

Ndikimi i teknologjisë në sistemin bankar

Kristal HYKAJ¹

Abstrakt: *Ekonomia e vendit tonë, gjatë njëzet viteve të fundit, është ballafaquar me probleme të shumta. Ndryshimet e sistemeve, nga totalitare e centralizuar, drejt ekonomisë së tregut u shoqëruan me ngjarje, të cilat patën ndikime të rëndësishme në ekonominë shqiptare. Një nga më thelbësoret për perspektivën e të ardhmes ishte teknologjia. Në këtë aspekt, vihet re se paraja po bëhet gjithmonë e më shumë elektronike. Duke u fokusuar në sektorin financiar, interneti mund t'u sigurojë bankave një skenar të plotë të mundësive dhe potencialit ekonomik që sjellin risi në produkte, procesin e shpërndarjes dhe marketingut. Rruga që përshkohet, nga bankat tradicionale drejt atyre virtuale, të cilat nuk mundësojnë sportele fizike apo infrastrukturë bankare reale, kalon përmes internet banking. Si asnjëherë më parë, në Shqipëri ofrohet kryerja on-line e transaksioneve të pagesave. Ky shërbim ka për qëllim minimizimin e humbjes së kohës dhe aspektet e burokracive të banking-ut tradicional. Historia e viteve të fundit tregon, se, në të ardhmen, kategoritë e shërbimeve bankare do të kenë funksione plotësuese të bankave tradicionale.*

Fjalë kyç: *Internet Banking, E-Commerce, sektori bankar*

Abstract: *The economy of our country during those last 20-years is faced with lots of problems. Change of the systems from totalitarian to market economy have been associated with events, that have had important impact in Albania economy. One of the most important things about the future was "technology". In this way we see that money is becoming more electronic. Focusing on the financial sector, the internet can provide banks a scenario full of possibilities and economic potential, to bring innovation in product distribution process and marketing. The way that traverses from traditional bank to virtual ones that doesn't have*

¹ E-mail: kristalhykaj@hotmail.com

physical wickets or real banking infrastructure pass through internet banking. Like never before in Albania, it is offered to do online payments transactions. The purpose of that's to minimize the waste of time and bureaucratic aspects of traditional banks. The history of these years shows that in the future the categories of banking services have additional functions of traditional banks.

Key Words: *Internet Banking, E-Commerce, banking sector*

1. Hyrje

Pjesa e parë e materialit prezanton historinë dhe llojet e banking-ut. Lloji i parë dhe më i hershmi është banking-u telefonik, me gjithë gamën e shërbimeve që iu ofron konsumatorëve. Më pas flitet për banking-un nëpërmjet internetit, fillesa e tij, evoluimi, shërbimet që ofron dhe sfidat që ka hasur gjatë përpjekjeve për t'iu mundësuar klientëve siguri maksimale. Pjesa e dytë tregon për pagesat nëpërmjet telefonit, ecurinë e tyre, parashikimet për të ardhmen dhe historikun e bankave dixhitale. Sistemi që mundëson pagesat në mënyrë elektronike nuk ka si qëllim vetëm të qenurit më eficient në kosto, por, veç kësaj, prodhojnë transparencën dhe mekanizmat, duke shmangur evazionin fiskal dhe duke rritur efektet pozitive mbi sistemin e taksimit. Pjesa e tretë tregon për banking-un elektronik në Shqipëri, për përhapjen e pagesave elektronike dhe domosdoshmërinë e tyre, për përdorimin e kartave elektronike, mundësitë që ato ofrojnë dhe faktorët që kanë ndikuar në rrugëtimin e tyre. Flitet gjithashtu, për banking-un on-line dhe se sa përdoret ai.

Në vazhdim do flasim për marketingun, i cili nuk duhet të realizohet në të njëjtën mënyrë në vende të ndryshme, që kanë ekonomi, kulturë dhe politika të ndryshme. Zhvillimi i shpejtë i sistemit financiar shoqëruar me rritjen e konkurrencës midis ndërmjetësve financiarë ka bërë, që bankat të zgjerojnë ndjeshëm gamën e veprimtarisë. Në pjesën e fundit flitet për të ardhmen e banking-ut, rolin që interneti dhe rrjetet e tjera kompjuterike kanë në jetën e gjithsecilit. Në këtë aspekt, do të shohim se sa më produktive do të jenë shërbimet bankare on-line mbi ato tradicionale.

