



UNIVERSITETI I EVROPËS JUGLINDORE
УНИВЕРЗИТЕТ НА ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА
SOUTH EAST EUROPEAN UNIVERSITY

FAKULTETI I BIZNESIT DHE EKONOMISË

PUNIM MASTER

Analiza e shërbimit E-Banking në sektorin bankar dhe ndikimi tek qytetarët e Republikës së Maqedonisë së Veriut

Studenti:

Elieza Veseli

Mentori:

Assoc.Prof.Dr.Shenaj Haxhimustafa

2022, Shkup



Abstrakti

Ky punim paraqet atë se çfarë ndikimi ka E-banking në shërbimet e klientëve dhe kënaqësinë e klientëve në krahasim me shërbimet tradicionale ku jemi mësuar që shërbimet t'i kryejmë në sportelet e bankave.

Viteve të fundit në Maqedoninë e Veriut sistemi bankar ka filluar që në mënyrë masive të ofrojë shërbime të ndryshme të E-banking dhe besoj se shumicës prej nesh gjithashtu na ka rastësisë që të shohim reklama si dhe broshura brenda degëve sa i perket këtij shërbimi elektronik bankar.

Megjithëse bankat në Maqedoninë e Veriut kanë rritur fokusimin me të madhe në këtë shërbim përmes fushatave të tyre informuese mbi efikasitetin, sigurinë dhe përparësitë e tjera që ofron ky shërbim, duket se perkundër trendit në rritje Maqedonia e Veriut vazhdon të ketë numër relativisht të vogël të përdoruesve të shërbimit E-banking.

Në kapitujt e ardhshëm do të mundohem që të shtjelloj mënyrën se si qytetarët e vendit e kanë pranuar E-banking, duke analizuar përmes të dhënave primare dhe sekondare, ndryshimet që duhet të bëhen në mënyrë që ky produkt të jetë i përshtatshëm për ta, ndërlidhja e këtij produkti me moshën e përdoruesve, ndërlidhja e këtij produkti me rritjen e kënaqësisë së përdoruesve duke marrë parasysh mënyrën tradicionale që jemi mësuar të hasim në vend si dhe mundësitë dhe sfidat e këtij produkti bankar.

Fjalët kyçe

(Banka, Sektori bankar, E-banking, Online shërbime)



Абстракт

Овој труд го прикажува влијанието на е-банкарството врз услугите на клиентите и задоволството на клиентите во споредба со традиционалните услуги каде што сме навикнати да вршме услуги на шалтерите на банките.

Во последните години во Северна Македонија банкарскиот систем почна масовно да нуди различни услуги за електронско банкарство и верувам дека повеќето од нас имаат можност да видат огласи и брошури во филијалите за оваа услуга за електронско банкарство.

Иако банките во Северна Македонија го зголемија својот фокус на оваа услуга преку нивните информативни кампањи за ефикасноста, безбедноста и другите придобивки од оваа услуга, се чини дека и покрај растечкиот тренд, Северна Македонија продолжува да има релативно мал број на услуги за е-банкарство корисници.

Во следните поглавја ќе се обидам да елаборирам како граѓаните на државата го прифатиле е-банкарството, анализирајќи преку примарни и секундарни податоци, промените што треба да се направат за овој производ да биде соодветен за нив, меѓусебната поврзаност на овој производ со возраста на корисниците, корелацијата на овој производ со зголемувањето на задоволството на корисниците земајќи го предвид традиционалниот начин на кој сме навикнати да се среќаваме во земјата како и можностите и предизвиците на овој банкарски производ.

Клучни зборови

(Банкарство, Банкарски сектор, Е-банкарство, Онлајн услуги)



Abstract

This paper presents the impact of E-banking on customer service and customer satisfaction compared to traditional services where we are used to performing services at bank counters.

In recent years in Northern Macedonia the banking system has started to massively offer various E-banking services and I believe that most of us also have the chance to see ads and brochures within the branches regarding this electronic banking service. .

Although banks in Northern Macedonia have increased their focus on this service through their information campaigns on the efficiency, security and other benefits of this service, it seems that despite the growing trend, Northern Macedonia continues to have a relatively small number of E-banking service users.

In the next chapters I will try to elaborate on how the citizens of the country have accepted E-banking, analyzing through primary and secondary data, the changes that need to be made in order for this product to be suitable for them, the interconnection of this product with the age of users, the correlation of this product with the increase of user satisfaction taking into account the traditional way we are used to encountering in the country as well as the opportunities and challenges of this banking product.

Key words

(Banking, Banking Sector, E-banking, Online services)



Tabela e përmbajtjes

1 KREU-1: Sfondi i studimit 3

1.

Hyrje 6

1.1.	Parashtrimi	i
problemit.....		
.....7		

1.2.	Qëllimi	i
punimit.....		
.....7		

1.3.	Objektivat	e
studimit.....		
.....8		

1.4.	Rëndësia	e
punimit.....		
.....9		

1.5.	Hipotezat	e
parashtruara.....		
...10		

2 KREU-2: Rishikimi i literaturës: E-banking në sektorin bankar 11

2.1. Historiku i shërbimeve elektronike bankare.....	11
--	----

2.2. Bankat elektronike.....	12
------------------------------	----

2.2.1. Nivelet e komunikimit bankë-klient.....	13
--	----

2.2.2. Shfrytëzimi i internetit nga bankat.....	14
---	----

2.3. Faktorët që ndikojnë mbi përhapjen e Internet Banking.....	15
---	----

2.4. Arkitektura e internet banking.....	17
--	----

2.5. Shërbimet internet banking në sektorin bankar.....	18
---	----



2.6. Përparësitë dhe të metat që sjell Internet Banking	21
2.7. Siguria në Internet Banking	25
2.8. Modeli TAM	27
3 KREU-3. Vështrim mbi përdorimin e E-banking në Republikën e Maqedonisë së Veriut	32
3.1. E-banking në sektorin bankar të RMV	32
3.1.1. Fintech si një zgjidhje e re inovative në sektorin bankar të RMV	33
3.2. Numri dhe Vlera e transaksioneve E-banking në RMV	35
3.3. Analiza krahasuese e kanaleve elektronike në RMV dhe rajon	37
3.3.1. Kanalet e pagesës digjitale në RMV	41
3.4. Vështrim mbi digjitalizimin e shërbimeve të PROcredit Bank në RMV	44
3.4.1. Shërbimi E-banking në PROcredit Bank	44
3.4.2. Këshilla sigurie nga PROcredit Bank për klientin	50
4 KREU-4 Analiza empirike-krahasimore	55
4.1. Intervistimi dhe mbledhja e të dhënave	55
4.1.2. Mbledhja e të dhënave	55
4.2. Të dhënat e pyetësorit	66
4.3 Hipotezat	68
4.3.1. Testimi i hipotezave	69
5 Konkluzionet dhe rekomandimet	73
5.1 Konkluzionet e hulumtimit	7
3	
5.2. Gjetjet dhe rekomandimet e punimit	75
6 Referencat	77



7 Lista e tabelave dhe figurave 81

8 SHTOJCA 82





KREU-1:

1.Hyrje

Republika e Maqedonisë së Veriut është një shtet ku teknologjia informative ka ndikim të madh, ndikim ky që natyrisht nuk ka lënë pa e prekur edhe sistemin bankar. Kohëve të fundit po ndëgjojmë në vazhdimësi për një thyerje të traditës bankare që shërbimet bankare të realizohen edhe nga shtëpia, zyrja apo ku do që gjendemi përmes kompjuterit ose telefonit celular, pa ndonjë orar të caktuar online sidomos tani në periudhën e COVID19 ishin më të nevojshme se kurdoherë më parë.

Shërbim i kënaqshëm i klientëve është matës i asaj se si një kompani arrin të realizojë pritshmëritë e klientëve përmes shërbimeve që ofron. Republika e Maqedonisë së Veriut ka filluar shumë vonë me adoptimin e internetit bankar, dhe siq duket bankat në vend me gjithë marketingun e madh dhe rritjen e fokusit në këto shërbime elektronike janë duke u përballur me vështirësi të mëdha.

Pra si synim parësorë të këtij hulumtimi do të mundohem që të paraqes mendimin e përdoruesve aktual të këtij shërbimi përmes pyetësorit anketues duke nxjerrë në pah problemet me të cilat ballafaqohen këta përdorues si dhe klientëve të cilët megjithëse nuk janë përdorues të këtij programi munden të na ndihmojnë rreth asaj se përse janë skeptik rreth këtij programi dhe cka munden bankat të bëjnë në këtë drejtim në mënyrë që kjo kategori e klientëve të pranojnë këtë produkt bankar.

Qëllimi i këtij studimi është të shikohet më thellë në problemet me të cilat përballen klientët e bankave në RMV, të cilët janë përdorues ose jo të sistemeve elektronike bankare si dhe për të kuptuar ndryshimet që duhet të realizojnë bankat në vend në mënyrë që të rritet performanca e llogarive E-banking që pritet të ndikojë në performancën e bankës duke zvogëluar pritjet në sportele dhe gjithashtu duke rritur kënaqësinë e shërbimeve bankare tek klientët e saj.



1.1. Parashtrimi i problemit

Zbatimi i shërbimeve elektronike bankare në Republikën e Maqedonisë së Veriut, mundëson të gjitha kategoritë efikase të shërbimeve bankare, në çdo kohë dhe nga çdo distancë, në mënyrë që të përmbushen kërkesat e përditshme të qytetarëve. E-banking modernizon shërbimet tradicionale bankare dhe mundëson krijimin e një menaxhimi efikas dhe të përgjegjshëm në të gjitha bankat, ajo gjithashtu synon t'i shfuqizojë të gjitha procedurat bankare burokratike dhe të pa volitshme, duke u përpjekur të zhvillojë procedura bankare elektronike, të thjeshta dhe të përshtatshme për qytetarët.

E-banking supozon një të ardhme në të cilën qytetarëve u mundësohet që përmes qasjes në një faqe interneti, të njihen fare lehtë me shërbimet e bankave dhe poashtu, të zhvillojnë transaksione të ndryshme. E-banking është faktor kuptimplotë i transformimeve, të cilat inkuadrohen në kulturën bankare.

Sektori bankar në Republikën e Maqedonisë së Veriut, ka modernizuar procesin e punës, është e qartë se megjithëse janë ndërmarrë disa hapa drejt digjitalizimit të shërbimeve bankare, megjithatë, ato shërbime elektronike bankare duhet të përmirësohen gradualisht dhe të plotësojnë dëshirat dhe nevojat e konsumatorëve. Sa është efektive, sa e shfrytëzueshme, dhe cilat janë problemet kryesore me të cilat ballafaqohet implementimi i kësaj teknologjie mbetet të shihet pas vërtetimit të pyetjeve kërkimore.

1.2. Qëllimi i punimit

Qëllimi i këtij punimi është studimi i implementimit dhe funksionimit të digjitalizimit të shërbimeve elektronike bankare në RMV, përparësitë dhe mangësitë e saj, si dhe sa është e njohur puna e shfrytëzimit të procesit të digjitalizimit nga ana e qytetarëve. Poashtu, është në interes të përgjithshëm, t'i gjejmë modalitetet e shtimit të informimit për shfrytëzimin e mundësive digjitalizuese, që janë një përparësi për avancim dhe lehtësim për shfrytëzimin e nevojave më të lehta për qytetarët, gjithashtu edhe avancimin e saj për proceset në



kuadër të përshtatjes së nevojave digjitalizuese me trendet botërore të shërbimeve elektronike bankare.

Qëllimet e këtij punimi hulumtues, përpos të tjerash, janë të analizoi dhe vlerësoi:

Shërbimet që i ofron sektori bankar në RMV.

Nevoja për shërbime elektronike bankare,

Përdorueshmëria nga ana e qytetarëve në procesin e digjitalizimit të shërbimeve bankare,

Rritja e nevojës për përdorim të saj,

Kushtet themelore për shërbime elektronike bankare.

1.3. Objektivat e studimit

Implementimi i Teknologjisë Informative (TIK) luan rol vendimtar në suksesin e sektorit bankar. Në kuadër të kësaj, zgjedhja e rrugës së duhur të motivimit për implementim dhe përdorim të saj paraqet një nga shtyllat kryesore të suksesit të një banke efektive. Aplikimi i Teknologjisë Informative, nga ana e sektorit bankar, kërkon njohuri efikase, investim, dhe mjete për përdorimin e saj. Rezultatet e studimit do të na sjellin një vlerësim të situatës aktuale dhe rekomandime që do të jenë në interes të përdorimit teorik dhe praktik të studimit.

Objektivat e studimit apo rezultatet e pritura nga realizimi i këtij punimi janë:

Të bëhet analizë e gjendjes momentale,

Të bëhet vlerësimi i implementimit dhe funksionimit,

Të nxirren rekomandimet që do të jenë në interes të përdorimit teorik dhe praktik të digjitalizimit të shërbimeve bankare



1.4. Rëndësia e punimit

Ky punim është mjaft i rëndësishëm nga fakti, se tema që trajtohet është shumë aktuale dhe se me problematiken e saj ballafaqohen gati të gjithë qytetarët gjatë jetës së tyre. Kërkesa për këto shërbime është duke u rritur dhe lehtësimi i qasjes në këto shërbime është i patjetërsueshëm.

Arsyeja kryesore e zgjedhjes së kësaj teme, qëndron në dobishmërinë e shfrytëzuesve të shërbimeve bankare përmes digjitalizimit në sektorin bankar, ku bëjnë pjesë, kryesisht, qytetarët dhe bizneset, të cilët nëpërmjet E-banking, funksionalizojnë shërbime cilësore, shumë transparente dhe në kohë reale.

Motivimi për zgjedhjen e kësaj teme vjen nga arsye të ndryshme siq janë:

- Në RMV nuk është bërë mjaftueshëm punë në vetëdijësimin e qytetarëve që na sjell E-banking;
- Nuk ekziston shumë apo ka fare pak revista publike, botime, apo edhe publikime shkencore për digjitalizimin e shërbimeve bankare, dhe ofrimin e shërbimeve bankare elektronike;
- Vlerësoj dhe besoj se kjo pikënisje e këtij studimi të na sjell më tepër informacion rreth shërbimeve elektronike bankare.



1.5. Hipotezat e parashtruara

Hipoteza e I-rë

H_0 – Mosha nuk ndikon në përdorimi e e-banking;

H_1 – Mosha ndikon në përdorimi e e-banking;

Hipoteza e II-të

H_0 – Përdorimi i e-banking nuk ndikohet nga gjinia e përdoruesve;

H_1 – Përdorimi i e-banking ndikohet nga gjinia e përdoruesve;

Hipoteza e III-të

H_0 – Përdorimi i e-banking nuk ndikon në uljen e shpenzimeve për përdoruesin;

H_1 – Përdorimi i e-banking ndikon në uljen e shpenzimeve për përdoruesin;

Hipoteza e IV-të

H_0 – Siguria e e-banking nuk ndikon në përdorimin e këtij produkti;

H_1 – Siguria e e-banking ndikon në përdorimin e këtij produkti;



KREU-2: Rishikimi i literaturës: E-banking në sektorin bankar

2.1. Historiku i shërbimeve elektronike bankare

Shërbimet elektronike bankare janë shumë të rëndësishme në ditët e sotme dhe realisht nuk mund të mendohet funksionimi i një institucioni financiar dhe ekzistenca e tij në treg pa ofrimin e shërbimeve elektronike bankare sepse do konsiderohej si demode dhe vështirë që ndonjë klient i ri do ta merrte në konsideratë hapjen e një xhirollogarie bankare në një bankë të tillë, kur ekzistojnë banka të tjera që të gjitha shërbimet i ofrojnë përveç në formë fizike gjithashtu ofrojnë edhe në forma të ndryshme elektronike që do të thotë qasja e klientëve është ndryshuar si pasojë e zhvillimit të shpejtë teknologjik dhe jetës dinamike e cila e karakterizon kohën e sotme. I gjithë ky ndryshim në sistemin bankar nuk ka ardhur brenda ditës mirëpo është kanë kaluar vite e vite në mënyrë që këto avancime në sistemin bankar të fillojnë të ofrohen nga institucionet e ndryshme financiare.

Duke Shikuar historikisht në gjenezën e shërbimeve elektronike bankare e kuptojmë se fillimet e para të shërbimeve elektronike në afarizmin bankar datojnë që në vitin 1918, kur Federal Reserve Banks në SHBA, ka bërë transferin e parave në distancë ose sistemin e pagesave nëpërmjet telegrafit. Fillet e automatizmit bankar i gjejmë në vitet e 60-ta të shekullit XX-të. Format e hershme e shërbimeve bankare në internet, që kërkonin një softuer, modem dhe kompjuter të siguruar nga shitësit e shërbimeve financiare, u prezantuan gjerësisht dhe shumica e nismave të këtij lloji u ndërprejnë për shkak se shumica e klientelës nuk e pranonin si opsion real të asaj kohe. (Berisha, 2011)

Me rritjen e shpejtë të llojeve të tjera të shërbimeve elektronike u kuptua edhe nga bankat se interneti nuk ishte diçka thjeshtë e rastit ose kalimtare siç e parashihnin ato dhe me të kuptuar që qasja e klientelës së tyre ndaj zhvillimeve të internetit ka ndryshuar në kontekstin pozitiv, që nga mesi i viteve 1990, bankat përsëri rinovuan interesin e tyre për mënyrat elektronike të ofrimit të shërbimeve duke përdorur Internetin si mjet i cili do e mundësonte ofrimin e shërbimeve bankare online.¹

¹ <https://www.gobankingrates.com/banking/banks/history-online-banking/>



Saktësisht në vitin 1995 u themelua banka e parë në internet e cila ishte bankë amerikane e quajtur “ Security First Network Bank”, ndërsa tri vite më vonë lloji bankave virtuale filluan të shfaqen edhe në Britani të Madhe dhe virtualizimi i afarizmit bankar u bë një realitet i pashmangshëm (Berisha, 2011) dhe klientët e bankave të ndryshme filluan ta pranonin dalëngadalë një shërbim të tillë edhe pse në vitin 2001 fillimisht u krijua një frikë e madhe se firmat të cilat ofrojnë shërbime elektronike duke i përfshirë edhe institucionet financiare do të ndalonin funksionimin mirëpo përkundër luftës për ekzistencë të asaj kohe ky produkt bankar vazhdoi të ofrohej nga shumë banka të cilat ishin prezente atë kohë dhe sipas një studimi të kryer nga Tech Web News në 2005, rezultoi që e-banking është aktiviteti tregtar me rritjen më të shpejtë në Internet. Në anketën e tyre në të cilën ishin pjesëmarrës vetëm përdoruesit e Internetit, rezultoi se 13 milion amerikanë kryejnë disa aktivitete bankare në internet në një ditë tipike, një kërcim 58 përqind nga fundi i vitit 2002.²Përhapja e bankutut në internet ka përkuar me pjekurin në rritje të popullsisë e cila përdor Internetin si dhe faktor tjetër në rritjen e e-banking është edhe se bankat kanë zbuluar përfitimet e e-banking (Mohamed Shah, Steve Clarke, 2009).

2.2. Bankat elektronike

Bankat elektronike janë banka virtuale që në emër të klientëve kryejnë transaksione të ndryshme në internet duke e përdorur paranë elektronike si mjet. (Berisha 2011)

Si qëllime kryesore të paraqitjes së bankave në internet dhe të përdorimit të internetit si kanal shpërndarës janë: (Berisha, 2011)

rritja e shpejtësisë së transaksioneve financiare,

racionalizmi i potencialit bankar,

globalizimi i afarizmit bankar,

ofrimi i shërbimeve kualitative me shpenzime të ulëta,

² <https://www.gobankingrates.com/banking/banks/history-online-banking/>



krijimi i mundësive që shfrytëzuesit të mund të kontaktohen nga cilido vend në botë dhe në çfarëdo kohe etj.

Me zhvillimin e teknologjisë dhe shfrytëzimin e internetit, bankat u rritën më shumë si institucione dhe krijuan më shumë mundësi për zhvillimin e afarizmit bankar vetë shërbyes si për klientët po ashtu edhe për bankat. Bankat elektronike i'u ofrojnë shfrytëzuesve të tyre pothuajse çdo shërbim tradicionalisht të disponueshëm përmes një dege lokale, duke përfshirë transferimet dhe pagesat e faturave në internet. Një Bankë elektronike ka formë të e-banking, të disponueshëm si në versionet e desktopit ashtu edhe përmes aplikacioneve celular.³ Transaksionet bankare të ofruara në internet ndryshojnë nga institucioni. Shumica e bankave zakonisht ofrojnë shërbime themelore siç janë transferimet dhe pagesa të faturave.. Disa banka gjithashtu lejojnë klientët të hapin llogari të reja dhe të aplikojnë për kredi përmes portaleve bankare në internet.⁴ Funksione të tjera mund të përfshijnë porositjen e kontrolleve, vënien e ndalimit të kontrolleve, ose raportimin e një ndryshimi të adresës. (Frankenfield, 2019).

2.2.1. Nivelet e komunikimit bankë-klient

Interneti bankave iu shërben si një urë lidhëse mes atyre dhe klientëve të tyre për vënien e kontakteve dhe lidhjeve afariste komunikuese. Varësisht nga besimi i ndërrsjelltë i ndërtuar nga banka dhe klienti mund të krijohen disa nivele të lidhjeve komunikuese të cilat mund të jenë nga më të thjeshtat e deri tek ato më operationale si p.sh: (Banka e Shqipërisë, 2007)⁵

Prezentimi i informacioneve dhe komunikimi njëdrejtimësh – ky është niveli më i ulët i komunikimit ndërmjet bankës dhe klientëve. Lidhja komunikuese ekziston në atë rast kur bankat nëpërmjet internetit i mundësojnë klientëve ekzistues apo klientëve potencial të tyre të shohin shërbimet të cilat i ofrojnë duke e shfrytëzuar Web-faqen e cila në këtë rast ka më shumë karakter reklamues sesa karakter operacional.

³ <https://www.investopedia.com/terms/o/onlinebanking.asp>

⁴ <https://www.investopedia.com/terms/o/onlinebanking.asp>

⁵ <https://www.bankofalbania.org/>



Prezantimi i informacioneve dhe komunikimi dydrejtimësh – paraqet një nivel pak më të lartë të komunikimit ndërmjet bankës dhe klientëve të saj sesa opcioni i parë. Mënyra më e thjeshtë e këtij lloji të komunikimit është duke e shfrytëzuar emailin, përveç komunikimit nëpërmjet emailit ekziston edhe mundësia që disa shërbime bankare të thjeshta të vihen në dispozicion të klientëve, ashtu që atyre mund të iu qasen në mënyrë interaktive sepse kanë karakter të informatave të lira dhe mundëson distribuimin e shpejtë, të lehtë dhe efikas të të dhënave.

