetare më efikase, metoda më të lira pagese, lehtësimi i transaksioneve tregtare dhe i pagesave etj. Për shembull, Arango, Huynh dhe Sabetti (2011) përpiqen të identifikojnë nëse karakteristikat socio-ekonomike të konsumatorëve dhe specifikimet e instrumenteve të pagesave ndikojnë në sjelljen e konsumatorëve për zgjedhjen e instrumenteve specifike të pagesave. Ato përdorin modele diskrete zgjedhjeje, duke përdorur të dhënat e analizës mbi zgjedhjen e metodës së pagesës prej konsumatorëve kanadezë (e kryer nga Banka e Kanadasë në vitin 2009). Gjetjet e tyre tregojnë për një përdorim të madh të *cash-it* në kryerjen e transaksioneve me vlerë të vogël, e nxitur kryesisht nga shpejtësia, niveli më i gjerë i pranimi dhe kostot e ulëta. Kartat e debitit dhe të kreditit përdoren më shpesh për transaksionet me vlerë më të madhe monetare, ku siguria, mbajtja e të dhënave, aftësia për të vonuar pagesën dhe shpërblyerimet e kartës së kreditit, bëhen të rëndësishme.

Kalckreuth Schmidt & Stix (2011) përdorin të dhënat e marra nga një analizë e kryer në Gjermani, mbi përdorimin e parave *cash* në monitorimin e likuiditetit. Gjetjet e tyre sugjerojnë se *cash*-i përdoret gjerësisht nga ata konsumatorë, të cilët kërkojnë të kenë kontroll mbi likuiditetin e tyre. Ata gjithashtu sugjerojnë se konsumatorët përdorin pagesat elektronike në rastet kur duhet të paguajnë shuma në vlera të mëdha. Banka Qendrore Evropiane (prill 2011), ka kryer gjithashtu dy anketime mbi përdorimin e kartëmonedhave në disa vende të Eurozonës. Një nga anketimet fokusohet tek familjet, ndërsa anketimi tjetër tek kompanitë jofinanciare. Një nga gjetjet e këtyre studimeve ishte se "vlera e pagesave me *cash* është ende e lartë, krahasuar me pagesat me kartë".

Në studimin e tyre kërkimor, Kalckreuth Schmidt & Stix (2009), dalin në përfundim se konsumatorët gjermanë kryejnë shumicën e pagesave të tyre në *cash* (82% për sa i përket transaksioneve dhe 58% të vlerës). Ata gjithashtu sugjerojnë se *cash*-i gjen përdorim më të madh nga konsumatorët në moshë madhore sesa nga ato të rinj. Studimi i tyre gjithashtu zbulon se një tendencë e tillë vjen si pasojë e ndryshimeve të karakteristikave të secilit prej këtyre dy grupmoshave. Jonker (2005) ndërmerr një nismë gjithëpërfshirëse kërkimore në përpjekje për të kuptuar se si karakteristikat socio-ekonomike të konsumatorit holandez ndikojnë në zgjedhjen që ai bën në lidhje me metodën e pagesës. Rezultatet e tyre sugjerojnë se konsumatorët holandezë e perceptojnë pagesën me anë të *cash*-it si një metodë më të lirë pagese, ndërkohë që pagesën nëpërmjet kartave e perceptojë si më të kushtueshme. Gjithashtu, ky studim thekson se zgjedhja e instrumenteve të pagesës ndikohet edhe nga karakteristika pa kosto të instrumenteve të ndryshme të pagesave.

Siç u diskutua edhe më sipër, në vendet perëndimore gjithmonë e më shumë vëmendja akademike po bie mbi sjelljen e konsumatorit në lidhje me zgjedhjen e instrumenteve të pagesave. Megjithatë, deri më sot, hulumtimi akademik mbi këto tema mbetet një fushë e paeksploruar në ekonominë shqiptare. Për aq sa autorët kanë njohuri, ky studim është iniciativa e parë që vlerëson perceptimet e konsumatorëve mbi zgjedhjen e metodës së instrumenteve të pagesave në Shqipëri.

2.2 ZHVILLIMET E FUNDIT TË INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE NË EKONOMINË SHQIPTARE

Autoritetet shqiptare dhe aktorë të tjerë të rëndësishëm në treg (Banka e Shqipërisë, bankat tregtare, lëshuesit e kartave dhe ofruesit e shërbimeve të pagesave) kanë ndërmarrë disa nisma ligjore dhe administrative për të reduktuar transaksionet në *cash*, me objektivin përfundimtar të luftës ndaj informalitetit në ekonomi. Qëllimi i këtyre iniciativave, ndër të tjera, është që të promovojnë, mbështesin dhe të inkurajojnë përdorimin e instrumenteve të pagesave *jocash* nga konsumatorët shqiptarë.

Gjatë viteve të fundit, sistemi bankar shqiptar ka evidentuar një zhvendosje, edhe pse të moderuar, nga pagesat me *cash* në drejtim të pagesave *jocash*. Pagesat në *cash* (dhe përgjithësisht ato joelektronike), vazhdojnë të dominojnë transaksionet, edhe pse pagesat elektronike gradualisht janë duke u bërë pjesë e praktikave bankare. Këto ndryshime duket se janë nxitur nga një kombinim i përshtatshmërisë që ato ofrojnë me zhvillimet teknologjike. Megjithatë, ndryshimet në sjelljen e pagesës së konsumatorëve duken të ngadalta. Praktika ndërkombëtare ka treguar se ndryshimet rrënjësore në sjelljen ndaj shërbimit të pagesave kanë nevojë për 5 deri në 10 vjet që të pranohen gjerësisht.

Për më tepër, gjatë viteve të fundit, bankat e kanë zgjeruar gamën e shërbimeve, duke i ofruar klientëve të tyre një sërë instrumentesh të pagesave si për shembull, kartat (debit dhe kredit) dhe kryerjen e pagesave ose transfertës së fondeve nga njëra llogari në tjetrën nga shtëpia.

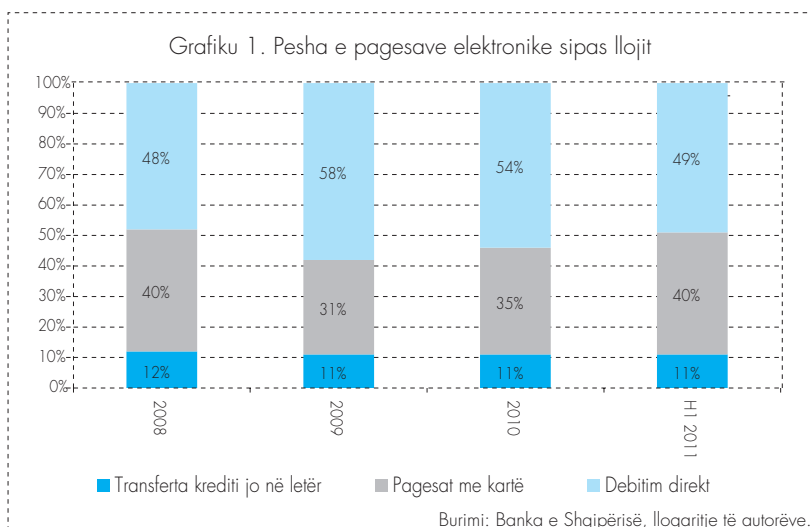
Tabela 1. Rëndësia e instrumenteve të pagesave në Shqipëri

	2008		2009		2010		H1 2011	
	Vëllim	Vlerë	Vëllim	Vlerë	Vëllim	Vlerë	Vëllim	Vlerë
Transferta krediti të klientëve	88.30%	97.96%	82.16%	96%	81.08%	94.25%	80.33%	95%
1- Transferta krediti letër	86.91%	96.27%	80.18%	94%	78.88%	91.56%	78.05%	93%
2- Transferta krediti joletër	1.40%	1.69%	1.98%	2%	2.20%	2.69%	2.28%	3%
a- Shërbim bankar nëpërmjet internetit	1.40%	1.69%	1.98%	2%	2.20%	2.69%	2.28%	3%
b - Shërbim bankar nëpërmjet telefonit								
c-Tjetër								
Pagesa me kartë	4.60%	0.11%	5.85%	0%	7.15%	0.22%	8.52%	0%
1- Pagesa me karta me funksion debiti	2.97%	0.05%	3.67%	0%	4.37%	0.09%	5.21%	0%
2- Pagesa me karta me funksion krediti	1.64%	0.06%	2.18%	0%	2.78%	0.13%	3.31%	0%
Debitim direkt	5.53%	0.49%	10.94%	2%	10.84%	3.55%	10.36%	2%
Çek	1.56%	1.44%	1.06%	2%	0.93%	1.99%	0.79%	2%

Burimi: Banka e Shqipërisë, llogaritje të autorëve.