Por, sa efektiv do të jetë ecuria e teknologjisë në sistemin bankar?

2. Interneti dhe Internet Banking

Përveç të gjithë avantazheve potenciale të internetit, menaxherët e shërbimeve financiare kanë zbuluar, se ka limite reale të asaj që interneti mund të bëjë të paktën me teknologjinë e tanishme. Ndërkohë që, bankat virtuale po shtoheshin gjatë dekadës së kaluar, jo të gjitha këto institucione patën sukses. Për shembull, menaxherët e bankave të tilla si "National Interbank" dhe "Jupiter Financual" zbuluan, se mos patja e një dege më pranë komunitetit mund të bëhet pengesë reale për biznesin, veçanërisht, në tërheqjen e familjeve që hapin depozita. Klientët e shumë bankave duhet të dërgojnë e-mail në depozitë, apo të shkojnë në ATM-në më të afërt të caktuar, për të siguruar paratë e nevojshme për të shpenzuar. Ata, ndonjëherë, ankohen për paaftësinë e tyre për të komunikuar me një përfaqësues shërbimi në "jetën reale", në mënyrë që të sqarojnë problemet e mundshme. Shumë bankierë të bankave virtuale kanë kuptuar, se ata duhet të kompensojnë klientët e tyre, kur ata nuk kanë një rrjet zyresh të degës, duke i premtuar atyre një normë të lartë interesi në llogaritë e tyre elektronike, në mënyrë që t'i bëjnë më tërheqëse për ta.

Nga fillimi i shekullit të 21-të, banka të ndryshme virtuale pa zyra të degëve fizike, filluan të kërkonin për zëvendësime efektive. Një nga strategjitë ishte të përqasnin dyqanet zinxhirë, siç ishin Kutitë Postare (Mail Boxes) dhe kërkonin t'i transportonin me anë të një platforme (piggyback) nëpër outlet-et e shpërndara nëpër lagje.

Të tjerë, si ING në Kanada filluan të ndërtonin rrjete zyrash fizike të pozicionuara. Në rastin e "ING-së" u krijua një varg kafenes në Kanada, Europë dhe Shtetet e Bashkuara të Amerikës, në mënyrë të tillë, që t'u ofronin klientëve ushqim, pije dhe ambient të përshtatshëm, duke i tërhequr klientët me llogari investimesh të reja. Shtetet e Bashkuara të Amerikës mund të jenë sfida më e madhe e operatorëve të bankave virtuale, sepse akoma posedon një nga normat më të ulëta në botë të klientëve të banking-ut virtual, krahasuar me numrin e përgjithshëm të blerësve në internet (Internet Shoppers).

3. MPAY

Në pjesën e dytë do të shohim pagesat nëpërmjet telefonit, ecurinë e tyre, parashikimet për të ardhmen dhe për historikun e bankave dixhitale. MPAY është një shërbim inovativ dhe stimulues, i cili bën të mundur që çdo person, me çdo tip telefoni celular të kryejë pagesa të ndryshme. Sipas disa vëzhgimeve e aplikacioneve të ndryshme të shërbimeve financiare tregojnë performancën e faktorëve potencial teknologjik dhe zhvillimin që ato kanë.

Rezultatet e vëzhgimeve sipas Bordit të Rezervave Federale tregojnë, se banking-u telefonik është në rritje. Afërsisht, gjysma (48%) e përdoruesve të telefonave "smartphone" thanë, se kanë përdorur banking-un telefonik përgjatë këtyre viteve të fundit. Kjo shifër është më e lartë se 42%, krahasuar me studimin e vitit të mëparshëm. Klientët e kanë përdorur banking-un telefonik kryesisht për të parë balancën e llogarisë, historikun e llogarisë dhe për të transferuar fonde midis llogarive. U arrit në përfundimin, se më shumë se një e katërta e përdoruesve telefonik (28%) kanë përdorur aplikacionet e banking-ut. Ka një rritje krahasuar me 21%-shin e vitit të kaluar. Për sa i përket pagesave nëpërmjet telefonit (MPAY), kjo kategori tregon një rritje të dukshme, edhe pse është vetëm fillimi. Studimi rezultoi se 6% e përdoruesve të smartphone-ve kanë bërë pagesa, duke përdorur aparatin e tyre, më shumë se 2%-shi i vitit të kaluar.