Interaksioni me klientët – paraqet një nivel më të lartë të komunikimit ndërmjet bankës dhe klientëve sesa dy të parat. Kjo do të thotë se shfrytëzohet ndonjë nga metodat e mbrojtjes duke e përdorur kartelën si mjet identifikimi. Me këtë rast fitohen të dhëna të karakterit privat dhe të besueshëm. Meqenëse konsumatorët janë palët më të rëndësishme të interesit për bankat, ky faktor i obligon ato të ndryshojnë konstant mënyrën e interaksionit me ta. Bankat përmes web-faqes së tyre mundohen të jenë sa më afër klientëve me informacionet më të reja dhe të dëgjojnë brengat e tyre lidhur me shërbimet që i ofron banka, ankesat dhe sugjerimet e tyre, duke iu ofruar kështu atyre një komoditet dhe lehtësi të përdorimit të llogarisë së tyre.

Transaksionet bankare ose pagesat elektronike – paraqesin nivelin më të lartë të komunikimit ndërmjet një banke dhe klientit të saj. Transaksioni bëhet në mënyrë elektronike përmes një rrjeti të kompjuterizuar. Në këto transaksione çdo gjë bëhet pa letër, kështu që nuk ka nevojë për kontrolle në para ose letra. Për shkak se institucionet financiare janë të lidhura, ju mund të autorizoni transferimin elektronik të fondeve, dhe paratë do të merren nga llogaria juaj dhe do të depozitohen në llogarinë e marrësit.

2.2.2. Shfrytëzimi i internetit nga bankat

Bankat filluan të shfrytëzojnë internetin si medium për komunikim dhe për promovim të aktiviteteve të tyre me paraqitjen e afarizmit bankar modern. Ndër arsyt kryesore se pse



bankat kanë filluar ta shfrytëzojnë internetin mund të konsiderohen: (Banka e Shqipërisë, 2007)⁶

- a) *Të krijohet imazhi i një firme inovative.* Banka duhet të jetë tërheqëse dhe e pranueshme nga klientët e saj prandaj ajo duhet që të aplikoj teknologjitë më të reja të cilat janë në hap me kohën dhe në këtë mënyrë ajo do e krijoj një reputacion më të mirë dhe inovativ i cili do mundësonte kështu tërheqjen e klientëve të rinj dhe mbajtjen e klientëve aktual.
- b) *Interaktiviteti.* Ndërmjet bankës dhe klientëve të tyre deri vonë interaktiviteti ekzistonte vetëm gjatë kohës sa ishte orari zyrtar i punës por zhvillimi i teknologjisë dhe avancimi i e-banking, mundësoi që tani bankat përmes web faqeve të tyre të cilat i posedojnë në internet iu ofrojnë klientëve të tyre interaktivitet 24 orë në ditë, pa u kufizuar në orarin 8 ose 9 orësh sa punojnë sportelet bankare. Pra, klientët në çdo kohë mund të qasen në web faqen e bankës së tyre dhe të marrin informacionet ose shërbimet e nevojshme.
- c) *Realizimi i potencialit të bankës.* Me ofrimin e shërbimeve të ndryshme në internet banka ka mundësi të zvogëlimit të shpenzimeve të afarizmit, pasi që kështu përkundër rritjes së numrit të klientëve që një bankë mund të ketë ajo nuk ka nevojë të kushtëzohet me hapjen e një dege të re ose të pajis atë dhe të punësoj personel shtesë që do i krijonte shpenzime shtesë. Kjo është e rëndësishme sidomos për ato banka të cilat nuk kanë shumë filiale nëpër zona të ndryshme gjeografike dhe kanë numër të vogël të klientëve nëpër ato zona dhe kyçja e bankave në internet do iu krijonte mundësi edhe këtyre klientëve qasje në bankën e tyre përkundër distancës hapësinore që mund ta kenë.
- d) *Mundësitë e plasmanit dhe kreditimit në kushte të volitshme, pagesat e jashtme, këshillimet etj.* Numri i madh i informatave të cilat bankat ju ofrojnë në dispozicion klientëve të tyre në parim nuk janë nuk janë në dispozicion për një rreth të gjerë të

⁶ <https://www.bankofalbania.org/>



shfrytëzuesve. Kjo ka të bëjë më shumë me mundësit e plasmanit dhe të kreditimit në kushte të volitshme, pagesat e jashtme si dhe këshillimet e ndryshme.

2.3.Faktorët që ndikojnë mbi përhapjen e Internet Banking

Bankat janë prezente në internet me një faqe të tyre, që ofron informacion të përgjithshëm deri tek klientët mbi bankën dhe mbi shërbimet e saj. Megjithatë, internet banking shkon një hap më tutje, pasi u lejon klientëve të futen nëpërmjet internetit në llogaritë e tyre on-line 24 orë në ditë, 7 ditë në javë, drejtpërsëdrejti nga shtëpitë ose zyrat e tyre dhe të kryejnë operacionet bankare që duan. Thënë ndryshe, internet banking mund të përkufizohet si një nga shërbimet në distancë, të ofruar nëpërmjet kanaleve elektronike të shpërndarjes dhe të komunikimit, të produkteve dhe shërbimeve tradicionale dhe të reja bankare.⁷

Megjithatë, duhet theksuar se internet banking, të paktën në fazën aktuale, nuk tenton të zëvendësojë kanalet tradicionale të shpërndarjes së produkteve bankare. Ai qëndron bashkë me një tërësi kanalesh, që shkojnë nga ato tradicionale (si sportelet e filialeve) tek ato automatike (si ATM , Pos), në kuadrin e plotësimit dhe të përforcimit të raportit klient – bankë, për të realizuar të ashtuquajturën strategji shumëkanalëshe.⁸ Për të hyrë në objektin e një institucioni financiar bankar në internet, një klient me qasje në internet do të duhet të regjistrohet për këtë shërbimin, dhe të krijojë një fjalëkalim me kredencialet e tjera për verifikim të konsumatorëve. Institucionet financiare tani në mënyrë rutinore ndaj klientëve të tyre, verifikojnë nëse janë apo jo konsumatorët kanë shprehur dëshirën për të hyrë në objektin e tyre bankare në internet.

Për qasje bankare online, një klient viziton faqen e internetit të sigurt të institucionit financiar, dhe hyn në objektin bankar në internet duke përdorur numrin e konsumatorëve dhe kredencialet e konfigurimit. Shërbimet bankare online zakonisht shikimin dhe shkarkimin

⁷ <https://www.standard.al/2014/11/12/si-te-kontrollohen-llogarite-bankare-nga-interneti/>

⁸

<https://www.coursehero.com/file/p14jp6h/megjithat%C3%AB-duhet-theksuar-se-internet-banking-t%C3%AB-pakt%C3%ABn-n%C3%AB-faz%C3%ABn-aktuale/>



balanceve dhe deklaratat, dhe mund të përfshijnë aftësinë për të iniciuar pagesat, transfertat dhe transaksionet e tjera, si dhe bashkëveprojmë me bankën në mënyra të tjera.⁹

Disa nga faktorët e biznesit që ndikojnë mbi përhapjen e Internet Banking janë:¹⁰

Konkurrenca — Sipas Studimeve arrijmë të themi që konkurrenca është faktori kryesor që ndikon në zgjerimin e teknologjisë së e-banking, duke u radhitur si faktor më ndikues edhe ndaj faktorëve të tjerë si, reduktimi i koston dhe rritjes së të ardhurave, që ndodhen përkatësisht në vend të dytë dhe të tretë. Bankat e shikojnë Internet Banking si një mënyrë për të kënaqur klientët ekzistues dhe të tërheqin ata të rinj.

Reduktimi i koston — Bankat mund ti ofrojnë shërbimet e tyre në internet me kosto për transaksion shumë më të ulët kundrejt atyre tradicionale (në sportelet e degëve dhe agjensive). Kostoja aktuale e ekzekutimit të një transaksioni do të variojë bazuar në kanalin e përdorur. Bankat kanë arsye thelbësore të zhvillojnë teknologjitë që do ti ndihmojë ata të shpërndajnë produktet dhe shërbimet e tyre nëpërmjet kanaleve me kosto më të ulët.

Shpërndarja gjeografike — Internet Banking mundëson një shtrirje më të gjërë të kontaktit me klientët dhe me kosto më të ulët. Në fakt disa banka i ofrojnë shërbimet e tyre vetëm nëpërmjet internetit (bankat virtuale), ato nuk kanë degë apo agjenci tradicionale dhe komunikojnë me klientin vetëm online. Ndërsa institucione financiare të tjera po e përdorin Internetin si një kanal alternativ shpërndarjeje për të kënaqur klientet ekzistues dhe për të tërhequr klientë të rinj.

⁹ Publikim nga Banka Qendrore e Shqipërisë "Bankat në epokën e internetit" 2009 është bashkangjitur edhe në web: file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf

¹⁰ Publikim nga Banka Qendrore e Shqipërisë "Bankat në epokën e internetit" 2009 është bashkangjitur edhe në web: file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf



Emri i mirë — Krijimi i marrëdhënieve me klientin është një strategji prioritare për shumë banka kombëtare. Teknologjia e Internet Banking siguron një mënyrë për bankat për të zhvilluar dhe mbajtur në vijimësi marrëdhëniet me klientët e tyre duke ofruar akses të lehtë në një gamë të gjërë produktesh dhe shërbimesh financiare, bankat shpresojnë të krijojnë besueshmërinë e klientit, shitjet e kryqëzuara, dhe përmirësimin e aktivitetit të vazhdueshëm.

Demografia e klienteve — Internet Banking i mundëson bankave t'i ofrojnë një gamë të gjërë funksionalitetesh klientëve të tyre. Disa klientë do vazhdojnë të mbështeten në degët tradicionale për të plotësuar nevojat e tyre. Për disa, kjo është mënyra më e rehatshme për të kryer shërbimet bankare. Klient të tjerë kanë përkrahur që herët teknologjitë e reja që i vijnë në ndihmë biznesit. Këta klientë ishin të parët që i përdorën këto teknologji për të kryer shërbimet e tyre bankare.

2.4. Arkitektura e internet banking

Arkitektura bazë e Internet Banking përbëhet nga komponentët e mëposhtme: ¹¹

Klienti i bankës pasi rregjistrohet në shërbimin e Internet Banking, mund ta aksesojë këtë shërbim kudo ku ndodhet dhe në çdo kohë, mjafton të jetë i pajisur me një kompjuter apo celular me akses në internet. Pasi identifikohet në sistem ai mund të aksesojë llogarinë e tij dhe të kryejë veprime të ndryshme mbi të.

Web Serveri shërben për të krijuar lidhjen ndërmjet rrjetit të jashtëm (internetit) dhe rrjetit të brendshëm të bankës (i përbërë nga servera aplikacionesh, serverat e të dhënave, kompjutera, etj).

Application Server që në këtë rast është serveri i aplikacionit të Internet Banking. Kërkesat e klientit vijnë në këtë server dhe aty procesohen dhe perpunohen.

Database Server është serveri ku ruhen gjithë të dhënat klientit, llogaritë e tij si dhe veprimet që ai kryen nëpërmjet Internet Banking.

¹¹ <https://fridagjermeniwork.com/wp-content/uploads/2018/05/12.docx>.



Serveri i aplikacionit është i sinkronizuar në kohë reale me serverin qendror të bankës, duke i mundësuar klientit të marrë në kohë reale inputin nga veprimet e tij. Serveri i aplikacionit Internet Banking ndërvepron me sistemin bazë të bankës (core system) nëpërmjet ndërfaqësit.

Ndërfaqësi është një aplikacion që bën të mundur konvertimin e formatit të të dhënave nga njëri aplikacion tek aplikacioni tjetër. Në këtë mënyrë sigurohet integritet dhe sinkronizim i të dhënave.

2.5. Shërbimet internet banking në sektorin bankar

Pjesa më e madhe e bankave të mëdha, ofrojnë shërbime bankare në rrugë elektronike, plotësisht të sigurta dhe plotësisht funksionale, kundrejt një pagese të caktuar.¹² Disa banka më të vogla ofrojnë akses dhe funksione më të kufizuara, si për shembull të lejojnë të kontrollosh gjendjen e llogarisë personale, por jo të kryesh transaksione online si për shembull pagesa dhe transfere të ndryshme.

Tre tipet kryesore të shërbimeve të ofruara nëpërmjet Internet Banking, që janë përkrahur deri diku nga bankat janë:¹³

Informative — Ky është niveli bazë i Internet Banking. Si Zakonisht, sektori bankar ruan informacione marketingu rreth produkteve dhe shërbimeve të saj në servera të veçantë. Risku është relativisht i ulët, meqë sistemi tipik informal nuk ka lidhje mes serverit dhe rrjetit të brendshëm të bankës. Ndërkohë që risku për një bankë është relativisht i ulët, serverat ose Web sitet mund të jenë të modifikueshme në mënyrë vulnerable. Kontrolle të vazhdueshme duhet të kryhen në mënyrë që të parandalohen ndryshimet e paautorizuara në serverin e bankës ose në web site.

Komunikuese — Ky nivel shërbimi nëpërmjet Internet Banking lejon ndërveprimin midis sistemit bankar dhe klientit. Këto ndërveprime mund të limitohen në përdorimin e tij për nxjerrje llogarie, aplikim kredie ose ndryshim të të dhënave të klientit

¹² https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Bankat_ne_epoken_e_internetit_3242_1_6803.pdf.

¹³ Publikim nga Banka Qendrore e Shqipërise "Bankat në epoken e internetit" 2009 është bashkangjitur edhe në web: file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf



(ndryshim emri, adrese, fjalëkalimi, etj). Për shkak se këto servera kanë lidhje me rrjetin e brendshëm të bankës, risku është më i lartë në këtë nivel sesa në atë informues. Kontrolle të vazhduara nevojiten të kryhen në mënyrë që të parandalojnë, monitorojnë dhe të njoftojnë për çdo përpjekje të paautorizuar për të aksesuar rrjetin e brendshëm të bankës. Kontrolli mbi viruset bëhet më kritik në këtë mjedis.¹⁴

Operacionale (kryerje transaksionesh) — Ky nivel shërbimi nëpërmjet Internet Banking i mundëson klientëve të kryejnë transaksione bankare pa u paraqitur fizikisht në sportelet e bankës. Për shkak të lidhjes që ekziston midis serverit të Internet Banking dhe serverit qendror të bankës, kjo arkitekturë paraqet edhe shkallën e riskut më të lartë, dhe si rrjedhojë duhet të ketë kontrollin dhe mbikqyrjen maksimale. Transaksionet e klientëve përfshijnë aksesimin e llogarisë në distancë, pagesat utilitare (si ujë, drita, telefon, etj.) transferim fondesh, etj.

Disa nga shërbimet më të përdorura që mund të ofrohen në rrugë elektronike, të grupuara sipas katër kategorish kryesore, përkatësisht:¹⁵

- 1) Informacion,
- 2) Kontrolli i bilancit,
- 3) Transfertat e fondeve,
- 4) Kredi si edhe shërbimet bazë si këshillimi financiar etj.

Informacion	Kontrolli i bilancit	Transfertat e fondeve	Kredi	Të tjera
Produkte financiare	Gjendja e llogarise	Transferta	Limiti i kredisë	Këshillimi financiar

¹⁴ <https://fridagjermeniwork.com/wp-content/uploads/2018/05/12.docx>.

¹⁵ https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Bankat_ne_epoken_e_internetit_3242_1_6803.pdf.



Bursa	Gjendja e kartave të debitit/kreditit	Shlyerja e kredisë	Aplikimi	Raporti i incidenteve
Kursi i këmbimit	Gjendja e çeqeve personale	Debitimet direkte	Miratimi i kredisë	Administrimi i financave personale
		Pagesat me karta	Transferimi i kredisë	Produkte të tjera financiare

Tab 1. Shërbimet që ofrohen në rrugë elektronike

Burimi: Raport nga Banka Qëndrore e Shqipërisë “Bankat në epokën e Internetit”

Objektet e bankare online të ofruara nga institucione të ndryshme financiare kanë shumë karakteristika dhe aftësi të përbashkëta, por gjithashtu kanë disa që janë aplikim të veçantë.

Një klient banke mund të kryejë detyra dhe transaksione të ndryshme me online banking, duke përfshirë:¹⁶

Për të parë bilancet e llogarive.

Për të parë transaksionet e fundit,

Shkarkim i aplikacioneve bankare, për shembull në formatin PDF,

Për të parë imazhet e kontrolleve të paguara,

Librat, renditja, kontrolli

Shkarkimi i deklaratave dhe llogarive periodike,

¹⁶ Publikim nga Banka Qendrore e Shqipërisë “Bankat në epokën e internetit” 2009 është bashkangjitur edhe në web: file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf



Shkarkimi dhe aplikimi për M-banking, e-banking etj.

Klientët e bankës mund të bëjnë detyrat bankare përmes online banking, duke përfshirë :¹⁷

- Transferimet e fondeve midis llogarive të lidhura e konsumatorit,
- Pagesat për palët e treta, duke përfshirë edhe pagesat e faturave (shih, p.sh., BPAY) dhe transferimet e fondeve pala e tretë (shih, p.sh., FAST)
- Blerjet ose shitje e investimeve,
- Aplikimet e kredisë dhe transaksionet e tilla si Pagesat e regjistrimeve,
- Aplikacionet e kartës së kreditit,
- Regjistrimi i faturuesit dhe të bërja e pagesave të faturave,
- Administrimi i institucioneve financiare,
- Menaxhimi i përdoruesve të shumtë që kanë nivele të ndryshme të autoritetit,
- Procesi i miratimit të transaksionit.¹⁸

2.6. Përparësitë dhe të metat që sjell Internet Banking

Internet banking përmbush shumë funksione në marrëdhënien midis bankës dhe klientelës së saj. Përveç prezentimit dhe njohjes së institutit bankar, iniciativave dhe produkteve të tij, ky lloj shërbimi ofron dhe përfitime të tjera si:¹⁹

- ✓ **Komoditet:** ndryshe nga sportelet bankare, faqet e internetit të bankave nuk mbyllen asnjëherë, ato janë të hapura 24 orë në ditë, 7 ditë në javë. Nuk është e nevojshme të humbësh kohë duke pritur në rradhë, pasi bankat tani janë vetëm një klikim larg.

¹⁷ Publikim nga Banka Qendrore e Shqipërise "Bankat në epoken e internetit" 2009 është bashkangjite edhe në web: file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf

¹⁸ Publikim nga Banka Qendrore e Shqipërise "Bankat në epoken e internetit" 2009 që është bashkangjite edhe ne : file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf

¹⁹ https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Bankat_ne_epoken_e_internetit_3242_1_6803.pdf.



- ✓ **Kudondodhje:** nëse ndodheni larg qytetit tuaj apo edhe jashtë shtetit, ju mundë lidheni në çast me bankën dhe llogarinë tuaj, dhe të kujdeseni për financat personale.
- ✓ **Shpejtësi të transaksioneve:** shpesh, llogaritë online realizojnë dhe konfirmojnë transaksionet bankare më shpejt se sa automatet ATM.
- ✓ **Efikasitet:** ju mund të futeni dhe të administroni të gjitha llogaritë tuaja, përfshirë këtu depozitat, fondet e pensionit, letrat me vlerë etj., dhe të gjitha këto nga një faqe e vetme interneti.
- ✓ **Efektshmëri:** një pjesë e madhe e bankave ofrojnë në faqet e tyre të internetit, instrumente të sofistikuara, alarme apo programe drejtuese për t'ju ndihmuar të administroni të gjitha pasuritë tuaja në mënyrë më eficiente.

Një tjetër përparësi e internet banking është kontrolli dhe pakësimi i kostove. Mijëra klient mund ta përdorin këtë shërbim njëkohësisht, pa ndihmën e arkëtarëve dhe të nëpunësve të bankës.²⁰ Në këtë mënyrë, puna administrative reduktohet dhe bashkë me të edhe shpenzimet për letër, formularë apo shkresa të ndryshme, gjë e cila sjell një rritje të ndjeshme të marzhit të fitimit të bankës dhe për pasojë, edhe ulje të tarifave që bankat u aplikojnë klientëve të tyre.

Një shërbim i tillë ka një rëndësi të veçantë për personat me aftësi të kufizuara, të cilët mund të futen vetë në llogaritë e tyre online dhe të kryejnë operacionet e dëshiruara drejtpërdrejt nga shtëpia e tyre, pa qenë e nevojshme të shkojnë fizikisht në bankë apo të ngarkojnë një person të tretë me administrimin e financave personale. Sporteli online nuk është thjesht një shërbim më shumë apo kursim kohe, për këtë kategori personash. Ai u garanton atyre diçka shumë të rëndësishme për ta, pasi u jep emancipim dhe u rikthen dinjitetin, duke i lejuar të veprojnë në mënyrë autonome dhe të ruajnë konfidencialitetin e tyre.²¹

²⁰ https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Bankat_ne_epoken_e_internetit_3242_1_6803.pdf.

²¹ <https://www.merrchant.com/blog/e-banking-meaning-advantages-and-disadvantages/>



Avantazhet që i ofrohen klientit nga Internet Banking, mund të përmbliidhen në tre pika kryesore: (Banka e Shqipërisë, 2007)

- **Kohë reale** - mundëson grumbullimin e drejtëpërdrejtë të informacionit, si dhe kryerjen e menjëhershme të transaksioneve mbi llogarinë bankare të klientit, pa patur nevojë të jetë prezent në një agjensi/sportel të bankës, por direkt nga shtëpia apo zyra.
- **Kontakti direkt me bankat** - mundëson ndërveprimin dhe krijimin e një marrëdhënie transparente midis bankës dhe klientit, deri në përshkrimin e produktit/shërbimit të ofruar.
- Operimi individual – mundëson aksesimin e informacionit, shërbimeve, zonë të dedikuar për “zgjidhjen e problemeve”, si dhe konsulencë operacionale. Përdoruesi ka mundësi të zgjedhë të përdorë të gjithë instrumentet e mundëshme për zgjidhjen e problemeve, që do të thotë më i pavarur dhe më i përgjegjshëm. Forca kontraktuale e tregut tenton të zhvendetet nga “ofruesi” tek “kërkuesi”. Naviguesi në Internet është një klient tepër kërkues, të cilit i interesojnë produktet dhe shërbimet e personalizuara, të cilat i përshtaten interesave dhe nevojave të tij.²²

Megjithëse internet banking mundëson më shumë shpejtësi, efikasitet dhe komoditet, adoptimi dhe përdorimi i tij duhen menduar mirë.