Shifrat për periudhën nga viti 2008 deri në gjashtëmuorin e parë të 2011-ës tregojnë se përqindja e pagesave me kartë ndaj totalit të pagesave të konsumatorëve, ka pasqyruar një ritëm rritës. Gjithashtu, duke analizuar pagesat elektronike (Grafiku 1) rezulton se 31% – 40% e pagesave janë kryer përmes kartave, duke treguar kështu rëndësinë relativisht më të madhe që kanë kartat kundrejt totalit të pagesave të tjera elektronike.

Analiza e mësipërme pasqyron një progres të moderuar në metodat e pagesave në ekonominë shqiptare. Megjithatë, ashtu siç tregojnë grafikët 8 dhe 9, niveli i parave cash në qarkullim, në tregun shqiptar është më i lartë se në vendet e tjera evropiane, (gjithashtu edhe më i lartë se në vendet e rajonit).



Guadamillas (2008) dhe Oviedo (2009) shpjegojnë se niveli i lartë i informalitetit në treg nuk ka të bëjë vetëm me pasojat socio-ekonomike të një tregu tipik informal. Informaliteti bëhet gjithashtu pengesë për një mirëfunksionim të tregut (për sa i përket qarkullimit të mallrave dhe shërbimeve) në një ekonomi gjithnjë e më të globalizuar. Në këtë mënyrë, gjatë viteve të fundit, akademikët po i kushtojnë gjithnjë e më shumë vëmendje sjelljes së konsumatorëve dhe procesit të vendimmarrjes për zgjedhjen e instrumenteve të pagesave. Objektivi i tyre kryesor është të kuptojnë se cilat karakteristika të konsumatorëve ndikojnë në procesin e zgjedhjes së instrumenteve të pagesës. Pjesa tjetër e këtij punimi do të merret me anketimin e kryer nga Banka e Shqipërisë, karakteristikat e të dhënave, modelin e aplikuar për vlerësimin e të dhënave dhe rezultatet e modelit.

3. TË DHËNAT DHE STATISTIKAT PËRSHKRUESE TË MODELIT

Ashtu sikur tregohet në Tabelën 1 dhe Grafikon 1, Banka e Shqipërisë zotëron një bazë të dhënash të pasur dhe të detajuar mbi transaksionet elektronike dhe zhvillimet e instrumenteve të pagesave në Shqipëri. Megjithatë, kjo bazë të dhënash statistikore nuk mund t'i përgjigjet pyetjes hipotetike: "Çfarë e përcakton zgjedhjen e instrumenteve të pagesave nga konsumatorët dhe si mund të orientohen këto zgjedhje drejt instrumenteve më efikase?". Literatura e konsultuar ndërkombëtare, mbi sjelljen e konsumatorëve (për zgjedhjen e instrumenteve të pagesave) sugjeron se metoda më e përdorur për vlerësimin e kësaj sjelljeje është nëpërmjet bërjes së një hulumtimi paraprak. Një anketim publik me qëllim dhënien e përgjigjes së pyetjes së mësipërme hipotetike u krye në periudhën shkurt-mars 2012. Anketimi u përshtat me tregun shqiptar bazuar në studimin e kryer nga Jonker (2005), i cili studion sjelljen e konsumatorëve holandezë në lidhje me instrumentet e pagesave.

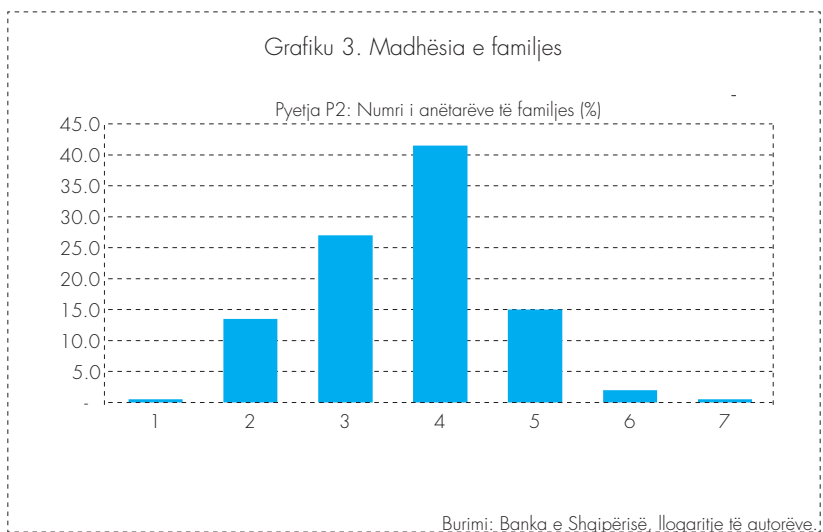
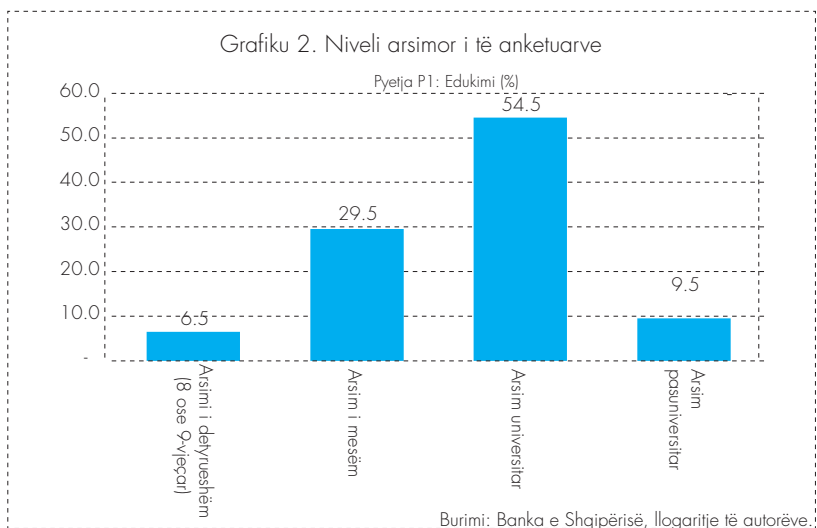
Në analizën e tyre, Ceca, Pllaha dhe Semi (2013) sugjerojnë se: metoda e pagesës me *cash* është metoda më e përdorur nga konsumatorët shqiptarë (siç pritej). Nga ana tjetër, mes shtatë instrumenteve të pagesave të marra në konsideratë, pagesa me

"kartë debiti" është instrumenti më i vlerësuar (për sa i përket sigurisë, shpejtësisë, lehtësisë së përdorimit dhe kostos së shpenzimit). Ndër të tjera, studimi i tyre ngre hipotezën se konsumatorët shqiptarë me prejardhje socio-demografike të ndryshme, ndryshojnë po ashtu edhe në zgjedhjen e instrumenteve të pagesës mes tyre. Paragrafët vijues të këtij seksioni ofrojnë një informacion të detajuar mbi statistikën përshkuese të modelit. Këto statistika përshkuese janë aplikuar më pas, në modelin Probit si variabla shpjeguese mbi përdorimin e instrumenteve të ndryshme të pagesës.

Seksioni A i pyetësorit u kërkoi të anketuarve të specifikonin disa nga karakteristikat e tyre socio-demografike. Disa nga këto statistika përshkuese janë përdorur në seksionet e mëposhtme për të shpjeguar sjelljen e konsumatorëve në lidhje me përdorimin e instrumenteve të pagesave. Pjesa në vijim e këtij seksioni ofron një pasqyrë të disa karakteristikave demografike të të anketuarve. Numri total i të anketuarve, të cilët i janë përgjigjur pyetësorit është 200, nga të cilët 99 femra dhe 101 meshkuj.

