

RAPORT I ANKETIMIT
MBI PËRDORIMIN E
INSTRUMENTEVE TË
PAGESËS – BIZNESET

Kliti Ceca
Alban Pllaha
Valentina Semi*

01 (60) 2013

MATERIAL DISKUTIM

BANKA E SHQIPËRISË



** Kliti Ceca, Alban Pllaha Departamenti i Kërkimeve, Banka e Shqipërisë
e-mail: kceca@bankofalbania.org, apllaha@bankofalbania.org*

**Valentina Semi, Departamenti i Sistemeve të Pagesave, Banka e Shqipërisë
e-mail: vsemi@bankofalbania.org*

Periodha e realizimit të anketimit: shkurt – mars, 2012

*Pikëpamjet e shprehura në këtë material janë të autorëve dhe ato nuk pasqyrojnë
domosdoshmërisht pikëpamjet dhe politikën e Bankës së Shqipërisë.*

PËRMBAJTJA

<i>Abstrakt</i>	5
1. <i>Hyrje</i>	6
2. <i>Metodologjia</i>	8
3. <i>Të dhëna të anketës</i>	11
4. <i>Ndikimi i madhësisë së biznesit në përdorimin e instrumenteve të pagesës</i>	35
5. <i>Ndikimi i llojit të biznesit në përdorimin e instrumenteve të pagesës</i>	51
6. <i>Ndikimi i volumit të xhiros mesatare ditore të biznesit në përdorimin e instrumenteve të pagesës</i>	72
7. <i>Përfundimet dhe sugjerimet kryesore</i>	92
<i>Aneks 1</i>	96
<i>Literatura</i>	99

ABSTRAKT

Në kuadrin e vlerësimit të përdorimit të instrumenteve të pagesave, në periudhën shkurt – mars 2012, është kryer një anketim me 400 biznese dhe janë analizuar përgjigjet e tyre. Anketimi është kryer në zonën Tiranë – Durrës ku është dhe përqendrimi kryesor i bizneseve dhe i transaksioneve bankare.

Studimi është i bazuar mbi një anketim publik. Zgjedhja e ndërmarrjeve është bazuar në “Anketën strukturore të ndërmarrjeve, 2011, INSTAT”. Studimi pasqyron vlerësime të ndërmarrjeve të përzgjedhura për pyetjet e shtrua.

Disa nga gjetjet kryesore të këtij anketimi sugjerojnë se: bizneset që pranojnë pagesat nëpërmjet POS-ve, vlerësojnë se ndikimin më të madh në adoptimin e këtyre instrumenteve e kanë pasur elementët e sigurisë dhe besueshmërisë; biznese të cilat nuk pranojnë pagesa nëpërmjet POS-ve, vlerësojnë se do të adoptonin këto mënyra pagesash nëse më shumë klientë do t’i kërkonin këto mënyra pagesash dhe nëse kostot e adoptimit të këtyre mënyrave pagese do të reduktoheshin; ndër tiparet e instrumenteve të pagesave më të vlerësuara nga bizneset janë “kontakti me tregun” dhe “besimi”; tiparet më pak të vlerësuar nga bizneset janë “avantazhi relativ i çmimit” dhe “prezenca në treg”; mungesa apo paqartësia e informacionit për përdorimin e mjeteve të pagesës, evidentohet si një barrierë që pengon përdorimin në masë të instrumenteve të pagesës nga bizneset; disa biznese shprehen gjithashtu që përdorimi i instrumenteve të pagesës është tashmë i nevojshëm dhe krijon një imazh modern për biznesin e tyre.

1. HYRJE

Në kuadrin e vlerësimeve të opinioneve të përdoruesve të instrumenteve të pagesave, mbas analizës së anketimit të individëve, është realizuar dhe kjo analizë e anketimit të bizneseve, si mbartës të instrumenteve të pagesave në shërbim të klientëve.

Të dy këto analiza anketimesh, plotësojnë një spektër të plotë analizash të perceptimeve dhe vlerësimeve të përdoruesve të këtyre sistemeve.

Anketimi me bizneset si përdoruese të instrumenteve të pagesave, u realizua në periudhën shkurt – mars 2012. Në këtë anketim u vlerësuan çështje të ndryshme lidhur me këto instrumente. Në thelb, ky anketim synon identifikimin e karakteristikave të cilat ndikojnë pozitivisht apo negativisht në përdorimin e instrumenteve të pagesave prej bizneseve. Anketimi u mundësua nga Banka e Shqipërisë, u konceptua dhe u përpunua nga Departamenti i Kërkimeve, mbështetur nga Departamenti i Sistemeve të Pagesave dhe nga Departamenti i Statistikës si dhe u realizua në terren nga INSTAT.

Në përzgjedhjen e bizneseve si kusht bazë u morr përzgjedhja e 200 bizneseve të cilat ofrojnë pagesa nëpërmjet aparateve POS (me anë të kartës së debitit apo kartës së kreditit) dhe përzgjedhja e 200 bizneseve të tjera të cilat nuk ofrojnë pagesa nëpërmjet këtyre aparateve POS. Në këtë mënyrë është krijuar mundësia për të bërë vlerësimet e nevojshme për secilin prej grupeve si dhe nga ana tjetër është krijuar mundësia për të bërë analiza krahasuese ndërmjet grupeve.

Së bashku me anketimin për individët, vlerësojmë se ky anketim do të mund të lehtësojë punën e kërkuesve të fushave që kanë lidhje me pagesat si dhe do të mund të shërbejë gjithashtu për të studiuar korrelacione të mundshme midis variablave të pozuar në të dy studimet me variabla të tjerë të sektorit real dhe financiar. Theksojmë se studimi është i bazuar mbi një anketim publik. Ai pasqyron vlerësime të të anketuarve për pyetjet e shtruar.

Në këtë material përfshihen të dhëna që lidhen me secilën pyetje të pyetësit si dhe janë bërë kryqëzimet përkatëse për një pjesë të konsiderueshme të pyetjeve.

Struktura e kapitujve të këtij materiali përmban vlerësimin e dendurive të secilës prej variablave të vlerësuar në anketë si dhe shumë pyetje të kryqëzuara që kanë lidhje me pjesën kryesore të problematikës së shtruar. Në analizën dhe komentet e bëra, shtrohen hipoteza të tjera e që mendohet të vlerësohen në punime të veçanta. Më pas, materiali mbyllet me disa përfundime dhe sugjerime për variablat e studiuar në material.

2. METODOLOGJIA

Synimi i anketimit të bizneseve është që të evidentojë perceptimet e tyre për instrumentet e pagesave. Në këtë anketim bizneset janë parë si përdoruese ose jo të instrumenteve të pagesave në drejtim të klientit, pra për të lehtësuar pagesat e klientëve nëpërmjet këtyre instrumenteve. Për nevoja të studimit, siç përmendet dhe më poshtë, janë zgjedhur 2 grupe biznesesh: që përdorin dhe që nuk përdorin këto instrumente pagesash.

Një kopje e anketës gjendet në aneksin 1.

Vëllimi i zgjedhjes u morr paraprakisht 400 biznese, gjysma prej të cilëve pranojnë pagesa me karta krediti apo debiti, nëpërmjet pajisjeve POS dhe gjysma tjetër që nuk pranojnë pagesa të tilla (gjë që evidentohet në pyetjet P10 dhe P11 të anketës). Kjo mënyrë zgjedhjeje mundëson dhe studime krahasuese midis nënbashkësive nëpërmjet teknikave më të avancuara matematike.

Zgjedhja u realizua në zonën Tiranë – Durrës ku është dhe përqendrimi më i madh i bizneseve në vend. Si kritere për ndarjen e bizneseve në këtë rajon gjeografik u përdorën të dhëna nga INSTAT. Kështu, si kritere për realizimin e zgjedhjes u përdorën:

- Gjysma e bizneseve pranojnë pagesa me karta krediti apo debiti, nëpërmjet pajisjeve POS dhe gjysma tjetër që nuk pranojnë pagesa të tilla (gjë që evidentohet në pyetjet P10 dhe P11 të anketës).
- Raporti i bizneseve në rrethin e Tiranës me rrethin e Durrësit të jetë afërsisht i barabartë me 304 / 96, bazuar në raportin e bizneseve të publikuar nga INSTAT për vitin 2011¹.

Bazuar mbi këto kritere, bizneset e intervistuar janë sipas vëllimeve në tabelën më poshtë:

¹ Regjistri i ndërmarrjeve, INSTAT. Ndërmarrjet aktive sipas qarqeve 2011. Burimi: INSTAT, instat.gov.al

Tabela 1. Ndarja e vëllimit të zgjedhjes së bizneseve sipas rrethit dhe faktit që përdorin ose jo POS.

	Numri i ndërmarrjeve aktive (INSTAT 2011)	Biznese që përdorin POS, vëllimi i zgjedhjes	Biznese që nuk përdorin POS, vëllimi i zgjedhjes	Total
Qarku i Tiranës	40,656	152	152	304
Qarku i Durrësit	12,829	48	48	96
Total	53,485	200	200	

Gjithashtu, përfaqësimi i llojeve të ndryshme të biznesit u bë sipas tabelës së mëposhtme:

Tabela 2. Ndarja e përafërt e vëllimeve të zgjedhjes së bizneseve sipas “Llojit të bizneseve”.

Nr.	Lloji i biznesit:	Komente:	Përdor POS	Nuk përdor POS
1.	Dyqane ushqimore			
1.1.	Supermarket	Këtu përfshihen dyqane të mëdha ose shumë të mëdha me artikuj kryesisht ushqimore. Nuk është e rëndësishme të përbëjnë zinxhir dyqanesh.	Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
1.2.	Dyqane të zakonshme ushqimore	Këtu përfshihen dyqane normale me artikuj kryesisht ushqimorë.		
2.	Dyqane joushqimore			
2.1.	Supermarket	Këtu përfshihen dyqane të mëdha ose shumë të mëdha me artikuj joushqimorë. Nuk është e rëndësishme që të përbëjnë zinxhir dyqanesh.	Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
2.2.	Dyqane të zakonshëm joushqimorë	Këtu përfshihen dyqane normale me artikuj joushqimorë.		
3.	Bare/ restorante		Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
4.	Hoteleri, agjenci turistike		Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
5.	Ndërtim	Në këtë sektor përfshihen: çdo lloj kompanie në sektorin e ndërtimit	Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
6.	Import/eksport dhe transporti.		Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
7.	“Kompani utilitare” (Ujësjellës, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)		Rreth 28 – 29 biznese	Rreth 28 – 29 biznese
	Total:		200 biznese	200 biznese

Ndërmarrjet u zgjedhën sipas regjistrimit të bizneseve që INSTAT disponon dhe plotësuan tiparet e mëposhtme:

- Ndërmarrjet e zgjedhura për këtë anketë janë ndërmarrje aktive prej vitesh dhe që kthejnë përgjigje për anketimet, në studimet e kryera nga INSTAT (ASN_2011).
- Sipas mënyrës së pozimit të metodologjisë u përdorën 7 grupe aktivitete biznesi (sipas Tabelës 2), për secilin prej 2 rretheve – që në total bëjnë 14 nëngrupe (ose strata) për bizneset që përdorin POS dhe po njëllor 14 nëngrupe (ose strata) të tjera për ndërmarrjet që nuk përdorin POS.
- Për zgjedhjen brenda secilit nëngrup u përdor shpërndarja uniforme.

Më tej:

- Tek Grupi i ndërmarrjeve që “Përdorin POS” u zgjodhën ndërmarrjet “*Vip/ Exhaustive*”² që realizojnë të ardhura të mëdha vjetore dhe që kanë numër të lartë punonjësish, si edhe ato me numër të vogël punonjësish dhe vlerë të lartë xhiroje vjetore. Si rast i veçantë, bazuar në tipin e aktivitetit (kryesisht aktiviteti tregtar): u zgjodhën si ndërmarrjet e vogla (për shembull dyqanet e vogla), ashtu edhe ndërmarrjet e mëdha që përdorin POS-e.
- Tek Grupi i ndërmarrjeve që “Nuk përdorin POS” u zgjodhën ndërmarrjet e quajtura “*Sample*”³, që realizojnë të ardhura të vogla vjetore dhe që kanë numër të vogël punonjësish. Rast i veçantë, bazuar në formën legale u zgjodhën disa prej ndërmarrjeve “*VIP/Exhaustive*”, që nuk bëjnë pjesë tek bashkësia e ndërmarrjeve që përdorin POS, si për shembull ndërmarrjet shtetërore.

Personat përfaqësues nga kompanitë, të cilët janë anketuar, janë përzgjedhur që të kenë pozicion pune që mbart informacion për pyetjet e bëra. Mënyra e realizimit në praktikë e anketimit ishte metoda “ballë për ballë me anketuesin”. Anketa është dhënë në aneksin 1 të këtij studimi.

² “VIP” quhen ndërmarrjet që konsiderohen të tilla nga Burimet Administrative. Ato mund të jenë të çfarëdolloj madhësie lidhur me numrin e punonjësve. “Exhaustive” quhen ndërmarrjet e mesme dhe të mëdha, me të paktën 10 punonjës dhe që realizojnë vlera të mëdha xhiroje vjetore. Burimi: INSTAT.

³ “Sample” quhen ndërmarrjet e vogla me më pak se 10 punonjës dhe që realizojnë vlerë xhiroje vjetore të vogël. Burimi: INSTAT.

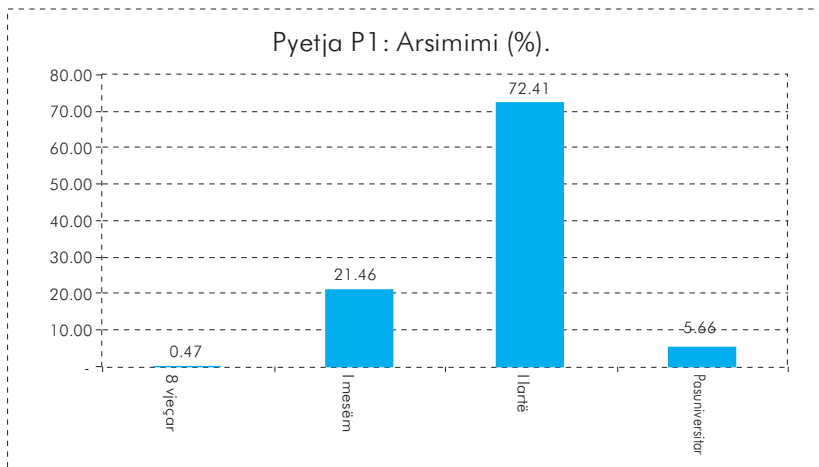
3. TË DHËNA TË ANKETËS

3.1. TË DHËNA TË PËRGJITHSHME

Në të dhënat e përgjithshme të individëve që janë anketuar si përfaqësues të bizneseve të përzgjedhura, përfshihen disa tipare standarde si arsimi, mosha, gjinia dhe pozicioni i punës në kompani. Këto të dhëna në formë tabelore dhe grafike, që përfshihen në pjesën A të anketës, jepen në këtë pikë.

Nga anketimi, në përgjigje të pyetjes P1, rezultoi se individët që u intervistuan si përfaqësues të bizneseve të zgjedhur, kishin nivel arsimimi si më poshtë:

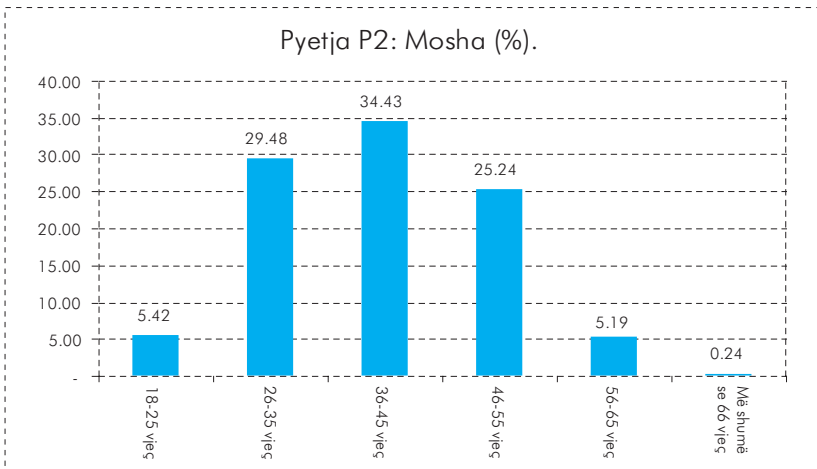
Pyetja P1: Arsimimi (%).	
	Përqindja
8 vjeçar	0.47
I mesëm	21.46
I lartë	72.41
Pasuniversitar	5.66
Total	100.00



Nga tabela dhe nga grafiku i mësipërm, vihet re që mbi 78 % e individëve të intervistuar si përfaqësues të bizneseve të përzgjedhur, ishin me arsim të lartë apo pasuniversitar.

Në përgjigje të pyetjes P2, lidhur me moshën e individëve të anketuar, rezultuan përgjigjet si në tabelën dhe grafikun më poshtë:

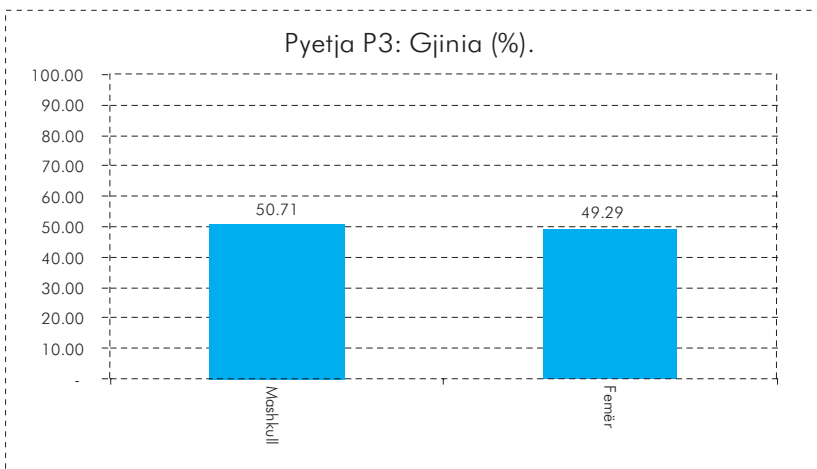
Pyetja P2: Moshë (%).	
	Përqindja
18-25 vjeç	5.42
26-35 vjeç	29.48
36-45 vjeç	34.43
46-55 vjeç	25.24
56-65 vjeç	5.19
Më shumë se 66 vjeç	0.24
Total	100.00



Nga tabela dhe nga grafiku i mësipërm, vihet re që mbi 89 % e të anketuarve janë në intervalin e moshës 26 – 65 vjeç, ndërsa shumica e tyre, rreth 34.43 % janë në intervalin 36 – 45 vjeç.

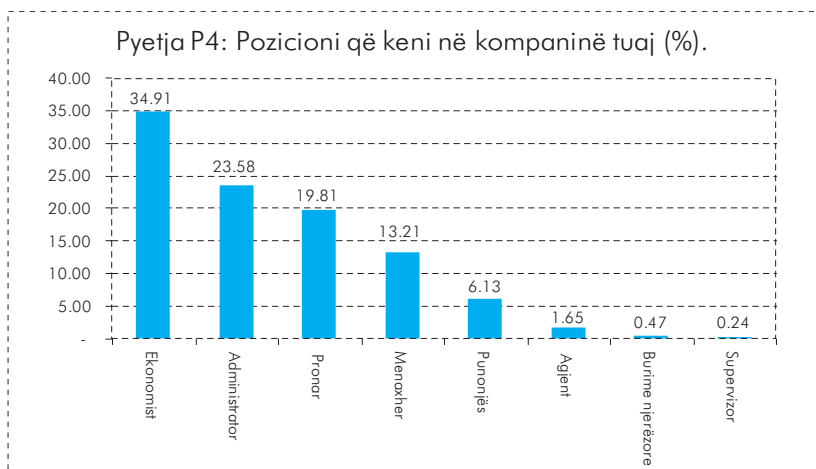
Përfaqësimi gjinor i individëve të anketuar, në përgjigje të pyetjes P3, është dhënë në tabelën dhe në grafikun më poshtë:

Pyetja P3: Gjinia (%).	
	Përqindja
Mashkull	50.71
Femër	49.29
Total	100.00



Në përgjigje të pyetjes P4 për pozicionin e punës që ka individ i anketuar në biznesin e përzgjedhur, jepen përgjigjet si në tabelën dhe në grafikun më poshtë:

Pyetja P4: Pozicioni që keni në kompaninë tuaj (%).	
	Përqindja
Ekonomist	34.91
Administrator	23.58
Pronar	19.81
Menaxher	13.21
Punonjës	6.13
Agjent	1.65
Burime njerëzore	0.47
Supervizor	0.24
Total	100.00



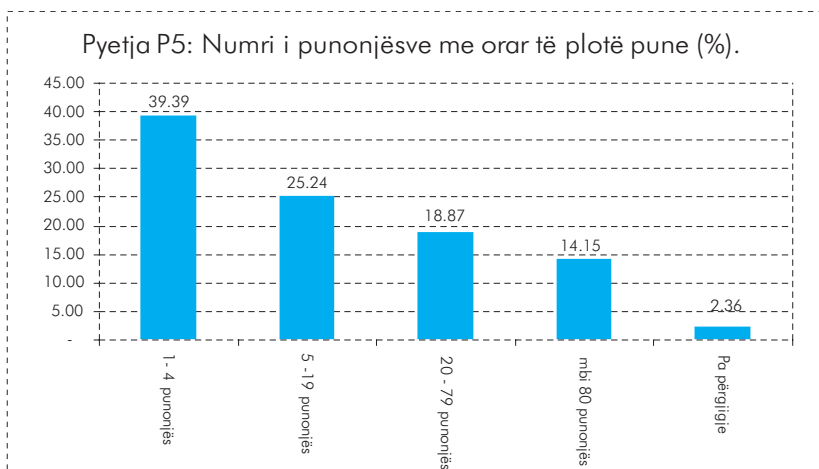
Nga tabela vihet re që si përfaqësues të bizneseve, të përzgjedhur për t'u anketuar, janë individë që në më shumë se 91.5 % të rasteve kanë pozicione pune: ekonomist, administrator, pronar apo menaxher.

3.2. TË DHËNA TË BIZNESIT

Në të dhënat e përgjithshme të biznesit, për bizneset e përzgjedhur për t'u anketuar, janë përfshirë disa tipare të pjesës B të anketës, të cilat përshkruhen më poshtë.

Kështu, të pyetur në pyetjen P5 për "Numrin e punonjësve me orar të plotë pune", jepen përgjigjet si në tabelën dhe grafikun më poshtë:

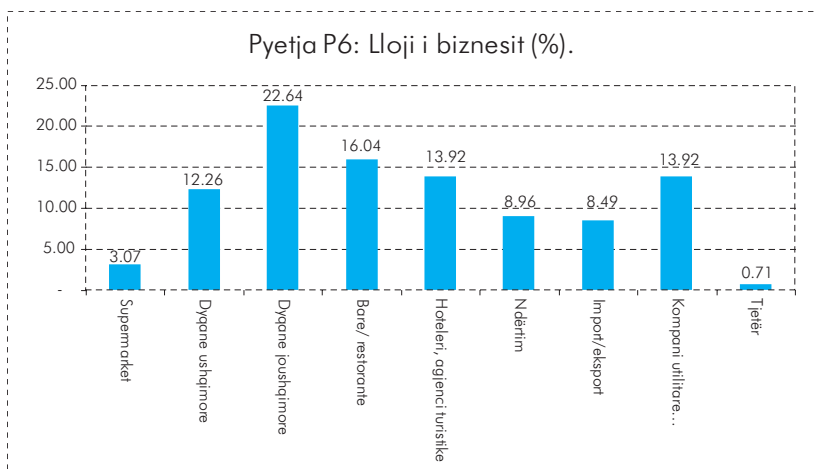
Pyetja P5: Numri i punonjësve me orar të plotë pune (%).	
	Përqindja
1 - 4 punonjës	39.39
5 - 19 punonjës	25.24
20 - 79 punonjës	18.87
mbi 80 punonjës	14.15
NënTotal	97.64
Pa përgjigje	2.36
Total	100.00



Nga tabela vihet re që 97.64 % e bizneseve të përzgjedhur japin përgjigje për këtë pyetje si dhe që shumica e tyre 39.39 %, kanë 1 – 4 punonjës, ndërsa 25.24 % kanë nga 5 – 19 punonjës. Rezultatet e kësaj përgjigjeje shkojnë në linjë të njëjtë me të dhënat e “ASN 2010” të INSTAT-it, ku pjesa më e madhe e bizneseve dominohet nga kompanitë e vogla dhe të mesme.

