



Multidisciplinary Research Journal "Olcinium"
Multidisciplinarni Istraživački Časopis "Olcinium"
Revista Kërkimore Multidisciplinare "Olcinium"

SOCIAL SCIENCES SESSION

ISSN 2261-2674 (Online)

Volume 12. Nr. 1 (2023): APRIL

www.olcinium.me

NEWSROOM BOARD

Prof.Dr.Diana Shehu

Agricultural University of Tirana, Faculty of Economy & Agribusiness, Tirana/Albania

Prof. Dr. Piotr Pietrzak

Sofia University “St. Kliment Ohridiski”, Bulgaria

Academician PhD Slobodan Nešković

University Business Academy in Novi Sad, FIMEK;

Prof. Dr. Tibbor Petres

Department of Statistics, Faculty of Economics of the University of Szeged, Hungary

Prof. Dr. Sonia Vitanova Srezova

Department of Foreign Languages, English Branch “Ss. Kliment Ohridski” University, North Macedonia

Editor of the Scientific Magazine MA.

Mr. Artan Osmanović

Publishing house:

Euro Project –Montenegro

SCIENTIFIC COMMITTEE

- Prof. Dr. Konstantin Pochivalov, (Russia)
- Prof. Dr. Nevenka Žarkić-Joksimović, (Serbia)
- Prof. Dr. Slađana Benković FON (Serbia)
- Prof. Dr. Dragoljub Jankovic (Montenegro)
- Prof. Dr. Anatoly Avdenko (Ukraine)
- Prof. Dr. Valentin Nedeff (Romania)
- Prof. Dr. Constantin Bungau (Romania)
- Prof. Dr. Vladimir P. Sergienko (Belorus)
- Prof. Dr. Predrag Dašić (USA)
- Prof. Dr. Hidajet Shehu (Albania)
- Prof. Dr. Laszlo Karpati (Hungary)
- Prof. Dr. Akhter Alham (India)
- Prof. Dr. Brilanda Bushati (Albania)
- Prof. Dr. Seadin Xhaferi (Macedonia)
- Prof. Dr. Astrit Mehmeti (USA)
- Prof. Dr. Kerstin Bree Carlson (Danska)
- Prof. Dr. Robert Dimitrejski (Macedonia)
- Prof. Dr. Michael Minch (USA)
- Prof. Dr. Muharem Karamujić (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Dr. Arben Malaj (Albania)
- Prof. Asc. Dr. Blerta Dragusha (Albania)
- Prof. Dr. Niké Wentholt (Netherland)
- Prof. Dr. Drita Kruja (Albania)
- Prof. Dr. Laszlo Karpati (Hungary)
- Prof. Dr. Miodrag Brzaković (Serbia)
- Prof. Asc. Dr. Darko Lacmanović (MNE)
- Prof. Dr. Salvator Bushati (Albania)

- Prof. Dr. Sofronija Miladinovski (Macedonia)
- Prof. Dr. Daniel Dobrev, (Bulgaria)
- Prof. Dr. Sampurna Mehta (India)
- Prof. Dr. Heinrich Meister (Switzerland)
- Prof. Dr. Jusuf Mustafai (Macedonia)
- Prof. Dr. Radovan Stojanović (MNE)
- Prof. Dr. Biljana Ciglovska (Macedonia)
- Prof. Dr. Artan Nimani (Kosovo)

Contents

UDHËHEQJA SI FUNKSION I MENAXHMENTIT, LLOJET DHE SISTEMET E UDHËHEQJES ORGANIZATIVE.....	7
Prof. Ass. Dr. Fari Bushi.....	7
ROLI I TEKNOLOGJISË INFORMATIVE NË SISTEMIN BANKAR.....	16
MSc. Inxh. Hasan MLINAKU	16
Bashkëautor: Prof. Ass. Dr. Besnik HAJDARI	16
EDUCATION IN FUNCTION OF THE LABOR MARKET AND THE ECONOMY: ANALYSIS OF STUDY PROGRAMS OF HIGHER EDUCATION FROM THE PERSPECTIVE OF UHZ	25
Prof.ass.dr. Driton Sylqa ¹	25
Prof.asoc.Theranda Beqiri ²	25
UTICAJ INFLACIJE NA PRODUBLJIVANJE KRIZE U ZEMLJAMA ZAPADNOG BALKANA	38
Prof. dr. Husnija Bibuljica ¹ ,.....	38
Msc. Haris Bibuljica ²	38
STRUKTURA LIGJORE E “SHPËRLARJES SË PARAVE DHE KONTRIBUTEVE TJERA NGA VEPRA PENALE E FINANCIMIT TË TERRORIZMIT” E PRODUKTEVE TË VEPRËS PENALE SI VEPËR PENALE NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË VERIORE	49
Dr. sc. Mitasin Beqiri.....	49
AFTËSITË TEKNIKE DHE NDËRPERSONALE NË APLIKIMIN E SISTEMEVE TË INOVACIONIT TEK BIZNESET ELEKTRONIKE.....	54
Autor: Prof. Ass. Dr. Hazir HAJDARI	54
& Prof. Ass. Dr. Besnik HAJDARI	54
THE BANKING SECTOR AND PAYMENT SERVICES AS A FACTOR IN THE COMPANY’S SUCCESS.....	64
BANKARSKI SEKTOR I USLUGE PLAĆANJA KAO FAKTOR USPJEŠNOSTI PREDUZEĆA	64
Prof.ass.dr.Hajrija Skrijelj ¹ , Dr.sc.Sami Mazreku ² , Dr.sc.Duda Balje ³	64
TOURISM AND CURRENT TRENDS IN THE TOURIST MARKET	79
TURIZAM I AKTUELNI TRENDIVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU	79
Prof.ass.dr.Hajrija Škrijelj ¹ , Prof.ass.dr.Anela Džogović ²	79
UPRAVLJANJE KRIZOM.....	93
Prof.dr Mirsad Nuković ¹ , dipl.ing. Hido Ljajić ² ,.....	93
Doc.dr Edib Hajrović ¹ ,.....	93
Msc Ismet Suljović ³	93
THE DILEMMA OF COMMERCIAL DUALISM IN KOSOVO	97
Mustafë Kadriaj,Vehbi Ramaj Ylber Krasniqi.....	97
ECONOMIC DUALISM IN KOSOVO AS A REALITY OR A DILEMMA.....	108

Mustafë Kadriaj, Vehbi Ramaj Ylber Krasniqi.....	108
SCHOOL EDUCATION AND THE GREAT IMPORTANCE FOR THE PROTECTION, AWARENESS AND SUPPORT OF VIOLENCED CHILDREN.....	119
Msc. DORINA ARAPAJ MERDANI.....	119
MANAGEMENT MODEL IN TOURISM IN THE FUNCTION OF TOURISM BUSINESS.....	135
Doc. Dr Nedžad Azemović,	135
Dr. Rešad Azemović,	135

UDHËHEQJA SI FUNKSION I MENAXHMENTIT, LLOJET DHE SISTEMET E UDHËHEQJES ORGANIZATIVE

Prof. Ass. Dr. Fari Bushi
Universiteti i Shkencave të Aplikuara –Ferizaj

Abstract

Leadership is an important management function that helps maximize efficiency and achieve organizational goals. It is the creation of a vision for the organization where it presents the future, desirable state, orienting what the members of the organization must do to achieve it. While an organization may have people with different talents and abilities within it, the leader is the one who uses individual efforts towards the general, i.e. collective, goal. The leader ensures that each team member understands their roles and provides the right environment to help them perform at their best. The growing importance of intelligent leadership models has encouraged organizations to hire leaders with diverse skills that provide a competitive advantage and increase organizational efficiency and productivity. The leader is the one who encourages the team, inspires them to act and helps the employees to realize their potential. To be a successful leader, he must possess the qualities of foresight, drive, initiative, self-confidence and personal integrity.

Fjalet kyqe: *udhëheqje, menaxhim, vizion, efikasitet, sukses, performim, funksion, motivim, ndryshim, organizim.*

Hyrje

Udhëheqja është një nga funksionet më të rëndësishme të menaxhmentit. Ajo i referohet aftësisë së një individi për të ndikuar tek të tjerët në arritjen e një qëllimi të përbashkët. Udhëheqja ka të bëjë me përafrimin e njerëzve me vizionin, frymëzimin e tyre dhe sigurimin e komunikimit efektiv¹. Çdo organizatë ka nevojë për udhëheqës.

Qëllimi i udhëheqësit është mbajtja dhe shtimi i efikasitetit të funksionimit të organizatës që udhëhiqet, ndaj edhe nëse organizata i ka të gjitha pozicionet favorizuese, përkatësisht avantazhet si burimet financiare, pozicionin e mirë në treg, teknologji moderne etj. nëse udhëheqja nuk është në nivelin e duhur, ajo dështon. Udhëheqja është një qëndrim, një prije dhe një mënyrë për t'iu qasur sfidave me të cilat përballemi çdo ditë.² Udhëheqësit janë ata që zbatojnë strategji dhe mënyra për të arritur qëllimet duke marrë mbështetje nga pasuesit.

Nga kjo mund të thuhet se udhëheqja ka ndikim jashtëzakonisht të madh në sjelljen dhe cilësinë e jetës së njeriut dhe kjo mund të vërtetohet edhe nga fakti se çdo ditë jemi dëshmitarë të organizatave, komuniteteve që ndryshojnë si rezultat i udhëheqësve, përkatësisht liderëve dhe pasuesve që së bashku realizojnë procesin e udhëheqjes. Shikuar historikisht duke filluar nga Aristoteli, Makiaveli e të tjerë kanë studiuar dhe diskutuar çështjen e udhëheqësit, përkatësisht liderit si një person i cili ndikon te individët, apo grupet, duke i ndihmuar dhe orientuar në arritjen e qëllimeve të përbashkëta.

¹ Darryl Plecas, Colette Squires, Len Garis” The Essentials of Leadership in Government” City of Surrey, 2018, fq.11

² Dov Seidman” How We Do Anything Means Everything.. in Business” New Jersey 2007, fq.270

Shumë autorë janë përpjekur ta definojnë konceptin e udhëheqjes si: Udhëheqja është funksion i cili del a buron nga pozita në procesin e punës, ku numri më i madh i të punësuarëve i kryen punët ekzekutive, kurse numri më i vogël i tyre kryen punët e planifikimit, organizimit, drejtimit dhe kontrollit, pra punet udhëheqëse³.

Udhëheqja është një proces dinamik i punës në grupe, ku individi në një periudhë të caktuar, në një kontekst të caktuar organizativ, ndikon në anëtarët tjerë të grupit të tyre të anagazhohen vetë për arritjen e qëllimeve dhe detyrave të grupit⁴.

Udhëheqja dhe menaxhimi janë dy nocione që përdoren shpesh, megjithatë këto dy fjalë në fakt paraqesin dy koncepte të ndryshme. Nocioni udhëheqës paraqet një person i cili ndikon në një grup të njerëzve drejt arritjes së një qëllimi, ndërsa nocioni menaxher paraqet personin përgjegjës për planifikimin dhe drejtimin e punës së një grupi individësh, monitorimin e punës së tyre dhe marrjen e masave korigjuese nëse është e nevojshme. Udhëheqësit dhe menaxherët pra dallojnë ngase përdorin udhëheqësit fokusohen në njerëz, inspirojnë, ndikojnë e motivojnë tek ata, menaxherët fokusohen në gjëra, përkatësisht planifikojnë, organizojnë, drejtojnë e kontrollojnë ato gjëra.

Llojet e Udhëheqjes

Me rritjen e numrit të ndihmësve, ndryshon jo vetëm kompetenca e udhëheqësit, por edhe metoda; udhëheqja kalon gradualisht nga udhëheqja autokratike në atë demokratike⁵. Në lëmin e organizatave, rrallë ka receta që u përshtaten të gjitha vendeve të punës, kompanive dhe ekipeve. Kultura e kompanisë, objektivat e ndjekura ose personaliteti i punonjësve, përcaktojnë se cili stil ose lloj i përshtatet më së miri kompanisë. Meqenëse qëllimi është krijimi i një kulture dhe vizioni që motivon dhe udhëheq suksesin e një ekipi dhe organizate, shikimi i stilit më të mirë të udhëheqjes për punën është kritike për suksesin e vazhdueshëm, krijimin e një avantazhi konkurrues dhe të qenit një udhëheqës më efektiv.

Duke punuar për të arritur motivimin e të tjerëve, inovuar dhe frymëzuar ndryshimin, një udhëheqës mund të përfshijë elemente të ndryshme të llojeve të udhëheqjes në varësi të situatës. Stili i udhëheqësit kuptohet si një sistem metodash që drejtuesi i përdorë kur bashkëvepron me vartësit. Drejtuesit e kompanive të mëdha dhe të vogla gjithmonë kërkojnë mënyrë për të komunikuar më mirë me punonjësit e tyre. Mc Daniel shkruan “Mënyra se si udhëheqësit marrin vendime, motivojnë ndjekësit, menaxhojnë ndryshimet, marrin iniciativa dhe trajtojnë krizat, përcaktohet nga stili i tyre i udhëheqjes”.

Kuadri i lidershit përshkruan një qasje se si komunikoni, si punoni, si i trajtoni të tjerët, si merrni vendime, si ndërveproni në treg dhe si mund të veproni në mënyrë të qëndrueshme⁶.

Të flitet për stilet e udhëheqjes do të thotë të depërtohet në një lëmi shumë të ndërlikuar dhe multidisiplinare, sepse ka të bëjë së pari me vetë natyrën e njeriut, e në rastin konkret me udhëheqësin, me strukturën e personalitetit të tij,

³ Prof.Dr.Ibrahim Kuka: Vendasja Afariste, Prishtinë, 1997. Fq.14

⁴ Dr. Kiril Postolov, Dr Lubomir Drakulevski “Organizimi” Shkup, 2010, fq.74

⁵ Grup autorësh “ Organizimi i punës” Prishtinë 1984, fq.186.

⁶ Dov Seidman” Why How We Do Anything Means Everithing in Business” New Jersey 2007, fq.271

me dëshirat, vullnetin, ambiciet dhe karakterin e tij. Stilet e udhëheqjes nuk kanë të bëjnë vetëm me udhëheqjen me njerëzit, por gjithashtu edhe me planifikimin, organizimin dhe vlerësimin e rezultateve të arritura. Kështu nuk është e rastit që sukseset i atribuohen udhëheqësit, sepse pikërisht nga ai varet zhvillimi dhe rritja e organizatës, mënyra se si i zotëron shkathtësitë, si shkathtësitë e komunikimit, shkathtësitë e shprehjes verbale, kontrollimin e pjesës joverbale të komunikimit etj.

Udhëheqja është një fenomen kompleks. Gjatë shekullit të kaluar, shumë studiues e studiuuan atë nga këndvështrime të ndryshme duke u përpjekur të formalizojnë llojet konceptuale të stileve të udhëheqjes. Në teori e sidomos në praktikën shkollore janë të njohura shumë stile të udhëheqjes. Këto stile në mes veti diferencohen me karakteristika të shumta. Pikënisje për përcaktimin e stilit të udhëheqjes mund të jenë:

- cilësitë e udhëheqësit,
- raporti ndaj bashkëpunëtorëve,
- shfrytëzimi i pozitës dhe i fuqisë që i është dhënë,
- raporti i tij ndaj detyrave që duhet t'i realizojë, etj.

Ekzistojnë lloje të ndryshme të udhëheqjes në mejdisin e punës dhe secili prej tyre ka avantazhet dhe disavantazhet e tij, por ne do t'i paraqesim disa prej tyre.

Udhëheqja autokratike

Është një lloj udhëheqje në të cilën udhëheqësi kryesor është përgjegjës për marrjen e secilit prej vendimeve. Lideri i stilit autokratik karakterizohet me forma ekstreme individuale të vendimmarrjes⁷. Në këtë lloj udhëheqje, ekipi i punës mund t'u bindet vetëm udhëzimeve të vendosura nga udhëheqësi, në mënyrë që ata të mos mund të kontribuojnë nga ana e tyre asgjë, përveç përmbushjes së punës që u është besuar atyre, përkatësisht t'u permbahen udhëzimeve të udhëheqësit, t'i respektojnë dhe t'i zbatojnë urdhërat e marra.

Udhëheqja autokratike mund të jetë efektive në rast se përballemi me një lloj pune në të cilën duhet të marrim shumë vendime dhe shumë shpejt dhe meqë udhëheqësi ka pozitë superiore, që ia rritë fuqinë, ai mund të ndikojë në kryerjen efikase të detyrave dhe me kohë. Kjo udhëheqje ka edhe aspekte negative siç është fakti që punëtorët nuk mund të shprehin idetë e tyre, pra u mungon kreativiteti, inovacioni, dhe komunikimi i dyanshëm i të punësuarëve dhe udhëheqësve.

Udhëheqja autokratike përdoret zakonisht kur ka pak hapësirë për gabime në kryerjen e detyrave të tilla si në punë që janë të rrezikshme ose kërkojnë një shkallë të lartë të sigurisë. Kur punonjësit nuk janë të sigurtë në aftësitë e tyre, ata kanë më shumë gjasa të tërhiqen nga udhëheqësit autokratik dhe e kundërta, kur punonjësit janë të sigurtë për rolin e tyre në organizatë dhe kanë një ndjenjë të lartë identiteti, ata janë më mbështetës për një udhëheqës jo autokratik.

⁷ Mr.Sc. Belul Beqaj” Liderशिpi” Prishtinë 2016, fq.78

Një drejtues autokrat ruan pushtetin, merr vendime të njëanshme dhe mbikqyrë nga afër aktivitetet e punëtorëve. Udhëheqja autokratike përfshin kontroll absolut autoritar mbi një grup. Siç e kemi shprehur më lartë udhëheqja autokratike mund të dëmtojë moralin e grupit në disa raste, pasi anëtarët e grupit mund të ndjehen të injoruar ose të refuzuar.

Udhëheqja autokratike mund të përdoret në mënyrë efektive në situatat kur lideri është anëtari më i ditur i grupit ose ka qasje në informacione që anëtarët e tjerë të grupit nuk e bëjnë.

Udhëheqja demokratike

Ky lloj i udhëheqjes karakterizohet nga krijimi i entuziazmit tek punëtorët duke i dhënë përparësi pjesëmarrjes së të gjithë grupit dhe jo rastësisht këtë udhëheqje edhe e atribuojnë udhëheqje pjesëmarrëse. Udhëheqja e ndan pushtetin e vet vendimmarrës me vartësit, duke i lejuar secilit anëtar të grupit të ketë mundësi të thotë mendimin e vet dhe të respektohet në vendimmarrje⁸.

Udhëheqja demokratike është një lloj shumë i hapur lidhshipi që përfshin anëtarët e grupit në procesin e vendimmarrjes.

Kjo lloj udhëheqje inkurajon çdo anëtar të ekipit të marrë pjesë në bisedë, të ndaj mendimet e tyre dhe të diskutojë hapur. Udhëheqesi do të përpiqet të dëgjojë të gjitha këto ide dhe do të marrë vendimin e tij në lidhje me mënyrën e veprimit. Në këtë lloj udhëheqje është e nevojshme që pjesëmarrësit e grupit t'i besojnë njëri-tjetrit, por edhe udhëheqësit, ndaj udhëheqësi duhet të krijojë marrdhënie dhe atmosferë besimi midis vartësve, por edhe për të, të krijohet një besim si një person që meriton respekt. Në këtë kontekst, për të krijuar këtë gjendje, udhëheqësi duhet të dëgjojë idetë e të tjerëve qoftë edhe në kundërshtim me idetë e veta, pa i gjykuar ato, gjë që anëtarët e ekipit kur e kuptojnë se mendimet e tyre po merren parasysh, ato zakonisht ndihen më të gatshëm të punojnë dhe bëjnë çmos për të dhënë rezultate pozitive.

Stili i udhëheqjes demokratike është shumë efektiv pasi inkurajon kontribute cilësore nga punonjësit. Ai prodhon një shpirt bashkëpunues që motivon ekipin dhe përmirëson moralin e grupit, gjë që nxitë produktivitet më të lartë.

Në anën tjetër udhëheqja demokratike ka edhe disa disavantazhe, bie fjala kur puna kërkon vendime të shpejta, ndërsa udhëheqja demokratike kërkon kontributin e të gjithëve në vendimmarrje, i bënë sfiduese vendimet. Pastaj duke dëgjuar vendimet e të gjithëve mund të merren vendime të gabuara, pasi ka të tillë që nuk janë ekspert në fushën që kërkohet.

Udhëheqja delektive “Laissez-Faire”

Është një lloj udhëheqje që përdoret me punonjësit që kanë përvojë dhe motiv të madh, kështu që nevoja për mbikqyrje zvogëlohet ndjeshëm duke marrë vendime në mënyrë korrekte, pa pasur nevojë që lideri t'i përcjellë gjatë gjithë kohës. Stili liberal mbështetet në një përdorim mjaft të kufizuar të pushtetit duke u lënë vartësve një shkallë të madhe lirie në veprimtarinë e tyre.⁹

⁸ Prof. as.dr. Mimoza Kasimati, Prof.as.dr Mimoza Manxhari, “Sjellje Organizative” Tiranë 2005. fq.315

⁹ Prof. Dr. Berim Ramosaj ”Leadership” Pejë 2017, fq.119

Udhëheqja laissez-faire merr një qasje praktike ndaj udhëheqjes dhe u jep vartësve lirinë për të marrë vendime. Kështu gjersa udhëheqësit u sigurojnë ekipeve burimet dhe mjetet e nevojshme për të pasur sukses, ata mbeten të papërfshirë në punën e përditshme. Nëse lidhshipi autoritar ka të bëjë me kontroll të plotë dhe rregulla të rrepta, udhëheqja laissez-faire është e kundërta e saj.

Udhëheqësit laissez-faire lënë shumë përgjegjësi në duar të punëtorëve, por ato janë të kujdesshëm në drejtimin e ekipit, pasi kërkojnë punëtorët më të mirë, me përvojë, të specializuar në detyrat e caktuara etj. Kjo lloj udhëheqje ka përparësitë dhe disavantazhet e veta. Çdo punonjës është përgjegjës për punën dhe performancën e tij dhe duke marrë përgjegjësinë për detyrat e tyre të caktuara, ata bëjnë çmos për të arritur qëllimet e tyre.

Udhëheqja liberale krijon ambient ideal për krijuesit duke iu dhënë hapësirë punonjësve të mendojnë në mënyrë kreative për t'i kryer detyrat në mënyrë efikase me lirinë për të punuar në mënyrë të pavarur, pastaj autonomia që mund t'u ipet anëtarëve të grupit, bënë që ata të ndihen të kënaqur dhe të motivuar në punën e tyre.

Në anën tjetër, udhëheqja liberale ka edhe anët e veta negative, bie fjala në disa situata ndihet mungesa e vetëdijes së rolit, pra anëtarët e grupit nuk e dinë rolin e tyre në grup, përkatësisht nuk janë të sigurtë se ç'rol kanë dhe çfarë duhet të bëjnë, pastaj disa udhëheqës nga ky stil përfitojnë në rastet kur nuk arrihen qëllimet, ata shmangin përgjegjësinë personale për dështimet e grupit, duke fajësuar anëtarët e grupit për moskryerjen e detyrave. Ka raste kur udhëheqësit e laissez-faire shihen të papërfshirë dhe të terhequr, gjë që te ithtarët mund të ndikojë që të mos kenë kujdes dhe shqetësim për projektin.

Udhëheqja transformuese

Është një stil udhëheqës që mund të frymëzojë ndryshime pozitive në ata që e djekin. Drejtuesit vendosin komunikim të plotë dhe marrin pjesë në aktivitet me synimin për të transmetuar tek punonjësit mënyrën e të parit se si duhet të zhvillohet projekti.

Udhëheqësit transformues frymëzojnë anëtarët e ekipit të tyre sepse ata presin më të mirën nga të gjithë dhe ata mbajnë përgjegjësi për veprimet e tyre¹⁰.

Udhëheqësit transformues mbajnë linjat e komunikimit të hapura në mënyrë që ndjekësit të ndjehen të lirë, t'i ndajnë idetë me udhëheqësit duke krijuar te ndjekësit besimin dhe respektin deri në atë shkallë sa mishërojnë idealet e tij ose te saj dhe i imitojnë këta individ.

Fokusi i udhëheqësit transformues është i drejtuar drejt organizatës dhe sjellja e tij ndërton përkushtimin e ndjekësve drejt objektivave organizative, përkatësisht ndikon tek anëtarët e grupit t'i lënë mënjanë interesat personale për të kërkuar të mirën kolektive. Kjo do të thotë që ata promovojnë bashkëpunim brenda organizatës që lë për të kuptuar se puna e ekipore është e rëndësishme në arritjen e rezultateve më të mira për organizatën. Udhëheqësi transformues është të transformojë veten, të tjerët dhe organizatën (biznesin), pra ai është një udhëheqës ndryshimi ku edhe në ambiente të paqëndrueshme ndjehet i rehatshëm dhe i përqëndruar në transformimin e proceseve dhe njerëzve për një të mirë të përgjithshme.

¹⁰ Helena Kovač, Martina Širol, Marinela Šumanjski "LEADERSHIP HANDBOOK" Sarajevo 2017, fq.26

Udhëheqësi transformues inkurajon sjellje më efektive, punëtorët e tij janë më të motivuar të japin edhe më shumë nga sa pritet prej tyre. Ndjekësit formojnë një lidhje të fortë emocionale me udhëheqësin transformues, duke formuar kështu një vision të përbashkët.

Udhëheqja transformuese sikur edhe udhëheqjet tjera i ka anët e veta pozitive dhe negative.

Si përparësi mund të cekim se lidhshipi transformues ka një ndikim pozitiv në reagimet psikologjike dhe emocionale të ndjekësve, për këtë arsye performanca e tyre në punë është më e lartë, pastaj udhëheqësit transformues janë në gjendje të përshtaten me atë që organizata kërkon prej tyre duke ndikuar në efikasitetin dhe efektivitetin e tyre, me një fjalë këto lloj drejtuesish promovojnë bashkëpunim me çka janë në gjendje t'i përgjigjen në mënyrë efektive kompleksitetit të organizatave.

Ndërsa si disavantazhe duhet të cekim se stili transformues ka pak orientim në detaje, thënë më qartë, sado që udhëheqësit transformues njihen me aftësinë për t'i motivuar ndjekësit, ata kanë pak orientim në detaje, pastaj nuk është një stil për të gjithë ndjekësit, pasi puntorët që janë më të varur nuk janë në gjendje të bëjnë atë që pret udhëheqësi.

Sistemet e udhëheqjes

Sistemet e udhëheqjes janë të llojllojshme. Në pikëpamje të qarkullimit të urdhërave, informatave dhe të propozimeve, si dhe në pikëpamje të ndërlidhjeve ndërmjet vendeve të ndryshme udhëheqëse dhe ekzekutuese, ekzistojnë kryesisht tri sisteme udhëheqëse:

- Sistemi i linjës
- Sistemi funksional dhe
- Sistemi i përzier i udhëheqjes

Sistemi linjor i udhëheqjes- Ky sistem është shumë i vjetër. Sistemi linjor i udhëheqjes bazohet vetëm në udhëheqjen e një personi. Detyra e dhënë nga udhëheqësi deri te punonjësi zbret vetëm nëpër një linjë. Për këtë shkak ky sistem i udhëheqjes emërtohet me këtë emër¹¹. Sipas këtij sistemi në krye të çdo njësie organizative duhet të gjendet nga një udhëheqës, i cili jep këshilla, udhëzime e urdhëra, pra raportet linjore të autoriteteit krijohen me shtimin (zhvillimin) vertikal (hierarkik) të organizatës.¹² Sistemi linjor i udhëheqjes qarkullon sipas linjës, nga niveli më i lartë organizativ e gjer te nivelet më të ulëta, gjë që kuptojmë se secili punonjës i përgjigjet vetëm një udhëheqësi, më konkretisht, shefi i përgjigjet drejtorit, brigadieri i përgjigjet shefit, punëtori i përgjigjet brigadierit, e kështu me radhë.

Sistemi i udhëheqjes sipas linjës i ka përparësitë, por edhe te metat. Si përparësi duhet të përmendim thjeshtësinë dhe qartësinë e shprehur, pasi çdo lëshim që mund të bëhet, vërehet shumë shpejt, ndaj edhe mund të reagoher me kohë. Ndërsa si të meta duhet të cekim se ky sistem shprehet nëpërmjet kërkesave të paqëndrueshme, siç është nevoja për njohuri më të gjera që janë vështirë të arritshme, mospërfillja e duhur për specializime të udhëheqësve dhe mbylljes në vete, vetëm në detyra të caktuara pa u zgjeruar në shërbimin e funksioneve tjera.

¹¹ .Dr.Ali Jakupi “Ekonomia dhe Organizimi i Ndërmarrjes” Prishtinë 1997, fq.82

¹² Prof.Dr.Berim Ramosaj “ Bazat e Menaxhimit” Prishtinë 2000, fq.115

Sistemi funksional i udhëheqjes

Sistemi funksional i udhëheqjes daton që nga periudha e Frederik E. Tejlorit. Është e drejta që i delegohet një individ ose departamenti për të kontrolluar proceset, praktikat e ndërmarra nga personat në departamente të tjera, ose thënë më thjesht urdhëresa për punë e udhëheqësve më të lartë zërthehet në më shumë urdhëresa dhe si të tilla pranohen nga udhëheqësit në nivele më të ulëta. Në këtë mënyrë punonjësi merr urdhëra prej numrit më të madh, prej disa udhëheqësve.¹³ Sipas këtij sistemi çdo punëtor merr udhëzime ose urdhëra për punë apo operacione të ndryshme nga njësitë më të larta organizative.

Sistemi funksional i udhëheqjes ka përparësitë dhe të metat e tij. Përparësitë janë përgatitja e rrugës për zbatimin e parimeve themelore praktike të racionalizimit, ndarja e punëve në funksione (planifikim, përgatitje, ekzekutim, rregullim dhe kontroll etj.) pra punët janë të lidhura me specializime të ngushta në udhëheqje, me çka mund të shprehet aftësi dhe efikasitet më i madh. Ndërsa të metat e sistemit funksional të udhëheqjes janë: ndërlikimet dhe ngatërresat e kompetencave të urdhërdhënësve, moskuptimet e ekzekutuesve, konkurrenca joparimore ndërmjet udhëheqësve etj.

Sistemi i përzier i udhëheqjes

Quhet sistem i përzier i udhëheqjes ngase është produkt i kombinimit të sistemit linjor dhe funksional. Në organizata kryesisht aplikohen sistemet e përziera të udhëheqjes. Zbatimi i këtij sistemi bëhet në tri forma kryesore; e para aplikimi paralel i të dy sistemeve, e dyta aplikimi i përbashkët i sistemit funksional dhe linjor dhe e treta aplikimi i sistemit të këshillave.

Sipas formës së parë, siç e shprehëm më lartë është organizimi paralel i sistemit të linjes dhe atij funksional të udhëheqjes d.m.th. në njërin sektor përdoret ai i linjës, ndërkohë që në sektorin tjetër sistemi tjetër, pra ai funksional, varësisht nga ecuria e punëve dhe e organizimit.

Sipas formës së dytë pra sistemi i përbashkët funksional dhe i linjës gjen vend pothuajse në të gjitha mjediset e udhëheqjes. Në këtë sistem vendimet mbështeten në sistemin linjor, me kusht që udhëheqësit të konsultohen meoemos me specialistët e sektorëve të tjerë dhe kështu kombinohen me elementet e sistemit funksional të udhëheqjes.

Ndërkaq sipas formës së tretë sistemi i këshillave përmban shqyrtimin e vendimeve dhe të këshillave për probleme të caktuara në ndërmarrje, elemente të cilat duhet të zbatohen në mënyrë të mirëfilltë nga të gjithë udhëheqësit. Pra këto vende nuk kanë të drejtë të urdhërojnë, por kanë për detyrë që të ndihmojnë udhëheqjen, dhënien e këshillave për çështjet e ndryshme, ose hartojnë elaborate për zgjidhjen e problemeve të ndryshme nga procesi i drejtimit dhe i udhëheqjes me ndërmarrjen.

Edhe sistemi i përzier i udhëheqjes ka përparësitë dhe të metat e tij. Si përparësi merret pozita e përforcuar e udhëheqësit, pasi që vendimet e tij të udhëheqjes nuk bazohen vetëm në konceptin e mendimeve të tija, por kanë mbështetje nga një numër i nevojshëm specialistësh dhe punonjës profesionistë, me çka shkarkohen nga shumë

¹³ Dr. Ali Jakupi "Vepër e cituar" Prishtinë 1997, faqe 82

obligime me përgjegjësi të cilat në kushte të tjera do t'i kryente vetë. Si përparësi tjetër është se vendimet merren nga një numër i njerëzve që natyrisht janë të trajtuara mirë dhe që janë të zbatueshme.

Ndërsa të metat e sistemit të përzier të udhëheqjes janë se shpeshherë komplikohen punët, ngase kryerësi i punëve merr urdhëra prej dy e më shumë udhëheqësve, pastaj përgjegjësia zvogëlohet pasi që krijohet mundësi të arsyetohen (justifikohen) të metat dhe lëshimet t'i hudhen tjetërkujt.

Konkluzione

Duke e trajtuar këtë temë vijmë në përfundim se udhëheqja si funksion del nga pozita në procesin e punës, ku numri më i madh i të punësuarëve kryen punët ekzekutive, ndërsa numri më i vogël e tyre kryen punët e planifikimit, organizimit, drejtimit dhe kontrollit- pra punët udhëheqëse. Pra udhëheqja është mënyra se si menaxheri e bën ekipin e tij të arrijë secilin komponent përkatës duke iu afruar qëllimeve përfundimtare. Udhëheqësit ofrojnë drejtim dhe vizion, motivojnë dhe frymëzojnë të tjerët për të arritur qëllimet e organizatës dhe ndihmojnë në krijimin e një mjedisi të favorshëm për sukses duke promovuar komunikimin dhe bashkëpunimin midis anëtarëve të ekipit.

Udhëheqësit ofrojnë një udhërrëfyes që përshkruan hapat dhe burimet që organizata e tyre ka nevojë për të arritur në destinacionin e preferuar. Ata frymëzojnë të tjerët që të përmbushin objektivat e organizatës dhe ofrojnë një arsye të fuqishme që të gjithë të jenë të përkushtuar ndaj detyrave të tyre.

Udhëheqja efektive balancon interesat personale me objektivat organizative, ata krijojnë një mjedis ku organizata mund të arrijë qëllimet pa sakrifikuar kënaqësinë e punonjësve.

Bibliografia

1. Prof. Dr. Berim Ramosaj” *Bazat e Menaxhimit*”, Prishtinë, 2000.
2. Бобек Шуклев “ *Менаџмент*” Скопје, 1998.
3. Dov Seidman” *How Why How We Do Anything Means Everything... in Business (and in Life)* Published by John Wiley & Sons, Inc Hoboken, New Jersey.2007.
4. Gadaf Rexhepi “ *Menaxhmenti Strategjik*” Shkup, 2016.
5. Prof.ass, dr. Mimoza Kasimati, Prof.ass dr. Mimoza Manxhari “ *Sjellje Organizative*” Tiranë, 2005..
6. Grup autorësh” *Organizimi i Punës*” Prishtinë, 1984.
7. Edward Russel-Walling “ *Menaxhimi*” Tiranë, 2016.
8. Ymer Havolli ”*Menaxhmenti i Burimeve Njerëzore*” Prishtinë, 2014.
9. Dr. Ali Jakupi “ *Ekonomia dhe Organizimi i Ndermarrjes*” Prishtinë, 1997
10. Prof. Dr. Ibrahim Kuka “ *Vendosja Afariste*”, Prishtinë, 1997.
11. Dr. Zhivko K. Kostiq “ *Bazat e Organizimit të Organizatave të Punës së Bashkuar*” Prishtinë, 1984.
12. Charles W. L.Hill ”*Global Business Today*“ Second Edition, New York, 2002.
13. Berim Ramosaj” *Leadership*” Pejë, 2017
14. Taki Fiti, Veland Ramadani “ *Ndërmarrësia*” Tetovë, 2013.
15. David Handerson” *Klasikë të mendimit ekonomik*” Tiranë, 2007.
16. F. Patrick Butler” *Business research Sources-A referenc navigator*” Boston, 1999.
17. Barritt Chuck, Alderman Jr F. Lee, *Creating a Reusable Learning Objects Strategy*, first edition, Pfeiffer, San Francisko, 2004.
18. Belul Beqaj” *Lidershipi*” Prishtinë, 2010.
19. Peter F. Drucker, “*Praksa rukovođenja*” Privreda, Zagreb, 1961.
20. Departamenti i Tregtisë se SHBA-se “ *Etika e Biznesit*” Ribotuar nga Zyra e SHBA-së, Prishtinë. 2007.
21. Batrol, K. Martin, D. “*Menagement*” McGraw-Hill, New, York, 1991
22. Knežević M, Novak M, Sikavica P. *Problemi funkcioniranja i razvoja samoupravnih organizacija*, Zagreb, 1985.
23. Isa Mustafa, “*Lidership-udhëheqja*” *efiçienca dhe efektiviteti*, Prishtinë, Riinvest, 2004.
24. Kukoleča, dr. S., *Ekonomika produzeča*, I i II knjiga, Zagreb, 1960.
25. Mustafa, mr I. “*Bazat e ekonomisë se ndërmarrjes*” Prishtine, 1972.

ROLI I TEKNOLOGJISË INFORMATIVE NË SISTEMIN BANKAR

MSc. Inxh. Hasan MLINAKU

Student i Doktoratës në Informatikën e Biznesit
Universiteti VUZF, Sofje – Bullgaria
E-mail: hasanmlinaku@gmail.com

&

Bashkëautor: Prof. Ass. Dr. Besnik HAJDARI

Fakulteti i Inxhinierisë Mekanike dhe Kompjuterike
Universiteti “Isa Boletini” Mitrovicë, Kosovë
E-mail: besnik.hajdari@umib.net

ABSTRACT

The role of Information Technology is a central position for the institution whose activity is generally oriented around information. Information Technology is rapidly becoming a means of communication and integration between the internal functions of the institution, while internal resources are being adapted to enable the growth of the technological infrastructure.

Banking is an issue, a practice, a business, or even a profession as old as human existence itself. It has started to exist from the most primitive forms to the most advanced forms that we encounter today, electronic banking.

During this paper I have analyzed that: The provision of banking services without mediation or direct contact with the bank employee, allowing the client to access services through information technology, requires first a new model of the work process and sophisticated IT systems which, while they use the opportunities offered by the rapid development of technology, they can face many challenges that arise as a result of its use.

ABSTRAKT

Roli i Teknologjisë së Informacionit është një pozicion qendror për institucionin, aktiviteti i të cilit është përgjithësisht i orientuar rreth informacionit. Teknologjia e Informacionit po shndërrohet në mënyrë të shpejtë në një mjet komunikimi dhe integrimi midis funksioneve të brendshme të institucionit, ndërkohë që burimet e brendshme po adaptohen për të mundësuar rritje të infrastrukturës teknologjike.

Bankingu është një çështje, një praktikë, një biznes apo edhe një profesion po aq i vjetër sa dhe vetë ekzistenca e vetë njeriut. Ai ka filluar të ekzistojë që nga format më primitive dhe deri tek format më të avancuara që hasim në ditët e sotme, bankingun elektronik.

Gjatë këtij punimi kam analizur që: Ofrimi i shërbimeve bankare pa ndërmjetësinë apo kontaktin e drejtpërdrejtë me punonjësin e bankës duke i lejuar klientit çasjen e shërbimeve nëpërmjet teknologjisë së informacionit kërkon së pari një model të ri të procesit të punës dhe sisteme informatike të sofistikuara të cilat, ndërsa shfrytëzojnë mundësitë e ofruara nga zhvillimi i vullshëm i teknologjisë janë në gjendje të përballen me sfida të shumta që lindin si pasojë e përdorimit të saj.

ABSTRACT

The role of Information Technology is a central position for the institution whose activity is generally oriented around information. Information Technology is rapidly becoming a means of communication and integration between the internal functions of the institution, while internal resources are being adapted to enable the growth of the technological infrastructure.

Banking is an issue, a practice, a business, or even a profession as old as human existence itself. It has started to exist from the most primitive forms to the most advanced forms that we encounter today, electronic banking.

During this paper I have analyzed that: The provision of banking services without mediation or direct contact with the bank employee, allowing the client to access services through information technology, requires first a new model of the work process and sophisticated IT systems which, while they use the opportunities offered by the rapid development of technology, they can face many challenges that arise as a result of its use.

APLIKIMI I TEKNOLOGJISË INFORMATIVE NË SISTEMIN BANKAR

Sot, kontratat elektronike kanë marrë një zhvillim të madh dhe një rëndësi të konsiderueshme në zhvillimin e marrëdhënieve juridike dhe sidomos në tregtinë elektronike. Në shumë vende të botës po shtohet gjithmonë e më shumë blerjet on-line, kontratat elektronike, komunikimet me mjete elektronike, të cilat po i japin një zhvillim të ri tregtisë në nivel ndërkombëtar. Ato janë bërë një katalizator i fuqishëm për zhvillimin e marrëveshjeve ekonomike pasi realizojnë negocimin për marrëveshje juridike në një kohë të shkurtër dhe janë efikase. Por, kontrata elektronike edhe pse në shumë elementë është e njëjtë me kontratën off-line ajo gjithsesi paraqet disa specifika që duhen trajtuar. E rëndësishme është të trajtohen karakteristikat e saj, avantazhet që paraqet sot për zhvillimin e marrëdhënieve ekonomike por edhe problematikat. Këto do të trajtohen bazuar në rregullimin e legjislationit tone, por duke u fokusuar kryesisht në praktikat e vendeve të huaja duke marrë parasysh zhvillimin e madh që ka marrë kjo kontratë në gjithë botën.

Shitja është kontrata më e rëndësishme mes kontratave të tjera, me anë të të cilave realizohet qarkullimi i pasurisë në kuptimin më të gjerë të kësaj shprehje. Në Kodin Civil: "kontrata e shitjes ka për subjekt kalimin e pronësisë së një sendi ose kalimin e një të drejte kundrejt pagimit të një cmimi". Kontratat e lidhura përmes mjeteve elektronike quhen kontrata në formë elektronike. 2. Propozimi dhe pranimi i ofertës mund të bëhen nëpërmjet mjeteve elektronike, që është forma elektronike e tyre. Në çdo rast, që kontrata elektronike të jetë e vlefshme, duhet të përmbushë të gjitha kërkesat e parashikuara nga Kodi Civil, për pjesën e përgjithshme të kontratave, kërkesat e parashikuara për formën konkrete të kontratës të parashikuara në ligjin nr.9902, datë 17.4.2008 "Për mbrojtjen e konsumatorëve"

. Pozita e veçantë që zë kompjuteri së bashku me zhvillimet e mëdha teknologjike kanë ndikuar dhe do të vazhdojnë të kenë ndikim të jashtëzakonshëm pozitiv dhe veçanërisht në zhvillimin e kontratës së shitjes në mënyrë elektronike. Varësisht nga kategoria e produktit, roli i blerjeve elektronike ndryshon. Pothuajse të gjitha hulumtimet mbi përdorimin e internetit tregojnë se produktet kompjuterike, librat, revistat, muzika dhe, në një masë në rritje, shërbimet si udhëtimi janë ndër artikujt më të njohura që do të blihen në Ëeb. Interesi për sende ushqimore, elektronikë, mobilje, fotografi dhe objekte të tjera të artit është shumë më e vogël.

Kontratat

1. Kontratat e lidhura ndërmjet lëshuesve ose agjentëve të tyre, me tregtarët dhe zotëruesit duhet të jenë në formë të shkruar dhe si rezultat i aplikimit paraprak. Ato duhet të përmbajnë detajet për kushtet e përgjithshme dhe të veçanta të marrëveshjes.
2. Kontratat duhet të përpilohen në gjuhët zyrtare në Republikën e Kosovës.
3. Çdo lloj i tarifimit duhet të përcaktohet në mënyrë transparente, duke marrë parasysh kostot dhe rrezikun, por pa e kufizuar konkurrencën.
4. Të gjitha kushtet, nëse janë në përputhje me ligjet në fuqi duhet të negociohen dhe të shprehen qarte në kontratë.
5. Kushtet e veçanta për ndërprerjen e kontratës duhet të përfshihen në kontratë, kurse palët duhet të njoftohen para se të lidhet një kontratë e tillë.