Për sa i përket bankave, zgjedhja e në të kaluarit online nga mënyra tradicionale sjell për to kosto të konsiderueshme.

Kostot më të mëdha lidhen me investimin në teknologji.

²² <https://fridagjermeniwork.com/wp-content/uploads/2018/05/12.docx>.



Në rradhë të parë, këto kosto shkojnë për blerjen dhe instalimin e pajisjeve dhe sistemeve hardware dhe software; së dyti për riorganizimin e strukturës së brendshme, për punësimin e personelit informaticien, për sigurinë dhe për integrimin me sistemin e brendshëm informativ. Për fat të keq, shpenzimet nuk mbarojnë me kaq.²³ Teknologjia ecën me hapa shumë të shpejtë e për të ndjekur ritmin e saj, si dhe për të ruajtur e përmirësuar cilësinë e dhënies së shërbimeve, ka nevojë për përditësime të vazhdueshme të teknologjisë. Gjithashtu, duhen marrë parasysh kostot për mirëmbajtjen e sistemeve, për riparime të defekteve të mundshme, për asistencë teknike dhe për lidhjen me internetin.

Për sa i përket klientëve, kostot fikse që ata duhet të mbulojnë janë fillimisht ato për pajisjen me hardware dhe software (kompjuter, modem dhe programet e nevojshme). Nga ana tjetër, kostot për përdorimin e shërbimit përfshijnë kostot teknologjike (në rast mosfunksionimi të hardware-it ose software-it), kostot përlidhjen me internetin dhe në varësi të kushteve specifike të secilës bankë, tarifën mujore për abonimin dhe komisionet për operacionet bankare të kryera.

Në rast se nuk dini ta përdorni këtë teknologji dhe do t'ju duhet të regjistroheni e të ndiqni një kurs kompjuteri, sigurisht që këto janë shpenzime të tjera.²⁴

Përveç kostove që duhen mbuluar, ekzistojnë edhe disa të *meta* apo *disavantazhe*: (Banka e Shqipërisë, 2007)

- Fillimi i shërbimit mund të dojë pak kohë: për t'u regjistruar në programin online të bankës tuaj, mund t'ju duhet të paraqiteni personalisht në bankë, të plotësoni një formular e të prisni deri sa t'ju caktohet emri i përdoruesit (user name) dhe fjalëkalimi (password).
- Kurba e nxënies: në fillim, faqet e internetit të bankave mund të duken të komplikuar për t'u orientuar. Planifikoni të shpenzoni pak kohë për të lexuar udhëzimet e

²³ <https://www.coursehero.com/file/53692805/Bankat-ne-epoken-e-internetit-3242-1-6803-1pdf/>

²⁴ Publikim nga Banka Qëndrore e Shqipërisë "Bankat në epoken e internetit" 2009 që është bashkangjite edhe ne : file:///C:/Users/DATA%20Center/Downloads/Bankat_ne_epoken_e_internetit.pdf



ndryshme dhe për të mësuar se si funksionon dhe çfarë ofron shërbimi online i bankës suaj.

- Probleme teknike: nëse për probleme të ndryshme nuk arrini të realizoni lidhjen me internetin, ju nuk do të mund të hyni në llogarinë tuaj online e të kryeni veprimet për të cilat keni nevojë. Gjithashtu, internet banking mund të jetë i ngadalshëm.
- Mungesë bashkëveprimi personal: me zgjedhjen e këtij kanali për të ndërvepruar me bankën tuaj, ju nuk keni një kontakt personal me nëpunësit e bankës dhe nuk keni këshillat e tyre për të miradministruar financat tuaja.
- Nuk mund të depozitoni apo tërhiqni para: nëpërmjet internet banking, ju nuk mund të depozitoni në llogarinë tuaj para fizike apo çeqe. Për këtë, do t'ju duhet të shkoni në bankë. Edhe për të tërhequr para fizike, do t'ju duhet të paraqiteni tek arkëtarja e bankës tuaj apo tek ATM -ja më e afërt.

2.7. Siguria në Internet Banking

Për shumë njerëz, vështirësia më e madhe qëndron në të mësuarit e të paturit besim tek shërbimi online. Për këtë arsye nevojitet që të dihet se sa i sigurt është ky shërbim apo sa të sigurt janë transaksionet që kryhen nëpërmjet këtij shërbimi. Me fjalë të tjera, është e nevojshme të analizohet se sa të sigurt do të jenë paratë e klientëve, po të administrohen në këtë formë. Ekziston mundësia që me përdorimin e shërbimeve bankare nëpërmjet internetit mund të arrihet edhe deri tek rreziku i keqpërdorimit nëpërmjet rrjetit në mënyra të ndryshme, si për shembull duke përvetësuar kodin sekret të hyrjes, duke ndërmjetësuar komunikimet me email, duke kryer veprime bankare në emër të të tjerëve etj. Në mbrojtje të klientit nga kriminaliteti elektronik, bankat që ofrojnë e-banking përdorin sisteme të përparuara sigurie, të cilat kodojnë të gjithë informacionin që qarkullon mes bankës dhe klientit. Në këtë mënyrë, me anë të procedurave të ndryshme të kriptografisë, bankat i garantojnë klientëve të tyre



sigurinë, integritetin dhe disponueshmërinë e produkteve dhe shërbimeve bankare që ato ofrojnë.²⁵ Nga ana e klientëve ata mund të bëjnë diçka për t'u vetëmbrojtur. Mjafton të ndiqni disa këshilla të thjeshta praktike dhe gjithçka do të jetë plotësisht e sigurt.²⁶

- Bëni kujdes kur të vendosni fjalëkalimin (password) e llogarisë tuaj online:
- Zgjidhni diçka të lehtë për t'u kujtuar, por të vështirë për t'u gjetur nga të tjerët (mos përdorni emrin, mbiemrin, ditëlindjen tuaj apo ato të personave tuaj të afërt dhe as emrin e ndonjë personazhi publik apo të qenit tuaj).
- Mos hyni kurrë në llogarinë tuaj online nga një kompjuter publik. Evitoni të përdorni kompjuterat e bibliotekave, të shkollave apo ata të internet-kafeve, pasi disa faqe interneti vendosin cookies në kompjuter, që mbledhin informacionin tuaj personal.
- Edhe nëse jeni duke përdorur kompjuterin tuaj personal, mos e lejoni faqen e internetit të bankës të “mbajë mend” emrin tuaj të përdorimit apo fjalëkalimin.
- Mos u lidhni me faqen e internet banking nëpërmjet një link-u (lidhje) në email ose në motorët e kërkimit në internet, më mirë shtypeni vetë adresën elektronike të bankës suaj, për më shumë siguri.

²⁵

<https://www.coursehero.com/file/p5t8meu/p%C3%ABrdorin-sisteme-t%C3%AB-p%C3%ABrparuara-sigurie-t%C3%AB-cilat-kodojn%C3%AB-t%C3%AB-gjith%C3%AB/>

²⁶

<https://www.coursehero.com/file/pmn5mb6/Duke-pritur-q%C3%AB-edhe-Shqip%C3%ABria-t%C3%AB-ket%C3%AB-Regjistrin-e-saj-t%C3%AB-par%C3%AB-t%C3%AB-Kredive-Banka/>



- Bëni kujdes nga të ashtuquajturit “phishers” ata janë hajdutë të teknologjisë së lartë, të cilët dërgojnë e-mail, duke deklaruar se përfaqësojnë banka apo institucione të tjera financiare dhe se për të përfituar informacionin që ata kanë mbi klientët e tyre, kanë nevojë për të dhënat tuaja personale, përfshirë numrin e llogarisë, emrin e përdoruesit dhe fjalëkalimin, mos u gënjeni nga sofistikimi i këtyre mesazheve dhe mos iu përgjigjini, Banka nuk do t’ju kërkojë kurrë një informacion të tillë me e-mail dhe as me telefon.²⁷
- Kontrolllojeni vazhdimisht gjendjen e llogarisë dhe transaksionet tuaja. Në rast se vini re gabime apo transaksione të paautorizuara, njoftoni menjëherë bankën.
- Dhe mos harroni të ç’regjistroheni dhe të mbyllni të gjitha faqet e hapura pas përfundimit të përdorimit të shërbimit online.²⁸

Siguria e informacionit financiar të klientit është shumë e rëndësishme, pa të cilën online banking nuk mund të veprojë. Në mënyrë të ngjashme rreziqet e reputacionit për vetë bankat janë të rëndësishme. Institucionet financiare kanë ngritur proceset e ndryshme të sigurisë për të zvogëluar rrezikun e qasjes në internet të paautorizuar në të dhënat e një konsumatorit, por nuk ka konsistencë në qasjet e ndryshme të miratuara.

2.8. Modeli TAM

Institucionet financiare investojnë tek sistemet e reja inovative për disa arsye, përfshirë kështu përmirësimin e cilësisë së shërbimeve, uljen e kostove, rritjen e numrit të klientëve, etj. Qëndrimet dhe perceptimet e përdoruesëve ndaj këtyre sistemeve kanë ndikim kritik në adoptimin e tyre, në të kundërtën nëse përdoruesit nuk do të jenë të gatshëm t’i pranojnë ato,

²⁷ https://www.bankofalbania.org/rc/doc/Bankat_ne_epoken_e_internetit_3242_1_6803.pdf.

²⁸ “High Roller” online bank robberies reveal security gaps European Union Agency for Network and Information Security, July 5, 2012



humbjet e organizatave do të jenë të mëdha. Organizatat që përdorin teknologjinë informatike, shpeshëherë përballen me vendime të rrezikshme në lidhje me investimet të cilat mund të kenë efekte pozitive në pozitën e tyre konkurruese (Davis, et al., 1996). Këtu rëndësi të veçantë kanë strategjitë e organizatave për krijimin e sistemeve të cilat përmbushin kënaqësinë dhe kërkesat e përdoruesve. Përdorimi i sistemit me gjithë të mirat dhe të këqijat e tij është treguesi më i mirë i suksesit të tij. Nëse sistemi është i mirë ose i keq, kjo varet nga ajo sesi përdoruesit mendojnë rreth sistemit. Prandaj, jo-rastësisht, përceptimi i konsumatorëve ndaj këtyre sistemeve dhe faktorëve tjerë që ndikojnë në nivelin e pranueshmërisë së tyre ka shumë rëndësi.

Ekzistojnë modele që përcaktojnë faktorët e adoptimit të sistemeve të reja të informimit dhe teknologjisë (në rastin tonë e-Banking). Ky hulumtim bazohet në Modelin për Adoptimin e Teknologjisë (TAM), përshtatur nga Teoria e Difuzionit së Inovacioneve (TPI). Sipas modelit TAM, përdorimi i sistemeve të reja informatike përcaktohet nga Dobia e Përceptuar (DP) dhe Përceptimi i Lehtësisë së Përdorimit (PLP), të lidhura ngushtë me normat sociale, informimin si dhe qëndrimin dhe besimin përdoruesve. DP i referohet gjasave subjektive të përdoruesit se përdorimi i risive teknologjike do ta rrisë performancën e tij, ndërsa PLP i referohet pritjeve të përdoruesit në lidhje me qasjen e tij në inovacionet teknologjike (Davis, September 1989). Hulumtimet e fundit kanë treguar se ‘besimi’ ka një ndikim të rëndësishëm në gatishmërinë e përdoruesve për të shkëmbyer ‘on-line’ paratë e tyre dhe të dhënat personale. Në këtë kontekst, vetëm dobia e përceptuar dhe përceptimi i lehtësisë së përdorimit nuk janë të mjaftueshme për ta pasqyruar gatishmërinë e përdoruesve për ti adoptuar shërbimet bankare përmes internetit. Prandaj në rastin tonë, u përdor modeli i modifikuar i TAM si dhe Modeli i Rogers-it në lidhje me pranimin e inovacioneve të reja teknologjike (*Figura 2.*).

Sipas Modelit të Rogers-it ekzistojnë pesë faktorë të cilët ndikojnë në adoptimin e inovacioneve të teknologjisë informatike, e ata janë: njohuritë, besimi/bindja, vendimi, implementimi dhe konfirmimi (Rogers, 2003). Sipas tij, individët janë të gatshëm të adoptojnë inovacionet atëherë kur ata janë të motivuar për t’i reduktuar pasiguritë në lidhje me avantazhet dhe disavantazhet e inovacioneve (Poaty, fq.172)

Në esencë, Teoria e Përhapjes së Inovacioneve bazohet në kohë dhe në pesë faza të dallueshme nga njëra tjetra.



Faza e parë është njohuria. Adoptuesit e rinjë duhet së pari të kenë njohuri dhe informata për risinë.

Së dyti, ata duhet të binden për përparësitë e saj.

Së treti, ata duhet të vendosin për ta miratuar atë.

Së katërti, përdoruesit duhet të adoptohen me risinë e pastaj ta përdorin atë, dhe

Së pesti ata duhet të binden se vendimi i tyre për ta adoptuar, ishte vendim i duhur.

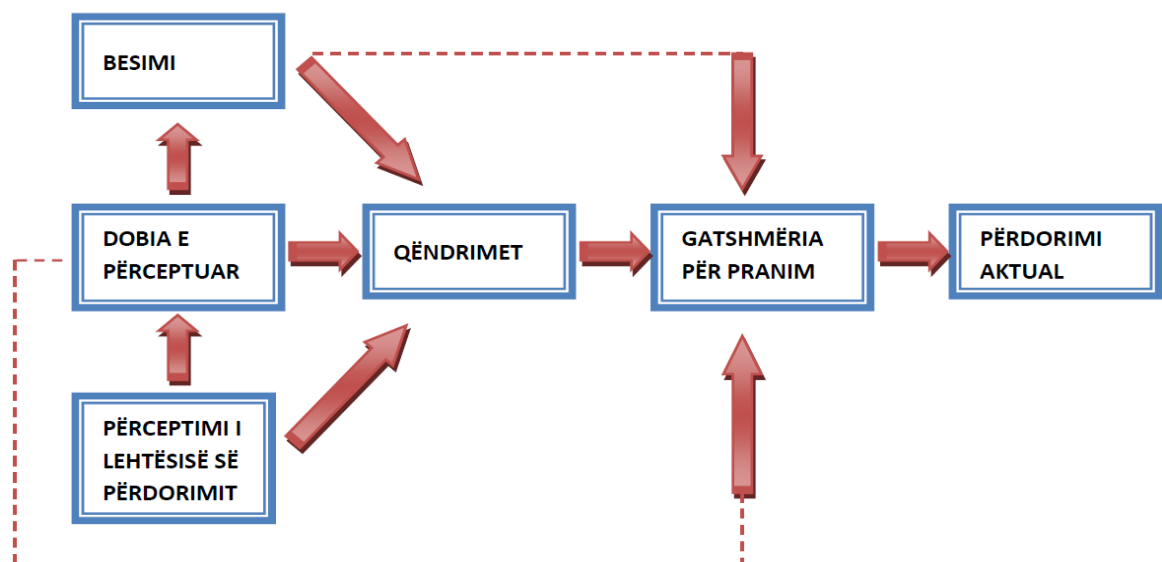


Figura.1. Modeli i modifikuar i TAM

Burimi: Davis, 1989

Autorë dhe studiues të ndryshëm i kanë kushtuar vëmendje të posaçme adoptimit të Teknologjisë Informatike dhe përdorimit aktual të Sistemeve të Informacionit (SI). Në dy dekatat e fundit, një numër i konsiderueshëm i studimeve kanë dhënë disa korniza teorike rreth adoptimit të këtyre teknologjive, të cilat janë shfrytëzuar nga ekspertët për të studiuar faktorët të cilët ndikojnë në pranimin e shërbimeve bankare-elektronike (Ajzen, 1985; Davis, 1989; Davis et al, 1989; Mathieson, 1991; Moore, 1987; Taylor dhe Todd, 1995). Midis modeleve të propozuara, Modeli për Pranimin e Teknologjisë besohet të jetë njëri ndër



modelet më kredibile dhe më me ndikim në shpjegimin e faktorëve që ndikojnë në pranimin e inovacioneve të reja teknologjike.

Modeli TAM ka luajtur një rol të rëndësishëm në identifikimin dhe përcaktimin e faktorëve që ndikojnë në përdorimin e shërbimeve elektronike bankare në RMV. Ky model vendosi dy konstruksione të rëndësishme në gatishmërinë e individëve për përdorimin e teknologjisë: dobinë e përceptuar dhe përceptimin e lehtësisë së përdorimit, të cilat më vonë u modifikuan nga autorë të ndryshëm në varësi të fushës së studimit (Davis, September 1989).

Dobia e Përceptuar (DP) konsiston në shkallën e besimit të një përdoruesi se përdorimi i një inovacioni teknologjik do ta rrit performansën e tij. Përdoruesit motivohen për të kryer një aktivitet për shkak se ai aktivitet përceptohet si i rëndësishëm në arritjen e rezultateve me vlerë (Davis et al., 1992). Prandaj, dobia e përceptuar luan një rol të madh në gatishmërinë e përdoruesve për të pranuar inovacione të reja, në rastin tonë shërbime elektronike ‘e-Banking’. Dobia e përceptuar tek modeli TAM, fillimisht i’u është referuar produktivitetit në punë, performancës dhe efektivitetit. Më vonë ajo është ndikuar edhe nga variabla të tjera si besimi, qëndrimi dhe formimi shoqëror (Taylor, et al., 1995). Dobia e përceptuar paraqet faktorin e parë motivues që ndikon në përdorimin e sistemeve të reja inovative. Hulumtimet e mëparshme kanë gjetur se ekziston një relacion i fuqishëm ndërmjet dobisë së përceptuar dhe gatishmërisë për përdorimin e afarizmit bankar elektronik. Dobia e përceptuar është e lidhur në mënyrë signifikante me shfrytëzimin e afarizmit bankar elektronik, sepse individët do ta përdorin atë vetëm nëse ata e përceptojnë si të dobishëm për të rritur performancën e tyre në punë (Adams et al., 1992).

Faktorë të tjerë të cilët ndikojnë në përceptimin e dobisë tek individët janë (Fig.2.):

- o Besimi i konsumatorëve në lidhje me shërbimet e ofruara,
- o Përparësitë dhe të metat e tyre,
- o Tarifat dhe kompensimet,
- o Informimi i mjaftueshëm nga ofruesit e shërbimeve,
- o Siguria dhe mbrojtja nga mashtrimet.



Një sistem i cili është i vështirë për tu përdorur, ka më pak gjasa të perceptohet si i dobishëm. Prandaj, perceptimi i lehtësisë së përdorimit është një faktor shumë i rëndësishëm në formimin e qëndrimit dhe gatishmërisë së përdoruesve.

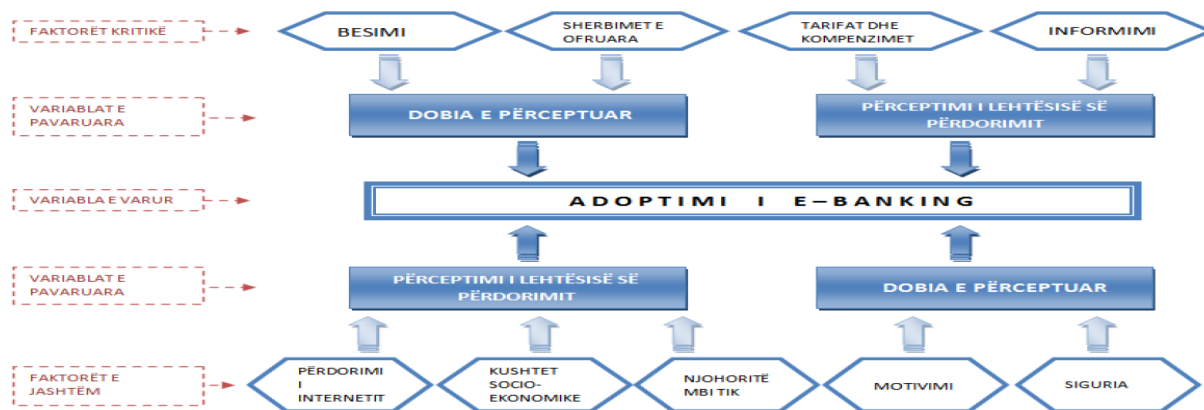


Fig.2.. Modeli TAM dhe faktorët që ndikojnë në adoptimin e 'E-Banking'

Në figurë është paraqitur Modeli TAM, relacioni në mes të dobisë së perceptuar, perceptimit të lehtësisë së përdorimit dhe faktorëve që ndikojnë në formimin e tyre drejt përcaktimit të gatishmërisë së përdoruesve për të përdorur shërbimet elektronike bankare.

Përceptimi i Lehtësisë së Përdorimit (PLP) ka të bëjë me shkallën e thjeshtësisë dhe lehtësisë së përdorimit në të cilën përdoruesi beson se duke përdorur një sistem të caktuar do të arrijë të jetë i lirë në përpjekjet e tij fizike dhe mendore (Davis, September 1989).

Nëqoftëse një sistem është i thjeshtë dhe i lehtë për t'u përdorur, ai kërkon më pak përpjekje nga ana e përdoruesit në njërin anë, si dhe rrit gjasat e pranimit dhe përdorimit, në anën tjetër. Kështuqë, sistemet komplekse të cilat ofrojnë qasje të vështirë për t'u përdorur kërkojnë më shumë përpjekje nga ana e përdoruesit, në këtë mënyrë që të zvogëlojnë gatishmërinë dhe dobinë e perceptuar.

Faktorë tjerë të cilët ndikojnë në perceptimin e lehtësisë së përdorimit janë (Fig.2):

- Niveli i përdorimit të internetit
- Kushtet socio-ekonomike
- Njohuritë që kanë përdoruesit mbi TIK



- Motivimi i përdoruesve për t'i përdorur shërbimet e ofruara
- Informimi

KREU-3. Vështrim mbi përdorimin e E-banking në Republikën e Maqedonisë së Veriut

3.1. E-banking në sektorin bankar të RMV

Sistemi bankar i RMV përbëhet nga Banka Qendrore (Banka Qendrore e Republikës së Maqedonisë së Veriut), Bankat komerciale dhe Institucionet mikrofinanciare.