Të pyetur në pyetjen P6 për llojin e biznesit, të klasifikuar sipas nënndarjeve të pyetjes, jepen përgjigjet si në tabelën dhe grafikun më poshtë:

Pyetja P6: Lloji i biznesit (%).	
	Përqindja
Supermarket	3.07
Dyqane ushqimore	12.26
Dyqane joushqimore	22.64
Bare/ restorante	16.04
Hoteleri, agjenci turistike	13.92
Ndërtim	8.96
Import/eksport	8.49
Kompani utilitare (Ujësjellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	13.92
Tjetër	0.71
Total	100.00

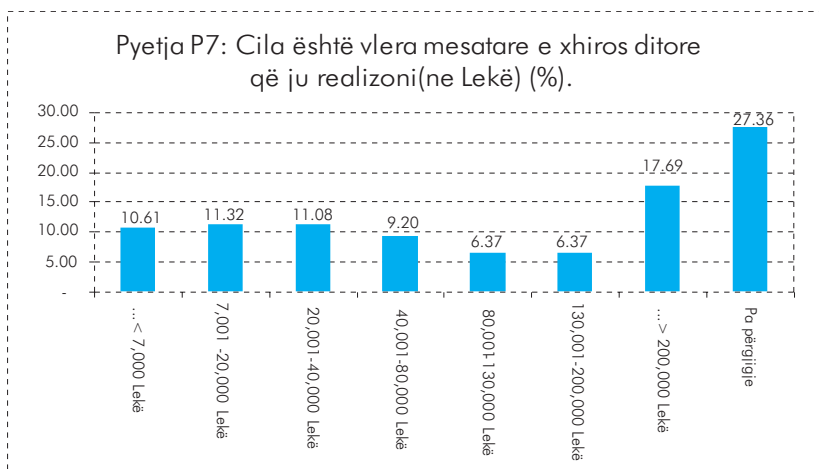


Nga tabela dhe grafiku vihet re se:

Shumica e bizneseve të zgjedhur janë dyqane joushqimore, bare/ restorante, hoteleri – agjenci turistike, kompani utilitare, etj. Nga ana tjetër përqindja relativisht e ulët e supermarketeve në zgjedhje, i përkon dhe prezencës relativisht të kufizuar të supermarketeve të mëdha në tregun shqiptar, të cilat do të ofronin mundësinë e përdorimit të instrumenteve të pagesave klientëve të tyre. Argumente shtesë për pohimet e thëna do të mund të shtjellohen më gjatë në material.

Të pyetur në pyetjen P7 për vlerën e xhiros mesatare ditore që realizojnë, të anketuarit japin përgjigjet si në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm:

Pyetja P7: Cila është vlera mesatare e xhiros ditore që ju realizoni (në Lekë)?	
	Përqindja
...< 7,000 Lekë	10.61
7,001 - 20,000 Lekë	11.32
20,001 - 40,000 Lekë	11.08
40,001 - 80,000 Lekë	9.20
80,001 - 130,000 Lekë	6.37
130,001 - 200,000 Lekë	6.37
...> 200,000 Lekë	17.69
NënTotal	72.64
Pa përgjigje	27.36
Total	100.00



Nga tabela dhe grafiku vihet re që për bizneset e përzgjedhura:

Rreth 27.36 % e tyre nuk i japin përgjigje pyetjes së bërë;

Rreth 17.68 % e tyre janë në vlerat e xhiros ditore mbi 200,000 Lekë;

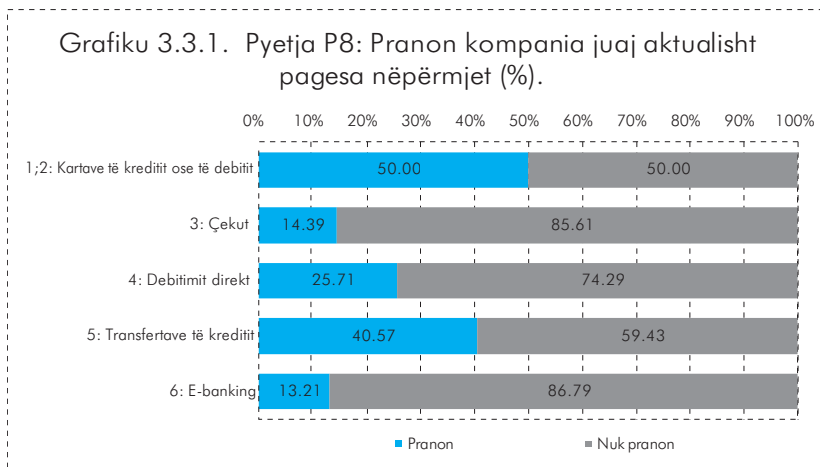
Ndërsa për gjithë intervalet e tjera të xhiros sipas tabelës, numri i bizneseve të përzgjedhur është pothuajse i barabartë për çdo interval, me vlera që luhaten nga 6.37 % – 11.32 % të numrit total të ndërmarreve të përzgjedhura.

3.3. PËRDORIMI KONKRET I INSTRUMENTEVE BANKARE

Në këtë grup pyetjesh të pjesës C të anketës, u jepet përgjigje përdorimit konkret të instrumenteve të pagesës nga bizneset, cilat prej tyre përdorin, në çfarë mase dhe koha përkatëse e përdorimit.

Kështu, të pyetur në pyetjen P8 se a pranon kompania ndonjë prej instrumenteve të pagesës së listuar (si më poshtë) dhe prej sa kohësh, të anketuarit japin përgjigjet si në tabelën dhe grafikun më poshtë.

Tabela 3.3.1. Pyetja P8: Pranon kompania juaj aktualisht pagesa nëpërmjet (%)?	Pranon	Nuk pranon	Totali
1;2: Kartave të kreditit ose të debitit	50.00	50.00	100.00
3: Çekut	14.39	85.61	100.00
4: Debitimit direkt	25.71	74.29	100.00
5: Transfertave të kreditit	40.57	59.43	100.00
6: E-banking	13.21	86.79	100.00

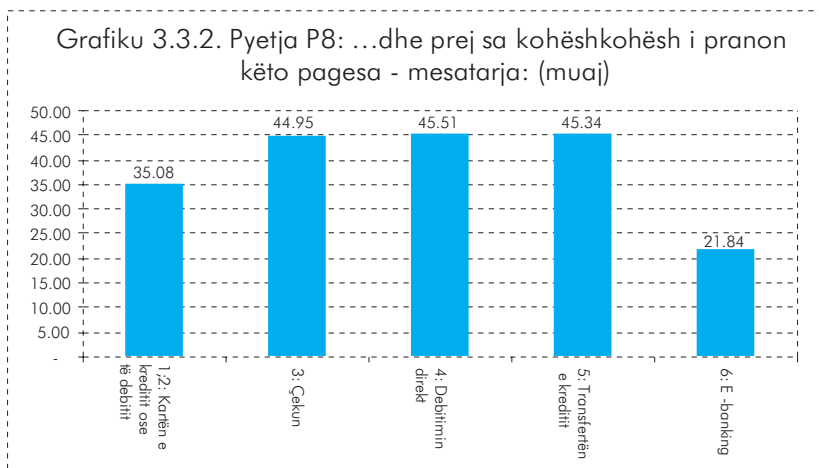


Nga tabela dhe grafiku fillimisht vihet re që të pranuarit e pagesave nëpërmjet kartave të kreditit ose të debitit bëhet rigorozisht nga gjysma e bizneseve – meqenëse kështu u përcaktua vetë zgjedhja, siç pohohet dhe në kapitullin e metodologjisë. Më tej, instrumentet e pagesave më të pranuar nga bizneset janë si vijon: “transferta e kreditit” me 40.57 %, e ndjekur nga “debitimi direkt” me 25.71 %, më pas prej “çekut” 14.39 % dhe në fund ‘e-banking’ me 13.21 %.

Duke qenë se “debitimi direkt” mund të pranohet si instrument pagese vetëm nga kompanitë utilitare, përqa ndja relativisht e lartë e përdorimit (25.71 %) gjithsesi mund të tregojë dhe nivel relativ mosnjohjeje të këtij instrumenti.

Në tabelën e mëposhtme, jepen të dhëna statistikore përshkruese për vlerësimin kohor të kohës së përdorimit të secilit prej instrumenteve të pagesës.

Tabela 3.3.2. Pyetja P8: ...dhe prej sa kohësh i pranon këto pagesa:	Mesatarja (muaj)	Varianca (var)
1;2: Kartën e kreditit ose debitit	35.08	710.50
3: Çekun	44.95	1,298.58
4: Debitimin direkt	45.51	1,122.86
5: Transfertën e kreditit	45.34	1,404.47
6: E-banking	21.84	704.76



Nga tabela dhe grafiku (i mesatareve) vihet re që debitimi direkt dhe transferata e kreditit janë instrumentet më të hershme të përdorura nga kompanitë e zgjedhura me mbi 45 muaj. “E-banking” është instrumenti i pagesave që ka gjetur përdorim më vonë nga gjithë instrumentet e tjerë (mesatarisht prej vetëm 22 muajsh). Kjo është në linjë edhe me prezantimin relativisht më të vonshëm të këtij instrumenti në tregun shqiptar.

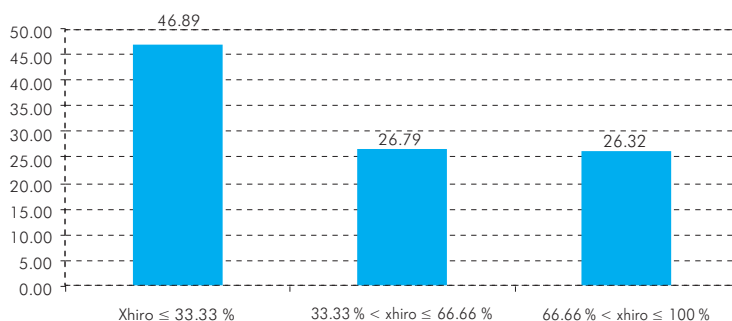
Përdorimi, disi i gjatë në kohë i “debitimit direkt” lë për të dyshuar në njohjen e saktë të këtij instrumenti, duke favorizuar kështu thellimin e edukimit financiar.

Më tej, në pyetjen P9, të pyetur se “Sa përqind e xhiros suaj vjen (mesatarisht) nga përdorimi i pagesave me këto instrumente? (në %)", të anketuarit përgjigjen si në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm. Për lehtësi të studimit, vlerat numerike (të shprehura në %) të dhëna në këtë pyetje janë grupuar në tre intervale: $[0; 33.33]$, $]33.33; 66.66]$ dhe $]66.66; 100]$. Gjithashtu, duhet përmendur që përgjigje të vlefshme janë afërsisht 49.3 %.

Tabela 3.3.2. Pyetja P9: Sa përqind e xhiros suaj (mesatarisht) vjen nga këto instrumente (%)?

	Përqindja
Xhiro ≤ 33.33 %	46.89
33.33 % < xhiro ≤ 66.66 %	26.79
66.66 % < xhiro ≤ 100 %	26.32
Total	100.00

Grafiku 3.3.2. Pyetja P9: Sa përqind e xhiros suaj (mesatarisht) vjen nga këto instrumente (%).



3.4. ARSYET FILLESTARE TË PËRDORIMIT TË TERMINALEVE TË PAGESAVE POS NGA BIZNESET

Në këtë pyetje, në pjesën D të anketës, i jepet përgjigje arsyeve konkrete të përdorimit të terminaleve të pagesës POS nga bizneset që i kanë këto pajisje në përdorim. Duhet thënë, siç përmendet dhe tek kapitulli i metodologjisë, që gjysma e bizneseve të anketuar pranojnë pagesa me anë të përdorimit të POS. Gjithashtu, në

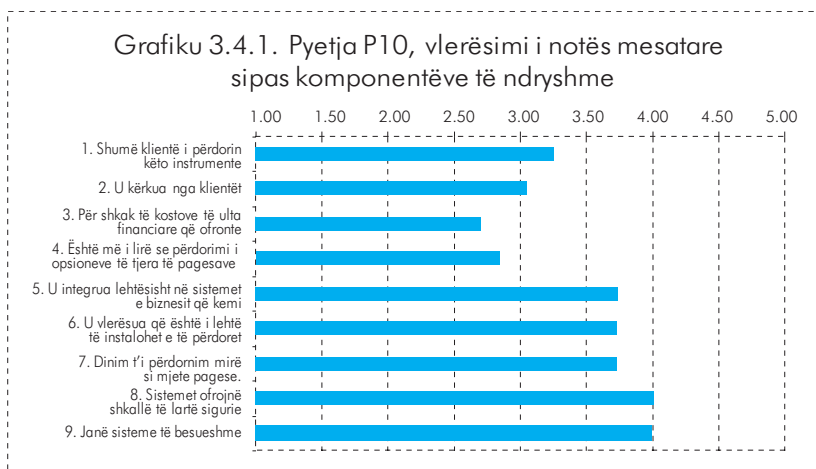
kuadrin metodologjik shtojmë se vlerësimet “Nuk di / pa përgjigje” janë të pakta. Për të lehtësuar përlllogaritjet, ato janë përfshirë në notën “3”, si notë asnjëse.

Kështu, të pyetur në pyetjen P10 “Ju lutem, specifikoni sa të rëndësishme janë arsyet e mëposhtme në vendimin tuaj fillestar për të adoptuar mënyrën e pagesës me sistemet e instrumenteve të pagesave elektronike...”, të anketuarit vlerësojnë me një notë nga 1 – minimum deri në 5 – maksimum, tipare të ndryshme që lidhen me përdorimin e POS.

Mënyra e ndërtimit të kësaj pyetje ishte e tillë që të ketë një ndarje kategorike të tipareve që ndikojnë në adoptimin e terminaleve të pagesave POS. Kështu, pyetjet 1 dhe 2 vlerësojnë rëndësinë e kërkesës nga klientët; pyetjet 3 dhe 4 analizojnë rëndësinë që kanë kostot në adoptimin e sistemit të pagesave; pyetjet 5 dhe 6 vlerësojnë rëndësinë e tipareve dhe karakteristikave të sistemit; pyetja 7 vlerëson rëndësinë e informimit të përgjithshëm; pyetjet 8 dhe 9 vlerësojnë tiparet e sigurisë. Në këtë kuptim, përveç grafikut të notave mesatare sipas komponentëve dhe grafikët e tjerë në vazhdim janë dhënë në çift sipas kombinimeve të përmendura. Të dhënat janë në tabelën dhe grafikët e mëposhtëm.

Tabela 3.4.1. Pyetja P10: Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, sepse:

Nota vlerësuese (1 minimum, 5 maksimum)	Nota vlerësuese mesatare	Dispersioni
1. Shumë klientë i përdorin këto instrumente	3.25	1.44
2. U kërkuva nga klientët	3.05	1.36
3. Për shkak të kostove të ulta financiare që ofronte	2.70	1.42
4. Është më i lirë se përdorimi i opsioneve të tjera të pagesave	2.84	1.61
5. U integrua lehtësisht në sistemet e biznesit që kemi	3.74	0.99
6. U vlerësua që është i lehtë të instalohet e të përdoret	3.73	1.05
7. Dinim t’i përdornim mirë si mjete pagese.	3.73	1.40
8. Sistemet ofrojnë shkallë të lartë sigurie	4.01	1.40
9. Janë sisteme të besueshme	3.99	1.52

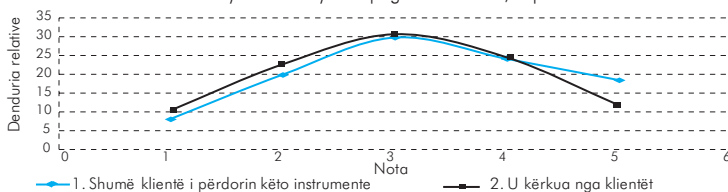


Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re që:

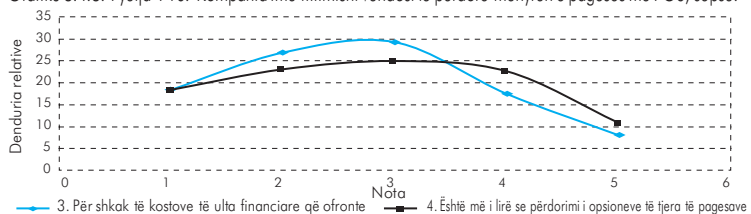
Vlerësimi më i lartë mesatar i dhënë nga bizneset është për çështje (pika 8 dhe pika 9) të nivelit të sigurisë dhe besueshmërisë – rrotull vlerës 4, por gjithsesi ai nuk është maksimal (5). Më pas vjen vlerësimi (pika 5 dhe pika 6) i integritit lehtësisht në sistemet e biznesit si dhe lehtësisht i përdorshëm – me vlerë 3.75. Vlerësim relativisht të lartë ka marrë edhe njohja me instrumentin, gjë që thekson rëndësinë e edukimit financiar në fushën e pagesave. Ndërsa vlerësimi minimal vjen për kostot (pika 3 dhe pika 4), gjë që mund të lidhet me komisionet relativisht të larta të cilat i aplikohen bizneseve për pranimin e pagesave me instrumente pagesash. Kryesisht për pagesat me karta në POS bizneset paguajnë 2 deri në 3% të shumës.

Më pas jepen grafikët e dendurive të notave sipas treguesve të çiftuar më sipër.

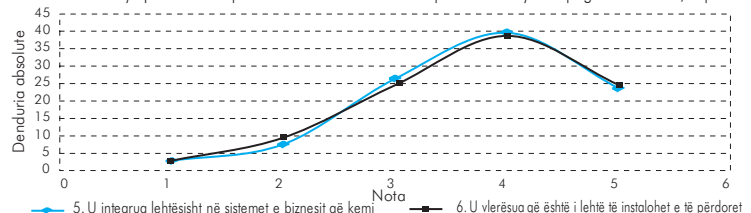
Grafiku 3.4.2. Pyetja P10: Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë sipas komponentëve të ndryshme mënyrën e pagesës me POS, sepse.



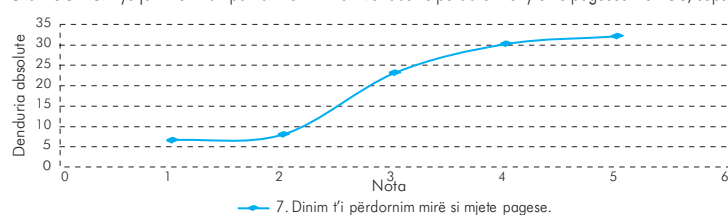
Grafiku 3.4.3. Pyetja P10: Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, sepse.



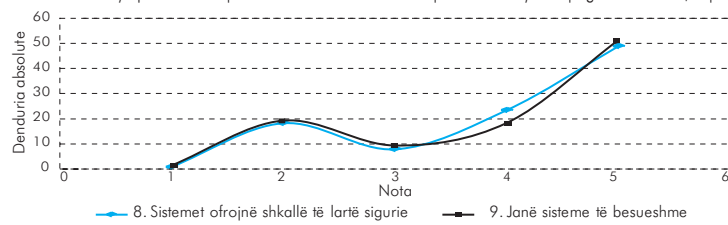
Grafiku 3.4.4. Pyetja P10: Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, sepse.



Grafiku 3.4.5. Pyetja P10: Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, sepse.



Grafiku 3.4.6. Pyetja P10: Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, sepse.



3.5. KUSHTET QË KËRKOJNË KOMPANITË QË TË VENDOSIN TË PËRDORIN SISTEMET POS

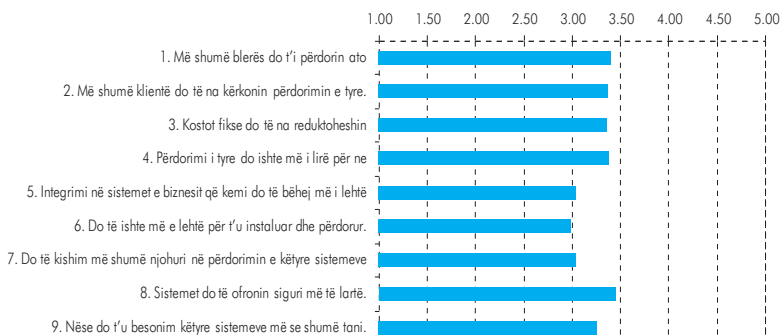
Në këtë pyetje, në pjesën E të anketës, kompanitë që nuk përdorin sistemet POS, i japin përgjigje kushteve që do të ndikojnë bizneset të pranonin përdorimin e POS, nëpërmjet vlerësimit me notat nga 1 – minimalja deri në 5 – maksimalja, çështjeve të renditura në këtë pyetje. Duhet thënë, siç përmendet dhe tek kapitulli i metodologjisë, se gjysma e bizneseve të anketuar nuk pranojnë pagesa me anë të përdorimit të terminaleve POS. Gjithashtu, në kuadrin metodologjik shtojmë se vlerësimet “Nuk di / pa përgjigje” janë të pakta. Për të lehtësuar përlogaritjet, ato janë përfshirë në notën “3”, meqë është notë asnjëse.

Mënyra e ndërtimit të kësaj pyetje ishte e tillë që të ketë një ndarje kategorike të tipareve që ndikojnë në mosadoptimin e sistemeve të pagesave. Kështu, pyetjet 1 dhe 2 vlerësojnë rëndësinë e kërkesës nga klientët; pyetjet 3 dhe 4 analizojnë rëndësinë që kanë kostot në mosadoptim; pyetjet 5 dhe 6 vlerësojnë rëndësinë e tipareve dhe karakteristikave të sistemit; pyetja 7 vlerëson rëndësinë e informimit të përgjithshëm; pyetjet 8 dhe 9 vlerësojnë tiparet e sigurisë që pengojnë adoptimin. Në këtë kuptim, përveç grafikut të notave mesatare sipas komponentëve dhe grafiket e tjerë në vazhdim, janë dhënë në çift sipas kombinimeve të përmendura. Të dhënat janë në tabelën dhe grafikët e mëposhtëm.

Tabela 3.5.1. Pyetja P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:

Nota vlerësuese (1 minimum, 5 maksimum)	Nota vlerësuese mesatare	Dispersioni
1. Më shumë blerës do t'i përdorin ato	3.40	1.61
2. Më shumë klientë do të na kërkonin përdorimin e tyre	3.37	1.34
3. Kostot fikse do të na reduktoheshin	3.35	1.42
4. Përdorimi i tyre do ishte më i lirë për ne	3.37	1.63
5. Integrimi në sistemet e biznesit që kemi do të bëhej më i lehtë	3.04	1.37
6. Do të ishte më e lehtë për t'u instaluar dhe përdorur	2.98	1.31
7. Do të kishim më shumë njohuri në përdorimin e këtyre sistemeve	3.04	1.77
8. Sistemet do të ofronin siguri më të lartë	3.44	1.59
9. Nëse do t'u besonim këtyre sistemeve më shumë se tani.	3.25	1.58

Grafiku 3.5.1. Pyetja P10, vlerësimi i notës mesatare sipas komponentëve të ndryshme.

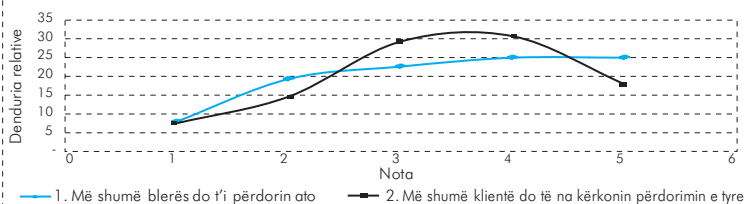


Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re që:

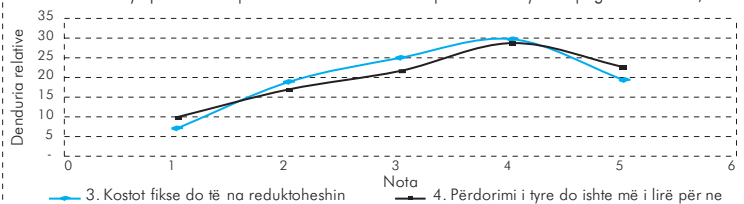
Vlerësimi më i lartë mesatar i dhënë nga bizneset është për çështjet (pika 1 dhe pika 2), që nëse më shumë blerës do t'i kërkonin ato – rreth vlerës 3.4. Gjithashtu pothuaj aq i lartë është ky vlerësim mesatar edhe për çështjet e kostove (pika 3 dhe pika 4) për të cilat bizneset kërkojnë që të reduktohen – rreth vlerës 3.35. Më pas vjen vlerësimi për çështje të sigurisë (pika 8 dhe pika 9) – rreth 3.25 dhe 3.44.