Figure 1: Kontrata elektronike vs Kontrata tradicionale.

Jo të gjitha kontratat që përfundon një bankë kanë të bëjnë me veprimtarinë bankare. Këto kontrata mund të ndahen në: kontrata themelore bankare dhe në kontrata ndihmëse bankare, *për shembull overdrafte*. Por ka edhe kontrata, të cilat pavarësisht se nuk janë të lidhura me klientin quhen kontrata bankare, si të tilla janë kontratat që përfundohen midis vetë bankave.

Këto kontrata quhen kontrata interbankare, p.sh, *kontratat që përfundohen midis bankave për të bashkë financuar një ose disa klientë. Kjo kontratë ka efekte të dyanshme për bankën, nga njëra anë, nëpërmjet kontratës banka siguron burimet e veprimtarisë së saj dhe nga ana tjetër po nëpërmjet kontratës përdor këto burime për të kryer shërbimet bankare.*

Kontrata bankare është veprim juridik i dyanshëm i përbërë nga dispozita detyruese, të cilat burojnë nga marrëveshja midis palëve, e cila në rast se i gëzon të gjitha elementët e vlefshme të kontrates duhet të respektohet njësoj si ligji nga gjykata. Pavarësisht nga objekti i kontratës, palët janë të lira për të negociuar

ndërmjet njëra-tjetrës dhe të arrijnë pëlqimin kontraktor, megjithatë në shumicën e rasteve, pëlqimi kontraktor është thjesht formal, pasi banka ofron produktin bankarvetëm me kusht që klienti të pranojë kushtet e vetë bankës.

Bankat hartojnë dhe përdorin formastandarde të kontratave, në mënyrë që të ushtrojnë veprimtarinë bankare sipas kushteve që ato dëshirojnë.

Nevoja për përdorimin e kontratës së shitjes në formë elektronike

Shoqëria jonë moderne mbështetet në një sistem ekonomik që bazohet kryesisht në mekanizmin e kontratave. Tani për tani shoqëria jonë industriale dhe e shërbimit po ndryshon më shumë drejt shoqërisë moderne të informacionit. Një nga treguesit më të rëndësishëm që tregon këtë ndryshim është rritja e ekonomisë dixhitale. Në këtë këndvështrim, mund të themi se, në ditët e sotme, interneti dhe zhvillimet e fundit në fushën e teknologjisë së informacionit, kanë rezultuar në ndryshimin e standarteve të jetesës. Vitet e fundit, është bërë një progres i ndjeshëm në kuadër të tregtisë elektronike, përsa i përta përket lehtësimit të biznesit përmes kryerjes së shërbimeve në mënyrë elektronike. Si rezultat i zhvillimit të teknologjisë dhe tregtisë elektronike, lindi nevoja për përdorimin e kontratës së shitjes në formë elektronike, si një mënyrë më e shpejtë për të kryer biznes. Kur marrëdhëniet e caktuara shoqërore pretendohen të rregullohen me kontratë, duhet të konstatojmë se si parim i shprehjes së vullnetit të lirë të palëve në të drejtën e detyrimeve konsiderohen: - Liria e palëve kontraktuese që të lidhin apo të mos lidhin kontratën dhe se ato i detyron vetëm vullneti i tyre; - Liria e subjekteve të së drejtës që të zgjedhin personin me të cilin do të lidhin kontratë; - Liria e subjekteve të së drejtës që sipas dëshirës së tyre të përcaktojnë përmbajtjen, kushtet dhe formën e kontratës; - Liria e plotë e kontraktuesve që pasi të kenë lidhur kontratë me vullnetin e tyre ta ndryshojnë ose ta shuajnë tërësisht kontratën e lidhur. Mirëpo, në teorinë juridike është i pranuar fakti se kontrata e lidhur në mënyrë legale, duhet të jetë ligj për palët, dhe se marrëveshja që e kanë arritur palët duhet të respektohet. - “pacta sunt servanda”. Nëse i analizojmë dhe i përcjellim me vëmendje kontratat, duke e pasur parasysh veprimin e tyre juridik, ato mund t'i ndajmë në tri grupe:

- a) Kontratat me të cilat krijohen detyrimet;
- b) Kontratat me të cilat ndryshojnë marrëdhëniet detyrimore dhe
- c) Kontrata me të cilat shuhen marrëdhëniet detyrimore.

Kontratat Elektronike

Ja disa informata të rëndësishme në lidhje me kontratat elektronike dhe me atë se çfarë me të vërtet duhet të dimë për to. Kontratat elektronike në parim janë të njëjta me kontratat e rregullta. Në fakt ne nuk i nënshkruajmë ato, por përderisa ne shtypim emrin tonë, do të thotë se kemi për synim të nënshkruajmë dokumentin, e që është e njëjta gjë sikur të nënshkruajmë. Ato kanë domethënie të njëjtë si kontratat e rregullta dhe detaizojnë specifikat e biznesit apo sprovave në mes të dy kompanive apo njerëzve. Përmes kontratës elektronike ne jemi në gjendje të detaizojmë specifikat e çmimeve, produkteve, datave si dhe informatave tjera, në të njëjtën mënyrë sikurse tek kontratat e zakonshme.

Kontratave elektronike janë po aq legale sa janë edhe kontratat e rregullta, dhe vetëm për shkak se nuk i nënshkruajmë ato, nuk do të thotë se nuk janë reale dhe se nuk kemi nevojë ti përmbahemi termeve në kontratë. Normalisht, format e kontratave mund të gjinden edhe në internet, dhe ato mund ti përdorim duke i shtuar informatat e rëndësishme të kompanisë.

Aty kemi mundësi ti ndryshojmë gjërat deri sa kontrata nuk bëhet sipas dëshirës sonë. Të gjitha kontratat elektronike duhet të shtypen apo printohen të paktën nga një herë, pastaj duhet të ruajmë një kopje të kontratës elektronike në kompjuterin tonë, në një fajll të specifikuar për të gjitha kontratat. Të drejtat të cilat janë përfshirë në kontratën elektronike kanë domethënien e njëjtë sikurse kontratat tipike. Shumë njerëz mendojnë se nëse bëjnë biznese online apo përmes internetit si të pavarur, ata nuk kanë nevojë për kontrata. Kjo thjesht nuk është e vërtetë. Kontratave janë shumë të rëndësishme në çdo biznes, dhe ne duhet ti përfshijmë në çdo punë që bëjmë. Në këtë mënyrë ne mund të mbrojmë vetën dhe klientët nga mosmarrëveshjet që mund të shfaqen më vonë. Siç thamë format e kontratave elektronike mund të gjendem edhe në internet, dhe në ato forma ne mund ti bëjmë ndryshimet në atë mënyrë që të reflektojnë kushtet e biznesit tonë. Aty kemi mundësi që shumë lehtë t'i ndërrojmë kushtet, klauzatat dhe formulojmë varësisht se cili klient do të marr kontratën për ta nënshkruar. Nëse klienti na e dërgon një kontratë elektronike për ta nënshkruar, duhet ta lexojmë me shumë kujdes çdo reshtë të tekstit para se ta nënshkruajmë atë. Sikurse tek kontratat e rregullta, është me rëndësi të dimë se çfarë po nënshkruajmë.

Nënshkrimet elektronike dhe ato digjitale

Nënshkrimi - është një shkrim i stilizuar i lidhur me personin. Është i krahasueshëm me një vulë apo ngjitëse vule. Në tregti dhe në drejtësi, nënshkrimi në dokument është indikacion që personi pajtohet me qëllimet e paraqitura në dokument.

Nënshkrimi Elektronik

Nënshkrim elektronik është çdo mjet elektronik i pranuar me ligj që tregon se personi miraton përmbajtjen e mesazhit elektronik. Nënshkrimi elektronik përfshin të gjitha llojet e nënshkrimeve elektronike si: emri i shtypur, e-mail adresa, nënshkrimi digjital apo nënshkrimi i skanuar. Termi nënshkrim elektronik ka disa kuptime. Sipas ligjit të SHBA-ve nënshkrimi elektronik nënkupton “një tingull elektronik, simbol ose proces, i ngjitur ose i bashkangjitur në mënyrë logjike me një shënim dhe i ekzekutuar ose i adaptuar nga një person me qëllim të nënshkrimit të shënit.” Ky definicion vjen nga Akti Uniform i Transaksioneve Elektronike ose UETA (ang. Uniform Electronic Transactions Act) dhe për herë të parë u përdor në vitin 1999.

Vet koncepti nuk është edhe aq i ri. Shumë ligje në Evropë dhe botë përmbajnë referenca për nënshkrime telegrafike ose nënshkrime të faksuar, disa bile edhe në mesin e shekullit të 19-të. Për më shumë, në SHBA ka propozime që shënimet dhe nënshkrimet elektronike të jenë të pranueshme edhe në gjykatë.

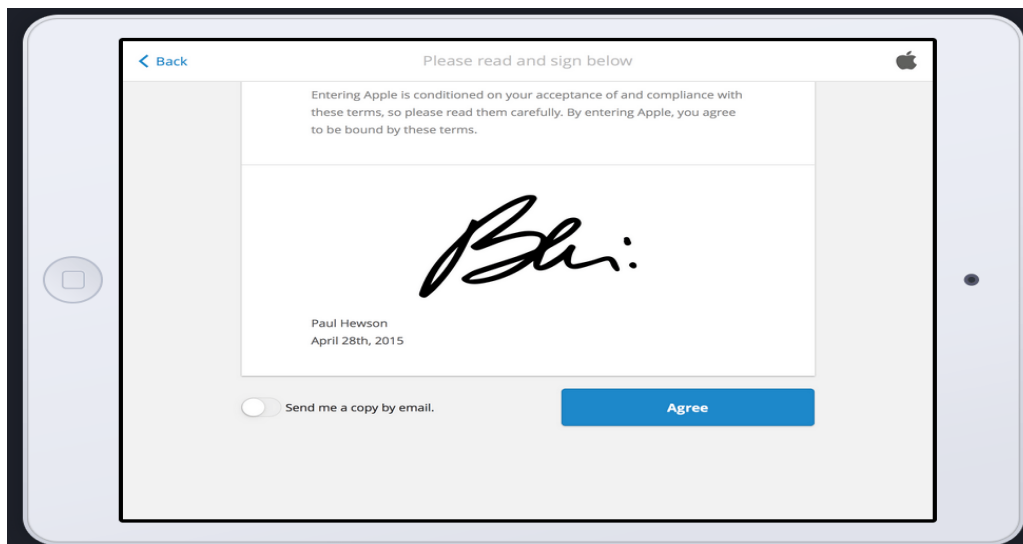
Në drejtësi, nëse kontestohet nënshkrimi në kontratë ose ndonjë dokument tjetër, nënshkrimi duhet të përmbush disa teste të caktuara para se gjykata të bazohet në to. Këto kërkesa dallojnë varësisht nga juridiksioni, por llojet e ndryshme të nënshkrimeve, disa edhe plotësisht elektronike, telegrame, dhe faksimile të dokumenteve, bile edhe në disa raste të pa nënshkruara nga dërguesi.

Pyetje qendrore në këto raste është falsifikimi dhe aprovimi i rremë, dhe në këto vendime, gjykatat kanë vendosur se falsifikimi dhe aprovimi i rremë mund të përjashtohen nga praktika. Për më shumë, është shumë lehtë e mundshme, për shumë mënyra elektronike të nënshkrimit, ose për nënshkrimet e ngjitura, të falsifikojnë ose mashtrojnë aprovimin. Problemi gjithnjë e në rritje i vjedhjes së identitetit ilustron shumë nga këto falsifikime. Shpesh, bizneset mbështeten në mjetet tjera për të provuar të sigurojnë se një nënshkrim elektronik është i rregullt, duke përfshirë edhe bisedën e drejtpërdrejtë me personin para se të bëhet nënshkrimi elektronik, sidomos në rastet e vazhdimësisë së biznesit, dhe të pranimit të pagesave ose të indikacioneve tjera të qëllimit të bërjes së biznesit që nuk varen vetëm nga një dokument i nënshkruar.

Nënshkrimet digjitale

Nënshkrimi Digjital është një vlerë numerike dhe unike e bazuar në gjithë dokumentin e shtypur që është nënshkruar. Për shkak të ligjeve të BE dhe Britanisë së madhe, vetëm nënshkrimet digjitale janë të pranueshme si fakte në gjykata. Nënshkrimet digjitale marrin konceptin e nënshkrimit tradicional në letër dhe e shndërrojnë atë në “gjurmë elektronike të gishtërinjve”. Nënshkrimet digjitale mundësojnë migrimin e lehtë prejproceseve të pavolitshme të bazuara në letër drejt një ambienti të sigurt dhe efikas pa letër. **Figure 2:** Nënshkrimi Elektronik “Gjurmët e gishtërinjve” ose mesazhi i koduar është unik për nënshkruesin dhe për dokumentin. Kjo siguron se personi i cili ka nënshkruar, është në vërtetë origjinatori i porosisë. Gjurmët e gishtërinjve nuk mund të ri-përdoren ose ti rikaktohen ndokujt tjetër në cilëndo kohë tjetër. Nënshkrimi digjital autentikon origjinatorin e porosisë dhe përcakton se porosia nuk ishte e ndryshuar pas dërgimit. Nëse çfarëdo ndryshimi ishte bërë pasi të është nënshkruar dokumenti, ai në mënyrë automatike ka bërë jo të vlefshëm dokumentin dhe në këtë mënyrë do ta mbroj atë nga falsifikimi. Një dallim i qartë qëndron në mes të nënshkrimeve elektronike dhe atyre digjitale, edhe pse këto dy terme shpesh përdoren në shkëmbim të njëri tjetrit: Nënshkrimet digjitale (nganjëherë të referuara edhe si nënshkrime elektronike të avancuara ose të sigurta) janë rezultat i një veprimi kriptografie. Teknologjia që qëndron prapa nënshkrimeve digjitale është një standard i industrisë që njihet si Infrastruktura e Çelësit Publik ose PKI (ang. Public Key Infrastructure), e cila garanton integritetin e shënimeve dhe mospranimin e transaksioneve. Nënshkrimidigjital nuk mund të kopjohet,

ngatërrohet ose ndryshohet. Në anën tjetër, nënshkrimet elektronike janë imazhe elektronike që në mënyrë fizike ose logjike i ngjiten të dhënave të nënshkruara. Duke shtuar fjalën “Unë, Arlinda Kadrija nënshkruaj këtë dokument” mjafton që të konsiderohet si nënshkrim elektronik, është e qartë pra se nënshkrimet elektronike janë të lehta për tu falsifikuar, për ndryshim nga nënshkrimet digjitale.



Përmes nënshkrimeve digjitale në mënyrë të lehtë mund të nënshkruajmë në mënyrë digjitale dokumentet, fajllat format dhe transaksionet derisa në të njëjtën kohë jemi të mbrojtur nga falsifikimi i nënshkrimit. Përmes implementimeve të ndryshme të nënshkrimeve digjitale organizatat e ndryshme mund të vendosin nënshkrime në një numër të aplikacioneve siç janë Microsoft Word, Adobe Acrobat etj. Nënshkrimet digjitale “vulosin” dokumentet elektronike, duke siguruar autenticitetin, integritetin dhe besueshmërinë e transaksioneve elektronike.

Rekomandimet

- Bankat në vend duhet të rrisin dhe të përmirësojnë anagazhimin e tyre në promovimin e programit financiar elektronik
- Ato duhet të ndikojnë në perceptimet e klientëve ndaj programit dhe në bashkeveprimin e stafit për të mundësuar këtë ndikim
- Bankat duhet të sigurojnë që përdorimi i programit të jetë i thjeshtë dhe i sigurtë gjatë realizimit të transaksioneve të ndryshme. Në këtë mënyrë, klientët mund të kenë një nivel më të lartë besimi, duke ndryshuar qëndrimin mbi përdorimin e programeve përkatëse.
- Banka mund të nxisë njohuritë ndaj produkteve që ofron duke organizuar sëminarie të ndryshëm, konferenca, etj. Duke qënë së përdorimi i internetit dhe i telefonit është gjithmone e me shume në rritje të vazhdueshme, ngjarje të tilla mund të ndihmojnë duke dhënë informacionë më shumë individëve dhe duke nxitur qëllimin për të përdorur shërbimet bankare në telefon në të ardhmen e afërt.

- Bankingu elektronik mund të ndihmojë që banka të arrijë të operojë në tregje më të gjera. Ky këndvështrim është i rëndësishëm për Kosovën, për arsye të rrjetit bankar është i përqëndruar më së shumti në qytetet kryesore. Në përdorimin e m-banking mund të synohet arritja e klientëve edhe në zona të tjera gjeografike në të cilat hapja e një degë banke paraqitet me kosto shumë të larta.

Konkluzionet

- Bankingu elektronik paraqet një tërësi përfitimesh edhe për përdoruesit e tij. Ata mund të kenë akses në llogarinë e tyre bankare në çdo kohë dhe në çdo vend, mjafton të ketë telefonin e përshtatshëm dhe casjen në internet.
- Sa do të zhvillohet dhe do të përhapet ky lloj i ri i bankikut? Sa do të arrijë të pranohet gjerësisht nga njerëzit në të gjithë botën? Kjo varet nga shumë faktorë, ndër të cilët do të veçoja me siguri e bindje të plotë: traditën, e cila i ka mësuar njerëzit t'ia besojnë “sekretet e tyre financiare” dikujt që ushtron profesionin e bankierit.
- E rëndësishme është që tregu bankar duhet të funksionojë në mënyrën më efikente të mundshme, në mënyrë që mirëqenia sociale dhe financiare e varur prej saj të jetë maksimale.
- Politikat rregulluese duhet të zgjedhin strukturën më efikente, pavarësisht se kjo do të kërkonte më tepër konkurrencë, për aq kohë sa këto politika kanë mundësi të nxitin bankat të sillen me kujdes në çfarëdo lloji strukture.

Përfundimi

Ndryshimi i kushteve jetesore dhe dinamizmi i jetes nxiti nevojat për shërbime bankare elektronike, të shpejta dhe të thjeshta. Zhvillimet në fushën bankare dhe në atë teknologjike kanë ndikuar në mundësinë e përdorimit të telefonave si një mjet për të aksesuar llogarinë bankare, pa patur nevojë për të qënë fizikisht i pranishëm në një degë banke. Një teknologji e tillë po gjen zbatim të gjerë edhe në Kosovë, duke mundësuar casjen e llogarisë bankare nga klientet në çdo kohë dhe nga çdo vend. Në një botë e cila është e orientuar nga zhvillimi i teknologjisë së informacionit, koha është një element i rëndësishëm për cilindo. Pra, nëpërmjet mobile banking, klientët mund të kontrollojnë në mënyrë të detajuar llogarinë e tyre, duke marrë vendimet e duhura financiare në një kohë më të shkurtër. Duke përfunduar këtë punim diplome inkurajojmë studiuesit e ardhshëm të hulumtojnë dhe të analizojnë me shumë për menaxhimin dhe zhvillimin e bankikut në Republikën e Kosovës. Dhe shpresoj që ky punim ka arritur të kontribuojë në literaturën e studimit të pranimit të shërbimeve bankare në formën elektronike në vendin tonë.

LISTA E REFERENCAVE / BIBLIOGRAFIA

- Prof.Ass. Dr. Lumnije Thaçi Punim i doktoratures ‘ *Aspekte të menaxhimit të afarizmit bankar – tregu i kredidhënies si një ndër instrumentet e sigurimit të një rritjeje të qëndrueshme ekonomike në Kosovë*’.
- Prof.Ass. Dr. Besnik Hajdari ‘ *Aplikimi i shërbimeve elektronike në Republikën e Kosovës*’ Konferenca e V-të shkencore ndërkombëtare “*Politikat qeveritare dhe zhvillimi ekonomik rajonal i Evropës Juglindore*.”
- Bessis, J. *Risk Management in Banking*, Eiley-2003, 3rd edition.
- Prof.Ass.Dr. Orfea Odhuci, *Advanced Bank Management 2009*
- Prof.Ass.Dr. Nexhmije Vokshi Berisha, *Kontrolli i brendshëm dhe auditimi, Prishtinë 2015*.
- Prof.Ass.Dr. Edmond Beqiri, *Sisteme informacioni te menaxhmentit, Tetove 2010-2011*
- Prof.Ass. Dr Gazmend Luboteni, *Banka dhe afarizmi bankar, Prishtinë, 2006*
- Autoriteti Rregullativ i Komunikimeve Elektronike dhe Postare (ARKEP) (2016). *Permbledhje e indikatorëve kryesore te komunikimeve elektronike. “Pasqyre e tregut te komunikimeve elektronike”, per TMI 2016.*

EDUCATION IN FUNCTION OF THE LABOR MARKET AND THE ECONOMY: ANALYSIS OF STUDY PROGRAMS OF HIGHER EDUCATION FROM THE PERSPECTIVE OF UHZ

Prof.ass.dr. Driton Sylqa¹

Prof.asoc.Theranda Beqiri²

^{1,2} University “Haxhi Zeka”, Pejë

Abstract

The manuscript is based on the analysis of the competitiveness among the HEIs in Kosovo regarding the study programs in order to harmonize with the industrial needs. According to the national strategy for education, reforms in higher education include the profiling of programs and universities itself. The number of students has been decreasing for several years now for various reasons, which inevitably reflects the impact of higher education study programs. In this spectrum, the similarity of programs offered by HEIs is considered direct competition. On the other hand, the lack of close connection of the existing study programs with the labor market presents a national problem related to the perspective of young people. Consequently, this paper aims to provide an analytical overview of HEI study programs in Kosovo, which are considered as competitors of UHZ. The primary empirical data were obtained from the relevant institutions, as well as from the relevant state and international reports related to the issue in question. Comparative analysis and data processing result in the construction of a matrix which provides an insight into the similarities of the programs. The contribution of this paper lies in providing an overview for the long-term orientation of UHZ, but also of other HEIs in Kosovo in the selection of programs for which there is a lack of supply and the elimination of those for which there is an excess of demand, always assuming their correlation with the current needs of the labor market.

Keywords: higher education, labor market, economic growth, competition, HEI, etc

Hyrje

Në ekonominë moderne, arsimit është parakusht themelor për zhvillim ekonomik dhe përmirësim të standardit jetësor. Arsimit i lartë në Republikën e Kosovës rregullohet me Ligjin për Arsimin e Lartë. Sistemi i arsimit të lartë në Kosovë funksionon përmes universiteteve publike dhe institucioneve private të arsimit të lartë. Konkurrenca e Universitetit “Haxhi Zeka” vjen nga institucionet publike dhe private të arsimit të lartë të akredituara sipas legjislacionit në fuqi. Sipas të dhënave zyrtare të MASHTI-t, sistemi i arsimit të lartë në Kosovë në vitin akademik 2020/21, përbëhet nga 24 institucione të akredituara, prej të cilave 9 institucione janë publike dhe 15 institucione janë private. Me këtë numër të institucioneve të arsimit të lartë, Kosova vazhdon të mbetet një ndër vendet me numrin më të madh të institucioneve të arsimit të lartë për një milion banorë. Institucionet e akredituara të arsimit të lartë në Kosovë, në vitin akademik 2020/2021, ofrojnë 400 programe të studimit, prej të cilave 236 programe të studimit janë të nivelit bachelor, 156 të nivelit master dhe 8 programe të studimit të nivelit të doktoratës (MASHTI, 2022).

Bazuar në strategjinë e MASHTI për arsimin 2022 – 2026, në vitet e fundit numri i studentëve në arsimin e lartë është në rënie dhe kjo rënie është më e madhe tek institucionet publike të arsimit të lartë në Kosovë.

Në vitin akademik 2020/21, në institucionet e akredituara të arsimit të lartë në Kosovë, kanë vijuar studimet 95,335 studentë (57.4% në sektorin publik, 42.6% në sektorin privat), prej të cilëve 58.5% vajza/gra. Bazuar në të dhënat e fundit në vitin 2020/21, rreth 56.3% bruto e studentëve të grup-moshave 18-22 vjeç, ndjekin arsimin e lartë në Kosovë. Pjesëmarrja e femrës në arsimin e lartë është në nivel të kënaqshëm. Vajzat/gratë përbëjnë 59.5% të studentëve në sektorin publik dhe 57.1% të studentëve në sektorin privat. Indeksi i paritetit gjinor në arsimin e lartë në Kosovë është 1.41 (MASHTI, 2022).

Universiteti më i madh publik është Universiteti i Prishtinës “Hasan Prishtina” me 7,652 studentë, ndërsa IAL-të më të mëdha private janë Kolegji AAB (me 10,064 studentë) dhe Kolegji UBT (me 4,127 studentë). Kjo rritje e shpërndarjes në nivelin baçelor erdhi si rezultat i një vendimi akreditimi për të mos regjistruar studentë të rinj në tre universitete publike që nuk plotësonin kriteret e akreditimit në vitin 2019 (EU Erasmus, 2020).

Gjatë vitit 2020/21, kanë diplomuar rreth 10,997 studentë në nivelin baçellor dhe master në programe të ndryshme të studimit në sektorin publik dhe privat, që është 20% më pak të diplomuar sesa në vitin paraprak akademik. Sektori publik kontribuon me rreth 56% të të diplomuarve. Të dhënat tregojnë se vajzat/gratë u përgjigjen më mirë obligimeve të tyre sesa djemtë/ burrat, ku 66.2% e të diplomuarve janë vajza/gra. Megjithatë, shkalla e diplomimit me kohë e studentëve kosovarë, nuk është e kënaqshme. Nga një studim mbi punësueshmërinë e studentëve rezulton se 65% e të diplomuarve të UHZ janë të punësuar në sektorin privat dhe publik, nga të cilët rreth 3% deklarohen si të vet-punësuar (UHZ & Shoqata Alumni, 2013)

Definimi i Problemimit

Zhvillimi adekuat i arsimit në Kosovë për një fuqi punëtore që i përshtatet nevojave të tregut përbën kushtin parësor për zhvillim dhe prosperitet. Marrë parasysh interesin e Kosovës për integrim në Bashkimin Evropian, është kyçe që fuqia punëtore të sigurojë përputhshmëri të aftësive me tregun vendor dhe ndërkombëtar të punës. Megjithatë, ofrimi i programeve të studimit të cilat nuk reflektojnë nevojat reale të tregut të punës mbetet mangësi strukturore e arsimit të lartë në Kosovë. Njëkohësisht, këtyre programeve iu mungon edhe aspekti ndër-disiplinor, pjesa e mësimi praktik si dhe ndërlidhja me kërkimin shkencor. Rreth 60% të programeve studimore që ofrohen janë nga fusha e edukimit, arteve dhe shkencave humane, shkencave shoqërore dhe shërbimeve. Numri më i madh i studentëve dhe programeve arsimore janë në kategorinë e shkencave shoqërore dhe studimit të së drejtës. Orientimi i studentëve në shkencë, teknologji, inxhinieri dhe matematikë mbetet i ulët. Vërehet një dallim i theksuar në orientim në fusha të caktuara të studimit në arsimin e lartë sipas gjinisë. Femrat janë të prira të jenë të orientuara (mbi 90%) në programet e edukimit, shkencave natyrore, shkencave shoqërore, mjekësisë, komunikimit dhe gjuhësisë. Gjersa, meshkujt dominojnë në fusha të studimit të informatikës, humanistikës, gjeografi/gjeologji dhe inxhinieri/teknologji. Një orientim i baraspeshuar gjinor vërehet në fushat e arkitekturës, biznesit dhe drejtësisë. Shkalla e orientimit të studentëve në fushat e studimit në shkencë shoqërore, humane, biznes dhe juridik është shumë e lartë në krahasim me dinamikën e tregut. Ndërlidhje e ulët e programeve të studimit me kërkesat e tregut të punës, oferta e kufizuar e programeve ndërdisiplinore të studimit, kërkon ndërlidhje më të mirë të arsimit të lartë me tregun e punës përmes harmonizimit të programeve të studimit.

IAL, të vetëdijshme për situatën e përgjithshme të arsimit të lartë në Kosovë, për vështirësitë që të diplomuarit hasin në punësim, për kërkesat e sektorin privat për profesione specifike, duhet të ndjekin kursin e baraspeshës në mes të ofertës dhe kërkesës në këtë aspekt. Në anën tjetër, shmangia nga programet studimore që ofrohen në masë të konsiderueshme nga institucionet homologe, apo shmangia nga programet për të cilat ka kërkesë të vogël në tregun e punës do duhej të jetë prioritet strategjik i secilit IAL. Programet që ofrohen dhe njohuritë/shkathtësitë që fitohen nga studentët nuk janë çdo herë në përputhje me nevojat e tregut të punës.

Metodologjia

Punimi është bazuar në të dhënat e mbledhura nga burimet e ndryshme si: raporte zyrtare, të dhëna statistikore dhe hulumtime lidhur me problematikën e harmonizimit të programeve studimore me nevojat e tregut të punës. Metodologjia e studimit bazohet në një qasje mikse, e cila ka bërë të mundur që të përmbushet qëllimi i studimit. Pasi që autorët janë mësimdhënës të karrierës me përvojë të gjatë akademike, në këtë punim është përdorur metoda shkencore e interpretimit të të dhënave apo metoda hermeneutike e përpunimit të të dhënave për të nxjerrë konkluzione konkrete nga ky studim. Analiza e të dhënave është bërë nga perspektiva krahasimore, duke marrë për bazë programet studimore të UHZ për krahasim me programet studimore të IAL-ve të tjera në Kosovë.

Qëllimi i analizës së të dhënave të mbledhura nga burimet e cekuar është rishikimi i programeve aktuale dhe hartimi i programeve të reja që janë në përputhje me kërkesat e komunitetit të gjerë të biznesit. Për shkak të trendin negativ të rënies së interesimit dhe numrit të studentëve konsiderohet se programet e ngjashme studimore që ofrohen nga IAL-të përbëjnë konkurrencë të panevojshme. Rezultatet e këtij punimi bëjnë të mundur poashtu eliminimin e mundshëm të konkurrencës. Rrjedhimisht, hartuesit e programeve të universiteteve dhe kolegjeve në Kosovë do të kenë një pasqyrë të qartë në formë të matricës mbi programet ekzistuese studimore.

Prandaj, analiza studimore e këtij punimi mund të shërbejë si instrument lehtësues për UHZ në radhë të parë, e më pastaj edhe për IAL-të e tjera në Kosovë në përgatitjen e planifikimit strategjik për ofrimin e adekuat të programeve të studimit. IAL-të duhet të marrin në konsideratë ofrimin e programeve profesionale sipas nivelit 5 të KKK. Në këtë mënyrë, përmes llojshmërisë së programeve të ofruara, mund të rritet edhe interesimi i studentëve për t'i ndjekur ato. IAL iu rekomandohet të realizojnë hulumtime të rregullta për programet aktuale që ofrohen, si dhe të ndërmarrin kërkime për nevojat e tregut të punës. Brenda tërësisë së hulumtimit, duhet të trajtohen edhe mundësitë e orientimit të njohurive dhe shkathtësive drejt nevojave të tregut të punës dhe vetëpunësimit.

Korniza teorike dhe interpretimi i të dhënave

Personeli në IAL publike dhe private

Sipas të dhënave në vitin 2020/21, në institucionet publike të arsimit të lartë në Kosovë në marrëdhënie të rregullt pune janë 1,369 anëtarë të personelit akademik dhe 722 bashkëpunëtor të jashtëm, ndërsa në institucionet private të arsimit të lartë në marrëdhënie të rregullt pune janë 1,906 anëtarë të personelit akademik dhe 701 bashkëpunëtor të jashtëm. Raporti profesor-student në institucionet publike është 1:42 ku në një situatë më të vështirë është Universiteti i Pejës. Raporti profesor studentë në institucionet publike, përkundër përmirësimit, vazhdon të mbetet i lartë, krahasuar me universitetet në vendet e rajonit. Ky raport përmirësohet deri në një masë kur llogariten edhe stafi akademik i angazhuar me honorar, edhe pse nuk duhet anashkaluar faktin se një pjesë e mirë e tyre mund të jenë personat e njëjtë, që punojnë në disa institucione të arsimit të lartë njëkohësisht. Numri i pamjaftueshëm i personelit akademik të kualifikuar ndikon drejtpërdrejtë në cilësinë e arsimit të lartë. Në këtë drejtim, rreziku tjetër që bartë numri i pamjaftueshëm i personelit akademik të kualifikuar janë grupet e mëdha të studentëve, ku mësimdhënësit nuk arrijnë t'u kushtojnë kujdesin e duhur nevojave individuale të studentëve, ndërkohë që procesi i vlerësimit të njohurive mund të kalojë në mënyrë sipërfaqësore.

Shpërndartja e studentëve në IAL-të publike dhe private

Arsimi i lartë në Kosovë ndahet në mënyrë të barabartë ndërmjet ofruesve publikë dhe privatë pas rritjes së madhe të IAL-ve në 15 vitet e fundit. Ofruesit publikë dhe privatë janë të akredituar nga Agjencia Kosovare e Akreditimit (AKA). Ofruesit jopublik / privat kanë të drejta të barabarta sipas Ligjit për Arsimin e Lartë. Sipas nenit 11 të Ligjit për Arsimin e Lartë, ofruesit e IAL-ve mund të krijohen nga kompani private, fondacione dhe truste dhe t'i nënshtrohen procedurave të akreditimit dhe licencimit të përcaktuara në këtë ligj. Dallimi i vetëm qëndron në themelimin, procesin

e miratimit të statutit, financimin dhe organizimin. Përveç kësaj, ofruesit privatë nuk lejohen të ofrojnë kualifikime mësimore.

Tabela 1. Regjistrimet sipas niveleve të KKK në vitin akademik 2019/2020

KKK	IAL Publike në gjuhën shqipe dhe gjuhë të tjera	IAL në gjuhën serbe	IAL Private	Gjithsej	% sipas nivelit
Niveli 5	0	582	27	27	0.1
Niveli 6	6969	1195	14606	21575	72.7
Niveli 7	2629	1237	2310	4939	16.6
Niveli 8	82	47	0	82	0.3
Nr. Total	9680	3061	16943	29684	

Burimi: Pasqyrë e përgjithshme e sistemit të edukimit të lartë, BE / Projekti Erasmus (2020)

Për nivelet 5 dhe 6 të KKK, shpërndarja e studentëve është më e lartë në IAL-të private, ndërsa për nivelet 7 dhe 8 shpërndarja është më e lartë në IAL-të publike. Është me rëndësi të theksohet se nuk ka asnjë student të regjistruar për nivelin 5 në IAL-të publike në gjuhën shqipe dhe nuk ka asnjë të regjistruar për nivelin 8 në IAL-të private. Të dhënat për regjistrimin e studentëve sipas KKK 5, 6, 7 dhe 8 në IAL-të publike dhe ato private janë pasqyruar në tabelën e mëposhtme.

Regjistrimet e studentëve sipas fushës së studimit në IAL-të publike dhe private

Sipas të dhënave të paraqitura në raportin e Erasmus “Pasqyra e përgjithshme e sistemit të edukimit të lartë në Kosovë”, në vitin e parë të studimeve në arsimin e lartë në vitin 2019 janë regjistruar gjithsej 30.269 studentë. Prej tyre, 9.571 në IAL publike respektivisht, 17637 në IAL private, gjersa pjesa tjetër prej 3061 i referohet IAL në gjuhën serbe. Është për t’u theksuar e dhëna se numri i studentëve të regjistruar në IAL private është gati 2 herë më i madh sesa në IAL publike, edhe përkundër pagesës mjaft të lartë që aplikojnë këto institucione private në krahasim me IAL publike.

Sipas të njëjtit burim, numri më i madh i studentëve të regjistruar është në Studimet e Biznesit dhe në Shkencat e Menaxhimit (19,41%), të ndjekur nga Shkencat Mjekësore (17, 82%) dhe Juridike (10,50 %). Nga të gjitha fushat e studimit të listuara në tabelë, shkencat mjekësore në IAL private dominojnë duke regjistruar gati 10 fish më tepër studentë sesa IAL publike në këtë fushë studimi. Në tabelën vijuese janë paraqitur regjistrimet përkatëse të studentëve sipas fushës së studimit dhe kodeve ISCED 2011 (Standardi Ndërkombëtar i Klasifikimit të Edukimit).

Tabela 2. Regjistrimet e studentëve sipas niveleve të KKK në vitin akademik 2019/2020 në IAL

Kodi	Fusha e studimit sipas Erasmus	IAL publike (gjuhë shqipe dhe të tjera)	IAL publike në gjuhën serbe	IAL private	Total	%
01	Shkencat Bujqësore	404	107	226	737	2.43
02	Arkitekturë, Planifikim Urban dhe Regjional	323	162	1058	1543	5.10
03	Art dhe Dizajn	288	88	784	1160	3.83
04	Studimet e Biznesit dhe Shkencat e Menaxhimit	2116	461	3297	5874	19.41
05	Edukim, Trajnim për edukatorë	1029	274	0	1303	4.30
06	Inxhinjeri, Teknologji	941	377	1674	2992	9.88
07	Gjeografi, Gjeologji	169	261	0	430	1.42
08	Shkenca Humane	333	67	0	400	1.32
09	Shkenca filologjike dhe gjuhësore	547	167	867	1581	5.22
010	Drejtësi / Juridik	1170	203	1806	3179	10.50
011	Matematikë, Informatikë	207	186	865	1258	4.16
012	Shkenca Mjekësore	545	153	4696	5394	17.82
013	Shkenca Natyrore	241	116	0	357	1.18
014	Shkenca Shoqërore	830	185	1691	2706	8.94
015	Shkenca të Komunikimi dhe Informatikës	180	62	258	500	1.65
016	Edukatë fizike, Shkenca të Sportit	248	192	415	855	2.82
Total/ All Subject Areas		9571	3061	17637	30269	100.00

Burimi: Pasqyrë e përgjithshme e sistemit të edukimit të lartë, BE / Projekti Erasmus (2020)

Ngjashmëria e programeve studimore të IAL

Në vijim prezantohet tabela e IAL-ve publike dhe private të akredituara në Kosovë, sipas njësive të tyre akademike. Për shkakun se UHZ ka 5 njësi akademike, në tabelë përfshihen vetëm njësitë akademike / fakultetet e IAL-ve tjera të ngjashme me ato të UHZ, pavarësisht numrit të tyre. Në këtë mënyrë mundësohet krahasimi i të gjitha IAL-ve që ofrojnë studime të organizuara nëpër njësitë e tyre akademike, gjegjësisht nëpër fakultete përkatëse. Disa nga IAL private (kolegjet) nuk janë të organizuara sipas njësive akademike, prandaj jepen shënime sipas fushën së studimit të programeve të tyre. Gjithashtu, në tabelë përfshihen vetëm IAL, të cilat kanë programe të ngjashme me ato të UHZ-së dhe të cilat konsiderohen se mund të kenë ndikim konkurrues me programet e UHZ. Megjithatë, ndikim më të theksuar kanë të gjitha programet e ngjashme që ofrohen në qytetet e regionit të Dukagjinit për shkak të distancës relativisht të afërsisë.

Tabela nr.3 Krahasimi i UHZ me IAL-të sipas njësive akademike

Fakulteti i Biznesit	Fakulteti i MTHM – së	Fakulteti Juridik	Fakulteti i Agrobiznesit	Fakulteti i Arteve – dega e muzikës
1 UNIVERSITETI I PRISHTINËS				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	Fakulteti i Bujqësisë	Fakulteti i Artit – Dega e muzikës
2 UNIVERSITETI “UKSHIN HOTI” PRIZREN – 6 FAKULTETE				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	X	X
3 UNIVERSITETI “ISA BOLETINI” MITROVICË				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	Fakulteti Tek.Ushqim	X
4 UNIVERSITETI “KADRI ZEKA” GJILAN				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	X	X
5 UNIVERSITETI I SHKENCAVE TË APLIKUARA NË FERIZAJ				
Fakulteti i Menaxhmentit	Fakulteti Turizmit dhe Ambientit	X	X	Fakulteti i Arteve të Aplikuara
6 UNIVERSITETI “FEHMI AGANI” GJAKOVË				
X	X	X	X	X
6 KOLEGJI AAB – PRISHTINË				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	X	Fakulteti i Arteve
6.1. Kolegji AAB me Degë në: Gjakovë				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	X	X
6.2 Kolegji AAB me Degë në: Ferizaj				
Fakulteti Ekonomik	X	Fakulteti Juridik	X	Fakulteti i Arteve
7 KOLEGJI UBT - KAMPUSI KRYESOR - PRISHTINË				
Fak. Menaxhment, Biznes e Ekonomi	X	Fakulteti Juridik	Fakulteti i Agrokulturës	Fakulteti i Arteve
7.1. Kolegji UBT Kampusi në: Pejë - ofrohen vetëm dy programe konkurrençe sipas AKA				
7.2. Kolegji UBT kampusi në Prizren - ofrohen vetëm tre programe konkurrençe sipas AKA				
7.3 Kolegji UBT kampusi në Lipjan - ofrohen disa programe jo konkurrençe sipas AKA				
7.4 Kolegji UBT kampusi në Gjilan – ofrohen disa programe jo konkurrençe sipas AKA				
8 KOLEGJI UNIVERSUM – PRISHTINË				
Programe nga fusha e biznesit	X	Programe nga fusha e juridikut	X	X
8.1. Kolegji Universum – Kampusi në Gjakovë – sipas AKA asnjë nga programet e akredituara nuk ofrohen në Gjakovë.				
8.2. Kolegji Universum – Kampusi në Ferizaj – ofrohen disa programe të ngjashme por jo konkurrençe për shkak të largësisë gjeografike				
9 KOLEGJI BIZNESI – PRISHTINË				
<i>Kolegji ofron programe të akredituara nga fusha ekonomike dhe juridike. Nuk organizohet në njësi akademike.</i>				
Programe nga fusha e ekonomisë	X	Programe nga fusha e juridikut	X	X
9.1 Kolegji Biznesi – dega në Gjakovë - sipas AKA nuk ofrohet asnjë nga programet e akredituara				
9.2 Kolegji Biznesi – dega në Prizren – sipas AKA ofrohet vetëm një program konkurrent				
10 KOLEGJI DARDANIA – PRISHTINË				
Nuk ka evidencë mbi njësitë akademike apo programet e akredituara. Nuk ka ende vendim të akreditimit institucional, sipas AKA-së.				
11 KOLEGJI ISPE – PRISHTINË				
<i>Kolegji ofron programe të akredituara nga fusha ekonomike dhe juridike. Nuk organizohet në njësi akademike.</i>				
Programe nga fusha e ekonomisë	X	Programe nga fusha juridike	X	X
11 KOLEGJI IBC-M – MITROVICË				
<i>Kolegji ofron programe të akredituara nga fusha ekonomike dhe juridike. Nuk organizohet në njësi akademike.</i>				
Programe nga fusha e ekonomisë		Programe nga fusha e juridikut	Programe nga fusha e agros	
12 KOLEGJI RIINVEST - PRISHTINË				
<i>Kolegji ofron programe të akredituara nga fusha ekonomike dhe juridike. Nuk organizohet në njësi akademike.</i>				
Programe ekonomike	X	X	X	X
13 Kolegji Pjeter Budi				
Programe ekonomike	X	X	X	X
14 Tempulli Academy				
X	X	X	X	X
15 RIT Kosovo (A.U.K) College				
Programe ekonomike	X	X	X	Programe nga fusha e arteve

Universiteti Haxhi Zeka

UHZ ka gjithsej 17 programe të akredituara, të cilat janë pjesë e 5 njësive akademike: Fakulteti i Biznesit, Fakulteti i MTHM –së, Fakulteti Juridik, Fakulteti i Agrobiznesit dhe Fakulteti i Arteve - dega e muzikës. Si konkurrentë të drejtpërdrejt të UHZ konsiderohen të gjitha IAL (publike dhe private) që operojnë dhe ofrojnë studime / programe të ngjashme në regjionin e Dukagjinit, përkatësisht në qytetet: Pejë, Gjakovë dhe Prizren. Ndërsa, në rrethin e gjerë si konkurrent mbetet Universiteti i Prishtinës si lider i arsimit të lartë në Kosovë. Prandaj, programet e studimit të UHZ-së do të krahasohen me UP dhe me institucionet tjera të arsimit të lartë që ofrojnë programe konkurrencte në rajonin e Dukagjinit.