Ka disa re në horizontin e pagesave nëpërmjet telefonit dhe ofruesit e shërbimit MPAY, që kanë akoma shumë punë bindëse për të bërë. Në bazë të studimit, më pak se një e katërta e zotëruesve të telefonave thanë se ishin të interesuar në përdorimin e MPAY në këtë pikë. Parashikohen rritje mbresëlënëse në pagesat nëpërmjet telefonit dhe rritje të moderuar në kartat e parapaguara, shoqëruar me një rënie të ardhshme të pagesave në dorë dhe çeqe. Raporti përdori informacione nga vëzhgimi i klientëve i udhëhequr nga Javelin dhe censusi i të dhënave të US, për të identifikuar trendet e tanishme në pagesat në pikat e shitjeve (POS), dhe parashikoi se si këto trende do të vazhdojnë apo do të bien deri në 2018-ën. Në vitin e kaluar MPAY u llogaritën afërsisht vetëm 0.01%, në 3.98 trilion pika shitjesh, lidhur me pagesat e shitjes. Në figurën më poshtë vihen re lëvizjet e transaksioneve "cash" në bankat e nivelit të dytë. Javelin parashikoi, se adoptimi i telefonave dhe industrisë shtyn MPAY në pikat e shitjes, nga një rritje prej 398 milion dollar të vitit të kaluar, në 5.4 miliard në 2018-ën. Rrjetet (Networks) dhe bankat janë duke gjuarmuar oportunitete dhe shitësit janë të përfshirë më aktivisht. Mund të shikoni disa nga tregtarët më të mëdhenj që kanë pasur sukses me programet besnike që përfshijnë telefonat.

3.1 Bankat dixhitale

Fillimi i Digital Banking është të PNB Paribas, një nga bankat më të mëdha të Francës. Ajo është përpjekur të tërheqë klientët, që të braktisin degët e shtrenjta të bankave dhe të kryejnë pjesën më të madhe, për të mos thënë gjithçka bankare, përmes celularëve të tyre dhe tabletave, por kjo përpjekje nuk pati mbështetje. Kohë më vonë, reformimi i bankave on-line ku përfshijnë Simple dhe Moven në Amerikë, Holvi në Finlandë dhe Rocketbank në Rusi. Të gjitha këto mund të duken shumë të ngjashme. Përgjatë periudhës së fluskës së internetit në vitin 2000, bankat e reja on-line, si Wingspan në Amerikë dhe Egg në Britani, u lançuan me premtimin për të rizbuluar apo rishpikur bankat. Shumica e tyre u mbyllën shpejt apo u shitën të mundura nga teknologjia përparuese dhe konservatorizmi i klientëve. Një valë e dytë e bankave dixhitale mori jetë në mesin e viteve 2000, me ambicie më modeste. Në vend që të kërkonin të tërhiqnin klientët nga bankat e tyre ekzistuese, ato thjesht u përpoqën të tërhiqnin një pjesë të kursimeve të tyre.

Firmat si ING Direct tërhoqën depozitat, duke ofruar pak më tepër normë interesi, por kursimet që ata arritën nuk ishin të mjaftueshme për të paguar ofertat e tilla joshëse. Gjithashtu, iu desh t'iu investonin në asete me risk të lartë që shpërthyen gjatë krizës financiare. Avancimet teknologjike e bënë valën e tretë të bankave dixhitale të duket më e qëndrueshme. Përhapja e shpejtë dhe sofistikimi i smartphone-ve dhe tableteve i lejojnë bankat të ofrojnë më shumë shërbime on-line. Në vend që të zgjedhin midis pritjes në radhë, në një degë apo para një kompjuteri, klientët mund të kontrollojnë balancën ose të paguajnë faturat, ndërkohë që janë të ulur në autobus. Ata mund të depozitojnë çeqe thjesht duke i fotografuar ato dhe të pranojnë pagesa me karta krediti, thjesht duke përdorur celularët e tyre. Në tregje ku rregullatorët i lejojnë klientët mund të hapin llogari të reja, tërësisht on-line duke përdorur smartphone për fotografimin e kartave të tyre të identitetit dhe dokumenteve të nevojshme. Bankat e reja dixhitale janë në gjendje t'iu ofrojnë klientëve "gjëra", që ato të mëparshmet nuk mundën.