Më pas jepen grafikët e dendurive të notave sipas treguesve të çiftuar më sipër.

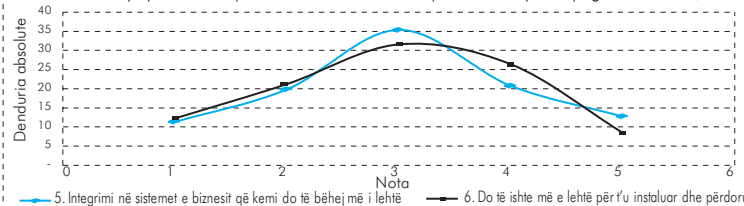
Grafiku 3.5.2. Pyetja P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:



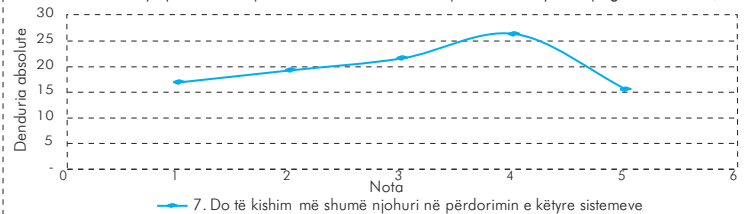
Grafiku 3.5.3 Pyetja P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:



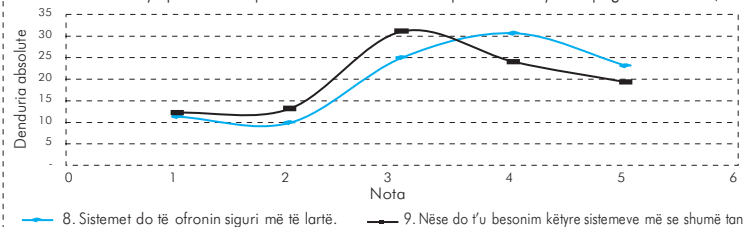
Grafiku 3.5.4. Pyetja P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:



Grafiku 3.5.5. Pyetja P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:



Grafiku 3.5.6. Pyetja P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:

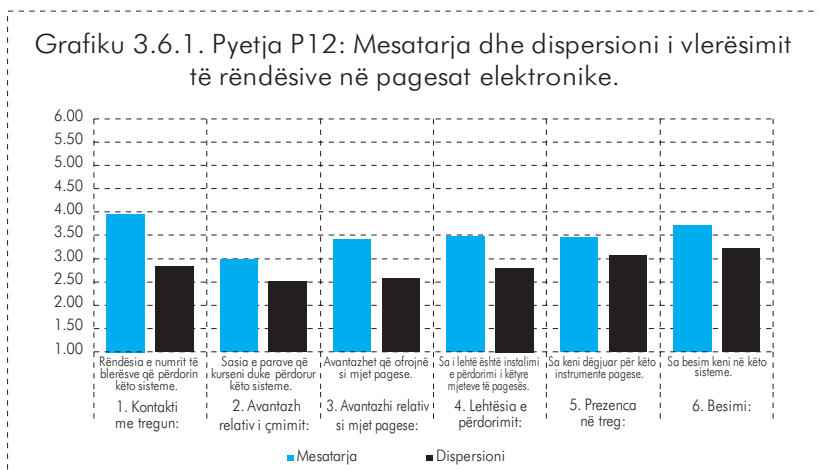


3.6. KATEGORIZIMI I RËNDËSISË SË DISA FAKTORËVE QË LIDHEN ME PAGESAT ELEKTRONIKE

Në pyetjen P12, në pjesën F të anketës, renditen sipas rëndësisë disa faktorë që konsiderohen domethënës për bizneset në përdorimin e pagesave elektronike. Kështu, me vlerësimin 1 është shënuar faktori më pak i rëndësishëm, me vlerësimin 6 është shënuar faktori më i rëndësishëm, ndërkohë që për vlerësime të ndërmjetme janë përdorur të renditur numrat e ndërmjetëm midis 1 dhe 6.

Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen vlerësimi i notës mesatare të dhënë nga bizneset e anketuara si dhe dispersioni i këtyre notave.

Tabela 3.6.1. Pyetja P12: Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Mesatarja	Dispersioni
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	3.96	2.83
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	2.99	2.52
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	3.40	2.58
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	3.48	2.80
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	3.46	3.07
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	3.71	3.22



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re që:

Vlerësimet mesatare për kriteret e rëndësisë të paraqitura, janë në nivele mesatare: ato shkojnë nga 2.99 deri në 3.96.

Vlera më e lartë e vlerësimit mesatar arrihet në pikën “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”, me 3.96, ndërsa vlera më e ulët arrihet në pikën “2. Avantazh relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”, me 2.99.

Edhe dispersionet janë në nivele të krahasueshme. Megjithatë, dispersion më të madh kanë vlerësimet për pikën “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”, ku siç duket bizneset japin vlerësime më të ndara dhe dispersion më të ulët kanë vlerësimet për pikën “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.”.

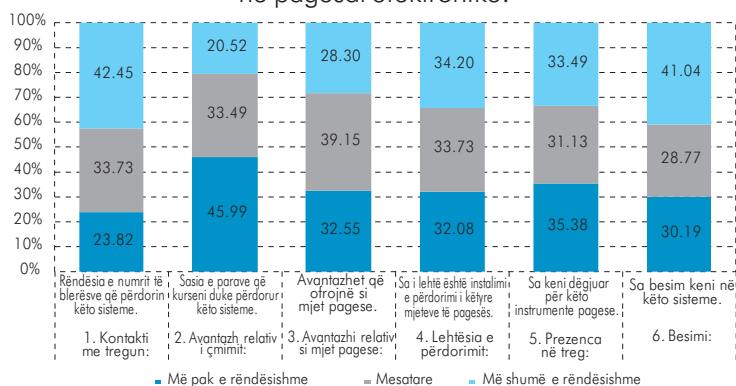
Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm, për pyetjen P12, janë dhënë për secilin tipar të rëndësisë së renditur vlerësimet përkatëse. Tabela dhe grafiku kërkon të shpjegojë shpërndarjen e notave më të ulëta, mesatare dhe më të larta brenda secilit tipar.⁴

Për arsye të shmangies së zhurmave statistikore vlerësimet 1 dhe 2, që shprehin vlerësime të ulëta, janë grupuar në një vlerësim të quajtur “Më pak e rëndësishme” dhe nota 5 dhe 6, që shprehin vlerësime të larta, janë grupuar në një vlerësim të quajtur “Më shumë e rëndësishme”. Gjithashtu, vërejmë se janë shprehur në përqindje sipas rreshtave, ku totali 100 % është sa numri total i anketave.

Tabela 3.6.2. Pyetja P12: Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	23.82	33.73	42.45	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	45.99	33.49	20.52	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	32.55	39.15	28.30	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	32.08	33.73	34.20	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	35.38	31.13	33.49	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	30.19	28.77	41.04	100.00

⁴ Në njëfarë mënyre i njëjti perceptim arrihet dhe me anë të dispersionit në tabelën 3.6.1. dhe në grafikun 3.6.1.

Grafiku 3.6.2. Pyetja P12: Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.



Nga tabela dhe grafiku vihet re që:

Lidhur me piken “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”, vihet re që shumica e bizneseve e vlerësojnë si “Më shumë të rëndësishme” në një masë 42.45 %. Pra bizneset në shumicën e tyre janë të prirur ndaj sjelljes së blerësve në përdorimin e pagesave elektronike. Për një pjesë të vogël të bizneseve është “Më pak e rëndësishme kjo gjë” – rreth 23.82 %.

Lidhur me piken “2. Avantazh relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”, vihet re që shumica e bizneseve e vlerësojnë si “Më pak të rëndësishme” në një masë 45.99 %. Pra bizneset në shumicën e tyre nuk shikojnë si të rëndësishëm kostot që ulin me përdorimin e këtyre instrumenteve elektronike të pagesës. Për një pjesë të vogël të bizneseve është “Më shumë e rëndësishme” kjo gjë – rreth 20.52 %. Nga njëra anë kjo mund të justifikohet me faktin e komisioneve relativisht të larta të cilat i aplikohen biznesit, kryesisht për përdorimin e POS. Nga ana tjetër, duke iu referuar [4]⁵ mendohet se perceptimi i bizneseve, kryesisht të vogla dhe të mesme në lidhje me kostot, të cilat mbart menaxhimi i cash-it në bizneset e vogla, vlerësohet si i pa konsiderueshëm duke mos i dhënë kështu një avantazh përdorimit të instrumenteve elektronike të pagesave.

⁵ Towards a more efficient use of payment instruments, Paul De Grauwe, Laura Rinaldi, Patrick Van Cayseele, March 2006.

Lidhur me pikën “3. Avantazhi relativ si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese”, vihet re që shumica e bizneseve e vlerësojnë ose “Më pak të rëndësishme” – rreth 32.55 % e tyre, ose japin vlerësim mesatar – rreth 39.15 % e tyre. Vetëm 28.30 % e tyre e vlerësojnë si “Më shumë të rëndësishme”.

Lidhur me pikën “4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës”, vihet re që bizneset e anketuar ndahen në mënyrë thuajse të barabartë në vlerësimin e rëndësisë përkatëse, si “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” apo “Më shumë e rëndësishme”.

Lidhur me pikën “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese”, vihet re përsëri që vlerësimet janë përsëri si në pikën 4.

Së fundi, lidhur me pikën “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”, vihet re që shumica e bizneseve e vlerësojnë si “Më shumë të rëndësishme” në një masë 41.04 % të tyre. Pra bizneset në shumicë e quajnë të rëndësishme besueshmërinë në këto sisteme.

3.7. PËRDORIMI I INSTRUMENTEVE TË PAGESAVE SIPAS QËLLIMEVE TË PËRDORIMIT NGA BIZNESI

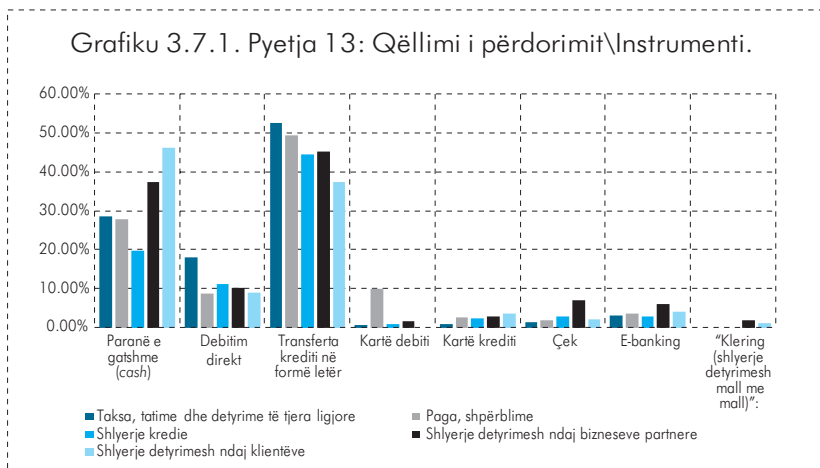
Në pyetjen P13, në pjesën G të anketës, jepet përdorimi i instrumenteve të pagesave sipas qëllimeve të përdorimit nga bizneset e anketuara. Kjo pyetje është vendosur me qëllimin e identifikimit më të plotë të mënyrave se si bizneset pohojnë që kryejnë transaksionet aktualisht.

Të pyetur “Përcaktoni përdorimin e instrumenteve të mëposhtëm sipas qëllimit/qëllimeve të përdorimit nga biznesi juaj”, bizneseve të anketuar u është kërkuar që të plotësojnë, për secilin prej instrumenteve të dhënë në tabelë, çdo lloj qëllimi përdorimi të këtij instrumenti, nëse e përdorin atë.

Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm janë dhënë denduritë relative që dalin nga pjesëtimi me numrin total të bizneseve. Ndër qëllimet janë përfshirë ato më kryesoret. Gjithashtu, theksojmë se,

meqë të dhënat janë pjesëtuar me vëllimin total të anketave, ato janë të paraqitura të unitarizuara.

Tabela 3.7.1. Pyetja 13: Qëllimi i përdorimit \ Instrumenti	Taksa, tatime dhe detyrime të tjera ligjore	Paga, shpërblime	Shlyerje kredie	Shlyerje detyrimesh ndaj bizneseve partnere	Shlyerje detyrimesh ndaj klientëve
Paranë e gatshme (cash)	28.54%	27.83%	19.81%	37.50%	46.23%
Debitim direkt	18.16%	8.73%	11.32%	10.38%	8.96%
Transferta krediti në formë letër	52.59%	49.53%	44.58%	45.28%	37.50%
Kartë debiti	0.71%	10.14%	0.94%	1.65%	0.00%
Kartë krediti	0.94%	2.59%	2.36%	2.83%	3.77%
Çek	1.42%	1.89%	2.83%	7.08%	2.12%
E-banking	3.30%	3.77%	2.83%	6.13%	4.25%
“Klering (shlyerje detyrimesh mall me mall)”:	0.00%	0.00%	0.00%	1.89%	1.18%



Nga tabela dhe grafiku vihet re se:

Instrumentet e “Parasë së gatshme” dhe “Transferta e kreditit në formë letër” janë më të përdorshme nga bizneset.

Instrumenti “Transferta e kreditit në formë letër” me incidencë më të lartë në përdorim, bile edhe se paraja e gatshme në “taksa, tatime dhe detyrime të tjera ligjore”, “paga, shpërblime”, “shlyerje kredie” dhe “shlyerje detyrimesh ndaj bizneseve partnere”. Në rastin e “Shlyerjes së detyrimeve ndaj klientëve” duket se paraja

e gatshme ka vlere pak më të larta, gjithsesi të krahasueshme me “Transferata e kreditit në formë letër”.

3.8. KOMENTE DHE SUGJERIME LIDHUR ME INSTRUMENTET E PAGESAVE

Të pyetur në pyetjen P14 “Lutem, shtoni çdo koment tjetër që ju keni për këto instrumente pagesash, apo çdo sugjerim tjetër”, të anketuarit nxiten për të shprehur çdo opinion tjetër lidhur me instrumentet e pagesave, të cilin nuk kanë arritur ta shprehin në pyetjet e anketës.

Nga rreth 160 komente të dhëna, u gjetën të vlefshme mbi 150 prej tyre. Të klasifikuara në “Vlerësime me sugjerime”, “Vlerësime pozitive” dhe të ndara në kategori përfshirëse, vlerësimet dhe denduritë përkatëse jepen në tabelën e mëposhtme:

Vlerësime me sugjerime		Vlerësime pozitive	
Tipi i komentit	Denduria	Tipi i komentit	Denduria
Komisione të larta POS	21	Përdor urdhërxhirim	40
Si ta kërkojë klienti: dhe e kërkojnë pak	16	Ka komoditet, efikasitet	14
Duhet informim	6	Jemi të kënaqur dhe janë të nevojshëm	9
S’kam asnjë përfitim nga përdorimi i tyre	5	Ofron siguri	7
Mungon energjia	4	Ofron besueshmëri	2
S’ia vlen kur ke pak punë	3	Na lehtëson punën	2
Vonesë e faturave dhe pasqyrimit online për pagesat elektronike	2	E duan partnerët e huaj	2
Operojmë me shuma të vogla	2	Kursen kohën për mirëmbajtjen e cash	1
Natyra e biznesit që kam s’ma lejon përdorimin e tyre	2	Komisionet e-banking normale	1
Krijohen vonesa në shitje nga POS	2		
Kemi pak xhiro dhe s’ia vlen	2		
Cash ka kosto të ulët dhe është stabil	2		
Të bllokojnë llogarinë kur ke borxh	1		
Sistemi do mirëorganizim	1		
Pagesat me kartë pengojnë bakshishet për kamerierët	1		
Më shume transparencë për komisionet	1		
Më shumë informacion, transparencë nga Thesari	1		
Formularët e aplikimit të ngarkuar, jo të përshtatshëm	1		
Aparatet POS me defekte	1		
Të shtohen pagesat në EURO në POS	1		

Kjo pyetje arrin të evidentojë disa nga problemet që mesa duket konsiderohen tipike për bizneset, siç janë:

- Komisione të larta në përdorimin e POS. Gjithsesi vlerësojmë që pretendime të tilla mund të ngrihen dhe nga biznese të vogla, për të cilat gjithsesi kostot e POS, në kushtet e kostove të ulëta të përdorimit të *cash*, mund t'i kenë domethënëse. Brits dhe Winder (2005) gjithashtu sugjerojnë se përdorimi i POS është i kushtueshëm dhe këto kosto ndikojnë në përdorimin e tyre.
- Klientët i kërkojnë pak blerjet nëpërmjet mjeteve elektronike, siç është POS, se nëse kërkohet në masë prej tyre, bizneset shprehen që janë të detyruar t'u përgjigjen dhe do t'u përgjigjen. Kjo çon në përfundimin se rritja e edukimit dhe ndërgjegjësimi të individëve për leverdinë e përdorimit të mjeteve elektronike të pagesës, apo dhe krijimi i kushteve të leverdishme për këto mjete elektronike, kushtëzojnë përdorimin në shkallë më të gjerë të mjeteve elektronike dhe terminaleve POS.
- Mungesa e informacionit për përdorimin e mjeteve të pagesës mesa duket është akoma një çështje tjetër që evidentohet nga bizneset. Gregor dhe Boberts (2005) në studimin e tyre gjithashtu evidentojnë faktin se mungesa e informacionit, për sistemet e pagesave elektronike, ndikon në adoptimin ose jo të këtyre sistemeve.
- Mungesa e energjisë ngrihet në disa raste si shqetësim nga bizneset për përdorimin e mjeteve elektronike të pagesave, siç është POS. Pavarësisht rregullimit prej vitesh të gjendjes së energjisë elektrike, ndoshta janë shpëputjet e shkurtra ato që janë evidentuar prej tyre. Gjithsesi, vlen për t'u thënë që në pohimet e tyre bizneset nuk përmendin në asnjë rast, në kushtet e ndërprerjeve të energjisë, zgjidhjet '*back up*' nëpërmjet baterive. Mund të jetë mungesa e leverdisë në përdorim, gjë që vlen për t'u testuar në mënyrë më të detajuar në studime të fokusuara.

Nga ana tjetër, vlerësimet pozitive nga bizneset janë të evidentuara dhe në këtë pyetje. Nga këto veçohen:

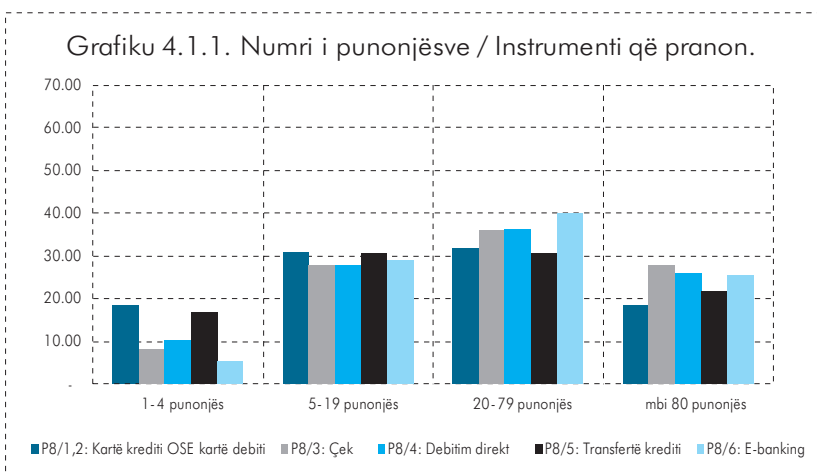
- Komoditeti dhe efikasiteti i përdorimit të mjeteve elektronike të pagesave.
- Disa prej bizneseve shprehen që përdorimi i tyre është tashmë i nevojshëm.
- Siguria, besueshmëria dhe lehtësia janë tipare të tjera të evidentuara.

4. NDIKIMI I MADHËSISË SË BIZNESIT NË PËRDORIMIN E INSTRUMENTEVE TË PAGESËS

4.1. NDIKIMI I MADHËSISË SË BIZNESIT NË PËRDORIMIN KONKRET TË INSTRUMENTEVE TË PAGESËS

Në tabelën dhe në grafikun e mëposhtëm jepen të dhënat e numrit të punonjësve me orar të plotë pune (si tregues i madhësisë së biznesit) (pyetja P5), sipas përdorimit konkret të instrumenteve bankare (pyetja P8, përgjigjet "Po"). Janë paraqitur vetëm të dhënat e përdorimit të instrumenteve të paraqitura. Më poshtë, jepen dhe të dhënat në kushtet e mospërdorimit të instrumenteve të paraqitura. Gjithashtu, shtojmë që në këto dy variabla, janë ruajtur grupimet si dhe në pjesën 3 të materialit: dhe grupimet e numrit të punonjësve sipas bizneseve ashtu dhe përdorimi i kartës së kreditit ose kartës së debitit, të marra së bashku.

Tabela 4.1.1.: Numri i punonjësve - i grupuar / Instrumenti që pranor	P8/1,2: Kartë krediti OSE kartë debiti	P8/3: Çek	P8/4: Debitim direkt	P8/5: Transferta krediti	P8/6: E-banking
1 - 4 punonjës	18.57	8.20	10.19	17.06	5.45
5 - 19 punonjës	30.95	27.87	27.78	30.59	29.09
20 - 79 punonjës	31.90	36.07	36.11	30.59	40.00
mbi 80 punonjës	18.57	27.87	25.93	21.76	25.45
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

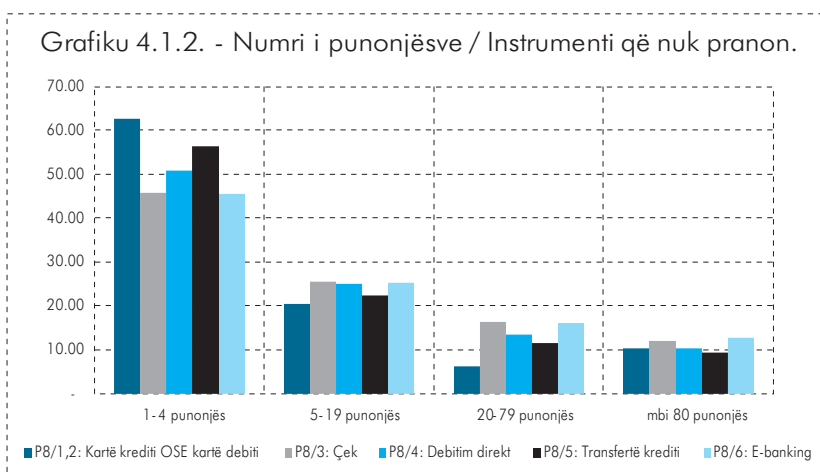


Nga tabela dhe grafiku i mësipërm duket qartë se tek 3 grupet e para ka një rritje të dukshme në përdorimin e instrumenteve të pagesave me rritjen e numrit të punonjësve.

Kjo rregullsi priset në kompanitë me numër punonjësish mbi 80. Kjo mund të lidhet me peshën relativisht të ulët që zënë këto biznese në zgjedhjen e realizuar.

Në tabelën dhe në grafikun e mëposhtëm jepen të dhënat e numrit të punonjësve me orar të plotë pune (si tregues i madhësisë së biznesit) (pyetja P5), sipas mospërdorimit konkret të instrumenteve bankare (pyetja P8, përgjigjet “Jo”). Janë paraqitur vetëm të dhënat e mospërdorimit të instrumenteve të paraqitura.

Tabela 4.1.2.: Numri i punonjësve - i grupuar / Instrumenti që nuk pranon	P8/1,2: Kartë krediti OSE kartë debiti	P8/3: Çek	P8/4: Debitim direkt	P8/5: Transferta krediti	P8/6: E-banking
1 - 4 punonjës	62.75	45.89	50.98	56.56	45.68
5 - 19 punonjës	20.59	25.50	25.16	22.54	25.35
20 - 79 punonjës	6.37	16.43	13.40	11.48	16.16
mbi 80 punonjës	10.29	12.18	10.46	9.43	12.81
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm duket qartë se në të 4 grupet ka një ulje graduale të dukshme të mospërdorimit të instrumenteve të pagesave me rritjen e numrit të punonjësve. Kjo është në linjë me informacionin e dhënë më sipër në tabelën dhe në grafikun 4.1.1. si dhe sqaron empirikisht perceptimin për grupin e bizneseve me “mbi 80 punonjës”, në konceptin e përdorimit apo mospërdorimit të instrumenteve bankare me rritjen e numrit të punonjësve.