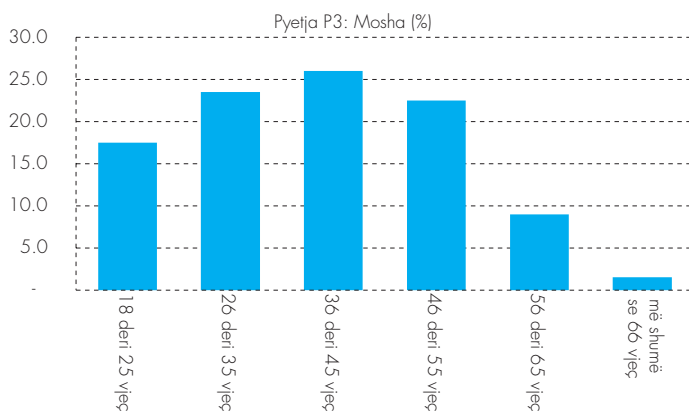
Grafiku 2 tregon nivelin e arsimimit të të anketuarve. Rreth 6.5% e të anketuarve kanë arsimim 8 – 9 vjeçar, 29.5% e tyre arsimim të mesëm, 54.5% arsimim universitar dhe 9.5% e tyre kanë kualifikim pasuniversitar. Në përgjithësi, të dhënat janë në përputhje me nivelin arsimor të popullsisë shqiptare, përpos nivelit të edukimit universitar i cili është pak më i lartë. Kjo mund të shpjegohet nga fakti se shumica e intervistave janë kryer në zona urbane, ku niveli i personave me arsim universitar është më i lartë se në zonat rurale (Census 2011, INSTAT).

Familjet me 4 anëtarë përbëjnë llojin më të zakonshëm të familjes, duke përfaqësuar 41.5% të grupit model, të ndjekur nga familjet me 3 dhe 5 anëtarë, të cilët përfaqësojnë përkatësisht 27% dhe 15% të madhësisë së modelit.



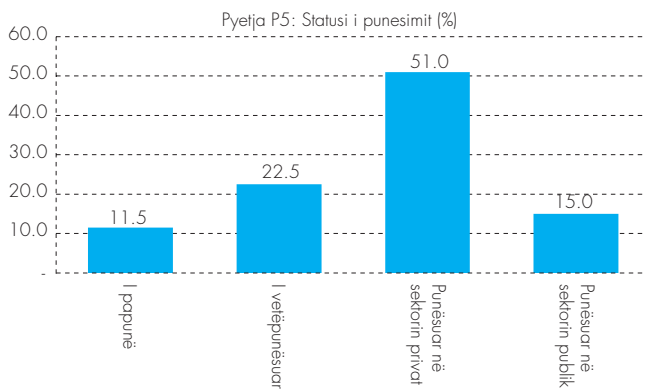
Grafikët 4, 5, dhe 6 japin gjithashtu disa statistika të tjera përshkruese të zgjedhjes.

Grafiku 4. Grupmoshat e të anketuarve

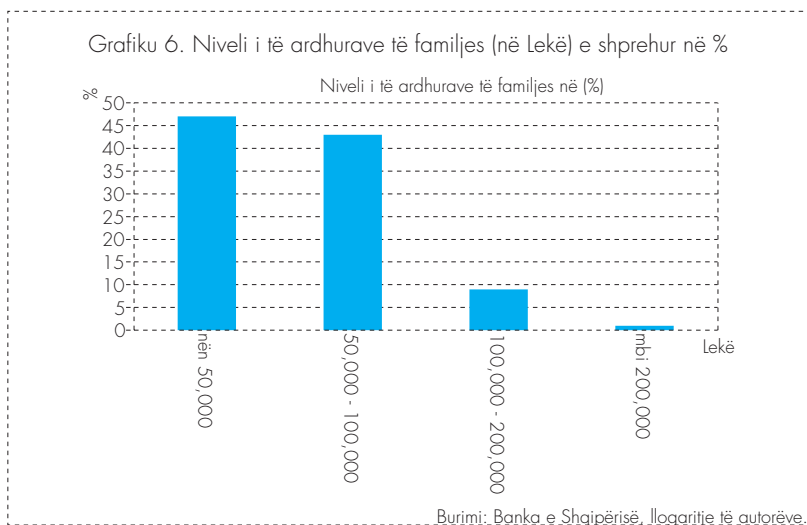


Burimi: Banka e Shqipërisë, llogaritje të autorëve.

Grafiku 5. Statusi i punësimit



Burimi: Banka e Shqipërisë, llogaritje të autorëve.



Në përgjithësi, statistikat socio-demografike të modelit përshtaten mirë me statistikat socio-demografike të popullsisë shqiptare (INSTAT, Anketimi mbi buxhetin e familjeve 2006-2007 dhe Census 2011, INSTAT). Edhe pse disa nga rezultatet mund të jenë disi të devijuara nga përqindja e saktë e popullsisë aktuale (si rasti i atyre me arsim universitar), çka mund të shpjegohet me përmasat relativisht të vogla të përzgjedhjes. Megjithatë, qëllimi i këtij punimi është më shumë kapja e tendencave të konsumatorëve mbi instrumentet e pagesave sesa matja e gabimeve statistikore (mund t'i referoheni Ceca, Pllaha dhe Semi 2013 për analizë më të hollësishme).

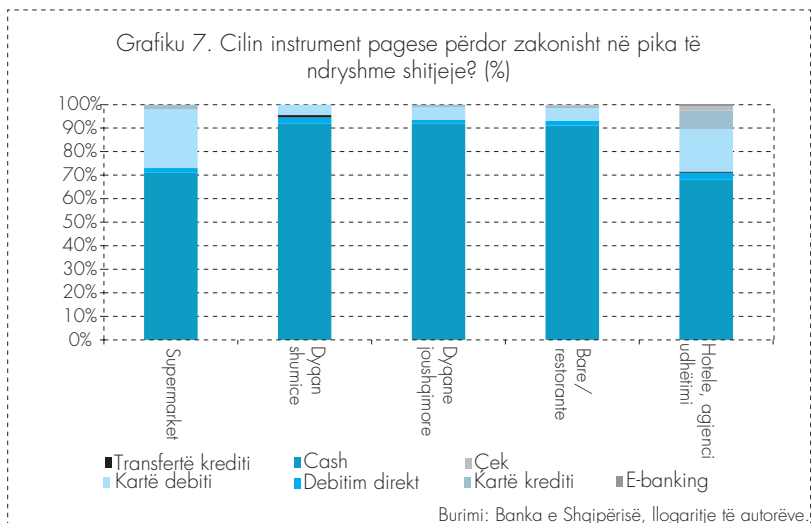
4. SJELJA KONSUMATORE MBI ZGJEDHJEN E INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE

Studiuesit besojnë se sjellja konsumatore në lidhje me zgjedhjen e instrumenteve të pagesave ndikohet nga disa karakteristika specifike të vetë konsumatorëve (shih Kalckreuth, Schmidt & Stix, 2009 dhe Arango, Huynh & Sabetti 2011). Ceca, Pllaha dhe Semi (2013) ofrojnë dy analiza të plota, të pavarura nga njëra tjetra mbi anketimet (periudha e anketimit: shkurt – mars, 2012) mbi

përdorimin e pagesave nga konsumatorët dhe bizneset shqiptare. Ju mund t'i referoheni këtyre dy raporteve për informacion më të detajuar mbi rezultatet statistikore dhe përshkruese. Më tej gjenden disa nga rezultatet mbi sjelljen e konsumatorëve shqiptarë për sa i përket zgjedhjes së instrumenteve të pagesave.