UHZ në kuadër të planit strategjik 2022-2025 është përcaktuar për profilizim të programeve dhe të institucionit. Meqenëse Peja dhe rajoni i saj është e njohur për traditën në biznes, agrobiznes, art, kulturë dhe turizëm, UHZ ka orientuar programet e studimit në këtë drejtim në mënyrë që të jetë në gjendje t'u përgjigjet nevojave të tregut të punës. Përafrimi me tregun e punës dhe nevojat e saj është planifikuar të reflektohet në programet me orientim kah biznesi dhe ndërmarrësia, të cilat besohet se do ta përforcojnë pozitën e saj përballë rivalëve të tjerë publikë apo privatë, konkurrentë në arsim e lartë.

Universiteti “Hasan Prishtina”

Universiteti i Prishtinës i ka 14 fakultete, të gjitha me vendndodhje në Prishtinë. Programet e UP që janë të ngjashme dhe që potencialisht mund t'i bëjnë konkurrencë UHZ-së, jepen në vijim sipas katër fakulteteve homologe me UHZ. Edhe pse programet mund të jenë identike apo të ngjashme me ato të UHZ, nuk konsiderohet si konkurrencte e drejtpërdrejtë për shkak të largësisë gjeografike të Prishtinës nga Peja prej rreth (90 km). Sidoqoftë, për shkak të tendencës së mundshme të të rinjve për të studiuar në Prishtinë, një numër i të rinjve migrojnë nga qyteti i Pejës dhe nga rajoni i Dukagjinit. Sidoqoftë, nuk ka të dhëna për një numër të tillë të lëvizjeve brenda vendit për qëllime studimi.

Në përgjithësi, UP me programet e saj është një konkurrent për të gjitha IAL publike dhe private në tërë vendin për shkak të traditës, emrit, personelit me reputacion dhe vendndodhjes së njësive të saj akademike në Prishtinë si kryeqendër e Kosovës. Për të gjitha IAL-të që operojnë në rajonin e Prishtinës UP është një konkurrent i fortë për programet e njëjta apo të ngjashme. Në tabelën e mëposhtme, programet e UP-së që konsiderohen se kanë ndikim latent rivaliteti me programet e UHZ-së janë të shënuara me të kuqe për t'u dalluar (AKA, 2022). Nga të dhënat e paraqitura në tabelën e sipërme identifikohen 12 programe, të cilat emërtohen ngjashëm / përafërt me ato të UHZ sipas njësive akademike. Përkatësisht, 3 në Fakultetin e Biznesit, 3 në Fakultetin e Agrobiznesit, 4 në Fakultetin e Arteve dhe 2 në Fakultetin Juridik. Gjersa, programet e Fakultetit të Turizmit, Hotelarisë dhe Mjedisit të UHZ-së nuk kanë fare konkurrencë, pasi që UP nuk ka programe të tilla. Kjo pikë është përparësi për UHZ-në. Një tjetër avantazh konkurrues për UHZ paraqesin programet në gjuhën boshnjake. Sidoqoftë, UP konsiderohet si një lider i IAL-ve në Kosovë për shkak të potencialit të lartë konkurrues, në radhë të parë për të gjitha IAL-të që operojnë në Prishtinë dhe regjion, e më pastaj edhe në tërë vendin.

Programet e UP që janë të ngjashme dhe që potencialisht mund t'i bëjnë konkurrencë UHZ-së, jepen në vijim sipas fakulteteve homologe me UHZ:

1. Fakulteti Ekonomik

- Menaxhment - baçellor;
- Menaxhment - master;
- Paraja, Banka, Financa dhe Sigurime – master;

2. Fakulteti i Bujqësisë dhe Veterinarisë
 - Ekonomia e Bujqësisë - baçellor;
 - Ekonomia e Bujqësisë dhe Ushqimit - master;
 - Teknologji Ushqimore me Bioteknologji - baçellor;
3. Fakulteti i Arteve
 - Baçellor i Muzikës në Performim – baçellor në muzikë;
 - Master i Muzikës në Performim - master;
 - Baçellor i Muzikës;
 - Master i Muzikës në Edukim Muzikor - master;
4. Fakulteti Juridik
 - E Drejta Ndërkombëtare - LLM;
 - Juridik - LLB;

Universiteti “Isa Boletini” – Mitrovicë

Universiteti i Mitrovicës ka gjithsej 18 programe të akredituara, nga të cilat vetëm 2 janë të ngjashme me programet e UHZ. Kampusi universitar ka ndërtesa të reja, konvikt dhe hapësirë të mjaftueshme për studentë. Largësia gjeografike e Mitrovicës nga Peja është rreth 70 km. Prandaj programet e ngjashme me ato të UHZ nuk shihen me peshë konkurrionale. Konsiderohet se konkurrent i drejtpërdrejt i programeve të tij studimore është Kolegji IBCM dhe UP. Nga 18 programe sa ka gjithsej Universiteti i Mitrovicës, vetëm 2 programe janë të ngjashme me ato të UHZ-së, që të dyja në nivelin baçellor:

- E para, juridik i përgjithshëm dhe e dyta
- Biznes dhe Menaxhment.

Universiteti “Ukshin Hoti” – Prizren

Universiteti “Ukshin Hoti” me seli në Prizren ka gjashtë njësi akademike me 20 programe studimi, në nivelin baçellor dhe master. Disa nga programet janë në gjuhën boshnjake dhe turke. Prizreni gjendet në regjionin e Dukagjinit, përderisa largësia nga Peja është rreth 70 km. Nëntë programe janë të ngjashme ose të përafërta me programet studimore të UHZ, të shpërndara sipas fushës së studimit, në të dy nivelet e studimit. Katër nga këto programe janë të ngjashme me ato të Fakultetit të Biznesit, dy programe me ato të Fakultetit të Agrobiznesit, një me Fakultetin Juridik dhe një program i ngjashëm me atë të Fakultetit të Menaxhmentit në Turizëm, Hoteleri dhe Mjedis, të cilat listohen si në vijim:

- Administrim Biznesi – baçellor;
- Administrim Biznesi – master;
- Juridik i Përgjithshëm – baçellor;
- Menaxhment Ndërkombëtar - baçellor;
- Shkenca Kompjuterike dhe Teknologji Komunikimi - master;
- Teknologjitë e Informacionit dhe Telekomunikimi - baçellor;
- Shkenca e Pyjeve dhe të Mjedisit-baçellor;
- Agrobiznes - baçellor;
- Menaxhim në Agrobiznes - master;

Që të dy universitetet, UHZ dhe UPZ përparësi kanë programet në gjuhën boshnjake në raport me IAL të tjera në regjionin e Dukagjinit. Programet e Fakultetit të Arteve paraqesin përparësi në relacion me universitetin e Prizrenit, pasi që ajo nuk ofron të tilla.

Kolegji AAB

Studimet në Kolegjin AAB zhvillohen në 14 fusha studimi të shpërndara nëpër fakultete përkatëse. Në kuadër të këtyre fakulteteve, veprimtarinë e vet e zhvillojnë 50 programe në nivelin baçellor dhe në nivelin master të studimeve. Përveç programeve të rregullta, ofrohen edhe programe për studentë pa shkëputje nga puna. Kolegji operon në 3 kampuse: Prishtinë, Ferizaj dhe Gjakovë. Dega në Gjakovë është gjeografikisht më afër Pejës (36 km) dhe konsiderohet se është konkurrent i drejtëpërdrejt i UHZ. Në këtë degë organizohen studime në 2 programe të ngjashme me ato të UHZ-së, e të cilat konsiderohen me potencial të lartë rivaliteti, të cilat janë:

- Marketing dhe Administrim Biznesi – Dega Gjakovë / baçellor, me kuotë 80;
- Juridik i përgjithshëm – Dega Gjakovë / baçellor, me kuotë 80;

Nga programet e veçuara, përveç 2 programeve të identifikuara në degën e Gjakovës, ekzistojnë edhe 6 programe të ngjashme me programet e UHZ-së, të cilat organizohen në kampusin e Prishtinës. Megjithëse, potenciali konkurrues i këtyre programeve konsiderohet të jetë i lehtë për shkak të largësisë gjeografike, UHZ duhet të merr parasysh për të ndryshuar programet plotësisht identike, në mënyrë që të jenë në harmoni me planin strategjik për profilizim të programeve. Programet e ngjashme janë:

- Banka, Financa dhe Kontabilitet – baçellor;
- Menaxhment dhe Informatikë – baçellor;
- Banka dhe Financa – master;
- Marketing dhe menaxhim biznesi – master;
- Menaxhment – master;
- Kontabilitet dhe Auditim – master;

Përparësi evidente e UHZ është se Kolegji AAB nuk ka kampus në Pejë, nuk ofron studime në gjuhën boshnjake dhe aplikon tarifa të konsiderueshme për studentë. Megjithatë, ajo ofron 2 programe në degën e Gjakovës. Përparësi e Kolegjit është infrastruktura moderne, pajisjet digjitale dhe ambienti atraktiv për studentë.

Kolegji UBT

UBT aktualisht ka 53 programe të akredituara me rreth 150 specializime të ndryshme studimi, mbi 200 laboratorë të ndryshëm, poliklinikën, qendrat më të mëdha në rajon për teknologji dhe inovacion, qendrën 5G, qendrën e realitetit virtual dhe të shtuar, fabrikat e mençura, serat bujqësore, kopshtin botanik, infrastrukturën e modernizuar sportive e rekreative, kampuse në shumicën e qendrave kryesore në Kosovë, si dhe Hub-et më të mëdha teknologjike në Prishtinë dhe Prizren. Karakteristika këto që Kolegjin e bëjnë një rival të fortë për të gjitha IAL-të në Kosovë. Degët e saj në Pejë dhe në Prizren e bëjnë konkurrente të drejtëpërdrejtë me UHZ-në sa i përket programeve të ngjashme apo të përafërta studimi. Megjithatë, pjesa dërmuese e programeve janë nga kampusi kryesor i kolegjit, në Prishtinë (AKA, 2022). Dega e Kolegjit në Pejë, në nivelin baçellor organizon studime në dy programe:

- Administrim Biznesi – me kuotë regjistrimi 65;
- Menaxhment, Biznes dhe Ekonomi – me kuotë regjistrimi 70;

Që të 2 këto programe, janë identike me programet / specializimet që ofron UHZ-ja në Fakultetin e Biznesit. Rrjedhimisht, programet me kuotë prej 135 studentë paraqesin konkurrencë të plotë. Megjithatë, përparësi e UHZ mbeten studimet pa pagesë, i cili fakt mund të josh studentët e përcaktuar për studim në programet përkatëse.

Dega në Prizren, po ashtu konsiderohet me potencial konkurrues. Në nivelin baçellor, ekzistojnë 4 programe të krahasueshme apo të ngjashme me ato të UHZ-së. Njëra nga to, e fushës së agrobiznesit përmban 4 specializime, të cilat janë:

- Shkencat e ushqimit dhe bioteknologjisë / specializimet:
 - a) Teknologjia e Ushqimit;

- b) Nutricion (Të ushqyerit);
- c) Menaxhimi dhe Sigurimi i Cilësisë të Ushqimit;
- d) Shkenca dhe Inxhiniera e Ushqimit;
- Inxhinieria e Agrokulturës dhe Mjedisit;
- Menaxhment, Biznes dhe Ekonomi;
- Juridik i përgjithshëm;

Përveç 6 programeve të lartcekura nga degët në Pejë dhe në Prizren që identifikohen si të ngjashme me ato të UHZ-së, ekzistojnë edhe 6 programe të tjera të cilat janë të krahasueshme / mjaft të ngjashme me programet aktuale të UHZ-së. Këto programe organizohen në kampusin kryesor në Prishtinë, e të cilat jepen në vijim:

- Muzikë moderne, produksion digjital dhe menaxhment – master;
- Sisteme të Informacionit dhe menaxhment - baçellor dhe master;
- E drejta biznesore dhe evropiane - master;
- Shkencat e ushqimit dhe teknologjia – master;
- Bujqësia dhe inxhinieria e mjedisit - baçellor;
- Muzikë moderne, produksion digjital dhe menaxhim – baçellor;

Kampuset në Pejë dhe në Prizren të Kolegjit dhe programet e ngjashme paraqesin kërcënim serioz për UHZ-në. Dobësi e Kolegjit është se nuk ofron studime në gjuhën boshnjake dhe aplikon tarifa të konsiderueshme për studentë. Megjithatë, përparësi e Kolegjit është infrastruktura moderne dhe pajisjet digjitale për mësimdhënie.

Kolegji Universum

Sipas AKA, Kolegji ka gjithsej 16 programe të akredituara në nivelin baçellor me disa specializime. Dy nga programet janë të modelit “diplomë e dyfishtë”, 6 programe/specializime me diplomë nga universiteti Northampton dhe 5 programe profesionale nga niveli 3, 4 dhe 5 të KKK. Programi Biznes dhe Menaxhment, niveli baçellor është specifik sepse ofron 3 mundësi për studentët. Studime të zakonshme 3 vjeçare me diplomë të kolegjit, me diplomë të dyfishtë dhe me diplomë nga universiteti Northampton, Britani e madhe. Diploma e dyfishtë në Biznes dhe Menaxhment është program tre vjeçar i cili ofrohet bashkërisht nga Kolegji Universum në Kosovë dhe “Kajaani University of Applied Sciences” në Finlandë. Në kuadër të këtij programi studimet përfundojnë dy vite në Kolegjin Universum, dhe vazhdojnë vitin e tretë në “Kajaani University of Applied Sciences” në Finlandë. Nuk ka evidencë se cilat programe janë pjesë e cilës njësi akademike. Nga të gjitha programet e listuara më lartë, programi Biznes dhe Menaxhment dhe ai Juridik janë të ngjashme me programet që i ofron UHZ. Prandaj, konsiderohet se që të dy këto programe mund të jenë konkurrenca me programin Menaxhim Biznesi dhe atë Juridik i përgjithshëm të UHZ-së. Mirëpo, lokacioni i studimit të këtyre programeve është Prishtina, sipas të dhënave të AKA.

Distanca gjeografike që Peja ka me Prishtinën, bashkë me pagesën për studime që aplikojnë kolegjet private (nuk ka të dhëna mbi lartësinë e pagesës), çështja e konkurrencës direkte me UHZ konsiderohet se amortizohet mjaft shumë. Njëkohësisht, specifikat e lartcekura konsiderohen përparësi për UHZ. Avantazhe tjera konkurruese për UHZ janë se Kolegji Universum nuk ka kampus në Pejë, nuk ofron studime në gjuhën boshnjake dhe aplikon tarifa të konsiderueshme për studentë. Përparësi e Kolegjit është infrastruktura moderne, pajisjet digjitale dhe ndërtesat e reja dhe mjaft joshëse për studentë.

Kolegji “Biznesi”

Kolegji “Biznesi” është një tjetër institucion privat i arsimit të lartë në Kosovë. Kolegji përveç selisë në Prishtinë ka edhe njësitë në Prizren, Gjakovë dhe Vushtrri ku zhvillohen studime në programet e akredituara në nivelin baçellor dhe master. Me disa nga programet e saj në degën e Gjakovës dhe Prizrenit trajtohet si konkurrente e UHZ nga pikëpamja gjeografike. Nga të dhënat e AKA-së është evidente se dega në Gjakovë nuk ka program të akredituar. Konkurrencë direkte mbetet dega e Prizrenit me programin Banka dhe Financa në Biznes në nivelin baçellor. Në përgjithësi, potenciali konkurrues i Kolegjit në raport me programet e UHZ duket se është mjaft i zbehtë, përkundër infrastrukturës moderne të saj. Konsiderohet, se UHZ ka përparësi për shkakun se vetëm një program i Kolegjit ofrohet në diametrimin e zonës së konkurrencës, që është regjioni i Dukagjinit.

Kolegji ICBM Mitrovicë

Kolegji ICBM është institucion privat i arsimit të lartë në Kosovë me seli në Mitrovicë. Secili program ofron dy nivele të kualifikimit: Academy Profession (AP): 2 vite, ekuivalent me 120 ECTS kredi dhe Bachelor: 3.5 vite, ekuivalent me 210 ECTS kredi. Programe të ngjashme me UHZ janë identifikuar të jenë dy sish, nga të cilat njëra është e nivelit profesional dhe njëra e nivelit master.

- Menaxhimi i Mjedisit dhe Bujqësisë- BA;
- Teknologji dhe Informatikë e Aplikuar-BA;

Përparësi e Kolegjit janë programet e nivelit 5 të KKK, që njëkohësisht është dobësi për UHZ-në. Përparësi tjetër e Kolegjit është infrastruktura moderne dhe pajisjet digjitale për mësimdhënie. Dobësi e Kolegjit është se aplikon tarifa të larta për studime, njëjtë sikurse IAL-të private. Përparësi e UHZ janë programet nga fusha të ndryshme studimi.

Matrica e krahasueshmërisë së programeve

Tabela matricë e krahasueshmërisë së programeve të UHZ me programet e ngjashme që ofrohen nga institucionet rivale të arsimit të lartë në Kosovë jep një pasqyrë përmbledhëse mbi intensitetin e konkurrencës në mes tyre.

Tabela nr.4 Matrica e krahasimit

PROGRAMET E UHZ NË KRAHASIM ME PROGRAMET E IAL-ve									
Nr.	Programet studimore të UHZ	UP Prishtinë	UM Isa Boletini	UPZ Prizren	AAB	UBT	Universum	ICBM	Kolegji Biznesi
1	Business Management (BA)	YES	YES	YES	YES	YES	YES	NO	YES
2	Business Management (in Bosnian)	NO	NO	YES	NO	NO	NO	NO	NO
3	Business Management (MA)	YES	NO	YES	NO	YES	NO	NO	NO
4	Business Management (in Bosnian)	NO	NO	YES	NO	NO	NO	NO	NO
5	Human Resource Management	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
6	Management in Tourism, Hospitality and Environment	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
7	Management in Tourism (in Bosnian Language)	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
8	International and European Law	YES	NO	YES	YES	YES	NO	NO	NO
9	Agro-environment and Agroecology	YES	NO	YES	NO	YES	NO	NO	NO

10	Food Technology	YES	NO	NO	NO	YES	NO	NO	NO
11	Plant Production Technology	YES	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
12	Artistic Education in Performing	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
13	Music Education (Baçellor)	YES	NO	NO	NO	YES	NO	NO	NO
14	Business Informatics	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
15	Environmental Management	NO	NO	YES	NO	NO	NO	YES	NO
16	Sustainable Food Production Systems	YES	NO	NO	NO	YES	NO	NO	NO
17	Music Education (Master)	YES	NO	NO	NO	YES	NO	NO	NO

Burimi: autori, 2023

Rezultatet e studimit

Nga të dhënat e paraqitura në tabelën e sipërme mund të nxjerrën konstatimet vijuese: Pesë programe të akredituara të UHZ-së nuk kanë fare konkurrencë me IAL e krahasuara. Këto programe janë: Menaxhimi i Burimeve Njerëzore, Menaxhimi në Turizëm, Hoteleri dhe Mjedis, Informatika në Biznes, Menaxhimi në Turizëm (gjuhë boshnjake) dhe Edukimi Artistik në Interpretim. Kjo rezulton të jetë kështu për shkak të krahasueshmërisë së emërimit dhe jo përmbajtjes së programit. Programet në gjuhën boshnjake duket se konkurrent të vetëm kanë Universitetin “Ukshin Hoti” në Prizren. Programet me konkurrencë të lehtë janë (1-2 konkurrentë): Teknologji Ushqimore, Teknologji e Prodhimit Bimor, Sistemet e Qëndrueshme të Prodhimit Ushqimor, Menaxhimi i Mjedisit, Edukim Muzikor (BA dhe MA). Programet me konkurrencë mesatare (3-4 konkurrentë): Agromjedis dhe Agroekologji, E Drejta Ndërkombëtare dhe Evropiane dhe Menaxhim Biznesi (MA). Programet me konkurrencë të lartë (5 e më shumë): Menaxhim Biznesi në nivelin baçellor është programi me intensitetin më të lartë të konkurrencës, pasi 7 nga 8 universitetet e krahasuara kanë program të ngjashëm apo të njëjtë.

Përfundim

Është evidente se universitetet dhe kolegjet private në arsimin e lartë në Kosovë ofrojnë programe pothuajse identike me njëra tjetrën. Kjo ka rezultuar me një situatë ku në mes të Bartësve të Arsimit të Lartë të mos ketë diversitet të qartë programor në bazë të burimeve natyrore, pozitës gjeografike dhe burimeve njerëzore ku ato veprojnë. Niveli i angazhimit në shkencë, mungesa e ideve novatore dhe ndërlihdja e programeve studimore me tregun e punës janë problemet kryesore të paraqitura në këtë punim. Të gjithë këta faktorë kanë ndikuar në shpejtësinë e ngopjes së tregut të punës, mungesës së profizilimit të studentëve për nevojat e reja të tregut dhe në dobësimin e rolit të këtyre institucioneve në përgjithësi. Kësaj situatë të pa favorshme, universitetet publike ene nuk iu janë përgjigjën në mënyrë adekuate, siç është profilizimi i programeve dhe institucionit.

Në pikëpamje shumëdimensionale, bazuar nga informacionet e numërta të analizuara në këtë studim, rezulton se programet aktuale duhet të rishikohen nga IAL dhe në anën tjetër përgatitja e programeve të reja konform nevojave të tregut të punës duhet të jetë një objektiv i qartë i tyre për t’u adresuar seriozisht. Një çështje tjetër e rëndësishme shqetësuese është punësueshmëria e të diplomuarve, siç thuhet në analizat e kryera, në shumicën e programeve individuale punësueshmëria e të diplomuarve është nën 50%; prandaj kjo çështje duhet të trajtohet jo vetëm nga niveli individual i programeve por edhe nga niveli i menaxhmentit universitar. Kapaciteti i IAL për të reformuar programet ekzistuese dhe për të ofruar programe të reja duhet të jenë në përputhje me burimet e tyre njerëzore, pra personelin akademik kompetent. Në këtë aspekt UHZ ballafaqohet me sfida të dyfishta, së pari përmirësimi i programeve ekzistuese dhe së dyti, krijimi i programeve të reja, e veçanërisht në nivelin PhD. Një reformë e tillë rrenjësore e programeve studimore është e domosdoshme për IAL-të për të qenë në harmoni me strategjinë kombëtare të arsimit për profilizimin e institucioneve arsimore. Reforma duhet të jetë e mbështetur në përvojat e të nxëniet e bazuar në punë praktike dhe në aktivitete jashtëshkollore. Bashkëpunimi me industrinë, shoqërinë civile, pushtetet komunale, alumnit dhe palët e tjera të interesit është i pa-alternativë. Pavarësisht kufizimeve buxhetore dhe mungesës së personelit akademik, UHZ e ka të qartë rrugën që duhet ndjekur dhe atë e ka pasqyruar në planin e saj strategjik.

Prandaj, hartimi i programeve të reja duhet të mbështetet kryesisht në nevojat e komunitetit të biznesit. Punëdhënësit mund të ofrojnë informacione të rëndësishme rreth aftësive të kërkuara nga tregu i punës. Duke u nisur nga hulumtimet e numërta mbi nevojat aktuale industriale del se kërkesa e tregut të punës për programe profesionale është mjaft e lartë. Sipas kornizës kombëtare të kualifikimeve, niveli i pestë i studimeve duhet të merret seriozisht nga IAL-të. Ky nivel korrespondon me programe studimore në mes të shkollës së mesme dhe universitetit. Rrjedhimisht, IAL-të duhet të hartojnë kornizën për krijimin e programeve profesionale të cilat do të krijojnë mundësi punësimi, përkatësisht vetëpunësimi për të rinjtë.

Referencat

- MASHTI, (2022), “Strategjia e arsimit 2022-2026”, Republika e Kosovës;
- EU Erasmus project, (2020), “Overview of Higher Education System”;
- Universiteti Haxhi Zeka & Shoqata Alumni, (2013) “*Analizë e punësueshmërisë së të diplomuarve të Universitetit Haxhi Zeka – Pejë*”;
- “Kosovo in Figures” (2021), Agjencia e Statistikave të Kosovës, 2021;
- “Assessment on Labor Market Relevance for the Existing Study Programs of the University ”Haxhi Zeka” in Peja’, (2022); <https://unhz.eu/dokumente-tjera/>;
- “Baseline Assessment Report for the UHZ”, HERAS plus, (2021); [https://rb.gv/5jvmlx](https://rb.gv/5jvmlx;);
- “Analizë e Sistemit Arsimor në Kosovë”, Friedrich-Ebert-Stiftung / Kosova, (2018);
- “Sigurimi i cilësisë në arsimin dhe aftësimin profesional skeda e vendit në Kosovë”, ETF, (2020);
- “Politikat arsimore për nxënësit në rrezik dhe ata me paaftësi në Evropën Jug-Lindore”, Organizata për Bashkëpunim Ekonomik dhe Zhvillim (OECD), (2007); <https://rb.gv/7e2zj6>
- “Kërkesat e tregut të punës dhe kapacitetet e shkollave profesionale në Kosovë”, raport hulumtues, OJQ ETA, (2022); <https://issuu.com/etea.ks/docs/raporti>
- “Sigurimi i cilësisë në nivelin e ofruesve të arsimit dhe aftësimin profesional në Kosovë gjendja aktuale”, ALLED 2, (2021); <http://allegd.eu/wp-content/uploads/2021/07/Quality-assurance-ALBw.pdf>
- ”Arsimi dhe tregu i punës në Kosovë dhe në BE”, Oda Ekonomike Amerikane në Kosovë”, (2018).

UTICAJ INFLACIJE NA PRODUBLJIVANJE KRIZE U ZEMLJAMA ZAPADNOG BALKANA

Prof. dr. Husnija Bibuljica¹,

Msc. Haris Bibuljica²

¹Univerzitet "Haxhi Zeka", Fakultet Biznisa, Peć

²Univerzitet "Ukshin Hoti", Fakultet Kompjuterskih Nauka, Prizren

Abstract

At the end of the previous years, the economic crisis caused by the Covid-19 pandemic, both in the world and in the countries of the Western Balkans, turned into a supply crisis, while the war in Ukraine caused an increase in energy and food prices, which further deepened inflationary pressures at the global level and led to disruptions in the goods market.

In order to solve the already existing chronological problems of the economy, in the coming period, the creators of economic policies in the countries of the Western Balkans should focus on improving the legislative framework in attracting both domestic and foreign investments and in this way achieve sustainable development of the economy.

The main goal of the paper is to look at the key economic indicators and analyze their impact on the economic development of the countries of the Western Balkans. That is, to determine the role and strength of the influence of macroeconomic stability on the economic growth of these countries. This kind of analysis is very important in order to show the state of the economy, predict its stability and enable investors to react in a timely manner to sudden and unpredictable events.

Keywords: economic crisis, Covid-19, inflation, energy and food, investments, macroeconomic stability

Abstrakt

Krajem prethodnih godina ekonomska kriza koja je izazvana pandemijom Covid-19, kako u svijetu tako i u zemljama Zapadnog Balkana prerasla je u krizu ponude, dok je rat u Ukrajini izazvao poskupljenje energenata i hrane, čime su dodatno produbljeni inflatorni pritisci na globalnom nivou i doveli do poremećaja na tržištu roba.

U cilju rješavanja već nastalih hronoloških problema privrede, u narednom periodu kreatori ekonomskih politika u zemljama Zapadnog Balkana trebalo bi da se usmjeri u unapređenju zakonodavnog okvira u privlačenju kako domaćih tako i stranih investicija i na taj način doći do održivog razvoja privrede.

Glavni cilj rada jeste sagledavanje ključnih ekonomskih indikatora i analiziranje njihovog uticaja na privredni razvoj zemalja Zapadnog Balkana. Odnosno, utvrditi ulogu i snagu uticaja makroekonomske stabilnosti na ekonomski rast ovih zemalja. Ovakva analiza je veoma važna kako bi se prikazalo stanje privrede, predvidjela njena stabilnost i omogućilo investitorima da pravovremeno reaguju na iznenadne i nepredvidive događaje.

Ključne riječi: ekonomska kriza, Covid-19, inflacija, energenti i hrana, i investiciona ulaganja, makroekonomska stabilnost

Uvod

Kao što je poznato u 2020. godini svijet se suočio Pandemijom koja je izazvana virusom Covid-19 i posljedicama ugrožavanja nacionalnih ekonomija i bezbjednost stanovništva. Globalno širenje pandemije katastrofalno se odrazilo posebno u zemljama Zapadnog Balkana kako po zdravlje ljudi, tako je i izazvalo globalno ekonomsku recesiju i šok za koje svijet nije bio spreman. Rješenje za izlazak iz krize privreda je napravila promjene u organizaciji rada i jačanju inovatorstva.

Primjena digitalnih tehnologija omogućila je smanjenje posljedica negativnih uticaja pandemije i omogućila brži izlazak iz krize kroz fleksibilnost i pouzdanost Sistema za snabdijevanje sirovina i industrijskih proizvoda.

Veoma važno za poslovanje svakog preduzeća je stabilno makroekonomsko okruženje, pa tako i za razvoj konkurentnosti jedne privrede. Zbog toga je od izuzetne važnosti da se obezbedi što viši ekonomski rast uz stabilnost cijena i smanjenje nezaposlenost, kao i da se izbjegne deficit platnog bilansa (Marjanović & Domazet, 2018). Da bi se uspostavila makroekonomska stabilnost kao i održiv privredni rast, neophodno je da se vodi racionalna ekonomska politika i izvrše ubrzane strukturne reforme. Da bi makroekonomska politika bila efikasna, neophodno je obezbijediti održivost faktora koji je determinišu, gdje se prije svega misli na usklađenost ciljeva i instrumenata kao i realnost samih ciljeva, usaglašenost mjera makroekonomske politike, selekciju najefikasnijih mjera kao i pravovremenost u preduzimanju istih. Opšta makroekonomska ravnoteža cilj je svake nacionalne ekonomije i kreatora ekonomske politike. Kvantitativnim i kvalitativnim sagledavanjem trendova makroekonomskih indikatora i reagovanjem na njihova kretanja, ovaj cilj je ostvariv. Stoga je jedan od ciljeva makroekonomske politike da pruži održivu ekonomsku stabilnost u zemljama Zapadnog Balkana i tako obezbijedi uslove za ekonomski rast.

Makroekonomski rezultati se uobičajeno mjere kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su donosioci odluka u jednoj državi ostvarili svoje unaprijed postavljene ciljeve. Oni predstavljaju početnu tačku i jedan od najvažnijih elemenata za formulisanje strategije nacionalnog privrednog razvoja. I pored toga što makroekonomski indikatori ukazuju na položaj jedne države u međunarodnom privrednom sistemu, veoma je teško ocjenjivati i rangirati države Zapadnog Balkana samo na osnovu ovih pojedinačnih kriterijuma. Iz tog razloga, mnoge međunarodne organizacije poput MMF-a, Svjetske banke i UNCTAD-a izrađuju različite indekse koji objedinjuju više pojedinačnih indikatora i na taj način mjere, između ostalog, nivo razvoja i stabilnost finansijskog sistema.

Trenutnu ekonomsku situaciju zemalja Zapadnog Balkana karakteriše visoka stopa inflacije i usporen ekonomski rast. Globalni rast cijena u svijetu smanjuju kupovnu moć stanovništva, što može povećati stope siromaštva. Ova kriza se, stoga, osjeća više u siromašnijim (slabije razvijenim) zemljama nego u relativno bogatijim (razvijenijim) ekonomijama. Treba istaći da loša okolnost ove krize je da se ona naslanja na raniju ekonomsku krizu, jer se svijet još uvijek bori sa posljedicama krize koju je izazvala pandemija. (N. Jovanović 2021). I prije rata u Ukrajini, u drugoj polovini 2021. godine, poremećaji u globalnim lancima snabdijevanja, otežali su logistiku transporta i povećali cijene, kao posljedice rata u Ukrajini, te sankcija Zapada prema Rusije uticale dvojako.

Poznato je da su Rusija i Ukrajina važni globalni snabdjevači poljoprivrednih proizvoda poput pšenice, kukuruza i suncokretovog ulja, ali i đubriva. Rat je stoga smanjio globalnu proizvodnju hrane, te su cijene osnovnih proizvoda enormno porasle svuda u svijetu. Zatim, Rusija je treći najveći proizvođač nafte i drugi najveći proizvođač gasa.

Sankcije Zapada i njihovih saveznika prema Rusiji, dovele su do rasta cijene energenata uslijed očekivane njihove nestašice. Kako su cijene hrane i energenata često važni inputi u proizvodnji, oni su sa sobom povukli i rast cijena drugih proizvoda tako da danas mnoge države kako u Evropskoj Uniji tako i u zemljama Zapadnog Balkana imaju dvocifrene vrijednosti inflacije.

Procjenjuje se da je u junu inflacija u eurozoni 8,6 posto, što je daleko više od ekonomski poželjnog targeta od dva posto. Pri tome, očekuje se da su cijene energenata u junu u eurozoni porasle za više od 40 posto na godišnjem nivou. Ovako visoka inflacija, koju ne prati povećana proizvodnja utiče negativno na troškove proizvodnje, smanjuje životni standard (kroz smanjenje vrijednosti novca i kupovne moći) te i sami rast ekonomije.

Ipak, najtragičnija posljedica rata u Ukrajini izazvala je humanitarnu krizu koja je najveća od Drugog svjetskog rata. Oko 9 miliona Ukrajinaca, mahom žene, djeca i starije osobe, pomoć su potražili u susjednim državama. Bez obzira, što je obrazovni prosjek izbjeglica iz Ukrajine jako visok i iznad nivoa u državama Evropske unije, trebaće jako dugo vremena da oni nađu svoje mjesto na tržištu rada, te da se socijalno integrišu. Takođe, procijenjena je da će bruto domaći proizvod u Ukrajini opasti za više od trećinu.

Kad su u pitanju zemlje Zapadnog Balkana ovu krizu doživeli su sa dosta solidnom ekonomskom slikom tako da sve ekonomije ovih zemalja bilježe visoke stope rasta u prvom kvartalu 2022. godine, koji je u prosjeku iznosio oko pet posto. Na taj način Balkan je u cjelini povratio prijepandemijski nivo bruto domaćeg proizvoda, i čak ga prevazišao. Ipak, ne treba se zavaravati ovom visokom stopom rasta, jer je ona rezultat slabije ekonomske aktivnosti u prošlogodišnjem uporednom periodu, kada su mjere za sprečavanja širenja korona virusa smanjile potrošnju i proizvodnju, naročito uslužnih djelatnosti.

Međutim, kao i sve manje i otvorene države, tako i države Zapadnog Balkana izložene su eksternim šokovima te da kriza izazvana ruskom invazijom na Ukrajinu nije zaobišla ni ovaj region. U maju mjesecu, stopa inflacije u svim državama Zapadnog Balkana, osim u Albaniji, bila je dvocifrena, te znatno viša od one koju bilježe države eurozone. Cijene hrane su bilježile naročito visok rast. Procjene su da će prosječna inflacija na Balkanu iznositi 9,5 posto. Kako hrana predstavlja visok udio potrošačke korpe u ovim državama (znatno više nego u državama Evropske unije) ona će neupitno smanjiti standard stanovništva i povećati stope siromaštva. Kao izuzetak se može navesti Crna Gora u kojoj je poreska reforma dovela do nominalnog rasta zarada za oko 30 posto, ali će zato ova reforma potencijalno proizvesti dodatne slabosti u javnim finansijama i da će inflacija sveukupno smanjiti potencijal rasta, jer će znatno reducirati potrošnju. Očekivanja su da će se investicije koje su važan ekonomski pokretač u regionu, smanjiti u drugoj polovini godine. Najnovije prognoze Bečkog instituta za međunarodne ekonomske studije su da će stopa rasta država Zapadnog Balkana biti u prosjeku 2,9 posto, što je 1,3 procentna poena niže od prognoza datih prije rata u Ukrajini.

Prema ovim prognoza stopu iznad tri posto imaće Crna Gora, Republika Srbija (3,6 posto), Albanija (3,5 posto) i Kosovo (3,3 posto). U narednom periodu strukturne i institucionalne reforme postepeno bi trebale da ojačavaju potencijalni rast zemalja Zapadnog Balkana, ujedno im pomažući da se pripreme za proces pristupanja Evropskoj uniji. Jedan od glavnih ciljeva ovih zemalja svakako jeste i očuvanje makroekonomske i finansijske stabilnosti, a to bi doprinelo boljem sprovođenju programa strukturnih i institucionalnih reformi radi ostvarivanja bržeg i inkluzivnijeg rasta, otvaranja novih radnih mjesta i boljeg životnog standarda.

1. Stanje nacionalnih privreda zemalja Zapadnog Balkana

Kao što je poznato u zemljama Zapadnog Balkana Makroekonomska politika predstavlja skup aktivnosti države usmjerenih na realizaciju najvažnijih ekonomskih ciljeva. Budući da na razvoj svake privrede u velikoj mjeri utiče aktivno vođena makroekonomska politika u nastavku nastojat ćemo da predstavimo trenutno stanje nacionalnih privreda Zapadnog Balkana kada su u pitanju određeni makroekonomski indikatori. Cilj je da se uporednom analizom odabranih indikatora prikaže međusobni odnos i položaj svake od posmatranih ekonomija Zapadnog Balkana. Analiza će biti usmjerena na sljedeće:

- a) realni BDP,
- b) državnu i privatnu potrošnja,
- c) javni dug,
- d) stopu nezaposlenosti,

Analiza je izvršena na osnovu dostupnih sekundarnih podataka iz baza Eurostat, UNCTAD, MMF i MOR za vremenski period 2011-2020 godina.

A. Realni BDP

Privredni rast, odnosno rast bruto domaćeg proizvoda, predstavlja jedan od najvažnijih makroekonomskih indikatora. Na osnovu rezultata prikazanih u Tabeli 1. jasno je uočljivo da je realni BDP imao negativnu vrijednost za vrijeme krize iz 2012. godine kao i drastičan pad u toku 2020. godine, a koji je prouzrokovala pandemija izazvana virusom COVID-19.

Tabela 1. Rast realnog BDP-a (%)

Država	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Albanija	2,5	1,4	1,0	1,8	2,2	3,3	3,8	4,1	2,2	-3,3
Bosna i Hercegovina	0,9	-0,7	2,4	1,1	3,1	3,1	3,2	3,7	2,8	-4,3
Crna Gora	3,2	-2,7	3,5	1,8	3,4	2,9	4,7	5,1	4,1	-15,2
Severna Makedonija	2,3	-0,5	2,9	3,6	3,9	2,8	1,1	2,9	3,2	-4,5
Srbija	2,0	-0,7	2,9	-1,6	1,8	3,3	2,1	4,5	4,2	-1,0

Izvor: Međunarodni monetarni fond, 2021.

U nastavku analizirat ćemo u zemljama Zapadnog Balkana Rast BDP za 10 godina. Kad je u pitanju Albanska privreda u 2013. godini bilježi najniži privredni rast u proteklih 15-ak godina. Snažan pad u sektoru usluga i poljoprivrede, koji su činili glavne faktore rasta, doprinijelo je ovako lošem rezultatu. Međutim, tri godine kasnije, Albanija bilježi solidnu stopu rasta od 3,3% koja se pripisuje visokom nivou stranih direktnih investicija i oporavku u sektoru građevinarstva. U 2018. godini sve komponente domaće tražnje pozitivno su doprinijele povećanju autputa. (Marjanović D. & Đukić M. 2020). Privatna potrošnja, podržana povećanjem zaposlenosti, niskim kamatnim stopama i inflacijom, bila je glavni pokretač ovog rasta. Međutim, dva značajna šoka koja su nedavno pogodila albansku privredu - razorni zemljotres u 2019. godini a zatim i pandemija COVID19, predstavljaju dominantne faktore koji su uticali na slabije privredne performanse.

Kao rezultat svega toga jeste i veliki privredni pad od 10,2 odsto u drugom kvartalu 2020. godine. Nakon blagog oporavka od posljedica krize iz 2009. godine. Realni BDP Bosne i Hercegovine doživio je pad u 2012. godini. Ovo je posljedica krize javnog duga u EU ali i nedovoljne pripremljenosti ove privrede na eksterne šokove. I pored toga što je u narednih par godina bosanska privreda bilježila stabilan rast, nedovoljno efikasan javni sektor kao i izostanak reformi predstavljali su glavnu prepreku povećanju konkurentnosti. Zbog preobimnih administrativnih propisa, poreza i lokalnih taksi, pokretanje privatnog biznisa i dalje je predstavljao veliki problem što se negativno odrazilo na rast realnog BDP-a. Glavni pokretač rasta u ovom periodu bila je privatna potrošnja, zahvaljujući sve većem prilivu doznaka radnika iz inostranstva koje su iznosile oko 8% BDP-a, kao i niskoj inflaciji.

Crnogorska privreda na početku posmatranog perioda bilježi visoku stopu rasta realnog BDP-a od 3,2%. Međutim, već naredne godine, Crna Gora je imala najveći pad od svih posmatranih država. Glavni razlog za ovakvu recesiju su izuzetno ozbiljne vremenske nepogode koje su pogodile privredu kao i snažan pad u proizvodnji aluminijuma u drugoj polovini te godine.

Ipak, oporavak crnogorske privrede kreće već sljedeće godine i održava se na stabilnom nivou da bi 2018. godine Crna Gora ostvarila najvišu stopu privrednog rasta od 5,1% što predstavlja i najvišu stopu rasta koju je jedna od posmatranih ekonomija ostvarila u posmatranom desetogodišnjem periodu. Ovaj rekordan rast ostvaren je zahvaljujući investicijama u infrastrukturu i privatnim investicijama u energetiku i turizam. Veoma dobre performanse u ovom desetogodišnjem periodu, bar kada je privredni rast u pitanju, za Crnu Goru je narušila pandemija virusa COVID-19 u 2020. godini kada je ova privreda imala pad realnog BDP-a od čak 15,2%.

Ovo se objašnjava činjenicom da je turizam, kao glavna grana crnogorske privrede, bila najviše pogođena pandemijom. Sjeverna Makedonija je zemlja srednjeg nivoa dohotka sa solidnim rezultatima u pogledu makroekonomske stabilnosti koji se, međutim, nisu odrazili na značajniji privredni rast. I pored toga, Sjeverna Makedonija u 2015. godini bilježi najveći rast realnog BDP-a od svih posmatranih privreda što predstavlja i njen najbolji rezultat u analiziranom periodu. Ovakav rezultat ostvaren je najviše zahvaljujući ulaganjima u javnu infrastrukturu, porastom stranih direktnih investicija kao i boljim uslovima na tržištu rada. S druge strane, rastuća politička nestabilnost koja je negativno uticala na investicije i privatnu potrošnju dovela je do privrednog rasta od svega 1,1% u 2017. godini. Privredni rast ubrzao se 2019. godine zahvaljujući rastu investicija, ali je već od aprila 2020. godine kriza COVID-19 zaustavila ove pozitivne trendove. (Marjanović, D. & Đukić, M. 2020).

Kad je u pitanju privreda Srbije ona je jedina zabilježila pad realnog BDP-a u 2014. godini. Ovakav rezultat posljedica je prirodnih nepogoda (poplava) koje su pogodile Srbiju, ali i početka fiskalne konsolidacije u drugoj polovini godine (smanjenje penzija i plata u javnom sektoru). Međutim, već u 2016. godini Srbija je ostvarila jedan od najviših stopa privrednog rasta od posmatranih privreda. Rast realnog BDP-a ostvaren je pijre svega zahvaljujući snažnijem rastu izvoza, oporavku industrijske proizvodnje i sve višim investicijama. Srbija je i u 2019. godini ostvarila najveću stopu rasta u odnosu na sve privrede Zapadnog Balkana. Glavni pokretač rasta realnog BDP-a posljedica je izuzetno visokog nivoa stranih direktnih investicija kao i rasta u sektoru građevinarstva. Iako se pandemija virusa COVID-19 negativno odrazila na sve privrede Zapadnog Balkana, Srbija je doživjela najmanji pad realnog BDP-a, a glavni razlog za to jeste sama struktura srpske privrede u kojoj je manji udio sektora koji su teško pogođeni krizom.