4.2. NDIKIMI I MADHËSISË SË BIZNESIT NË MADHËSINË E XHIROS QË REALIZOHET ME INSTRUMENTET E PAGESËS JO-CASH

Në tabelat dhe në grafikët e mëposhtëm jepen të dhënat e numrit të punonjësve me orar të plotë pune (si tregues i madhësisë së biznesit) (pyetja P5), sipas përqindjes së xhiros mesatare që vjen nga përdorimi i këtyre instrumenteve të pagesave jo-cash⁶ (pyetja P9). Përgjigje të vlefshme janë 49.1 %. Nga këto, ndarjet përkatëse janë dhënë më poshtë.

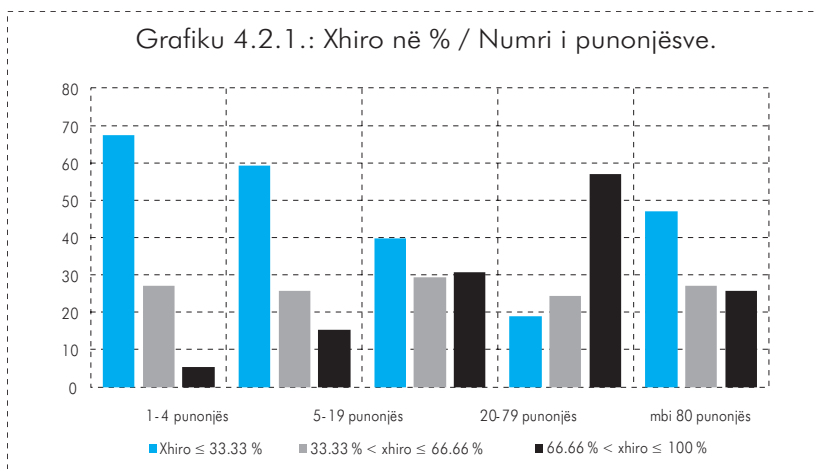
Konkretisht, në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen përqindjet brenda secilit grup të punonjësve me kohë të plotë pune (në pyetjen P5).

Tabela 4.2.1.: Xhiro në % / Numri i punonjësve	1 – 4 punonjës	5 – 19 punonjës	20 – 79 punonjës	mbi 80 punonjës	Total
Xhiro \leq 33.33 %	67.57	59.09	39.71	18.92	47.12
33.33 % < xhiro \leq 66.66 %	27.03	25.76	29.41	24.32	26.92
66.66 % < xhiro \leq 100 %	5.41	15.15	30.88	56.76	25.96
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Nga tabela dhe grafiku vihet re që:

Në grupin e bizneseve me “1 – 4 punonjës”, mbizotërojnë bizneset që kanë përqindjet më të ulëta të xhiros nëpërmjet instrumenteve të pagesës jo-cash. Kështu më të shumtë në numër janë bizneset që realizojnë “xhiro \leq 33.33 %” e më pas vijjnë bizneset e grupit “33.33 % < xhiro \leq 66.66 %”.

⁶ Është fjala për instrumentet e pagesës të përmendura në pyetjen P8 të anketës, pra: kartë debiti, kartë krediti, çek, debitimin direkt, transfertën e kreditit dhe e-banking.



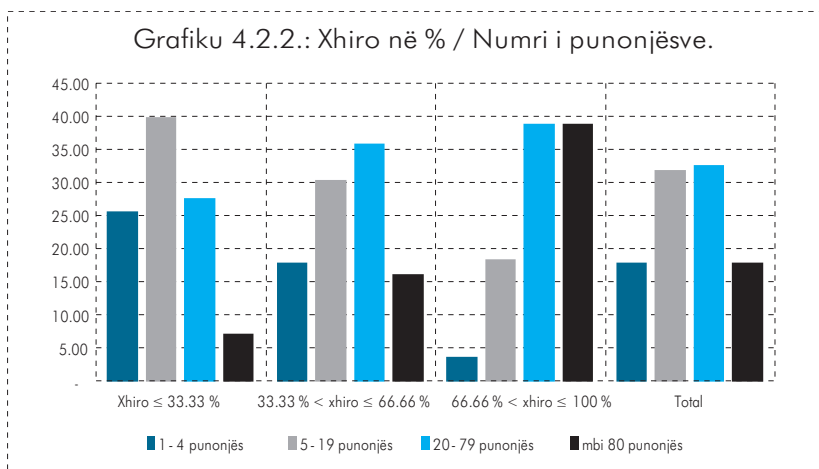
Duke kaluar nga grupi me “1 – 4 punonjës” gradualisht deri tek grupi me “mbi 80 punonjës”, ndryshon gradualisht në mënyrë të dukshme raporti i numrit të këtyre bizneseve, në favor të rritjes së xhiros mesatare nëpërmjet instrumenteve të pagesave jo-cash.

Kompanitë e mëdha për më tepër i kanalizojnë fondet e mëdha nëpërmjet sistemit bankar, bazuar në detyrimin përkatës ligjor, meqenëse qarkullojnë dhe shuma të mëdha.

Si përfundim, informacioni i dalë nga kjo pyetje është në përputhje me informacionin e dalë në pikën 4.1, për pranimin e instrumenteve të pagesave.

Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen përqindjet brenda secilit grup të xhiros që realizohet nga instrumentet e pagesës jo-cash (në pyetjen P9).

Tabela 4.2.2.: Xhiro në % / Numri i punonjësve	1 – 4 punonjës	5 – 19 punonjës	20 – 79 punonjës	mbi 80 punonjës	Total
Xhiro ≤ 33.33 %	25.51	39.80	27.55	7.14	100.00
33.33 % < xhiro ≤ 66.66 %	17.86	30.36	35.71	16.07	100.00
66.66 % < xhiro ≤ 100 %	3.70	18.52	38.89	38.89	100.00
Total	17.79	31.73	32.69	17.79	100.00



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re që:

Nëse kalojmë nga grupet me përqindje më të ulët të xhiros realizuar nëpërmjet instrumenteve të pagesës *jo-cash*, në grupet me xhiro më të lartë, rritet pesha specifike në secilin grup të bizneseve me “20 – 79 punonjës” dhe me “mbi 80 punonjës”, gjë që është në përputhje me pohimet e dhëna dhe në tabelën dhe grafikun më lart.

Gjithsesi, për të parë në mënyrë të krahasueshme përqindjet e bizneseve sipas ndarjeve të dy variablave, jepet tabela e mëposhtme, ku të dhënat janë të unitarizuara – pra të dhënat janë të shprehura në përqindje në raport me totalin e bizneseve që i përgjigjen të dy pyetjeve P5 dhe P9.

Tabela 4.2.3.: Xhiro në %, e grupuar / Numri i punonjësve - i grupuar	1 – 4 punonjës	5 – 19 punonjës	20 – 79 punonjës	mbi 80 punonjës	Total
Xhiro ≤ 33.33 %	12.02	18.75	12.98	3.37	47.12
33.33 % < xhiro ≤ 66.66 %	4.81	8.17	9.62	4.33	26.92
66.66 % < xhiro ≤ 100 %	0.96	4.81	10.10	10.10	25.96
Total	17.79	31.73	32.69	17.79	100.00

4.3. NDIKIMI I MADHËSISË SË BIZNESIT NË KATEGORIZIMIN E RËNDËSISË SË FAKTORËVE QË LIDHEN ME PAGESAT ELEKTRONIKE

Më poshtë në këtë pikë jepen të dhënat e kategorizimit sipas rëndësisë të disa faktorëve që konsiderohen domethënës për bizneset në përdorimin e pagesave elektronike (pyetja P12) të ndara sipas madhësisë së biznesit (pyetja P5). Kujtojmë që tek pyetja P12 me vlerësimin 1 është shënuar faktori më pak i rëndësishëm, me vlerësimin 6 është shënuar faktori më i rëndësishëm, ndërkohë që për vlerësime të ndërmjetme janë përdorur të renditur numrat e ndërmjetëm midis 1 dhe 6.

Në pjesën e parë më poshtë, prej 6 tabelash dhe 6 grafikësh, për secilën prej kategorive të rëndësisë të përmendura në pyetjen P12, jepen vlerësimet përkatëse “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” dhe “Më shumë e rëndësishme” (si grupime të vlerësimeve nga 1 deri në 6, si dhe në piken 3.6.) sipas madhësisë së biznesit (pyetja P5).

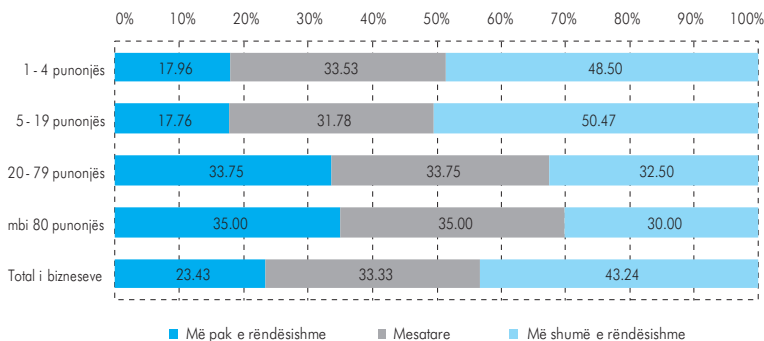
Tabela 4.3.1.

1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme

Numri i punonjësve	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1 - 4 punonjës	17.96	33.53	48.50	100.00
5 - 19 punonjës	17.76	31.78	50.47	100.00
20 - 79 punonjës	33.75	33.75	32.50	100.00
mbi 80 punonjës	35.00	35.00	30.00	100.00
Total i bizneseve	23.43	33.33	43.24	100.00

Grafiku 4.3.1.:

1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re se:

Me kalimin nga biznese me “1 – 4 punonjës” dhe “5 – 19 punonjës” në biznese me “20 – 79 punonjës” dhe “mbi 80 punonjës” ulet pesha specifike e bizneseve që e konsiderojnë të rëndësishëm tiparin “Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”. Bizneset e vogla duket se i kushtojnë më shumë rëndësi kontaktit me tregun se bizneset e mesme dhe të mëdha.

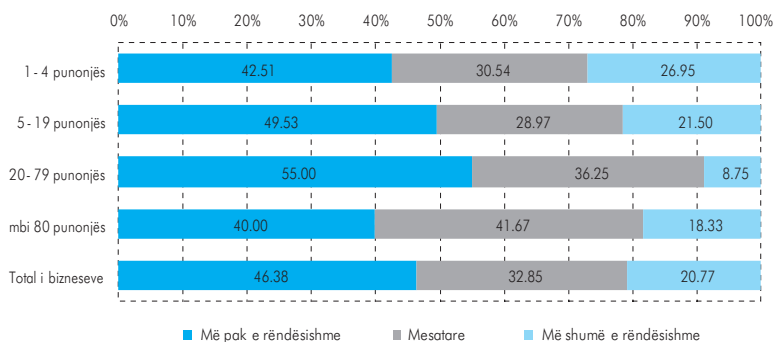
Tabela 4.3.2.

2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme

Numri i punonjësve	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1 - 4 punonjës	42.51	30.54	26.95	100.00
5 - 19 punonjës	49.53	28.97	21.50	100.00
20 - 79 punonjës	55.00	36.25	8.75	100.00
mbi 80 punonjës	40.00	41.67	18.33	100.00
Total i bizneseve	46.38	32.85	20.77	100.00

Grafiku 4.3.2.:

2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re se:

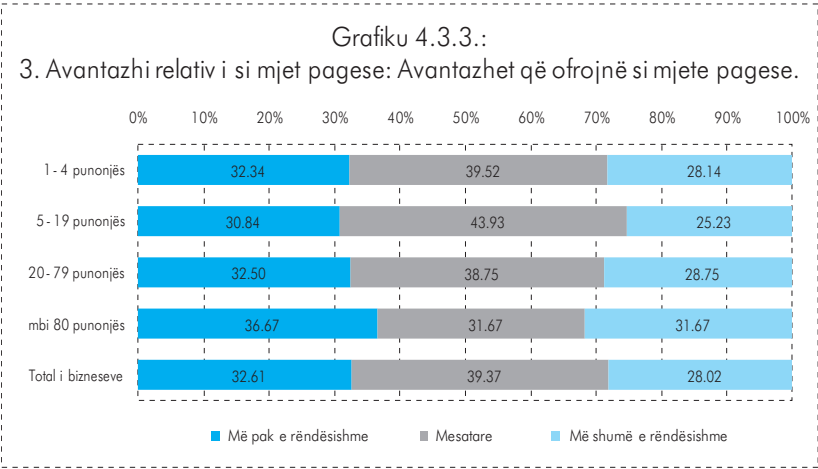
Rritja e madhësisë së bizneseve nga biznese me “1 – 4 punonjës” në biznese me “5 – 19 punonjës” dhe në biznese me “20 – 79 punonjës”, bëhet (respektivisht brenda grupit) dhe më pak i

rëndësishëm tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”. Pra, ky tipar vlerësohet më shumë nga bizneset e vogla dhe të mesme sesa nga bizneset e mëdha.

Tabela 4.3.3.

3. Avantazhi relativ i si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese.

Numri i punonjësve	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1 - 4 punonjës	32.34	39.52	28.14	100.00
5 - 19 punonjës	30.84	43.93	25.23	100.00
20 - 79 punonjës	32.50	38.75	28.75	100.00
mbi 80 punonjës	36.67	31.67	31.67	100.00
Total i bizneseve	32.61	39.37	28.02	100.00



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re se:

Me rritjen e madhësisë së biznesit nuk vihen re ndryshime domethënëse lidhur me rëndësinë e tiparit “3. Avantazhi relativ i si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese”.

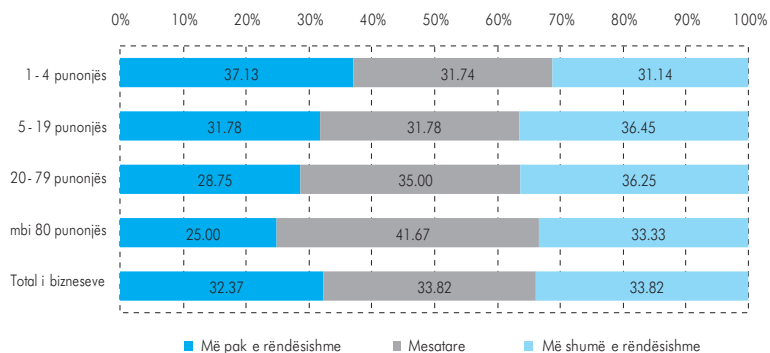
Tabela 4.3.4.

4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës.

Numri i punonjësve	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1 - 4 punonjës	37.13	31.74	31.14	100.00
5 - 19 punonjës	31.78	31.78	36.45	100.00
20 - 79 punonjës	28.75	35.00	36.25	100.00
mbi 80 punonjës	25.00	41.67	33.33	100.00
Total i bizneseve	32.37	33.82	33.82	100.00

Grafiku 4.3.4.:

4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës.



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re se:

Me rritjen e madhësisë së biznesit nuk vihen re ndryshime domethënëse lidhur me rëndësinë e tiparit “4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës”. Gjithsesi, vihet re që bizneset e vogla (1 – 4 punonjës) e vlerësojnë këtë tipar si më pak të rëndësishëm krahasuar me kategoritë e tjera të bizneseve.

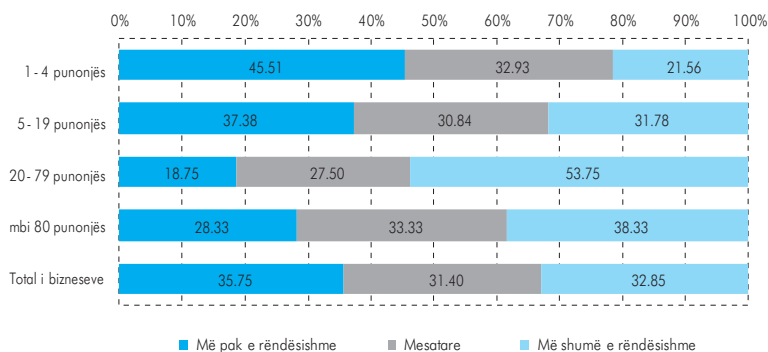
Tabela 4.3.5.

5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese.

Numri i punonjësve	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1 – 4 punonjës	45.51	32.93	21.56	100.00
5 – 19 punonjës	37.38	30.84	31.78	100.00
20 – 79 punonjës	18.75	27.50	53.75	100.00
mbi 80 punonjës	28.33	33.33	38.33	100.00
Total i bizneseve	35.75	31.40	32.85	100.00

Grafiku 4.3.5.:

5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese.



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re se:

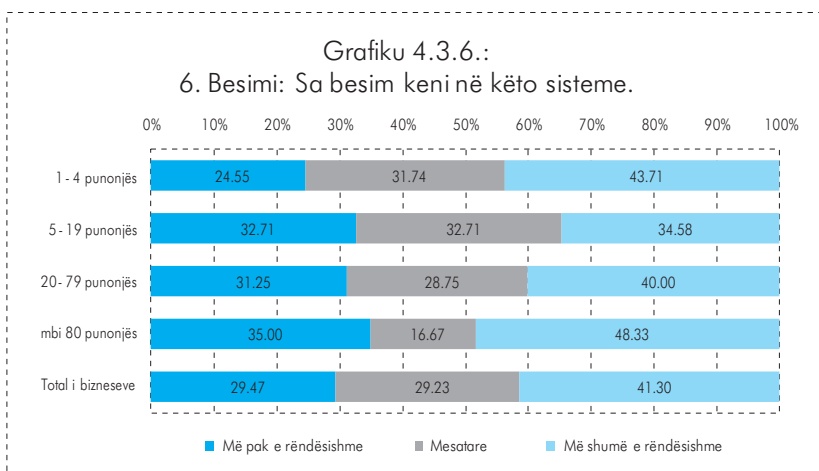
Me rritjen e madhësisë së biznesit nga biznese me “1 – 4 punonjës” në biznese me “5 – 19 punonjës” dhe në biznese me “20 – 79 punonjës”, rritet ndjeshëm përqindja brenda grupit e bizneseve që e vlerësojnë të rëndësishëm tiparin “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese” në përdorimin e instrumenteve të pagesës jo-cash.

Për bizneset e mëdha: “20 – 79 punonjës” dhe “mbi 80 punonjës” tipari “prezenca në treg” vlerësohet si një element i rëndësishëm, krahasuar me grupet e tjera të bizneseve (“1 – 4 punonjës” dhe “5 – 19 punonjës”).

Tabela 4.3.6.

6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?

Numri i punonjësve	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1 – 4 punonjës	24.55	31.74	43.71	100.00
5 – 19 punonjës	32.71	32.71	34.58	100.00
20 – 79 punonjës	31.25	28.75	40.00	100.00
mbi 80 punonjës	35.00	16.67	48.33	100.00
Total i bizneseve	29.47	29.23	41.30	100.00



Nga tabela dhe grafiku më sipër vihet re se:

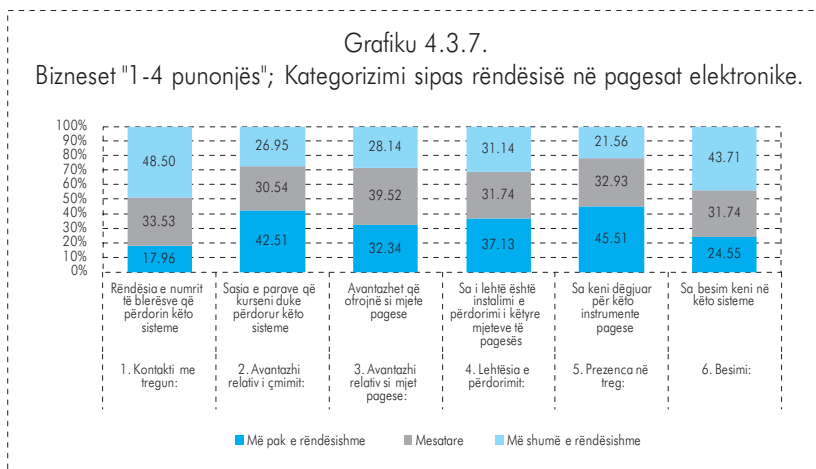
Me rritjen e madhësisë së biznesit nga biznese me “5 – 19 punonjës” në “20 – 79 punonjës” dhe më pas në “mbi 80 punonjës”, bëhet më i rëndësishëm tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”, respektivisht brenda secilit grup të madhësisë së bizneseve.

Gjithashtu, ky tipar duket se ka rëndësi të veçantë për të gjitha grupet e bizneseve, sidomos për bizneset “1 – 4 punonjës” dhe “mbi 80 punonjës”.

Në pjesën e dytë më poshtë, prej 4 tabelash dhe 4 grafikësh, për secilën prej kategorive të madhësisë së biznesit (sipas pyetjes P5), jepen vlerësimet përkatëse “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” dhe “Më shumë e rëndësishme” (si grupime të vlerësimeve nga 1 deri në 6, si dhe në pikën 3.6.) sipas kategorive të rëndësisë të përmendura në pyetjen P12.

Tabela 4.3.7. dhe grafiku 4.3.7.: Bizneset “1 – 4 punonjës”

Tabela 4.3.7.: Bizneset “1 - 4 punonjës”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	17.96	33.53	48.50	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	42.51	30.54	26.95	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	32.34	39.52	28.14	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	37.13	31.74	31.14	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	45.51	32.93	21.56	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	24.55	31.74	43.71	100.00



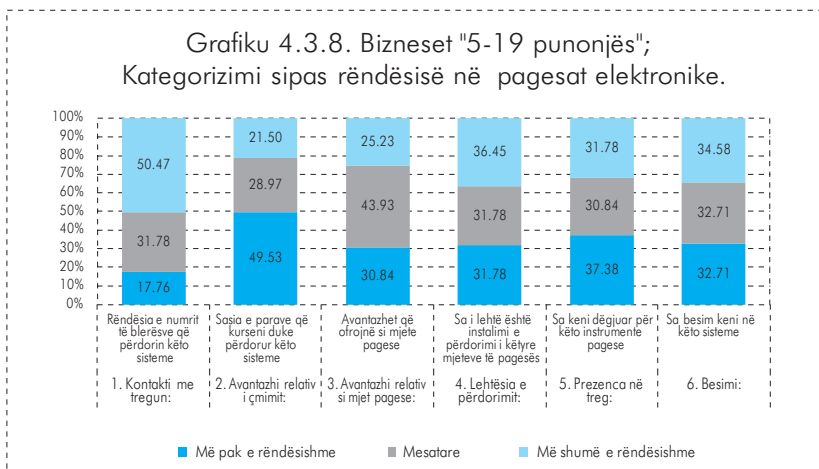
Nga tabela dhe grafiku më sipër, për bizneset me “1 – 4 punonjës”, vihet re se:

“Më shumë e rëndësishme” vlerësohet më së shumti tipari “1. Kontaktit me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”, me 48.50 % brenda grupit të vlerësimit të këtij tipari, e më pas vlerësohet tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”, me 43.71 %. Si “Më pak e rëndësishme” vlerësohet më shumë

tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?”, me 45.51 %. Vlerësimet “Mesatare” janë në përqindje pothuaj të njëjta për secilin prej tipareve, me vlera nga 30.54 % deri në 39.52 %.