4.1 SJELLJET E KONSUMATORËVE NË PIKA TË NDRYSHME SHITJEJE (POS)

Me qëllim vëzhgimin e sjelljeve të konsumatorëve mbi zgjedhjen e mënyrës së pagesës, në pyetësor hartuam një pyetje që ka për qëllim të zbulojë se cila sjellje e tyre ndikon në zgjedhjen e mënyrës së pagesës në 6 pika të ndryshme shitjeje. Pyetja specifike drejtuar të anketuarve është:



“Cilin instrument pagese përdor zakonisht në pikat e ndryshme të shitjeje?” Grafiku 7 tregon përgjigjet e të anketuarve për këtë pyetje. Ashtu dhe siç pritej, pjesa më e madhe e konsumatorëve përdorin cash në të 6 pikat e shitjeje. “Hotele dhe agjenci turistike” është një nga pikat e shitjes në të cilat konsumatorët përdorin cash më rrallë. 32% e tyre përdorin një mënyrë tjetër pagese. Kartat e kreditit dhe debitit janë instrumentet më të përdorura nga konsumatorët

në këto situata përkatësisht me 18% dhe 8%. Konsumatorët janë mësuar të paguajnë me kartë debiti në supermarketë (rreth 25% e tyre përdorin këtë instrument). Shpesh në kategori të tjera lokale (ushqimore, dyqane joushqimore, bare dhe restorante) paguhet me *cash*. Më shumë se 90% e të anketuarve tregojnë se janë mësuar me përdorimin e *cash*-it në këto lloje lokale. Metoda e dytë më e përdorur rezultoi karta e debitit. Pjesa tjetër e instrumenteve të pagesës përdoret pak nga shumica e të anketuarve.

Të anketuarit u pyetën gjithashtu për arsyet që i bënin ata të zgjidhnin një instrument specifik pagese tek këto pika shitjeje. Në Tabelën 2 tregohen dy nga arsyet më shumë të përmendura³. Siç tregohet dhe më lart, arsyet e dhëna lidheshin më së shumti me përdorimin e *cash*-it në pika të ndryshme shitjeje. *Cash*-i është instrumenti më i përdorur nga të anketuarit. Nga ana tjetër, pjesa e mbetur e të anketuarve dha gjithashtu arsye mbi përdorimin e një instrumenti tjetër specifik në këto pika shitjeje.

Përmbledhja e arsyeve në Tabelën 2 zbulon disa rezultate interesante. Përfundimi më i dukshëm dhe i përgjithshëm që mund të theksohet duke analizuar Tabelën 2, është se konsumatorët preferojnë të përdorin një instrument të caktuar pagese bazuar në perceptimin e tyre si një instrument "praktik/ i lehtë për t'u përdorur".

Duket se pjesa më e madhe e konsumatorëve preferojnë instrumente pagese të cilat janë praktike dhe të lehta për t'u përdorur.

Pavarësisht situatës së POS-eve, dy nga arsyet më të përmendura për të paguar me *cash* janë fakti se ato janë: "Praktike/Të lehta për t'u përdorur" dhe "Të shpejta". Kuptohet lehtë se konsumatorët të cilët preferojnë përdorimin e *cash*-it për të kryer pagesat e tyre e shikojnë këtë instrument si të lehtë dhe më të shpejtë. Kjo tregon se pjesa më e madhe e të anketuarve e perceptojnë pjesën tjetër të instrumenteve të pagesës (*jocash*) si instrumente jo të shpejta dhe jo praktike. Një tregues tjetër interesant mund të vërehet kur bëhet analizimi i arsyeve kryesore mbi përdorimin e kartës së debitit si instrument pagese. Një nga dy arsyet më kryesore të përdorimit

³ Përgjigjet janë grupuar e organizuar në mënyrë logjike, pasi arsyet e dhëna i përgjigjen një pyetjeje të hapur.

të kartës së debitit është fakti se ato perceptohen si të sigurta. Në 4 nga 6 pika të ndryshme shitjeje, siguria që karta e kreditit ofron është një nga dy arsyt më shumë të përmendura lidhur me përdorimin e këtij instrumenti. Nga ana tjetër, kur analizojmë arsyt e përdorimit të kartës së kreditit si një instrument pagese, një nga arsyt është shmangia në këtë mënyrë e dhënies së bakshishit në bare/ restorante, hotele dhe agjenci udhëtimesh.

Arsyt se pse konsumatorët preferojnë instrumentet e tjera të pagesave janë kryesisht prej faktit se ato perceptohen si "Praktike/ Të lehta për t'u përdorur" ose për arsye të tjera të cilat nuk ofrojnë një rezultat të veçantë.

Tabela 2. Arsyet që ndikojnë te konsumatorët të përdorin një instrument specifik pagese në situata të ndryshme POS

	1. Cash	2. Debitim direkt	3. Transferta krediti	4. Kartë debiti	5. Kartë krediti	6. Çek	7. Ebanking
Supermarket	Praktike/E lehtë për përdorim 80	Praktike/E lehtë për përdorim 2		Më shumë siguri 23	Më shumë siguri 2		
	Më e shpejta 24	Nuk pranohet instrument tjetër 1		Praktike/E lehtë për përdorim 8	Praktike/E lehtë për përdorim 2		
Dyq. ushqimore	Praktike/E lehtë për përdorim 94	Praktike/E lehtë për përdorim 3		Praktike/E lehtë për përdorim 7			
	Më e shpejta 51	Nuk pranohet instrument tjetër 1		Më shumë siguri 1			
Tregje joushqimore	Praktike/E lehtë për përdorim 106	Praktike/E lehtë për përdorim 2		Praktike/E lehtë për përdorim 3	Praktike/E lehtë për përdorim 1		
	Më e shpejta 40	Nuk pranohet instrument tjetër 1		Ka POS 3			
Bare/ restorante	Praktike/E lehtë për përdorim 102	Praktike/E lehtë për përdorim 3		Praktike/E lehtë për përdorim 7	Praktike/E lehtë për përdorim 2	Mundësi eksita 1	
	Nuk ka POS 42	Nuk pranohet instrument tjetër 1					
Hotele, agjenci udhëtimi	Praktike/E lehtë për përdorim 66	Praktike/E lehtë për përdorim 3	Pjesëtarë të familjes në SHBA 1	Praktike/E lehtë për përdorim 15	Praktike/E lehtë për përdorim 7	Praktike 3	I bëj vetë rezervimet 1
	Më e shpejta 39	Më e sigurt 1		Më shumë siguri 8	Shmang bakshishet 5		
Blerje në internet			Më e shpejta 2	Praktike/E lehtë për përdorim 10	Praktike/E lehtë për përdorim 7		Më e shpejta 4
			Më e sigurt 1	Më shumë siguri 6	Më e shpejta 3		E lehtë për përdorim 1

Burimi: Banka e Shqipërisë, Ilogaritje të autorëve.

4.2 VLERËSIMET E KONSUMATORËVE MBI INSTRUMENTET E PAGESAVE

Konsumatorëve iu kërkua të shprehin vlerësimin e tyre për secilin nga instrumentet e pagesës të marra në shqyrtim gjatë këtij studimi. Tek kjo pyetje të anketuarve iu kërkua të vlerësonin me 1 (minimumi) – vlerësimi më i ulët, deri në 7 (maksimumi) – vlerësimi më i lartë, secilën nga metodat e përmendura, për sa i përket: sigurisë, shpejtësisë, lehtësisë në përdorim, kostos shtesë që i aplikohet përdorimit të secilit instrument. Tabela e mëposhtmeshpreh vlerësimet e konsumatorëve për secilin nga instrumentet e pagesave:

Tabela 3. Vlerësimi i konsumatorëve mbi instrumentet e pagesave

	Siguria		Shpejtësia		Lehtësisht i përdorshëm		Kosto efiçiente	
	Mesatarja	Varianca	Mesatarja	Varianca	Mesatarja	Varianca	Mesatarja	Varianca
Cash	4.5	2.8	5.5	2.1	5.5	1.9	4.5	2.5
Debitim direkt	5.2	1.8	5.1	1.8	5.1	1.6	4.2	2.2
Transferatat e kreditit në formë letre	4.8	1.9	4.5	1.8	4.6	1.6	3.8	1.7
Kartë debiti	5.9	1.4	5.9	1.5	6	1.4	4.6	2.2
Kartë krediti	5.6	1.7	5.8	1.5	5.7	1.5	4	2.2
Çek	4.5	2.3	4.5	1.8	4.6	1.8	3.7	1.3
E-banking	4.8	2.7	5.2	2.8	4.6	3.1	3.7	2

Burimi: Banka e Shqipërisë, llogaritje të autorëve.