Nëse dy vjet më parë, një nga katër urdhërpagesat është kryer në mënyrë elektronike, dhe tre të tjerat në sportelet bankare në letër, tani më në vitin 2020 dhe në vitin 2021, çdo urdhër i tretë kryhet në mënyrë elektronike.²⁹ Kjo do të thotë që qytetarët po përdorin gjithnjë e më shumë përfitimet e bankingut elektronik dhe shërbimeve elektronike të ofruara nga bankat, është shprehur zëvendësguvernatorja e Bankës Popullore, Emilija Nacevska, duke deklaruar se pagesat elektronike janë të sigurt dhe sjellin përfitime të shumta për qytetarët.³⁰

- Pandemia ndryshon mënyrën e jetesës së njerëzve, dhe kështu zakonet e tyre në mënyrën e pagesës, për të mbrojtur shëndetin e tyre dhe shëndetin publik, qytetarët gjithnjë e më shumë

²⁹ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspix>.

³⁰ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspix>.



po shfrytëzojnë përfitimet e pagesave digjitale, aplikacioneve mobile dhe kartelave pagesore, kjo ishte veçanërisht e dukshme në muajt e parë të pandemisë, kur këto pagesa shënuan rritje prej 110% dhe rritja vazhdoi me të njejtin intensitet edhe në periudhën në vijim, Sipas të dhënave zyrtare të fundit të Bankës Popullore në fushën e statistikave të pagesave për tremujorin e parë të këtij viti, numri i pagesave me kartela pagesore është më i lartë për 44% në krahasim me të njëjtën periudhë të vitit të kaluar - tha Nacevska Zëvendësguvernatorja theksoi se përdorimi i kartelave pagesore është plotësisht i sigurt, sepse bankat tona lëshojnë kartela që nuk mbeten prapa në zgjidhjet teknologjike që ofrohen në të gjithë botën.³¹

- Sigurohen standarde sigurie për kryerjen e pagesave me kartela dhe përmes bankingut elektronik, të cilat nuk mbeten prapa kërkesave të standardeve ndërkombëtare, Ne të gjithë jemi përdorues të kartelave "Visa" ose "MasterCard", të cilat janë markë ndërkombëtare dhe pas të cilave ka standarde vërtet të larta sigurie, këto janë faktorët kryesorë për kryerjen e sigurt të pagesave dhe prandaj, sa më shumë të përdoren, aq më i vogël do të jetë ekspozimi dhe pritja e panevojshme para sporteleve në banka - theksoi Nacevska, Zëvendësguvernatorja gjithashtu njoftoi se ata janë duke punuar në ofrimin e mundësisë për të prezantuar zgjidhje të reja inovative teknologjike - FinTech, të cilat do të ofrojnë një gamë edhe më të gjerë shërbimesh për qytetarët dhe kompanitë.³²

3.1.1. Fintech si një zgjidhje e re inovative në sektorin bankar të RMV

- Kompanitë FinTech pritet të shfaqen së shpejti, me hyrjen në fuqi të Ligjit të ri për Shërbimet e Pagesave dhe Sistemet e Pagesave, për të mundësuar përdorimin e këtyre shërbimeve, është e nevojshme të vendoset koncepti i "bankës së hapur", pra komunikim të hapur dhe të sigurt të kompanive FinTech, bankave dhe qytetarëve dhe kompanive, si përdorues të shërbimeve të pagesave, për ne si shtet, sektori FinTech duhet të jetë mundësi për qytetarët dhe kompanitë tona që të përdorin shërbimet e pagesave që përdoren në vendet e zhvilluara.³³ Ky është një hap i madh përpara, pritjet janë të mëdha, por sigurisht që do të duhet kohë që të realizohet. Baza ligjore, do të vendoset së shpejti, por procesi i licencimit

³¹ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspix>.

³² <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspix>.

³³ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspix>.



dhe vendosjes së standardeve të sigurisë do të pasojë, sepse siguria e mjeteve në banka është ajo që është themelore dhe ajo që së pari duhet të sigurohet.³⁴

Një studim fizibiliteti i kryer është publikuar në Bankën Qëndrore të RMV me rezultatet nga Anketa për zhvillim të sektorit fintech në vend e kryer nga Banka Popullore, në kuadër të projektit të mbështetur nga Fondi Evropian për Evropën Juglindore (EFSE) ku thuhet se:



Sektori për shërbime financiare në Republikën e Maqedonisë së Veriut është i gatshëm për fintech transformim, nevoja për zhvillimin e fintech sektorit është e justifikuar, për shkak të përfitimeve dhe mundësive të shumta, transformimi digjital është fokus i të gjithë palëve të përfshira në ekosistem dhe bashkëpunimi i bankave dhe institucioneve financiare jobankë me kompanitë që ofrojnë shërbime për mbështetje të fintech sektorit është në fazën fillestare, në të njëjtën kohë, ekziston një vetëdije për rreziqet që dalin nga procesi i transformimit digjital, në këtë mënyrë, nevojiten ndryshime të mëtejshme në rregullore për të mbështetur zhvillimin e sektorit fintech.³⁵

Këto janë disa nga përfundimet më të rëndësishme të **Anketës për zhvillim të sektorit fintech në vend**, të cilën Banka Popullore e kreu në tetor të vitit të kaluar, përmes rrugës elektronike, në kuadër të projektit për zhvillim të sektorit fintech, me mbështetje të Fondit Evropian për Evropën Juglindore (EFSE): **Studimi i fizibilitetit** i cili përmban informacione më të hollësishme për rezultatet nga Anketa, është publikuar në internet faqen e Bankës Popullore, pasi paraprakisht janë shqyrtuar rezultatet në takimin virtual të ekspertëve të Bankës Popullore,

Përgjigja ndaj anketës ishte solide duke iu përgjigjur gjithsej 220 të anketuar: Në anketë morën pjesë: banka (përfshirë dhe Asociacioni Bankar Maqedonas), institucione jobankë (kompani sigurimi, shoqëri brokerimi dhe institucionet tjera jobankë), kompani për financim alternativ, akceleratorë, inkubatorë dhe partnerë tjerë për mbështetje të zhvillimit të bizneseve

³⁴ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspk>

³⁵ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspk>.



të vogla, rregullatorë dhe institucione të caktuara qeveritare, Shumica e të anketuarve ishin përfaqësues të institucioneve financiare tradicionale (banka dhe institucione jobankë), ndërsa numri i pjesëmarrësve të tjerë në ekosistem ishte më i vogël, i cili në të vërtetë përkon me strukturën aktuale të sistemit financiar në vend dhe rezultatet fillestare të hartëzimit të ekosistemit.³⁶

Lidhur me **mundësitë dhe përfitimet nga zhvillimi i sektorit fintech** në vendin tonë, shumica e të anketuarve mendojnë se: Sektori fintech mund të sigurojë një numër më të madh të mundësive dhe shërbime të mira, para së gjithash për konsumatorët, por edhe për bizneset e vogla, në të njëjtën kohë, ata ndajnë mendimin se sektori fintech ka potencial të rrisë përfshirjen financiare, si dhe të ndihmojë për harmonizimin e sistemit financiar me përvojat më të mira ndërkombëtare, gjithashtu, një pjesë më e vogël e të anketuarve mendojnë se zhvillimi i sektorit fintech do të forcojë sistemin financiar dhe se zhvillimi i sektorit fintech do të ndihmojë në integrimin e vendit tonë në Bashkimin Evropian.³⁷

Sa u përket **rreziqeve dhe sfidave nga zhvillimi i sektorit fintech**, rezultatet nga Anketa tregojnë se sfida kryesore nga zhvillimi i sektorit fintech janë rreziqet për sigurinë, për shkak të sulmeve kibernetike, krimit financiar dhe pastrimit të parave, këto janë rreziqet më shpesh të përmendura në nivel global kur bëhet fjalë për rreziqet dhe sfidat lidhur me sektorin fintech **Kuadri rregullator që mbështet zgjidhje inovative, duke marrë parasysh rreziqet e mundshme, është në themelin e zhvillimit të sektorit fintech, transformimit digjital dhe modernizimit të sistemit financiar** të gjithë grupet e të anketuarve i referohen rregullimit të sistemit të pagesave si një nga pengesat më të mëdha për zhvillim të sektorit fintech, kjo pengesë do të kapërcehet me zbatimin e Ligjit të ri për sistemet e pagesave dhe shërbimet e pagesave, i cili do të miratohet këtë vit, me atë do të krijohen kushte për hyrje të institucioneve të reja në treg, me rregulloren e re në fushën e shërbimeve të pagesave do të rritet konkurrenca, do të përmirësohen shërbimet për qytetarët dhe kompanitë dhe në atë mënyrë do të sigurohet mbështetje për zhvillimin e sektorit fintech.³⁸

³⁶ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nsp.x>.

³⁷ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nsp.x>.

³⁸ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nsp.x>.



Nga teknologjitë që mundësisht do të kishin ndikim më të madh në periudhën e ardhshme 3 deri 5 vjeçare, shumica e të anketuarve veçojnë: inovacionet në pagesa, analizat për përdorimin e bazave të mëdha të të dhënave (Big data analytics), programet kompjuterike që nxisin bisedë me njerëz (Chatbots)

Studimi i fizibilitetit, i cili përmban informacione më të hollësishme për rezultatet e Anketës, do të shërbejë si një bazë për diskutime më të hollësishme me institucionet financiare, rregullatorët dhe palët tjera të interesuara për ndërmarrjen e aktiviteteve të mëtejshme për mbështetje të zhvillimit të fintech.³⁹ Një nga aktivitetet kyçe për këtë qëllim do të jetë përpilimi i një strategjie nacionale për mbështetje të zhvillimit të sektorit fintech që planifikohet të përgatitet gjatë këtij viti.

3.2. Numri dhe Vlera e transaksioneve E-banking në RMV

Në sektorin bankar që të ofrohen shërbime bankare në hap me vendet e zhvilluara kanë ndikuar zhvillimet globale në po të njejtin sektor dhe trendet e zhvillimit të inovacioneve teknologjike. Të nxitura nga rritja e konkurrencës, kërkesa e klientëve për shërbime të reja dhe depërtimi i madh i Internetit në RMV, bankat në vend kanë lansuar në treg shërbimet e tyre përmes internetit. Numri dhe vlera e transfereve e-Banking është në rritje të vazhdueshme, nga viti në vit. Megjithatë, ky shërbim akoma nuk ka arritur të gjejë përdorim të gjerë nga përdoruesit për shkak të shumë faktorëve socio-ekonomik të cilët ndikojnë në pranimin dhe përdorimin e tij.

Transformimi digjital, si domosdoshmëri në çdo treg, veçanërisht i nxitur nga ndryshimet e kushteve të jetesës të krijuara nga pandemia Covid-19, si në nivel global, ashtu edhe në vendin tonë, ka kontribuar në rritjen e vazhdueshme të përdorimit të zgjidhjeve të pagesave digjitale, si më të përshtatshme për ekzekutimin e tyre të thjeshtë, të përbalueshëm, të sigurt dhe teknologjikisht të zgjuar.

Edhe në tremujorin e tretë të vitit 2021, kartat e pagesave të lëshuara nga emetuesit në vend përdoren gjithnjë e më shumë nga qytetarët për të paguar në tregtinë në vend, gjë që ka sjellë rritje vjetore të lartë të vlerës dhe numrit të transaksioneve përkatësisht prej 16% dhe

³⁹ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-09102021-al.nspk>.



14,9% rritja vjetore e numrit të pagesave në tregti, që rezulton kryesisht nga rritja e lartë vjetore e numrit të pagesave me karta pagesash në pikat e shitjes virtuale (internet) (40.8%), vijon edhe në tremujorin e tretë të vitit 2021 dhe është më e lartë për 4.3 herë krahasuar me rritjen vjetore në të njëjtin tremujor të vitit 2020, për sa i përket përdorimit të kartave të pagesave në pikat fizike të shitjes, në tremujorin e tretë të viti 2021 u shënuar rritje vjetore e lartë prej 12.8%, që është 2.9 herë më e lartë se rritja vjetore e arritur në të njëjtin tremujor të vitit 2020.⁴⁰

Nga aspekti i pagesave të transfertave kreditore, në tremujorin e tretë të vitit 2021, gjithashtu është shënuar rritje e lartë e pagesave të qytetarëve, ku rritja vjetore e vlerës së transaksioneve është 30,3%, ndërsa tek numri i transaksioneve të kryera është 50,6%

Bankingu elektronik dhe përdorimi i tij në iniciimin e transfertave të kredisë vazhdojnë të rriten, gjë që ekzistonte edhe përpara pandemisë Covid-19, por u nxit më tej nga transformimi digjital gjatë pandemisë.⁴¹ Kështu, edhe në tremujorin e tretë të vitit 2021, përdorimi i transfertave të kredive të iniciuara në mënyrë elektronike është rritur me 22,2% në bazë vjetore në numër, pra me 31,4% në vlerën e transaksioneve të realizuara, krahasuar me të njëjtën periudhë të vitit 2020, kur regjistruan rritje vjetore prej 35.9% në numër, pra prej 30.8% në vlerën e transaksioneve të realizuara.⁴²

3.3. Analiza krahasuese e kanaleve elektronike në RMV dhe rajon

⁴⁰ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-04012022-al.nspix>.

⁴¹ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-04012022-al.nspix>.

⁴² <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-04012022-al.nspix>



Në vitet e fundit, sistemi bankar në Republikën e Maqedonisë së Veriut ka evoluar në mënyrë të konsiderueshme, duke zgjeruar gamën e ofrimit të shërbimeve dhe produkteve tek konsumatorët, nëpërmjet kanaleve direkte si telefon, sportele të automatizuara dhe veçanërisht internet. Nga grumbullimi dhe analiza e informacioneve të publikuara nga bankat e ndryshme, nga faqet e tyre të internetit rezulton se është rritur prezenca e bankave në shumë kanale elektronike të ofrimit të shërbimit për konsumatorët, kanale të drejtpërdrejta si ATM, POS, Mobile Banking etj.⁴³

- **Bankomatët (ATM-automated teller machine)** – është një paisje elektromekanike që i mundëson klientit të një institucioni financiar të aksesojë llogarinë e tij bankare në mënyrë që të kryejë transaksione të ndryshme, si për shembull, tërheqje ose depozitime parash kesh, kontroll mbi gjendjen e llogarisë, transferim fondesh ndërmjet llogarive, pagesa të shërbimeve, etj konsumatori identifikohet nga një smart-card e cila përmban numrat e kartës 16 shifrore kur klienti fut kartën brenda numrit të kartelës së makinës ATM do të lexohet dhe do t'i kërkojë klientit një PIN të fshehtë dhe shumën që do të debitohet, numri i kartelës dhe PIN-i sekret duhet të jetë i koduar dhe dërguar në server, në anën e serverit, numri i kartelës dhe PIN-i sekret do të deshifrohet dhe nëse të gjitha detajet përputhen me një klient të veçantë, atëherë konsumatori thuhet se është autentik, përndryshe transaksioni do të debitohet.⁴⁴

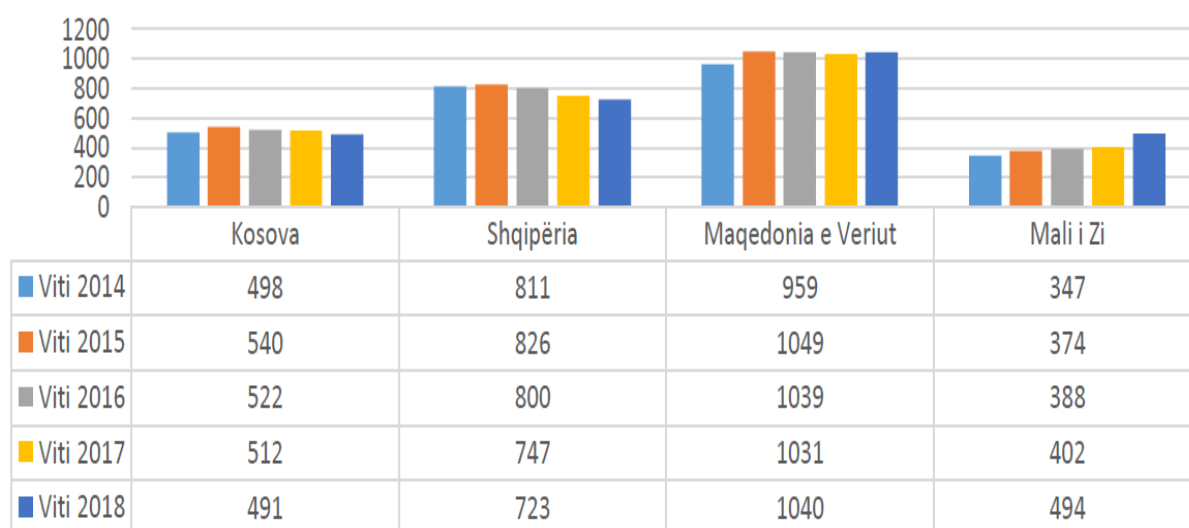
⁴³ <https://blog.ipleaders.in/modern-day-banking-a-comparison-between-e-banking-internet-banking/>

⁴⁴

<https://www.coursehero.com/file/p7pa0in/c%C3%ABnueshme-dhe-nuk-duhet-t%C3%AB-p%C3%ABrdoret-m%C3%AB-gjer%C3%AB-t%C3%AB-tilla-si-WEP-WPA-vs-WEP/>



Numri i bankomatëve ndër vite



Grafikoni nr.1 Numri i bankomatëve ndër vite

Burimi: BQK

Në grafikun të cilin e kemi paraqitur me lartë kemi ecurinë e numrit të bankomatëve ndër vite në Maqedoninë e Veriut dhe në shtetet fqinjë. Sipas BQK-së e shohim se në Kosovë numri i bankomatëve ka pasur rritje të vazhdueshme deri në vitin 2015 dhe pastaj numri i bankomatëve ka pasur rënie nga viti në vit. Nga grafiku gjithashtu arrijmë të kuptojmë se nga shtetet fqinjë vetëm Mali i Zi ka pasur rritje të vazhdueshme të numrit të bankomatëve për çdo vit që kalon, gjithashtu edhe në Maqedoninë e Veriut e vërejmë se ecuria negative e

bankomatëve ka qëndruar vetëm për tri vite sepse në vitin 2018 ka ndryshuar përsëri në kontekstin pozitiv ecuria e bankomatëve.

Terminali POS (Point Of Sale) është pajisja që bën të mundur përdorimin e kartave bankare në një pikë shitjeje, për shembull në një dyqan apo restorant. Në të dyja rastet, pajisja printon një faturë, e cila përmban informacion mbi tërheqjen apo pagesën.⁴⁵ Sistemet POS përbëhen nga терминалет kompjuterike ose kompjuterët personal të cilët ndodhen në vendet e shitjes dhe të cilët janë të lidhur në mënyrë të drejtpërdrejtë me sistemin informativ të bankës lokale. Pajisja POS i kryen të gjitha punët të cilat mund të kryhen në sportelin bankar: para se të fillon transaksioni i këmben të dhënat, gjatë transaksionit e evidenton atë, ofron gjendjen e arkës dhe provizionin dhe në fund të ditës e ofron bilancin e gjendjes nga procesori.



Përshkrimi	Kosova	Shqipëria	Maqedonia e Veriut	Mali i Zi	Serbia

⁴⁵

<https://blog.universum-ks.org/hulumtime/perse-jane-krijuar-kartat-bankare-cfare-luksi-na-ofrojne-ato/>.



POS terminale	13,183	8,726	31,610	16,293	88,009
Për 1 milion banorë	7,406	2,861	14,981	26,710	12,448
Për 100km²	121	30	123	118	114

Tabela nr.1 POS- Maqedonia e veriut në raport me vendet e rajonit

Burimi: BQK

Siq edhe mund të shihet nga tabela e mësipërme kur flasim për numrin e përgjithshëm të POS terminaleve, pa marrë në konsideratë treguesit e tjerë shohim se në Kosovë ka 13,183 POS terminale, në Shqipëri 8,726, në Maqedoninë e Veriut 31.610, në Mal të Zi 16,293, në Serbi 88,009. Prandaj mund të themi se Maqedonia e Veriut qëndron shumë mirë me POS terminale në raport me shtetet e tjera fqinje.

-Mobile banking konsumatorët mund të kryejnë të gjitha transaksionet bankare në një mënyrë më të shpejtë dhe më të lehtë me komisione më të ulëta sa herë që kanë qasje në internet 24 orë në ditë 7 ditë në javë mjafton të jenë të regjistruar si klient të bankës në të cilën kanë xhirollogaritë e tyre dhe ata mund ta përdorin Mobile banking-un duke bërë kërkesën për posedim të aplikacionit, klientët mund të hyjnë në Mobile banking nga çdo telefon celular që ka një sistem operativ iOS ose Android, për të filluar, sëpari duhet të bëhet instalimi dhe aktivizimi i aplikacionit nën emrin bankës, i cili mund të gjendet në aplikacionet e App Store dhe Play Store.⁴⁶ Shërbimet bankare nga pjesa më e madhe e bankave në Maqedoninë e Veriut ofrohen në tri gjuhë, Maqedonisht, Shqip dhe Anglisht.

⁴⁶ <https://bkt-ks.com/individit/kartat-dhe-sherbimet-elektronike/mobile-banking/>.



Duke pasur parasysh depërtimin e madh të internetit në Republikën e Maqedonisë së Veriut dhe normën e rritjes së përdoruesve të afarizmit bankar elektronik e cila është mbi nivelin e rritjes së vendeve në rajon, atëherë, në një të ardhme të afërt RMV mund të reduktojë në masë pagesat në para të gatshme, duke mundësuar që shumica e transaksioneve bankare të realizohen në formë elektronike.