Tabela 4.3.8. dhe grafiku 4.3.8.: Bizneset “5 – 19 punonjës”

Tabela 4.3.8. Bizneset “5 – 19 punonjës”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	17.76	31.78	50.47	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	49.53	28.97	21.50	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	30.84	43.93	25.23	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	31.78	31.78	36.45	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	37.38	30.84	31.78	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	32.71	32.71	34.58	100.00

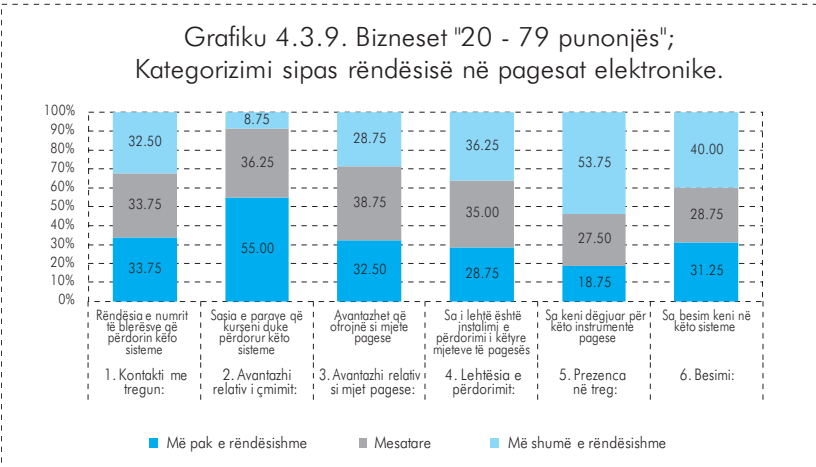


Nga tabela dhe grafiku më sipër, për bizneset me “5 – 19 punonjës”, vihet re se:

“Më shumë e rëndësishme” vlerësohet më së shumti tipari “1. Kontaktit me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”, me 50.47 % brenda grupit të vlerësimit të këtij tipari, e më pas vijnë vlerësimet për tiparet e tjera jo më shumë se 36 – 37 %. Pra bizneset e këtij niveli punonjësish janë të prirur kundrejt tiparit të parë në një masë të madhe. “Më pak e rëndësishme” për to, në një masë të madhe prej 49.53 %, është tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”. Ndërsa vlerësimi “Mesatar”, për këtë kategori biznesesh, është pak a shumë në të njëjtin nivel prej rreth 28 – 44 %.

Tabela 4.3.9. dhe grafiku 4.3.9.: Bizneset “20 – 79 punonjës”

Tabela 4.3.9. Bizneset “20 – 79 punonjës”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	33.75	33.75	32.50	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	55.00	36.25	8.75	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	32.50	38.75	28.75	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	28.75	35.00	36.25	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	18.75	27.50	53.75	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	31.25	28.75	40.00	100.00

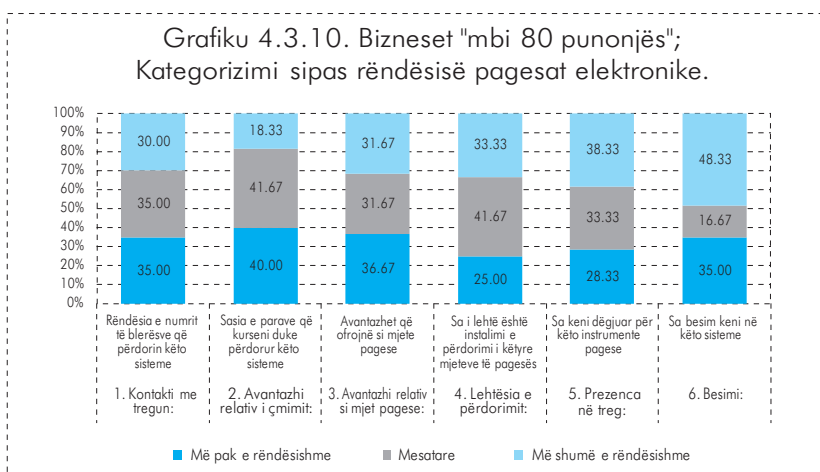


Nga tabela dhe grafiku më sipër, për bizneset me “20 – 79 punonjës”, vihet re se:

“Më shumë e rëndësishme” vlerësohet tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?”, në një masë prej 53.75 %, e më pas vjen vlerësimi i tiparit “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”, me 40 %. Si “Më pak e rëndësishme” vlerësohet prej rreth 55 % e bizneseve të kësaj kategorie tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”. Ndërsa vlerësimi “Mesatar” është në një masë mesatare prej 27.5 % – 38.75 %.

Tabela 4.3.10. dhe grafiku 4.3.10.: Bizneset “mbi 80 punonjës”

		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	35.00	35.00	30.00	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	40.00	41.67	18.33	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	36.67	31.67	31.67	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	25.00	41.67	33.33	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	28.33	33.33	38.33	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	35.00	16.67	48.33	100.00



Nga tabela dhe grafiku më sipër, për bizneset me “mbi 80 punonjës”, vihet re se:

Tiparet më të vlerësuara nga bizneset “mbi 80 punonjës” janë: “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”, me 48.33 % dhe “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” me 38.33%. Si “Më pak e rëndësishme” vlerësohet më së shumti tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”, prej rreth 40 % e bizneseve të kësaj kategorie biznesi.

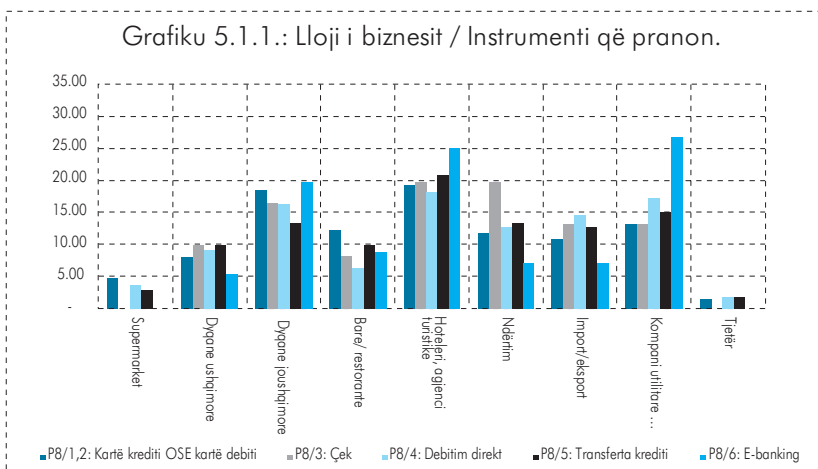
5. NDIKIMI I LLOJIT TË BIZNESIT NË PËRDORIMIN E INSTRUMENTEVE TË PAGESËS

5.1. NDIKIMI NGA LLOJI I BIZNESIT NË PËRDORIMIN KONKRET TË INSTRUMENTEVE TË PAGESËS

Në tabelën dhe grafikon e mëposhtëm jepen të dhënat e llojit të biznesit ku ato klasifikohen (pyetja P6), sipas përdorimit konkret të instrumenteve bankare (pyetja P8, përgjigjet "Po"). Janë paraqitur vetëm të dhënat e përdorimit të instrumenteve të listuara. Vlen për t'u përmendur që përgjigjet e mëposhtme përbëjnë 100 % të të dhënave dhe s'ka mospërgjigje.

Tabela 5.1.1.: Lloji i biznesit / Instrumenti që pranon	P8/1,2: Kartë krediti OSE kartë debiti	P8/3: Çek	P8/4: Debitim direkt	P8/5: Transferta krediti	P8/6: E-banking
Supermarket	4.72	-	3.64	2.91	-
Dyqane ushqimore	8.02	9.84	9.09	9.88	5.36
Dyqane joushqimore	18.40	16.39	16.36	13.37	19.64
Bare/ restaurante	12.26	8.20	6.36	9.88	8.93
Hoteleri, agjenci turistike	19.34	19.67	18.18	20.93	25.00
Ndërtim	11.79	19.67	12.73	13.37	7.14
Import/eksport	10.85	13.11	14.55	12.79	7.14
Kompani utilitare (Ujësjiellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	13.21	13.11	17.27	15.12	26.79
Tjetër	1.42	-	1.82	1.74	-
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Grafiku 5.1.1.: Lloji i biznesit / Instrumenti që pranon.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se:

Përdorimi më i lartë i instrumenteve të pagesës është në llojin e biznesit “hoteleri, agjenci turistike” dhe më i ulët në llojin e biznesit “Supermarket”.

Kategoria e bizneseve “Supermarket” përdor vetëm 3 nga 5 instrumentet e pagesave (“kartë krediti OSE kartë debiti”, “debitimin direkt” dhe “transferta krediti”). Ndërkohë që edhe përdorimi i këtyre instrumenteve është konsiderueshëm më i ulët se në kategoritë e tjera të bizneseve. Një nga pikat kryesore të kontaktit të klientëve me tregun, nuk ofron mjaftueshëm infrastrukturë për të kryer pagesa me instrumentet e pagesave.

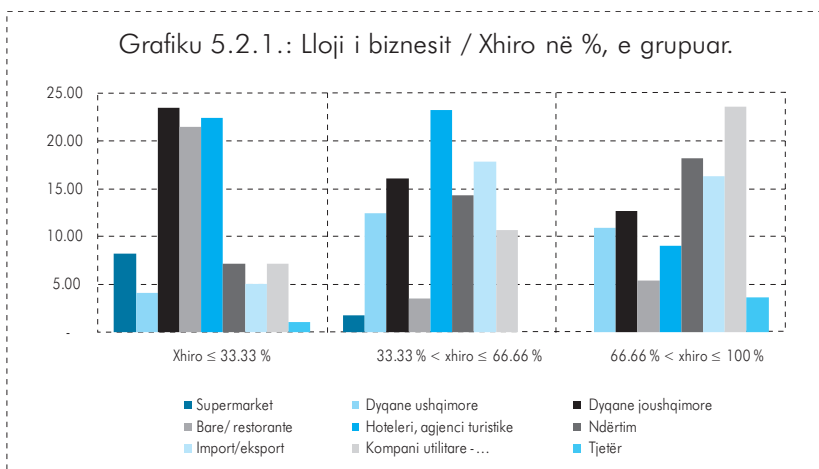
Duhet theksuar që vlera në instrumentin e “debitimit direkt” gjithsesi shpreh një nivel mosnjohjeje të këtij instrumenti.

5.2. NDIKIMI NGA LLOJI I BIZNESIT I MADHËSISË SË XHIROS DITORE QË REALIZOHET ME INSTRUMENTET E PAGESËS JO-CASH

Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen të dhënat e llojit të biznesit ku ato klasifikohen (pyetja P6), sipas nivelit të xhiros, në përqindje, që ato realizojnë nëpërmjet instrumenteve të pagesave jo-cash (pyetja P9). Vlen për t’u përmendur që përgjigjet e mëposhtme përbëjnë 49.3 % të të dhënave, që janë të vlefshme.

Konkretisht, në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen përqindjet e xhiros ditore (pyetja P9), brenda secilit lloj (në pyetjen P6).

Tabela 5.2.1.: Lloji i biznesit / Xhiro në %, e grupuar	Xhiro ≤ 33.33 %	33.33 % < xhiro ≤ 66.66 %	66.66 % < xhiro ≤ 100 %	Total
Supermarket	8.16	1.79	-	4.31
Dyqane ushqimore	4.08	12.50	10.91	8.13
Dyqane joushqimore	23.47	16.07	12.73	18.66
Bare/ restorante	21.43	3.57	5.45	12.44
Hoteleri, agjenci turistike	22.45	23.21	9.09	19.14
Ndërtim	7.14	14.29	18.18	11.96
Import/eksport	5.10	17.86	16.36	11.48
Kompani utilitare - ...	7.14	10.71	23.64	12.44
Tjetër	1.02	-	3.64	1.44
Total	100.00	100.00	100.00	100.00



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se:

Kategoritë e bizneseve të cilat realizojnë mbi 66.66% të xhiros të tyre nëpërmjet instrumenteve të pagesës (jo-cash) janë këto: “Kompani utilitare – ...”, “Ndërtim” dhe “Import/eksport”.

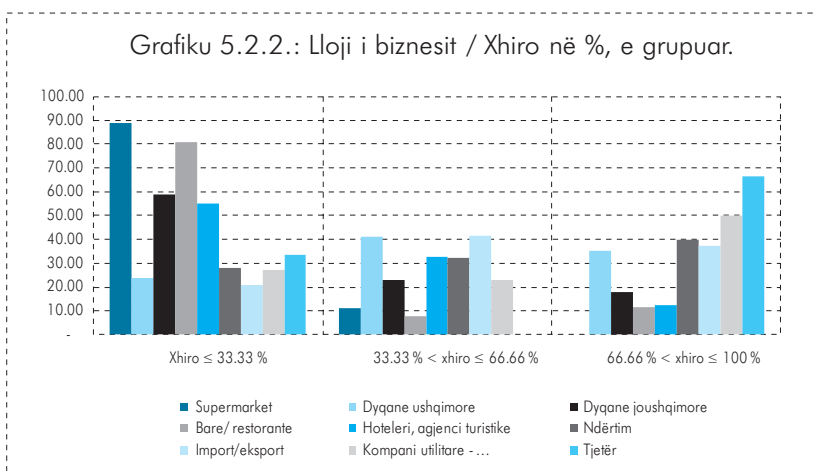
Kategoritë e bizneseve të cilat realizojnë vetëm 33.33% ose më pak të xhiros së tyre nëpërmjet instrumenteve të pagesës (jo-cash) janë këto: “dyqane joushqimore”, “hoteleri, agjenci turistike” dhe “bare/restorante”.

Pesha specifike e bizneseve të klasifikuar “Supermarket” bie duke kaluar nga grupi më i vogël i xhiros, që realizohet me instrumentet e pagesave jo-cash, në grupet me xhiro më të madhe. Pra, e thënë ndryshe, pesha specifike më e madhe e supermarketeve në përdorimin e instrumenteve të pagesës jo-cash, është në grupin e xhiros “xhiro ≤ 33 %”. Po njësoj dhe pesha e bizneseve të klasifikuar “Bare/restorante”.

E kundërta ndodh me biznese të tjera të klasifikuara në “Ndërtim” dhe “Kompani utilitare – ...” – pesha specifike e tyre rritet duke kaluar nga grupi më i vogël i xhiros, që realizohet me instrumentet e pagesave jo-cash, në grupet me xhiro më të madhe.

Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepet ndarja në lloje biznesi (pyetja P6), në secilin grup të xhiros që realizohet nga instrumentet e pagesës jo-cash (në pyetjen P9).

	Xhiro $\leq 33.33\%$	$33.33\% < \text{xhiro} \leq 66.66\%$	$66.66\% < \text{xhiro} \leq 100\%$	Total
Supermarket	88.89	11.11	-	100.00
Dyqane ushqimore	23.53	41.18	35.29	100.00
Dyqane joushqimore	58.97	23.08	17.95	100.00
Bare/ restorante	80.77	7.69	11.54	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	55.00	32.50	12.50	100.00
Ndërtim	28.00	32.00	40.00	100.00
Import/eksport	20.83	41.67	37.50	100.00
Kompani utilitare - ...	26.92	23.08	50.00	100.00
Tjetër	33.33	-	66.67	100.00
Total	46.89	26.79	26.32	100.00



Nga tabela dhe grafiku vihet re se:

Shumica e bizneseve të klasifikuara në llojet “Supermarket”, “Dyqane joushqimore”, “Bare/ restorante” dhe “Hoteleri, agjenci turistike” gjenden në grupin e xhiros “Xhiro $\leq 33.33\%$ ”. Ndërsa shumica e bizneseve të klasifikuara në llojet “Ndërtim”, “Import/eksport”, “Kompani utilitare - ...” gjenden në grupin e xhiros “ $66.66\% < \text{xhiro} \leq 100\%$ ”.

Në tabelën e mëposhtme jepet ndarja në lloje biznesi (pyetja P6) dhe në grupet e xhiros që realizohet nga instrumentet e pagesës jo-cash (në pyetjen P9), në raport me totalin e përgjigjeve – të dhëna të unitarizuara.

Tabela 5.2.3.: Lloji i biznesit / Xhiro në %, e grupuar	Xhiro ≤ 33.33 %	33.33 % < xhiro ≤ 66.66 %	66.66 % < xhiro ≤ 100 %	Total
Supermarket	3.83	0.48	-	4.31
Dyqane ushqimore	1.91	3.35	2.87	8.13
Dyqane joushqimore	11.00	4.31	3.35	18.66
Bare/ restorante	10.05	0.96	1.44	12.44
Hoteleri, agjenci turistike	10.53	6.22	2.39	19.14
Ndërtim	3.35	3.83	4.78	11.96
Import/eksport	2.39	4.78	4.31	11.48
Kompani utilitare - (Ujësjiellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	3.35	2.87	6.22	12.44
Tjetër	0.48	-	0.96	1.44
Total	46.89	26.79	26.32	100.00

5.3. NDIKIMI I LLOJIT TË BIZNESIT NË KATEGORIZIMIN E RËNDËSISË SË FAKTORËVE QË LIDHEN ME PAGESAT ELEKTRONIKE

Më poshtë në këtë pikë jepen të dhënat e kategorizimit sipas rëndësisë të disa faktorëve që konsiderohen domethënës për bizneset në përdorimin e pagesave elektronike (pyetja P12) të ndara sipas llojit të biznesit (pyetja P6). Kujtojmë që tek pyetja P12 me vlerësimin 1 është shënuar faktori më pak i rëndësishëm, me vlerësimin 6 është shënuar faktori më i rëndësishëm, ndërkohë që për vlerësime të ndërmjetme janë përdorur të renditur numrat e ndërmjetëm midis 1 dhe 6. Gjithashtu, duhet shtuar që në këto pyetje përgjigjen 100 % e bizneseve.

Në pjesën e parë më poshtë, prej 6 tabelash dhe 6 grafikësh, për secilën prej kategorive të rëndësisë të përmendura në pyetjen P12, jepen vlerësimet përkatëse “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” dhe “Më shumë e rëndësishme” (si grupime të vlerësimeve nga 1 deri në 6, si dhe në pikën 3.6.) sipas llojit të biznesit (pyetja P6).

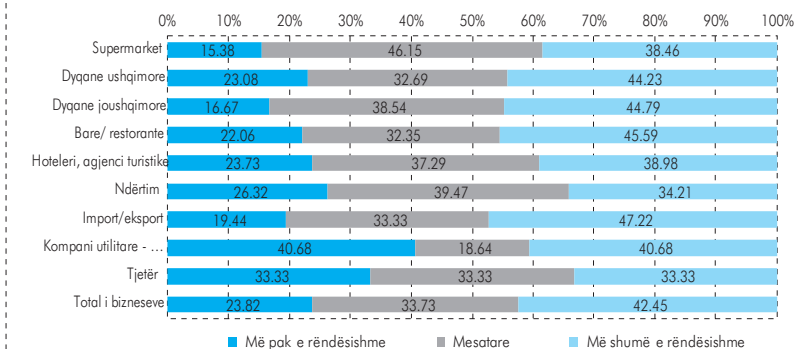
Tabela 5.3.1.:

1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.

Lloji i biznesit	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
Supermarket	15.38	46.15	38.46	100.00
Dyqane ushqimore	23.08	32.69	44.23	100.00
Dyqane joushqimore	16.67	38.54	44.79	100.00
Bare/ restorante	22.06	32.35	45.59	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	23.73	37.29	38.98	100.00
Ndërtim	26.32	39.47	34.21	100.00
Import/eksport	19.44	33.33	47.22	100.00
Kompani utilitare - (Ujësjiellësi, Telekome, Kompani Sigurimesh etj.)	40.68	18.64	40.68	100.00
Tjetër	33.33	33.33	33.33	100.00
Total i bizneseve	23.82	33.73	42.45	100.00

Grafiku 5.3.1.:

1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë llojet e bizneseve:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Import/eksport”, prej 47.22 % dhe “Bare/restorante”, prej 45.59%. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Kompani utilitare - (Ujësjiellësi, Telekome, Kompani Sigurimesh etj.)”, prej 40.68 %.

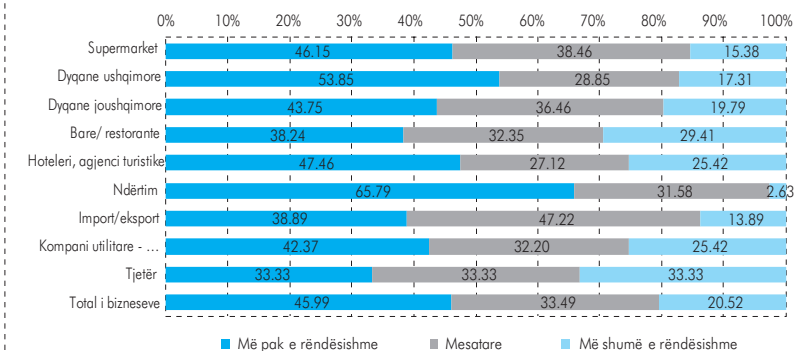
Tabela 5.3.2.:

2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.

Lloji i biznesit	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
Supermarket	46.15	38.46	15.38	100.00
Dyqane ushqimore	53.85	28.85	17.31	100.00
Dyqane joushqimore	43.75	36.46	19.79	100.00
Bare/ restorante	38.24	32.35	29.41	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	47.46	27.12	25.42	100.00
Ndërtim	65.79	31.58	2.63	100.00
Import/eksport	38.89	47.22	13.89	100.00
Kompani utilitare - (Ujësjellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	42.37	32.20	25.42	100.00
Tjetër	33.33	33.33	33.33	100.00
Total	45.99	33.49	20.52	100.00

Grafiku 5.3.2.:

2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë llojet e bizneseve:

Vërehet se përgjithësisht, nga të gjitha kategoritë e bizneseve, ky tipar i instrumenteve të pagesave vlerësohet si “Më pak e rëndësishme” – nga 38.24 % tek bizneset e klasifikuar “Bare/ restorante” deri në 65.79% tek bizneset e klasifikuar “Ndërtim”. “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Bare/ restorante”, prej 29.41 % (është përjashtuar rasti i bizneseve të klasifikuar “Tjetër”, për shkak se ka shumë pak biznese të klasifikuar në të).

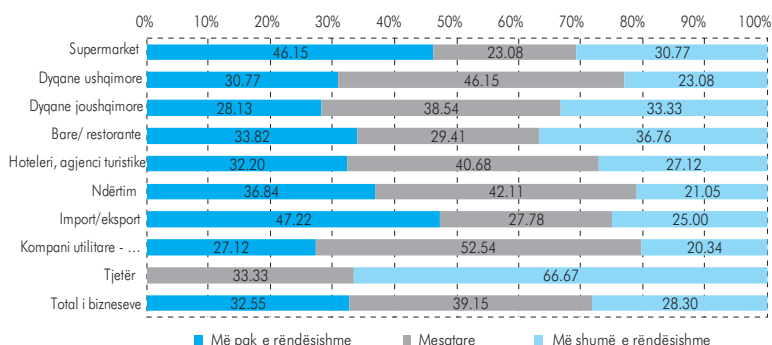
Tabela 5.3.3.:

3. Avantazhi relativ i si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese.

Lloji i biznesit	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
Supermarket	46.15	23.08	30.77	100.00
Dyqane ushqimore	30.77	46.15	23.08	100.00
Dyqane joushqimore	28.13	38.54	33.33	100.00
Bare/ restorante	33.82	29.41	36.76	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	32.20	40.68	27.12	100.00
Ndërtim	36.84	42.11	21.05	100.00
Import/eksport	47.22	27.78	25.00	100.00
Kompani utilitare - (Ujësjellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	27.12	52.54	20.34	100.00
Tjetër	-	33.33	66.67	100.00
Total	32.55	39.15	28.30	100.00

Grafiku 5.3.3.:

3. Avantazhi relativ i si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë llojet e bizneseve:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Bare/ restorante”, prej 36.76 % (është përjashtuar rasti i bizneseve të klasifikuar “Tjetër”, për shkak se ka shumë pak biznese të klasifikuar në të). “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Import/eksport”, prej 47.22 %.

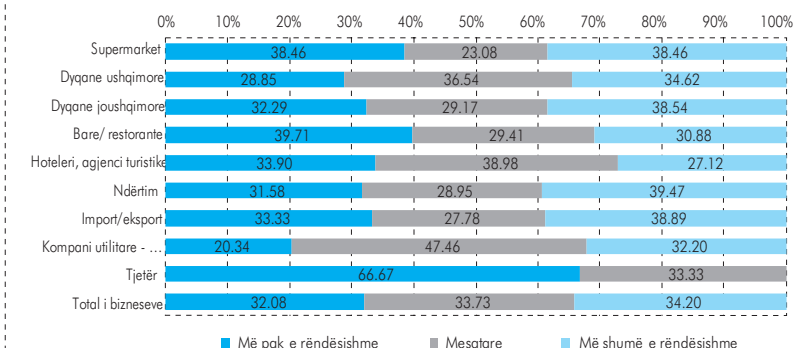
Tabela 5.3.4.:

4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës.