Tabela 3 tregon shkallën mesatare të vlerësimeve të të anketuarve për çdo instrument pagese të marrë në konsideratë. Mesatarja mbi 4 tregon për një vlerësim pozitiv, ndërsa mesatarja nën 4 tregon të kundërtën.

Karta e debitit është instrumenti më i vlerësuar nga konsumatorët, ndër shtatë instrumentet e marra në konsideratë. Duket se për konsumatorin shqiptar, karta e debitit perceptohet si metoda më e sigurt (mesatarisht 5.9), më e shpejtë (5.9), më e lehtë për t'u përdorur (6.0) dhe me një kosto më të efektshme krahasuar me të tjerat (4.6).

Një vëzhgim interesant në Tabelën 3 është fakti se edhe pse pagesa me cash është metoda më e përdorur prej konsumatorit

shqiptar, ai ka vlerësim të ulët për të (mesatarisht 4.5) për sa i përket sigurisë. *Cash*-i perceptohet si instrumenti më pak i sigurt krahasuar me instrumentet e tjera të pagesave. Ky tregues është një element i rëndësishëm për aktorët e tregut të interesuar në reduktimin e parasë në qarkullim. Vlerësimi i ulët që konsumatorët kanë për sigurinë e këtij instrumenti, do të nxiste konsumatorët të orientoheshin drejt instrumenteve të tjera më të sigurta.

Në përgjithësi, Tabela 3 tregon se shumica e instrumenteve të pagesave perceptohen si pozitive (4 herë më shumë se neutralja), nga konsumatorët shqiptarë për sa i përket sigurisë së ofruar, shpejtësisë së transaksionit dhe lehtësisë në përdorim. Megjithatë, tre nga shtatë instrumentet e pagesave (transferte krediti në formë joelektronike, çeqe dhe *e-banking*) perceptohen me kosto joefikase.

Të anketuarve të cilët vlerësuan minimalisht (me vlerën 1 ose 2) instrumente të ndryshme pagesash, iu kërkua ta argumentonin përgjigjen e tyre. Arsyeja më e madhe për një vlerësim të ulët për shumicën e instrumenteve të pagesës (përveç *cash*-it) është fakti se shumë konsumatorë e lidhin përdorimin e këtyre instrumenteve të pagesave me humbjen nga kosto shtesë. Ky tregues sugjeron se në një farë mënyre për konsumatorët shqiptarë, instrumentet e pagesave *jocash* perceptohen si më të kushtueshme se pagesat me *cash*. Ky pohim mund të mos jetë domosdoshmërisht i vërtetë. Megjithatë, konsumatorët e perceptojnë pagesën *jocash* si më të kushtueshme se pagesat me *cash*.

Aktorët e tregut, duke i njohur më mirë perceptimet e konsumatorëve mund të arrijnë të bëjnë një informim më të saktë të konsumatorit për sa i përket kostos reale që ka përdorimi i instrumenteve *jocash* dhe për përfitimet që ka pagesa me këto instrumente. Për më tepër, një pjesë e konsiderueshme e të anketuarve e konsiderojnë përdorimin e *cash*-it si metodë të pasigurt. Ky perceptim mund të përdoret si një argument me peshë në fushatën e uljes së përdorimit të *cash*-it, dhe promovimit të instrumenteve të tjera të pagesave.

5. ROLI QË LUAJNË KARAKTERISTIKAT E KONSUMATORËVE NË PËRDORIMIN E INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE- REZULTATET E MODELIT PROBIT

Seksionet e mëparshme nxorën në pah disa rezultate interesante mbi preferencat/zakonet e konsumatorëve në lidhje me zgjedhjen e instrumenteve të pagesës për pika të ndryshme shitjeje. Gjithashtu, u theksuan arsyet e tyre mbi preferencën e një instrumenti specifik në pika shitjeje të ndryshme. Seksioni 4.2 ekspozoi vlerësimet e konsumatorëve për 7 instrumentet e pagesave të marra në analizë. Në raportin e tyre të plotë (Raporti i anketimit mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave – Individët) Ceca, Pllaha dhe Semi (2013) arrijnë në disa përfundime të tjera, shumë interesante për konsumatorin shqiptar. Kjo pjesë e materialit studimor ka si qëllim ofrimin e dëshmive empirike nëse karakteristikat socio-demografike ndikojnë ose jo në zgjedhjen që konsumatorët bëjnë mes instrumenteve të pagesave, për sa i përket rëndësisë statistikore.

5.1 SPECIFIKIM I MODELIT

Të dhënat e përdorura në këtë material janë siguruar nga kryerja e një anketimi publik mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave nga ana e konsumatorëve shqiptarë, kryer nga Banka e Shqipërisë, në periudhën mars – prill 2012. Literatura e konsultuar, në aspektin teorik dhe praktik, tregon se modelet me variabla të varur binarë janë modelet më të përshtatshme për vlerësimin e të dhënave të anketimit. Modelet Probit u prezantuan fillimisht nga Chester Bliss më 1934. Modelet Probit janë modele të regresionit, ku variabli i varur mund të marrë dy vlera të mundshme (për shembull variabli i varur mund të jetë ose 1 ose 0). Logjika që mbështet këto modele është si vijon: variabli i varur y mund të pasqyrojë shfaqjen e një ngjarjeje të caktuar. Në rastin konkret variabli i varur do të përfaqësonte përkatësinë ose jo në një nga grupet e konsumatorëve si në vijim: konsumatorët më të shpeshtë me *cash*, konsumatorët më të shpeshtë me anë të transfertës së kreditit, konsumatorët më të shpeshtë me kartë debiti, konsumatorët më të shpeshtë me kartë

kreditit, konsumatorët më të shpeshtë të çeqeve dhe konsumatorët më të shpeshtë nëpërmjet pagesave elektronike. Ndodhja apo jo e një ngjarjeje (për shembull të qenit një përdorues i rregullt i kartës së kreditit) përfaqësohet nga vlerat binare $1 =$ nëse ngjarja ndodh (i përket grupit të paguesve të rregullt me anë të kartës së kreditit) ose $0 =$ nëse ngjarja nuk ndodh (nuk i përket grupit të paguesve të rregullt me anë të kartave të kreditit). Individët (të anketuarit në rastin tonë) kanë karakteristika të ndryshme socio-demografike siç janë niveli i arsimimit, i të ardhurave, racës, statusit martesor etj. Në një model me variabël të varur binar, karakteristikat e këtyre individëve shënohen me x . Qëllimi është përcaktimi sasior mes karakteristikave të individëve dhe mundësisë së kalimit të testit. Një regresion i thjeshtë linear i y ndaj x nuk është i përshtatshëm, përderisa midis të tjerash, modeli i mesatares së kushtëzuar vendos kufizime të papërshtatshme mbi mbetjet e modelit. Për më tepër, vlera e parashikuar e y nga një regresion i thjeshtë linear nuk është i kufizuar të marrë vlera midis zeros dhe njëshit (shih Greene, 2008 për shpjegime më teknike mbi modelet me variabla të varur diskrete dhe të kufizuar).

Sipas arsytimit të mësipërm, modeli merr formën e mëposhtme:

$$P(Y=1|X) = \Phi(X'\beta),$$

ku: P paraqet probabilitetin, ndërsa Φ është funksioni kumulativ i shpërndarjes normale standarde. Parametrat β vlerësohen nga metoda e përgjasisë maksimale. Motivimi për përdorimin e këtij modeli Probit mund të bëhet si një model me variabël të fshehur. Supozojmë se ekziston një variabël ndihmës i rastit:

$$Y^* = X'\beta + \varepsilon,$$

ku $\varepsilon \sim N(0, 1)$. Atëherë Y mund të shihet si një indikator, që tregon kur vlerat janë pozitive.

$$Y = \begin{cases} 1, & \text{if } Y^* > 0 \text{ i.e. } -\varepsilon < X'\beta \\ 0, & \text{përndryshe} \end{cases}$$

Në këtë shembull, kufiri është vendosur tek zero – por zgjedhja e vlerës kufitare është e parëndësishme për sa kohë që një term konstant është i përfshirë tek x_i .