Përshkrimi	Banorë	ATM për milion banorë	POS për milion banorë	Kredit Kartelat për milion banorë	Debit Kartelat për milion banorë	E-Banking për milion banorë
Kosova	1.78	279	7,735	103,774	622,671	170,562
Shqipëria	3.05	232	3.670	37,303	336,249	144,784
Republika Çeke	10.68	488	-	146,483	1,066,935	-
Turqia	81.25	653	19,686	859,395	2,045,675	-
Sllovenia	2.1	736	17,237	60,831	1,322,059	-
Bullgaria	7.05	802	-	176,409	881,959	-
Hungaria	9.82	519	16,071	128,453	826,373	-
B & H	3.84	427	7.721	64,003	450,010	203,575
Mali i Zi	0.61	-	-	-	-	109,072
Kroacia	4.27	1,275	26,036	41,907	1,601,159	-

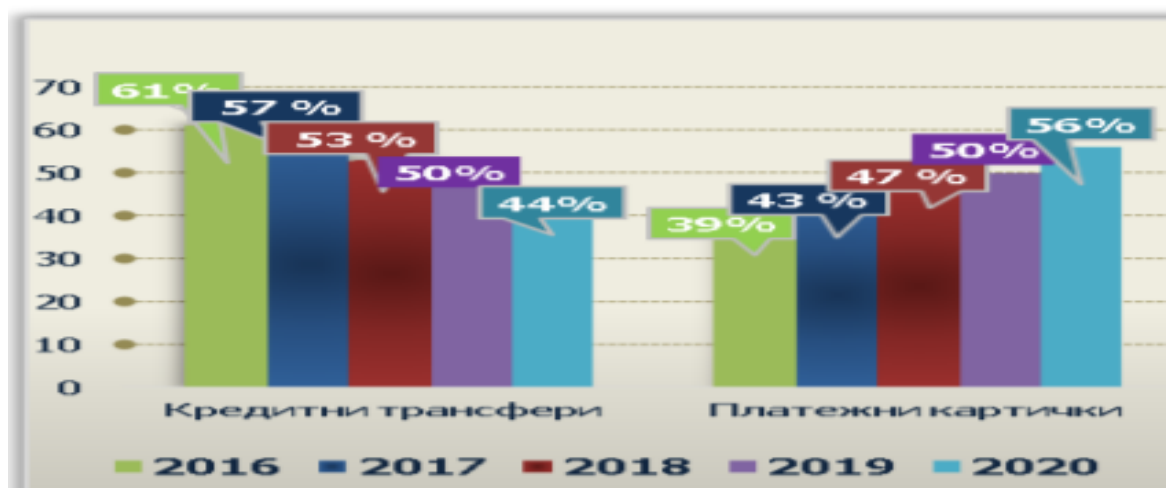


Maqedonia e Veriut	2.11	493	15,479	176,764	698,779	216,898
---------------------------	------	-----	--------	---------	---------	---------

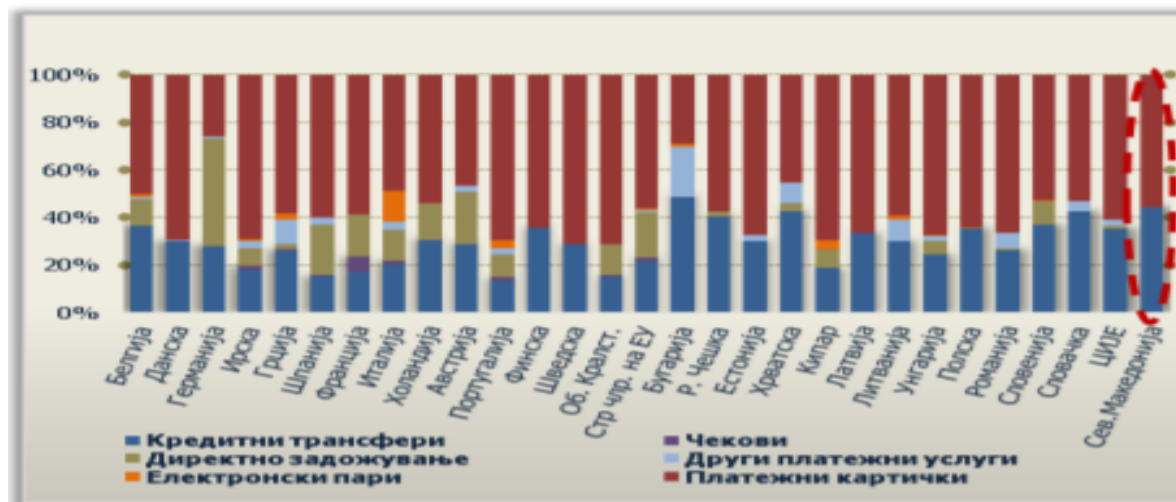
Sa i përket krahasimit të Maqedonisë së Veriut me vendet në rajon, shihet se trendi i shpejtë i zhvillimit gjatë viteve të fundit ka ndikuar që sot të ketë përmirësuar pozitën e saj krahasuar me vendet fqinje, megjithëse mbetet ende relativisht ulët në krahasim me vendet e BE-së dhe me mundësi avancimi në kategori të caktuara për të arritur nivelin e vendeve të rajonit.

3.3.1. Kanalet e pagesës digjitale në RMV

Respektimi i masave dhe rregullave për mbrojtjen e shëndetit publik, nëpërmjet të cilave edhe distanca sociale dhe izomi si pasojë e pandemisë Covid19, kontribuoi në ndryshimin e zakoneve dhe kulturës së pagesës së konsumatorët në ekonominë vendase dhe botërore. Kanalet për kryerjen e pagesës digjitale janë bërë shumë më të rëndësishëm, veçanërisht inicimi elektronik i transfertave të kredisë dhe përdorimi i e-commerce.



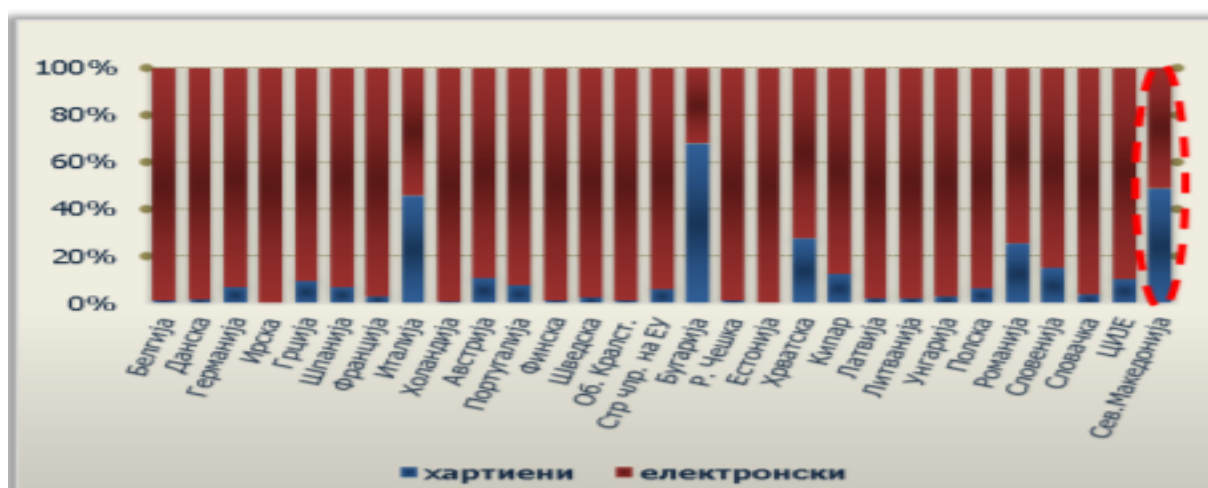
Grafikoni nr.1 Pjesëmarrja e numrit të përgjithshëm të transaksioneve me para jo të gatshme



Grafikoni nr.2 Pjesëmarrja e numrit të përgjithshëm të transaksioneve me para jo të gatshme

Burimi: Banka Qendrore e Republikës së Maqedonisë së Veriut

Në kushtet e imponuara nga pandemia, si qytetarët ashtu edhe kompanitë konstatojnë rritje të numrit të pagesave në operacionet e pagesave të brendshme kryhet nëpërmjet bankave duke përdorur karta pagese dhe transfertat elektronike të kredisë. Nga pagesat e kryera në vitin 2020 numri total i pagesave shënoi një rritje vjetore prej 10.2% në 140 milionë transaksione, si rezultat i rritja vjetore prej 15.6% e numrit të pagesave të kryera me kartela pagesore në kushtet e rënies vjetore të numrit të transfertave të kredisë me 3.6%. Lëvizje të tilla kontribuan në rritjen e peshës së kartelave pagesore me 6.2 pikë përqindjeje duke arritur në 56.2% në totalin e pagesave në kurriz të uljes së peshës së transfertave të kredisë (43.8%).





Grafikoni nr.3. Pjesëmarrja e numrit të përgjithshëm të transfertave elektronike dhe të transfertave në letër të kredisë

Burimi: Banka Qendrore e Republikës së Maqedonisë së Veriut

Numri i përgjithshëm i transfertave elektronike të kredisë regjistroi një rritje vjetore prej 6.5% kundrejt rënies së transfertave të kredisë të nisura në letër me 11.5%, përfitimet e digjitalizimit janë përdorur më së shumti nga kompanitë që kanë zbatuar pagesat me transferta krediti, duke qenë se pjesa elektronike e pagesave shënoi rritje vjetore prej 2.2% dhe arriti në 56.1% të totalit të transfertave të inicuar të kredisë nga persona juridik, qytetarët e përdornin gjithnjë e më shpesh e-banking për kryerjen e pagesave nën ndikimin e krizës së Covid19, nga e cila kontribuon në një rritje të ndjeshme vjetore prej 31.3% në numrin e inicuar në mënyrë elektronike të transfertave të kredisë, në kushtet e rënies së ndjeshme vjetore të numrit të kredive transfertat në letër prej 17.8% të cilat kontribuojnë në uljen e totalit të transfertave të kredisë për qytetarët është 7.2%, për rrjedhojë, pjesëmarrja e elektronike ka iniciuar transferta krediti në totalin e transfertave kreditore të qytetarëve ku shënohet rritje vjetore prej 9% dhe arrin në 30.7%, qytetarët që preferonin duke inicuar pagesat elektronike, gjegjësisht 66.7% i kanë përdorur ato kompjuterët personal për të inicuar transferimin e kredisë, 32.5% nëpërmjet aplikimit të celularit dhe 0.8% e përdorën bankomatin për këtë qëllim

Në vitin 2020 ka pasur një rritje të vazhdueshme të pagesave me kartel për të blerë produkte dhe shërbime nga klientët, rritja e pagesave me kartela pagesore të lëshuara nga bankat vendase në vitin 2020 ishte e lartë dhe arriti në 25.9%, ashtuqë prej 21% vihet re në numrin e transaksioneve në pikat fizike të shitjes, por mbresëlënëse është Rritje vjetore prej 121% që është regjistruar nga pagesat me kartë online.⁴⁷

⁴⁷ <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-01072021-al.nspix>.



3.4.Vështrim mbi digjitalizimin e shërbimeve të PROcredit Bank në RMV

PROCREDIT është një bankë e orientuar drejt zhvillimit. PROCREDIT në Republikën e Maqedonisë së Veriut ofron shërbim me cilësi të lartë për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, si dhe për individët që kanë mundësinë për të kursyer dhe që preferojnë shërbimin bankar përmes kanaleve elektronike, në punën e tyre ata i përmbahen disa parimeve themelore: ata vlerësojnë transparencën në komunikim me klientët e tyre, përpiqen që me punën e tyre të kontribuojnë në ruajtjen e mjedisit dhe ofrojnë shërbime të bazuara në të kuptuarit e situatës së secilit klient dhe analizën e mirë financiare.⁴⁸

ProCredit Bank ofron E-banking me një fleksibilitet të plotë dhe një numër të madh përfitimesh, 100% siguri dhe mundëson procesin e kryerjes së pagesave të ndryshme të realizohet nëpërmjet një rrjeti të mbrojtur.

Si lider në teknologjinë inovative Procredit bank në RMV në kontinuitet i ndjek nevojat e klientëve dhe 24/7 është në dispozicion me banking digjital dhe investon në përparimin e ofrimit të shërbimeve për klientët.⁴⁹

3.4.1.Shërbimi E-banking në PROcredit Bank

Procredit bank përmes rrugës elektronike ofron këto shërbime:

- Informacion në kohë reale për të gjitha llogaritë hyrëse dhe dalëse
- Pagesa në operacionet e pagesave vendase
- Pagesa në operacionet e pagesave ndërkombëtare
- Depozita me afat e borxhit (personat fizik)
- Bllokim dhe zhblokim i kartelës
- Rivendosje e fjalëkalimit
- Pagesat në grup me një skedar (pagesa të shumta menjëherë)
- Operacionet e shkëmbimit

⁴⁸ <https://www.procreditbank.com.al/shq/rreth-nesh/misioni-i-bankes/>.

⁴⁹ <https://pcb.mk/>



- E-mail nga banka (mesazhe informuese, marrja e SWIFT, etj.)
- Mundësia e përdorimit të çertifikatës digjitale KIBS / Telecom për transaksione elektronike (aplikacioni për shkarkim)
- Transferimi i pagave
- Mundësia për të autorizuar një person tjetër të bëjë pagesa në emër të klientit ose thjesht të ketë njohuri në llogari, të shtypura urdhra ose deklarata
- Eksportimi i deklaratave në program të kontabilitetit
- Blerja e valutës së huaj nga një linjë kredie me një normë preferenciale (personat juridik)
- Mundësia e qasjes në nivele të ndryshme për kontroll të dyfishtë, për shembull, një person përgatit urdhëra, një tjetër i firmos (personat juridik)
- Nuk ka nevojë për instalime të çertifikatës elektronike në laptop / kompjuterin tuaj (personat fizik)⁵⁰

Gjithashtu në vazhdimësi Procredit bank sjell risi inovative tanimë në RMV vjen me platformë të re në bankingun digjital ashtuqë:

1. Dizajn i ri dhe shumë më i thjeshtë
2. Mundësi për të anuluar vet një llogari të regjistruar
3. Mundësi për t'a aktivizuar kartelën tuaj (personat fizik)

PROCREDIT BANK ofron mbështetje 24/7 nga Qendra e Kontaktit të Bankës për transaksionet elektronike dhe mundësinë për të anuluar një urdhër të përgatitur ose të dërguar nëse menjëherë reagoni me një thirrje në Qendrën e Kontaktit të Bankës. Me platformën e re e-banking, kanë shtuar funksionalitetet, të cilat do të plotësojnë edhe më mirë nevojat e klientëve të biznesit. Klientët mund të marrin informacione ose të kryejnë transaksione si më poshtë:

⁵⁰ <https://pcb.mk/>



Informacione	Transaksione
Lëvizjet dhe bilancin e llogarisë.	Mund të kryeni pagesa institucionale brenda degëve të ProCredit Bank apo të kryeni pagesa ndërkombëtare me bankat e tjera vendëse.
Shikimin e urdhëresave të fundit përmes e-Banking.	Mund të kryeni pagesat e tatimeve dhe doganave
Shikimin e të gjitha urdhëresave që i keni bërë përmes bankës sonë.	Mund të kryeni pagesa ndërkombëtare për transaksione të rregullta dhe Propay
Ju mund të vendosni më shumë se dy autorizime/nënshkrime.	Mund të kryeni kalimet e pagave të punonjësve
Kontrolloni me saktësi IBAN.	Këmbime valutore pa limit shume midis llogarive.
Merrni informacione ne MAILBOX tuaj.	Mund të kryeni pagesa të faturave mujore pa komisione dhe me procesim në kohë reale (përfshihet pagesa e faturave të dritave, ujit, telefonit fiks dhe celular.
Mund të ndryshoni fjalëkalimin tuaj.	Mund të kryeni pagesat e kësteve të kredisë duke transferuar këstin nga llogaria rrjedhëse.

Tab 2. PROCREDIT E-banking⁵¹

⁵¹ <https://pcb.mk/>



Çfarë avantazhe përfitoni duke përdorur shërbimin E-Banking?⁵²

- Sepse është një teknologji e sigurtë në përdorim dhe mënyra më e thjeshtë për të administruar fondet e biznesit.

- Ju mund të kryeni çdo veprim pa qenë e nevojshme të paraqiteni në bankë.

Kryeni në mënyrë të pavarur veprime në çdo kohë dhe në çdo vend, nga ambjentet e zyrës apo shtëpisë suaj, kur jeni në udhëtim apo me pushime. Mjafton vetëm lidhja me internetin!

-Nënshkrimi elektronik i marrëveshjeve; Klientët e ProCredit Bankës të cilët shfrytëzojnë marrëveshje kornizë kanë mundësi që marrëveshjet e tyre për kredi, akreditiva, garanci, linja kredie ose shfrytëzim afatshkurtër të mjeteve t'i nënshkruajnë nga zyra e tyre.

Kjo risi në mënyrë të konsiderueshme do ta përshpejtojë dhe thjeshtësojë mënyrën e punës me Bankën. Marrëveshja kornizë miratohet dhe nënshkruhet njëherësh, ndërsa pastaj çdo shërbim mund të nënshkruhet në mënyrë elektronike nga cilido qoftë lokacion, pa prani në degë.

Me krijimin e këtij shërbimi mundësohet qasje më të thjeshtë deri te shërbimet financiare përmes aplikacionit për firmosje elektronike të kontratave gjithashtu ProCredit bank ofron manual për firmosje elektronike në webfaqe. Klientët në mënyrë elektronike i nënshkruajnë marrëveshjet, i ditojnë mjetet në llogarinë e tyre më shpejtë, ndërsa të gjitha pagesat mund t'i kryejnë nëpërmjet sistemit të shërbimeve elektronike bankare.

Për shërbimin më të mirë dhe më të arritshme për konsumatorët me jeteses dinamike të paraqitura Zonave 24/7 punuar Deno-natës, gjatë festave, vikendeve dhe ditëve të tjera jashtë. Çdo klient i ProCredit Bank mund të përdorin shërbimet në zonat 24/7, duke përfshirë: pagesën e pagesës së denarë dhe euro, pagesa e kovacini, pagesën e ATM përditshme qarkullimit apo të sigurt për operacionet e përditshme, urdhërpagesave të përpunimit,

⁵² <https://pcb.mk/>



deklarata të shtypura dhe kështu me radhë. Hyrja në zona pas orarit të punës të degëve është me një kartë krediti të vlefshme.

-Bankomat për pagesë; ATM pagesa në çdo kohë që ju mundësohet për të tërhequr fonde nga llogaria e tanishme ose kursimi, por edhe për të vënë paratë në to. Karta e kreditit është kartë multi-monedhë që mund të jetë lidhur në 8 llogaritë dhe pagesat bankare do të shfaqen në llogarinë sa më shpejt që realizohet nëpërmjet ATM. Shërbimi është në dispozicion për individët dhe personat juridikë për llogari të transaksioneve në denarë dhe euro. Emërtimet e autorizuar në pagesën: 500, 1.000 dhe 2.000 denarë 5,10,40,50,100,200 dhe 500 euro.

Brenda të gjitha Zonave 24/7 në Maqedoninë e Veriut, ju mund të gjeni ATM për pagesën.

-Terminali i Informacionit; Nëpërmjet terminaleve ju keni akses elektronik në llogaritë tuaja. Info kiosk në dispozicion kanë shërbimet e mëposhtme: një rishikim të deklaratave të llogarisë dhe shtypjen e tyre dhe të rishikojë statusin e llogarive tuaja.

-Dropbox; Bizneset që kanë një qarkullim më të madh ditor mund ta depozitojnë atë në çdo kohë në kasaforta të qarkullimit ditor. Qarkullimi hyjnë në mënyra të veçanta të sigurisë të cilat janë të ofruara nga banka dhe përdorim të vetëm dhe kanë një kod unik bar që ka qenë e lidhur më parë me klientin (një kopje e kodit bar klienti e mban me vete për kontrollin përfundimtar). Dera e sigurisë hapet përmes një karte të veçantë magnetike (të siguruar nga banka) për të identifikuar klientin. Paraja e investuar kontrollohet fizikisht, llogaritet dhe transferohet në llogarinë e klientit çdo ditë.

-Qendra e kontaktit; Nëpërmjet qendrës së kontaktit klienti mund të merr informacion në lidhje me shërbimet e Bankës në çdo kohë. Në zonat 24/7 ka një telefon me qasje të lirë në qendrën e kontaktit. Duhet vetëm të hiqni celularin dhe do të lidhet automatikisht. Qendra e Kontaktit ku do të merrni 24/7 përkrahje teknike duke përdorur ndonjë prej shërbimeve të automatizuar në zonat 24/7.

-Aplikacionin mobil i ProCredit Bankës; ku klienti ka kontrollë të plotë mbi llogaritë, kursimet dhe kartelat. I njëjti ofron mundësi që të transferohen dhe tërheqen mjete në FlexSave llogarinë e kursimit dhe atë vetëm me një klikim, 24/7 pa komisione dhe penale

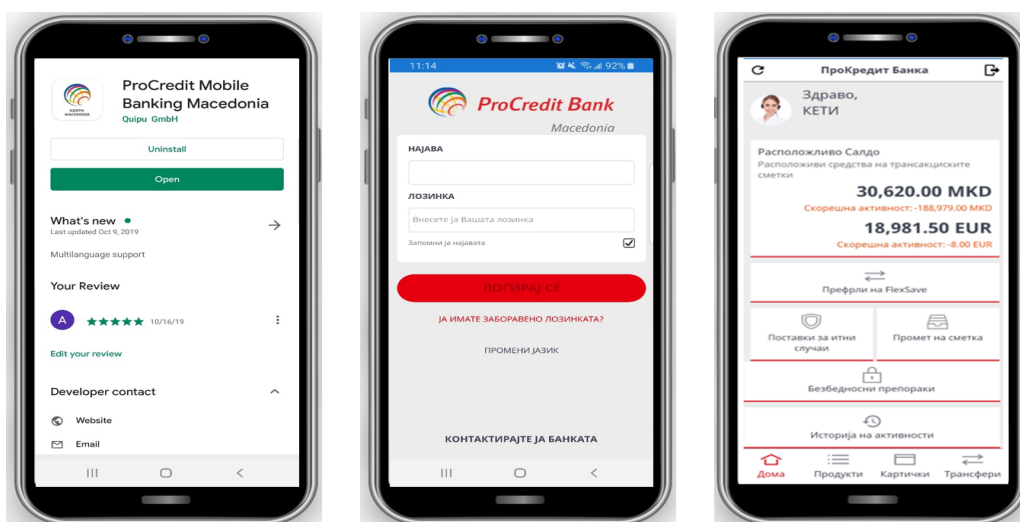


shtesë. Nga ky aplikacion klienti mund që vetëm për disa minuta të realizon pagesa në vend dhe jashtë vendit drejtëpërdrejtë nga smartfoni celular.

Ky aplikacion i ofron përfitimet në vijim:⁵³

- Pasqyrë të gjendjes së të gjitha llogarive të klientit
- Historiku i të gjitha transaksioneve
- Bllokim/zhbllokim i kartelës
- Ndryshim i kufizimit për pagesa me kartelën Tuaj
- Pagesa në vend
- Pagesa jashtë vendit
- Transfer dhe tërheqje nga online llogaria Juaj e kursimeve – FlexSave
- Krijim i një liste të urdhëresëpranuesve

ProCredit aplikacioni mobil është në dispozicion në App Store dhe Play Store!