Lloji i biznesit	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
Supermarket	38.46	23.08	38.46	100.00
Dyqane ushqimore	28.85	36.54	34.62	100.00
Dyqane joushqimore	32.29	29.17	38.54	100.00
Bare/ restorante	39.71	29.41	30.88	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	33.90	38.98	27.12	100.00
Ndërtim	31.58	28.95	39.47	100.00
Import/eksport	33.33	27.78	38.89	100.00
Kompani utilitare - (Ujësjetllësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	20.34	47.46	32.20	100.00
Tjetër	66.67	33.33	-	100.00
Total	32.08	33.73	34.20	100.00

Grafiku 5.3.4.:

4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë llojet e bizneseve:

Ky tipar vlerësohet si “Më shumë i rëndësishëm” nga kategoritë e bizneseve të klasifikuara “Ndërtim”, me 39.47 %, “Import/eksport”, me 38.89 %, etj.. Ndërkohë ky tipar vlerësohet “Më pak i rëndësishëm” nga bizneset e klasifikuara “Bare/ restorante” 39.71 % dhe “Supermarket”, prej 38.46 %.

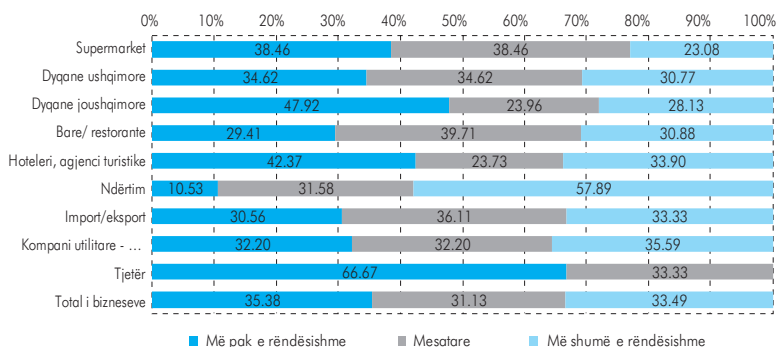
Tabela 5.3.5.:

5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese.

Lloji i biznesit	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
Supermarket	38.46	38.46	23.08	100.00
Dyqane ushqimore	34.62	34.62	30.77	100.00
Dyqane joushqimore	47.92	23.96	28.13	100.00
Bare/ restorante	29.41	39.71	30.88	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	42.37	23.73	33.90	100.00
Ndërtim	10.53	31.58	57.89	100.00
Import/eksport	30.56	36.11	33.33	100.00
Kompani utilitare - (Ujësjetllësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	32.20	32.20	35.59	100.00
Tjetër	66.67	33.33	-	100.00
Total	35.38	31.13	33.49	100.00

Grafiku 5.3.5.:

5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë llojet e bizneseve:

Ky tipar vlerësohet si “Më shumë i rëndësishëm” nga bizneset e klasifikuara “Ndërtim”, me 57.89 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Dyqane joushqimore” 47.92 % dhe “Hoteleri, agjenci turistike”, prej 42.37 %.

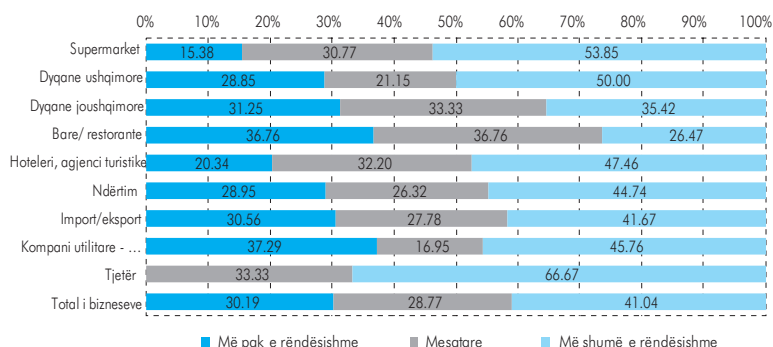
Tabela 5.3.6.:

6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?

Lloji i biznesit	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
Supermarket	15.38	30.77	53.85	100.00
Dyqane ushqimore	28.85	21.15	50.00	100.00
Dyqane joushqimore	31.25	33.33	35.42	100.00
Bare/ restorante	36.76	36.76	26.47	100.00
Hoteleri, agjenci turistike	20.34	32.20	47.46	100.00
Ndërtim	28.95	26.32	44.74	100.00
Import/eksport	30.56	27.78	41.67	100.00
Kompani utilitare - (Ujësjiellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	37.29	16.95	45.76	100.00
Tjetër	-	33.33	66.67	100.00
Total	30.19	28.77	41.04	100.00

Grafiku 5.3.6.:

6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme.



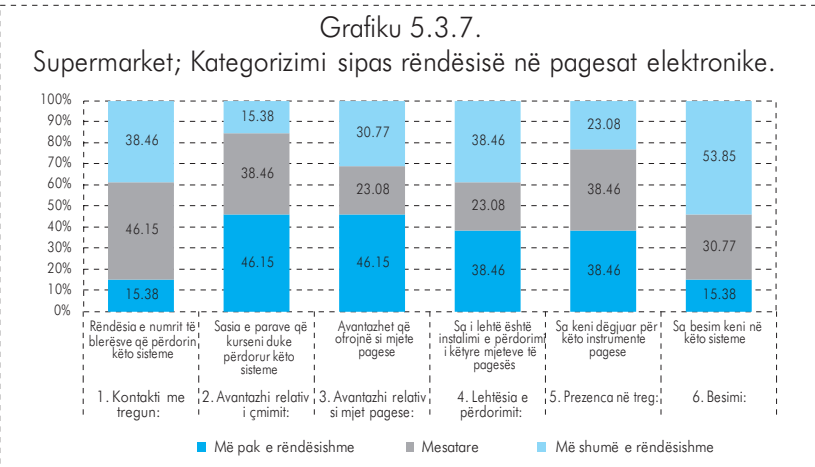
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë llojet e bizneseve:

Vërehet se ky tipar, për instrumentet e pagesës, vlerësohet si “Më shumë i rëndësishëm” nga pjesa më e madhe e kategorive të ndryshme të bizneseve. “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Supermarket”, me 53.85 % dhe “Dyqane ushqimore”, me 50 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset e klasifikuara “Kompani utilitare - (Ujësjiellësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)”, me 37.29 % dhe “Bare/ restorante”, me 36.76 %.

Në pjesën e dytë më poshtë, prej 9 tabelash dhe 9 grafikësh, për secilën prej llojeve të biznesit (sipas pyetjes P6), jepen vlerësimet përkatëse “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” dhe “Më shumë e rëndësishme” (si grupime të vlerësimeve nga 1 deri në 6, si dhe në piken 3.6.) sipas kategorive të rëndësisë të përmendura në pyetjen P12.

Tabela 5.3.7. dhe grafiku 5.3.7.: Bizneset “Supermarket”

Tabela 5.3.7. Supermarket; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	15.38	46.15	38.46	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	46.15	38.46	15.38	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese	46.15	23.08	30.77	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	38.46	23.08	38.46	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	38.46	38.46	23.08	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	15.38	30.77	53.85	100.00



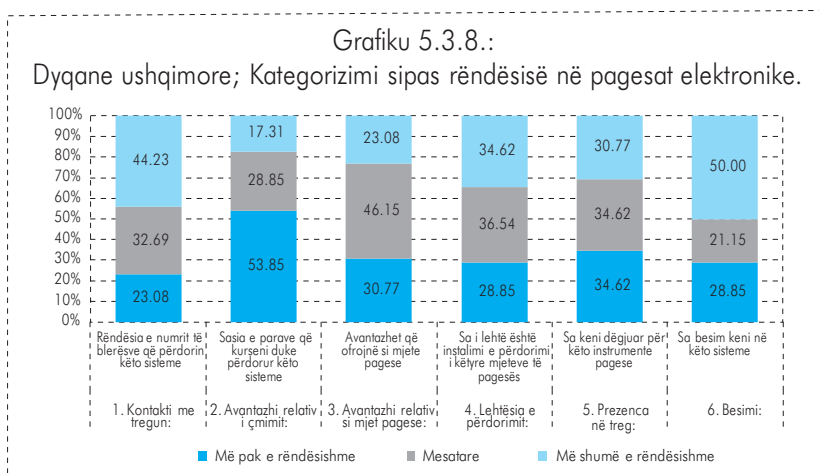
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek ky lloj biznesi:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?”

me 53.85 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazh relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 46.15 % dhe tipari “3. Avantazhi relativ si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese” me 46.15 %.

Tabela 5.3.8. dhe grafiku 5.3.8.: Bizneset “Dyqane ushqimore”

Tabela 5.3.8. Dyqane ushqimore; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	23.08	32.69	44.23	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	53.85	28.85	17.31	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	30.77	46.15	23.08	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	28.85	36.54	34.62	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	34.62	34.62	30.77	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	28.85	21.15	50.00	100.00

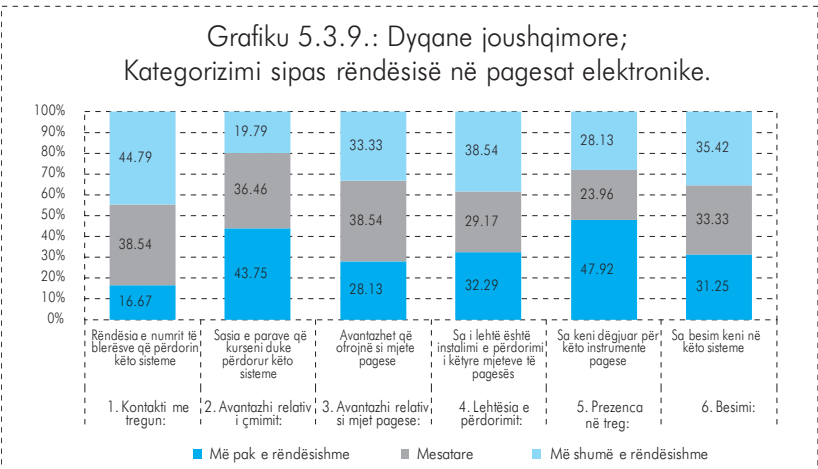


Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek ky lloj biznesi:

Ashtu si dhe në rastin e bizneseve “Supermarket”, vërehet se tiparet “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” dhe “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”, vlerësohen si “Më shumë e rëndësishme” për “dyqanet ushqimore”. “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 50 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 53.85 %.

Tabela 5.3.9. dhe grafiku 5.3.9.: Bizneset “Dyqane joushqimore”.

Tabela 5.3.9. Dyqane joushqimore; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	16.67	38.54	44.79	100.00
2. Avantazh relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	43.75	36.46	19.79	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	28.13	38.54	33.33	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	32.29	29.17	38.54	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	47.92	23.96	28.13	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	31.25	33.33	35.42	100.00



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek ky lloj biznesi:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme” me 44.79 %. “4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës” është një tjetër tipar i vlerësuar si “Më shumë i rëndësishëm” me 38.54 %, nga pikat e shitjeve “dyqane joushqimore”. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese” me 47.92 %.

Tabela 5.3.10. dhe grafiku 5.3.10.: Bizneset “Bare / restorante”.

Tabela 5.3.10. Bare / restorante; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	22.06	32.35	45.59	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	38.24	32.35	29.41	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	33.82	29.41	36.76	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	39.71	29.41	30.88	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	29.41	39.71	30.88	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	36.76	36.76	26.47	100.00

Nga tabela dhe grafiku 5.3.10. vihet re se tek ky lloj biznesi:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme” me 45.59 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës” me 39.71 % dhe tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që keni kursyer duke përdorur këto sisteme” me 38.24 %.

Grafiku 5.3.10.: Bare / restaurante;
Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.

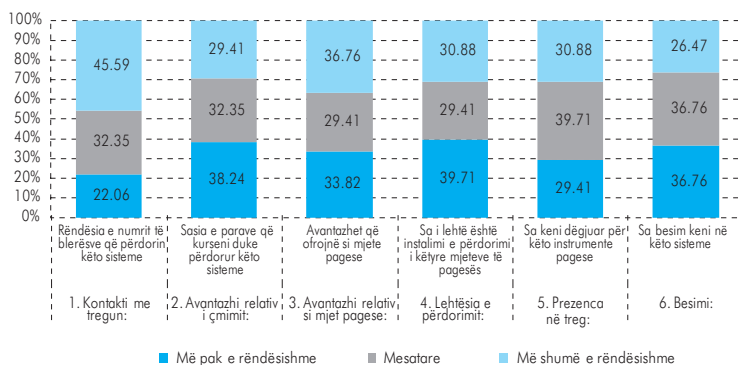


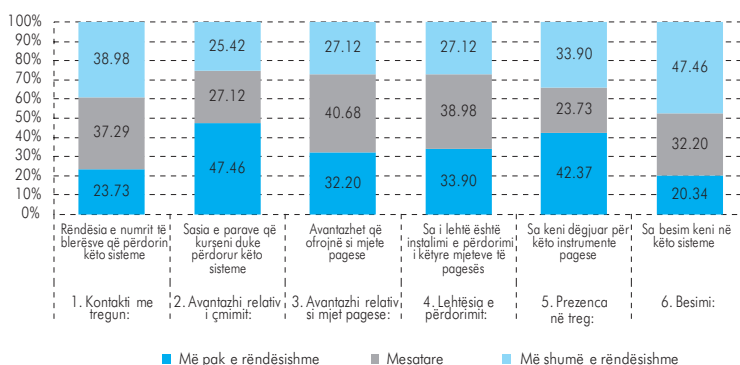
Tabela 5.3.11. dhe grafiku 5.3.11.: Bizneset “Hoteleri, agjenci turistike”.

Tabela 5.3.11. Hoteleri, agjenci turistike; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	23.73	37.29	38.98	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	47.46	27.12	25.42	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	32.20	40.68	27.12	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	33.90	38.98	27.12	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	42.37	23.73	33.90	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	20.34	32.20	47.46	100.00

Nga tabela dhe grafiku 5.3.11. vihet re se tek ky lloj biznesi:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipiari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 47.46 % dhe tipiari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme” me 38.98 %. “Më pak e rëndësishme”

Grafiku 5.3.11.: Hoteleri, agjenci turistike;
Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.

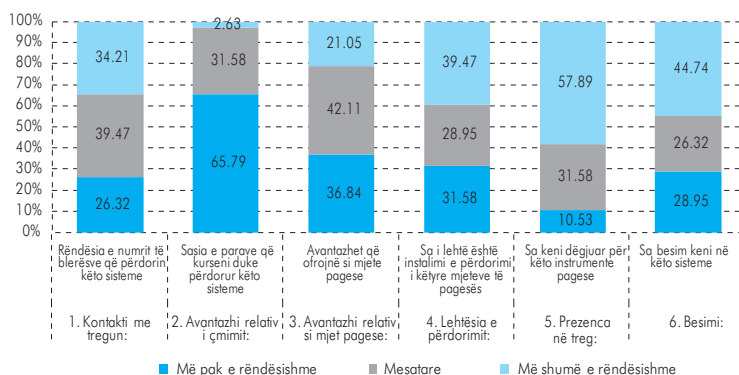


në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazh relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme” me 47.46 %, si dhe “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese” me 42.37 %.

Tabela 5.3.12. dhe grafiku 5.3.12.: Bizneset “Ndërtim”.

Tabela 5.3.12. Ndërtim; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	26.32	39.47	34.21	100.00
2. Avantazh relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	65.79	31.58	2.63	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	36.84	42.11	21.05	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	31.58	28.95	39.47	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	10.53	31.58	57.89	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	28.95	26.32	44.74	100.00

Grafiku 5.3.12.: Ndërtim;
Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.



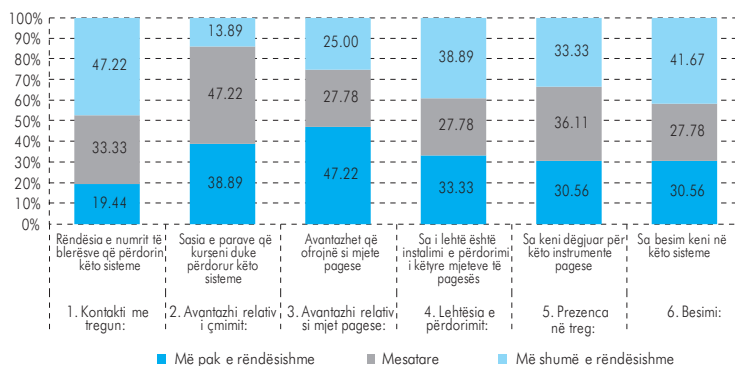
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek ky lloj biznesi:

Në dallim nga kategoritë e tjera të bizneseve për bizneset në fushën e ndërtimit “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” me 57.89 %, ndjekur nga tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 44.74%. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 65.79 % dhe tipari “3. Avantazhi relativ si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.” me 36.84%.

Tabela 5.3.13. dhe grafiku 5.3.13.: Bizneset “Import/eksport”

Tabela 5.3.13. Import/eksport; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	19.44	33.33	47.22	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	38.89	47.22	13.89	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	47.22	27.78	25.00	100.00
4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	33.33	27.78	38.89	100.00
5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	30.56	36.11	33.33	100.00
6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?	30.56	27.78	41.67	100.00

Grafiku 5.3.13.: Import/eksport;
Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.



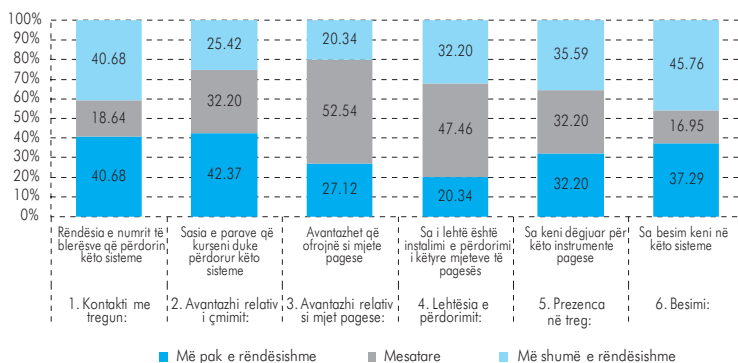
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek ky lloj biznesi:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme” me 47.22 %, të pasuar nga tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 41.67 % dhe nga tipari “4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi dhe përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?” me 38.89%. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “3. Avantazhi relativ si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.” me 47.22 %.

Tabela 5.3.14. dhe grafiku 5.3.14.: Bizneset “Kompani utilitare”

Tabela 5.3.14. Kompani utilitare - ...; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	40.68	18.64	40.68	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	42.37	32.20	25.42	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	27.12	52.54	20.34	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	20.34	47.46	32.20	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	32.20	32.20	35.59	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	37.29	16.95	45.76	100.00

Grafiku 5.3.14.: Kompani utilitare - ... ;
Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.

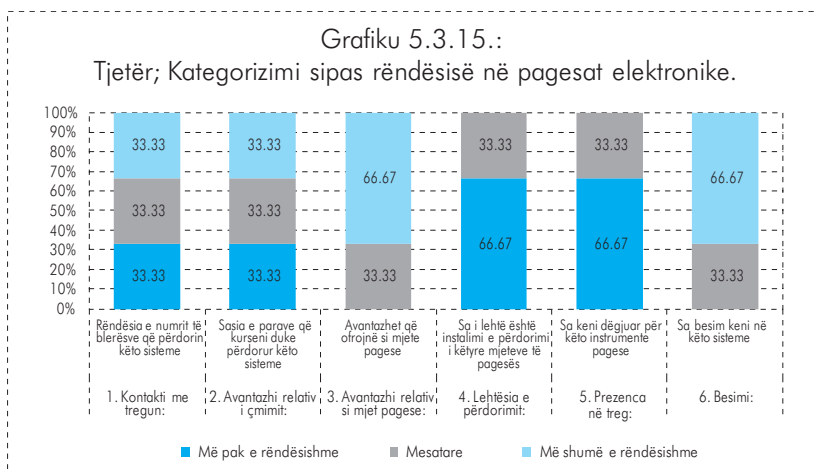


Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek ky lloj biznesi:

Ashtu si edhe në rastet e mësipërme, vërehet se “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohen tiparet “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 45.76 % dhe “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.” me 40.68%. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 42.37 %.

Tabela 5.3.15. dhe grafiku 5.3.15.: Bizneset “Tjetër”

Tabela 5.3.15. Tjetër; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike:		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	33.33	33.33	33.33	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	33.33	33.33	33.33	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	-	33.33	66.67	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	66.67	33.33	-	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	66.67	33.33	-	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	-	33.33	66.67	100.00



Vlerësime interpretuese për tabelën dhe grafiku i mësipërm nuk janë domethënës për t'u bërë, pasi numri i bizneseve në këtë ndarje është shumë i vogël.

6. NDIKIMI I VOLUMIT TË XHIROS MESATARE DITORE TË BIZNESIT NË PËRDORIMIN E INSTRUMENTEVE TË PAGESËS

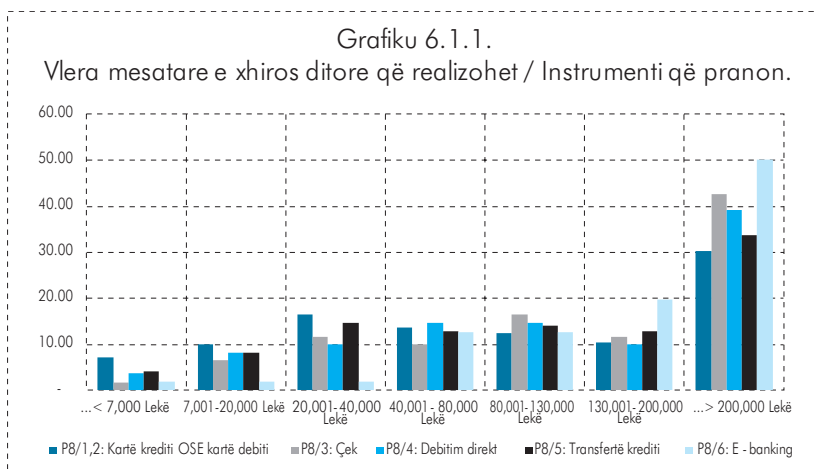
6.1. NDIKIMI I VOLUMIT TË XHIROS MESATARE DITORE NË PËRDORIMIN KONKRET TË INSTRUMENTEVE TË PAGESËS

Në tabelën dhe në grafikun e mëposhtëm jepen të dhënat e vlerës mesatare të xhiros ditore (në Lekë) (pyetja P7), sipas përdorimit konkret të instrumenteve bankare (pyetja P8, përgjigjet "Po"). Janë paraqitur vetëm të dhënat e përdorimit të instrumenteve të paraqitura. Më poshtë jepen dhe të dhënat në kushtet e mospërdorimit të instrumenteve të paraqitura. Gjithashtu, shtojmë që tek të dhënat e pyetjes P8, është ruajtur grupimi i vlerave si dhe më sipër: përdorimi i kartës së kreditit ose kartës së debitit, të marra së bashku. Vlen të theksohet që përgjigje të vlefshme janë 72.6 %.

Tabela 6.1.1.: Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet / Instrumenti që pranon	P8/1,2: Kartë krediti OSE kartë debiti	P8/3: Çek	P8/4: Debitim direkt	P8/5: Transferta krediti	P8/6: E-banking
... < 7,000 Lekë	7.08	1.64	3.64	4.07	1.79
7,001 - 20,000 Lekë	9.91	6.56	8.18	8.14	1.79
20,001 - 40,000 Lekë	16.51	11.48	10.00	14.53	1.79
40,001 - 80,000 Lekë	13.68	9.84	14.55	12.79	12.50
80,001 - 130,000 Lekë	12.26	16.39	14.55	13.95	12.50
130,001 - 200,000 Lekë	10.38	11.48	10.00	12.79	19.64
... > 200,000 Lekë	30.19	42.62	39.09	33.72	50.00
Total	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Nga tabela dhe grafiku 6.1.1. vihet re se:

Përdorimi i instrumenteve bankare (jo-cash) pëson ngritje me rritjen e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizohet nga bizneset. Ai është pothuaj në nivele të njëjta për grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizohet: "20,001 - 40,000 Lekë", "40,001 - 80,000 Lekë", "80,001 - 130,000 Lekë" dhe "130,001 - 200,000 Lekë", ndërkohë që ka përdorim të ulët për dy grupet e para të vlerës mesatare të xhiros ditore që realizohet, si dhe ka vlera të larta për grupin "... > 200,000 Lekë".



Bizneset që kryejnë xhiro ditore të larta (mbi 200,000 Lekë në ditë) kanë një tendencë të përdorimit në masë të lartë të gjithë instrumenteve të pagesave, sidomos “e-banking” e cila kap vlerën 50% për këtë kategori biznesesh.