Përdorimi i shpërndarjes normale standarde nuk shkakton humbje nga rasti i përgjithshëm i një mesatareje dhe devijimi standard çfarëdo, sepse shtimi i një madhësie fikse ndaj mesatares mund të kompensohet duke zbritur të njëjtën madhësi nga intercepti dhe shumëzimi i devijimit standard me një madhësi fikse mund të kompensohet duke shumëzuar peshat me të njëjtën madhësi.

Për të kuptuar se të dy modelet janë ekuivalente, theksojmë që:

$$\begin{aligned}
 P(Y = 1 | X) &= P(Y^* > 0) = P(X'\beta + \varepsilon > 0) \\
 &= P(\varepsilon > -X'\beta) \\
 &= P(\varepsilon < X'\beta) \quad (\text{nga simetria e distancës normale}) \\
 &= \Phi(X'\beta)
 \end{aligned}$$

5.2 REZULTATET E MODELIT PROBIT

Kjo pjesë e materialit ka për qëllim të evidentojë se cila nga karakteristikat personale të konsumatorëve të mbledhura në anketimin e kryer mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave në periudhën mars – prill 2012, ndikon zgjedhjen e instrumenteve të pagesave të konsumatorëve në pika të ndryshme shitjeje. Implementimi i modelit Probit, i diskutuar në seksionin e mësipërm, është në kërkim të dëshmimeve empirike mbi marrëdhëniet mes statistikave përshkruese të variablave x (arsimimi, madhësia e familjes, moshë, gjinia, statusi i punësimit, niveli i të ardhurave të familjes) dhe probabilitetit të zgjedhjes së një instrumenti specifik pagese, në një pikë shitjeje të çfarëdoshme (variabli i varur y). Gjashtë pika të ndryshme shitjeje u morën në konsideratë (më të zakonshmet). Ato janë: supermarketet, ushqimore, tregjet joushqimore, bare/ restorante, hotele, agjenci turistike dhe blerjet online. Në seksionin 4.1 u diskutuan zakonet e konsumatorëve mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave. Përdoruesit e instrumenteve të pagesave u ndanë në 7 grupe:

a) përdoruesit e shpeshtë të *cash-it*, b) përdoruesit e shpeshtë të debitimit direkt, c) përdoruesit e shpeshtë të transfertave të kreditit, d) përdoruesit e shpeshtë të kartës së debitit, e) përdoruesit e shpeshtë të kartës së kreditit, f) përdoruesit e shpeshtë të çeqeve dhe g) përdoruesit e shpeshtë të e-banking. Sipas shembullit të Jonker (2005), kufijtë e përkatësisë në një grup të caktuar paguesish apo në një tjetër janë zgjedhur në mënyrë të tillë që përkatësia në një grup të mos jetë 'e detyruar' (si për shembull pikat e shitjeve të cilat pranojnë vetëm një instrument pagese) dhe nuk është as shumë e rrallë (kufi i lartë) e as shumë e zakonshme (kufi i ulët). Sipas arsytimit të mësipërm, kufijtë e vendosur të cilët përcaktonin përfshirjen në secilin nga shtatë grupimet, u krijuan duke ndjekur arsyetimin e mëposhtëm: Grafiku 7 tregoi se shumica e konsumatorëve shqiptarë janë mësuar të paguajnë me *cash* në shumicën e pikave të shitjeve, pra, një përdorues i shpeshtë i *cash-it* do të konsiderohet një konsumator i cili paguan me pagesa elektronike nëse i shfaqet mundësia. Të anketuarit të cilët i përkasin grupit të paguesve me anë të debitimit direkt, e përdorin këtë metodë në të paktën dy pika shitjesh. I njëjti kufi (pra përdorimi i një instrumenti pagese në të paktën dy pika shitjeje) është aplikuar dhe për pesë instrumentet e tjera të pagesave. Sipas arsytimit të mësipërm, ndryshorja e varur do të jetë 1 nëse konsumatori i përket një grupi të përmendur konsumatorësh dhe 0 në të kundërt. Të anketuarit mund t'i përkasin njërit grup, mund të jenë në më shumë se një grup ose dhe në asnjë nga grupet e krijuara.

Janë realizuar disa teste diagnostifikimi me qëllim kontrollin e qëndrueshmërisë së modelit dhe besueshmërinë e të dhënave. Prandaj dhe është përdorur testi "Goodness-of-Fit" për të parë ndryshimin midis vlerave të pritshme dhe vlerave aktuale (në mënyrë të agreguar)⁴. Me përdorimin e EvIEWS 6, u aplikuan dy teste (Hosmer-Lemeshow, 1989 dhe Andrews 1988a, 1988b) për kontrollin e qëndrueshmërisë të së dhënave. Arsyeja e kryerjes së këtyre testeve është krahasimi mes vlerave të pritshme dhe vlerave aktuale në terma të agreguar. Nëse diferenca mes këtyre dy vlerave është shumë e madhe, do të thotë që të dhënat nuk përshtaten sa duhet, duke sjellë në këtë mënyrë një refuzim të përdorimit të modelit. Rezultatet e testeve janë të kënaqshme (me diferencë të

⁴ Ky test është i njohur gjithashtu dhe si "Pearson's chi square test (goodness of fit)".

vogël mes vlerave të pritshme dhe vlerave aktuale), për shumicën e ekuacioneve, duke përbushur në këtë mënyrë diagnostifikimet e kërkuara dhe duke nxjerrë përfundimin që modeli është specifikuar siç duhet. Tabela 6 në aneks ofron testin "Goodness of Fit" për ekuacionin e konsumatoreve të cilët përdorin *cash* si mënyrë të shpeshtë pagese. Ndërsa Tabela 7 (po në aneks) tregon një përmbledhje të shtatë ekuacioneve të marra në konsideratë në këtë material. Diagnostifikimet e mësipërme:

Tabela 5. Rezultatet Probit mbi grupet e blerësve të shpeshtë

	Cash	Debitim direkt	Transferte kredit	Kartë debiti	Kartë kredit	Çek	E-banking
Arsimi	-0.409***	0.322*	0.449*	0.345**	0.397***	-0.154	0.501
Madhësia e familjes	-0.050	0.050	0.036	-0.026	-0.071	-0.023	-0.217*
Mosha	-0.117	0.062	0.362*	0.085	-0.112	0.138	-0.033
Gjinia	0.157	-0.896***	0.394	0.102	-0.525**	0.597	-0.421
Punësimi	0.074	0.207	-0.606***	-0.204	0.165	0.210**	0.240
Të ardhurat	-0.117	-0.286*	-0.225	0.251*	0.082	0.321	0.614***
Nr. i vëzhgimeve	200	200	200	200	200	200	200
Vëzh me Dep=1	152	12	6	34	26	5	8
Konvergjencia arritur pas	4	5	5	5	5	6	6
	Përsërit	Përsërit	Përsërit	Përsërit	Përsërit	Përsërit	Përsërit
McFadden R ²	0.045	0.119	0.219	0.052	0.090	0.077	0.221
Log likelihood	-105.20	-39.97	-21.02	-86.41	-70.25	-21.56	-26.14

* tregon domethënie statistikore në nivelin 10%,

** tregon domethënie statistikore në nivelin 5%,

*** tregon domethënie statistikore në nivelin 1%.

Koeficientet e shënuar me "*" janë koeficientët të cilët kanë rëndësi statistikore. Në vijim, janë analizuar disa nga rezultatet interesante të Tabelës 5. Është e rëndësishme të paracaktojmë se në modelet Probit, interpretimi i vlerave të koeficientit komplikohet nga fakti se koeficientët e parashikuar nga modeli binar nuk mund të interpretohen si efekti marginal në variablin e varur. Vlera pozitive e β_j nënkupton se rritja e x_j do të rrisë probabilitetin e reagimit, ndërsa vlerat negative do të sjellin të kundërtën.⁵ Prandaj një interpretim i përgjithshëm i Tabelës 5 tregon se arsimimi dhe niveli i të ardhurave janë dy karakteristikat socio-demografike, të cilat ndikojnë më së shumti zgjedhjen e konsumatorit për sa i përket instrumenteve të pagesave.

⁵ Greene (2008), Johnston dhe DiNardo (1997), Maddala (1983) dhe Wooldridge (1997).