B. Državna i privatna potrošnja

Kad je u pitanju Državna potrošnja ili javni rashodi, sastoje se iz potrošnje, investicija i transfernih plaćanja koje vlada finansira iz poreza ili zaduživanjem. S druge strane, privatna potrošnja predstavlja vrijednost dobara i usluga potrošenih od strane domaćinstava u jednoj privredi.

Tabela 2. Državna i privatna potrošnja (% BDP)

	Država	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Državna potrošnja*	Albanija	28,9	28,2	29,2	31,7	30,8	29,1	29,1	28,8	29,4	32,6
	Bosna i Hercegovina	46,4	46,9	44,5	46,3	43,2	42,0	40,5	41,0	40,4	46,6
	Crna Gora	45,3	45,7	45,8	44,2	46,4	47,5	47,1	47,2	44,8	53,7
	Severna Makedonija	31,9	33,3	31,7	31,7	32,2	31,1	31,8	30,3	31,6	36,7
	Srbija	41,6	45,1	42,3	44,8	42,7	41,8	40,1	40,7	42,1	48,6
Privatna potrošnja**	Albanija	78,3	78,0	80,0	80,8	80,7	81,0	79,6	79,1	79,9	82,7
	Bosna i Hercegovina	83,2	84,8	83,7	82,9	80,2	78,1	76,4	74,6	73,5	75,4
	Crna Gora	81,6	82,7	81,0	80,2	79,2	76,8	74,8	73,4	71,4	79,6
	Severna Makedonija	73,9	73,9	71,8	69,8	68,8	66,9	66,7	65,9	65,7	66,4
	Srbija	75,5	75,5	72,9	73,5	71,9	70,8	70,9	69,4	68,2	67,1

Izvor: Međunarodni monetarni fond, 2021.

Analizom podataka iz Tabele 2. dolazimo do sljedećih pokazatelja u zemljama Zapadnog Balkana.

U Albaniji je u 2012. godini iskazano da je imala najnižu državnu potrošnju u odnosu na nivo BDP-a među posmatranim privredama zemalja Zapadnog Balkana. Posljedica ovakvog stanja jesu mjere štednje koje je Vlada uvela kako bi spustila javni dug ispod granice od 60% BDP-a. S druge strane, finansijska ograničenja i nisko povjerenje među potrošačima i investitorima kočili su privatnu potrošnju. Međutim, zahvaljujući kombinaciji više faktora, poput nižih cijena goriva, većih ušteda od strane domaćinstava i boljih uslova na tržištu rada, privatna potrošnja u Albaniji se oporavila u 2016. godini. Kao posljedica pandemije virusa COVID-19, došlo je do naglog pada privatne potrošnje u Albaniji u 2020. godini dok je državna potrošnja povećana kako bi se ublažili negativni efekti pandemije na privredu. (Domazet, I., Marjanović, D., & Stošić, I. 2018).

Iste godine, privatna potrošnja je blago opala zbog spoljnih faktora kao što je slabija privredna aktivnost među glavnim trgovinskim partnerima. Zahvaljujući prilivima u novcu domaćih radnika iz inostranstva i većem realnom raspoloživom dohotku, Bosna i Hercegovina je u 2015. godini uspjela da održi stabilnu privatnu potrošnju. Naredne godine, Vlada Bosne i Hercegovina je predstavila Program ekonomskih reformi za period 2016-2018. godina. Ovim programom planirano je značajno smanjenje državne potrošnje. Privatna potrošnja u BiH bila je viša zahvaljujući sve većem prilivu doznaka domaćih radnika iz inostranstva, koje su činile oko 8% BDPa i koje su pružile važnu finansijsku pomoć mnogim domaćinstvima sa niskim prihodima.

Što se tiče crnogorske privrede u 2013. godini činila je struktura državne potrošnje, posebno nedovoljno finansiran penzioni sistem kao i previsoke plate u javnom sektoru. Pored toga, veoma loši uslovi na tržištu rada doprinijeli su tome da ova privreda te godine doživi pad privatne potrošnje. Struktura državne potrošnje Crne Gore ostala je problematična i u 2017. godini kada je njen najveći dio išao na zarade u javnom sektoru i izdatke za socijalno osiguranje. Crna Gora je u 2020. godini ostvarila rekordno visoku državnu potrošnju u odnosu na BDP. Razlog za to jeste činjenica da je crnogorska privreda, koja velikim dijelom zavisi od turizma, bila među teže pogođenim nakon početka pandemije COVID-19, što je zahtjevalo i srazmjerno veliku količinu državne pomoći privredi. Kako bi smanjila fiskalni deficit.

U Sjevernoj Makedoniji, Vlada je u 2011. godini smanjila državnu potrošnju, posebno na investicije kao i na dobra i usluge. Ipak, kapitalna ulaganja porasla su 15,5 odsto u odnosu na 2010. godinu, u skladu sa ciljem vlasti da podstakne razvoj infrastrukture.

Privatna potrošnja činila je veoma značajan faktor u oživljavanju makedonske privredne aktivnosti u 2014. godini. Pored toga, ova zemlja je na početku 2019. uvela značajne reforme penzionog sistema što je trebalo da utiče na smanjenje državne potrošnje.

Srbija bilježi pad privatne potrošnje u 2011. godini. Pored toga, u drugoj polovini 2014. godine kreće se sa fiskalnom konsolidacijom, pri čemu su glavne fiskalne mjere bile smanjivanje plata u javnom sektoru za 10% kao i progresivno smanjivanje penzija, što je značajno smanjilo državnu potrošnju. U 2018. godini Srbija ostvaruje solidan fiskalni rezultat, pri čemu je umjerena državna potrošnja dovela do blagog suficita u budžetu i smanjenja javnog duga. Fiskalni paket iz 2020. godine usmjeren na ublažavanje negativnih efekata krize COVID-19 na privredu bio je jedan od najvećih u regionu. Njegova glavna namjena bila je pružanje neophodne podrške domaćinstvima i preduzećima, kao i veće potrošnje za zdravstvo.

C. Javni dug

Javni dug ili dug države predstavlja ukupni dug koji vlada jedne države u određenom vremenskom trenutku duguje povjeriocima (Pjanić et al., 2020).

Tabela 3. Javni dug (% BDP-a)

Država	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Albanija	59,4	62,1	70,4	72,0	73,7	73,3	71,9	69,5	67,8	76,0
Bosna i Hercegovina	39,6	42,2	42,5	45,9	45,5	44,1	39,2	34,3	32,4	38,3
Crna Gora	48,6	56,9	58,7	63,4	68,8	66,4	66,2	71,9	78,7	108,8
Severna Makedonija	27,7	33,7	34,0	38,0	38,1	39,8	39,4	40,4	40,6	51,2
Srbija	43,9	54,4	57,5	67,5	71,2	68,8	58,6	54,4	52,8	58,4

Izvor: Međunarodni monetarni fond, 2021.

Analizom podataka iz Tabele 3. doći ćemo do sljedećih podataka zemalja Zapadnog Balkana.

Javni dug u Albaniji je u 2012. godini prešao granicu od 60% BDP-a. Uprkos činjenici da je Vlada uvela mjere štednje (2010-2011), fiskalni deficiti nagomilani u cilju suzbijanja negativnih efekata svjetske finansijske krize iz 2008. godine, nestašica energije u drugoj polovini 2012. godine i odlaganje započetih privatizacija dovelo je do rasta javnog duga. Iako je Albanija u 2017. godini uspjela da smanji nivo javnog duga u odnosu na BDP, struktura javnog duga nije bila povoljna s obzirom na rok dospelja duga kao i nedovoljnu diverzifikaciju povjerilaca. Fiskalni paket namijenjen ublažavanju negativnih efekata pandemije u 2020. godini povećao je javni dug Albanije na skoro 80 odsto BDP-a, što se prvi put desilo od 2017. godine, s obzirom da fiskalno pravilo nalaže da bi odnos duga prema BDP-u trebalo da opada iz godine u godinu.

Što se tiče Bosne i Hercegovine, odnos javnog duga prema BDP-u u 2013. godini bio je relativno umjeren. Međutim, trend rasta javnog duga kao i problemi vezani za njegovo finansiranje predstavljali su izvor makroekonomskih nestabilnosti. U 2018. godini Bosna i Hercegovina je uspjela da značajno smanji svoj javni dug zahvaljujući većem primarnom fiskalnom suficitu i rastu u autputu.

Međutim, postoji značajna razlika u nivoima zaduživanja između dva entiteta u BiH jer se Republika Srpska suočavala sa daleko većim stopama javnog duga nego Federacija BiH.

Usporavanje privredne ekspanzije u Crnoj Gori u 2011. godini brzo je budžetske suficite pretvorilo u velike deficite, što je dovelo do toga da javni dug poraste više od dva puta u nominalnim iznosima. Smanjivanje javnog duga i postizanje fiskalne stabilnosti bili su glavni izazovi crnogorske privrede i u 2015. godini. Krajem godine, javni dug prema BDP-u prešao je granicu od 60%. Pored toga, Crna Gora, koja spada među privrede najteže pogođene krizom izazvanom pandemijom virusa COVID-19, naglo je uvećala svoj javni dug koji je na kraju 2020. godine iznosio preko 100% BDPa. Iako je i na samom početku krize Crna Gora već imala jedan od najvećih nivoa javnog duga u regionu, Vlada je bila primorana da se ponovo zadužuje kako bi na adekvatan način odgovorila na novonastalu krizu.

Sjeverna Makedonija je u 2011. godini imala najniži nivo javnog duga prema BDP-u među posmatranim privredama zemalja Zapadnog Balkana. Međutim, u strukturi javnog duga dominirale su kratkoročne državne obveznice koje su prodavane na međunarodnim tržištima što je izlagalo privredu volatilnostima inostranih tržišta. Uprkos tome što se javni dug Sjeverne Makedonije značajno uvećao u periodu od 2008. godine do kraja 2016. godine, njegova struktura postala je povoljnija. Prosječan rok dospelosti državnih hartija od vrijednosti uvećan je sa manje od 12 mjeseci u 2011. godini na više od 5 godina u 2016. godini. Javni dug i dug koji garantuje država povećan je u 2020. godini jer je Vlada morala da poveća zaduživanje zbog finansiranja rastućeg deficita i otplate dospjelih obaveza.

Slabe institucije i velike fiskalne neravnoteže dovele su 2014. godine do naglog rasta javnog duga u Srbiji. Pored toga, Srbija je iste godine teško pogođena poplavama što je izvršilo dodatani pritisak na javni dug zbog čega je Vlada krajem godine otpočela sa fiskalnom konsolidacijom. Uspješno sprovedena fiskalna konsolidacija dovela je javni dug u Srbiji u 2019. godini na najniži nivo od 2012. godine. Međutim, struktura javnog duga nije bila povoljna s obzirom da je veliki udio činio dug denominiran u stranoj valuti kao i dug čiji su vlasnici nerezidenti. Veliki program fiskalnih mjera koji su iznosili blizu 13 procenata BDP-a u 2020. godini pomogao je da recesija izazvana pandemijom COVID-19 u Srbiji ostane relativno blaga.

D. Stopa nezaposlenosti

Stopa nezaposlenosti predstavlja udio nezaposlenih u kontingentu radne snage odnosno aktivnog stanovništva (koje čine zaposlena i nezaposlena lica).

Tabela 4. Stopa nezaposlenosti (% aktivnog stanovništva)

Država	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Albanija	13.5	13.4	15.9	18.1	17.2	15.4	13.6	12.3	11.5	*
Bosna i Hercegovina	27.6	28.0	27.5	27.5	27.7	25.4	20.5	18.4	15.7	15.9
Crna Gora	19.7	20.0	19.5	18.0	17.5	17.7	16.1	15.2	15.1	17.9
Severna Makedonija	31.4	31.0	29.0	28.0	26.1	23.7	22.4	20.7	17.3	17.2
Srbija	23.0	24.0	22.2	19.2	17.7	15.3	13.5	12.7	10.4	9.0

Izvor: Međunarodna organizacija rada, 2021.

Analizom podataka iz Tabele 4. doći ćemo do sljedećih podataka zemalja Zapadnog Balkana.

Uslovi na tržištu rada u Albaniji su se popravili u 2012. godini u odnosu na prethodnu godinu što je dovelo do blagog pada nezaposlenost. Međutim, statistika tržišta rada bila je u velikoj mjeri iskrivljena zbog značajnog udjela neformalnog sektora odnosno sive ekonomije. Solidan privredni rast doveo je do smanjenja stope nezaposlenosti u 2018. godini, pri čemu su albanska privreda i tržište rada nastavili da se transformišu u pravcu sve manjeg udjela poljoprivrede i sve veće orijentacije ka uslugama. Kao posljedica pandemije, nezaposlenost je u drugom kvartalu 2020. godine porasla na 11,9 odsto. Međutim, nakon ukidanja mjera fizičke distance turizam i građevina djelimično su apsorbirali gubitak radnih mjesta u proizvodnji. (Pjanić, M., Milenković, N., Andrašić, J., Kalaš, B., & Mirović, V. 2020).

Bosna i Hercegovina u periodu 2011-2016. godina bilježi veoma visoku stopu nezaposlenosti, koja se kretala iznad 25%. Uprkos blagom povećanju zaposlenosti u sektoru građevinarstva, javni sektor je i dalje činio najveći udio u kontingentu radne snage (27%). Nezaposlenost je ostala relativno visoka i u 2017. godini i to najviše među mladim stanovništvom, a kao rezultat pada u produktivnosti radne snage koja je usljedila nakon svjetske finansijske krize kao i konstantna emigracija, najviše mladog i obrazovanog stanovništva. Pod uticajem pandemije COVID-19, došlo je do porasta nezaposlenosti u drugoj polovini 2020. godine. Međutim, dublji negativni efekti na tržište rada spriječeni su subvencionisanjem zarada i drugim političkim mjerama usmjerenim na pogođene sektore.

Stopa nezaposlenosti u Crnoj Gori u prvih nekoliko analiziranih godina kretala se uglavnom oko 19%. Tržište rada karakterisala je i veoma niska pokretljivost radne snage, rigidnosti na tržištu rada i neusklađenost vještina koje poslodavci traže i onih koje radnici posjeduju. Međutim, privredni rast, reforma podsticajnih mjera za majke i veći nivo podrške mladima koji su nezaposleni unaprijedilo je okolnosti na tržištu rada u Crnoj Gori do 2019. godine. Pod uticajem pandemije, stopa zaposlenosti se spustila na najniži nivo u posljednjih devet godina, pri čemu su sektori turizma, građevinarstva i trgovine najteže pogođeni. S druge strane, nezaposlenost je porasla za 13 odsto. Subvencije za plate i jednokratni novčani transferi pomogli su da se izbjegnu još veća otpuštanja i povećanje siromaštva.

Sjeverna Makedonija je 2011. godine imala najveću stopu nezaposlenosti od svih posmatranih privreda i ona je obuhvatala skoro trećinu aktivnog stanovništva. Uprkos činjenici da je smanjila stopu nezaposlenosti sa 37% u protekloj deceniji, visoka nezaposlenost ostala je hronični problem makedonske privrede. Sjeverna Makedonija je u 2016. zabilježila značajan pad stope nezaposlenosti tako da je ona na kraju te godine bila za skoro 7 procentnih poena niža nego u 2011. godini. Ovo je postignuto zahvaljujući rastu zaposlenosti u sektorima građevinarstva, javnom sektoru kao i sektoru usluga. Uprkos razornim uticajima pandemije COVID-19 stopa nezaposlenosti u 2020. godini ostala je uglavnom nepromijenjena, uglavnom zbog sve većeg broja ljudi na tržištu rada. Stopa aktivnosti na tržištu rada Sjeverne Makedonije pala je za 0,8 procentnih poena na 56,4 odsto, što predstavlja najniži nivo od 2008. godine.

Hronično odlaganje strukturnih reformi ugrozilo je konkurentnost srpske privrede što je doprinelo da Srbija u 2014. godini ima veoma visoku stopu nezaposlenosti. Pored toga, struktura tržišta rada bila je izrazito nepovoljna s obzirom da je 1/5 zaposlenih radila u poljoprivredi a 1/3 u javnom sektoru. Međutim, zahvaljujući sve većem prilivu stranih direktnih investicija posljednjih nekoliko godina, struktura zaposlenosti u Srbiji se značajno poboljšala. Zbog toga je tržište rada pokazalo izvjesnu otpornost na krizu izazvanu pandemijom virusa COVID-19 i stopa nezaposlenosti u 2020. godini bila je na relativno niskom nivou. Međutim, nezaposlenost kod mladih je značajno porasla tako da je u četvrtom kvartalu 2020. godine dostigla 32,4% što je njen najviši nivo još od 2018. godine.

ZAKLJUČAK

Ovaj rad je bio fokusiran na analizi makroekonomskih indikatora kao što su: analiza rasta realnog BDP-a, državna i privatna potrošnja, javni dug, stopa nezaposlenosti i predstavlja važan način mjerenja privrednih performansi zemalja Zapadnog Balkana. Kada je riječ o indikatorima koji u najvećoj mjeri iskazuju nivo i rast životnog standarda jedne države poput rasta realnog BDP-a i stope nezaposlenosti, u proteklih 10 godina zemlje Zapadnog Balkana uglavnom nisu ostvarile rezultate koji bi ih značajno približili životnom standardu Evropske unije.

S obzirom da su, kada je riječ o rastu realnog BDP-a, u posmatranom periodu ove privrede rasle po prosječnoj godišnjoj stopi od svega 1,6% dok je prosječna stopa nezaposlenosti bila oko 20%, onda nije veliko iznenađenje da je u 2020. godini prosječan BDP per capita sa uračunatom kupovnom moći (PPP) za analizirane zemlje tek na 38% prosjeka Evropske unije.

Zaposlenost radno sposobnog stanovništva jedno je od ključnih pitanja u zemljama Zapadnog Balkana i njen finansijski sistem. Pored nivoa bruto domaćeg proizvoda, ovo je sigurno najpouzdaniji indikator efikasnosti jedne privrede, pa i društva u cjelini. Što se tiče međunarodne trgovine, uprkos činjenici da su analizirane privrede u svakoj od posmatranih godina bilježile trgovinski deficit, to ne mora nužno negativno uticati na privredni razvoj. Kada je riječ o javnom dugu i državnoj i privatnoj potrošnji, stanje je bilo promjenljivo za većinu posmatranih ekonomija ali pandemija COVID19 donosi nove izazove i na ovim poljima. Prije svega, izuzetno visok nivo državne potrošnje finansiran zaduživanjem kako bi se suzbili efekti pandemije može potencijalno dovesti nivo javnog duga iznad granice održivosti što je slučaj u Crnoj Gori.

Ukoliko se ovakav trend nastavi, nije isključeno da će u većini zemalja Zapadnog Balkana biti potrebna nova fiskalna konsolidacija koja značajno može da ugrozi već ionako slabu perspektivu rasta, kao i da onemogućiti ovim privredama brži napredak i razvoj, što će nesumnjivo dovesti u pitanje i njihovo članstvo u Evropskoj uniji.

Zbog toga je veoma važno da kreatori ekonomske politike u svim zemljama Zapadnog Balkana, u skladu sa različitim scenarijima dešavanja na globalnom nivou, razviju nekoliko alternativa ekonomske politike i mjera za ublažavanje posljedica krize. Bez jasno definisanih smjernica i dobro vođene ekonomske politike, realno je očekivati da oporavak ovih privreda ide znatno sporije nego što je to prvobitno prognozirano.

LITERATURA

1. Agencija za statistiku Bosne i Hercegovine. 2021. www.bhas.gov.ba/?lang=sr (pristupljeno 30. septembra 2021).
2. Domazet, I., Marjanović, D., & Stošić, I. (2018). Attractiveness of the domicile economy through tax incentives. *Ekonomika preduzeća*, 65 (7-8), 434-445.
3. Dossche, M., Forsells, M., Rossi, L., & Stoevsky, G. (2018). Private consumption and its drivers in the current economic expansion. *Economic Bulletin Articles*, 5.
4. Fontanari, C., Palumbo, A., & Salvatori, C. (2020). Potential Output in Theory and Practice: A Revision and Update of Okun's Original Method. *Structural Change and Economic Dynamics*, 54, 247-266.
5. Marjanović, D., & Domazet, I. (2021). Foreign Direct Investments: A Key Factor for Business Globalization. In Bayar, Y. (Eds.) *Institutional, Economic, And Social Impacts of Globalization and Liberalization*, 96-116. Hershey: IGI Global.
6. Marjanović, D. & Đukić, M. (2020). Western Balkan Countries as an Attractive Investment Destination. *Economic Analysis*, 53 (2), 109-120.
7. Panizza, U. (2008). *Domestic and external public debt in developing countries*. Discussion Paper No. 188. UNCTAD.
8. Pjanić, M., Milenković, N., Andrašić, J., Kalaš, B., & Mirović, V. (2020). Public debt's predictors in EU: evidence from members and non-members of European Monetary Union. *Economic Research*, 33.
9. Republički zavod za statistiku Srbije. 2021. www.stat.gov.rs/sr-Latn/ (pristupljeno 29. septembra 2021).
10. Uprava za statistiku. 2021. www.monstat.org/cg/ (pristupljeno 28. septembra 2021).
11. The State Statistical Office – Republic of North Macedonia. 2021. www.stat.gov.mk/Default_en.aspx (pristupljeno 29. septembra 2021).

STRUKTURA LIGJORE E “SHPËRLARJES SË PARAVE DHE KONTRIBUTEVE TJERA NGA VEPRA PENALE E FINANCIMIT TË TERRORIZMIT” E PRODUKTEVE TË VEPRËS PENALE SI VEPËR PENALE NË REPUBLIKËN E MAQEDONISË VERIORE

Dr. sc. Mitasin Beqiri

Ligjërues në Universitetin FON Shkup

Abstract

The paper, the legal structure of Money Laundering and other contributions from the criminal offense of financing terrorism and its products as a criminal offense in the Republic of North Macedonia, presents a study in the legal-criminal aspect of the occurrence or phenomenon of money laundering and the products of the crime criminal or criminal activity in a comparative perspective rather in the legal aspect. The paper begins with an overview of the Legal Regulation of the Prevention of Money Laundering and the Financing of Terrorism

Money laundering, constituting a problem for international security and the tendency to penetrate all spheres of society, has forced international organizations and states to create legal norms and obligations to take immediate measures to criminalize, prevent and suppress money laundering. money.

The same interest protected by laws in a special way, the actions as an element of the objective side described in their definitions are similar. The criminalization and punishment of the criminal offense of money laundering is also done to protect states from organized crime and the activity of criminal organizations, which undermine legitimate economies and threaten the stability, security and sovereignty of states. The illegality of committing money laundering has an additional element that exceeds the previous crime, a profit motive designed to ensure the survival of the criminal organization, which is not always present in the previous act.

Abstrakt

Punimi struktura ligjor e Shpërlarjes së Parave dhe kontributeve tjera nga vepra penale e financimit të terrorizmi dhe produkteve të saj si vepër penale në Republikën e Maqedonisë Veriore, paraqet një studim në aspektin juridiko-penal të dukurisë apo fenomenit të shpërlarës së parave dhe produkteve të veprës penale ose veprimtarisë kriminale në një këndvështrim krahasues më tepër në aspektin ligjor. Punimi fillon me një vështrim me Rregullativën ligjore të parandalimit të shpërlarjes së parave dhe financimi të terrorizmit

Shpërlarja e parave duke përbërë një problem për sigurinë ndërkombëtare dhe tendenca për të depërtuar në të gjitha sferat e shoqërisë i ka detyruar, organizatat ndërkombëtare dhe shtetet të krijojnë norma ligjore më detyrime për të ndërmarre masa të menjëhershme për kriminalizimin, parandalimin dhe shtypjen e shpërlarjes së parave.

Të njëjtin interes të mbrojtur më ligje në mënyre të posaçme edhe veprimet si element të anës objektive të përshkruara në përkufizimet e tyre janë të ngjashme. Kriminalizimi dhe dënimi i veprës penale të shpërlarjes së parave behet edhe për të mbrojtur shtetet nga krimi i organizuar dhe veprimtaria e organizatave kriminale, të cilët minojnë ekonomitë legjitime dhe kërcënojnë stabilitetin, sigurinë dhe sovraniteti i shteteve. Paligjshmëria në kryerjen e shpërlarjes së parave ka një element shtese që tejkalon krimin e mëparshëm, një motiv fitimi i projektuar për të siguruar mbijetesën e organizatës kriminale, e cila nuk është gjithmonë i pranishëm në aktin paraprak.

Rregullativa ligjore e parandalimit të shpërlarjes së parave dhe financimi të terrorizmit

Ligji i parandalimit të shpërlarjes së parave dhe financimi të terrorizmit. Parandalimi i shpërlarjes së parave si problem juridik për herë të parë në Republikën e Maqedonisë Veriore është rregulluar me Ligjin për parandalimin e shpërlarjes së parave¹⁴. Me këtë ligj konstruktohet baza juridike e materies shpërlarjes së parave, jipen udhëzimet e para për njerëzit dhe institucionet që janë të obliguara të njëjtat t'i zbatojnë. Gjatë zbatimit të saj gjatë dy viteve të para dolën në pah disa dobësi, njëra ndër dobësitë e mëdha ishte mos harmonizimi me rregullativën ndërkombëtare. Me 20 korrik 2004 është miratuar Ligji i shpërlarjes së parave dhe kontributeve tjera si vepër penale¹⁵ i cili erdhi si rezultat i harmonizimit me rregullativen ndërkombëtare (Konventa e Vienës, Konventa e Strasburgut dhe Konventa e Palermos, udhëzimet e FATF-së dhe Urdhëresat e UE-së).

¹⁴ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 70/01

¹⁵ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 46/04

Me këtë ligj përveç që u verifikuan masat dhe ndikimi i parandalimit dhe zbulimit të shpërlarjes së parave dhe financimit të terrorizmit si novitet u inkorporuan dispozita të mbikqyrjes së zbatimit të këtyre masave dhe veprimeve. Konform këtij ligji janë miratuar edhe akte nënligjore si Rregullore për përmbajtjen dhe raportet e transaksioneve.

Nga 10 janari i vitit 2001 ne fuqi ishte Ligji për parandalimin e shpërlarjes së parave dhe kontributeve si vepër penale dhe financimin e terrorizmit¹⁶. Siç mund të shihet edhe nga titulli i tij është përfshirë edhe financimi i terrorizmit. Ky ligj është ndryshuar dhe plotësuar disa herë me më shumë akte nënligjore. Nga periudha që pason pas miratimit të këtij ligji deri në vitin 2014 janë miratuar edhe katër ligje për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit për parandalimin e shpërlarjes së parave dhe financimin e terrorizmit. Një ndër ata ishte Ndryshimi dhe plotësimi i Ligjit mbi shpërlarjen e parave¹⁷, i cili u miratua dhe hyri në fuqi me vitin 2010. Me këto ndryshime u precizuan disa obligime të institucioneve financiare dhe u formuan kushtet për miratimin e më shumë rregulloreve për formëen dhe përmbajtjen e të dhënave të cilë subjektet do të duhet t'i përcjellin deri te Drejtoria për zbulim financiar. Ndryshimet e ligjit të vitit 2008 janë sjellur edhe me vitet 2011, 2012 dhe 2014.

Sot në fuqi është Ligji mbi parandalimin e shpërlarjes së parave dhe financimin e terrorizmit¹⁸ nga 03 shtator 2014. Shkaqet e miratimit të këtij ligji respektivisht për plotësimin e kësaj rregullative ligjore imponohet nevoja e harmonizimit me standardet ndërkombëtare- udhëzimet e parandalimit të shpërlarjes së parave dhe financimin e terrorizmit të vërtetuara nga ana e FATF-së me vitin 2012 dhe për tejkalimin e dobësive të vërtetuara në kornizën e rrethit të katërt të evaluimit nga ana e MONEYVAL- it, komitetit të Këshillit të Europës. Obligimet e parashtuara me këtë ligj subjektet i zbatojnë për qëllime të parandalimit të shpërlarjes së parave të ndërlidhura me indikacione të veprave penale dhe financimit të terrorizmit. Ligji i definon kuptimin dhe nocionet e shpërlarjes së parave dhe financimin e terrorizmit, ndërsa “ nocionin e nderlidh me veprën penale” është definuar si vepër penale që gjeneron të ardhura të cilat janë objekt i trajtimit të vepres penale e shpërlarjes së parave. Konform këtij ligji janë miratuar me shumë akte nënligjore ndër ta edhe:

1. Rregullorja për përmbajtjen e raporteve që dorëzohen deri te Drejtoria për parandalimin dhe larjen e parave dhe financimin e terrorizmit¹⁹.
2. Rregullorja për përmbajtjen dhe formën e të dhënave të cilat subjektet i dorëzojnë deri te Drejtoria për parandalimin dhe larjen e parave dhe financimin e terrorizmit dhe dorëzimin e tyre në formë elektronike²⁰.
3. Rregulloren për formën dhe përmbajtjen e regjistrit numëruar të cilën e udhëheqin subjektet të cilët organizojnë punë këmbimi²¹.
4. Rregulloren për formën dhe përmbajtjen e regjistrit numëruar të cilën e udhëheqin subjektet të cilët organizojnë lojrat e fatit nëpër kazino²².

Kodi Penal i Republikës së Maqedonisë Veriore (neni 273). Me nenin 273 të Kodit

Penal të Republikës së Maqedonisë Veriore²³, inkriminohet shpërlarja e parave dhe veprimet tjera si vepra penale. Shpërlarja e parave në legjislativën e RMV-së është e rregulluar në Ligjin Penal të vitit 1996, ndërsa në Kodin penal të vitit 2004 ka pësuar ndryshime rënjësore. Inkriminimi tërësisht është harmonizuar me rregullativën ndërkombëtare në vitin 2009 në drejtim të implementimit të Konventës së Vienës dhe Konventës së Palermos ku përfshihen të gjitha veprimet e lëshimit në qarkullim pranimin, ndërrimin, konverzimin, përcjelljen e të hollave si dhe shitjen, dhurimin, blerjen, pranimin e pengut ose lëshimin në qarkullim në forma të pronës ose lëndëve me qëllim që të fshihet burimi i vertete i tyre, lokacioni, lëvizja dhe pronësia.

Gjithashtu, ndryshimet e Kodit penal ridefinohen dhe caktohen nocionet të lidhura me këtë vepër penale. Me nocionin e të hollave nënkuptohen mjetet pagesore të gatshme në moneta ose të holla elektronike të cilat conform ligjit janë në qarkullim në R.M.V. dhe në diasporë. Nën nocionin e të hyrave nga veprat penale nënkuptohet çdo pasuri ose interes i fituar me ndërmjetësim ose drejtpërsëdrejti në ekzekutimin e veprës penale. Gjithashtu nën këtë nocion si të hyra nënkuptohet të hyrat si vepra penale të kryera në diasporë, me një kusht që të jetë inkriminim i dyfishtë (të jetë e paraparë në vend dhe jashtë si vepër penale në momentin e kryerjes si vepër penale).

¹⁶ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 04/08

¹⁷ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 57/10

¹⁸ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 130/14

¹⁹ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 38/09

²⁰ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 140/10

²¹ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 02/11

²² Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 02/11

²³ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 37/96

Nocioni i pronës perfshinë të hollat ose mjetet tjera të pagesës, letrat me vlerë, depozitin, pronësinë tjetër materiale ose jomateriale, sende të luajtshme ose të paluajtshme, të drejta të tjera ndaj lëndëve, ofertave si dhe dokumenteve publike dhe dokumenteve legale të pronësisë dhe aktivave në forma të shkruara ose elektronike ose instrumente me të cilat dëshmohet prona ose interesi i pronës si e tillë.

Ligji mbi policinë financiare. Neni 5 i Ligjit mbi policinë bashkëkohore²⁴ rregullon obligimet e policisë financiare si institucion që të mbledh informacione dhe të dhëna në bashkëpunim me organet tjera të ndjekjes me qëllim që të zbulohen shkelësit e ligjit që kanë qenë të kyçur në aktivitetet e shpërlarjes së parave, si dhe të zbatojnë hetuesinë për të cilat ekziston dyshimi i bazuar se është kryer një lloj i këtyre veprës penale nga personi i caktuar.

Ligji mbi Bankat. Sipas nenit 171 të Ligjit mbi Bankat²⁵ çdo bankë është e obliguar të veprojë konform rregullativës së parandalimit të shpërlarjes së parave dhe financimin e terrorizmit. Si supervisor në sistemin e parandalimit të shpërlarjes së parave paraqitet Banka Popullore e Maqedonisë Veriore.

Ligji i Procedurës Penale. Sipas nenit 142-b të Ligjit të Procedurës Penale²⁶ mund të zbatohen masa të veçanta të hetuesisë gjatë hetuesisë së veprave penale të kriminalitetit financiar siç është shpërlarja e parave. Gjithashtu sipas nenit 203-a mund të caktohet masa e sigurimit të përkohshëm të pronës ose mjeteve që kanë lidhje me veprën penale. Nën masa të sigurimit të përkohshëm të pronës ose mjeteve që kanë lidhje me veprën penale nënkuptohet ngrirja e përkohshme, konfiskimi, mbajtja e fondeve, llogaritë bankare dhe transaksionet financiare ose të hyrat e veprave penale që janë masa të zbatuara në raste të shpërlarjes së parave. Procedura që zhvillohet ndaj personave juridik është e përfshirë në këtë ligj dhe kanë pika të përbashkëta me veprat penale të shpërlarjes së parave kur si ekzekutues të tyre lajmërohen personat juridik.

Ligji i Prokurorisë publike. Neni 22 i Ligjit të prokurorisë publike²⁷ rregullon punët inter-personale në mes prokurorisë publike si organ i ndjekjes dhe institucionet tjera ndër ta edhe Policia financiare me qëllim të funksionimit të ndjekjes së veprave penale. Ndjekja e këtyre veprave penale të shpërlarjes së parave conform këtij ligji është nën kompetencën e Prokurorisë Themelore për ndjekjen e kryerësve nga sfera e kriminalitetit të organizuar dhe korrupsioni.

Ligji për Bankën Popullore të Republikës së Maqedonisë Veriore, Konform nenit 32 të Ligjit për Bankën Popullore të Republikës së Maqedonisë Veriore²⁸, Banka Popullore e RMV-së zbaton supervizionin dhe kontrollin e punës së bankave dhe kursimoreve. Në raport me masat për rregullimin e kontrollit ndaj veprave penale të shpërlarjes së parave ky ligj nuk e ka atë rëndësi dhe peshë që e kishte ligji i mëhershëm.

Ligji i zbatimit të shërbimeve të shpejta në transferin e të hollave. Zhvillimet teknologjike kanë bërë revolucion edhe në sferën e transferimit të parave si mjete pagesore, prandaj sot në formë elektronike nëpërmjet transferit të shpejtë në afat prej një ore mund të dërgohen shumë e caktuar e parave nga një vend në vendin tjetër. Pavarësisht nga transferimi nga Republika e Maqedonisë Veriore ose nga jashtë hyrja dhe dalja e mjeteve behet nëpërmjet bankës Ligji i zbatimit të shërbimeve të shpejta në transferin e të hollave²⁹ rregullon mënyrën, licencimin, mbikqyrjen dhe sanksionimin e subjekteve të cilët kryejnë transferim të shpejt të parave. Këto subjekte janë të detyruara të përgatitin program për parandalimin e shpërlarjes së parave, të përgatitin raporte mujore për transaksionet e kryera deri te Banka Popullore të cilat e kryejnë revizionin dhe të respektohen të gjitha aktet që e rregullojnë parandalimin e shpërlarjes së parave, prandaj nëse nuk ndërmirren këto aktivitete mund të ndeshen me dënime me të holla.

Ky ligj është si rezultat i afrimit të rregullativës evropiane, rregullimi i kontrolleve adekuate ndaj subjekteve që vite me radhë miren me keto aktivitete financiare të transferit të shpejtë të parave si dhe përforcimi i konkurrencës jo lojale.

Ligji mbi punët devizore. Me këtë ligj rregullohet qarkullimi pagesor me vendet tjera, puna devizore e bankave, disponimi i devizave nga ana e qytetareve si dhe nxjerrja dhe futja Brenda e denarit, letra me vlerë devizore³⁰. Me vendim të Këshillit të Bankës Popullore të RMV-së³¹ janë përshkruar kushtet nën të cilën pagesa devizore dhe llogaritë e personave të huaj mund të kryhen me të holla efektive të huaja, si dhe obligimi që të paraqiten në BP të

²⁴ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 12/14

²⁵ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 67/07 dhe 90/09

²⁶ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 150/10

²⁷ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 150/07

²⁸ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 158/10

²⁹ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 77/03

³⁰ Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 34/01

³¹ Gazeta Zyrtare e RM –se nr.42/11

RMV-së për çdo pagesë jorezidente në bankë, kërkesa, deklarata për prejardhjen e mjeteve të personit të huaj, nëse bëhet fjalë për pagesa individuale me shumë më të larta se 10000 euro në kesh, si dhe mundësinë e kërimit të lejes nga BP të RMV-së për pagesa individuale për të hollat e huaja efektive me vlerë më shumë se 50000 euro.

Duke u bazuar në dispozitat e këtij ligji nga Qeveria e Republikës së Maqedonisë Veriore është sjellur Vendim për kushtet lartësinë e vlerës së të hollave të huaja efektive dhe çeqe që mund të futen dhe nxjerren nga vendi³².

Përfundimi

Duke u bazuar në analizën e këtij punimi sa i përket aspektit krahasues të posedimit të infrastrukturës ligjore të dukurisë së shpërlarjes së parave, mundë të vijmë në përfundim se Republika e Kosovës ka arritur kënaqshëm të nxjerrë ligje të cilat dukurinë e shpërlarjes së parave e trajtojnë pothuajse njëjtë sikurse vendet e rajonit sa i përket mënyrës se kryerjes se kësaj veprë penale e cila është e sanksionuar edhe në Kodin Penal të Republikës së Maqedonisë se Veriut he në ligjin e posaçëm për Parandalimin e Shpërlarjes së Parave dhe Financimin e Terrorizimit. Ligjvënësi më rastin e aprovimit të Ligjit më për Parandalimin e Shpërlarjes së Parave dhe Financimin e Terrorizimit ka paraparë disa detaje të cilat i tejkalojnë edhe kërkesat e konventës së Vjenës dhe asaj të Palermos ku vepra penale e shpërlarjes së parave shtrihet edhe tek personat fizik të cilët me vetëdije angazhohen në veprimtari të shpërlarjes së parave dhe madje shkon përtej këtij kufiri. Elementi i dijes sipas nenit 273 i Kodit Penal është njohuria e kryerësit ("*kushdo që e ka ditur*") ose ka pasur bazë të arsyeshme për të ditur ("*ka pasur arsye për të ditur*") që pasuria që i nënshtrohet shpërlarjes përbën pasuri të fituar nga të ardhurat e krimit- dhe i vetmi detaj në rastin konkret që mendoj se duhet të rregullohet me rastin e amendamentimit të ligjeve të cilat e sanksionojnë këtë dukuri është koncepti terminologjik gjithnjë duke pas parasysh parimin e legalitetit në sistemin e drejtësisë penale. Në këtë këndvështrim krahasues Republika e Maqedonisë se Veriut ka arritur të krijoj mekanizma të rregullativës ligjore për parandalimin dhe luftimin e dukurisë së shpërlarës së parave. Por mjaftë sfidues mbetet bashkëpunimi i brendshëm i të gjithë këtyre mekanizmave dhe institucioneve të tjera sepse e gjithë aktiviteti i shpërlarës së parave në vendin tonë nuk mundë të identifikohet në bazë të memorandumëve të brendshme të disa institucioneve kompetente të cilat në radhë të parë kanë qasje indirekte në të dhënat e institucioneve kompetente, një gjë e tillë pra identifikimi më i lehtë i transaksionit të dyshimtë mundë të behët vetëm më aplikimin unik të sistemit të bazës së të dhënave në të gjitha institucionet relevante i cili sistem mendoj që duhet të jetë në gjuhën angleze edhe pse ky veprim kërkon amendamentim të Kushtetutës dhe Ligjit për Përdorimin e Gjuhëve Zyrtare të Republikës së Republikës se Maqedonisë Veriore por më të vetmin qëllim rreth mundësisë më të shpejtë të ngrirjes së fondeve të cilat janë të dyshimta.

³² Gazeta Zyrtare e RM –se nr. 128/14

Literatura

- V. Kambovski, “Kazneno pravo – opsht del” 2-ri avgust, Shtip;
S. Buxhakoski. “ E drejta penale- pjesa e pergjithshme”, Kosta Abrash, Oher;
S. Buxhakoski. “ E drejta e procedures penale- pjesa e pergjithshme”⁹ ligjerata te autorizuar FON Univerzitet. Shkup.
N. Matovski, 2003, “ kazneno procesno pravo”, 2- ri avgust, Shtip;
S. Taseva, “Perenje Pari”, Data pons, 2003
G. Trajkovski, “Sprecurvanje na perenje pari kaj finansiskite institucii”, Akademski pecat, Skopje,2003

Dokumentet:

1. Kushtetuta e Republikës së Maqedonisë nr 52/ 1991, Shkup;
2. Kodi Penal Gazeta zyrtare e R.M –se nr. 37, Shkup
3. Ligji i procedurës penale gazeta zyrtare e R.M-ss nr. 150/2010, Shkup
4. Ligji për parandalimin e shpsrlarjes ss parave, Gazeta zyrtare 70/2001, Shkup;
5. Ligji psr parandalimin e shpsrlarjes së parave dhe të hyrave tjera nga veprat penale, gazeta zyrtare nr. 46/2004, Shkup.
6. Ligji për parandalimin e shpërlarjes së parave dhe kontributeve tjera dhe financimi i terrorizmit gazeta zyrtare nr. 130/2014, Shkup.
7. Ligji për parandalimin e shpërlarjes së parave dhe financimi i terrorizmit. Gazeta zyrtare nr. 130/20, Shkup.
8. Ligji për parandalimin e shpërlarjes së parave dhe kontributeve tjera dhe financimi i terrorizmit, Gazeta zyrtare nr. 04/2008, Shkup.
9. Ligji mbi Policinë financiare, Gazeta zyrtare e R.M-së, nr.12/2014;
10. Ligji mbi Prokurorinë publike, Gazeta zyrtare e R.M-së nr. 150/2007;
11. Ligji mbi Bankat, gazeta zyrtare e R.M-se nr. 67/2007 dhe 90/2009
12. Ligji mbi Bankën Popullore të RMV-së, gazeta zyrtare e R.M-së nr.158/2010;
13. Ligji mbi kryerjen e shërbimeve të shpejta transfer të parave, Gazeta zyrtare e R.M-së nr.77/2003;
14. Ligji mbi punët devizore, Gazeta zyrtare e R.M-se nr.34/2001

AFTËSITË TEKNIKE DHE NDËRPERSONALE NË APLIKIMIN E SISTEMEVE TË INOVACIONIT TEK BIZNESET ELEKTRONIKE

Autor: Prof. Ass. Dr. Hazir HAJDARI³³

& Prof. Ass. Dr. Besnik HAJDARI³⁴

E-mail: hazir.hajdari@kolegibiznesi.com; E-mail: besnik.hajdari@umib.net

ABSTRACT

Today, perhaps more than ever, the analysis of the interrelationships that exist between the consumer, the enterprise, and the society constitutes the basis of success, therefore marketing is the main essence for the success of an enterprise. While working on this topic, I elaborated on important information that helps raise awareness and knowledge about marketing, and the importance it has for building a company's success. During this topic, you will have the opportunity to gain knowledge about marketing as a concept, the importance of marketing in raising the success of a company, and the types of marketing. Electronic marketing is of great importance, which is mostly used by companies for the sale of production machinery, and it is the main essence for achieving success since the customer is also informed about the products offered by the company. Nowadays, technology has almost reached the peak of accessibility, and now even the customer can be informed about the products and prices offered in the market.

Keywords: internet, advertising, legal business, businesses, consumer, sale.