-Aplikacioni Portofoli celular ProPay; ProCredit Bank tani është në dispozicion për çdo klient me një kartë pagese aktive nga marka Mastercard, e lëshuar nga ProCredit Bank AD

⁵³ <https://pcb.mk/>



Shkup përmes këtij aplikacioni i cili ka gjithashtu edhe një funksionalitet shtesë falas që mundëson pagesa pa kontakt në pikat e shitjes me терминаlet POS brenda dhe jashtë vendit. Me Portofolin celular, telefoni celular bëhet një mjet pagese për klientin, i cili zëvendëson nevojën e përdorimit të parave të gatshme ose kartave të pagesës. Ky funksionalitet i ri dhe unik ju lejon të digjitalizoni kartat e pagesave MasterCard të lëshuara nga ProCredit Bank në portofolin celular ProPay. Përdoruesi i kartës së pagesës mund të shkarkojë falas aplikacionin celular nga *GooglePlay Store* në një pajisje mobile me sistem operativ Android, i cili mbështet teknologjinë NFC. Në ProCredit Bank Kartat e pagesave MasterCard thjesht mund të digjitalizohen në portofolin tuaj celular dhe të ruhen në mënyrë të sigurt në smartphone tuaj. Pagesa është e thjeshtë dhe e sigurt, përdoruesi duhet vetëm ta afrojë telefonin celular më afër terminalit POS që mbështet pagesa pa kontakt.⁵⁴ Mund të bëni deri në 10 pagesa pa lidhje interneti. Instalimi i portofolit celular, digjitalizimi i kartave dhe përdorimi i shërbimit janë falas ProCredit bank vjen me sloganin për këtë aplikacion; Tani lini portofolin tuaj në shtëpi dhe paguani me smartphone-in tuaj!!!

Plotësimi i nevojave të klientëve, është prioritet i ProCredit Bank, prandaj edhe kanë lançuar video dhe mënyra të ndryshme udhëzuese të cilat e bëjnë edhe më të lehtë komunikimin me klientët dhe përdorimin e E-banking.

3.4.2. Këshilla sigurie nga PROcredit Bank për klientin

-Si të mbrohem nga vjedhja e identitetit Banka ProCredit është përkushtuar në atë që t'i bëjë transaksionet online më të sigurta si edhe ta mbrojë integritetin e të dhënave në llogarinë bankare të klientëve, me qëllim që ta arrijnë këtë, e shfrytëzojnë softuerin më të ri të sigurisë dhe zbatojnë shumë procedura sigurie, megjithatë, çdoherë duhet të keni në mendje se Interneti dhe posta elektronike mund të shfrytëzohen si mjete për aktivitet jolegal, Prandaj, rekomandojmë që të ndërmeren disa masa të thjeshta për kujdes që të vërtetoheni në sigurinë tuaj kur kryeni punë bankare online

-Çka është vjedhja e identitetit Vjedhja e identitetit është përpjekje për të pasur qasje deri te informatat e ndjeshme personale nëpërmjet dërgimit të postës elektronike e cila gjoja vjen

⁵⁴ <https://halkbank.mk/halkpay-sq.nspk>.



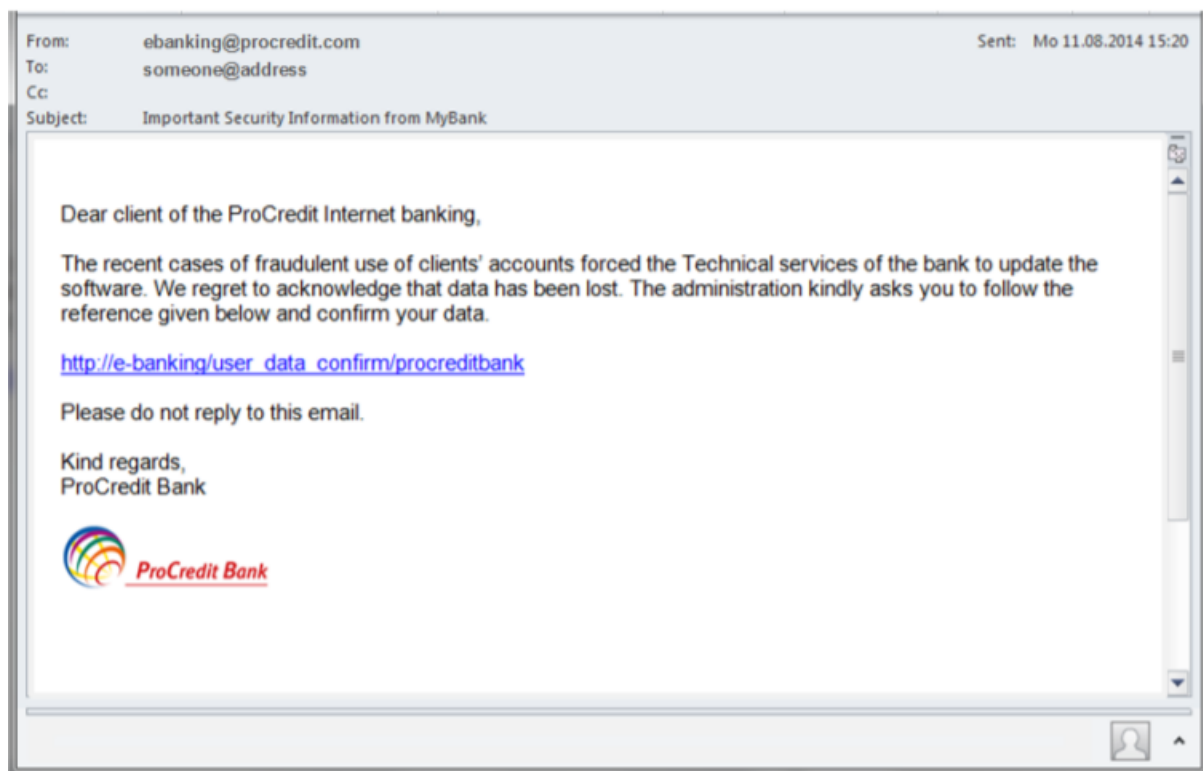
nga ndërmarrja e vërtetë e cila punon në Internet, por faktikisht, ajo është faqe e rejlshme e internetit, e drejtuar nga ana e mashtruesve: Phishing is the attempt to access sensitive personal information by sending e-mails purporting to come from a genuine company operating on the Internet, but in fact, it is a bogus website operated by fraudsters, Ç'farë informata do të kërkojnë ata nga unë, Posta e rejlshme elektronike zakonisht pohon që është e domosdoshme t'i "azhurnoni" ose t'i "verifikoni" informatat në profilin tuaj dhe kërkojnë nga pranuesi të klikojnë në ndonjë lidhje në postën elektronike e cila çon deri te faqja e rejlshme e internetit, të gjitha informatat të cilat janë bartur në atë faqe të internetit merren nga ana e kriminelëve me qëllim të mashtrimit.⁵⁵

-Si t'i iki mundësisë që të bëhem viktimë e vjedhjes së identitetit Çelësi që të jeni të sigurt është të dyshoni në lidhje me të gjitha mesazhet elektronike të padëshiruara ose të papritura që i fitoni, bile edhe nëse duken se janë nga burim i besueshëm, mesazhet elektronike dërgohen me pritje se do të arrijnë deri te adresa aktive e postës elektronike e cila i takon klientit me llogari në institucionin i cili synohet

-Çka të bëj nëse pranoj postë elektronike për vjedhjen e identitetit Nëse pranoni postë elektronike të dyshimtë, ju lutemi menjëherë lajmërojeni Bankën ProCredit me atë që do ta vizitoni degën më të afërt, do të kontaktoni me Këshilltarin Tuaj për klientë ose do të lajmëroheni në numrin vijues: 02 2446-000 Gjithashtu mund ta ridërgoni letrën elektronike në adresën vijuese: info@procreditbank.com.mk.

-Si ta vërej postën elektronike për vjedhje të identitetit Posta elektronike për vjedhjen e identitetit mund të duket sikur është dërguar nga adresa zyrtare e postës elektronike të Bankës ProCredit, për fat të keq, është relativisht e lehtë për vjedhësit e identitetit që të bëhet hyrje e rejlshme në fushën "Nga" ose ta mbulojnë destinacionin përfundimtar të lidhjes

⁵⁵ https://ebank.pcb.com.mk/ExternalLinks/BS_ALB.pdf



Shembull: Postë e rejshe elektronike

Edhe pse Banka ProCredit mund të ju kontaktojë nëpërmjet postës elektronike, posta elektronike asnjëherë nuk do të përmbajë lidhje e cila do t'ju dërgojë deri te faqja e internetit e cila nga ju do të kërkojë informata personale (fjalëkalim, kod për token, SMS me numër për verifikim të transaksionit etj)

Mos u bëni plotësisht të besueshëm për çfarëdo ndryshimi në rutinën tuaj të zakonshme për shërbime bankare në internet, nëse keni çfarëdo dyshimi, ju lutemi kontaktojeni Bankën ProCredit duke e vizituar degën më të afërt, ose kontaktojeni Këshilltarin tuaj të Klientëve ose thirrni në linjën tonë për ndihmë në 02 2446-000

-Ruajini paratë tuaja; Mos u mashtroni nga mesazhet elektronike të cilat tingëllojnë si të sinqerta duke ju ofruar mundësi të fitoni para lehtë, nëse tingëllon shumë mirë që të jetë e vërtetë, me siguri është ashtu, veçanërisht bëhuni të kujdesshëm me mesazhet e

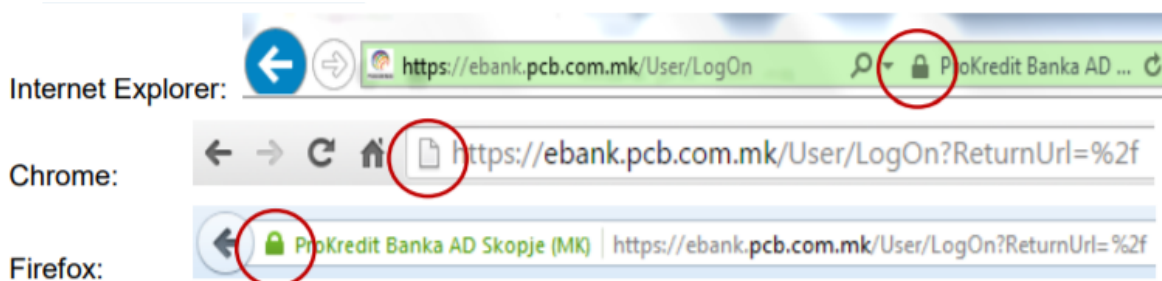


padëshirueshme elektronike nga jashtë vendit – shumë më vështirë është të kontrolloni nëse dërguesit, faktikisht, janë ata që thonë se janë⁵⁶

-Bëhuni të vetëdijshëm me kë keni punë; Çdoherë hyni në shërbimet bankare në Internet me atë që do ta bartni adresën e bankës në: <https://ebank.pcb.com.mk>. Asnjëherë mos hapni faqe interneti nëpërmjet lidhjes në postën elektronike që të bartni informacione personale, nëse dyshoni, kontaktoni Bankën ProCredit

Çdoherë shfrytëzoheni platformën e sigurinë për shërbime e-banking të ProCredit Bankës: Para se të bartni çfarëdo qoftë informate personale, vërtetojuni se në pjesën e poshtme të djathtë të kërkuesit tuja është shfaqur dryni i mbyllur ose çelësi i plotë, kur të vendoset lidhja e sigurt, adresa e internetit të bankës do të ndryshohet nga “http” në “https”,

Mund ta shihni certifikatën e sigorisë në ProCredit Bankë me klikimin e drynit i cili shfaqet në kërkuesin tuaj,



-Mbajini fjalëkalimet sigurt; Çdoherë keni kujdes nga mesazhet e padëshiruara elektronike ose thirrjet të cilat nga ju kërkojnë të zbuloni çfarëdo qoftë të dhëne personale ose numra të kartelave të kredisë Banka ProCredit ose policia asnjëherë nuk do të ju kontaktojnë dhe të kërkojnë t’i zbuloni informatat për fjalëkalimet, Atë informatë ruajeni në fshehtësi, Duhet të jeni të kujdesshëm gjatë zbulimit të të dhënave personale të kujt do qoftë, veçanërisht nëse nuk e njihni atë person.⁵⁷

⁵⁶ https://ebank.pcb.com.mk/ExternalLinks/BS_ALB.pdf

⁵⁷ https://ebank.pcb.com.mk/ExternalLinks/BS_ALB.pdf



Fjalëkalimi dhe të gjitha informatat tjera të sigurisë çdoherë mbani përmendsh dhe menjëherë shkatërrojeni lajmërimin i cili përmban informata të tilla,

Ndërmerrini hapat përkatës për fjalëkalimin tuaj dhe informatat e sigurisë të jenë çdoherë në fshehtësi,

Nëse paraqiteni në bankë, kini kujdes në atë cilat informata do të kërkohen nga ju. Asnjëherë nuk do ta kërkojnë fjalëkalimin tuaj,

Vërtetojuni që ç'kyçeni në mënyrë të rregullt pasi të mbaroni me shërbimet bankare online,

Asnjëherë mos e rruani fjalëkalimin në kompjuterin tuaj, përveç nëse nuk është i mbrojtur (p. sh. menaxhues fjalëkalimesh (passwordmanager),

Asnjëherë mos e lini kompjuterin tuaj pa mbikëqyrje kur jeni të kyçur në shërbimet bankare në internet,

Ju rekomandojmë rregullisht ta ndryshoni fjalëkalimin: Nëse e ndryshoni fjalëkalimin, zgjidhni ndonjë që nuk është i lehtë të qëllohet,

Mos e shfrytëzoni fjalëkalimin tuaj për shërbimet bankare online në faqe të tjera të internetit.⁵⁸

-Mbajeni kompjuterin tuaj të sigurt; Shfrytëzoni softuer të azhurnuar për viruse dhe instaloni mur mbrojtës tuajin, Çdoherë shfrytëzoheni versionin e fundit të kërkuesit të Internetit me të gjitha azhurnimet e sigurisë, Bëhuni të kujdesshëm veçanërisht në internet kafenetë ose bibliotekat ose në cilindo qoftë kompjuter tjetër i cili nuk është prona juaj,

Bëhuni të kujdesshëm me të gjitha mesazhet e padëshirueshme elektronike (veçanërisht ata nga dërguesit e panjohur) dhe asnjëherë mos klikoni në lidhje me mesazhe të tilla elektronike me qëllim që të vizitoni faqe interneti të panjohura,

⁵⁸ https://ebank.pcb.com.mk/ExternalLinks/BS_ALB.pdf



Mos hapni, mos pranoni ose mos bëni bashkëngjitje të mesazheve elektronike nga burime të panjohura, të dyshimta ose të pabesueshm,

Instaloni softuer anti-virus, azhurnojeni dhe rregullisht bëni skenim sigurie. Instalojini azhurnimet e fundit të sigurisë, gjithashtu të njohura si patches.⁵⁹

⁵⁹ https://ebank.pcb.com.mk/ExternalLinks/BS_ALB.pdf



KREU-4 Analiza empirike-krahasimore

4.1. Intervistimi dhe mbledhja e të dhënave

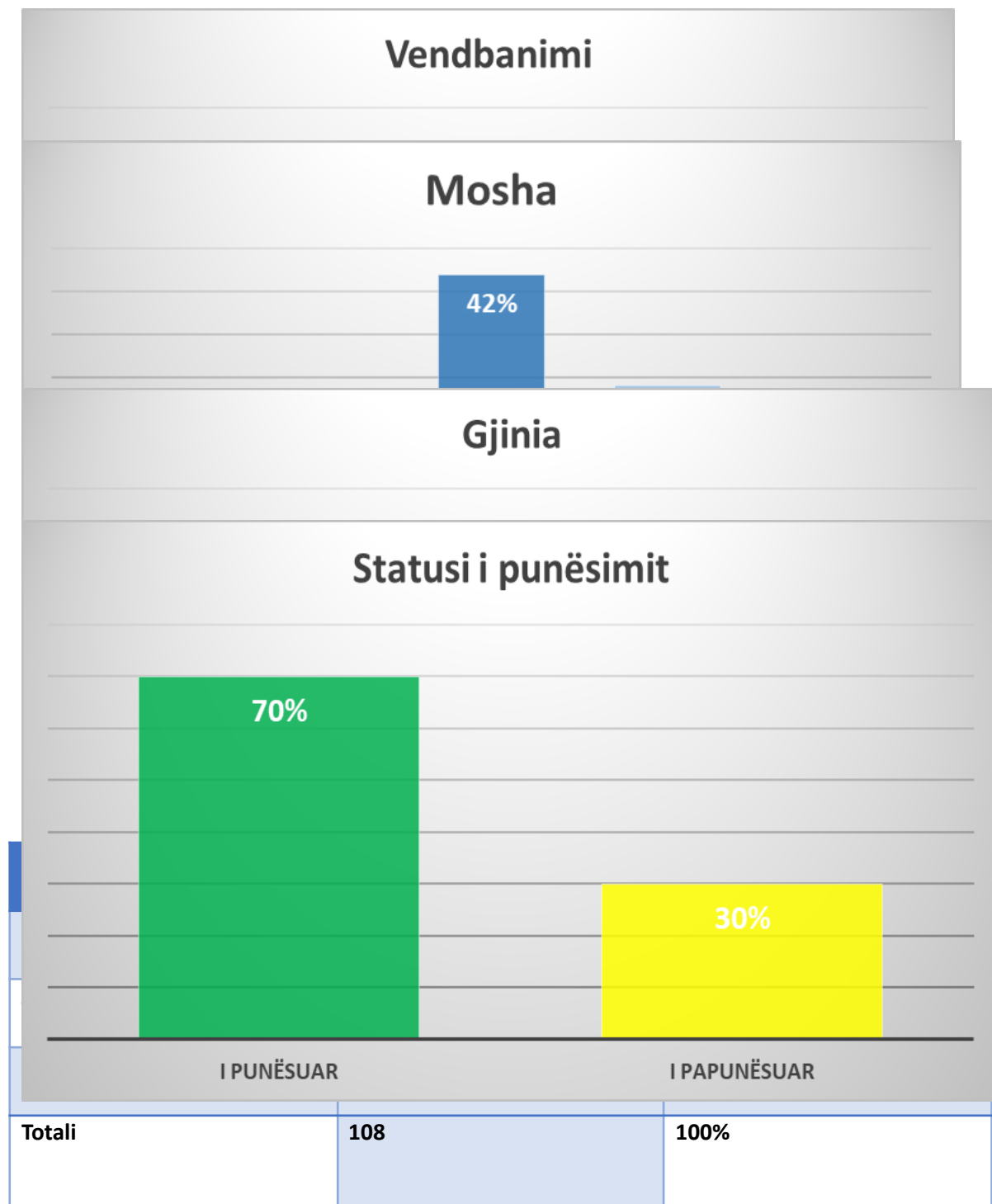
Mostra është një metodë e cila është përdorur shumë gjatë analizimit të kërkimeve në këtë punim hulumtues duke marrë parasysh se perzgjedhja e rasteve na ndihmon shumë që pamjet në fund të jenë sa më reale.

Që të arrijmë në rezultate sa më reale për sa i përket studimit janë intervistuar gjithsej 108 klientë të bankave të moshave dhe komunave të ndryshme të qytetit të Shkupit në Republikën e Maqedonisë së Veriut përmes pyëtësorit të intervistës.

Si metodë e kërkimit dhe e mbledhjes së të dhënave është përdorur pyëtësi anketues i cili është realizuar duke intervistuar drejtëpërdrejt me klient të bankës PROCREDIT dhe të tjera në RMV të cilët janë përdorues ose jo të sistemeve elektronike bankare për të kuptuar më thellë se cilat janë shqetësimet, kritikën, avantazhet ose disavantazhet që i shqetësojnë përdoruesit e E-Banking në RMV si dhe për të kuptuar ndryshimet që duhet të realizojë një institucion financiar në vendin tonë në mënyrë që të rrit performancën e llogarive E-Banking dhe kështu të ndikojë në performancën e bankës duke zvogëluar pritjet në sportele dhe duke rritur kënaqësinë e shërbimeve bankare tek klientët e saj.

4.1.2. Mbledhja e të dhënave

Mbledhja e të dhënave është realizuar duke bërë pyëtësin e drejtëpërdrejtë ,rastet kanë qenë të regjistruara nga më herët në formë të pyëtësorit të mbyllur ashtuqë subjekteve u janë ofruar disa opsione për të përzgjedhur pastaj njërin prej tyre. Përgjigjet e regjistruara në



Siq shihet nga rezultatet e mbledhura rreth 54.62% ose 59 persona nga numri i përgjithshëm i të anketuarëve pohojnë se i përdorin ose do të mundë të ishin përdorues të e-banking pra ka disa nga ta që për momentin nuk janë përdorues por shprehen se janë simpatizues të këtyre programeve, kurse 22.22% ose 24 persona nga të intervistuarit kanë pohuar se nuk do ti



përdornin këto programe madje as për ti shikuar gjendjen, arsyet për mospërdorim janë nga më të ndryshmet duke filluar nga siguria që sipas tyre nuk janë të sigurta, kushtet sociale etj. Që për më tepër do ti shohim më poshtë në një tabelë të veçantë, si dhe rreth 25.14% ose 25 persona të anketuar janë përgjigjur se nuk ishin mirë të informuar për këtë produkt dhe nuk kanë dhënë përgjigje.

Më poshtë të bashkangjitur këto rezultate i gjeni në formë grafike në përqindje dhe në numra.