Më poshtë janë analizuar të gjithë koeficientët e rëndësishëm për secilin grup pagesish:

Për grupin e pagesve në cash: niveli i arsimimit karakterizohet nga një koeficient negativ dhe statistikisht i rëndësishëm. Sipas teorisë së modelit Probit, kjo do të thotë se pavarësisht nga niveli i tyre arsimor, konsumatorët shqiptarë janë mësuar të paguajnë me *cash*. Me fjalë të tjera, rritja e nivelit arsimor të konsumatorit nuk do të ulte përdorimin e *cash*-it në pika të ndryshme shitjeje.

Grupi i pagesve me debitim direkt: Tabela 5 tregon se ky grup pagesish ndikohet pozitivisht nga niveli i arsimimit. Kështu, rritja e nivelit të arsimimit të konsumatorit rrit probabilitetin e përdorimit të debitimit direkt si instrument pagese nga këta konsumatorë. Përkundrejt kësaj, gjinia (mashkull ose femër) duket se nuk ndikon në zgjedhjen e tyre. Pra nuk ka ndryshim mes këtyre dy gjinive në përdorimin e debitimit direkt. E njëjta gjë mund të thuhet për nivelin e të ardhurave: nga rritja e të ardhurave në një familje nuk do të mund të prisnim rritjen e probabilitetit që kjo familje të përdorë debitimin direkt si instrument pagese.

Grupi i pagesve me anë të metodës së transfertës së kreditit, ndikohen pozitivisht nga niveli i arsimimit dhe grupmosha, pra sa më i arsimuar dhe në moshë më të madhe të jetë konsumatori, aq më e madhe është dhe mundësia që të përdorë këtë instrument pagese. Nga ana tjetër, statusi i punësimit nuk e rrit probabilitetin e përdorimit të këtij instrumenti pagese.

Grupi i përdoruesve të kartës së debitit ndikohen pozitivisht nga niveli i tyre arsimor dhe i të ardhurave. Në këtë mënyrë, rritja e nivelit arsimor dhe i të ardhurave, rrit gjithashtu mundësinë që këta individë të përdorin kartën e debitit si instrumentin e tyre të preferuar në pika të ndryshme shitjeje.

Niveli arsimor është një karakteristikë e rëndësishme socio-demografike, e cila ndikon në zgjedhjen e metodës së pagesës së konsumatorit për sa i përket përdorimit të kartës së kreditit. Përsëri rritja e nivelit të arsimimit rrit probabilitetin e përdorimit të kartës së kreditit si instrument i preferuar pagese. Në ndryshim nga më lart,

gjinia (mashkull ose femër) nuk ndikon në zgjedhje.

Të anketuarit të cilët përdorin çeqet si instrument pagese, ndikohen për zgjedhjen e tyre nga statusi i punësimit. Të anketuarit të cilët janë të punësuar kanë më shumë gjasa të përdorin çeqet si instrument pagese sesa të anketuarit e papunë.

Konsumatorët që kanë zgjedhur të përdorin e-banking, ndikohen pozitivisht nga niveli i të ardhurave të familjes së tyre. Një rritje e nivelit të të ardhurave në familjen e tyre do të rriste probabilitetin që këta konsumatorë t'i përkasin këtij grupimi. Nga ana tjetër, madhësia e familjes nuk ndikon në zgjedhjen e tyre për t'u bërë pjesë e grupimit të pagesës me e-banking.

6. PËRFUNDIME

Të dhënat mikro të nxjerra nga anketimi publik i kryer nga Banka e Shqipërisë (mars – prill 2012) mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave nga konsumatorët shqiptarë, janë aplikuar me një model binar me variabël të varur (modeli Probit) për të kuptuar nëse karakteristikat socio-demografike ndikojnë në zgjedhjen e konsumatorit. Me anë të metodës së përgjasisë maksimale, vlerësuam nëse karakteristikat socio-demografike të të anketuarve ndikojnë përkatësinë e tyre në një prej kategorive të llojeve të paguesve si në vijim: me *cash*, me debitim direkt, me transfertë krediti, me kartë debiti, me kartë krediti, me çek dhe me e-banking. Rezultatet e modelit Probit nxjerrin përfundimet e përmbledhura statistikisht, si më poshtë:

- Niveli arsimor dhe i të ardhurave janë dy karakteristika socio-demografike që ndikojnë më së shumti në zgjedhjen e konsumatorit të instrumenteve të pagesave.
- Pavarësisht nga niveli i tyre arsimor, shqiptarët janë mësuar të përdorin *cash*-in si instrument pagese. Pra, rritja e nivelit arsimor të konsumatorëve nuk do të zvogëlonte përdorimin e *cash*-it në pika të ndryshme shitjeje.
- Ata që do të ndikohen pozitivisht nga niveli i tyre arsimor janë

përdoruesit e debitimit direkt, transfertave të kreditit, kartës së debitit dhe kartës së kreditit. Me rritjen e nivelit të arsimimit rritet dhe probabiliteti i përdorimit të një prej instrumenteve të mësipërme *cash* nga konsumatorët.

- Ndryshe nga sa më lart, karakteristikat socio-demografike si gjinia dhe madhësia e familjes nuk ndikojnë në zgjedhjet e konsumatorëve.

Në vazhdim, përgjigjet që konsumatorët kanë dhënë, nxjerrin në pah dy prej arsyeve më kryesore pse ata zgjedhin të paguajnë me *cash*. "Prakticiteti/ Lehtësia në përdorim" dhe "E shpejtë". Kjo nënkupton që ofruesit e instrumenteve të pagesave do të mund të përmirësojnë përdorimin e instrumenteve të pagesës elektronike nëse përmirësojnë praktikitetin ose shpejtësinë e përdorimit.

Ndonëse *cash*-i është metoda e pagesës më e përdorur nga konsumatorët shqiptarë, për sa i përket sigurisë ajo ngelet më pak e vlerësuara prej tyre (mesatarisht nën 4.5). Kjo "mangësi" e përdorimit të *cash*-it mund të jetë në favor të aktorëve të tregut në nismën e tyre për promovimin e instrumenteve alternative (më të sigurta).

Për të përmbledhur përfundimet e mësipërme, rezultatet e modelit Probit, rikonfirmojnë (me metoda ekonometrike) përfundimet e Ceca, Pllaha dhe Semit (2013), për faktin se karakteristikat socio-demografike si arsimimi, niveli i të ardhurave dhe statusi i punësimit ndikojnë në zgjedhjen e instrumentit të pagesës nga konsumatorët. Përveç kësaj, gjetjet e mësipërme janë në përputhje me gjetjet e Junker (2005), i cili gjithashtu konstaton se niveli i të ardhurave dhe i arsimimit ndikojnë në zgjedhjen e instrumenteve të pagesave të konsumatorëve holandezë. Gjetjet e mësipërme përputhen gjithashtu me gjetjet e Arango, Huynh & Sabetti (2011), të cilët gjithashtu konstatojnë se karakteristikat socio-demografike të konsumatorëve luajnë rol të rëndësishëm në zgjedhjen e tyre.

7. REFERENCAT

Andrews (1988), "Chi – Square diagnostic tests for econometric models: Theory" *Econometrica*, Vol. 56, No. 6, pp 1419 – 1453.

Arango, Huynh and Sabetti (2011) "How do you pay? The role of incentives at the point-of-sale" Working Paper Series of the European Central Bank.

Bank of Albania (2004 - 2013), Sistemet e pagesave (http://www.bankofalbania.org/web/payment_system_57_2.php)

Bedre-Defolie and Calvano (2009) "Pricing payment cards". Working Paper Series of the European Central Bank.

Bolt and Schmiedel (2009) "SEPA, efficiency, and payment card competition" Working Paper Series of the European Central Bank.

Ceca, Pllaha and Semi (2013) "Raport i anketimit mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave – bizneset" *Seria e materialeve të diskutimit të Bankës së Shqipërisë 2013. 6th Economic Research in SEE countries*, Tirana, November 2012.

Ceca, Pllaha and Semi (2013) "Raport i anketimit mbi përdorimin e instrumenteve të pagesave – individët" *Seria e materialeve të diskutimit të Bankës së Shqipërisë 2013*.

European Central Bank (2011) "The use of euro banknotes – results of two surveys among households and firms". *Monthly bulletin*, (April 2011).