Ndërkohë bizneset me xhiro ditore nën “7,000 Lekë” përdorin shumë pak instrumentet e pagesave. Duke pasur parasysh strukturën e ndërmarrjeve shqiptare (mbi 70% e tyre janë biznese të vogla) kuptojmë se pjesa më e madhe e bizneseve me të cilat përballemi çdo ditë nuk ofrojnë mundësinë e pagesës me instrumente pagese.

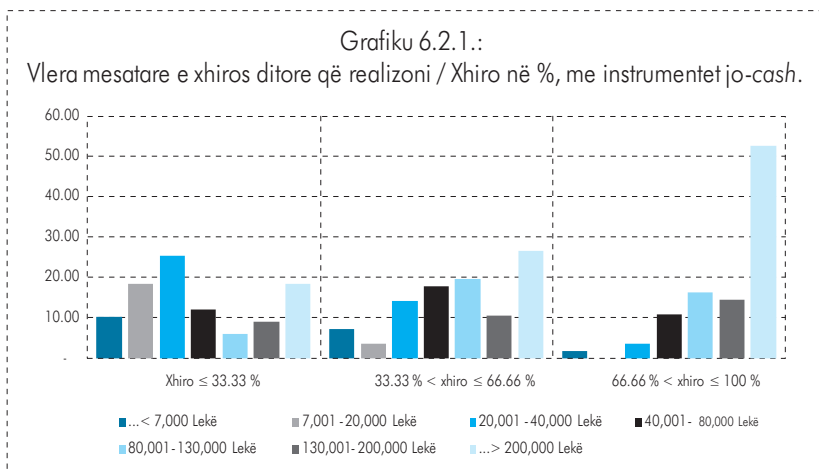
6.2. NDIKIMI I VOLUMIT TË XHIROS MESATARE DITORE NË MADHËSINË E XHIROS QË REALIZOHET ME INSTRUMENTET E PAGESËS JO-CASH

Në tabelën dhe në grafikun e mëposhtëm jepen të dhënat e vlerës mesatare të xhiros ditore (në Lekë) (pyetja P7), sipas përqindjes së xhiros mesatare që vjen nga përdorimi i këtyre instrumenteve të pagesave jo-cash⁷ (pyetja P9). Përgjigje të vlefshme janë 49.3 %. Nga këto, ndarjet përkatëse janë dhënë më poshtë.

Konkretisht, në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen përqindjet për secilin grup të vlerës mesatare të xhiros ditore (në pyetjen P7).

⁷ Është fjala për instrumentet e pagesës të përmendura në pyetjen P8 të anketës, pra: kartë debiti, kartë krediti, çek, debitimin direkt, transfer tën e kreditit dhe e-banking.

Tabela 6.2.1.: Vlera mesatare e xhiros ditore që realizoni / Xhiro në %, me instrumentet jo-cash	Xhiro \leq 33.33 %	33.33 % < xhiro \leq 66.66 %	66.66 % < xhiro \leq 100 %	Total
... < 7,000 Lekë	10.20	7.14	1.82	7.18
7,001 - 20,000 Lekë	18.37	3.57	-	9.57
20,001 - 40,000 Lekë	25.51	14.29	3.64	16.75
40,001 - 80,000 Lekë	12.24	17.86	10.91	13.40
80,001 - 130,000 Lekë	6.12	19.64	16.36	12.44
130,001 - 200,000 Lekë	9.18	10.71	14.55	11.00
... > 200,000 Lekë	18.37	26.79	52.73	29.67
Total	100.00	100.00	100.00	100.00



Nga tabela dhe grafiku vihet re se:

Bizneset që realizojnë xhiro ditore mesatare në grupet “... < 7,000 Lekë”, “7,001 - 20,000 Lekë” dhe “20,001 - 40,000 Lekë” u ulët peshë specifike kur kalohet nga grupet e xhiros (që realizohet me instrumentet e pagesës jo-cash) “Xhiro \leq 33.33 %”, në grupet e tjera “33.33 % < xhiro \leq 66.66 %” dhe “66.66 % < xhiro \leq 100 %”.

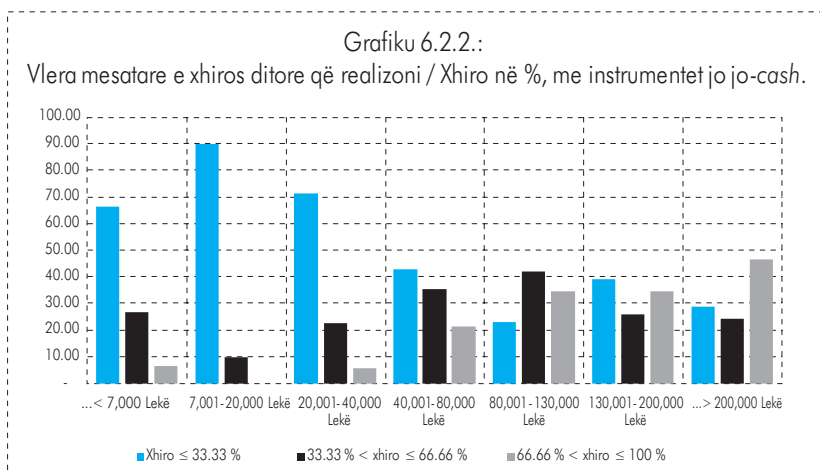
Bizneset që realizojnë xhiro të lartë ditore (“... > 200,000 Lekë”), realizojnë mbi 50% të kësaj xhiroje nëpërmjet instrumenteve të pagesës.

Bizneset që realizojnë xhiro ditore mesatare në grupet “80,001 - 130,000 Lekë”, “130,001 - 200,000 Lekë” dhe “... > 200,000 Lekë”

u rritet pesha specifike kur kalohet nga grupet e xhiros (që realizohet me instrumentet e pagesës jo-cash) “Xhiro $\leq 33.33\%$ ”, në grupet e tjera “ $33.33\% < \text{xhiro} \leq 66.66\%$ ” dhe “ $66.66\% < \text{xhiro} \leq 100\%$ ”.

Në tabelën dhe grafikun e mëposhtëm jepen përqindjet për secilin grup të xhiros mesatare që vjen nga përdorimi i instrumenteve të pagesës jo-cash (në pyetjen P9)

Tabela 6.2.2.: Vlera mesatare e xhiros ditore që realizoni / Xhiro në %, me instrumentet jo-cash	Xhiro $\leq 33.33\%$	$33.33\% < \text{xhiro} \leq 66.66\%$	$66.66\% < \text{xhiro} \leq 100\%$	Total
... < 7,000 Lekë	66.67	26.67	6.67	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	90.00	10.00	-	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	71.43	22.86	5.71	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	42.86	35.71	21.43	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	23.08	42.31	34.62	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	39.13	26.09	34.78	100.00
... > 200,000 Lekë	29.03	24.19	46.77	100.00
Total	46.89	26.79	26.32	100.00



Nga tabela dhe grafiku vihet re se:

Pjesa më e madhe e bizneseve me xhiro ditore të vogël “... < 7,000 Lekë”, “7,001 – 20,000 Lekë” dhe “20,001 – 40,000 Lekë” realizojnë me anë të instrumenteve të pagesës jo-cash vetëm xhiro ditore nën 33.33%.

Ndërkohë, bizneset e mëdha “mbi 200,000 Lekë” realizojnë pjesën më të madhe të xhiros të tyre ditore me anë të instrumenteve të pagesës jo-cash.

Gjithsesi, për të parë në mënyrë të krahasueshme përqindjet e bizneseve sipas ndarjeve sipas të dy variablave, jepet tabela e mëposhtme, ku të dhënat janë të unitarizuara – pra të dhënat janë të shprehura në përqindje në raport me totalin e bizneseve që i përgjigjen të dy pyetjeve P7 dhe P9.

Tabela 6.2.3.: Vlera mesatare e xhiros ditore që realizoni / Xhiro në %, me instrumentet jo-cash	Xhiro ≤ 33.33 %	33.33 % < xhiro ≤ 66.66 %	66.66 % < xhiro ≤ 100 %	Total
... < 7,000 Lekë	4.78	1.91	0.48	7.18
7,001 – 20,000 Lekë	8.61	0.96	-	9.57
20,001 – 40,000 Lekë	11.96	3.83	0.96	16.75
40,001 – 80,000 Lekë	5.74	4.78	2.87	13.40
80,001 – 130,000 Lekë	2.87	5.26	4.31	12.44
130,001 – 200,000 Lekë	4.31	2.87	3.83	11.00
... > 200,000 Lekë	8.61	7.18	13.88	29.67
Total	46.89	26.79	26.32	100.00

6.3. NDIKIMI I VOLUMIT TË XHIROS MESATARE DITORE NË MADHËSINË E XHIROS QË REALIZOHET ME INSTRUMENTET E PAGESËS JO-CASH

Më poshtë në këtë pikë jepen të dhënat e kategorizimit sipas rëndësisë të disa faktorëve që konsiderohen domethënës për bizneset në përdorimin e pagesave elektronike (pyetja P12) të ndara sipas vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset (pyetja P7). Kujtojmë që tek pyetja P12 me vlerësimin 1 është shënuar faktori më pak i rëndësishëm, me vlerësimin 6 është shënuar faktori më i rëndësishëm, ndërkohë që për vlerësime të ndërmjetme janë përdorur të renditur numrat e ndërmjetëm midis 1 dhe 6. Duhet theksuar që niveli i përgjigjeve në të dhënat e këtyre tabelave është 72.6 %.

Në pjesën e parë më poshtë, prej 6 tabelash dhe 6 grafikësh, për secilën prej kategorive të rëndësisë të përmendura në pyetjen P12, jepen vlerësimet përkatëse “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” dhe “Më shumë e rëndësishme” (si grupime të vlerësimeve nga 1 deri në 6, si dhe në pikën 3.6.) sipas vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset (pyetja P7).

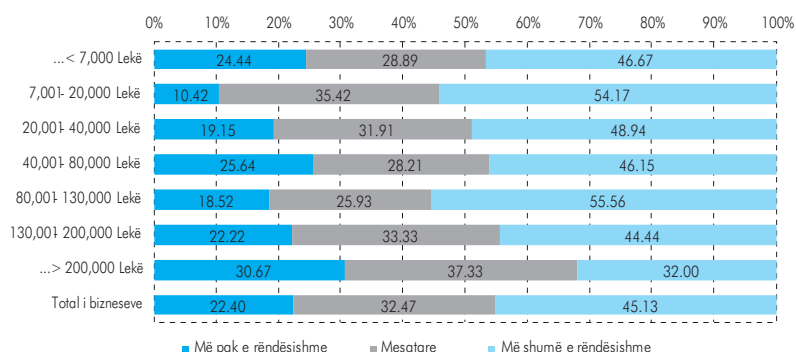
Tabela 6.3.1.

1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.

Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet (në Lekë) (%)	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
... < 7,000 Lekë	24.44	28.89	46.67	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	10.42	35.42	54.17	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	19.15	31.91	48.94	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	25.64	28.21	46.15	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	18.52	25.93	55.56	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	22.22	33.33	44.44	100.00
... > 200,000 Lekë	30.67	37.33	32.00	100.00
Total i bizneseve	22.40	32.47	45.13	100.00

Grafiku 6.3.1.

1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset:

Përgjithësisht ky tipar vlerësohet si “Më shumë i rëndësishëm” nga gjithë kategoritë e bizneseve (duke ju referuar xhiros mesatare ditore). “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “80,001 – 130,000 Lekë”, prej 55.56 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “...>200,000 Lekë”, prej 30.67 %.

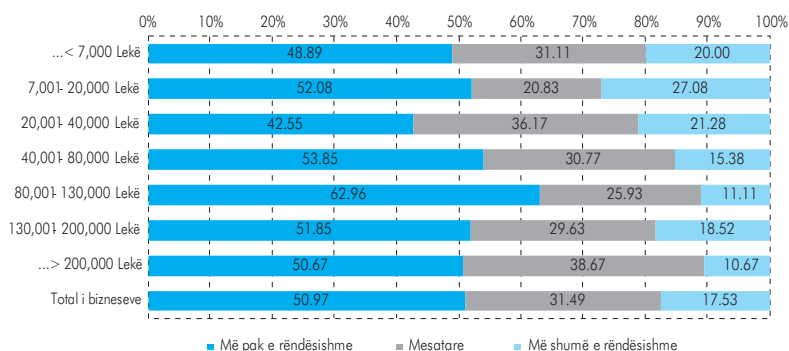
Tabela 6.3.2.

2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.

Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet (në Lekë) (%)	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
...< 7,000 Lekë	48.89	31.11	20.00	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	52.08	20.83	27.08	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	42.55	36.17	21.28	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	53.85	30.77	15.38	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	62.96	25.93	11.11	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	51.85	29.63	18.52	100.00
...> 200,000 Lekë	50.67	38.67	10.67	100.00
Total i bizneseve	50.97	31.49	17.53	100.00

Grafiku 6.3.2.:

2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset:

Në dallim nga tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme”, ky tipar “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme”, vlerësohet përgjithësisht si “Më pak e rëndësishme” nga pjesa më e madhe e kategorive të bizneseve (duke ju referuar xhiros mesatare ditore). “Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “7,001 – 20,000 Lekë”, prej 27.08 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “80,001 – 130,000 Lekë”, prej 62.96 %.

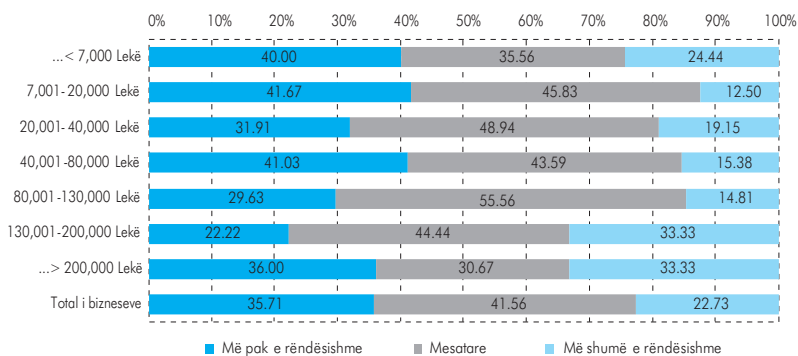
Tabela 6.3.3.

3. Avantazhi relativ i si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese.

Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet (në Lekë) (%)	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
... < 7,000 Lekë	40.00	35.56	24.44	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	41.67	45.83	12.50	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	31.91	48.94	19.15	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	41.03	43.59	15.38	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	29.63	55.56	14.81	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	22.22	44.44	33.33	100.00
... > 200,000 Lekë	36.00	30.67	33.33	100.00
Total i bizneseve	35.71	41.56	22.73	100.00

Grafiku 6.3.3.:

3. Avantazhi relativ i si mjet pagese: Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese.



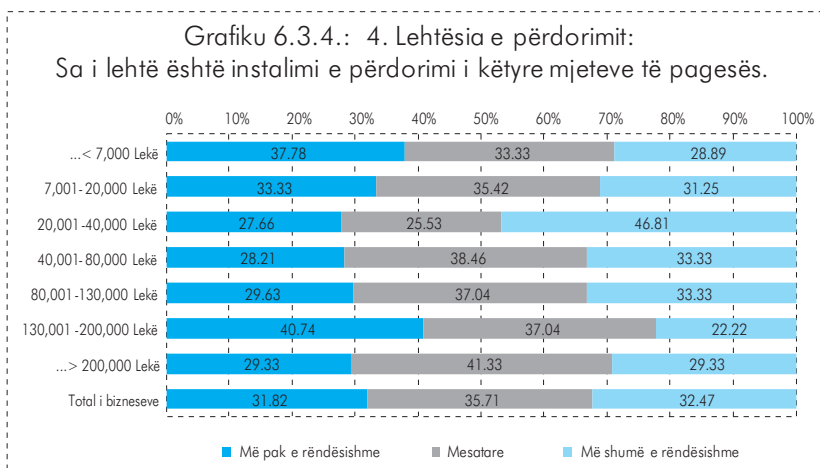
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “130,001 – 200,000 Lekë”, prej 33.33 % dhe “... > 200,000 Lekë”, prej 33.33 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “7,001 – 20,000 Lekë”, prej 41.67 %.

Tabela 6.3.4.

4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës.

Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet (në Lekë) (%)	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
...< 7,000 Lekë	37.78	33.33	28.89	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	33.33	35.42	31.25	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	27.66	25.53	46.81	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	28.21	38.46	33.33	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	29.63	37.04	33.33	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	40.74	37.04	22.22	100.00
...> 200,000 Lekë	29.33	41.33	29.33	100.00
Total i bizneseve	31.82	35.71	32.47	100.00



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “20,001 – 40,000 Lekë”, prej 46.81 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “130,001 – 200,000 Lekë”, prej 40.74 %.

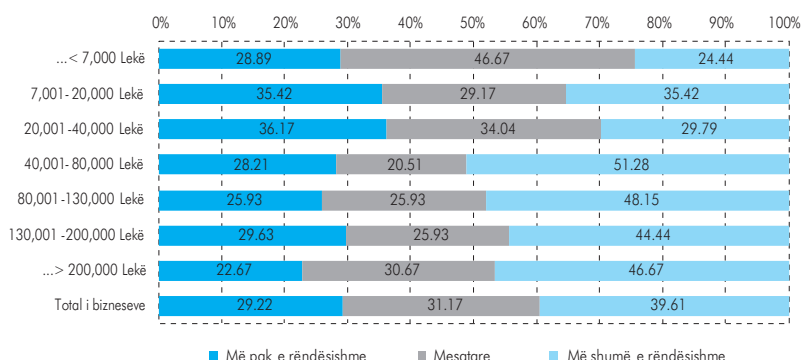
Tabela 6.3.5.

5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?

Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet (në Lekë) (%)	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
... < 7,000 Lekë	28.89	46.67	24.44	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	35.42	29.17	35.42	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	36.17	34.04	29.79	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	28.21	20.51	51.28	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	25.93	25.93	48.15	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	29.63	25.93	44.44	100.00
... > 200,000 Lekë	22.67	30.67	46.67	100.00
Total i bizneseve	29.22	31.17	39.61	100.00

Grafiku 6.3.5.:

5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese.



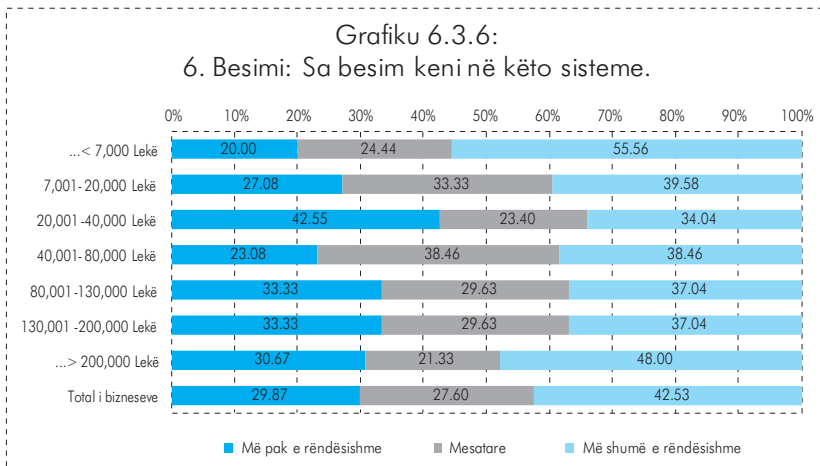
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “40,001 – 80,000 Lekë”, prej 51.28 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “20,001 – 40,000 Lekë”, prej 36.17 %. Përsëri vërehet se ky tipar “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” është përgjithësisht një tipar i vlerësuar si “Më shumë i rëndësishëm” nga thuajse të gjitha grupet e bizneseve (sipas xhiros mesatare ditore), përveç grupit me xhiron më të ulët.

Tabela 6.3.6.

6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?

Vlera mesatare e xhiros ditore që realizohet (në Lekë) (%)	Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
... < 7,000 Lekë	20.00	24.44	55.56	100.00
7,001 – 20,000 Lekë	27.08	33.33	39.58	100.00
20,001 – 40,000 Lekë	42.55	23.40	34.04	100.00
40,001 – 80,000 Lekë	23.08	38.46	38.46	100.00
80,001 – 130,000 Lekë	33.33	29.63	37.04	100.00
130,001 – 200,000 Lekë	33.33	29.63	37.04	100.00
... > 200,000 Lekë	30.67	21.33	48.00	100.00
Total i bizneseve	29.87	27.60	42.53	100.00



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se ndër gjithë grupet e vlerës mesatare të xhiros ditore që realizojnë bizneset:

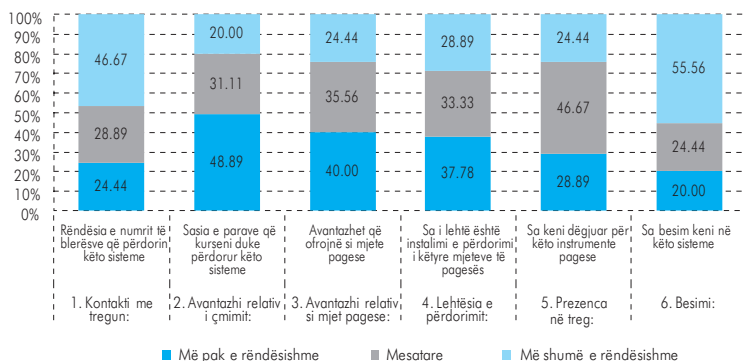
Ky tipar “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” vlerësohet përgjithësisht si “Më shumë e rëndësishme” nga thuajse të gjithë kategoritë e bizneseve (duke ju referuar ndarjes sipas mesatares së xhiros ditore). Në përqindje më të lartë ky tipar vlerësohet si “Më shumë i rëndësishëm” tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “... < 7,000 Lekë”, prej 55.56 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë ky tipar është tek bizneset që realizojnë vlerë mesatare të xhiros ditore “20,001 – 40,000 Lekë”, prej 42.55 %.

Në pjesën e dytë më poshtë, prej 7 tabelash dhe 7 grafikësh, për secilën prej kategorive të vlerës mesatare të xhiros ditore që realizon biznesi (sipas pyetjes P7), jepen vlerësimet përkatëse “Më pak e rëndësishme”, “Mesatare” dhe “Më shumë e rëndësishme” (si grupime të vlerësimeve nga 1 deri në 6, si dhe në piken 3.6.) sipas kategorive të rëndësisë të përmendura në pyetjen P12.

Tabela 6.3.7. dhe grafiku 6.3.7.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “... < 7,000 Lekë”

Tabela 6.3.7.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “... < 7,000 Lekë”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	24.44	28.89	46.67	100.00
2. Avantazh relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	48.89	31.11	20.00	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	40.00	35.56	24.44	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	37.78	33.33	28.89	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	28.89	46.67	24.44	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	20.00	24.44	55.56	100.00

Grafiku 6.3.7.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “... < 7,000 Lekë”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

Për bizneset me xhiro ditore "... < 7,000 Lekë, "Më shumë e rëndësishme" në përqindje më të lartë vlerësohet tipari "6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?" me 55.56 % dhe "1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme" me 46.47%. "Më pak e rëndësishme" në përqindje më të lartë vlerësohet tipari "2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme." me 48.89 %.

Tabela 6.3.8. dhe grafiku 6.3.8.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "7,001 – 20,000 Lekë"

Tabela 6.3.8.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "7,001 – 20,000 Lekë"; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	10.42	35.42	54.17	100.00
2. Avantazh relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	52.08	20.83	27.08	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	41.67	45.83	12.50	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	33.33	35.42	31.25	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	35.42	29.17	35.42	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	27.08	33.33	39.58	100.00

Nga tabela dhe grafiku 6.3.8. vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

"Më shumë e rëndësishme" në përqindje më të lartë vlerësohet tipari "1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme" me 54.17 %. "Më pak e rëndësishme" në përqindje më të lartë vlerësohet tipari "2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme." me 52.08 %.

Grafiku 6.3.8.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "7,001 - 20,000 Lekë"; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.