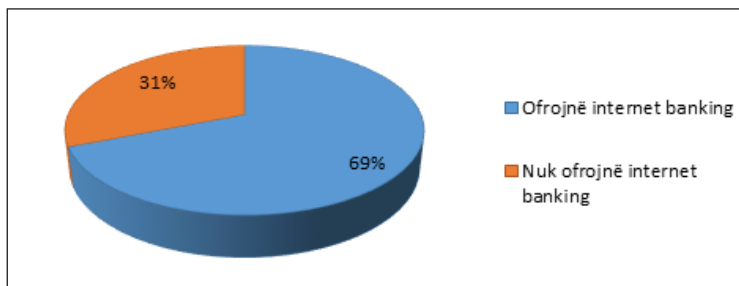
Për shembull, Simple ka një kuti kërkuese, që lejon klientët të llogarisin me pyetje të formës, si p.sh.: "Sa shumë shpenzova për taksa këtë muaj?" ose "Sa shumë kam shpenzuar për kafe këtë javë?". Holvi, një nga kontabilistët e parë, ka ndërtuar një sistem, që lejon një grup miqsh apo punonjësit e firmave të vogla të menaxhojnë buxhetet dhe të alokojnë fondet në projekte. Perceptimet e klientëve në lidhje me sigurinë e bankave dixhitale janë, gjithashtu, duke u përmirësuar, por dilema me të cilën përballen bankat e vjetra dhe të reja është, që produktet financiare më komplekse dhe më rentabël, si p.sh.: huatë hipotekore shiten ende në zyrat e degëve. Duke kaluar në modelin on-line, bankat rrezikojnë të humbasin klientët më rentabël, ndërkohë që fitojnë klientë që janë më të përzier në marrëdhëniet e tyre me bankën. Derisa bankat dixhitale të bëhen më të mira se ato tradicionalet, në shitjen e huave hipotekore dhe tërheqjen e klientëve të tyre për të bërë përdorimin e ofertave të shumta, ka të ngjarë që bankat on-line të ngelen eksperimente të kënaqshme, që tërheqin rininë dhe ata të cilët janë teknologjikisht të aftë.

4. Zhvillimi i pagesave elektronike, një domosdoshmëri për Shqipërinë

Në këtë pjesë do të flasim mbi indikatorët e zhvillimit të pagesave elektronike, si domosdoshmëri e së ardhmes. Fokusi kryesorë është tek transaksionet. Pagesat elektronike janë pagesa të mbështetura në teknologjitë, ku nuk përfshihen pagesat me para fizike (cash) dhe pagesat e bazuara në letra. Duke pasur përqendrim në ambientin financiar shqiptar, ky përkufizim

përmblihet në instrumentet e pagesave elektronike, si ato me karta debiti (debit card), krediti (credit card), karta të parapaguara (pre-paid cards) si dhe ato instrumente pagese, që bazohen në përdorimin e internetit dhe të telefonave celularë. Në Shqipëri, paraja fizike (cash) është akoma mjeti mbizotërues i pagesave, në të gjitha sferat. Raporti i Bankës së Shqipërisë, në 2011-n, tregon transfertat e kreditimit në mënyrë elektronike, të cilat përbënin vetëm rreth 2.5% ndaj totalit të përgjithshëm të transfertave të klientëve. Ky numër i vogël është domethënës, pasi na jep mundësinë të shohim, se pagesat elektronike janë akoma në nivele minimale në Shqipëri. Vitet fundit vihet re një trend i ri, ku u pa ndikimi në rritjen e numrit të bankave, që ofrojnë shërbimet E-Banking dhe përmirësimin e transfertave. Vitet e fundit, vihet re një rritje e numrit të bankave, të cilat ofrojnë shërbimet E-Banking, gjë të cilën e ilustron kjo figurë.