Federal Reserve Bank, (2012) *Economic Research* (<http://www.frbsf.org/economic-research/>)

Greene (2008) "Discrete Choice Modeling" New York University Stern School of Business

Guadamillas (2008) "Balancing Cooperation and Competition in Retail Payment Systems", *Financial infrastructure series. Payment systems policy and research* (The World Bank, November 2008)

Hasan, Schmiedel and Song (2009) "Return to retail banking and payments" Working Paper Series of the European Central Bank.

Hosmer and Lemeshow, "Applied logistic regression" Wiley, New York, 1989. No. of pages: xiii + 307

Humphrey (2009) "Payment scale economies, competition, and pricing" Working Paper Series of the European Central Bank.

INSTAT (2011), Të dhënat e Census-it mbi popullatën, (www.instat.gov.al/).

INSTAT (2011) Të dhëna nga anketimi i buxhetit të familjes 2006-2007 (www.instat.gov.al/)

Jonker (2005) "Payment Instruments as Perceived by Consumers – a Public Survey" Working Paper No. 053/2005 De Nederlandsche Bank

Kalckreuth Schmidt & Stix (2009) "Choosing and using payment instruments. Evidence from German microdata" Retail payments: Integration and innovation. Working Paper Series of the European Central Bank

Kalckreuth Schmidt & Stix (2011) "Using cash to monitor liquidity – implications for payments, currency demand and withdrawal behavior". Conference on the future of retail payment: opportunities and challenges. Working Paper Series of the European Central Bank.

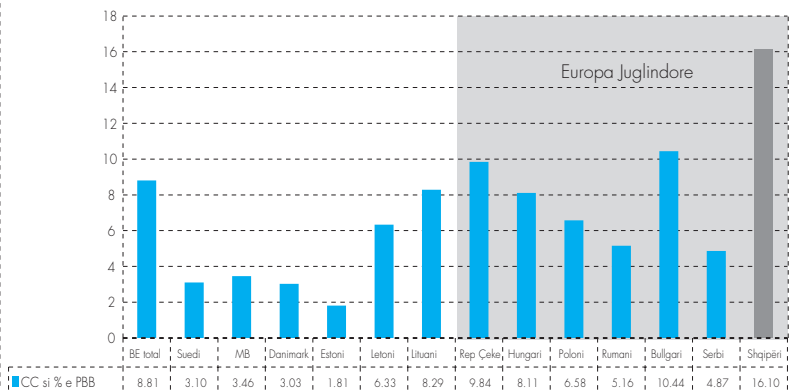
McKinsey at al. (2006) "Payment systems in the Netherlands: an analysis of revenues and costs for banks". Bank expert meetings, The Netherlands.

Oviedo, (2009) "Economic Informality: Causes, Costs, and Policies A Literature Survey of International Experience" Country Economic Memorandum (CEM) – Informality: Causes, Consequences, Policies.

Scholnick, (2009) "Credit card use after the final mortgage payment: does the magnitude of income shocks matter?" Working Paper Series of the European Central Bank.

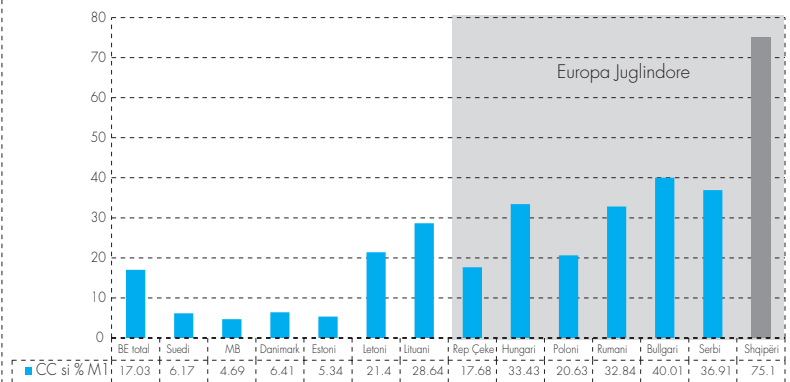
8. ANEKS

Grafiku 8. Niveli i parave në qarkullim si % ndaj PBB-së, 2015



Burimi: Banka Qendrore Evropiane;
(<http://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000001964>) dhe bankat qendrore përkatëse.

Grafiku 9. Niveli i parasë në qarkullim në % gjatë M1 2010



Burimi: Banka Qendrore Evropiane;
(<http://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000001964>) dhe bankat qendrore përkatëse.

Tabela 6. Testi “Goodness of Fit” për ekuacionin e përdoruesit të shpeshtë të cash-it

Vlerësimi “Goodness of Fit” për specifikimin Binar								
Testet Andrews dhe Hosmer-Lemeshow								
Ekuacion: EQ01FREQ_CASH								
Data: 11/22/13 Ora: 16:15								
Grupim në bazë të rezikut të parashikuar (“randomize ties”)								
	Kuantili i rezikut	Dep=0	Dep=1	Total	L-U			
	I ulët	I lartë	Aktual	I Pritsh	Aktual	I Pritsh	Obs.	Vlera
1	0.4708	0.6406	7	8.25501	13	11.7450	20	0.32490
2	0.6406	0.6747	7	6.89621	13	13.1038	20	0.00238
3	0.6747	0.7120	5	6.09935	15	13.9007	20	0.28509
4	0.7120	0.7368	10	5.47190	10	14.5281	20	5.15839
5	0.7378	0.7671	5	4.90870	15	15.0913	20	0.00225
6	0.7712	0.7884	3	4.44228	17	15.5577	20	0.60197
7	0.7885	0.8193	1	3.98518	19	16.0148	20	2.79255
8	0.8206	0.8459	7	3.31443	13	16.6856	20	4.91234
9	0.8515	0.8736	2	2.78148	18	17.2185	20	0.25503
10	0.8759	0.9502	1	1.82488	19	18.1751	20	0.41030
		Total	48	47.9794	152	152.021	200	14.7452
HL Statistic	14.7452		Prob. Chi-Sq(8)	0.0643				
Andrews Statistic	20.6508		Prob. Chi-Sq(10)	0.0237				

Tabela 7. Testet “Goodness of Fit” të 7 ekuacioneve

	Variabli i varur =0		Variabli i varur =1		Nr. i vëzhgimeve	Andrews Statistic	
	Aktual (Total)	I pritsh. (Total)	Aktual (Total)	I pritsh. (Total)	Vëzhgime total		Prob. Chi-Sq(10)
Ekuacioni							
Përdorues i shpeshtë Cash	48	47.9794	152	152.021	200	20.6508	0.0237
Përdorues i shpeshtë Debitim direkt	188	188.013	12	11.9874	200	84.8648	0.0000
Përdorues i shpeshtë Transferta krediti	194	194.029	6	5.97127	200	143.9564	0.0000
Përdorues i shpeshtë Kartë debiti	166	165.977	34	34.0226	200	34.8089	0.0001
Përdorues i shpeshtë Kartë krediti	174	173.965	26	26.0347	200	26.2500	0.0034
Përdorues i shpeshtë Çek	195	194.991	5	5.00864	200	122.6235	0.0000
Përdorues i shpeshtë E-banking	192	191.997	8	8.00315	200	120.6729	0.0000

CIP Katalogimi në botim BK Tiranë

Alban Pllaha, Kliti Ceca, Valentina Semi
Instrumentet e pagesës siç perceptohen nga
konsumatorët shqiptarë - Vlerësime të një
"Modeli Probit" mbi një anketim publik /
/ Pllaha Alban, Ceca Kliti, Semi Valentina - Tiranë:
Banka e Shqipërisë, 2016

-36 f; 15.3 x 23 cm. (material studimor ..)

Bibliogr.

ISBN: 978-9928-4359-0-3

Këtë publikim mund ta gjeni edhe në formë elektronike në adresën:

www.bankofalbania.org

*Në qoftë se dëshironi të keni kopje të
shkruara të tij mund t'i kërkonit në adresën:*

*Banka e Shqipërisë
Sheshi "Skënderbej", Nr.1, Tiranë
Tel.: + 355 4 2419301/2/3; + 355 4 2419401/2/3
Faks: + 355 4 2419408*

*ose duke dërguar një e-mail në adresën:
public@bankofalbania.org*

Tirazhi: 320 kopje