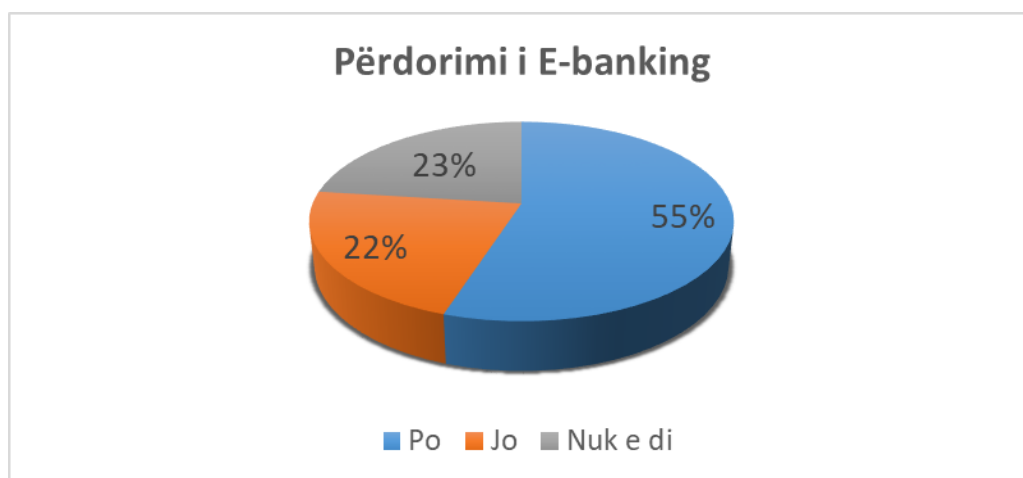


Figura 5. Përdorimi i E-banking

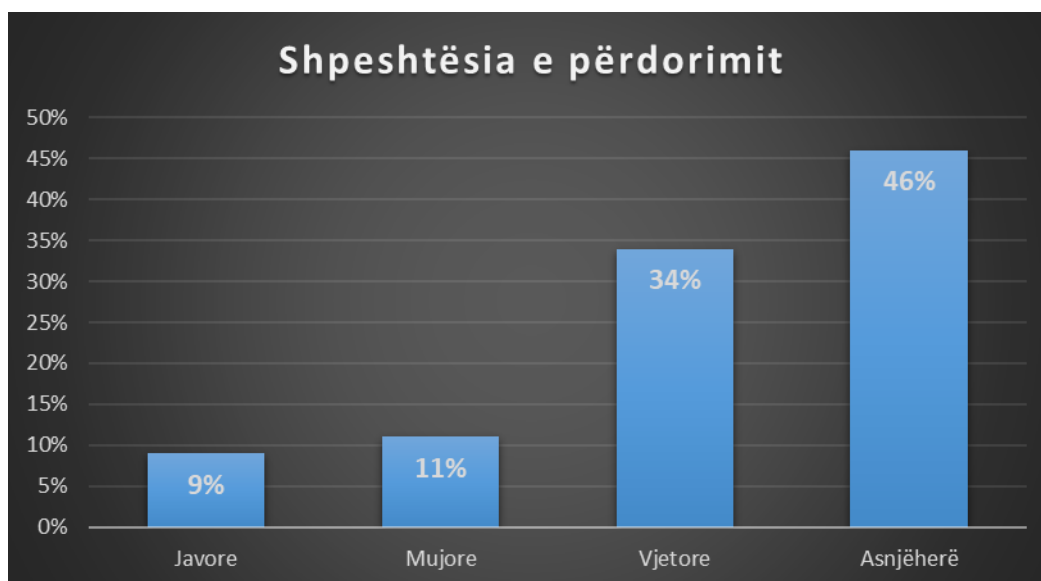




Figura 6. Shpeshtësia e përdorimit

Siq shihet më lartë vetëm 9% nga të anketuarit e përdorin rregullisht internetin bankar pra gati cdo ditë për të realizuar transaksione të ndryshme që ofrohen në e-banking si transfere , gjendja e bilancit, hyrjet dhe daljet, pagesat e ndryshme komunale, etj. Rreth 11% të të anketuarëve e përdorin jo gjithmonë por shumicën e rasteve nga 2 deri në 5 herë në muaj për të shikuar nëse kanë ndonjë hyrje ,shumën e pages, dhe transfere. Rreth 34% e përdorin vetëm për të shikuar gjendjen në internet ose hyrjen e pagës mujore mirëpo nuk realizojnë transaksione të tjera dhe 46% nga të anketuarit nuk e kanë përdorë asnjëherë sepse e gjejnë më të përshtatshme dhe më të sigurtë që këto transaksione ti realizojnë në sportelet bankare ku sipas tyre mund të marrin edhe këshillime nga zyrtarët në degët e bankës për opzione të ndryshme gjë që sipas tyre nuk mundën me i gjetë në e-banking.

	Numri i përgjigjeve	%
Javore	10	9.26%
Mujore	12	11.11%
Vjetorë	37	34.25%
Asnjëherë	49	45.37%
	108	100.00%

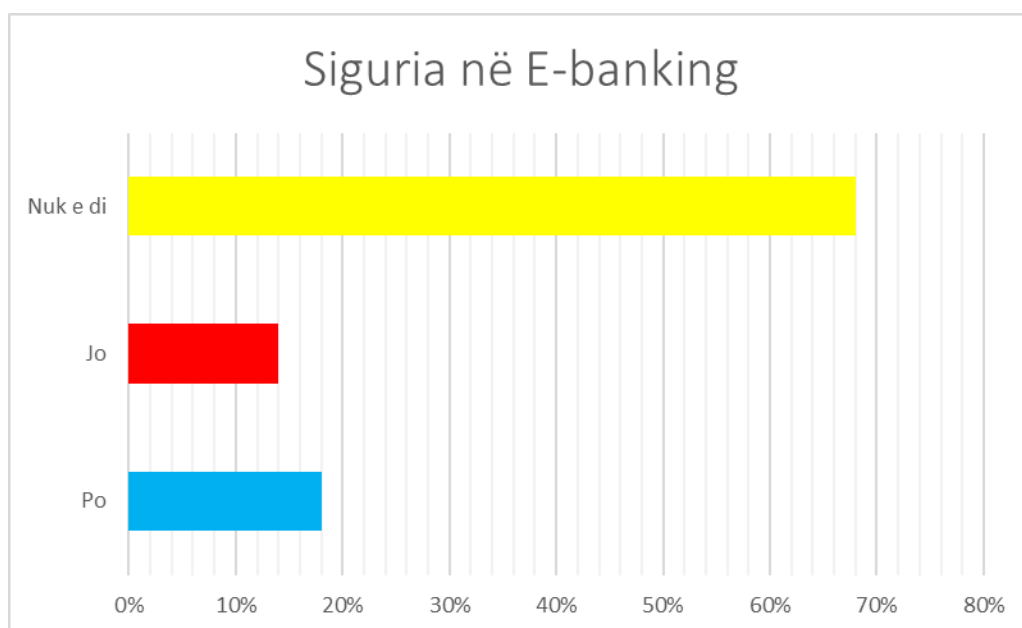




Figura 7. Siguria në E-banking

Siq shihet se vetëm 18% e rasteve mendojnë se këto sisteme janë të sigurta dhe shprehen se kanë shumë shpesh kontakte nga banka gjatë kohës që realizojnë transaksione nga e-banking me përfitues që nuk janë regjistruar më parë për t'u siguruar nëse është vetë përdoruesi duke realizuar atë transaksion gjë që i bënë përdoruesit të ndihen shumë të sigurtë dhe i bënë të vazhdojnë ta përdorin edhe më tutje, 14% thonë se nuk kanë informata për këtë nga bankat për sistem të sigurisë pra sipas tyre që këto programe janë thyer madje edhe në shtetet e jashtme ku sistemi banka është shumë më e zhvilluar. Kurse 68% nga numri total i të anketuarëve janë përgjigjur me nuk e di.

	Nr. i përgjigjeve	%
PO	20	18.51%
JO	15	13.88%
NUK E DI	73	67.59%
TOTALI	108	100%

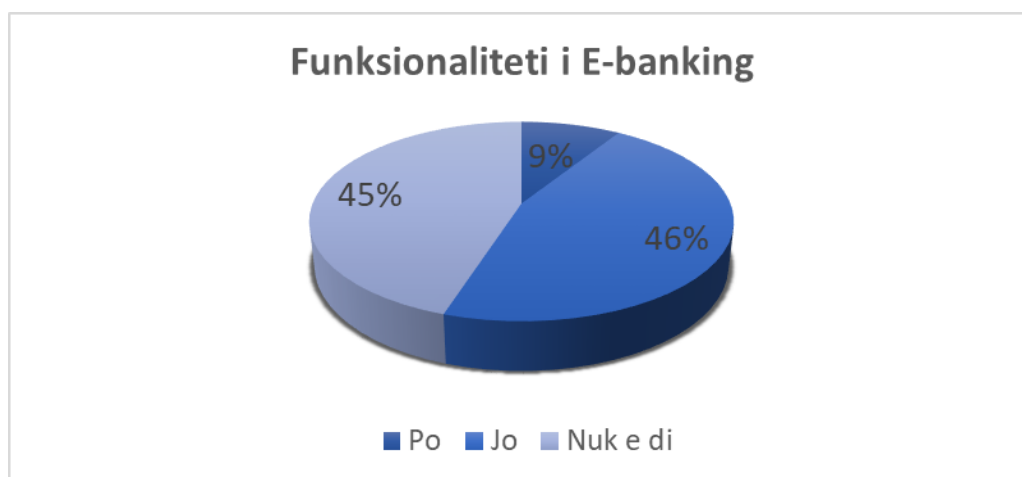


Figura 8. Funksionaliteti i E-banking në RMV



Siq duket një ndër problemet kryesore madje edhe tek përdoruesit e rregullt të këtij programi është funksionimi, shpejtësia që sipas shumicës më shpejtë kryhen në degë se sa përmes e-banking për shkak të kontrolleve të shumta dhe vonesave në autorizime që praktikohen nga banka ku shumica e transfereve online nuk realizohen drejtëpërdrejtë por kalojnë në dorën e dytë pastaj autorizohen mirëpo ka raste kur klientët e dergojnë transferin dhe kalojnë disa ditë deri sa ta kuptojnë se nuk është autorizuar nga banka për shkak të ndonjë bllokimi ose klienti ka pasë mjete që kanë qenë të bllokuara nga banka për arsye të ndryshme gjëra të cilat sipas klientëve nuk mund të shihen në e-banking dhe në këto raste ata prap se prapë duhet të ofrohen në degët e bankës për ta rregullu problemin, pra funksionet e shumta bankat nuk i ofrojnë përmes internetit por vetëm funksionet sipërfaqësore.

	Nr. i përgjigjeve	%
PO JANË	10	9.25%
JO NUK JANË	49	45.37%
NUK E DI	49	45.37%
TOTALI	108	100%

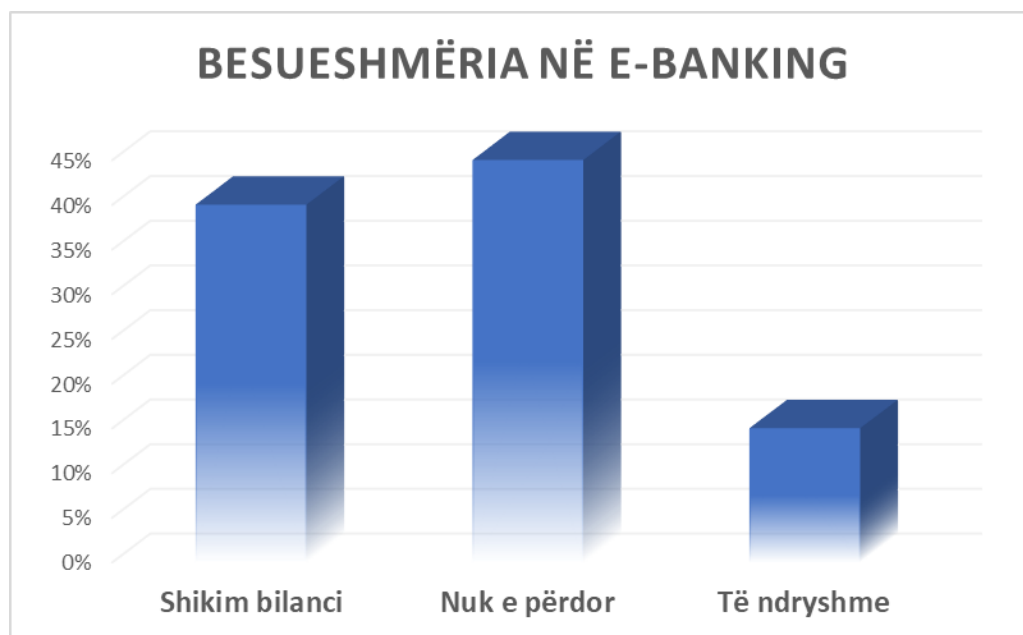


Figura 9. Besueshmëria në E-banking



Siq shihet 15% realizojnë transaksione të ndryshme me e-banking disa here në muaj si transfere, bilancin, hyrjet dhe daljet, pagesat të ndryshme, kurse pjesa më e madhe e tyre rreth 40% e përdorin vetëm për të shikuar bilancin pra nëse ka ndonjë hyrje dhe në çfarë shume. Arsyet pse nuk përdoren nga 45% njerez për transaksione të tjera por vetëm për shikim bilanci janë të ndryshme dhe do të shihen në figuren me poshtë mirëpo në shumicën e rasteve klientët thonë se ndihen më rehat dhe sigurtë që të tjerat t'i realizojnë në degët e bankës.

	Nr. i përgjigjeve	%
Transaksione të ndryshme	16	14.81%
Vetëm shikim bilanci	43	39.81%
Nuk e përdori	49	45.37%
Totali	108	100.00%

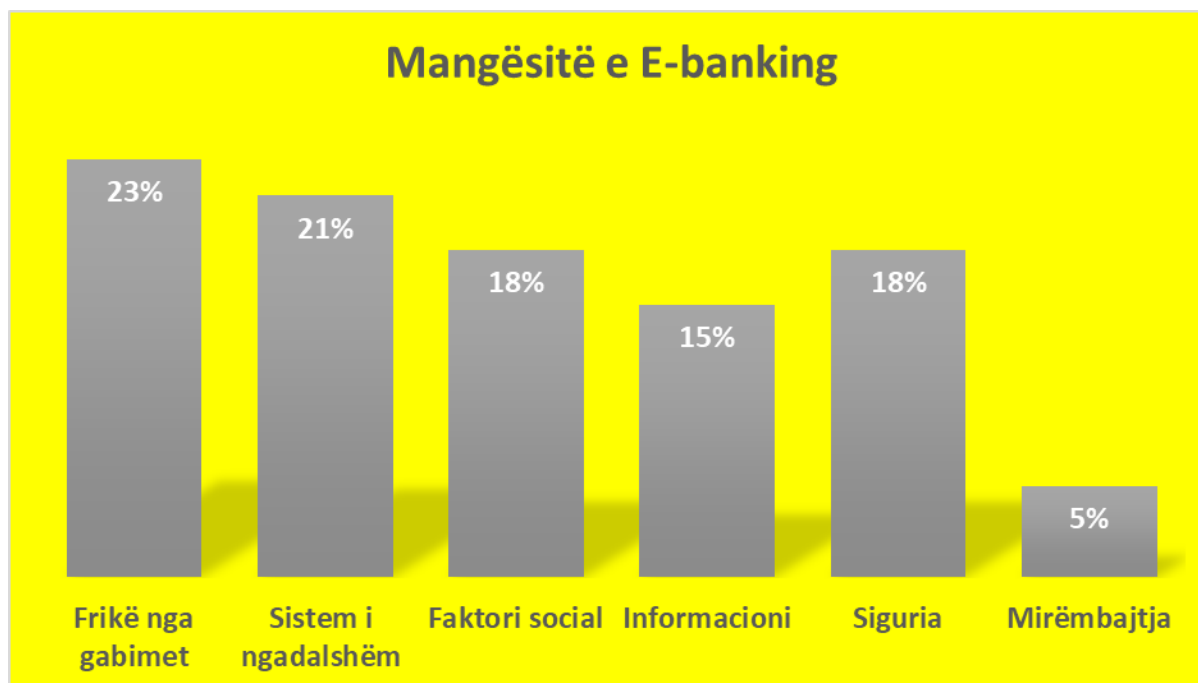


Figura 10. Mangësitë e E-banking



Më lartë shihen problemet kryesore sipas mendimeve të përdoruesve dhe jopërdoruesve të këtyre programeve bankare. Përdoruesit e rregullt janë shprehur se kanë frikë se nuk janë mjaft të kualifikuar për këto sisteme dhe shumicën e rasteve kanë frikë nga gabimet dhe nuk kanë informacione të mjaftueshme nga bankat për këtë shërbim. Jopërdoruesit shprehen se kanë mungesë sigurie dhe vetëm një pjesë e vogël e klientëve pra 5% mendojnë se shpenzimet për aplikim të këtij programi janë të larta.

	Nr. i përgjigjeve	%
Frikë nga gabimet, sitem i komplikuar	25	23.14%
Sistem i ngadalshëm dhe vonesa ne autorizime	23	21.29%
Faktori social, nuk kam kompjuter dhe mjete për transfer	20	18.51%
Nuk kam informacion te mjaftueshëm për këtë sistem	16	14.81%
Nuk kam besim në rrjetin e sigurisë	19	17.59%
Mirëmbajtje e shtrenjtë për këtë program.	5	4.62%
Totali	108	100.00%

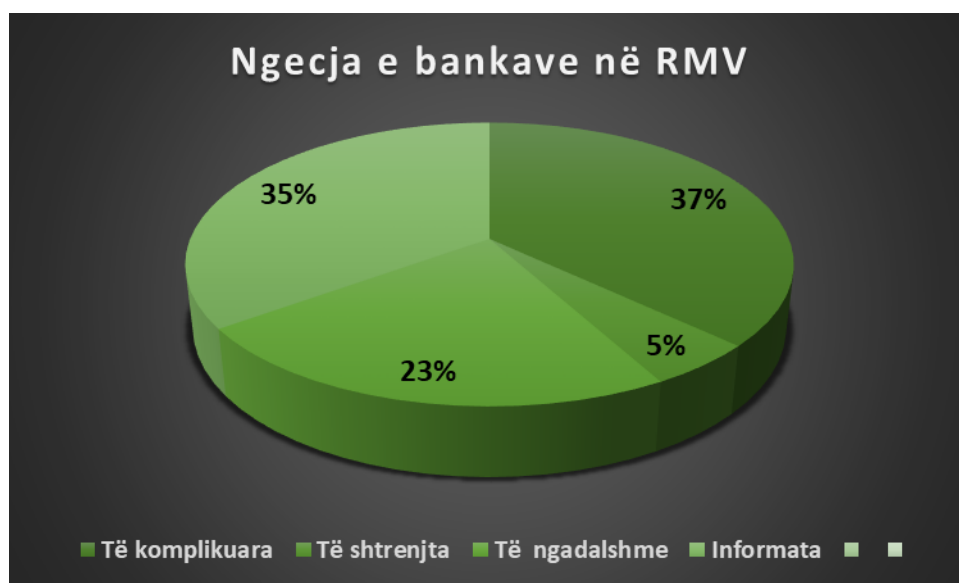




Figura 11. Ngecja e bankave me E-banking në RMV

Siq duket dështimet më të mëdha nga bankat janë në dizajnimin e këtyre programeve, edhe përdoruesit e rregullt të këtyre programeve deklarojnë se këto programe janë mjaft të vështira për të realizuar transaksione në to dhe janë shumë të paqarta sipas 37% të përdoruesve, gjithashtu problem tjetër qëndron në udhëzimet e paqarta nga bankat dhe rreth 35% mendojnë se nuk kanë informata të mjaftueshme, si dhe 23% mendojnë se në sportele këto transaksione realizohen më shpejt se online, një numër i vogël rreth 5% të përdoruesve të e-banking thonë se ndikohen nga shpenzimet e mirëmbajtjes së këtyre transaksioneve.

	Nr. i përgjigjjeve	%
Nuk japin informata apo udhëzime të qarta	38	35.18%
Realizim i ngadalshëm	25	23.14%
Të shtrenjta	5	4.62%
Programe të komplikuar	40	37.03%
Totali	108	100.00%

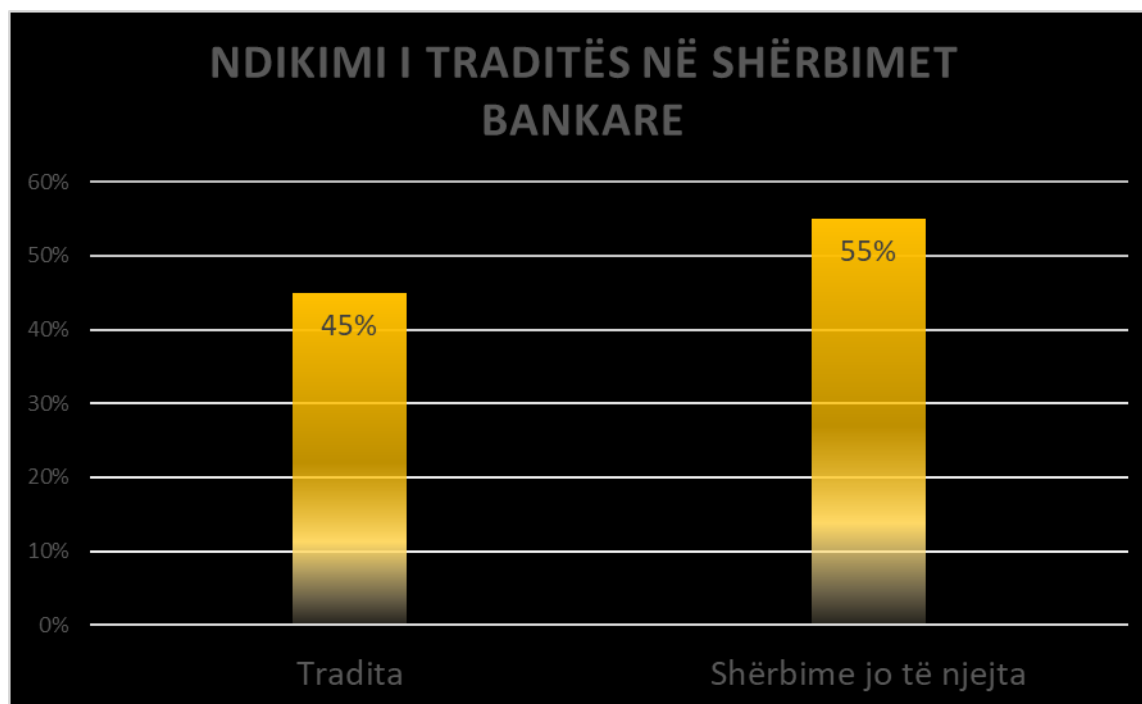




Figura 12. Ndikimi i tradites në shërbimet bankare

Siq nga përgjigjet më lart nuk është problem vetëm te tradita që megjithëse luan një rol të rëndësishëm ku sipas klientëve ndihen shumë më rehat që në degë t'i kryejnë transaksionet, në mos përdorimin e këtij programi por sipas klientëve në internet banking nuk mund të realizojnë transaksionet e njëjta si në degë si shembull hapja e llogarisë, këmbimi i mjeteve në valuta të huaja, pastaj deponimet dhe tërheqjet si dhe instruksionet nga stafi që klientët mund të i marin në degë ndikojnë në mospërdorimin e këtij programi, pra siq shihet 45% thonë se ndikon tradita dhe 55% thonë se ndikon programi jo i plotë.