ABSTRAKT

Sot ndoshta më tepër se kurrë analiza e lidhjeve të ndërsjellta që ekzistojnë midis konsumatorit, ndërmarrjes, shoqërisë përbën bazën e suksesit, prandaj edhe marketingu është thelbi kryesor për suksesin e një ndërmarrjeje. Gjatë punimit të kësaj teme kam shtjelluar informacione të rëndësishme të cilat ndihmojnë në ngritjen e vetëdijes dhe njohurive për marketingun, dhe rëndësinë që ka për ndërtimin e suksesit të një kompanie. Gjatë kësaj teme do të keni mundësi të përfitoni njohuri për marketingun si koncept, rëndësinë e marketingut në ngritjen e suksesit të një firme, llojet e marketingut. Rëndësi të madhe ka marketingu elektronik, i cili përdoret më së shumti nga firmat për shitjen e makinerive prodhuese, e që është thelbi kryesor për arritjen e suksesit, pasi edhe klienti është i informuar për produktet që ofron firma. Në ditët e sotme teknologjia ka arritur pothuajse kulmin e arritshmerisë, dhe tashmë edhe klienti mund të jetë i informuar për produktet dhe çmimet që ofrohen në treg .

Keywords: internet, advertising, legal business, businesses, consumer, sale.

Hyrje

Mbi të gjitha mund të themi se marketingu është një mjet, por një mjet kritik për të tërhequr klientë të rinj, për të tërhequr vëmendjen e tyre në produktet dhe shërbimet e një ndërmarrjeje si dhe për të ndërtuar themelet e marrëdhënieve që do të zgjasin. Marketingu ndihmon në vendosjen e avantazhit konkurrues dhe si rezultat të rrisni shitjet.

³³ Fakulteti I Shkencave Kompjuterike, Kolegji BIZNESI, Prishtine - Kosove

³⁴ Fakulteti I Inxhinierise Mekanike dhe Kompjuterike, Universiteti "Isa Boletini" Mitrovce - Kosove

Marketingu është një aspekt thelbësor i biznesit tuaj i cili kërkon hulumtime të shumta, kërkon kohë, nevojitet planifikim dhe kërkojnë alokime të mjeteve financiare.

Si koncept marketingu është një filozofi, qasja juaj ndaj marketingut do të paracakttojë teknikat tuaja të shitjes, kështu që komunikimi dhe bashkëpunimi brenda ekipit tuaj është kritik. Marketingu nuk është një punë e cila mund të bëhet vetëm, secili në ekipin tuaj duhet të ketë përgjegjësitë e caktuar për kampanjat e caktuara.

Për shkak se sukcesi i marketingut është i mbështetur tërësisht në tërheqjen e vëmendjes së konsumatorit dhe ndërtimin e marrëdhënieve afatgjata, atëherë që nga shërbyesi i vijës së parë e deri tek shërbyesi i fundit duhet të jenë të vetëdijshëm për kampanjën si dhe të kuptojnë rolin dhe përgjegjësinë përgjatë gjithë kohës së kampanjës.

Marketingu përdor platformat e komunikimit dhe reklamimit për të bindur klientët që marka juaj, përfshirë produktet dhe shërbimet tuaja, janë pikërisht ato që u nevojiten. Mirëpo, çështja është se ju duhet të përfshini çdo aspekt të strategjisë tuaj të marketingut, dhe jo vetëm reklamimin e produktit, ju si ekip duhet të përqendrohni në plotësimin e nevojave aktuale dhe ato të ardhshme të klientit. Nëse klienti ka ardhur pasi ka dëgjuar për kampanjën e juaj dhe më vonë është kthyer i zhgënjyer tërësisht për shkak të shërbimit të dobët nga stafi juaj, atëherë jo vetëm se ju ka shkuar huq investimi por keni krijuar disa klientë të pakënaqur në të njëjtën kohë

Konceptet zbatuese dhe aplikimi i biznesit elektronik

Definimi i biznesit elektronik - Shprehjen “Biznes Elektronik”, e përdori për herë të parë kompania “IBM” në vitin 1997 me qëllim që të bëhej dallimi në mes të shprehjes “tregti elektronike”.

Biznesi elektronik - paraqet afarizmin në të cilin transaksionet ekonomike realizohen në mënyrë elektronike dhe njihet me emrin afarizëm elektronik ose biznes elektronik, i cili realizohet me ndihmën e teknologjisë informatike dhe të internetit.

Autori Panian - thotë se biznesi elektronik është forma bashkëkohore e organizimit, e cila në masë të madhe varet nga përdorimi i teknologjisë informatike dhe mbështetja e sistemeve informatike.

Spremic - thotë se shprehja biznes elektronik paraqet një koncept gjithëpërfshirës, përmes të cilit lidhen dhe digjitalizohen të gjitha aktivitetet afariste që nga zhvillimi i produkteve e deri te menaxhmenti dhe administrata.

Nga aspekti i komunikimit - biznesi elektronik nënkupton dërgimin e informatave, produkteve, shërbimeve të pagesave përmes telefonit ose rrjetave kompjuterike etj.

Nga aspekti i afarizmit - biznesi elektronik nënkupton përdorimin e teknologjisë digjitale në proceset e automatizuara afariste.³⁵

³⁵ Banka dhe afarizem bankar –Dr Gazmend Luboteni, Prishtinë 2013

Nga aspekti i shërbimeve - biznesi elektronik paraqet një vegël, e cila shfrytëzuesve të shërbimeve u siguron të dhëna më të shpejta lidhur me ofertën e produkteve dhe shërbimeve.

Nga aspekti i perspektivës online - biznesi elektronik siguron mundësinë e blerjes dhe shitjes së produkteve dhe informatave përmes internetit dhe serviseve tjera online.

Arsyet e aplikimit të biznesit elektronik në kompanitë në ekonominë e diturisë janë:

- Shfrytëzimi sa më i mirë i resurseve afariste në dispozicion,
- Sigurimin e pozitës më të mirë konkurruese në treg,
- Dëshira për rezultate sa më të mira afarise dhe financiare etj.

Profesionet që janë ndërlidhur me biznesin elektronik si formë e afarizmit bashkëkohor janë:

- konsulent tregtar,
- zhvillues i aplikacioneve,
- broker,
- web-dizajner,
- menaxher i prodhimit,
- programer etj.

4.1. Fazat e ndikimit të internetit në zhvillimin e biznesit elektronik

Broshurat elektronike përfshijnë periudhën 1993 - 1996, kur për herë të parë u krijuan ëeb- faqet dhe u mundësua publikimi në distancë i informatave lidhur me ndërmarrjen, andaj ndërmarrjet e kishin kuptuar se duhet t'i ndajnë dokumentet e ndryshme me klientë, furnizues dhe partnerë afaristë, duke përdorur postën elektronike ose FTP. 2.

Biznesi elektronik filloi në vitin 1996, kur kompania Amazon.com filloi të sjellë në internet industrinë e librave elektronikë, duke mundësuar prezantimin e katalogjeve dhe broshurave në mënyrë elektronike, kryerjen e pagesave etj, dhe është modë e biznesit një shitës me shumë shitës ose një me shumë.

Prokurimi elektronik filloi në vitin 1998 me qëllim të zvogëlimit të shpenzimeve indirekte zyrtare, të cilat ishin të larta. Prokurimi elektronik është model i biznesit shumë me shumë.

Tregu elektronik filloi në vitin 2000 dhe paraqet një vend ku zhvillohet tregtia me ndonjë produkt ose shërbim apo kryhet ndonjë transaksion afarist dhe është model i biznesit me shumë shitës me shumë blerës.

Ekosistemet dinamike paraqesin bashkëpunimin e disa tregjeve industriale, ku ndërmarrjet veprojnë direkt njëra me tjetrën pa ndërmjetësimin e serverit qëndror.

Mënyrat e transformimit të biznesit klasik në biznes elektronik

Teknologjia e internetit dhe biznesi elektronik mund të aplikohen në sisteme afariste në shumë mënyra, dhe transformimi i afarizmit nga afarizmi klasik në afarizëm elektronik mund të bëhet në disa mënyra. Ato janë:

Përparimi i procesit elektronik - paraqet një proces, i cili nënkupton përmirësimin e procesit afarist ekzistues. Këtu kemi të bëjmë me një proces transformues stabil me të cilin kompania nuk i nënshtrohet ndonjë rreziku të madh, por ka për qëllim të përcillen ndryshimet në treg dhe rrethinën afariste të informatizuar.

Riinxhinieringu i procesit afarist - nënkupton një qasje sistematike me qëllim të ndryshimit rrënjësor të proceseve kryesore afariste në organizatë, si dhe përkrahjen e proceseve afariste bazë. Riinxhinieringu i procesit afarist ka të bëjë me ridefinimin dhe ridizajnimin rrënjësor të procesit afarist në një organizatë, i cili nuk ka për qëllim vetëm modifikimin dhe ndërmarrjen e veprimeve parciale në riorganizimin e proceseve ekzistuese afariste, por parasëgjithash nënkupton përmirësimin e parametrave kyç të afarizmit siç janë: shpenzimet, kreativiteti, shpejtësia etj.

Riinxhinieringu i procesit nënkupton - Ndryshime bazike rrënjësore në aktivitete afariste, sjell ndryshime kualitative në procesin afarist dhe orientohet në procese dhe aktivitete të cilat synojnë shndërrimin e madhësive hyrëse në madhësi dalëse.

Inovacioni i modelit afarist paraqet një metodë të riinxhinieringut të procesit afarist, e cila është e lidhur ngushtë me strategjinë e afarizmit. Përmes këtij koncepti, synohet të arrihen suksese në transformimin e atyre proceseve afariste në organizatë, të cilat nuk kanë dhënë rezultate me aplikimin e teknikave të përmendura të afarizmit klasik.

Aplikacionet kyçe për zhvillimin e biznesit në mënyrë elektronike:

Posta me zë - është një sistem i cili digjitalizon porosinë e dhëna me zë dhe i transmeton ato nëpër rrjeta duke i vendosur në disqe për lexim të mëvonshëm. **Fax makina** - mundëson dërgimin e teksteve dhe paraqitjeve grafike përmes linjës telefonike, ku makina bën skanimin e dokumentit duke mundësuar digjitalizim e tij.

Telekonferencat - ofrojnë mundësinë në pjesëmarrjen në diskutim përmes linjës telefonike ose softverit të postës elektronike për komunikim në grup.

Data konferencat - ofrojnë mundësinë që dy ose më shumë individë në lokacione të ndryshme të punojnë në dokumentin e njëjtë ose të përdorin të dhëna të njëjta.

Videokonferencat - paraqesin telekonferencat në të cilat pjesëmarrësit e shohin njëri-tjetrin përmes ekranit.

4.2 Këmbimi elektronik i të dhënave

Këmbimi elektronik definohet si këmbim i të dhënave të strukturuar ndërmjet kompjuterëve të sistemeve informatike të kompanive në mënyrë elektronike pa ndërhyrje manuale dhe me ndihmën e standardeve në forma të definuara më parë.

Sipas autorëve Bocij, Chaffey, Greasley dhe Hickie - këmbimi elektronik i të dhënave nënkupton këmbimin e të dhënave të strukturuar në mënyrë elektronike midis kompjuterëve të dy apo më shumë ndërmarrjeve, me qëllim të kryerjes së transaksioneve afariste siç janë: dokumentet, faturat, llogaritë etj. Këmbimi elektronik i të dhënave mund të bëhet nëse posedojnë me standarde të cilat i mundësojnë transportimin e të dhënave nga dërguesi te marrës, me softver i cili bën të mundur konverzionin dhe përmes medimeve komunikuese për transmetimin e porosisë nëpërmjet rrjetit publik dhe privat.

Infrastruktura e biznesit elektronik

Nënkupton sigurimin e parakushteve teknologjike dhe predispozitive ligjore. Infrastruktura teknologjike përfshinë serverët, klientët dhe rrjetin sistemor dhe operativ, ndërsa predispozitat ligjore kanë bërë të mundur zhvillimin pa pengesë të biznesit elektronik.

Përparësitë e biznesit elektronik

Arsyeshmëria ekonomike - paraqet mundësitë e biznesit elektronik, i cili krijon forcë të afarizmit bashkëkohor për rritjen e shansave të qëndrueshmërisë në treg, respektivisht lidhjen elektronike të pjesëve të ndërmarrjes dhe integrimin e jashtëm me partnerë afaristë.

Arsyeshmëria teknologjike - ka të bëjë me përdorimin e teknologjisë informatike dhe komunikuese për digjitalizimin e medimeve të ndryshme siç janë zëri, teksti, fotografia. Sipas Turban, ndërmarrjet nga biznesi elektronik sigurojnë shpenzime të ulëta administrative, shpenzime të ulëta të krijimit, mbledhjes, përpunimit, mundësinë e zvogëlimit të produkteve të gatshme etj.

Konsumatorët- nga biznesi elektronik kanë përparësi: plotësimin e nevojave të tyre në çdo kohë 24/7, të zgjedhin prodhuesin, produktin, ndërmjetësuesit etj. **Shoqëria** - nga biznesi elektronik ka dobi në zhvillimin virtual të afarizmit, ulë çmimin e produkteve dhe shërbimeve, mundëson mësim në distancë etj.

Rreziqet e biznesit elektronik janë - humbjet fizike për shkak të mashtrimeve, përgjimi, infiltrimi në sistem, ndryshimi i të dhënave, përdorimi i paautorizuar i resurseve, tejkalimi i autorizimeve, refuzimi i ofrimit të shërbimeve, humbja e punës për shkak të problemeve me server, rreziku nga virusët etj.

Siguria e biznesit elektronik - nënkupton kombinimin e teknologjisë, të masave dhe veprimeve të cilat duhet të ndërmerren për të mbrojtur të dhënat dhe informatat nga qasja e paautorizuar.

Kriptografia - paraqet shifrimin e porosisë së kuptueshme në porosi të pakuptueshme dhe bëhet me ndihmën e çelësit dhe të mekanizmit për shifrim. Çelësi mund të jetë publik dhe i fshehtë.

Deshifrimi - paraqet procesin e kundërt me shifrimin, pra paraqet një funksion matematikor, përmes të cilit transformohet porosia e shifruar më parë.

Autenticiteti - nënkupton vërtetimin e identitetit me të cilin paraqitet shfrytëzuesi. Kjo arrihet përmes PIN-it, fjalës kaluese etj.

Integriteti i të dhënave - nënkupton mbrojtjen e të dhënave ose instalimin e serverit të sigurisë, i cili shfrytëzon protokolet për siguri të të dhënave SSL.

Format e biznesit elektronik janë:

- tregtia elektronike,
- marketingu elektronik,
- qeverisja elektronike,
- afarizmi bankar elektronik etj.

Shpërndarja elektronike e diturisë dhe shërbimeve bëhet përmes principit online, ku shfrytëzuesi kyqet në ëeb-faqe të ndonjë institucioni arsimor dhe zhvillon interaksion për përvetësimin e programit arsimor, ndërsa shpërndarja e shërbimeve elektronike ka të bëjë me intervenimin online në programet e instaluara në kompjuterin e shfrytëzuesit të lidhur në internet.

Rezervimet elektronike- Rezervimet elektronike paraqesin një formë të biznesit elektronik, e cila u mundëson klientëve të bëjnë rezervime në hotele apo agjensi turistike.

4.3 Përparësitë dhe të metat e tregtisë elektronike

Përparësitë:

- Sigurohet evidencë e plotë dhe e saktë e të gjitha produkteve dhe çmimeve furnizuese
- Zvogëlohen shpenzimet e afarizmit dhe rritet efikasiteti dhe fleksibiliteti i punës.
- Sigurohet qasja e shpejtë në informata etj.

Të metat:

- Vështirësitë për të gjetur persona me përvojë,
- Rreziku i mashtrimeve dhe keqpërdorimeve,

- Shpenzimet e larta të marketingut,
- Mundësitë për vjedhjen e identitetit të blerësve etj.

Nga aspekti ekonomik, rreziqet e tregtisë elektronike janë: humbjet direkte financiare si pasojë e mashtrimeve, humbja e informatave të vlefshme dhe të besueshme, humbja e punëve për shkak të pamundësisë për qasje në servis, përdorimi i paautorizuar i resurseve etj.

Masat mbrojtëse të tregtisë elektronike kanë për qëllim:

- Identifikimin, autentifikimin dhe autorizimin e shfrytëzuesit,
- Mbrojtjen e internetit nga qasja e shfrytëzuesve të paautorizuar,
- Mbrojtjen me antivirus,
- Mbrojtjen e fshehtësisë së të dhënave,

4.4 Llojet e tregjeve elektronike

Kemi këto lloje të tregjeve elektronike :

Tregje elektronike horizontale - të cilat i lidhin pjesëmarrësit nga industritë e ndryshme të cilat janë të specializuara për kryerjen e ndonjë funksioni afarist dhe atë ia ofrojnë veprimtarive tjera.

Tregjet elektronike vertikale - janë ato tregje, të cilat lidhin blerësit, shitësit dhe ndërmjetësuesit dhe pjesëmarrësit tjerë në transaksionet afariste në kuadër të veprimtarisë së njëjtë.

Tregjet elektronike të krijuara nga blerësit - janë tregje me qëllim të organizimit të mirë të blerjes dhe të distribuimit të produkteve nga furnizuesit tek blerësit nëpërmjet internetit.

Tregjet elektronike të krijuara nga furnizuesit - janë tregje me qëllim të organizimit më të mirë të shitjes dhe të distribuimit të produkteve deri te blerësi.

Tregjet elektronike të pavarura, të cilat janë të organizuara nga ndërmjetësuesit e organizatave të pavarura me qëllim të realizimit të tregtisë, e cila realizohet nëpërmjet blerësve dhe shitësve.

Ndërmjetësuesit elektronik - nënkuptojnë një model të tregut, ku konsumatorët bëjnë kërkesat e tyre, kurse ndërmjetësuesit hulumtojnë oferta nga furnizuesit dhe zgjedhin ofertën e cila i përshtatet më së miri konsumatorit.

Bursat elektronike - paraqesin vendet ku bëhet blerja dhe shitja e ndonjë të mire materiale. Ekzistojnë bursat e mallërave, parave, gurëve të çmueshëm,

ndërsa bursat më të mëdha botërore janë: Bursa e Tokios, Londrës dhe Neë York-ut.

Përfundimi

Nga punimi i kesaj teme vijmë në përfundim se ndërmarrja përdor marketingun si platformë e komunikimit dhe reklamimit për të bindur klientët që marka saj, përfshirë produktet dhe shërbimet, janë pikërisht ato që u nevojiten. Mirëpo, çështja është se ju duhet të përfshini çdo aspekt të strategjisë tuaj të marketingut dhe jo vetëm reklamimin e produktit, ju si ekip duhet të përqendrohemi në plotësimin e nevojave aktuale dhe ato të ardhshme të klientit. Nëse klienti ka ardhur pasi ka dëgjuar për kampanjën e juaj dhe më vonë është kthyer i zhgënjyer tërësisht për shkak të shërbimit të dobët nga stafi juaj.

Të reklamojmë aktivitetin tonë në internet, do të thotë të identifikohemi më shpejtë dhe më shumë, do të thotë të jemi më të suksesshëm se të tjerët, do të thotë të renditemi më lartë se të tjerët në motorët kryesor të kërkimit, do të thotë të kemi një trafik më të madh vizitorësh, duke i përmbledhur të gjitha në një fjali të vetme; do të thotë që kemi gjetur portën e cila na mundëson një publicitet në masë të gjerë.

Stop reklamave marrëzishtë të shtrenjëta nëpër TV dhe Radio, tani kemi mundësinë të paguajmë më lirë dhe të arrijmë një sukses më të shpejtë. Interneti gjithmonë e më shumë po bëhet rruga kryesore e çdo aktiviteti dhe biznesi në botë.

Kompanitë kosovare duhet patjetër të bëhen pjesë e këtij komuniteti të gjerë, të përfshihen në erën e re të virtualizimit dhe teknologjisë bashkëkohore. Tani nuk është më e vështirë të hapim një biznes dhe të reklamojmë atë me sa më pak shpenzime dhe të jetë sa më fitimprurës. Nëpërmjet tij, mund të blejmë, të shesim, të tregtojmë dhe të konkurrojmë me firmat të tjera. Forma më e re dhe më e ndershme për një biznes më të sigurtë dhe të suksesshëm padyshim që sot është Marketingu Elektronik.

Rekomandime

- Një metodë e lirë dhe e gjerë e komunikimit është posta elektronike. Është një medium i lehtë dhe i qëndrueshëm. Përdoret për të dërguar mesazhe për t'u bashkuar me njerëzit duke përdorur emra dhe adresa të listuara tashmë. Ka qenë një mjet komunikimi gjithnjë në rritje brenda organizatës.
- Marketingu në internet mund të përdoret gjithashtu në një situatë tjetër - inovacionet e produktivitetit.
- Përdorimi i mediumit elektronik duhet të ndihmoj personelin e shitjeve, dhe të përshpejtojë përgjigjet në pyetjet e konsumatorit në lidhje me të dhënat e produktit, nivelet e aksioneve etj.
- Praktika e marketingut dhe shitjeve në internet do të jetë më e dobishme për marrëdhëniet biznes me biznes në të ardhmen e menjëhershme.
- Duhet të arrihet siguri më e lartë gjatë tregtisë elektronike dhe të menjahen të gjitha rreziqet.
- Sjellja e blerjes së konsumatorëve duhet të gjurmohet nga kompanitë, për të cilat krijohen baza të të dhënave në thellësi.
- Një tjetër kusht biznesi ku mund të shfrytëzohet marketing online është planifikimi i marketingut dhe mbështetja e shitjeve. Është e mundur që njerëz shtesë të përdorin këtë ndërmjetës për informacionin reklamues.

Konkluzione

- Marketingu është një disiplinë relativisht e re që është shfaqur në fillim të viteve 1900
- Komunikimi është sferë e jetës së njeriut, që ekziston pothuajse, që prej ekzistimit të vetë jetës. Komunikimi bëhet me mjete dhe forma të ndryshme, ku një ndër format më bashkëkohore të komunikimit është rrjeti global që ndryshe e quajmë INTERNET.
- Ndër shërbimet kryesore të internetit, që përdoret nga bizneset është marketingu elektronik ku me këtë nënkuptojmë reklamimin e produkteve dhe shërbimeve përmes kompjuterit.
- Në këtë punim ne kemi folur për format më të lehta dhe më të përdorura për reklamim në internet si dhe përparësitë e kësaj forme të reklamimit ndaj formave tjera të reklamimit, si në mediat e shkruara dhe ato televizive.
- Marketingu përmes internetit, ndryshe E-marketingu është marketimi i produkteve ose shërbimeve nëpërmjet internetit, i cili sjell përfitime të shumta dhe unike për marketingun, duke përfshirë koston e ulët në distribuimin e informacioneve dhe me këtë luan rolin e një mediumi ndaj audiencës globale.
- Forma më e re dhe më e ndershme për një biznes më të sigurtë dhe të suksesshëm padyshim që sot është Marketingu Elektronik.
- Interneti është një mundësi e shkëlqyeshme për bizneset që të informojnë klientët potencial për mallrat dhe shërbimet e tyre. Mënyra më efektive e përfitimit të informacioneve tek konsumatori është të kemi një web.

Literatura

- [1] Marketingu –Bardhyl ceku- Nail Reshidi
- [2] Biznesi elektronik – Dr Mihane Berisha
- [3] Adam, S., Mulye, R., Deans, K. and Palihawadana, D. (2002) “E-marketing in perspective: a three-country comparison of business use of the Internet”
- [4] Kotler, 1999 Marketing Management
- [5] Nexhmi Rexha, Bazat e Marketingut
- [6] Banka dhe afarizmi bankar –Prof. Dr. Gazmend Luboteni, Prishtinë 2013

Materiali nga internet:

<https://www.ukessays.com/essays/marketing/importance-of-electronic-marketing-in-business-today-marketing-essay>

www.wikipedia.com

<https://www.slideshare.net/fatonbajrami1/biznesi-elektronik-dr-mihane-berisha-skript>

https://www.researchgate.net/publication/299619197_Biznesi_elektronik_Ligjerata_te_authorized

https://www.academia.edu/14825346/Marketingu_elektronik_si_mjet_i_komunikimit_me_konsumatorin

**THE BANKING SECTOR AND PAYMENT SERVICES AS A FACTOR IN THE
COMPANY'S SUCCESS**
**BANKARSKI SEKTOR I USLUGE PLAĆANJA KAO FAKTOR USPJEŠNOSTI
PREDUZEĆA**

Prof.ass.dr.Hajrija Skrijelj¹, Dr.sc.Sami Mazreku², Dr.sc.Duda Balje³

(¹University "Haxhi Zeka" , ²College Tempulli, ³College AAB)

Abstract

During the last two decades, the world financial market has a continuous trend of growth and interconnection. Banks, as an important segment of the financial market, were not immune to these processes. The battle for higher profits in banking has turned into a battle for the client, of course a satisfied client. Thus, realized profit and client satisfaction became two sides of the same coin. Without satisfied clients there is no realized profit, just as without profit there are no satisfied clients. All this spoke in favor of the development of the quality of services.

Looking throughout the history of banking, banks paid very little attention to marketing. The very appearance of the banks, which were built like Greek temples, inspired awe. The interior of the banks exuded coldness and conservatism, imposing certain codes of banking behavior. All employees were always very restrained, serious and measured in their actions.

The development of banking in Kosovo has characteristics that are partly expressed in the specifics of the development of banking in countries with a market economy, and partly in the characteristics of the evolution of banking in countries in transition. Historical reasons, socio-political and socio-economic circumstances reflected both the general state of the socio-economic environment and changes in the banking sphere. The characteristics of today's banking system are: strengthening of competition, increased concentration, dominance of foreign banks (already established), reduction of interest rates (causes: competition, reduction of systemic risk). The banking sector remains the most powerful intermediary that enables domestic and foreign sources of funds to be directed towards the economy and citizens

Keywords

The characteristics of today's banking system are: strengthening of competition, increased concentration, dominance of foreign banks.

Abstract

Tokom posljednje dvije decenije, svjetsko finansijsko tržište ima kontinuirani trend rasta i međusobne povezanosti. Banke kao bitan segment finansijskog tržišta, nisu bile imune na date procese. Bitka za veći profit u bankarstvu se pretvorila u bitku za klijenta, naravno zadovoljnog klijenta. Tako su ostvareni profit i satisfakcija klijenata postali dvije strane jedne iste medalje. Bez zadovoljnih klijenata nema ostvarenog profita, kao što i bez profita nema zadovoljnih klijenata. Sve ovo je govorilo u prilog razvoja kvaliteta usluga.

Gledano kroz istoriju bankarstva, banke su veoma malo, posvećivale pažnju marketingu. Sam izgled banaka, koje su bile građene kao grčki hramovi, je ulivao strahopoštovanje. Unutrašnjost banaka je odisala hladnoćom i konzervativnošću, namećući određene kodekse bankarskog ponašanja. Svi zaposleni su uvijek bili veoma uzdržani, ozbiljni i veoma odmjereni u svojim postupcima.

Razvoj bankarstva na Kosovu ima karakteristike koje se djelimično izražavaju u specifičnostima razvoja bankarstva u zemljama tržišne ekonomije, a djelimično u karakteristikama evolucije bankarstva zemalja u tranziciji. Istorijski razlozi, društveno-političke i društveno-ekonomske okolnosti odrazili su se kako na opšte stanje društveno-ekonomskog okruženja, tako i na promjene u sferi bankarstva. Karakteristike bankarskog sistema današnjice su: jačanje konkurencije, povećana koncentracija, dominacija stranih banaka (već uspostavljena), smanjenje kamata (uzroci: konkurencija, smanjenje sistemskog rizika). Bankarski sektor ostaje najsnažniji posrednik koji omogućava usmjeravanje domaćih i stranih izvora sredstava ka privredi i građanima. U današnjem turbulentnom okruženju, gotovo je nemoguće zamisliti uspjeh i izgradnju imidža banke bez konstantnog povećanja kvaliteta usluge u njenom poslovanju. Da bi opstale, kao takve, banke su bile prinuđene da nastupaju na tržištu sa inovativnim idejama za poboljšanje svoje pozicije među oštrom konkurencijom.

Sve veći značaj kvaliteta usluge u bankarstvu uslovlilo je jačanje konkurentne borbe za klijente, porast nivoa finansijskog obrazovanja klijenata i skokovit razvoj i primjena bankarske tehnologije.

Banke kao finansijske i uslužne organizacije nisu do skora posjedovale sklonosti ka usvajanju marketing koncepta. Pošto potrošač predstavlja ključni faktor poslovanja i najvrijedniju imovinu banke, njegova satisfakcija predstavlja najvažniji zadatak banke. Neophodnost razvijanja i ulaganja u kvalitet usluge ima za glavni cilj povećanje obima i kvaliteta tražnje za proizvodima i uslugama, kao i stvaranje lojalnih korisnika.

Kroz ovaj rad će se prikazati uloga i uticaj kvaliteta usluge na povećanje konkurentnosti banke. Stvaranjem imidža banka razvija u svijesti korisnika imidž o sebi kao velikoj, uspješnoj i prijateljskoj banci, i na taj način povećava svoj obim poslovanja a samim tim i svoj profit. Velike banke će naročito voditi računa o društvenoj odgovornosti, i dosta će ulagati u PR. Direktni marketing dobijaće na značaju (baze podataka klijenata, direktan kontakt i ponuda raznih usluga). Sve više pažnje posvetiće se sistemu usluživanja, uslužnom ambijentu i samom uslužnom personalu (lični bankari, personalizacija..). Paralelno će za specifičan segment biti razvijane i usluge elektronskog bankarstva i plaćanja.

Na prelazu u novi vjek, banke su služile uglavnom samo za primanje plate i podizanje čekova. Danas je standard viši, a potrebe izuzetne, te se širi i paleta usluga banaka, koja se mora približiti potrošačima na adekvatan način. Prikazivanje proizvoda ne smije biti glavni cilj promotivne aktivnosti, već prikazivanje koristi za privredu i građane.

Savremena i moderna bankarska institucija mora da ima jasno definisan odnos prema promotivnim akcijama. Smisao promotivne aktivnosti je da služi direktno i istovremeno kao podsjetnik i klijentima s jedne strane i prodajnom operativnom osoblju banke s druge strane u cilju povećanja prodaje proizvoda i usluga banke. Promotivna aktivnost banke ispoljava se kroz: lične napore aranžera bankarskih usluga, napore kontaktnog osoblja sa komitentima i klijentima i komunikacione programe sa masama.

Pojam i definisanje usluge

Riječ kvalitet često se pominje kako u poslovanju, tako i u svakodnevnom životu. To je pojam **sa vrlo kompleksnim sadržajem. Uvažavajući postojeću literaturu i potrebe prakse, moglo bi se dati sledeće tumačenje pojma kvaliteta. On, prije svega, označava samo svojstvo, osobinu ili karakter. Često citirana definicija kvaliteta je: „Kvalitet je mjerilo, u kojem proizvod ispunjava zahtjeve kupca”. U svom osnovnom značenju,**

kvalitet se definisao kao „usaglašenost sa zahtjevima". Ovo podrazumjeva da organizacija mora utvrditi zahtjeve i specifikacije; kada su jednom utvrđene, cilj kvaliteta različitih funkcija organizacije je udovoljiti striktno ovim specifikacijama. Druga grupa definicija ističe da je kvalitet sve u vezi sa „prilagođenošću za upotrebu", definicija koja se primarno zasniva na zadovoljenju potreba kupaca. Ove dvije definicije se mogu ujediniti u koncept kvaliteta koji uočava kupac - kvalitet može biti definisan samo od kupaca i događa se gdje organizacija obezbeđuje robu i usluge za specifikaciju koja zadovoljava njihove potrebe.

Kvalitet se različito definiše kao „prilagođenost za upotrebu", „usaglašenost sa zahtjevima", „stepen u kojem proizvod ispunjava zahtjeve kupaca" i „oslobodenost od varijacija". Američko društvo za kontrolu kvaliteta (ASQC) i Američki institut za nacionalne standarde (ANSI) definišu kvalitet kao ukupnost svojstava i karakteristika proizvoda ili usluge koji utiču na njihovu sposobnost da zadovolje iskazane ili implicitne potrebe. To je definicija kvaliteta koja je jasno usmjerena ka kupcima. Ona sugerise da preduzeće nudi kvalitet kad god njegov proizvod podmiruje ili nadmašuje potrebe, zahtjeve i očekivanja kupaca. Preduzeće koje zadovoljava većinu potreba svojih kupaca u većini slučajeva je preduzeće kvaliteta.

U zavisnosti od polaznih osnova može se razlikovati nekoliko pristupa definisanja kvaliteta. Prema jednom shvatanju moguće je identifikovati sljedećih pet pristupa:

- Transcendentni pristup i definicija kvaliteta;
- Proizvodno-zasnovane definicije;
- Definicije zasnovane na korisniku;
- Procesno-zasnovane definicije;
- Vrijednosno zasnovane definicije.

Transcendentan pristup definiciji polazi od pretpostavke da se radi o nenadmašnoj usluzi – mjeri savršenstva. Ovo je vidljivo samo kroz iskustva sa uslugom. Ovakav pristup primjenljiv je naročito u igranim i vizuelnim oblicima umjetnosti.

Zahtjeva ponovljena izlaganja usluge potrošačima. Sa stanovišta menadžera ne pomaže puno konstatacija o kvalitetu usluge nakon što je usluga korišćena, jer tada može biti prekasno ukoliko je potrošač nezadovoljan.

Proizvodno-zasnovane definicije su precizne i mjerljive definicije. Razlika u kvalitetu je posljedica različitih sastojaka ili atributa iz kojih se proizvod sastoji. Ovdje se dakle radi o objektivnoj kategoriji mjerenja, primjenljivoj kod fizički opipljivih dobara, gdje ukus, potrebe ili preferencije potrošača nemaju uticaja na viđenje kvaliteta.

Definicije zasnovane na korisniku polaze od osnovne konstatacije da kvalitet leži u očima potrošača. izjednačava se sa maksimumom satisfakcije potrošača. Ove definicije su subjektivne i okrenute ka tražnji.

Procesno-zasnovane definicije takođe su mahom date od strane proizvodnih preduzeća, gdje vodeću ulogu igraju inženjeri i ostali specijalisti uključeni u proizvodnju. Podrazumjeva se saglasnost sa interno definisanim specifikacijama, često uslovljenim željom za većom produktivnošću i manjim troškovima.

Vrijednosno zasnovane definicije posmatraju kvalitet u dimenzijama vrijednosti i cijene, tj. kvalitet predstavlja vrijednost za datu cijenu.

Za razliku od tradicionalnih fizičkih opipljivih dobara, određivanje značenja i suštine kvaliteta u uslužnom sektoru daleko je kompleksnije pitanje, jer «nije funkcija statističke mjere kvaliteta, uključujući fizičke nedostatke i procjene menadžera. To je više potrošačevog viđenja usluge».

Potrošač kupuje proizvode/usluge zbog koristi koje pružaju. Koristi mogu biti različite, a osnovno im je da služe zadovoljavanju određenih želja i potreba potrošača. Stoga pri definisanju treba poći od ove činjenice. Pošavši sa ovog stanovišta može se reći da je kvalitet: «...skup karakteristika nekog entiteta da zadovolji utvrđene i izražene potrebe». Osnovno kod shvatanja kvaliteta u uslužnom kontekstu jeste da se pri njegovom definisanju i utvrđivanju polazi od potrošača, odnosno od njegovog shvatanja i poimanja kvaliteta.

Iz toga proizilazi da je kvalitet sve ono što potrošač odnosno ciljni tržišni segment smatra da jeste. Kvalitet je prema ovome sposobnost proizvoda ili usluge da ispuni ili nadmaši potrošačeva očekivanja.

Osnovna neslaganja među naučnicima i stručnjacima iz oblasti usluga su u pogledu:

- Prirode kvaliteta usluga – da li je kvalitet percepcija performansi ili nepotvrđivanje pretpostavljenog?
- Dimenzija kvaliteta usluge: da li se radi o jedinstvenom konceptu i jednoj dimenziji ili postoji više dimenzije, gdje opet postoje neslaganja oko toga o kojim se dimenzijama radi...?

Kada je u pitanju sama priroda kvaliteta usluge, odnosno osnovni odgovor na pitanje o kakvom se konceptu radi, Groenroos, jedan od rodonačelnika Skandinavske škole ima sličan početni stav, kao i najistaknutiji pripadnici Američke škole (Parrasuraman, Zeithaml i Berry), u smislu poređenja percipiranog kvaliteta usluge sa nekim standardom. Neslaganja se javljaju u tome što on definiše kvalitet usluge kao «proizvod procesa evaluacije, u kome potrošači porede svoje očekivanja sa uslugom koju su dobili», što onda izjednačava satisfakciju potrošača sa kvalitetom usluge, dok navedeni pripadnici Američke škole smatraju da ne postoji do kraja jednakost između satisfakcije i kvaliteta usluge, te da na satisfakciju potrošača djeluju i neki drugi faktori.

Pojedini autori smatraju da su kvalitet usluge i satisfakcija potpuno različite dimenzije. Njihovo shvatanje je da je kvalitet usluge stav i mišljenje koje potrošač ima o usluzi, a da je koncept satisfakcije razlika između očekivanja i opaženih performansi. Takođe, neki autori smatraju da i nije moguće vršiti evaluaciju pojedinih aspekata usluge i uslužnog procesa.

Kvalitet bankarskih usluga u funkciji satisfakcije klijenata

Istraživanje tržišta i orijentacija na klijenta je postala ključna premisa kod kvaliteta usluga u bankarstvu. Samo istraživanja je definisano na sledeći način:

- Istraživanje u sferi pojedinačnih klijenata (stanovništva), usmjerena na definisanje navika, običaja, prohtjeva i želja klijenata
- Istraživanje u sferi preduzeća i ustanova, ispitivanje tendencija preduzeća pri odabiranju bankarske ustanove, da bi se dobile potrebne informacije pri izradi strategije ka pridobijanju preduzeća
- Istraživanje u sferi konkurencije:
 - mjerenje učešća na tržištu i predviđanje sopstvenog budućeg udjela
 - ispitivanje učešća na tržištu u odnosu na konkurenciju

Sve ovo radi se sa samo jednim ciljem:

Kako pridobiti i zadržati klijeta?³⁶

- Razmišljanje orijentisano na klijenta zahtjeva da kompanija tačno definiše potrebe klijenta, sa stanovišta klijenta, a ne sa svoje tačke gledišta
 - Klijent može biti:
 - ponovljeni
 - novi
 - Zadržavanje klijenta je sudbonosnije od privlačenja kupca
 - Ključ za zadržavanje klijenta je zadovoljenje klijenta.

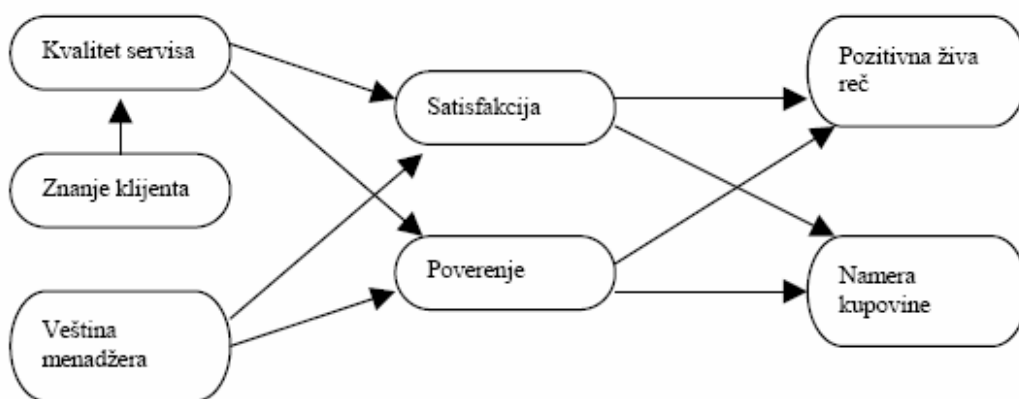
Zašto je važno imati i zadržati zadovoljnog klijenta? Bitno je prevashodno stoga što zadovoljen klijent:

- Ponovo kupuje
- Pohvalno govori drugima o kompaniji
- Obraća manje pažnje na konkurentske marke i ekonomsku propagandu
- Kupuje i druge proizvode od iste kompanije

³⁶ Philip Kotler, Keller (2005.) Marketing Menadzment, dvanaesto izdanje

Jedina konstanta danas u bankarskom okruženju je promjena. Primjere za to možemo naći vezano za nove tehnologije, čitavu lepezu novih proizvoda kao i u rastućoj kulturološkoj različitosti. Naravno i klijeti su se promijenili. Oni su mnogo više sofisticiraniji nego nekad, mnogo više informisani o svemu i mnogo više zahtjevni. U sveobuhvatnoj bankarskoj industriji, najveći izazov je kako izgraditi, konsolidovati i održati odnose sa klijentima, i to na način da se i interesi klijenta i interesi banke međusobno prepliću. Jedini pristup koji ovo omogućuje je interes. Takozvani relationship marketing se fokusira na interakciju između prodavca i kupca, te brigu kako da zadrži klijenta održavajući vezu između marketinga, kvaliteta i pružene usluge.

Slika 1: Ključni elementi koji definišu relationship marketing u bankarstvu³⁷

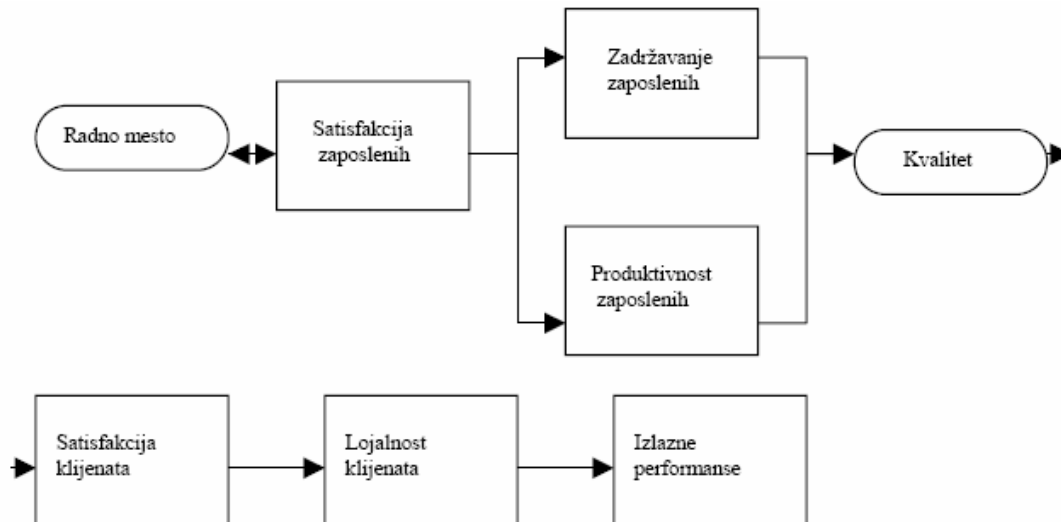


U svim bankama, menadžer prodaje je odgovoran za ekspertizu klijentovih potreba i ciljeva, za preporuke u domenu inovacija i efektivnih solucija, kao i za rješavanje kompleksnih finansijskih problema. Sve to se u principu bazira na povjerenju i bliskosti, koja treba da osigura stalnu vezu između banke i klijenta. Banka i njeni zaposleni moraju da demonstriraju visoki nivo vještine da bi izgradili kod klijenta kredibilitet i povjerenje. Za mnoge klijente, satisfakcija je usko povezana sa karakteristikama zaposlenih, naročito za one koji redovno po prirodi posla dolaze u kontakt sa njima. Sa druge strane, karakteristike zaposlenih su u tjesnoj vezi sa satisfakcijom samih zaposlenih. Stoga je vrlo važno raditi na stalnom poboljšanju satisfakcije zaposlenih, da bi oni imali pozitivan uticaj na povećanje satisfakcije klijenata.