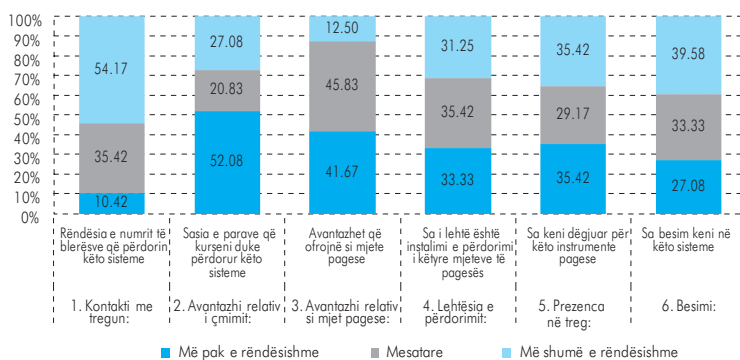
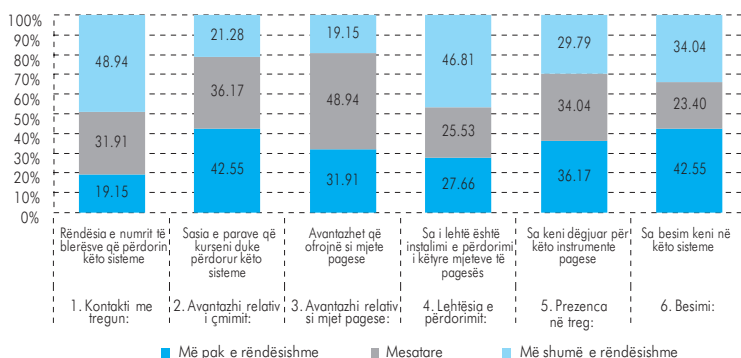


Tabela 6.3.9. dhe grafiku 6.3.9.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "20,001 – 40,000 Lekë".

Tabela 6.3.9.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "20,001 – 40,000 Lekë"; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	19.15	31.91	48.94	100.00
2. Avantazh relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	42.55	36.17	21.28	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	31.91	48.94	19.15	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	27.66	25.53	46.81	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	36.17	34.04	29.79	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	42.55	23.40	34.04	100.00

Grafiku 6.3.9.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "20,001 - 40,000 Lekë", Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.

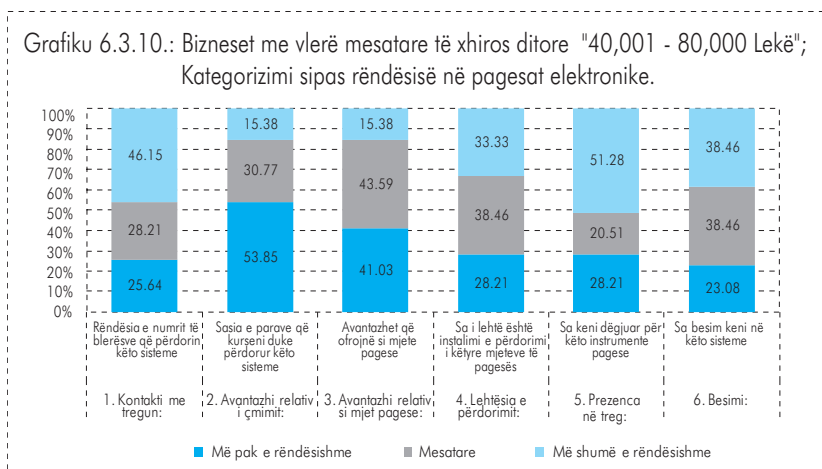


Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.” me 48.94 % dhe tipari “4. Lehtësia e përdorimit: Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?” me 46.81 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 42.55 % dhe tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 42.55 %.

Tabela 6.3.10. dhe grafiku 6.3.10.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “40,001 - 80,000 Lekë”.

Tabela 6.3.10.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “40,001 – 80,000 Lekë”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	25.64	28.21	46.15	100.00
2. Avantazh relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	53.85	30.77	15.38	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	41.03	43.59	15.38	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	28.21	38.46	33.33	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	28.21	20.51	51.28	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	23.08	38.46	38.46	100.00



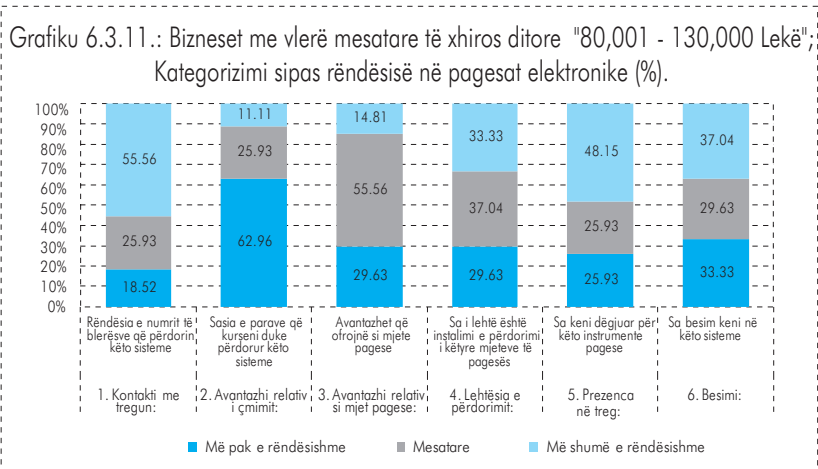
Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” me 51.28 % dhe tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia

e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.” me 46.15 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazh relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme” me 53.85 %, ndërkohë vihet re që ky tipar është vlerësuar dhe me përqindjen më të ulët në vlerësimet “Më shumë e rëndësishme”.

Tabela 6.3.11. dhe grafiku 6.3.11.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “80,001 – 130,000 Lekë”.

Tabela 6.3.11.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “80,001 – 130,000 Lekë”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	18.52	25.93	55.56	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	62.96	25.93	11.11	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	29.63	55.56	14.81	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	29.63	37.04	33.33	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	25.93	25.93	48.15	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	33.33	29.63	37.04	100.00



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.” me 55.56 % dhe tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” me 48.15 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 62.96 %.

Tabela 6.3.12. dhe grafiku 6.3.12.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “130,001 – 200,000 Lekë”.

Tabela 6.3.12.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore “130,001 – 200,000 Lekë”; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	22.22	33.33	44.44	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	51.85	29.63	18.52	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	22.22	44.44	33.33	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	40.74	37.04	22.22	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	29.63	25.93	44.44	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	33.33	29.63	37.04	100.00

Nga tabela dhe grafiku 6.3.12. vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “1. Kontakti me tregun: Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.” me 44.44 % dhe tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” me 44.44 % . “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 51.85 %.

Grafiku 6.3.12.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "130,001 - 200,000 Lekë"; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.

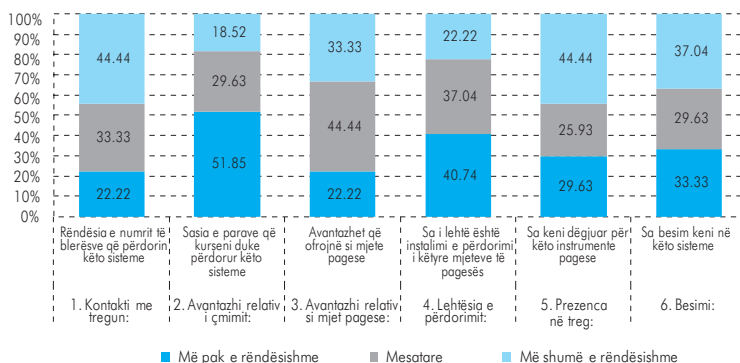
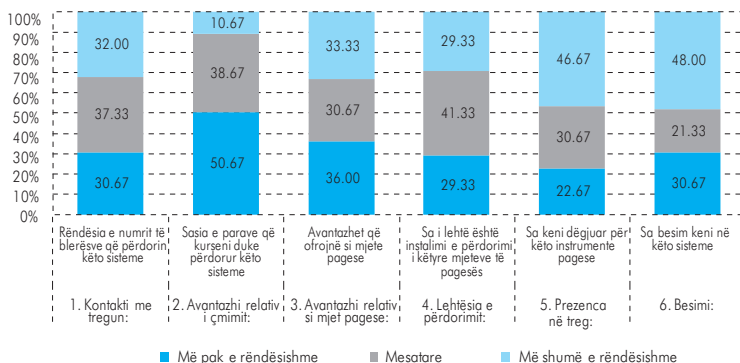


Tabela 6.3.13. dhe grafiku 6.3.13.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "...> 200,000 Lekë"

Tabela 6.3.13.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "...> 200,000 Lekë"; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike (%)		Më pak e rëndësishme	Mesatare	Më shumë e rëndësishme	Total
1. Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme.	30.67	37.33	32.00	100.00
2. Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.	50.67	38.67	10.67	100.00
3. Avantazhi relativ si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjet pagese.	36.00	30.67	33.33	100.00
4. Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës?	29.33	41.33	29.33	100.00
5. Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?	22.67	30.67	46.67	100.00
6. Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme?	30.67	21.33	48.00	100.00

Grafiku 6.3.13.: Bizneset me vlerë mesatare të xhiros ditore "... > 200,000 Lekë"; Kategorizimi sipas rëndësisë në pagesat elektronike.



Nga tabela dhe grafiku i mësipërm vihet re se tek bizneset e përfshira në këtë grup të vlerës mesatare të xhiros ditore:

“Më shumë e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “6. Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” me 48.00 % si dhe tipari “5. Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente të pagesës?” me 46.67 %. “Më pak e rëndësishme” në përqindje më të lartë vlerësohet tipari “2. Avantazhi relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” me 50.67 %.

7. PËRFUNDIMET DHE SUGJERIMET KRYESORE

Analizimi i rezultateve dhe karakteristikave të evidentuara gjatë përpunimit të të dhënave të anketimit të bizneseve sugjerojnë përfundimet e mëposhtme.

- Instrumentet e pagesave më të pranuar nga bizneset (përveç kartës së debitit apo kreditit, që ishin kusht fillestar në realizimin e zgjedhjes së bizneseve), janë si vijon:

“Transferta e kreditit” me 40.57 %. Pësia relativisht e lartë e përdorimit të këtij instrumenti është në përputhje me pritjet tona, pasi ky lloj instrumenti për vetë natyrën e tij mund të konsiderohet si një instrument më shumë i përdorur në transaksionet e bizneseve krahasuar me ato të individëve.

“Debitimi direkt” me 25.71 %. Në lidhje me përdorimin relativisht të lartë të këtij instrumenti vlerësojmë se, përtej përqindjes së konsiderueshme që zënë kompanitë të cilat ofrojnë shërbime utilitare në vërtetim, mund të diktohet edhe një familjarizim i kufizuar i bizneseve me këtë instrument, i cili konfirmohet gjithashtu edhe nga përgjigjet e bizneseve në lidhje me pranimin e këtij instrumenti për pagesa, të cilat është e pamundur të kryhen nëpërmjet këtij instrumenti. Përdorimi, gjithsesi, disi i gjatë në kohë i “debitimit direkt” lë për të dyshuar në njohjen e saktë të tij, duke favorizuar kështu nevojën për thellimin e edukimit financiar.

Ndërkohë ashtu siç pritej, pranimi i “çekut” me 14.39 % dhe “e-banking” me 13.21 % konfirmon peshat e ulëta, të cilat zënë këto lloj instrumentesh ndaj totalit të instrumenteve, sipas raportimeve të bankave pranë Bankës së Shqipërisë⁸.

- Bizneset që pranojnë pagesat nëpërmjet POS-ve, vlerësojnë se ndikimin më të madh në adoptimin e këtyre instrumenteve e kanë pasur elementët: “niveli i sigurisë” dhe “besueshmëria”. Siguria dhe besimi duket se ndikojnë bizneset në adoptimin sistemeve të pagesës në bizneset e tyre. Ndërkohë, “integrimi lehtësisht në sistemet e biznesit” si dhe “lehtësia në përdorim”

⁸ Banka e Shqipërisë, Raporti Vjetor 2011, faqe 148.

vlerësohen si dy tipare të tjera që kanë kontribuar ndjeshëm në adoptimin e këtyre sistemeve. “Kostot” duket se nuk kanë pasur shumë ndikim në adoptimin e POS për këtë kategori biznesesh.

- Bizneset të cilat nuk pranojnë pagesa nëpërmjet POS-ve, vlerësojnë se do të adoptonin këto mënyra pagesash nëse më shumë klientë do t’i kërkonin ato. Ky rezultat nga njëra anë mund të reflektojë mungesën e informacionit që kanë këto biznese në lidhje me aspektet pozitive të përdorimit të terminaleve POS, ndërkohë që nga ana tjetër mund të reflektojë edhe mungesën e një stimuli për përdorimin e POS-ve nga ana e tyre. Bazuar në përvojën ndërkombëtare⁹, vihet re një përdorim i gjerë i praktikave të tilla stimuluese në lidhje me nxitjen e përdorimit të POS-eve kryesisht për bizneset e vogla dhe të mesme. Gjithashtu, një faktor tjetër i rëndësishëm, i cili vlerësohet të ketë ndikim në adoptimin e POS-ve në bizneset e tyre, do të ishte reduktimi i kostove të adoptimit të kësaj mënyre pagese. Së fundi, sipas vlerësimeve të këtyre bizneseve, rritja e sigurisë së ofruar do të ndikonte pozitivisht në adoptimin e këtyre mënyrave të pagesave.
- Ndër tiparet e instrumenteve të pagesave, më të vlerësuara nga bizneset janë: “Kontakti me tregun: Rëndesa e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme” i vlerësuar si “shumë i rëndësishëm” nga rreth 42.45 % e bizneseve dhe “Besimi: Sa besim keni në këto sisteme?” i vlerësuar gjithashtu si “shumë i rëndësishëm” nga 41.04 % e bizneseve.
- Tiparet e instrumenteve të pagesës, më pak të vlerësuar nga bizneset janë: “Avantazh relativ i çmimit: Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme.” i vlerësuar si “më pak i rëndësishëm” nga 45.99 % e bizneseve dhe “Prezenca në treg: Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese?” gjithashtu e vlerësuar si “më pak e rëndësishme” nga 35.38% e bizneseve.

⁹ *The Shadow Economy in Europe 2011: Using electronic payments to combat the shadow economy*, Friederich Schneider at Johannes Kepler University of Linz in Austria, and A.T. Kearney sponsored by Visa Europe, pg 7.

- Komisione të larta në përdorimin e POS. Vlerësojmë se pretendime të tilla mund të ngrihen dhe nga biznese të vogla, për të cilat gjithsesi kostot e POS, në kushtet e kostove të ulëta të përdorimit të *cash-it*, mund të jenë domethënëse. Megjithatë, një analizë më e thelluar e vlerësimeve të tilla, mund të shërbejë për qartësime të mëtejshme.
- Klientët i kërkojnë pak blerjet nëpërmjet instrumenteve elektronike, siç është POS, se nëse kërkohet në masë prej tyre, bizneset shprehen që janë të detyruar t'u përgjigjen dhe do t'u përgjigjen.
- Mungesa e informacionit për përdorimin e mjeteve të pagesës është akoma një çështje tjetër që evidentohet nga një pjesë e bizneseve. Ashtu si edhe në rastin e anketimit të individëve, vërehet se mungesa apo paqartësia e informacionit për një pjesë të bizneseve përbën një tjetër barrierë, e cila pengon përdorimin në masë të instrumenteve të pagesës nga bizneset.
- Mungesa e energjisë ngrihet në disa raste si shqetësim nga bizneset për përdorimin e mjeteve elektronike të pagesave, siç është POS. Pavarësisht rregullimit prej vitesh të gjendjes së energjisë elektrike, ndoshta janë shkëputjet e shkurtra ato që janë evidentuar prej tyre. Gjithsesi, vlen për t'u thënë që në pohimet e dhëna nga bizneset nuk përmendet në asnjë rast, në kushtet e ndërprerjeve të energjisë, zgjidhjet '*back up*' të përkohshme nëpërmjet baterive. Mund të jetë mungesa e leverdisë në përdorim, por mund të jenë dhe arsytet e tjera të përmendura, gjë që vlen për t'u testuar në mënyrë më të detajuar më vonë.
- Këto instrumente pagesash *jo-cash* komentohen gjithashtu edhe pozitivisht si komode dhe efikase në përdorim.
- Disa biznese shprehen gjithashtu që përdorimi i tyre është tashmë i nevojshëm dhe krijon një imazh modern për biznesin e tyre.
- Siguria, besueshmëria dhe lehtësia janë tipare të tjera të evidentuara për përdorimin e instrumenteve të pagesës *jo-cash*.

- Nga analizat e bëra vërehet gjithashtu që bizneset e mëdha (mbi 80 punonjës) përdorin më shumë instrumentet e pagesave se kategoritë e tjera të bizneseve.
- Gjithashtu, bizneset me xhiro mesatare më të lartë (mbi 200,000 Lekë) i përdorin instrumentet e pagesave më shumë se kategoritë e tjera të bizneseve.
- Në këto kushte, ashtu siç pritej nga përvoja ndërkombëtare, edhe në tregun shqiptar madhësia e biznesit dhe të ardhurat e tij janë faktorë domethënës në pranimin dhe përdorimin e instrumenteve elektronike të pagesave.

ANEKS 1

PYETËSORI PËR BIZNESET

Më quajmë _____. Ky anketim kryhet nga Banka e Shqipërisë dhe INSTAT dhe ka për qëllim vlerësimin e ofrimit të shërbimit nëpërmjet sistemit të pagesave POS, nga bizneset. Informacioni që ju do të jepni do të përdoret vetëm për qëllime statistikore dhe për asnjë qëllim tjetër; ai do të mbetet konfidencial. Lutemi, disa minuta nga koha juaj për plotësimin e pyetësorit.

A. Të dhëna të përgjithshme		B. Të dhëna të biznesit	
		P5. Numri i punonjësve me orar të plotë pune:	
		P6. Lloji i biznesit:	
P1. Arsimi:		Lloji i biznesit:	1.Po/ 2.Jo
1. Pa arsim;		1. Supermarket	
2. 8 vjeçar;		2. Dyqane ushqimore	
3. I mesëm;		3. Dyqane joushqimore	
4. I lartë;		4. Bare/ restorante	
5. Pasuniversitar		5. Hoteleri, agjenci turistike	
P2. Moshë:		6. Ndërtim	
1. 18-25;		7. Import/eksport	
2. 26-35;		8. "Kompani utilitare" (Ujësjetësi, Telekom, Kompani Sigurimesh etj.)	
3. 36-45;		9. Tjetër _____	
4. 46-55;			
5. 56-65;			
6. 66 +			
P3. Gjinia:		P7. Cila është vlera mesatare e xhiros ditore që ju realizoni (ne Lekë të reja)?	
1. Mashkull;		1. ... < 7,000;	
2. Femër		2. 7,001 – 20,000;	
P4. Pozicioni që keni në kompaninë tuaj:		3. 20,001 – 40,000;	
_____		4. 40,001 – 80,000;	
_____		5. 80,001 – 130,000;	
_____		6. 130,001 – 200,000;	
_____		7. ... > 200,000	
		C. Përdorimi konkret	
		P8. Pranon kompania juaj aktualisht pagesa nëpërmjet ndonjë instrumenti të mëposhtëm dhe prej sa kohësh:	1.Po/ 2.Jo
		1. Kartë debiti	Prej sa kohësh (muaj)
		2. Kartë krediti	
		3. Çek	
		4. Debitim direkt	
		5. Transferi krediti	
		6. E-banking	
		(Nëse të gjitha "Jo", shko tek E.)	
		P9. Sa përqind e xhiros suaj (mesatarisht) vjen nga përdorimi i pagesave me këto instrumente? (në %)	

D. Arsyet fillestare të përdorimit/adoptimit të sistemeve të pagesave POS në biznes

P10. Ju lutem, specifikoni sa të rëndësishme janë arsyet e mëposhtme në vendimit tuaj fillestar për të adoptuar mënyrën e pagesës me sistemet e instrumentave të pagesave elektronike, duke ju përgjigjur pyetjeve të mëposhtme:

Kompania ime fillimisht vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, sepse:

	1 (min)	2	3	4	5 (max)	Nuk di/ Papërgjigje
Shumë klientë i përdorin këto instrumente						
U kërkua nga klientët						
Për shkak të kostove të ulta financiare që ofronte						
Është më i lirë se përdorimi i opsioneve të tjera të pagesave						
U integrua lehtësisht në sistemet e biznesit që kemi						
U vlerësua që është i lehtë të instalohet e të përdoret						
Dinin t'i përdornim mirë si mjete pagese.						
Sistemet ofrojnë shkallë të lartë sigurie						
Janë sisteme të besueshme						

E. Arsyet për mospërdorimi i POS

P11. Kompania ime do të vendosi të përdorë mënyrën e pagesës me POS, nëse:

	1 (min)	2	3	4	5 (max)	Nuk di/ Papërgjigje
Më shumë blerës do t'i përdorin ato						
Më shumë klientë do të na kërkonin përdorimin e tyre.						
Kostot fikse do të na reduktoheshin						
Përdorimi i tyre do ishte më i lirë për ne						
Integrimi në sistemet e biznesit që kemi do të bëhej më i lehtë						
Do të ishte më e lehtë për t'u instaluar dhe përdorur.						
Do të kishim më shumë njohuri në përdorimin e këtyre sistemeve						
Sistemet do të ofronin siguri më të lartë.						
Ne do t'u besonim këtyre sistemeve se më shumë tani.						

F. Kategorizimi i rëndësisë.

P12. Lutemi, renditni sipas rëndësisë që ka për ju, në pagesat elektronike:
(1 = më pak e rëndësishme, 6 = më shumë e rëndësishme) – Përdorni çdo numër vetëm një herë.

	Vlerësoni rëndësinë:	Vlerësimi
Kontakti me tregun:	Rëndësia e numrit të blerësve që përdorin këto sisteme	
Avantazhi relativ i çmimit:	Sasia e parave që kurseni duke përdorur këto sisteme	
Avantazhi relativ i si mjet pagese:	Avantazhet që ofrojnë si mjete pagese	
Lehtësia e përdorimit:	Sa i lehtë është instalimi e përdorimi i këtyre mjeteve të pagesës	
Prezenca në treg:	Sa keni dëgjuar për këto instrumente pagese	
Besimi:	Sa besim keni në këto sisteme	

G. Informacion shtesë

P13. Përcaktoni përdorimin e instrumentave të mëposhtëm sipas qëllimit/qëllimeve të përdorimit nga biznesi juaj. Lutemi shënoni me shënjen “X” në kutinë bosh që i përkon qëllimit të përdorimit të secilit instrument. Shënim: Një instrument mund të përdoret për më shumë se një qëllim, pra një instrument mund të ketë asnjë, një ose më shumë se një përgjigje.

Qëllimi i përdorimit \ Instrumenti	Paranë e gatshme (cash)	Debitim direkt	Transferita krediti në formë letër	Kartë debiti	Kartë krediti	Çek	E-banking	Klering (shlyerje detyrimesh mall me mall)
Shpenzime të ndryshme								
Taksa, tatime dhe detyrime të tjera ligjore								
Sigurime								
Paga, shpërblime								
Shlyerje kredite								
Shlyerje detyrimesh ndaj bizneseve partnere								
Shlyerje detyrimesh ndaj klientëve								
Tjetër1 _____								

P14. Lutem, shtoni çdo koment tjetër që ju keni për këto instrumente pagesash, apo çdo sugjerim tjetër:

LITERATURA

- [1] INSTAT: Regjistri i ndërmarrjeve. Ndërmarrjet aktive sipas qarqeve 2010. Burimi: INSTAT, instat.gov.al
- [2] INSTAT: Anketa strukturore e ndërmarrjeve ASN 2010.
- [3] INSTAT: Anketa strukturore e ndërmarrjeve ASN 2011.
- [4] Towards a more efficient use of payment instruments, Paul De Grauwe, Laura Rinaldi, Patrick Van Cayseele, March 2006.
- [5] Banka e Shqipërisë, Raporti Vjetor 2011.
- [6] The Shadow Economy in Europe 2011: Using electronic payments to combat the shadow economy, Friederich Schneider at Johannes Kepler University of Linz in Austria, and A.T. Kearney sponsored by Visa Europe.
- [7] Brids & Winder, 2005. "Payments are no free lunch". De Nederlandsche Bank
- [8] Gregor & Roberts 2005. "Why Australian Merchants Aren't Adopting E-Money", Journal of Research and Practice in Information Technology

CIP Katalogimi në botim BK Tiranë

Kliti Ceca, Alban Pllaha, Valentina Semi
Raport i anketimit mbi përdorimin e
instrumenteve të pagesës – bizneset - /
/ Ceca Kliti, Pllaha Alban, Semi Valentina - Tiranë:
Banka e Shqipërisë, 2013

-100 f; 15.3 x 23 cm.

Bibliogr.

ISBN: 978-99956-42-85-8.

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 "Avni Rustemi", Nr. 24, Tiranë, Shqipëri
Tel.: + 355 4 2419301/2/3; + 355 4 2419409/10/11
Faks: + 355 4 2419408
ose duke dërguar një e-mail në adresën:*

public@bankofalbania.org

Tirazhi: 500 kopje