GRAFIKU NR. 2: NUMRI I BANKAVE QË OFROJNË INTERNET BANKING NË SHQIPËRI



Burimi: Banka e Shqipërisë

Në BE: mesatarisht, transfertat ose pagesat elektronike zënë më shumë se gjysmën e sektorit të pagesave. Në këtë fushë duhet që shoqëria shqiptare të bëjë përpjekje serioze, për përdorimin e pagesave elektronike në një shkallë më të gjerë, të lidhura këto me përfitime ekonomike për vendin. Studime empirike tregojnë, se një shtet mund të arrijë të kursejë nga 2-5% të PBB të tij, në qoftë se ai kalon në pagesat elektronike në nivele të larta (mbi 80% të të gjithë pagesave).

Një sistem pagesash elektronike nuk është vetëm më eficient në kosto, por, gjithashtu, prodhon transparencë dhe mekanizëm monitorimi të fortë për sistemin e taksave. Nga një perspektivë historike, gjatë 22 viteve në ekonominë e tregut të lirë, Shqipëria asnjëherë nuk ka gëzuar një sistem të gjerë dhe të konsoliduar pagesash elektronike. Gjithmonë ka ekzistuar një nocion i rrënjosur thellë, që meqenëse cash-i është diçka e prekshme, ai ofron një ndjenjë sigurie, gjë që nuk përbën realitet. Rënia e skemave piramidale në 97 pati ndikime negative në popullsinë e vendit, duke tronditur besimin e shqiptarëve në sistemin bankar dhe u la atyre një shije të hidhur. Sot, në vendit tonë, operojnë 16 banka tregtare, 14 nga të cilat me pronësi të huaj, dhe ato ofrojnë një varietet produktesh financiare. Gjithsesi, prezantimi i produkteve të reja financiare, përfshirë kartat e debitit dhe kreditit u bë disi me shpejtësi në Shqipëri. Sipas «Bankës së Shqipërisë», gjatë vitit 2012 është rritur ndjeshëm numri dhe përdorimi i kartave bankare. Karta e kreditit është një ndër produktet më klasike dhe më të përdorura të banking-ut për individë. Ajo mundëson kryerjen e pagesave automatike brenda dhe jashtë vendit, si dhe në internet.

Kartat e kreditit u rritën me rreth 55% më shumë se një vit më parë. Po gjatë këtij viti, nga i gjithë sistemi bankar vendas u lëshuan më shumë se 1.1 milionë karta bankare, duke përfshirë këtu ato debiti dhe krediti. Peshën më të madhe e zënë kartat e debitit, që janë rreth 656 mijë të tilla, duke zënë rreth 60% të totalit të tregut, ndërkohë që pjesa tjetër, 40%, i përket kartave të kreditit (mbi 455 mijë). Shembuj më pozitivë nga jashtë Shqipërisë përbëjnë

shtete, si: Kenia dhe Tanzania, që kanë një infrastrukturë financiare dhe teknologjike më pak të zhvilluar se vendi ynë dhe kanë krijuar transaksione elektronike në një kohë shumë të shkurtër. Kjo gjë u arrit, sepse kishte një përfshirje dhe bashkëpunim serioz të qeverisë dhe të sektorit privat. Për momentin, ato që kërkohen sot në Shqipëri janë zhvillimi i debateve të thella dhe gjithëpërfshirëse, në lidhje me përfitimet nga pagesat elektronike.