Slika 2: Povezanost satisfakcije klijenata sa zaposlenim osobljem³⁸

³⁷ Jasmin Bergeron, Relation marketing: *The role of client knowledge, service quality and expertise*, , str.3. Concordia University

³⁸ http://.net www.cfigroup /case_body.html, str.2



Šta je potrebno uraditi da bi se unapredila satisfakcija klijenata³⁹:

- Razumjeti klijentove potrebe i očekivanja
- Mjeriti satisfakciju klijenata
- Reinženjering slabih komponenti vezano za usluge koji se pružaju klijentu
- Pratiti usluge isporuke
- Biti proaktivn u radu sa klijentima, ali ne i nametljiv

Koja je suština provjere odnosa sa klijentima i koji ciljevi treba da se prouče⁴⁰:

- Da se izmjeri satisfakcija klijenata bankom
- Da se procjeni satisfakcija sa kanalima i njihovom upotrebom
- Ispitati proizvode koji su u upotrebi i satisfakciju
- Izmjeriti operativne performanse
- Razviti procese koji će menadžere zadužene za odnose sa klijentima učiniti odgovornim za servis koji pružaju klijentima
- Obezbjediti upotrebljive planove koji će učvrstiti lojalnost klijenata
- Identifikovati koje su to šanse vezano za obuku menadžera za odnose sa klijentima radi povećanja njihove efektivnosti
- Omogućiti povratnu informaciju onima koji se bave kreiranjem proizvoda

³⁹ http://www.mdrc-uk.com/client_satisfaction2005.htm str.5

⁴⁰ Barlow Research Associates, INC.2003, str.3

Kompanija koja je orijentisana na kupca, mora pratiti stepen zadovoljenja svog kupca i postavljati ciljeve za unapređenje zadovoljenja. Sve to iz jednog jednostavnog razloga, jer zadovoljenje kupca je najbolji pokazatelj budućih profita kompanije. Mjerenje satisfakcije klijenata u bankarstvu je tjesno povezano sa uvođenjem sistema kvaliteta u banke. Precizno definisane procedure dosta pojednostavljaju i pospješuju mjerenje satisfakcije klijenata. Ovo se naročito odnosi na procedure koje tretiraju direktno pružanje bankarskih usluga klijentima od strane bankarskih radnika.

Satisfakciju klijenata je moguće pratiti putem sljedećih parametara:

- 1.) Periodično anketiranje klijenata banke-anketiranje se sprovodi na slučajnom uzorku, anketiranjem klijenata po prethodno utvrđenom obrascu. Veličina uzorka je precizno definisana u zavisnosti od veličine teritorije (broja stanovnika), koje pokriva dotična filijala, kao i visine depozita filijale.
- 2.) Putem knjige utisaka koja se nalazi u svakom šalteru banke date filijale
- 3.) Putem procedure vezano za reklamacije klijenata

S'obzirom da se satisfakcije klijenata kontroliše kontinuirano putem ova tri parametra, moguće je formirati i pratiti trend iste. Isto tako, postojanje tri parametra, govori i o kontrolnoj funkciji sva tri parametra ponaosob. Sprovođenjem postupka u svim filijalama banke, moguće je porediti satisfakciju klijenata po istim, kao i jasno izdvojiti karakteristike koje su najniže ili najviše ocjenjene od strane klijenata. Identifikovanje najniže ocjenjenih karakteristika je samo prvi dio posla. Banka kontinuirano treba da ulaže napore da te karakteristike unaprijedi, a da bi to mogla da uradi, mora da definiše alate za postizanje tih ciljeva. Samo definisanje problema, nije rješenje. Zato je uloga kontrole urađenog izuzetno značajna, jer klijenti ne opraštaju ni greške ni inertnost, jednostavno, potražiće drugu banku koja je spremna da udovolji njihovim zahtjevima, odmah.

Kvalitet bankarskih usluga u funkciji povrata povjerenja u finansijski sektor

Pojave neizvršavanja bankarskih obaveza teško se skrivaju od javnosti, pa se njihovim otkrivanjem okrivljuje bankarski sektor. Povjerenje je narušeno iskustvom dosadašnjih stečajeva banaka, neisplatom osigurane štednje uz stalni problem rizika neplaćanja, pa to naglašava problem održavanja likvidnosti, koji je jedan od najvažnijih kratkoročnih ciljeva poslovanja. U takvim se uslovima ne misli na dugi rok, tj. na smanjenje operativnih troškova. Zato su kamatni prihodi, za razliku od modernih bankarstava, dominantan izvor prihoda i služe za kompenzaciju neracionalnog i neefikasnog poslovanja. Analize promjene strukture prihoda pokazuju da banke

zaostaju i prema proizvodima koje nude i da proizvode ne razvijaju skladno sa trendovima razvitka finansijskih proizvoda.

Na osnovu komparativne analize fiziologije struktura u domaćim bankama može se reći da su pokazatelji u području odnosa s okruženjem indiferentni, nedorečeni i nejasni. Područje je odnosa s tržištem bankarska usluga koja je nedefinisana, u toj je usluzi cijena kalkilirana, potrošač neistražen, distribucija u razvitku, a informisanost niska.

Tržišni preduslov razvijene i kompetitivne banke jeste razvijena i jasno definisana usluga s tržišno diktiranom cjenom, pri čemu je potrošač posebno istražen, distribucija visoko razvijena, a informisanost visoka.

U uslovima razvitka bankarskog finansijskog sektora pitanje povjerenja u banke dostiglo je kritične razmjere u nekoliko navrata. U tim razdobljima na makroekonomskom nivou se nije vodilo računa o očuvanju povjerenja u bankarski sektor, a to je multipliciralo uzroke nepovjerenja. Stoga su glavni problemi povrata povjerenja, poput isplate osigurane štednje, jasno definisane finansijske regulative i sigurnosti poslovanja, prioritet države i ona to mora riješiti u što kraćem roku, da bi se vratilo povjerenje u državu i u finansijski sektor u cjelini. Opšti zadaci pružanja usluga savremenih finansijskih institucija, poput povećanja povjerenja, informisanja, stvaranje i unapređenja odnosa s klijentima, i sl., sve su manje jasno odvojeni, a sve više integrisani u jedinstvenu poslovnu strategiju, svrha koje je kontrola potražnje. Realizacija tih zadataka predpostavlja prihvaćenu organizacijsku koncepciju poslovnih odnosa koji u kontekstu formiranja povjerenja postavljaju korisnika usluga kao dugoročnog partnera u njegovom cjelom životnom ciklusu. Bez obzira na odabrani model stvaranja povjerenja, to se povjerenje uvijek zasniva na korisnikovoj percepciji sopstvenog interesa.⁴¹

Stoga je efikasnost kontrole potražnje u korelaciji s poznavanjem partnera, njegovih potencijala i sadašnjih i budućih potreba. Dvosmjerna komunikacija, u kojoj se povjerenje može zasnivati na ugovoru, kompetenciji ili ugledu, nadgrađuje se razmjenom informacija u cilju definisanja stavova i preferencija korisnika usluga. Budući da se preferencija ne mora bezuslovno podudarati s percepcijom određene usluge i da se preferencije formiraju na osnov stavova, važno je naglasiti da se, iako najvažnija, kognitivna odrednica određenog stava mora promatrati zajedno s afektivnom i biheviorističkom odrednicom. Sve one primarno utiču na kognitivno povjerenje, koje je zbog "neopipljivosti", zbog diferenciranosti i drugih obeilježja usluge u središtu procesa komunikacije. Pritom se povjerenje izgrađuje povezivanjem s korisnikom, dodavanjem vreidnosti usluzi, koja može biti finansijska, socijalna ili strukturalna veza.

⁴¹ Boersma M. Ghauri P., van Rossum W.: "Developing Trust In International Joint Venture Relationships", ANZMAC98 Conference Proceedings, Australia, 1998., str. 195.

Elementi strategije povrata povjerenja

Prilikom opšteg definisanja strategija i određivanja njihovih sadržaja, nalazimo znatne razlike među autorima. Za specifične probleme usluge teorija nudi različite strategije rješenja, od kojih je najveći broj usmjeren na: diferencijaciju usluge, na povećanje kvaliteta i na povećanje proizvodnje.

Nastoje se naglasiti opipljivi elementi usluge, individualizirati uslugu, podsticati komunikaciju “od usta do usta”, stvoriti jak organizacijski imidž, odabir i edukaciju osoblja, unapređenje distribucije i sl. Iako su principi poslovnih odnosa i izgradnje povjerenja davno prepoznati, teorija još nije precizno razvila metodologiju implementacije mehanizama stvaranja povjerenja. Potrebno je razlikovati strategiju usmjerenu na smanjivanje zabrinutosti od strategije usmjerene na povećanje povjerenja.

Kod smanjivanja zabrinutosti, organizacije izbjegavaju potpuno otkrivanje njihove prakse upravljanja informacijama prije izvršene narudžbine ili kupovine. Takva je komunikacija djelimično otvorena, odnosno tajanstvena, radi izbjegavanja korisnikove nesklonosti, odnosno pada prodaje. Suprotno tome, organizacije koje pokušavaju stvoriti povjerenje, aktivno objavljuju svoju politiku, komunicirajući sa korisnicima, pri čemu stalno nude opciju odustajanja. Komunikacija je otvorena i informativna, okrenuta naglašavanju koristi za korisnika. Otvoreni je pristup profitabilan, jer je informisanje komponenata razrađenog poslovnog programa. Nivo usluge uz dodatnu vrijednost, koja omogućava diferenciranje usluge, mora predstavljati prepoznatljiv organizacijski standard. Zbog nepovjerenja i nesigurnosti pri kupovini bankarske usluge, zbog njene neopipljivosti i višim rizikom dobiti/gubitka, taj se standard osigurava garancijama. Garancije moraju biti bezuslovne, razumljive i smislene. Time one na dugi rok postaju jasan element diferencijacije usluge, ali i imidža organizacije.

U našem slučaju, zbog vrste bankarskih proizvoda i razvijenosti distribucije, izuzetno su važni uloga “front-line” osoblja i njihova sposobnost premošćivanja obilježja neopipljivosti usluge, najveći se dio bavi njenim uticajem na korisnikovu procjenu dobijene usluge. Iz toga je izvedena i u praksi afirmirana postavka da procjena zavisi od korisnikovog očekivanja, koja su određena prethodnim iskustvima i dobijenim informacijama (oglašavanje, “od usta do usta” i sl.)⁴². U funkciji formiranja povjerenja ispravna je procjena korisnikovih očekivanja (identifikacija pragova nezadovoljstva), uz poznavanje kvaliteta koje korisnik vrednuje, predstavlja ključno sredstvo zadržavanja baze

⁴² Iacobucci Dawn: “Golden rules for customer service”. Mastering Marketing Series, Financial Times. London, listopad 1998., str. 8.

korisnika. Dalje se analizom troška došlo do toga da je smanjenje nezadovoljstva troškovno efikasnije od unapređenja usluge kod već zadovoljnog korisnika.

Dosadašnja je uloga cijene kao posljedice bankarskog poslovanja jedan od osnovnih uzroka nepovjerenja u cjelokupan finansijski sektor. Savremene politike cijene imaju ulogu osiguravanja strategije poslovanja. One polaze od načela da je cijena trošak za korisnika, pa se ona formira na osnovi cjelokupnog odnosa s njim. Da bi se taj odnos mogao graditi, potrebno je poznavati kakvu vrijednost ima određena cijena za korisnika.

Vrijednost ima relativno značenje, a ona se definiše iz ekonomskih, funkcionalnih i psiholoških koristi od određenog proizvoda ili usluge. Poznavanje korisnikove percepcije vrijednosti, što je pretpostavka za precizno segmentiranje tržišta mora predstavljati osnovni kriterijum određivanja cijene.⁴³

Što je veća vrijednost usluge za korisnika, to je niža njegova cijenovna osetljivost i obrnuto, ako ne postoji izgrađen odnos s korisnikom, to je veća njegova cijenovna osetljivost. U odabiru strategije distribucije ključni su problemi korisnikova potreba za savremenom distribucijom, odnosno vrsta usluge i troškovi distribucije. U odabiru kanala distribucije takođe se uključuje parametar adaptabilnost, odnosno potrebno vrijeme prilagođavanja određenom kanalu. Pritom se primjenjuju dve različite strategije:

- 1.) Ponuda, odnosno nova se usluga koncipira za jedan određen tržišni segment i distribuira se novim vlastitim kanalom, koji je izdvojen iz osnovne organizacije, pa predstavlja samostalnu poslovnu jedinicu;
- 2.) Postojećim distribucijskim kanalima dodaju se novi kanali, pri čemu je ponuda jedinstvena u svim kanalima za sve korisnike. U našem je slučaju neefikasnost distribucije jedna od ključnih stavki u strukturi ukupnih troškova poslovanja. Izbjegavajući radikalne mjere smanjenja zaposlenih, na razvitak valja usmjerivati na uvođenje novih proizvoda i kanala distribucije, na interno obrazovanje i specijalizaciju, na optimalizaciju procesa, na poticanje interne konkurencije i sl.

Sve brži razvitak finansijskoga poslovanja uz sve veći broj proizvoda i usluga i njegova povezanost s krajnjim korisnicima dovodi do prilagođavanja tradicionalne promocije finansijske institucije u kontinuirani proces dvosmjerne komunikacije u kojem se koriste sve naprednije tehnike komunikacije i informisanja. Komunikacijska se strategija radikalno mjenja: od oglašavanja i povremenog korišćenja odnosa s javnošću do integrirane, interaktivne i prilagođene komunikacije. Pristup komunikaciji zavisi od vrste tržišta, odabira tržišne strategije, nivoa korisnikove spremnosti za kupovinu, od životnog ciklusa proizvoda i od tržišne pozicije firme.⁴⁴

⁴³ Kotler P.: "Strategic Marketing for Non-Profit Organizations". 5. izdanje. Prentice Hall, USA, 1996., str. 172.

⁴⁴ Kotler P.: "Marketing Management". 9. izdanje, Prentice Hall, USA, 1997., str. 625-628.

Promocija se usklađeno odvija preko svih organizacijskih nivoa, pri čemu je potrebno razlikovati dva funkcionalno različita nivoa komunikacije:

- 1.) korporativne komunikacije sa zadacima usmjerenim na stvaranje imidža, na razvijanje interne komunikacije, na obrazovanje isl., pri čemu se koriste sredstva: oglašavanje, odnosi s javnošću i publicitet
- 2.) komunikaciju na nivou filijale sa zadatkom informisanja, podsticanja prodaje i drugih promotivnih aktivnosti, koristeći se svim raspoloživim komunikacijskim platformama.

Polazeći od kognitivne faze modela hijerarhije efekata, u kojoj je komunikacija usmjerena na korisnikovu svjesnost o banci ili proizvodu, korporativni nivo ima ključnu ulogu u komunikaciji. Njegov je cilj stvoriti prepoznatljivost na dugi rok i time razviti sposobnost konstantne diferencijacije od potencijalne konkurencije.

Oglašavanje, kao najsnažnije i najskuplje sredstvo u domaćoj bankarskoj praksi, kompetitivno je sredstvo tržišnog nadmetanja za tržišni udio, a ne komunikaciju s poznatom i ciljanom publikom. Zbog tog razloga uobičajeno naglašavanje uspješnosti poslovanja u oglašavanju nije pokazalo efekte ekonomije razmjera, ni organizacijske stabilnosti. Iako teorija razlikuje tri grupe ciljeva oglašavanja: informisanje, uvjeravanje, i podsjećanje pri čemu svaka grupa ima bitno drugačiji pristup, samo oglašavanje valja promatrati kao dugoročno ulaganje u ugled firme.⁴⁵

Savremeno oglašavanje govori o tome da je za kognitivni nivo korisnikove percepcije bitnija informacija data u novinama nego elektronski emitovana, ali ona u funkciji povrata povjerenja nema širinu auditorijuma, poput elektronske. Može se zaključiti da su potrebna oba sredstva i njihov primarni cilj mora biti razvijatelj imidža skladno sa željenom tržišnom pozicijom.

Za uspješno upravljanje odnosima s korisnikom i sprovođenjem zadataka prodaje i usluga, osoblje mora raspolagati informacijama o korisniku, o proizvodima, o programima unapređenja prodaje i o servisnim informacijama.

Podaci o korisniku dijele se na:

- 1.) Osnovne informacije o korisniku, o promjenama na računu, o strukturama depozita,

⁴⁵ Kotler P.: "Marketing Management". 9. izdanje, Prentice Hall, USA, 1997., str. 638

2.) Kvalitativne informacije o korisnikovim interesima, o porodici i radnim odnosima..

3.) Nestrukturirane informacije o korisniku (osoblje “poznaje” korisnika) koje je teško formulirati i procesuirati. Servisne informacije o odnosima s korisnikom, o eventualnim poteškoćama i problemima, o žalbama i sl. I pored značajnih napora u implementaciji upravljanja odnosom s korisnikom (customer relations management), organizacije imaju poteškoća u sagledanju rezultata tih ulaganja.

Uspješna implementacija strategije upravljanja odnosom s korisnikom zavisi o prihvatanju ovih principa:

- Ekonomska segmentacija - marketinške, prodajne i sl. odluke donose se na osnovi poznavanja kategorije vrijednosti za korisnika;
- Institucionalno pamćenje - predstavlja sposobnost organizacije da bilježi sve prethodne interakcije s korisnikom;
- Dostupnost- povezivanje poslovanja preko više komunikacijskih kanala;
- Upravljanje informacijama u realnom vremenu - osoblje ima pristup potrebnim informacijama u realnom vremenu;
- Bodovne liste - analiza odnosa rezultata rada osoblja i korisničkog “ponašanja” (lojalnost, potrošnja, prosječna vrijednost korisnika);
- Procesi “zatvorene petlje” - integriranje informacija front i back službe radi protoka informacija kroz cijelu organizaciju.

Zbog svega navedenoga, ulaganje u unapređenje prodaje finansijske institucije, za razliku od oglašivanja, valja promatrati kao ulaganje u dugoročne efekte, pri čemu se razvitkom prodajnog osoblja izgrađuje kredibilitet organizacije. Time vjerodostojnost prodajnog osoblja i vjerodostojnost kao obilježje korporativne kulture postaju važni činioci generisanja afektivnog povjerenja.

Prelazeći u afektivnu fazu modela, komunikacija se usmjerava na razvijanje dopadljivosti određenoga proizvoda, zatim pokušava uticati na odabir između “dopadljivih” proizvoda i konačno na izgradnju uvjerenja o određenome stavu, odnosno o odluci u odabiru. Budući da se povjerenje razvija prije svega kognitivnom komunikacijom usmjerenom na determinante povjerenja, objektivne mogućnosti promocije u području afektivne percepcije proizvoda ograničene su prethodnim saznanjima. Ako korisnik nema, razvijenu naklonost i izgrađeno uvjerenje o proizvodu, potrebno je identifikovati njene uzroke. Komunikacijska su sredstva pritom samo sredstvo informisanja o unapređenju i uklanjanju identificiranih uzroka, odnosno nedostataka kod određenog proizvoda ili usluge. Dalja komunikacija mora isticati određene konkurentske prednosti proizvoda koje su usmjerene na korisnikov interes.

Pritom se u oblikovanju njegovih stavova najčešće koriste tehnike promjene uvjerenja, promjene relativne važnosti i dodavanja novih uvjerenja. Iako se u praksi koriste i druge tehnike promjene uvjerenja (stvarno i psihološko repozicioniranje, kompetitivno depozicioniranje, "prejmeštanje" korisnikovih ideala, i sl.), korisnici su često svjesni njihovih krajnjih ciljeva.

Stoga je pri korištenju navedenih tehnika potrebno prethodno poznavanje korisnikovog nivoa znanja i informiranosti, a to predstavlja ponder pri koncipiranju prodajne komunikacije. Kupovina je bihevioralni aspekt korisnikovog uvjerenja. U funkciji povjerenja posebno je važna komunikacija poslje kupovine s korisnikom, pri čemu ona mora stalno potvrđivati opravdanost kupovine i isticati prednosti u odnosu na konkurentske proizvode. Kontinuirano informiranje postaje sredstvo održavanja baze korisnika, pa se u tom segmentu komunikacije odražava nivo implementacije poslovanja orijentisanog na korisnika.

Zaključak

Najbitnije u poslovanju za klijente banke je ljubaznost i stručnost osoblja. Potrebno je fokusirati se na praćenje poštovanja standarda u pružanju usluge i povećanju stručnosti osoblja.

Bitka za veći profit u bankarstvu se pretvorila u bitku za klijenta, naravno zadovoljnog klijenta. Tako su ostvareni profit i satisfakcija klijenata postali dvije strane jedne iste medalje. Bez zadovoljnih klijenata nema ostvarenog profita, kao što i bez profita nema zadovoljnih klijenata. Sve ovo je govorilo u prilog razvoja kvaliteta usluga.

Bankarski sektor ostaje najsnažniji posrednik koji omogućava usmjeravanje domaćih i stranih izvora sredstava ka privredi i građanima. U današnjem turbulentnom okruženju, gotovo je nemoguće zamisliti uspjeh i izgradnju imidža banke bez konstantnog povećanja kvaliteta usluge u njenom poslovanju. Da bi opstale, kao takve, banke su bile prinuđene da nastupaju na tržištu sa inovativnim idejama za poboljšanje svoje pozicije među oštrom konkurencijom.

Kroz ovaj rad će se prikazati uloga i uticaj kvaliteta usluge na povećanje konkurentnosti banke. Stvaranjem imidža banka razvija u svijesti korisnika imidž o sebi kao velikoj, uspješnoj i prijateljskoj banci, i na taj način povećava svoj obim poslovanja a samim tim i svoj profit. Velike banke će naročito voditi računa o društvenoj odgovornosti, i dosta će ulagati u PR. Direktni marketing dobijaće na značaju (baze podataka klijenata, direktan kontakt i ponuda raznih usluga). Sve više pažnje posvetiće se sistemu usluživanja, uslužnom ambijentu i samom uslužnom personalu (lični bankari, personalizacija..). Paralelno će za specifičan segment biti razvijane i usluge elektronskog bankarstva i plaćanja.

Savremena i moderna bankarska institucija mora da ima jasno definisan odnos prema promotivnim akcijama.

Literatura

- Kotler Philip., Keller (2005.) Marketing Management, dvanaesto izdanje
- Jasmin Bergeron, Relation marketing: *The role of client knowledge, service quality and expertise*, , str.3. Concordia University Barlow Research Associates, INC.2003.
- Kotler Philip.: "Strategic Marketing for Non-Profit Organizations". 5. izdanje. Prentice Hall, USA, 1996.
- Kotler Philip .: "Marketing Management". 9. izdanje, Prentice Hall, USA, 1997.
- Nikolić, Z.& Nikolić, M. 2009, "Etički problemi savremenog poslovanja na internetu", IMK-14 - Istraživanje i razvoj, vol. 15, no. 1-2.

TOURISM AND CURRENT TRENDS IN THE TOURIST MARKET TURIZAM I AKTUELNI TRENDOVI NA TURISTIČKOM TRŽIŠTU

Prof.ass.dr.Hajrija Škrijelj¹, Prof.ass.dr.Anela Džogović²

¹ Faculty of Management in Tourism, Hotels and the Environment, University "Haxhi Zeka", Kosovo
hajrija.skrijelj@unhz.eu anela.dzogovic@unhz.eu

ABSTRACT

Tourism can be considered one of the most significant socio-economic phenomena of the twentieth century. Its rapid expansion has had a negative environmental and socio-cultural impact in many areas.

It was important to determine whether Peć has the predispositions for further development of the tourist offer, and how much work is being done on it. Two groups, visitors and residents, were examined, and how satisfied they were with the offer and choice of tourist services in the city of Peca. The paper evaluated the quality of tourist services, the impact of promotional activities on the arrival of tourists in the city of Peć, the contribution of event activities and new tourist products in creating a recognizable tourist destination brand. The satisfaction of tourists in a tourist destination is an important factor for the development of the destination itself, especially because based on the (dis)satisfaction of the guests, decisions are made to improve the tourist offer of the destination itself.

Keywords: hotel product, type, type, category, components, consumer.

Abstract

Turizam se može smatrati jednom od najznačajnijih socijalno-ekonomskih pojava dvadesetog veka. Njegova brza ekspanzija je imala negativan uticaj na životnu sredinu i socio-kulturni uticaj u mnogim oblastima.

Važno je bilo utvrditi da li Peć ima predispozicije za daljnji razvoj turističke ponude, te koliko se radi na tome. Ispitivale su se dvije skupine, posjetitelji i ređuzetnici, te koliko su oni zadovoljni ponudom i izborom turističkih usluga u gradu Peci. U radu se ocjenjivala se kvaliteta turističkih usluga, utjecaj promotivnih aktivnosti na dolazak turista u grad Peći, doprinos manifestacijskih aktivnosti i novih turističkih proizvoda u kreiranju prepoznatljive turističke marke destinacije. Zadovoljstvo turista u nekoj turističkoj destinaciji važan je faktor za razvoj same destinacije, posebice zbog toga što se na temelju (ne)zadovoljstva gostiju, donose odluke za poboljšanje turističke ponude same destinacije.

Ključne reči: hotelski proizvod, vrsta, tip, kategorija, komponente, potrošač

Uvod

Turizam na Kosovu spada među granama ekonomije sa brzim razvojem u protekloj deceniji. U strukturnim analizama i dugoročnim projekcijama, turizam se procenjuje kao jedna dinamična površina od značaja za razvoj i unapređenje zaštićenih prirodnih područja posebno nacionalnih parkova i vrednosti kulturnog razvoja.

Ekonomski razvoj je jedna od najznačajnijih odgovornosti Vlade Kosova. U naporima za realizovanje dela Vladinog programa, viđeno je neophodnim izrada ove strategije gde je odraženo sadašnje stanje biodiverziteta. Mogućnosti koje ima Kosovo za jedan održiv i turističko konkurentan razvoj, problemi i poteškoće koje prate ekonomski razvoj, biće tretiran u ovom materijalu.

Turizam je jedna od vodećih i najbrže rastućih industrija u svijetu, ali je karakterizira sezonalnost poslovanja, što predstavlja najveći problem s kojim se suočava suvremeni turizam. Turizam je nastao kao sezonska pojava i ostao sezonska pojava s izraženom sezonskom koncentracijom. Turizam zasnovan na prirodi može ponuditi velike mogućnosti za razvoj i drugi je značajniji sektor posle poljoprivrede sa uticajem na razvoj.

Turizam na Kosovu spada među granama ekonomije sa brzim razvojem u protekloj deceniji. U strukturnim analizama i dugoročnim projekcijama, turizam se procenjuje kao jedna dinamična površina od značaja za razvoj i unapređenje zaštićenih prirodnih područja posebno nacionalnih parkova i vrednosti kulturnog razvoja.

Opće je suglasje kako sezonski karakter turizma implicira brojne negativne učinke na gospodarstvo, ekološko i socio-kulturno okruženje turističke destinacije pa i na turističku potražnju. Sezonalnost poslovanja obilježava skoro svaku destinaciji u svijetu. No, negativne implikacije najizraženije su u destinacijama masovnog turizma. Izrazito naglašenu sezonsku strukturu potražnje imaju Mediteranske zemlje, zemlje obilježene kupališnim turizmom sa dominacijom potražnje motiviranom ugodnom klimom. Turistički kapaciteti unutar destinacije suočavaju se sa koncentracijom potražnje u jednom vrhu godine, i to u ljetnim mjesecima, s velikim diferencijama razine iskorištenosti kapaciteta između ljeta i zime.

Aktuelni trendovi na turističkom tržištu

Turističko tržište razlikuje se od svih ostalih tržišta jer je tražnja usmerena ka ponudi, a ne obrnuto. To ukazuje na veliki značaj prostora, kao elementa turističke ponude i turističkog kretanja - putovanja, kao preduslova za zadovoljavanje turističkih potreba. Najznačajnija specifičnost turističkog tržišta odnosi se na karakteristike najbitnije kategorije u turizmu - turističke potrošnje.⁴⁶

Diskrecioni dohodak i slobodno vreme kojim turisti su uslov za kupovinu turističkih putovanja. Turističke potrebe ne spadaju u primarne potrebe, ali teško dostižu tačku saturacije, tj. nikada se u potpunosti ne mogu zadovoljiti jer savremeni turisti teže kompleksnijim i kvalitetnijim uslugama.

Karakteristike turističke tražnje

⁴⁶Popesku, J., Menažment turističke destinacije, Univerzitet Singidunum, Beograd, 2013. Str.9

Savremeni turizam karakterišu značajne kvantitativne i kvalitativne promene koje se manifestuju u dinamičnom rastu turističkog prometa, pojavi novih vidova turizma, izraženom konkurencijom kako preduzeća na strani turističke ponude, tako i samih destinacija. Jedno od rešenja u borbi za ostvarivanje profita je inovativnost. S obzirom da je turizam složen sistem, inovacije u turizmu mogu se smatrati složenijim od inovacija u nekim drugim sektorima ili industrijama. Inovacija u turizmu mora biti profitabilna za privredni subjekt i mora povećati vrednost turističkog proizvoda kao i doživljaj turista. Ona obuhvata kompletan lanac vrednosti u turizmu podstičući tako nove i inovativne proizvode i procese.

Slika 4. Doprinos turizma svetskoj ekonomiji



Izvor: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416899>

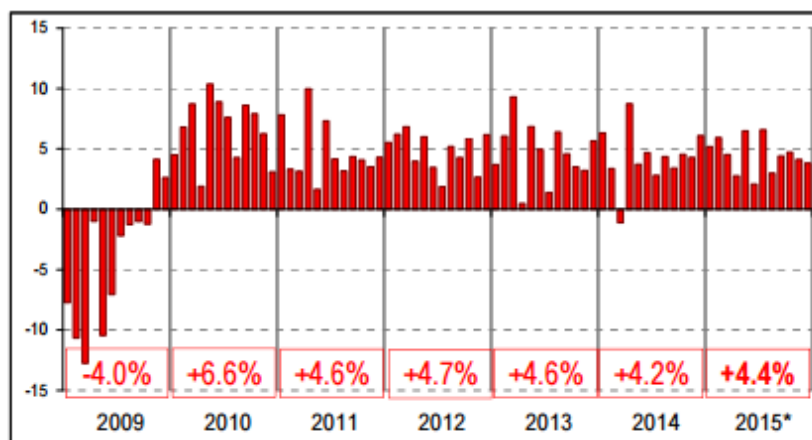
Iako sve veći broj ljudi uzima učešće u međunarodnim turističkim tokovima, turizam se pokazao kao veoma osetljiv privredni sektor na negativna politička i ekonomska dešavanja na globalnom nivou. Uprkos povremenim udarima, turizam je pokazao praktično besprekidan rast. Međunarodni dolasci turista su porasli sa 25 miliona 1950. godine, na 278 miliona u 1980. godini, 527 miliona u 1995., do 1,133 milijarde u 2014. Isto tako, prihodi od stranih turista zabeležili su veliko povećanje, od 2 milijarde USD u 1950. godini, do 104 milijarde USD u 1980., 415 milijardi u 1995. do 1245 milijardi USD u 2014. godini. Najveći potrošači na turističkim putovanjima 2015. godine bili su državljani Saudijske Arabije sa 5866 USD, zatim Egipta sa 4917 USD, Kine sa 4780 USD, Brazila sa 3942 USD i Australije sa 3603 USD.⁴⁷

U 2014. godini je u međunarodnim putovanjima bilo 1,133 milijarde učesnika. Ova cifra predstavlja porast za 4,3% u odnosu na 2013. godinu, što se uklapa u predviđanja da od 2010. do 2030. godine prosečna stopa rasta bude 3,8% godišnje. Devizni priliv u 2014. godini bio je 1245 milijardi USD, što je 3,7% više u odnosu na 2013. godinu. Prihod od saobraćaja iznosio je 221 milijardu. Kada se prihodi od saobraćaja dodaju na ukupan devizni prihod dolazimo do zaključka da je ukupan devizni priliv 1500 milijardi USD. U 2015. godini ostvareno je povećanje broja dolazaka u međunarodnom turizmu od 4,4%, tj. 1,184 milijarde dolazaka, a to je 50 miliona više u odnosu na 2014. godinu.

⁴⁷ Global Travel Intentions Study 2015, Visa, 2015.str.7

Prednjači Evropa sa povećanjem od 5%, Severna i Južna Amerika sa 4,9%, Azija sa Pacifikom 4,8%, dok Bliski istok ima rast od 3,1%, a Afrika pad od 3,3%.

Slika 5. Međunarodni dolasci turista, 2009.-2015.god.



Izvor: Svetska turistička organizacija

Prethodna 2015. godina je šesta godina kako međunarodni turizam beleži porast od 2009. - godine ekonomske recesije. Posmatrajući podregione, prednjače sa povećanjem od 7% Okeanija i Centralna Amerika i Karibi zbog jačanja američkog dolara, dok Severna, Istočna i Centralna Evropa beleže povećanje od 6%. U Severnoj Africi zabeležen je znatan pad od 8%, zbog nestabilne političke situacije.

Od 2010 do 2030. godine, turistički promet zemalja u razvoju će se povećavati po stopi od 4,4%, a u razvijenim 2,2% godišnje. Udeo na turističkom tržištu privreda u razvoju povećao se od 30% 1980. godine na 45% 2014. godine, a predviđa se povećanje od 57% do 2030. godine, što predstavlja više od milijardu turista. Ovo je očigledno povećanje turističke potražnje koje je naročito rezultat povećanja razvoja svetske ekonomije, posebno ekonomija u porastu kao što su Brazil, Indija i Kina. Scenario povećane globalizacije aktivnosti u turizmu je jasno stimulisan intenzivnim razvojem tehnologije i reflektuje se na porast dostupnosti novih destinacija naročito zbog razvoja vazdušnog saobraćaja. Međutim treba naglasiti da Evropa ostaje i dalje glavna destinacija međunarodnog turizma i najveći emitent i primalac turista, uprkos povećanju procenta turističke aktivnosti širom sveta. Zapadno-evropske zemlje kao i Bliski istok i Azija su glavne destinacije za koje je interesovanje sve veće.

Turistički sektor u poslednjih nekoliko decenija morao je da se prilagodi promenama u tražnji. Došlo je do pojava novih turističkih destinacija koje su ubrzo postale konkurentne tradicionalnim turističkim zemljama koje više nisu zadovoljavale potrebe tržišta. Iz tog razloga turističke strategije sve češće u prvi plan stavljaju implementaciju inovacija jer njihova primena dovodi do ekonomskog rasta kroz privlačenje turista, što se odražava na povećanje profita za pružaoce turističkih proizvoda i usluga.⁴⁸

⁴⁸ OECD, Innovation and growth in tourism, OECD Publishing, 2006.str.17

Zbog učestalih putovanja turisti su postali sofisticirani i iskusni i time su uticali na razvoj turističkog tržišta i turističke ponude. Strategije usmerene na inovacije koriste tzv. „mehanizme nastajanja inovacija“, koji promovišu razvoj preduzetništva, novih poslovnih modela i privlače investicije za obnovu opreme i objekata. Preduzetnici i lideri u oblasti turizma oslanjaju se na stručna znanja i razvoj veština putem kojih mogu stvoriti okvir za poboljšanje postojećih organizacionih struktura i promovisanje celokupnih potencijala destinacije. Dodatnom edukacijom i treninzima menadžmenta i zaposlenih dolazi do stvaranja ljudskog kapitala što utiče na povećanje produktivnosti, a samim tim i profitabilnosti. U turističkom sektoru, pored formalnog obrazovanja, važno je i „učenje na poslu“ kako bi se usavršile veštine, kao i zbog stalne potrebe za regrutovanjem novih zaposlenih. Pored navedenog, mehanizmi inovacija obuhvataju deljenje znanja sa različitim organizacijama čime se, takođe, poboljšava produktivnost. Razmenom znanja promovišu se inovacije i obezbeđuje se njihova pravilna implementacija. Poslednji mehanizam odnosi se na informaciono - komunikacione tehnologije, odnosno na efikasne informacione sisteme i softvere koji predstavljaju esencijalni faktor razvoja turizma u savremenom društvu.⁴⁹

Novi vidovi turizma

Turizam se menja sa promenom načina života, tempa, stila, životnog standarda i dužinom radnog vremena. Obzirom da tempo života menja turistu koji ima specifična interesovanja i putuje kako bi ostvario svoje potrebe za novim sadržajima i iskustvima i znanjima, nastaju nove destinacije, a time i novi vidovi turizma koji nude više od običnog odmora.⁵⁰

Selektivni oblici turizma, koji predstavljaju suprotnost masovnom turizmu pojavljuju se tokom 1970-ih godina. Oblici selektivnog turizma čine tržišne kategorije i smatra se da selektivan turizam ne utiče na značajne promene prirodno - ekoloških odlika destinacije, zbog svojih manjih dimenzija, tj. manjeg obima prometa turista, čime se smanjuju i mogućnosti ekoloških šteta i rizika. U ekonomskom smislu, formiranje i kompletiranje selektivne turističke ponude iziskuje velike inicijalne investicije, ali se vremenom prihodi povećavaju, uz mogućnost stvaranja značajnog profita.⁵¹ (Jovičić, 2010, 154). Predviđanja Svetske turističke organizacije govore da bi u narednom periodu pojedine vrste turizma koje se odlikuju manjim stepenom masovnosti i većom prostornom disperzijom turista unutar receptivne regije, mogli ostvariti ubrzan rast. To se, pre svega, odnosi na kulturni turizam, krstarenja, kratke posete gradovima, putovanja na kongrese i konferencije i ekoturizam. Budući razvoj biće, u znatnoj meri, obeležen specifičnim turističkim proizvodima, sadržajima i aktivnostima namenjenim pojedinim užim segmentima tražnje, tzv. tržišnim nišama.

Ekoturizam - predstavlja mali segment turističkog tržišta ali koji progresivno raste, pod dejstvom tržišnih faktora i adekvatne regulative. Ekoturizam obuhvata 6% svetskog bruto proizvoda i 11,4% potrošnje.

⁴⁹ OECD, Innovation and growth in tourism, OECD Publishing, 2006. Str.35

⁵⁰ Jovanović V., Njeguš A., The Application of GIS and its component in Tourism, Yugoslav journal of operations research; Vol. 18, No. 2, 2008. Str.6

⁵¹ Jovičić, D., Menadžment turističkih destinacija, Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu, Beograd, 2011. Str.157

Ekoturizam je oblik turizma zasnovan na prirodi, koji naglašava obrazovnu komponentu kao rezultat interakcije između turista i prirodnog okruženja (ovo ga čini različitim od svih ostalih vidova turizma) i treća bitna stvar je neophodnost održivog razvoja ekoturizma. Sve više ljudi je svesno da održivi razvoj predstavlja jedinu mogućnost razvoja u budućnosti, te kao turisti radije biraju neki vid održivog turizma. S obzirom da ekoturizam sadrži i edukativnu komponentu, smatra se da će oplemeniti razvoj turizma u budućnosti.

Kosmički turizam - je vid ekstremnog turizma koji ima najmanji broj učesnika za sada zbog izuzetno visokih troškova. U uslovima razvoja savremenog turizma, aktivni turizam je dobio vodeću ulogu razvojnog pravca u odnosu na dosadašnji pasivni turizam. Najaktivniji deo aktivnog turizma je ekstremni turizam. Svemirske i vojne avanture kao deo ekstremnih avantura spadaju u jednu od onih koje probijaju granice turizma u globalu. Ta granica, koju je nekada predstavljao svemir, više ne postoji. Pioniri ovog vida turizma su kompanije "Virgin Galactic" i "Xcor Aerospace".

Ture koje organizuju ove dve kompanije obuhvataju desetominutno zadržavanje u bestežinskom stanju u kosmosu. Sa udaljenosti od preko 100 kilometara udaljenosti, putnici mogu da posmatraju planetu Zemlju. Za ova putovanja potrebno je izdvojiti od 75000 do 250000 američkih dolara. Takođe, potrebno je proći i visednevnu obuku.

Virtuelni turizam - Suština suprotnost odlasku u svemir predstavlja *virtuelni turizam*. Ovaj netipični vid turizma sastoji se od virtuelnih tura koje omogućavaju korisnicima da se nađu bilo gde na zemljinoj kugli kada oni to požele. Kompjuterska igra *Second life* omogućava korisnicima – virtuelnim turistima da napredu svoj lik u vidu avatara i putuju svetom. Ova igra se koristi i za promociju turizma, a takvu funkciju imaju i brojni sajtovi koji nude virtuelne ture. Virtuelni turizam ne može zameniti turizam u realnosti, ali može podstaći brojna turistička kretanja i služiti kao odličan vid promocije turističkih destinacija, a i smeštajnih kapaciteta.

Sve je veći broj vidova turizma, i stalno se pojavljuju novi jer turisti teže za novim iskustvima i doživljajima, a nosioci ponude da ih privuku i zadovolje njihove sofisticiranije potrebe. Neki od savremenih, ne tako tipičnih vidova turizma, koji imaju veliki broj učesnika su: mračni turizam (poseta lokaliteta gde su se u istoriji dogodila masovna stradanja), filmski (mesta snimanja poznatih filmova), naturizam (slobodan odnos čoveka i prirode), hiperturizam (konstantno kretanje turista u prostoru), etnički (putovanja povezana drevnim narodima i civilizacijama), polarni (putovanja motivisana atrakcijama i aktivnostima u Polarnom krugu), eskapizam (beg iz domicila bilo gde), postratni i postkrizni (putovanja u područja na kojima su se odvijale ratne operacije, odnosno koje su uništene u prirodnim nepogodama).

Karakteristike savremenih turista

U današnje vreme, a tako će biti i u budućnosti, putovanja su neizostavni deo čovekovog života. Savremeni turista ima dovoljne prihode da više puta godišnje priušti sebi kraće putovanje. Otuda i trend da se putuje češće ali kraće, da se umesto zimovanja i letovanja, ili samo letovanja ode na kraće putovanje i tokom jesenjih i/ili prolećnih meseci. Potrošači su sve više sofisticiraniji u odabiru putovanja, a u tome im pomaže savremena tehnologija. Individualni trendovi uticali su na profil potražnje i turizam u celini. Jedan od faktora koji utiču na potražnju je promena u profilu potražnje potrošača.

Promena je jasna pa je njima dato ime „novi turista“ i njihove karakteristike ogledaju se u sledećem:⁵²

- Turista je više orijentisan na učenje, avanturu i iskustva, traži autentičnost i stvaran, nezaboravan doživljaj i sticanje novih znanja;
- Fleksibilan je i nezavisniji u prirodi (novi turista stvara potrebu za boljim kvalitetom, većom vrednosti koju dobija za novac i većom fleksibilnosti na putovanju);
- Veoma zainteresovan za doslednost čak i spreman da plati više;
- Veoma zainteresovan za život čak i učestvovanje u životu lokalnih kultura;
- Stalno se menjaju destinacije i dužina boravka putovanja;
- Zahteva različite tipove turizma, što više novih iskustava i doživljaja;
- Imajući u vidu promenljive demografske profile kao što su: starenje populacije, promene veličine porodice itd; u budućnosti turistička preduzeća moraju da služe svakom, od unuka do baka i deka;
- Više su pod stresom pa traže opuštanje i pogodnosti;
- Više upoznati sa tehnologijom pa je često koriste za rezervisanje i kupovinu turističkih proizvoda, kao i na putovanjima;
- Više brinu o zdravlju i bezbednosti, s obzirom na nestabilnu političku situaciju u svetu, česte terorističke napade, pojavu novih zaraznih bolesti.

U savremenom turizmu značajan uticaj imaju nekoliko kategorija turista, to su:⁵³

- **Mlađa populacija** od 18 do 30 godina su dosta pokretljivi putnici koji čine veliki udeo u ukupnom broju putnika na svetu. Mlađa generacija je uglavnom zainteresovana za putovanja u inostranstvo. Njih više zanimaju destinacije gradskog turizma zbog diverzifikovane ponude koju nude i koja može podmiriti svačija očekivanja. Češće putuju u grupi sa prijateljima nego sami. Kvalitet usluga im nije od presudne važnosti na putovanjima, već gledaju da cena bude pristupačnija.
- **Turisti trećeg doba** ispunjavaju idelno uslove za uključenje u turistička kretanja jer poseduju dovoljno novčanih sredstava i slobodnog vremena. Oni čine oko 1,5 milijardu svetske populacije i pošto im finansijska sredstva omogućavaju to da ne štede na turističkim uslugama predstavljaju najzahtevniju kategoriju putnika, koja ujedno i raspolaze najvećom količinom novca na turističkim putovanjima i ne toleriše lošu uslugu. Putovanja su uglavnom usmerena ka mirnijim destinacijama i uglavnom putuju u paru.
- **Kreativni turisti** žele da dožive turističku destinaciju u potpunosti. Traže autentično iskustvo. U stalnoj su interakciji sa lokalnim stanovništvom. Žele da upoznaju kulturu i način života lokalnog stanovništva koje živi na destinaciji. Što se tiče smeštaja bitno im je samo da je autentičan i u skladu sa ambijentalnim celinama destinacije.