	Nr. i përgjigjeve	%
Tradita	49	45.37%
Shërbime jo të njëjta	59	54.62%
Totali	108	100.00%

4.2.Të dhënat e pyetësorit

Mosha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20	1	.9	.9	.9
22	3	2.8	2.8	3.7
23	2	1.9	1.9	5.6
24	3	2.8	2.8	8.3
25	13	12.0	12.0	20.4
30	1	.9	.9	21.3



31	1	.9	.9	22.2
32	7	6.5	6.5	28.7
33	3	2.8	2.8	31.5
34	12	11.1	11.1	42.6
35	7	6.5	6.5	49.1
36	4	3.7	3.7	52.8
37	1	.9	.9	53.7
Valid	2	1.9	1.9	55.6
39	9	8.3	8.3	63.9
40	3	2.8	2.8	66.7
41	4	3.7	3.7	70.4
42	3	2.8	2.8	73.1
43	6	5.6	5.6	78.7
44	13	12.0	12.0	90.7
45	1	.9	.9	91.7
51	2	1.9	1.9	93.5
52	1	.9	.9	94.4
54	1	.9	.9	95.4
55	2	1.9	1.9	97.2
59	3	2.8	2.8	100.0
60				
Total	108	100.0	100.0	

Gjinia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Femer	45	41.7	41.7	41.7
Valid Meshkuj	63	58.3	58.3	100.0
Total	108	100.0	100.0	



Përdorues të E-banking

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jo	49	45.4	45.4	45.4
Valid Po	59	54.6	54.6	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Mirëmbajtja ndikon në përdorim e-banking

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jo	84	77.8	77.8	77.8
Valid Po	24	22.2	22.2	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Siguria ebanknig

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jo	29	26.9	26.9	26.9
Valid Po	79	73.1	73.1	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Përdorimi me i shpesht

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent



Jo	22	20.4	20.4	20.4
Valid Po	86	79.6	79.6	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Programet_e_komplikuara_ne_ebanking

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jo	20	18.5	18.5	18.5
Valid Po	88	81.5	81.5	100.0
Total	108	100.0	100.0	

Perdorimi_i_e-banking_ne_uljen_e_shpenzimeve

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jo	80	74.1	74.1	74.1
Valid Po	28	25.9	25.9	100.0
Total	108	100.0	100.0	

4.3 Hipotezat

Hipoteza e I-rë

H_0 —Mosha nuk ndikon në përdorimi e e-banking;

H_1 — Mosha ndikon në përdorimi e e-banking;

Hipoteza e II-të

H_0 — Përdorimi i e-banking nuk ndikohet nga gjinia e përdoruesve;

H_1 — Përdorimi i e-banking ndikohet nga gjinia e përdoruesve;

Hipoteza e III-të



H_0 – Përdorimi i e-banking nuk ndikon në uljen e shpenzimeve për përdoruesin;

H_1 – Përdorimi i e-banking ndikon në uljen e shpenzimeve për përdoruesin;

Hipoteza e IV-të

H_0 – Siguria e e-banking nuk ndikon në përdorimin e këtij produkti;

H_1 – Siguria e e-banking ndikon në përdorimin e këtij produkti;

4.3.1. Testimi i hipotezave

Testimi i hipotezave të punimit është bërë duke përdorur programin softverik statistikor SPSS v.20, përkatësisht përdorimin e testit statistikor t-test, ku lloji i t-testit të përdorur për testimin e hipotezave është Independent sample t-test.

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Mos ha	Equal variances assumed	.148	.701	7.719	106	.000	11.279	1.461	8.382	14.176
	Equal variances not assumed			7.692	100.886	.000	11.279	1.466	8.370	14.188



Tabela lartë tregon që kemi një ndërlidhje të variables përdoruesit e ebanking me variablen mosha, ku niveli i signifikançës është në shkallën 1%, përkatësisht signifikanca është .000, qe refuzon hipotezën që përdoruesit e e-banking nuk ndikohen nga mosha e përdoruesve, ndërsa aprovojmë hipotezën që përdoruesit e e-banking ndikohet nga mosha e përdoruesve të sistemit elektronik e-banking

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	5.882	.017	-	106	.219	-.106	.086	-.276	.064
Siguria_e banknig			1.237	96.68	.224	-.106	.087	-.279	.066
Equal variances not assumed			-	3					
			1.223						

Nga të dhënat e tabelës kuptojmë që ndërlidhja ndërmjet variablave të pyetësorit të vendosura në SPSS nuk kanë aftësinë ndikues apo përcaktuese, apo ndërlidhje ndërmjet tyre. Rezultati tregon që kemi nivel të papranueshëm të signifikançës, ngase është .219, apo mundësia e gabimit është 21.9%, ku nga rezultate refuzojmë hipotezën që përdorimi i e banking ndikohet nga siguria e teknologjisë e-banking dhe aprovojmë hipotezën që përdorimi i e-banking nuk ndikohet nga siguria e teknologjisë e-banking.

Independent Samples Test



	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Differen ce	Std. Error Differen ce	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances	158.00 2	.000	-	106	.000	-.363	.078	-.517	-.208
Perdorimi_i_eb			4.6						
aning_ne_uljen			5						
assumed			3	87.					
_e_shpenzime			-	1	.000	-.363	.074	-.509	-.216
Equal			4.9	64					
ve_			3						
variances not			0						
assumed									

Ndërlidhja ndërmjet përdorimit të e-banking dhe ulja e shpenzimeve të përdoruesve e ka aftësi të ndërlidhjes, ngase niveli i signifkancës është .000, pra në shkallë signifkante prej 1%, që e aprovon hipotezën që përdorimi i e-banking ndikohet në uljen e shpenzimve dhe e refuzon hipotezën që përdorimi i e-banking nuk ndikohet në uljen e shpenzimve.



Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	7.860	.006	1.740	106	.085	.165	.095	-.023	.353
Gjini				104.3	.083	.165	.094	-.022	.352
a Equal variances not assumed			1.750	56					

Tabela lartë tregon se kemi një përshkrueshmëri të variables gjinia me përdorimin e e banking, ngase niveli i signifkancës është në shkallën 10%, përkatësisht me significance .085 apo me shkallë gabimi 8.5%. Rezultatet e të dhënave refuzojnë hipotezën që përdorimi i e banking nuk ndikohet nga gjinia e përdoruesve dhe aprovojmë hipotezën që përdorimi i e banking ndikohet nga gjinia e përdoruesve.



5. Konkluzionet dhe rekomandimet

5.1 Konkluzionet e hulumtimit

Zhvillimi i teknikës dhe teknologjisë në vitet e fundit ka çuar në zhvillimin e E-banking. Përveç aktiviteteve tradicionale, bankat dhe institucionet e tjera financiare ofrojnë mundësi për klientët e tyre për të kursyer kohën e tyre në një mënyrë të shpejtë dhe të thjeshtë, ashtu që duke klikuar në butonin, bëhen të gjitha pagesat dhe transaksionet e nevojshme nga llogaritë. Vetë futja e E-banking kërkon prezantimin e pajisjeve dhe softuerëve të rinj, si dhe edukimin e klientëve nga bankat për të përdorur shërbimet e tyre.

Bankat elektronike, krahasuar me bankat tradicionale, punojnë me kosto më të ulëta operative dhe të transaksionit dhe për këtë arsye janë në gjendje të i'u ofrojnë klientëve të tyre norma interesi më të ulëta për huamarrjen dhe më të larta rendimenti në depozitat e tyre. Zhvillimi i E-banking shkon deri atje sa bankat nuk është e patjetërsueshme të ekzistojnë fizikisht, të tilla si Banknet (MB) ose Telebank (Virginia), të cilat nuk kanë kufizime gjeografike dhe mund të bëjnë transferta të shumave të mëdha në çast. Pavarësisht avantazheve, e-banking ka disa mangësitë dhe rreziqet, të cilat duhet të merren parasysh dhe duhet të jenë subjekt i përpjekjeve të vazhdueshme për tejkalimin dhe përmirësimin e tyre.

Nga ajo që kam kuptuar gjatë hulumtimeve mund të themi se e-banking është një burim i rëndësishëm i lidhjes së klientit me bankën si dhe anasjelltas duke sjell kështu nga ana e bankës lehtësimin si dhe uljen e kostove operative, gjithashtu duke rrit kënaqësinë e klientëve që është edhe një nga synimet kryesore të bankës, po ashtu edhe nga ana e klientëve kursen kohën, shpenzimet si dhe rrit nivelin e informacionit për produktet që posedon vetë klienti



duke shtyrë kështu sistemin bankar në një nivel komplet tjetër nga ajo që jemi mësuar të shohim.

Mirëpo e gjithë kjo lidhje nuk është një rrugë e lehtë për tu arritur dhe ka arsye të shumta nga qytetarët për përdorim ose mospërdorim të këtyre programeve bankare, bankat duhet të mësohen ti pranojnë gabimet dhe të metat që kanë në mënyrë që të arrihet një rezultat pozitiv duke mos u dëmtuar asnjëra palë. Megjithëse, ndryshimet e mëdha duhet shumë kohë për tu arritur, mundësia e funksionimit të produktit e-banking në RMV, si bankë duhet të ndërmarë masa të tjera përveq rritjeve të çmimeve në filialet e bankave sepse në këtë mënyrë dëmtohen klientët duke paguar shërbime të shtrenjta pa pasë ide rreth asaj se përse këto ndryshime.

Sipas analizave që kemi dalur në konkluzion se mosha dhe gjinia ndikojnë në përdorimin e e-banking ku gjinia femërore duket më e tërhequr megjithëse nga anketimet kemi pasë edhe femra në moshë të re. Mosha është një ndikues tjetër ku mosha e synuar edhe nga të dhënat e bankës janë moshat nga 25 deri në 45 vjeç.

Sipas klientëve e-banking ndikon në uljen e shpenzimeve dhe 73% e të anketuarve mendojnë se këto sisteme janë të sigurt. Sa i përket performances së bankës në kohën kur është bërë hulumtimi banka ka pasë zvoglim të të hyrave duke pasur parasysh se sipas të dhënave pamvarësisht shpenzimeve në investime në teknologji dhe marketingut të madh vetëm 3% e shfrytëzuesve janë rregullisht aktiv. Dhe sipas të dhënave të bankës duke marrë parasysh investimet pritshmëria ka qenë shumë më e madhe.



5.2. Gjetjet dhe rekomandimet e punimit

Gjatë hulumtimeve dhe bisedave me klientët e bankës rreth asaj se çka rekomandojnë ata në mënyrë që të gjendet një zgjidhje që ky produkt bankar të jetë i pranueshëm nga shumica e klientëve të bankës ose rreth asaj që ky produkt të përdoret në mënyrë efektive, kemi arritur në përfundim për këto pika:

1. Mirëmbajtja e shtrenjtë: bankës i rekomandohet që t'i zvogëlojë shpenzimet e mirëmbajtjes së e-banking sepse sipas klientëve megjithëse pagesat përmes e-banking janë shumë më lire madje disa (p.sh. GIRO pagesat) janë edhe pa pagesë, banka realizon mirëmbajtje shtesë nëse je përdorues i këtij produkti që shumë shpesh ndodh që është arsye kryesore që sipas klientëve nuk ja vlen të përdoret.
2. Instruksionet e përdorimit: bankat duhet të kenë instrukione për përdorim të e-banking, ku sqarohet së pari detajet p.sh mënyra qasjes në këto faqe, si bëhet shkarkimi, bazat se si funksionojnë, se si bëhen transferet, sepse sipas tyre në reklama dhe broshura ka vetëm prezentime dhe jo si funksionojnë.
3. Shërbime të njëjta si online si në sportele bankare: në e-banking nuk janë shërbimet e njëjta ashtu si në sportele dhe ata gjithmonë duhet të ofrohen prap në degë për shumë shërbime si për shembull: shikimi i bilancit të kredisë, pagesat e kësteve të kredisë dhe kredit kartelës, aktivizmi i urdhëresave automatike etj.



4. Informata jo të mjaftueshme për shpenzimet e pagesave që realizojmë: gjatë përdorimit të sistemit e-banking nuk kemi informata pra nuk ka ndonjë tarifë listë se shërbimi të cilin jemi duke e realizuar ka apo nuk ka ndonjë tarif që duhet të paguhet ku mund të marim si shembull gjatë realizimit të një transferi me shtetet e jashtme klientët e shohin se sa shpenzime janë tërheqe për atë transferë vetëm pasi ka përfunduar i gjithë procesi dhe më nuk mundë të kthehen mbrapa.

5. Shpejtësia: realizimi i një pagese me e-banking nuk është i shpejtë ashtu si realizimi në degë dhe ka kontrole të shumta si dhe autorizimet marrin shumë kohë që të aprovohen gjë që sjellë shumë dyshime nga klientët që e përdorin këtë program.

6. Ndërhyrja e operatorëve(IT) online: Sepse sipas klientëve gjithmonë edhe problemin më të vogël duhet të ofrohen prapë në degët e bankës.



6.Referencat

Berisha-Namani, M Biznesi Elektronik [Book]. – Prishtinë, 2011. - p. 102-105.

Bradley L. and Stewart K. A Delphi study of Internet Banking [Journal]. - [s.l.] : MCB UP Ltd, 2003. - Vol. 21 : 5 : pp. 272-281.

Bradford University-. A Comparative Analysis of Qualitative and Quantitative Research Methods and a Justification for Adopting Mixed Methods in Social Research – 2014

Buchanan D.R. An Uneasy Alliance: Combining Qualitative and Quantitative Research [Journal]. - [s.l.] : Health Education Quarterly, 1992. - Vol. 19 : 1 : pp. 117-35.

Benton E. Gup (Editor) (2002), "The Future of Banking", Greenwood Publishing Group, Incorporated.

Burr W. (1996), Wie Informationstechnik die bankorganisationverändernKonnte, Bank und Market.

Better communication for better relationship. Procedia (social and behaviour sciences, p.p. 8.

Brown, L. G. (1990). Convenience in Services Marketing. Journal of Services Marketing.

Berry, L. (2002). Understanding Service Convenience. American Marketing Association.

Bryman, A., & Bell, E. (2007). Business research method. Oxford: Oxford Press University.

Beata, B., Dariusz, D., & Marcin, S. (2013). Usability and relational factors in user-perceived quality of online services. CEON.



Bose, I., & Leung, M. (2008). Assessing anti-phishing preparedness: A study of online banks in Hong Kong. *Decision Support Systems*, 897-912.

Cedrola E., Orienting towards marketing in Internet of Italian banks: an empirical research, proceedings of conference : "The e-based entrepreneurship in the new digital economy", Egea, 2001.

Collis J. and Hussey R. *Business Research* [Book]. - [s.l.] : Palgrave, 2003. - p. 55.

Daniel E. Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland [Journal]. - [s.l.] : *International Journal of Bank Marketing*, 1999. - 2 : Vol. 17. - pp. 72-82.

Di Carlo G., *Internet Marketing. Marketing strategies and communication on the Web*, Etas Libri, Milano, 2005.

Daniel E., "The Dynamo of E-Banking", *Business Week Online*, April 16, 2001.

Daniel, E. (1999). Provision of electronic banking in the UK and the Republic of Ireland. *International Journal of Bank Marketing*, 72-83.

DeYoung, J. 2001. "The internet's place in the banking industry", *Chicago Fed Letter*.

DeYoung, R. 2001. The financial performance of pure play Internet banks. *Economic Perspectives*.

Earl R *The Practice of Social Research* [Book]. - [s.l.] : Cengage Learning, 2012. - 13.

Earl R. *The practice of Social Research* [Book]. - Los Angeles, California : [s.n.], 2010. - 12 : p. 87.

Horn Norbert Legal Issues in Electronic Banking [Book]. - *Netherland : Springer Netherlands*, 2001. - p. 428.

Thygersson K.J., "The financial institutions Internet sourcebook", McGraw-Hill, 1997

Rogers Everett M. Diffusion of Innovations [Book]. - *New York : Free Press, 2003. - 5th : p. 172.*

Welch Brian Electronic Banking and Treasury Security [Book]. - *Cambridge, England : Woodhead Publishing Limited and The Association of Corporate Treasurers, 1999. - 2d : p. 284.*



<https://bradscholars.brad.ac.uk/bitstream/handle/10454/7389/MethodsReviewArticle-Dec24-2015-reposit.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Wah L. Banking on the Internet [Journal]. - [s.l.] : American Management Association, 1999. - Vol. 88 : 11 : pp. 44-48.

Wolfe S. and Sayar C. Internet Banking market performance: Turkey versus UK [Journal]. - [s.l.] : International Journal of Bank Marketing, 2007. - Vol. 25 : 3 : pp. 122-141.

Welch Brian Elektronik Banking and Treasury Security (Book). – Cambridge, England: Woodhead Publishing Limited and The Association of Corporate Treasures, 1999.

Thygerson K.J., "The financial institutions Internet sourcebook", McGraw-Hill, 1997.

Gronroos C., Services Management and Marketing, The free press, Lexington MA., 2000.

Murphy, J.A. (1996), "Retail banking", in Buttle, F. (Ed), Relationship Marketing, Theory and Practice, Paul Chapman, London.

Lian, T. (1994a), "Customer retention through service quality", Bank Marketing.

Lian, T. (1994b), "Putting together the pieces of service quality", Bank Marketing.

Jayawardhena, C., & Foley, P. (2000). Changes in the banking sector – the case of Internet banking in the UK. Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy.

Kotler P., It's time for total marketing", in "Business Week", Advance Executive Brief, 1992.

Jolly, V. (n/a). The influence of internet banking on the efficiency and cost savings for banks' costumers. International Journal of Social Sciences and Management, 3(3), pp. 169.

Khan, H. F. (2017). E-Banking: Benefits and Issues. American Research Journal of Business and Management, 3(1), 7

Salamah, N. H. (2017, Janar 10). Impact of Electronic Banking Services on Bank Transactions. Canadian Center of Science and Education , 2(9), pp. 118.



Kristine Kirakosyan, Doina Danaiaata. (2013). Communication management in electronic banking.

Scruggs, L. Nam, K. (2002) Internet Banking in the U.S., Japan and Europe. Multinational Business Review

Mohamed Shah, Steve Clarke. (2009). E-Banking Management: Issues, Solutions and Strategies.

New York: Information Science Reference. Gjetur tetor 13, 2019

Falvian C., Guinaliu M and Torres E (2005), "The influence of Corporate Image on Consumer Trust", Internet Research.

Yousafzai, S.Y. Pallister, J.G. Foxall, G.R. (2005) Strategies for building and communicating trust in electronic banking

Caldwell, M. (a.d.). What is a debit card. Gjetur Prill 14, 2020, nga The Balance: https://www.thebalance.com/what-is-a-debit-card2385853?utm_source=pinterest&utm_medium=social&utm_campaign=shareurlbuttons

Agarwal, A. (2019). Advantages and Disadvantages of Internet Banking. Tough Nickel: <https://toughnickel.com/personal-finance/Advantages-and-Disadvantages-of-Internet-Banking>

Kappel, M. (2017). What is an EFT Payment. Patriot software: <https://www.patriotsoftware.com/blog/accounting/what-is-electronic-funds-transfer-eft/>

Cronin, Mary J. (1997). Banking and Finance on the Internet, John Wiley and Sons.ISBN 0-471-29219-2 page 41 from Banking and Finance on the Internet. Retrieved2008-07-10

Stanford Federal Credit Union Pioneers Online Financial Services." (Press release). 1995-06-21.

Security Flaws in Online Banking Sites Found to be Widespread Newswise, Retrieved on July 23, 2008.

"High Roller" online bank robberies reveal security gaps European Union Agency for Network and Information Security, July 5, 2012



Abdou, Hussein, English, John and Adewunmi, Paul An investigation of risk management practices in electronic banking: the case of the UK bankseprints.hud.ac.uk, University of Huddersfield, July 22, 2014 (PDF; 474 kB)

www.bankofalbania.org

www.pcb.mk

www.gobankingrates.com

www.thebalance.com

www.discover.com

www.consumer.westchestergov.com



7. Lista e tabelave dhe figurave

53	Figura 1. Ndarja e përdoruesve në bazë të lokacioneve
53	Figura 2. Ndarja e të anketuarve sipas moshës
54	Figura 3. Ndarja e të anketuarve sipas gjinisë
54	Figura 4. Ndarja e të anketuarve sipas statusit të punësimit
55	Figura 5. Përdorimi i E-banking
56	Figura 6. Shpeshtësia e përdorimit
57	Figura 7. Siguria në E-banking
58	Figura 8. Funksionaliteti i E-banking në RMV
59	Figura 9. Besueshmëria në E-banking
60	Figura 10. Mangësitë në E-banking
61	Figura 11. Ngecja e bankave me E-banking në RMV
62	Figura 12. Ndikimi i tradites në shërbimet bankare
17	Tab 1. Shërbimet që ofrohen në rrugë elektronike
43	Tab 2. PROCREDIT e-banking



8. SHTOJCA

Pytësori me të cilin kam intervistuar klientët.

Jam studente në studime master në Fakultetin e Biznesit dhe Ekonomisë pranë SEEU, si temë hulumtimi kam zgjedhur temën ANALIZA E SHËRBIMIT E-BANKING NË SEKTORIN BANKAR ju lutem nëse ka mundësi të më ndihmoni dhe të përgjigjeni në disa pyetje rreth kësaj teme.

Të dhënat mbi të anketuarin: Emri, mosha ,vendi, gjinia, punësimi.

1. A i keni përdorur ose a do ti përdornit sistemet elektronike bankare të ofruara nga bankat në RMV?
2. Sa shpesh e përdorni internetin bankar të ofruar nga bankat në RMV?
3. A mendoni se janë të sigurta këto sisteme që ofrohen nga shumica e bankave në RMV?
4. A mendoni se janë të shpejta dhe efikase, pra a janë funksionale këto programe në përgjithësi?
5. I besoni sistemit elektronik bankar për të realizu transaksione të ndryshme apo e përdorni vetëm për të shiku bilancin dhe transaksionet tjera i realizoni në sportelet e bankave?
6. Ku janë mangësitë sipas jush të këtyre programeve dhe pse përdoren më shumë për shikime bilanci se sa për të realizuar edhe transaksione të tjera?
7. Ku mendoni se kanë ngecur bankat në RMV rreth këtij shërbimi duke marrë parasyshë rradhët e gjata të cilat i shohim çdo ditë në filialet e bankave në RMV? Si e shpjegoni faktin që për të njëjtat shërbime nëse realizohen në sistemin internet banking janë falas kurse në sportelet bankare në shumicën e rasteve paguhen?
8. A mendoni se në ngecjen e këtij programi ka lidhje tradita që këto transaksione bankare ti besohen faktorit njeri ,pra bankierit profesional dhe jemi mësuar të marim këshilla financiare nga bankierët tanë apo problemi qëndron tek shërbimi elektronik bankar që nuk i ofron të gjitha shërbimet e plota si online si në sportele?

Ju faleminderit