5. Konkluzione dhe rekomandime

Nga analiza e realizuar është arritur në përfundimin kryesor, se zhvillimi i banking-ut elektronik është thelbësor, pasi ekonomia mund të ketë përfitime nga një risi në sistemin e pagesave elektronike, sepse një zbatim i tillë tërheq më shumë investime dhe një rritje e numrit të turistëve. Të kesh shërbim bankar 24/7 është shumë e rëndësishme si për individët, ashtu dhe bizneset. Gjatë dhjetëvjeçarit ka ardhur duke rritur përdorimi i transaksioneve bankare në rrugë elektronike. Ato kanë sjellë, pa dyshim, një evolucion në sistemin bankar, pasi kanë bërë të mundur krijimin e një filiali banke në shtëpinë e gjithsecilit që është i destinuar të zhvillohet më tej. Sistemi pagave elektronike nuk është vetëm më eficient në kosto, por, gjithashtu, prodhon transparencë dhe mekanizëm monitorimi të fortë për sistemin e taksimit, duke shmangur evazionin fiskal. Në Shqipëri zhvillimi i banking-ut elektronik është në rritje, megjithatë nuk është në shkallë të lartë për arsye të ndryshme. Zhvillimi i banking-ut elektronik përbën një avantazh konkurrues për bankat dhe çon në rritjen e numrit të klientëve.

Lehtësirat që ofron E-Banking në shpejtësi dhe në kosto rrisin numrin e transaksioneve të kryera, duke bërë që të qarkullojnë më shumë para e duke ndikuar, kështu, pozitivisht në ekonomi. Teknologjia po ndryshon shpejt dhe ky ndryshim influencon fuqishëm në këtë fushë. Me gjithë zhvillimin e E-Banking, për disa shërbime financiare dhe, veçanërisht, kur probleme specifike arrijnë në vendndodhje fizike komode të siguresve të shërbimeve financiare, është një komoditet i vlerësuar nga shumë klientë.

Zhvillimi i E-Banking është i rëndësishëm për konsumatorët, për bizneset, për ekonominë në tërësi dhe për bankat, të cilat, si shpërndarës të këtij shërbimi, kanë përgjegjësinë kryesore për të informuar klientët me një gjuhë sa më të thjeshtë në lidhje me këto shërbime. Një ndër rekomandimet kryesore është që bankat të jenë akoma edhe më agresive, në lidhje me fushatat e informimit dhe ndërgjegjësimin të shoqërisë për rëndësinë e këtyre shërbimeve. Qeveria mund të luajë një rol kryesor në këtë fushë, duke organizuar fushata informuese, mund të investojë në pajisje, si p.sh.: pajisjet e përdorimit të kartave për dyqanet (POS terminals). Praktika të tjera përfshijnë stimuj të tillë, si: lehtësime taksash ose subvencione për bizneset që pranojnë pagesat elektronike. Administrata publike mund të luajë një rol kyç. Në disa vende pensionet dhe asistencat sociale vazhdojnë të paguhen me lekë në dorë, (këto shërbime kanë kosto të madhe për t'i administruar në cash), prandaj, është e nevojshme që dhe ato të kthehen në pagesa elektronike.

Krahas administratës publike, edhe Banka e Shqipërisë mund të luajë rolin e saj të rëndësishëm në këtë proces. Mund të krijojë një agjenci ose task-forcë në bashkëpunim me qeverinë, me qëllim krijimin e një platforme kombëtare për implementimin e pagesave elektronike. Padyshim, ky proces kërkon dhe përfshirjen e palëve të tjera të interesuara, si: bizneset, bankat tregtare, kompanitë e kartave elektronike, kompanitë e telefonisë dhe internetit, por edhe agjencitë për mbrojtjen e klientëve, si dhe shoqërinë civile.

Bibliografia

- Agalliu, A. (2012, Korrik). Kultura ekonomike dhe lidhja me shërbimet e produktet bankare në Shqipëri. *Bankieri*(4), p. 34.
- Cani, S. (2004, Gusht 9). Review of the Albanian economy. Marrë më Gusht 3, 2015, nga bis.org: <http://www.bis.org/review/r040916e.pdf>
- Mishkin, F. S. (2012). *Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (10 ed.). New York: Prentice Hall.
- The Economist. (2013, Nëntor). Digital banking, Third time lucky. *The Economist*. Marrë më Shtator 5, 2015, nga <http://www.economist.com/news/finance-and-economics/21589471-banks-have-no-branches-are-making-surprising-resurgence-third-time-lucky>
- Burime nga interneti:
www.bankofalbania.org
www.mpay.al
www.worldbank.org