Ekonomija deljenja kao inovacija modela poslovanja

⁵² Pirnar I., Icoz O., The new tourist: impacts on the hospitality marketing strategies, EuroCHRIE, Amsterdam, 2010. Str.1

⁵³ Ottenlacher, M. C., Innovation Management in the Hospitality Industry: Different Strategies for Achieving Success, Journal of Hospitality & Tourism Research 2, 2007.

Ljudi postaju sve više svesni posledica aktivnosti vezanih za potrošnju. Ekonomija deljenja predstavlja otklon od materijalizma. Koncept je zasnovan na korišćenju, ali ne i posedovanju stvari. Sam pojam uveo je Martin Weitzman, 1984. godine u knjizi *Shere Economy*, mada ovaj koncept doživljava svoj uspon nakon početka globalne ekonomske krize 2008. godine i predstavlja odgovor na preteranu potrošnju, materijalizam i pohlepu koje se smatraju i glavnim krivcima za dugotrajnu ekonomsku krizu. Pristup dobrima i uslugama, a ne vlasništvo je osnova ekonomije deljenja, a podstaknuta je ponašanjem zasnovanim na štedljivosti.⁵⁴

Razvoj tehnologije prevazišao je geografske granice i obezbedio obim poslovanja.⁵⁵ Savremeni ljudi su se dosta osamili poslednjih godina sa svom tehnologijom koja im je na raspolaganju. Ipak, po svojoj prirodi čovek je društveno biće koje ima potrebu za zajedništvom. Ljudi danas žele ono što se ne može kupiti novcem, vrednuju ljudskost i uočavaju kako je deljenje i zabavno i praktično.

Slika 6. SWOT analiza ekonomije deljanja

Jake tačke:	Slabe tačke:
<ul style="list-style-type: none"> - Vrednost za novac - Upotreba nedovoljno korišćenih resursa - Manji pritisak na životnu sredinu - Smanjenje viška proizvoda 	<ul style="list-style-type: none"> - Nepostojanje ili nedovoljno prisustvo u ruralnim sredinama - Slaba zakonska regulativa
Mogućnosti:	Pretnje:
<ul style="list-style-type: none"> - Razvoj tržišnih niša - posebni sajtovi - Priklučenje poslovnih korisnika - Priklučenje velikih kompanija 	<ul style="list-style-type: none"> - Industrijske akcije - Zdravlje i bezbednost

Izvor: Passport, Travel and the Sharing Economy, 2014, 14

Tri ključne koristi od ekonomije deljenja su: ⁵⁶

- *Ekonomske: efikasnija i prilagodljivija upotreba finansijskih sredstava,*
- *Za životnu sredinu: efikasnije, održivije i inovativnije korišćenje prirodnih resursa, i*
- *Društvene: dublje društvene i lične veze.*

Ekonomija deljenja je takav model poslovanja koji podržava uzajamnost, saradnju i solidarnost. Princip poslovanja je slobodna tržišna ekonomija. Ne zahteva neke investicije ili početni kapital, već se poslovanje temelji na raspoloživim sredstvima u datom trenutku.

⁵⁴ Sundbo, J., Gallouj, F., *Inovation as loosely coupled system in services*, International Journal of Service Technologies and Management, 2000.

⁵⁵ Passport, Travel and the Sharing Economy, 2014.

⁵⁶ Passport, Travel and the Sharing Economy, 2014. Str. 14

Za ovaj model poslovanja nije bitna država, niti njene institucije, već individualci koji nastupaju na tržištu radi zadovoljenja svojih potreba. Sami korisnici kreiraju i ponudu i potražnju, pa su kreativnost i preduzetnički duh osnovni uslovi za poslovanje u okviru ovog poslovnog modela. Savremena tehnologija je takođe bitna stavka ovog novog i skroz drugačijeg vida ekonomije i omogućava da se poslovni model sve više i više razvija, da dobija nove korisnike širom sveta i nove oblike ponude i potražnje.

Turističke usluge tradicionalno su obezbeđivala preduzeća kao što su hoteli, taksi ili turoperatori. Od nedavno, sve veći broj pojedinaca želi da deli privremeno sa turistima ono što poseduje (na primer svoju kuću ili automobil). Ekonomija deljenja ima pozitivan uticaj na turizam, ali i negativni. Ovaj koncept omogućuje jednostavan pristup širokom spektru usluga koje su često višeg kvaliteta i pristupačnije od onih koje se pružaju na tradicionalan način. Sa druge strane, ekonomija deljenja stvara nelojalnu konkurenciju na strani turističke ponude, pre svega hotelskim preduzećima, a takođe smanjuje sigurnost i bezbednost turista.

Postoji veliki broj Internet servisa koji promovišu ekonomiju deljenja i koji podržavaju aplikacije za mobilne uređaje putem kojih se tržište širi. U turizmu je ekonomija deljenja zastupljena za sada u uslugama smeštaja, prevoza i uslugama u turističkoj destinaciji.⁵⁷ Pojedinci nude u turizmu da dele ono što imaju:

- Air BnB – prenoćište, boravak;
- Uber – prevoz osoba;
- easy Car Club - razmena automobile.

Ekonomski uticaji turizma na privredu

Turistička potrošnja (engl. tourism consumption), kao potrošnja turista u mestima koje posećuju, osnova je razumevanja ekonomskih uticaja turizma. Savremena ekonomska teorija u istraživanju doprinosi turizmu privrednom razvoju uvek polazi od turističke potrošnje, jer kao „rezultat ove potrošnje nastaju određeni ekonomski efekti na privredu, kako zemlje i područja iz kojih turisti dolaze tako i onih zemalja i mesta koja turisti posećuju“.⁵⁸ Iako se određeni ekonomski efekti osećaju i u privredi zemlje i područja iz kojih turisti dolaze, ipak se prilikom analize ekonomskih uticaja turizma, pre svega, analiziraju efekti turističke potrošnje na privredu zemlje i područja koja turisti posećuju.

U domaćoj i stranoj literaturi mogu se naći različite klasifikacije za sagledavanje ekonomskih efekata turizma na privredu. Jedna od najčešće korišćenih u domaćoj literaturi jeste podela na direktne i indirektne efekte na privredu. Prema ovoj podeli se kao najvažniji *direktni* uticaji turizma na privredu navode sledeći: uticaj na društveni proizvod i nacionalni dohodak, uticaj na razvoj privrednih delatnosti turističke privrede, uticaj na platni bilans, uticaj na zaposlenost stanovništva, uticaj na investicije (investicionu aktivnost i strukturu investicija) i uticaj na brži razvoj nedovoljno razvijenih zemalja i područja. *Indirektni* uticaj se odnosi na poljoprivredu, industriju, građevinarstvo. Turistička potrošnja ima uticaja na gotovo sve privredne i neprivredne delatnosti. Potrošnja stranih turista ima i *multiplikativni* uticaj na privredu zemlje u celini.

⁵⁷ Passport, Travel and the Sharing Economy, 2014. Str. 2

⁵⁸ Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006, str. 39

U nastavku ćemo razmotriti neke od najznačajnijih i najčešće pominjanih ekonomskih efekata turizma na privredu.

Uticaj turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak

U teoriji postoji visok stepen saglasnosti oko stava da se turizam ne može smatrati stvaraoцем društvenog proizvoda i nacionalnog dohotka, ali da ipak turistička potrošnja i posredno i neposredno utiče na društveni proizvod i nacionalni dohodak. Posredno, turistička potrošnja utiče tako što podstiče razvoj oblasti materijalne proizvodnje koje su u ulozi dobavljača turističke privrede, dok neposredno utiče po osnovu preliivanja dohotka iz drugih zemalja. Naime, ovaj neposredan uticaj turizam ostvaruje preko prometa stranih turista preko koga se, posredstvom ostvarene inostrane turističke potrošnje, vrši direktno preliivanje inostrane akumulacije u turističke destinacije i privredu posećene zemlje. To je razlog velike zainteresovanosti zemalja za razvoj inostranog turizma i njegova ključna prednost u odnosu na domaći turizam (koji utiče na preraspodelu novčanih sredstava unutar granica jedne zemlje).

U razvijenim turističkim zemljama koje ostvaruju visoke prihode od stranih turista i beleže značajne procenete učešća ovih prihoda u društvenom proizvodu, vidljiv je značaj direktnog uticaja turizma na društveni proizvod. Tako su prema podacima Svetske turističke organizacije u 1995. godini visoko učešće prihoda od stranih turista (ali bez prihoda od međunarodnog saobraćaja) u društvenom proizvodu zabeležile sledeće razvijene turističke zemlje: Singapur (10,5%), Hong Kong (6,8%), Austrija (6,7%), Španija i Grčka (4,8%), Portugal (4,5%) itd.

Pored direktnog uticaja turizma na društveni proizvod i nacionalni dohodak, u teoriji se često pominje i razmatra njegovo delovanje na teritorijalnu preraspodelu kako u svetskim okvirima tako i u okviru konkretnih zemalja.⁵⁹ U svetskim okvirima turizam može da predstavlja značajan činilac preliivanja društvenog proizvoda iz privredno razvijenih zemalja sveta u zemlje sa nižim stepenom privredne razvijenosti te da tako dovodi do ravnomernijeg razvoja proizvodnih snaga u svetu. Takođe, razvoj domaćeg turizma može da doprinese ravnomernijem razvoju svih regiona jedne zemlje, tako što preko potrošnje turista obezbeđuje preliivanje dohotka iz privredno razvijenih u privredno nedovoljno razvijene regione (ali turističke razvijene). Zahvaljujući takvim uticajima na društveni proizvod i nacionalni dohodak, turizam može da predstavlja značajan činilac ukupnog privrednog razvoja.

Uticaj turizma na platni bilans

Platni bilans predstavlja sumarni iskaz ekonomskih transakcija rezidenata neke ekonomije sa ostatkom sveta u određenom vremenskom periodu. Značaj pojedinih pozicija u platnom bilansu zavisi od zastupljenosti primarnih, sekundarnih i tercijarnih delatnosti u strukturi pojedine ekonomije, dostignutog stepena privrednog razvoja te uključenosti u međunarodne tokove roba, usluga i proizvodnih faktora te finansijskih tokova. U literaturi se često ističe da se uticaj turizma na nacionalnu ekonomiju osetio najpre kroz platni bilans zemlje i da je ovo jedna od najznačajnijih ekonomskih funkcija turizma.

⁵⁹ Slobodan Unković, dr Bojan Zečević, *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006

Turizam predstavlja veoma značajan izvor deviznih sredstava zbog čega ga svrstavaju u favorizovane izvozne grane. Za zemlje koje su se, pre svega, izdvojile kao značajne receptivne turističke zemlje na međunarodnom turističkom tržištu, devizni priliv od turizma predstavlja najvažniju stavku prihoda u platnom bilansu i veoma snažan faktor ukupnog razvoja privrede. Takođe, značajna je činjenica da ovaj devizni priliv nije praćen izvozom dobara preko granica zemlje, pa se ova vrsta izvoza naziva „nevidljivim izvozom“ (engl. invisible export) ili redje „tihim izvozom“ i „izvozom na licu mesta“. Umesto izvoza robe ovde se „uvozi“ potrošač odnosno turista čija potrošnja u destinaciji predstavlja osnov deviznog priliva. Ova specifična vrsta izvoza ima brojne prednosti u odnosu na klasični izvoz roba i usluga:

- Neke robe koje ne mogu postati predmet razmene u okviru međunarodne trgovine (engl. international trade), kao što su prirodne i kulturne ili socijalne atraktivnosti zemlje mogu biti valorizovane kroz turizam. One privlače turističku tražnju i indirektno se „prodaju“ na turističkom tržištu u obliku viših cena za turističke proizvode.
- Neki proizvodi su „izvezeni“ tako što su prodati stranim turistima koji su posetili zemlju (na primer: boca vina ili neki drugi proizvod koji je tako prodat po višoj ceni nego da je tradicionalno izvezen)
- Izvoz putem prodaje stranim turistima rezultira visokim profitom, ne samo zbog prethodno pomenutih viših cena nego i zbog činjenice da su u ovom slučaju i troškovi niži (na primer: nema transportnih troškova – engl. transportation costs ili troškova osiguranja- engl. insurance costs).
- Neki kvarljivi proizvodi, kao na primer poljoprivredni proizvodi, koji se prodaju turistima u zemlji, mogu jednostavno da ne odgovaraju za izvoz zbog nedovoljno razvijene infrastrukture i upravljanja izvoznim tokovima.⁶⁰

Zbog ovih prednosti turizam se vidi kao relativno jeftin, a lak način (a ponekad čak i kao jedini način) zarade deviza (engl. foreign currency) neophodnih za investiranje u razvoj. Pošto se danas mnoge zemlje sveta suočavaju sa problemima deficita platnog bilansa, međunarodni turizam može pomoći da se ublaže takvi problemi i doprinese obezbeđenju finansijskih resursa potrebnih za ekonomski i društveni razvoj. To je razlog što većina njih nastoji da kroz aktivnu turističku politiku stimuliše potrošnju stranih turista i utiče na uravnoteženje nepovoljnog trgovinskog i platnog bilansa u celini.

Značaj turizma kao izvozne grane najbolje se vidi i iz podataka Svetske turističke organizacije (WTO) i Međunarodnog monetarnog fonda (International Monetary Fond - IMF), prema kojima je međunarodni turizam vodeća izvozna kategorija u svetu koja prevazilazi čak i automobilsku i hemijsku industriju. Međunarodni turizam danas predstavlja najznačajniju pojedinačnu stavku u ukupnoj vrednosti svetskog izvoza roba i usluga. Turizam je takođe jedna od pet vodećih izvoznih kategorija za 83% svih zemalja, i glavni izvor deviza za najmanje 38% njih. Činjenica je da za mnoge zemlje, naročito one sa ograničenim industrijskim sektorom ili sa samo nekoliko mogućnosti za razvoj alternativnih izvoznih sektora, turizam predstavlja osnovni izvor deviznih prihoda (engl. foreign exchange earnings).

⁶⁰ Richard Sharpley and David J. Telfer, *Tourism and development – Concepts and Issues*, 2004, str. 93

Interesantni su podaci da su devizni prihodi od turizma u Tanzaniji i Južnoj Africi veći od prihoda koji ove zemlje ostvaruju po osnovu izvoza zlata. Najnoviji podaci Konferencije Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju (UNCTAD) ukazuju na turizam kao glavni izvor deviznih prihoda za jednu trećinu zemalja u razvoju i skoro polovinu najmanje razvijenih zemalja.

Turizam osim na aktivu platnog bilansa takođe utiče i na pasivu i to preko izdataka stanovništva za putovanja u inostranstvo koja se mogu tretirati i kao „nevidljivi uvoz“. Ovakav uticaj turizma na platni bilans je izraženiji u grupi privredno razvijenijih zemalja sveta u kojima se zapaža tendencija da izdaci za putovanja u inostranstvo rastu brže u odnosu na prosečni rast vrednosti uvoza roba i usluga. Kao što se povećana potrošnja stranih turista javlja kao pozitivan faktor platnog bilansa, tako se povećani izdaci stanovništva za putovanja u inostranstvo javljaju kao negativan faktor platnog bilansa.

Uticaj turizma na platni bilans može biti čak i veći ukoliko se posmatra cela turistička privreda (engl. tourism economy) sa svim industrijama i sektorima koji su povezani sa njom, nego što se čini ako se posmatra samo turistički sektor. U teoriji se ovaj ukupni doprinos turizma meri preko satelitskog bilansa turizma (engl. tourism satellite account – TSA). Stručnjaci međunarodnih turističkih organizacija, pre svega Svetske turističke organizacije (WTO) koji su i otkrili satelitski bilans turizma smatraju da ovaj bilans definitivno potvrđuje postojanje dosad neotkrivenih ekonomskih efekata turizma na privredu zemlje kao celine, koji se sada zahvaljujući njemu mogu locirati i izmeriti.

Neke negativne ocene značaja ekonomskih efekata turizma

Iako u teoriji postoji visok stepen saglasnosti da turizam ima pozitivne ekonomske efekte na privredu, te da se može iskoristiti kao značajan faktor privrednog razvoja, postoje teoretičari koji upozoravaju i dovode u pitanje vladajuće mišljenje o naročitim privrednim efektima koji nastaju razvojem turizma. Jedan od njih je i Robert Erbes koji je 1973. godine objavio svoju studiju pod naslovom „Međunarodni turizam i privreda zemalja u razvoju“ koju je izradio po narudžbi Međunarodne organizacije za ekonomsku kooperaciju i razvoj. U vezi sa razvojem sektora turizma, ne samo u zemljama u razvoju, nego i u privredno razvijenim zemljama autor je izneo sledeća zapažanja:

- „Ekonomska je stvarnost 'turističkog sektora' mnogo složenija, a s gledišta privrednih efekata mnogo je manje povoljna nego što se to čini na temelju površnih ocena. Dovoljno je imati na umu veličinu investicija koje se ulažu u 'podsektor hotelijerstvo', posebno kad se radi o hotelima koji posluju samo sezonski (pet do šest meseci u godini).
 - Nema zemlje koja raspolaže ispravnom i potpunom računicom koliko nju 'košta' dolar koji je ostvarila od turističkog deviznog priliva. Nema računice bi li taj dolar koštao manje da su ista investicijska sredstva uložena u 'turistički sektor', bila uložena u neki drugi privredni sektor, koji bi se skladnije uklapao u privredu zemlje kao celine.
 - Malo je zemalja, ako uopšte postoje, koje bi mogle i smele svoj ekonomski spas očekivati samo od turizma.
- „6

Osim Roberta Erbesa bilo je i drugih autora (R. Lawson, G. Menges, J.A. Bodlender, Ivan Antunac i drugi)

koji su smatrali da je vladajuće mišljenje o posebnim privrednim efektima potrošnje stranih turista za privredu posećene zemlje preterano, odnosno da su preterane ocene o značaju i efektima međunarodnog turizma u privredi posećene zemlje.

Zaključak

Peć kao turističko odredište koje dominira sa prirodnim i povijesnim ljepotama, nije u potpunosti iskoristio sve svoje mogućnosti i prilike. Uz djelovanje raznih tržišnih, pravnih i fizičkih subjekata destinacije te uz utjecaj raznih organizacija, tijela i institucija lokalne, regionalne i državne razine, pravi razvoj tek predstoji.

Ono što bitno utječe na kvalitetu turističkih usluga su ljudski čimbenici koje možemo razvrstati na direktne i indirektno. Direktni su oni koji su sadržani u sposobnosti, znanju i uspješnosti uslužnog osoblja, a razlikuju se od djelatnika do djelatnika. Indirektni su oni koji u sustavu kvalitete održavaju sposobnost menadžera poduzeća i njihov utjecaj na postizanje i održavanje odgovarajuće kvalitete usluga. Tu se još može uvrstiti i motiviranje ljudi za kvalitetne usluge, obrazovanje, osposobljavanje, itd.

Peć je poseban ne samo zbog svojih prostornih karakteristika, nego i zbog svoje tradicije i način a života građana. Urbani gradski parkovi, trgovci, plaže, tržnice, riva, forum, orgulje i pozdrav suncu, kulturna baština, nematerijalna baština, su sve dio identiteta grada Peci koji upravo po svim svojim prirodnim ljepotama i brojnim kulturno – povijesnim spomenicima ima sve preduvjete da postane prepoznatljivi centar na teritoriji Republike Kosova. S druge strane, taj potencijal nije još dovoljno iskorišten

Prvi izazov za razvoj turističkog sektora leži u nedostatku pouzdanih zvaničnih podataka i statistika. Podaci se moraju izvući iz različitih izvora kako bi se oslikalo kompletno stanje koje vlada u industriji, baš kao što je urađeno i u ovom izveštaju. Ovakvo stanje delimično proizilazi iz nepostojanja zajedničkog dogovora među vladinim agencijama o tome šta turizam podrazumeva. Ministarstvo za trgovinu I industriju pruža spisak preduzeća koja se smatraju za turistička tela, ali s obzirom na privredni uticaj kulturnih delatnosti (festivali i slično), potrebna je redefinicija I proširenje spiska subjekata koji se smatraju srodnima turističkom sektoru.

Potrebno je osmisliti kulturnu strategiju grada Peći, osnovati tijelo koje će zajedno sa svim institucijama i pravnim osobama u kulturi raditi na jačanju kulturnog identiteta grada.

Literatura

1. Adebano, D., Mann R., 2008. Australian Organization for Quality, April. <http://www.aoq.org.au>
2. Antunac, I., (2002) „Mit o deviznoj potrošnji inozemnih turista“, *Ekonomski pregled*, 53
3. Armstrong, M. (2006), Performance measurement: Key strategies and practical guidelines, 3th Edition, Kogan Page Ltd, London
4. Avelini Holjevac, I. (2007), *Kontroling, Upravljanje poslovnim rezultatom*, Fakultet za turistički i hotelski menadžment, Opatija

Zakonski propisi

- *Službeni list Kosova, Zakon o boravišnoj taksi za usluge smještaja u ugostiteljskim i turističkim objektima, 7. januar 2009. godine.*
- *Službeni list Kosova, Zakon o turizmu, 10. maj 2013. godine.*
- *Republika Kosovo, Službeni list, Zakon o patentima.*

Izveštaji, članci i statistički podaci

- *Fatos Ukaj: „Koncept marketinga u svojstvu sredstva za razvoj turizma na Kosovu“, objavljeno 2010. god.*
- *Privremene institucije samouprave, Ministarstvo za trgovinu i industriju: „Izveštaj prostornog razvoja u sektoru turizma“, objavljeno 2004. god.*
- *Republika Kosovo, Agencija za statistiku Kosova: „Statistički podaci o hotelima“, objavljeno 2013. god.*

OSTALI IZVORI:

1. www.ks-gov.net/ESK/
2. www.visitkosova.org
3. www.kotas-ks.org
4. www.kosovundp.org

UPRAVLJANJE KRIZOM

Prof.dr Mirsad Nuković¹, dipl.ing. Hido Ljajić²,

Doc.dr Edib Hajrović¹,

Msc Ismet Suljović³

1.Univerzitet u Travniku 2.Tehnička škola u Novom Pazaru 3. Fakultet za poslovne studije i pravo, Univerziteta „Union Nikola Tesla“ u Beogradu

Summary

There is literally no place in the world that is immune to an unexpected flood, storm or earthquake, although some locations are more risky than others. Natural disasters are most often the product of hydrological, geological or meteorological events. Sudden movements of the Earth's crust cause an earthquake and, depending on the location, tsunami waves from time to time. Also, floods, storms and extreme temperatures are catastrophes that can lead to landslides.

Disasters often bring a heavy economic tax. In poorer countries, they can undo hard-earned social gains and deepen the problems of indebtedness, poverty and unemployment. The loss of 2 billion dollars due to the earthquake, which hit El Salvador in 2001, was equal to the amount of a huge 15 percent of the gross domestic product (GDP) of this country. In contrast, the \$ 100 billion in damage caused by the 1995 earthquake in Kobe was equal to only two percent of Japan's GDP. Such opposite effects can easily deepen the gap between rich and poor, urban and rural communities, men and women, and different ethnic groups. In divided societies, conflicts can arise if aid and reconstruction become a tool given to some at the expense of others or a lever for tighter political control. Component and correct post-disaster assistance can incredibly improve the government's image in the eyes of people demanding greater autonomy or independence, and thus alleviate resistance and perhaps open the door to more serious dialogue to overcome adversity.

Learning from the effects that disasters produce on human nature and behavior will certainly be one of the tasks of today's scientific researchers in order to overcome the more serious problems that can cause them, in the eventual future.

Key words: catastrophes, earthquakes, conflicts, impact on the social community, overcoming problems.

Sažetak

U svetu bukvalno nema mesta koje je imuno na neočekivanu poplavu, oluju ili zemljotres, mada su neke lokacije rizičnije od drugih. Prirodne katastrofe najčešće su proizvod hidroloških, geoloških ili meteoroloških događaja. Iznenađna pomeranja Zemljine kore izazivaju zemljotres i u zavisnosti od lokacije s vremena na vreme talase cunamija. Takođe, poplave, oluje i ekstremne temperature su katastrofe koje mogu da dovedu do klizanja zemljišta.

Katastrofe često donose težak ekonomski danak. U siromašnijim zemljama one mogu da ponište teško stečene društvene dobiti i prodube probleme zaduženosti, siromaštva i nezaposlenosti. Gubitak od 2 milijarde dolara zbog zemljotresa, koji je 2001 pogodio El Salvador, bio je ravan iznosu od ogromnih 15 odsto bruto društvenog proizvoda (BDP) ove zemlje. Kao kontrast tome, 100 milijardi dolara štete nastale u zemljotresu 1995, u Kobeu bilo je jednako iznosu od samo dva odsto bdp Japana. Ovako suprotni efekti mogu lako da prodube jaz između bogatih i siromašnih, gradskih i seoskih zajednica, muškaraca i žena i različitih etničkih grupa. U podeljenim društvima, konflikti mogu da nastanu ukoliko pomoć i rekonstrukcija postanu alatka kojom se jednima daje na račun drugih ili poluga za strožu političku kontrolu. Komponentna i korektna pomoć, posle katastrofe može neverovatno da poboljša imidž vlade u očima ljudi koji zahtevaju veću autonomiju ili nezavisnost, i tako ublaži otpor i možda otvori vrata ozbiljnijem dijalogu za prevazilaženje nepravilika.

Učenje iz efekata koje proizvode katastrofe na ljudsku prirodu i ponašanje, biće svakako jedan od zadataka, naučnih istraživača današnjice u cilju prevazilaženja ozbiljnijih problema koje mogu prouzrokovati isti, u eventualnoj budućnosti.

Ključne reči: katastrofe, zemljotresi, konflikti, uticaj na društvenu zajednicu, prevazilaženje problema.

Uvod

Sve je jasnije da netaknuti ekosistemi pružaju jedinstvenu zaštitu protiv prirodnih katastrofa – nešto što je teško, ako ne i nemoguće ponovo stvoriti. Ekosistemi kao što su koralni grebeni, morske trave, koje smo iz nehata uništavali, nisu luksuz. To su životni spasioci koji mogu da nam pomognu u odbrani naših domova, naših voljenih i naših sredstava za život od agresivnijih dela prirode.

Usred tolikih žrtava i uništenja zbog ogromnih katastrofa, istraživači su u stanju da proučavaju efekte ekološke degradacije na zaštitu i sposobnost vraćanje u prvobitno stanje posle katastrofa. Naučnici su, između ostalog otkrili, da je nezakonito uništavanje koralnih grebena dovelo do erozije prirodne odbrane obale, čime je omogućeno stvaranje mnogo većeg i moćnijeg talasa i povećana silina njegovog udara na obalu, nego u susjednim oblastima gde su talas rezbili netaknuti koralni grebeni.

Takođe, šume pružaju važnu uslugu ekosistema koja može da ublaži efekte prirodnih katastrofa. Drveće zadržava kiše i omogućava zemljištu da apsorbuje veliki deo vode, pre nego što oteče dalje. Tako šumski predeo održava vlagu, sprečavajući pojavu suše i dezertifikacije, ali i erozije.

Krčenje šuma, s druge strane, može da poveća rizik od pojave velikih požara, da poveća mogućnost poplava i doprinese globalnom zagrevanju.

U septembru 2005. jedna grupa meteorologa je istražila, da je u toku proteklih 35 godina došlo do 80-postotnog povećanja najmoćnijih tipova tropskih ciklona- oluja koje podstiče topla okeanska voda. Ijako se većina istraživača slaže da je povećanje temperature tropskih okeana izazvano povećanjem nivoa emisije gasova sa efektom staklene bašte, mehanizmi na osnovu kojih klimatske promene mogu da utiču na frekvenciju i jačinu uragana ostaju nejasni.

Međutim, ono što je jasno, jeste, da će se svet u narednim godinama suočiti sa još intenzivnijim olujama. Naučnici se slažu, da uzajamna veza između globalnog zagrevanja i značajnog porasta broja ekstremnih vremenskih pojava postaje sve više verovatna.

Delatnost usmerenja aktivnosti i dobre volje posle katastrofa

Pored uticaja na život, katastrofe mogu da podsteknu izbijanje, društvenih konflikata. Sporovi mogu da izbiju oko odgovarajuće kompenzacije za zemlju i izgubljenu ili oštećenu imovinu. Tamo gde katastrofa uništi javne isprave – lične karte, izvode iz matičnih knjiga, tapije na vlasništvo, ljudi ne mogu lako da dokažu svoj identitet ili vlasništvo nad svojinom. Katastrofa može da izmeni fizički izgled zemljišta do te mere da postaje gotovo nemoguće odrediti granice imovine i druge međe ili doneti presudu u imovinskim sporovima.

U društvima gde ima podela, konflikti mogu nastati, ukoliko pomoć i rekonstrukcija postanu alatka kojom se jednima daje na račun drugih ili poluga za strožu političku kontrolu. Ovakva diskriminacija može da oteža politiku pomirenja. Konkurentski humanitarni angažmani, u koje su uključene suprostavljene strane, mogu da doprinesu prevazilaženju nepoverenja.

Konflikte mogu izazvati ljudi koji su zbog katastrofe morali da odu na druga mesta na kojima možda nisu dobrodošli, i gde ih mogu smatrati konkurencijom za inače deficitarno zemljište, vodu, posao i socijalne usluge, naročito u zemljama koje su već suočene sa društvenim, ekonomskim ili političkim stresom.

Konflikti kao što su ovine odvijaju se posle katastrofe nužno uz upotrebu sredstava nasilja. Ali u nekim slučajevima oni mogu da poseju seme budućih nasilnih konflikatapovećanjem nezadovoljstva i polarizacije.

Katastrofe, dakle mogu da stvore nove olujne oblake. Ali, dramatično preoblikujući društveni pejzaž, one mogu transformišući konflikte da iznedre nove mogućnosti za okončanje netrpeljivosti. Katastrofa može da donese patnju koja prelazi granice konflikta i tako u prvi plan izbacuje zajedničke potrebe i interese za pomoć.

Uništenje koje za sobom ostavlja katastrofa može da bude takvo da rekonstrukcija može da se nastavi jedino uz sklapanje zajedničkih aktivnosti i primirje zavađenih strana. Kompetentna i korektna pomoć posle katastrofe može neverovatno da poboljša imidž vladajućih struktura u očima ljudi koji zahtevaju svoja veća prava, i tako otvori vrata dijalogu za prevazilaženje problema i donese bolje odnose.

Da li će se ove šanse dobre diplomatije implementirati, zavisi o iskrenosti i vilje politikog rukovodstva. Da bi se uspelo u ovakvim poduhvatima, moraju se uzeti u obzir interesi i motivacije svih učesnika.

Prirodne nesreće većih razmera obično pokreću humanitarnu pomoć Ujedinjenih nacija i drugih organizacija i agencija za pružanje pomoći, kao i nevladinih organizacija. Takvi uslovi nude mogućnost za transparentnost i smanjivanje verovatnoće za nered i kršenje ljudskih prava.

Takođe, postoje i šire kosekvence problema neprekidnog slanja pomoći razvoja. Humanitarne akcije, usmerena na isporuku brze humanitarne pomoći, razlikuju se od potreba rekonstrukcije i dugoročnog razvoja i održivosti. Ponovna izgradnja i potrebe, vrše pritisak na prirodne resurse, kao što su šume, i ukoliko se aktivnosti produže bez odgovarajuće pažnje posvećene ekološkim uticajima, mogu jednostavno da se stvore uslovi za dodatne prirodne nesreće.

Ekološka obnova od ključnog je značaja, jer osigurava da ponovna izgradnja ne samo da neće smanjiti osetljivost od budućih prirodnih poremećaja, već će pomoći da se stvore društvene i ekonomske strukture koje će imati manje razloga za buduće konflikte.

Humanitarna i ekološka pomoć

Humanitarne akcije posle prirodnih katastrofa mogu da budu moćni pokretač za transformisanje dinamike konflikata, koja nekada daje podsticaj potreban da se pravaziđu duboke ljudske podele i otpočinu bolji međuljudski odnosi. Razaranja koja su prouzrokovali zemljotresi, poplave i druge prirodne nesreće mogu da imaju snažan psihološki i emocionalni uticaj svih suprostavljenih i konfliktnih struktura.

Tabela: Osnovni zadaci u rekonstrukciji i stvaranju mira posle katastrofe

Sporno pitanje	Zadatak
Okončanje konflikta	Razoružanje, demobilizacija, reintegracija bivših boraca Nadgledanje i održavanje mira Reforma sektora bezbednosti Obučavanje iz oblasti ljudskih prava, primena
Društvena pitanja	Smanjenje siromaštva (smanjenje osetljivosti na katastrofe i društvenih nejednakosti) Uključenje građanskog društva u rekonstrukciju i ublažavanje katastrofe Jačanje prava manjina
Ekološka pitanja	Zaštita i obnova ekosistema koji nude sklonište od oluja, poplava, klizanja zemljišta, suša i drugog. Obezbeđenje da rekonstrukcija smeštaja i infrastrukture ne ubrza ekološku degradaciju Prihvatanje održivije prakse u poljoprivredi, šumarstvu i industriji

Izvor: The worldwatch institute, Stanje sveta 2006., str 135.

Dakle, izlivi dobre volje posle katastrofe, mogu da povedu aktere kroz trnovit put mirovnih procesa. Da bi se održala ta pokretačka sila, humanitarizam treba da preraste u političku promenu, koja će se baviti korenom uzroka konflikta, uspostavljanjem mera za izgradnju poverenja.

Veća povezanost, uz pažnju usmerenu na integrisanje različitih perspektiva i ujedinjenje u sveobuhvatnu snagu, treba da bude cilj svih onih koji su prisutnina sceni posle prirodne katastrofe.

Angažman na pružanju pomoći i učešću u rekonstrukciji pruža stvarne mogućnosti za pragmatično planiranje i inovativnu izgradnju. Obnova čovekove okoline je važan aspekt svakog takvog projekta

Visoki standardi transparentnosti i odgovornosti ne mogu da se ostvare bez jačanja građanskog društva. Grupe zasnovane na zajednici imaju osnovnu ulogu da obezbede da programi posle katastrofe budu pravilno primenjeni i da od njih svi imaju korist, imajući u vidu društvenu jednakost, kao i rukovođenje prirodnim resursima.

Zaključna razmatranja

Ishod upravljanja krizom nikada ne može da se predvidi, ma kakav Vi ekspert bili u ovom domenu! Međutim, upravljanje krizom UVIJEK može da bude prilika za rast za Vas i Vaše saradnike. .. *Rezilijentnost je neophodan kapacitet da bi se krize uspešno prebrodile. A uspešno prebroditi krizu znači nešto naučiti iz nje. Nijedan pravi lider ni uspešan preduzetnik krizu ne doživljava tragično. Pa čak ni gubitke ne doživljava ko neuspjeha već kao prostor za učenje.*⁶¹

Literatura

The worldwatch institute, Stanje sveta 2006.

Anja Bundalo, „Upravljanje kriznim situacijama i rezilijentnost“, linkedin.com

Upravljanje-rizicima.com (Upravljanje rizicima i sistemi zaštite i spasavanja od katastrofa – Praktikum

⁶¹ Anja Bundalo, „Upravljanje kriznim situacijama i rezilijentnost“, linkedin.com

THE DILEMMA OF COMMERCIAL DUALISM IN KOSOVO

Mustafë Kadriaj⁶², Vehbi Ramaj⁶³ Ylber Krasniqi⁶⁴

¹ College of Business, Pristina, Republic of Kosovo

² University "Haxhi Zeka" Peje

³ College of Business, Pristina, Republic of Kosovo

Abstract

Globally, it can be said that in less developed countries of the world live 2/3 of the population, while about 2/3 of the wealth is concentrated in the developed countries of the world. So there is a huge disproportion of world population distribution and wealth in the territorial aspect of the terrestrial globe. Underdeveloped countries and developed countries represent economic and social dualism in the world. This results from the fact that underdeveloped countries have "traditional" economies, while developed countries have modern economies. The polarization between these countries gives a dualistic character to the world economy. Underdeveloped countries in the domestic and world market have industries, mainly raw materials in which the traditional industry develops, while countries developed with final products, i.e. with modern industry. Elements of economic, social, and historical nature can be taken to present underdeveloped countries. Indicators are quite heterogeneous in their definition, there is no hierarchy in the order of these indicators, so their order is based on the purpose of analysis. Kosovo and its economy are best reflected in the economic dualism for the level of economic development and the ranking of Kosovo internationally as a state, so the economic dualism of Kosovo is at the domestic level with not oriented markets known as daily markets and shopping centers where the level doing business resembles developed countries but as a result of this economic dualism, Kosovo is recognized as an underdeveloped country.

Through the professional literature, research, analysis, we will address and bring conclusions that will be used by stakeholders to recognize the level of development of Kosovo, ranking, and economic dualism.

Keywords:

Kosovo economy, traditional and modern trade, economic development.

The scientific definition of economic dualism

Economic dualism as a practice of doing business almost all over the world with special emphasis on underdeveloped countries and even more so in underdeveloped countries has led many economic theorists to deal with this way of doing business by giving opinions and definitions where we can highlight some of them. Dualism - is generally the view, according to which a certain field is explained based on two different principles that cannot be reduced to each other (e.g. Man as the unity of body and soul, the objective, morality as something that has to do with the principle of good and the principle of evil. The word "dualism" was first used by K. Wolf in the XVII-XVIII centuries. According to Wolf, dualists are those thinkers who accept both matter and spirit although such thinkers who accept both principles can be found in ancient Greece and beyond, Rene Descartes and Immanuel Kant are still considered typical representatives of dualism. According to Descartes, these two principles exist independently, that is, they neither come out of each other nor can they affect each other. The attribute of the soul is thinking. Kant's dualism lies in the assumption that the world consists of two entities; "Things in themselves" the phenomena or phenomena. Phenomena correspond to the senses and can be known, while "things in themselves" are found beyond our experience, are graspable by reason, transcendental, and cannot be known. (Murtezai, 2007, p. 89). According to the dictionary of the Academy of Albania - Dualism doctrine, which states that the world and all phenomena have their source in two initial bases, which deny each other... (Samara, Haxhillazi, Shehu, Feka, Memisha, Goga, 2006, p. 221). Double talk: 1. Ambiguous words, a way of expression through vague ambiguous words. 2. Contradictory speech, balderdash. (Emin Dag, Pajaziti, 2019, p. 202). Dual according to the dictionary of business terminology means dual. (Rexha, 2001, p. 49). The term Dualism in the Dictionary of Terms and Economic Expressions of the former full professor at the University of Prishtina now deceased Dr. Hajrullah Gorani is expressed as Dualism. (Gorani, 1985, p. 76). Dualism - means a state of economic development where in addition to developed areas there are also underdeveloped surrounding areas. The presence, in addition to the economically developed sector, of a traditional or underdeveloped sector. (Skenderi, 2010, p. 58). Dual capacity system - a trading system on a stock exchange in which the functions of "stock employer" and "shareholder" are performed by separate firms. In a single capacity system, the two functions can be combined by firms known as market makers. (Oxford, 2003, p. 178). Dualism - is the coexistence of two situations or phenomena (one desirable and the other not), which are mutually exclusive to different groups of society - for example, extreme poverty and wealth, modern and traditional economic sectors, growth and stagnation, and education top of a minority among large-scale illiteracy. (P. Todaro, C.Smith, Minxhozi, malaj, Bexheti, 2018, p. 143)

A brief analysis of economic dualism

The dualistic thesis of development - the implication of the theory of structural change and the clarity of the theory of international dependence, is the notion of a world with dual societies, of rich and poor countries, and developing, where the pockets of the rich filled in areas of widespread poverty. Dualism is the continuation of the gap between rich and poor countries, as well as between rich people and poor people at different levels. The traditional concept of dualism includes four main arguments;

- Different groups, some of which are "superior" and others "inferior", can coexist in a certain space.
- Coexistence is chronic and not transient, the international coexistence of wealth and poverty is not just a historical phenomenon that will improve over time.
- Degrees of superiority or inferiority fail to show signs of shrinkage, the productivity gap between workers in developed countries and their counterparts in more developed countries seems to have widened.
- The interrelationships between the superior and inferior elements are such that the existence of the superior elements manages to attract little or no to the inferior element. Indeed, it can serve to aggravate the situation, to "develop its underdevelopment." (P.Todaro, C.Smith, Minxhozi, Malaj, Bexheti, 2018, p. 143)

The economic downturn of 2008 and 2009 demonstrated the need for good governance, not less governance because it reminded us that investors and financial policymakers are rushing for short-term gains, ignoring long-term risks. For this reason, we should not expect markets to self-regulate, and intelligent government intervention can help prevent market collapse from shocks across society. (Bremmer, 2020, pp. 231,232). The end of the quarantine and the almost complete opening of economic activities urgently requires concrete support and development strategies and policies, requires deep knowledge of socio-economic development models, economic development theories, examples of successful countries in this regard. (Angjeli, Civici, 2020, pp. 280,281). Underdeveloped countries and developed countries represent an economic and social dualism in the world. This results from the fact that underdeveloped countries have "traditional" economies, while developed countries have "modern" economies. Thus, the polarization between these two groups of countries gives a dualistic character to the world economy. In other words, the countries that are not sufficiently developed in the domestic and world market are presented with extractive industries (raw materials) in which the traditional industry develops, while the developed countries with final products, i.e. with modern industry. Such industrial development processes have had the effect of increasing the development gap between these two groups of countries to the detriment of underdeveloped countries. Underdeveloped countries are characterized by numerous socio-economic elements, all of which are difficult to present cumulatively.

The main elements or features of these countries wherein some of these elements the economy of Kosovo is also confronted:

- Untapped natural resources or their irrational use,
- Unfavorable economic structure - high share of agricultural products and primary industrial products,
- Unfavorable economic structure of the population-large participation of the agricultural population, small participation of the urban population,
- Limited and incomplete industrialization,
- Low national income per capita,
- High unemployment rate of the able population,

- Situation of economic dependence,
- Great social inequality between groups of the population,
- Low awareness of the population, etc.

In underdeveloped countries, in addition to the elements specified above, other elements can be taken, whether of economic, social, or historical nature. It can be said that the indicators used to present underdeveloped countries are quite heterogeneous and their definition is difficult. There is no hierarchy in the ranking of these indicators, which of them has the greatest analytical advantage and value to express the level of (non) development of a country. (Limani, 2010, pp. 164,165)

Picture 1&2. ALBI MALL place, Prishtina



Source: author's own work,

Picture.3. Ulpiana Market Place, Prishtina



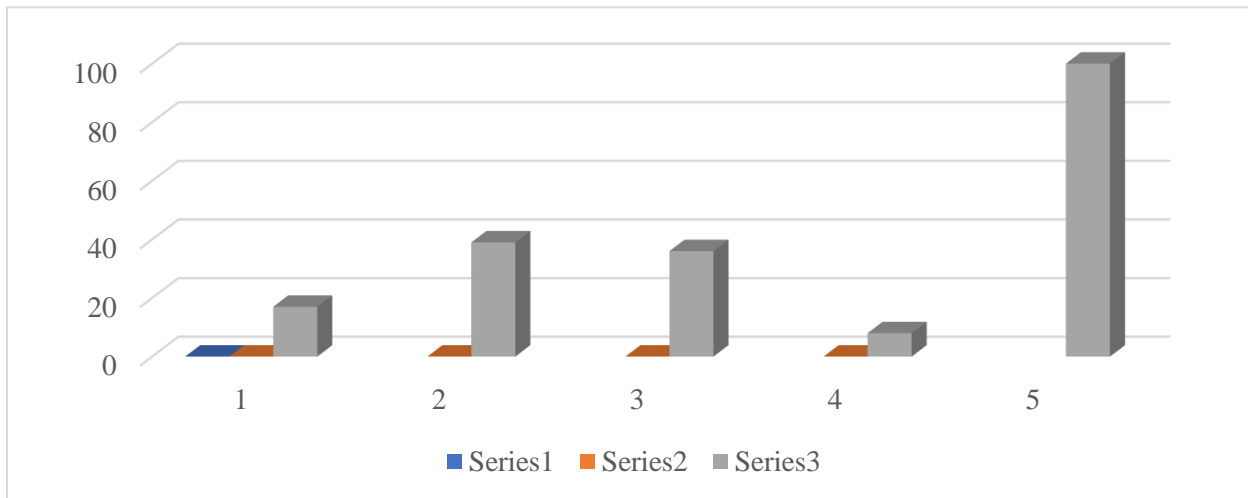
Source: author's own work,

The dualism of economic structure and welfare in Kosovo

Economic dualization in Kosovo is two-dimensional, i.e. locally and internationally, when we talk at the international level, even though it has been operating according to the market economy for twenty years, it is still behind in making a fully competitive economy, resulting in a big difference with developed countries. at the local level, in addition to the function of the market economy, we still have monopolies and a market that does not meet the conditions of full competition as well as at the level of hygiene, i.e. with markets outside the standard being attacked with hygienic atmospheric conditions. To measure the level of dualization and economic structure in Kosovo we have conducted a survey with citizens in Kosovo giving scientific and practical value to the work as well as an overview of the economic situation in the country.

Table.1. Citizens' satisfaction with economic development in Kosovo

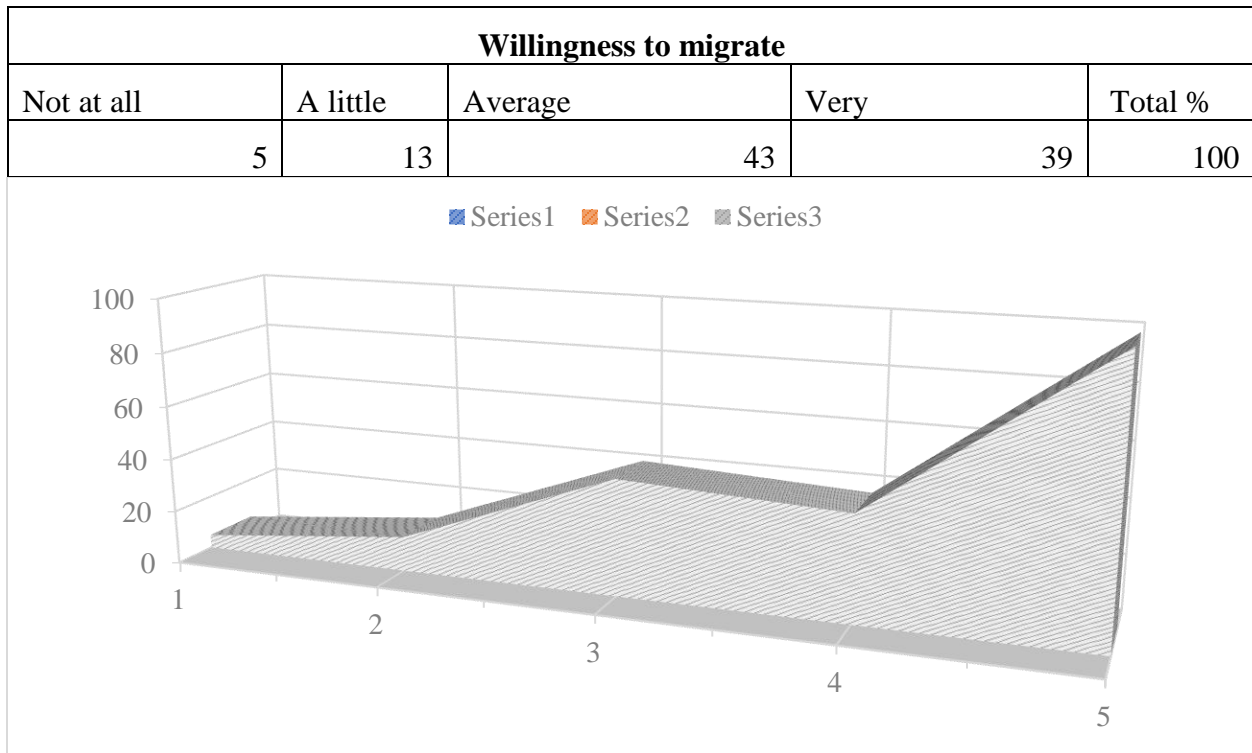
Citizens' satisfaction with economic development in Kosovo				
Not at all	A little	Average	Very	Total %
17	39	36	8	100



Source: author's own work

From the data collected by the questionnaire on how satisfied the citizens are with the level of development in Kosovo, we have the following picture: 17% were not at all satisfied, 39% were slightly satisfied, 36% were moderately satisfied and 8% were very satisfied. These data give us an unsatisfactory picture of citizens as a result of high unemployment and low welfare resulting in still high dissatisfaction.

Table &grafic.2. Willingness to migrate



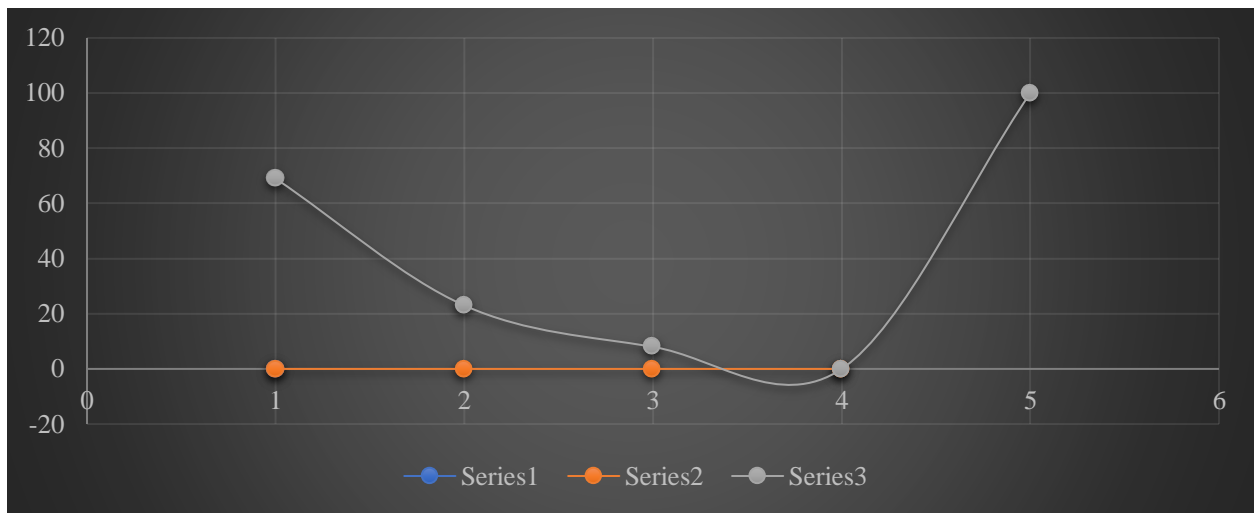
Source: author's own work

From the questionnaire we result with this level of readiness of citizens to migrate as a result of the current economic situation, where 5% are not ready to migrate, 13% are a little ready to migrate, while on average there are 43% interested in migrating. As well as 39% very interested. So the questionnaire presents an alarm for the society and relevant institutions to take measures to create policies to stay the citizen in the country for the fact that over 80% of all respondents are willing to migrate as a result of the current economic situation which has accumulated for 20 years.

Table.3. How much do you see yourself as equal in Kosovo

How much do you see yourself as equal in Kosovo				
Not at all	A little	Average	Very	Total %
69	23	8	0	100

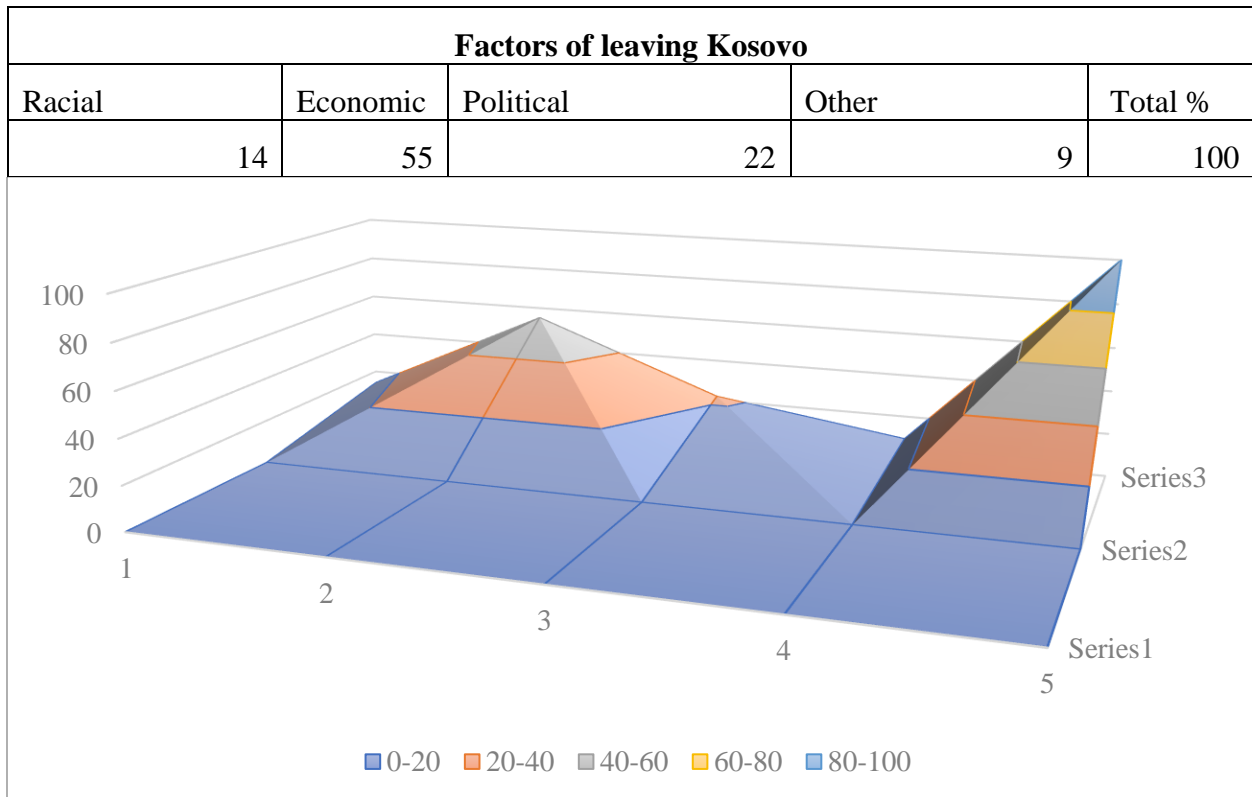
Source: author's own work



Source: author's own work

As a result that the meritocracy in Kosovo did not work in all governing institutions, the dose of pessimism among the citizens is extremely high, expressing in the questionnaire 69% not at all equal in front of public institutions, continuing with a slightly equal 23%, on average equal 8 % even very equals did not answer any. The answers to this question are worrying about the fact that the vast majority of citizens do not feel equal, expressing over 90% unequal.

Table.4. Factors of leaving Kosovo



Source: author's own work

As a result of the unsatisfactory economic situation from the questionnaire, we get negative answers in the economy where the readiness and decisive factor is the economy to leave Kosovo expressing 55%, for political factor 22%, racial 14%, and for other factors 9%. The fate of the tragedy is that Kosovo, although after a journey of 14 years, the racial problem is negligible, showing a promising indicator, also the political indicator does not take place, but the economic factor remains a concern, leaving Kosovo institutions much work ahead to create strategies to create an economic environment to improve the well-being of the citizen which would reduce the readiness to leave Kosovo.

4. Conclusions and recommendations

Based on the scientific definition of dualism as a philosophical and economic term where factors attack each other or develop alongside each other but in the end, do not yield results for the fact that each factor has its supporters but do not show success and this shows best at the level economic in every country of the world at the same time in Kosovo. Based on the level of economic development in Kosovo, economic dualism is present resulting in international and national level, so the economy of Kosovo is still not at the level of developed economies and also at the national level, in addition to the development of the modern economy, we also have markets. which endanger the life of the consumer for the level of service provided by facing unfavorable hygienic and atmospheric conditions under the influence of low and high temperatures.

4.1. Recommendation

Scientific and research homogenization results in recommendations on how to overcome or manage economic dualism in Kosovo:

- Orientation towards shopping centers at the same time raising the quality of services in classic markets to have a slow transition towards the contemporary economy,
- Increasing the satisfaction of citizens through development policies by increasing employment while increasing the welfare of the country,
- Prevention of migration abroad by raising dignity at work through health insurance and compliance with contracts by employers,
- Fighting nepotism in services by institutions by creating security and dignity of the citizen,
- Development of economic policies in preventing economic migration and at the same time policies in the repatriation of the labor force.

References

- Angjeli, Civici, A. (2020). Economic crisis in the time of the coronavirus. Tirana: Academy of Sciences of Albania & Mediterranean University.
- Bremmer, I. (2020). The End of the Free Market. Tirana: Minerva.
- Emin Dag, Pajaziti, A. (2019). Dictionary of business and diplomacy. Skopje: Focus Pro- Skopje.
- Gorani, H. (1985). Dictionary of Economic Terms and Expressions, Albanian-. Pristina:
https://www.google.com/search?q=albi+mall+foto&rlz=1C1GGRV_enXK751XK751&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=ya4HRw3AyAsKIM%252CEhUC-RpUeqJxGM%252C_%253BNF1hEv1oo8UK4M%252CEhUC-RpUeqJxGM%252C_%253B6x0xdORC9uDJyM%252CBQx04bq_pbFv4M%252C_%253BzIEWWIXdCqSEoM%252C2J. (n.d.).
- https://www.google.com/search?q=pazari+prishtine+foto&tbm=isch&ved=2ahUKEwju1I2T_vr0AhWZtKQKHxUgBx4Q2-cCegQIABAA&oq=pazari+prishtine+foto&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECAAQHjoECAAQZzoGCAAQBxAeOgUIABCABDoEAEAQEzoICAAQBxAeEBM6CAgAEAUQHATObYiggEl2QHBEIQHBYiggEl2QHBYi. (n.d.).
- Limani, M. (2010). Regional Development Policy. Prishtina: College of Business.
- Murtezai, E. (2007). Dictionary of Philosophy. Tirana: Toena Publications.
- Oxford. (2003). Business Dictionary. Great Britain: Oxford.
- P. Todaro, C. Smith, Minxhozi, Malay, Bexheti, M. (2018). Development Economics. Tirana, Pristina: Educational Center.
- Rexha, N. (2001). Dictionary of Business Terminology. Pristina: QKEMM.
- Samara, Haxhillazi, Shehu, Feka, Memisha, Goga, M. (2006). Albanian Language Dictionary. Tirana: Academy of Science of Albania, Language and Literature Institution.
- Skenderi, N. (2010). Economic-Social Dictionary. Prishtina: Kosovar Alliance of Businesses.

ECONOMIC DUALISM IN KOSOVO AS A REALITY OR A DILEMMA

Mustafë Kadriaj⁶⁵, Vehbi Ramaj⁶⁶ Ylber Krasniqi⁶⁷

¹ College of Business, Pristina, Republic of Kosovo,

² University "Haxhi Zeka" Peje

³ College of Business, Pristina, Republic of Kosovo

ABSTRACT

Globally, it can be said that in less developed countries of the world live 2/3 of the population, while about 2/3 of the wealth is concentrated in the developed countries of the world. So there is a huge disproportion of world population distribution and wealth in the territorial aspect of the terrestrial globe. Underdeveloped countries and developed countries represent economic and social dualism in the world. This results from the fact that underdeveloped countries have "traditional" economies, while developed countries have modern economies. The polarization between these countries gives a dualistic character to the world economy. Underdeveloped countries in the domestic and world market have industries, mainly raw materials in which the traditional industry develops, while countries developed with final products, i.e. with modern industry. Elements of economic, social, and historical nature can be taken to present underdeveloped countries. Indicators are quite heterogeneous in their definition, there is no hierarchy in the order of these indicators, so their order is based on the purpose of analysis. Kosovo and its economy are best reflected in the economic dualism for the level of economic development and the ranking of Kosovo internationally as a state, so the economic dualism of Kosovo is at the domestic level with not oriented markets known as daily markets and shopping centers where the level doing business resembles developed countries but as a result of this economic dualism, Kosovo is recognized as an underdeveloped country.

Through the professional literature, research, analysis, we will address and bring conclusions that will be used by stakeholders to recognize the level of development of Kosovo, ranking, and economic dualism.

Keywords:

Kosovo economy, traditional and modern trade, economic development.

The scientific definition of economic dualism

Economic dualism as a practice of doing business almost all over the world with special emphasis on underdeveloped countries and even more so in underdeveloped countries has led many economic theorists to deal with this way of doing business by giving opinions and definitions where we can highlight some of them. Dualism - is generally the view, according to which a certain field is explained based on two different principles that cannot be reduced to each other (e.g. Man as the unity of body and soul, the objective, morality as something that has to do with the principle of good and the principle of evil. The word "dualism" was first used by K. Wolf in the XVII-XVIII centuries. According to Wolf, dualists are those thinkers who accept both matter and spirit although such thinkers who accept both principles can be found in ancient Greece and beyond, Rene Descartes and Immanuel Kant are still considered typical representatives of dualism. According to Descartes, these two principles exist independently, that is, they neither come out of each other nor can they affect each other. The attribute of the soul is thinking. Kant's dualism lies in the assumption that the world consists of two entities; "Things in themselves" the phenomena or phenomena. Phenomena correspond to the senses and can be known, while "things in themselves" are found beyond our experience, are graspable by reason, transcendental, and cannot be known. (Murtezai, 2007, p. 89). According to the dictionary of the Academy of Albania - Dualism doctrine, which states that the world and all phenomena have their source in two initial bases, which deny each other... (Samara, Haxhillazi, Shehu, Feka, Memisha, Goga, 2006, p. 221). Double talk: 1. Ambiguous words, a way of expression through vague ambiguous words. 2. Contradictory speech, balderdash. (Emin Dag, Pajaziti, 2019, p. 202). Dual according to the dictionary of business terminology means dual. (Rexha, 2001, p. 49). The term Dualism in the Dictionary of Terms and Economic Expressions of the former full professor at the University of Prishtina now deceased Dr. Hajrullah Gorani is expressed as Dualism. (Gorani, 1985, p. 76). Dualism - means a state of economic development where in addition to developed areas there are also underdeveloped surrounding areas. The presence, in addition to the economically developed sector, of a traditional or underdeveloped sector. (Skenderi, 2010, p. 58). Dual capacity system - a trading system on a stock exchange in which the functions of "stock employer" and "shareholder" are performed by separate firms. In a single capacity system, the two functions can be combined by firms known as market makers. (Oxford, 2003, p. 178). Dualism - is the coexistence of two situations or phenomena (one desirable and the other not), which are mutually exclusive to different groups of society - for example, extreme poverty and wealth, modern and traditional economic sectors, growth and stagnation, and education top of a minority among large-scale illiteracy. (P. Todaro, C.Smith, Minxhozi, malaj, Bexheti, 2018, p. 143)

A brief analysis of economic dualism

The dualistic thesis of development - the implication of the theory of structural change and the clarity of the theory of international dependence, is the notion of a world with dual societies, of rich and poor countries, and developing, where the pockets of the rich filled in areas of widespread poverty. Dualism is the continuation of the gap between rich and poor countries, as well as between rich people and poor people at different levels. The traditional concept of dualism includes four main arguments;

- Different groups, some of which are "superior" and others "inferior", can coexist in a certain space.
- Coexistence is chronic and not transient, the international coexistence of wealth and poverty is not just a historical phenomenon that will improve over time.
- Degrees of superiority or inferiority fail to show signs of shrinkage, the productivity gap between workers in developed countries and their counterparts in more developed countries seems to have widened.
- The interrelationships between the superior and inferior elements are such that the existence of the superior elements manages to attract little or no to the inferior element. Indeed, it can serve to aggravate the situation, to "develop its underdevelopment." (P.Todaro, C.Smith, Minxhozi, Malaj, Bexheti, 2018, p. 143)

The economic downturn of 2008 and 2009 demonstrated the need for good governance, not less governance because it reminded us that investors and financial policymakers are rushing for short-term gains, ignoring long-term risks. For this reason, we should not expect markets to self-regulate, and intelligent government intervention can help prevent market collapse from shocks across society. (Bremmer, 2020, pp. 231,232). The end of the quarantine and the almost complete opening of economic activities urgently requires concrete support and development strategies and policies, requires deep knowledge of socio-economic development models, economic development theories, examples of successful countries in this regard. (Angjeli, Civici, 2020, pp. 280,281). Underdeveloped countries and developed countries represent an economic and social dualism in the world. This results from the fact that underdeveloped countries have "traditional" economies, while developed countries have "modern" economies. Thus, the polarization between these two groups of countries gives a dualistic character to the world economy. In other words, the countries that are not sufficiently developed in the domestic and world market are presented with extractive industries (raw materials) in which the traditional industry develops, while the developed countries with final products, i.e. with modern industry. Such industrial development processes have had the effect of increasing the development gap between these two groups of countries to the detriment of underdeveloped countries. Underdeveloped countries are characterized by numerous socio-economic elements, all of which are difficult to present cumulatively.

The main elements or features of these countries wherein some of these elements the economy of Kosovo is also confronted:

- Untapped natural resources or their irrational use,
- Unfavorable economic structure - high share of agricultural products and primary industrial products,
- Unfavorable economic structure of the population-large participation of the agricultural population, small participation of the urban population,
- Limited and incomplete industrialization,
- Low national income per capita,
- High unemployment rate of the able population,

- Situation of economic dependence,
- Great social inequality between groups of the population,
- Low awareness of the population, etc.

In underdeveloped countries, in addition to the elements specified above, other elements can be taken, whether of economic, social, or historical nature. It can be said that the indicators used to present underdeveloped countries are quite heterogeneous and their definition is difficult. There is no hierarchy in the ranking of these indicators, which of them has the greatest analytical advantage and value to express the level of (non) development of a country. (Limani, 2010, pp. 164,165)

Picture 1&2. ALBI MALL place, Prishtina



Source: author's own work,

Picture.3. Ulpiana Market Place, Prishtina



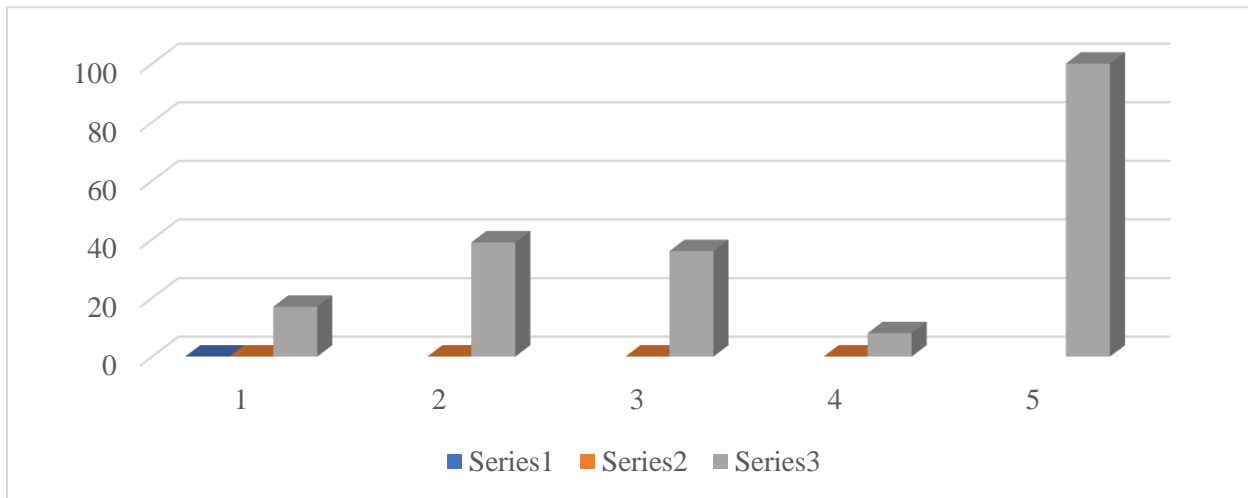
Source: author's own work,

The dualism of economic structure and welfare in Kosovo

Economic dualization in Kosovo is two-dimensional, i.e. locally and internationally, when we talk at the international level, even though it has been operating according to the market economy for twenty years, it is still behind in making a fully competitive economy, resulting in a big difference with developed countries. at the local level, in addition to the function of the market economy, we still have monopolies and a market that does not meet the conditions of full competition as well as at the level of hygiene, i.e. with markets outside the standard being attacked with hygienic atmospheric conditions. To measure the level of dualization and economic structure in Kosovo we have conducted a survey with citizens in Kosovo giving scientific and practical value to the work as well as an overview of the economic situation in the country.

Table.1. Citizens' satisfaction with economic development in Kosovo

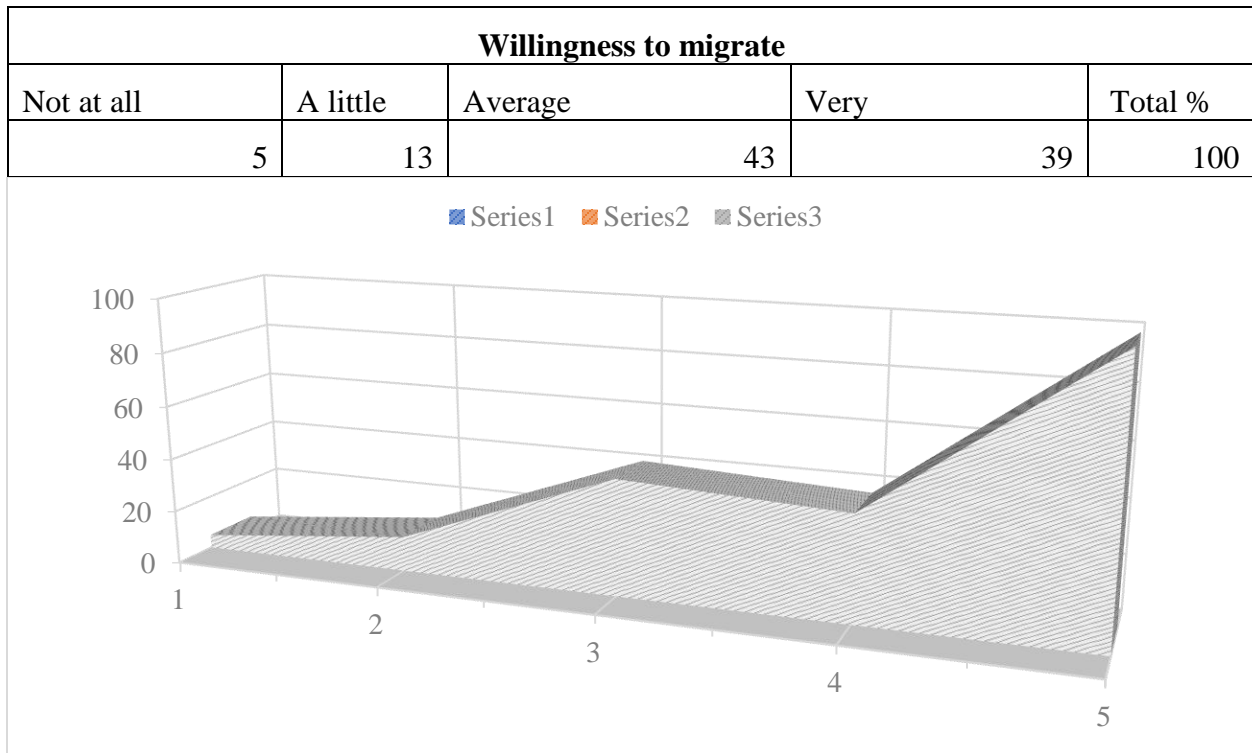
Citizens' satisfaction with economic development in Kosovo				
Not at all	A little	Average	Very	Total %
17	39	36	8	100



Source: author's own work

From the data collected by the questionnaire on how satisfied the citizens are with the level of development in Kosovo, we have the following picture: 17% were not at all satisfied, 39% were slightly satisfied, 36% were moderately satisfied and 8% were very satisfied. These data give us an unsatisfactory picture of citizens as a result of high unemployment and low welfare resulting in still high dissatisfaction.

Table &grafic.2. Willingness to migrate



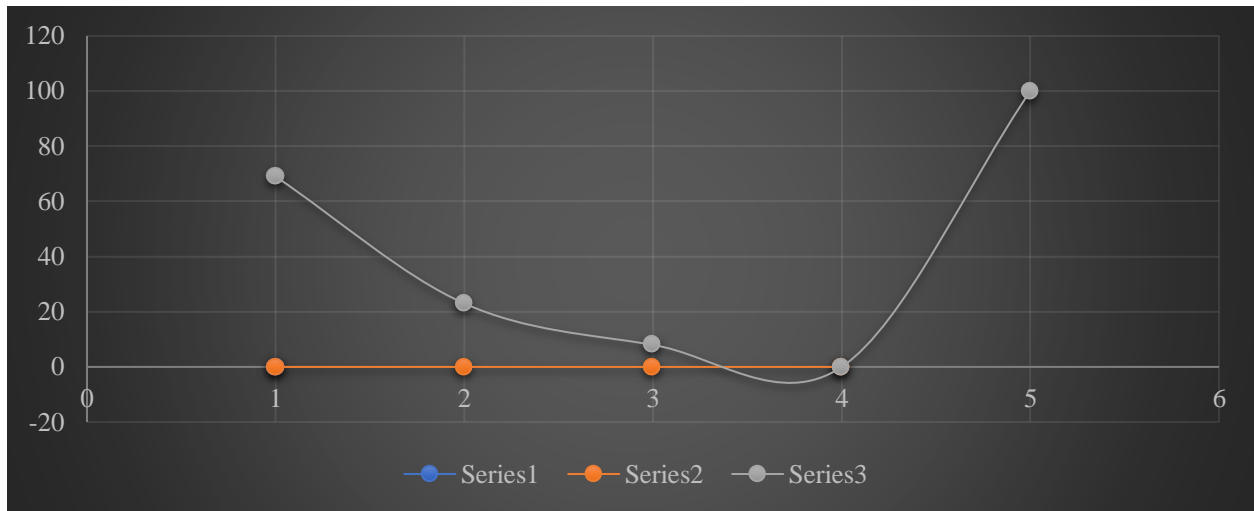
Source: author's own work

From the questionnaire we result with this level of readiness of citizens to migrate as a result of the current economic situation, where 5% are not ready to migrate, 13% are a little ready to migrate, while on average there are 43% interested in migrating. As well as 39% very interested. So the questionnaire presents an alarm for the society and relevant institutions to take measures to create policies to stay the citizen in the country for the fact that over 80% of all respondents are willing to migrate as a result of the current economic situation which has accumulated for 20 years.

Table.3. How much do you see yourself as equal in Kosovo

How much do you see yourself as equal in Kosovo				
Not at all	A little	Average	Very	Total %
69	23	8	0	100

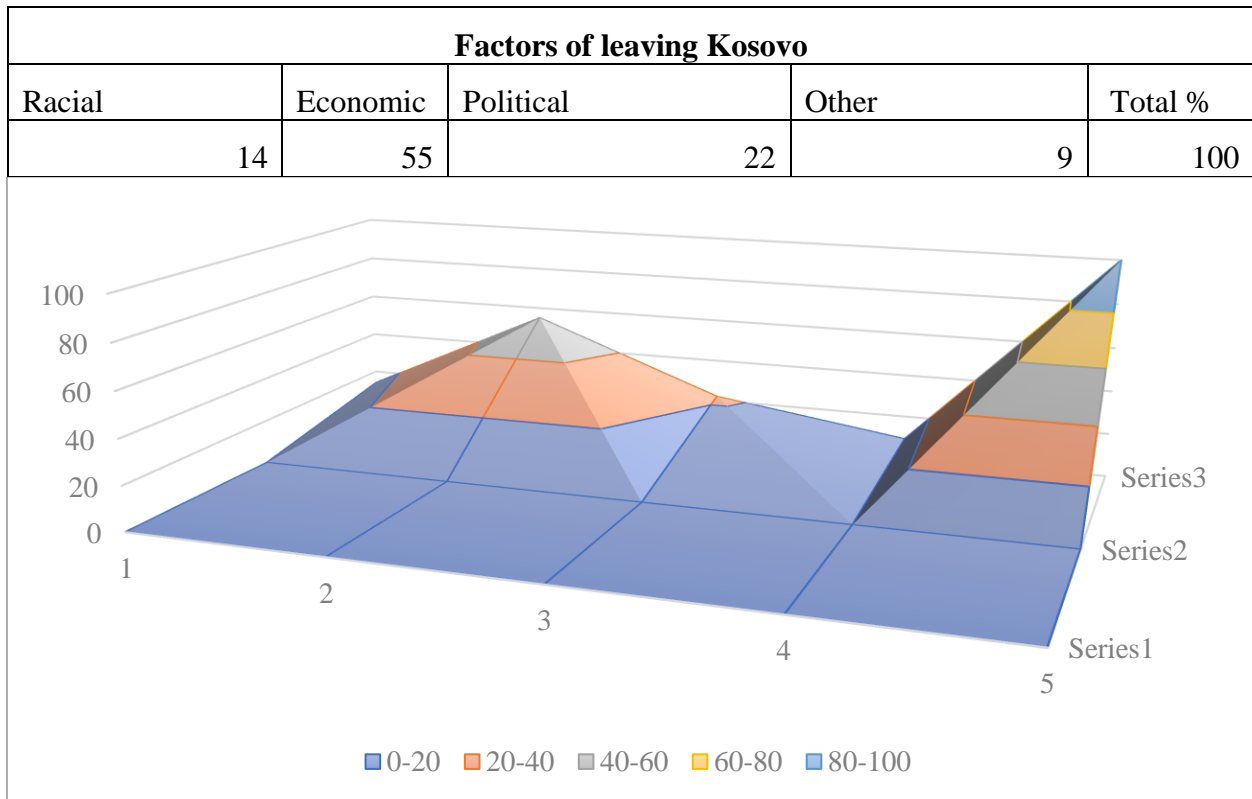
Source: author's own work



Source: author's own work

As a result that the meritocracy in Kosovo did not work in all governing institutions, the dose of pessimism among the citizens is extremely high, expressing in the questionnaire 69% not at all equal in front of public institutions, continuing with a slightly equal 23%, on average equal 8 % even very equals did not answer any. The answers to this question are worrying about the fact that the vast majority of citizens do not feel equal, expressing over 90% unequal.

Table.4. Factors of leaving Kosovo



Source: author's own work

As a result of the unsatisfactory economic situation from the questionnaire, we get negative answers in the economy where the readiness and decisive factor is the economy to leave Kosovo expressing 55%, for political factor 22%, racial 14%, and for other factors 9%. The fate of the tragedy is that Kosovo, although after a journey of 14 years, the racial problem is negligible, showing a promising indicator, also the political indicator does not take place, but the economic factor remains a concern, leaving Kosovo institutions much work ahead to create strategies to create an economic environment to improve the well-being of the citizen which would reduce the readiness to leave Kosovo.

4. Conclusions and recommendations

Based on the scientific definition of dualism as a philosophical and economic term where factors attack each other or develop alongside each other but in the end, do not yield results for the fact that each factor has its supporters but do not show success and this shows best at the level economic in every country of the world at the same time in Kosovo. Based on the level of economic development in Kosovo, economic dualism is present resulting in international and national level, so the economy of Kosovo is still not at the level of developed economies and also at the national level, in addition to the development of the modern economy, we also have markets. which endanger the life of the consumer for the level of service provided by facing unfavorable hygienic and atmospheric conditions under the influence of low and high temperatures.

4.1. Recommendation

Scientific and research homogenization results in recommendations on how to overcome or manage economic dualism in Kosovo:

- Orientation towards shopping centers at the same time raising the quality of services in classic markets to have a slow transition towards the contemporary economy,
- Increasing the satisfaction of citizens through development policies by increasing employment while increasing the welfare of the country,
- Prevention of migration abroad by raising dignity at work through health insurance and compliance with contracts by employers,
- Fighting nepotism in services by institutions by creating security and dignity of the citizen,
- Development of economic policies in preventing economic migration and at the same time policies in the repatriation of the labor force.

References

- Angjeli, Civici, A. (2020). Economic crisis in the time of the coronavirus. Tirana: Academy of Sciences of Albania & Mediterranean University.
- Bremmer, I. (2020). The End of the Free Market. Tirana: Minerva.
- Emin Dag, Pajaziti, A. (2019). Dictionary of business and diplomacy. Skopje: Focus Pro- Skopje.
- Gorani, H. (1985). Dictionary of Economic Terms and Expressions, Albanian-. Pristina: ETMMKSAK.
- https://www.google.com/search?q=albi+mall+foto&rlz=1C1GGRV_enXK751XK751&tbm=isch&source=iu&ictx=1&fir=ya4HRw3AyAsKIM%252CEhUC-RpUeqJxGM%252C_%253BNF1hEv1oo8UK4M%252CEhUC-RpUeqJxGM%252C_%253B6x0xdORC9uDJyM%252CBQx04bq_pbFv4M%252C_%253BzIEWWIXdCqSEoM%252C2J. (n.d.).
- https://www.google.com/search?q=pazari+prishtine+foto&tbm=isch&ved=2ahUKEwju1I2T_vr0AhWZtKQKHxugBx4Q2-cCegQIABAA&oq=pazari+prishtine+foto&gs_lcp=CgNpbWcQAzoECAAQHjoECAAQZzoGCAAQBxAeOgUIABCABDoEAEAQEzoICAAQBxAeEBM6CAgAEAUQHhATObYiggEl2QHBEIQHBYiggEl2QHBYi. (n.d.).
- Limani, M. (2010). Regional Development Policy. Prishtina: College of Business.
- Murtezai, E. (2007). Dictionary of Philosophy. Tirana: Toena Publications.
- Oxford. (2003). Business Dictionary. Great Britain: Oxford.
- P. Todaro, C. Smith, Minxhozi, Malay, Bexheti, M. (2018). Development Economics. Tirana, Pristina: Educational Center.
- Rexha, N. (2001). Dictionary of Business Terminology. Pristina: QKEMM.
- Samara, Haxhillazi, Shehu, Feka, Memisha, Goga, M. (2006). Albanian Language Dictionary. Tirana: Academy of Science of Albania, Language and Literature Institution.

SCHOOL EDUCATION AND THE GREAT IMPORTANCE FOR THE PROTECTION, AWARENESS AND SUPPORT OF VIOLENCED CHILDREN

Subtopic: The strategic importance for support of violent children, long term development of Albania's education system

Msc. DORINA ARAPAJ MERDANI

Albanian University, Law sciences diploma, Tirana Albania

"Department of Letters and Education Sciences, "Gjik Bixhili" School Dhermi, Vlora, Albania

***Abstract:** Often minors are also presented as perpetrators of criminal offenses. It should be emphasized that the all-round physical and mental development of minors is characterized by a high intensity both during their growth and during the applicability of social values. Due to their immaturity, they can be influenced both positively and negatively.*

This is the reason why more and more contemporary rights are giving special importance to the treatment of minors as perpetrators of criminal offences. This treatment has the primary purpose of resocializing the minor and compensating for what was neglected in his formation, in such a way that he will be a useful member of society. Also, given their young age, there is more hope for improvement, while neglecting improvement may be detrimental to society in the future.

Today it is an indisputable fact that crime is a fundamental problem of modern society as well as the most serious form of violation of the quality of its life. An observation of the general situation shows that crime is increasing rapidly. The number of recidivists is increasing more and more, and especially the number of repeating juveniles.

Minors are more and more involved in criminal offenses with significant social risk, they are more and more affected by modern diseases of young people such as drug addiction, bullying, violence, alcoholism, prostitution, etc. As a result, the necessity of studying this age group arises, in order to identify the problems that accompany them and to determine concrete measures in terms of effective interventions.

The idea of this work was established from the experience of a great loss of a minor in the school where I work and lead. Daily life, dealing with various situations with minors aged 6 to 15 years, meets with various and surprising problems in the blink of an eye.

Therefore, thinking to prepare something more concrete related to the reality where I live and not just a theoretical treatment of legal concepts, I decided to prepare this topic which also includes a comparison of very important statistics of 4 key institutions in the city of Vlora, these statistics after January 2018-2023 until today, towards minors in conflict with the law.

Key words: Educational reform of legal concepts, Education reforms, class, teaching methodology programs, teaching methodology study and education, empirical studies, leader in school, learning politics, Albanian Progress in Education.

JEL Classification Security System: AN0, AN1, N2, N3, S O1, S O2, O3.

I. GENERAL INFORMATION AND PURPOSE OF THIS PAPER RESEARCH:

This study is based concretely on the principles sanctioned by the Constitution of the Republic of Albania, on the UN Convention on the Rights of the Child, on other international acts ratified by the Republic of Albania, as well as on internationally recognized principles regarding with criminal justice for minors, raising as a novelty the Code of Criminal Justice for Minors and its Commentary.

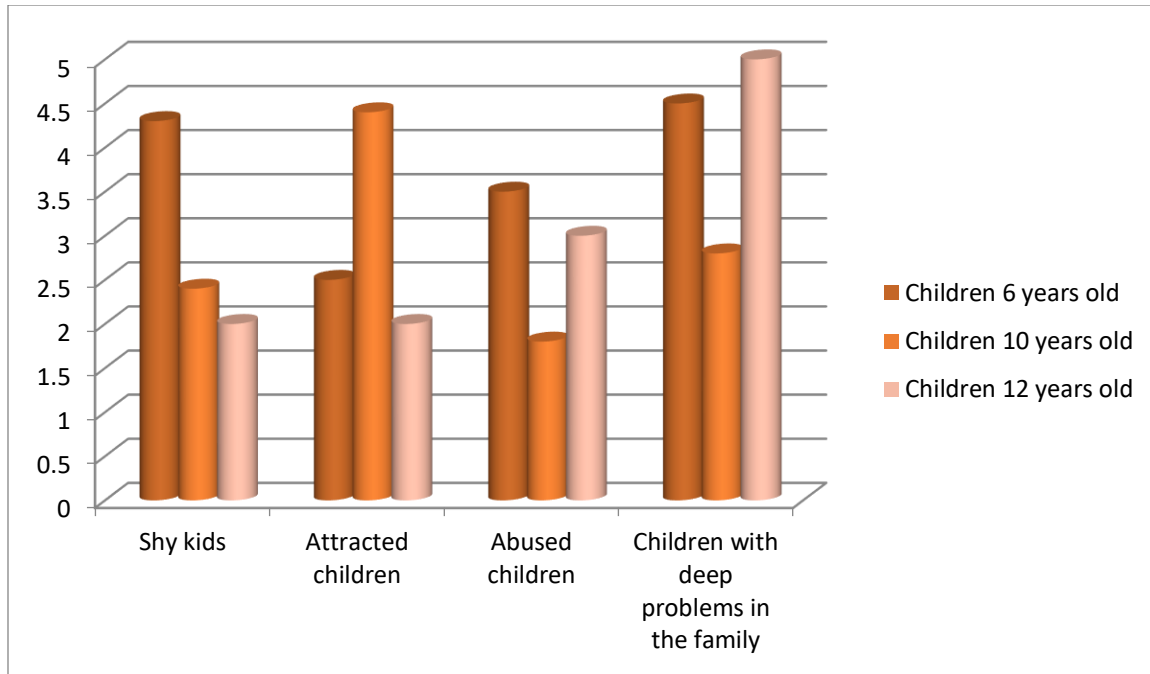
An important part has been dedicated to the current situation of juvenile delinquency in the city of Vlora, as well as the factors that brought this situation to this regional aggravation. For the sake of truth, the number of minors in conflict with the law is large and often these children come from vulnerable families with great economic difficulties who live in peripheral areas where knowledge and education are far away and the state has forgotten them or was left in complete ignorance.⁶⁸

1.1 Profile of a minor in conflict with the law

"Minor in conflict with the law" is any person who has reached the age of criminal responsibility up to the age of 18, against whom there is a reasonable suspicion that he has committed a criminal offense, is taken as a suspect and/or has been sentenced to final court decision for the commission of a criminal offense.

⁶⁸ United Nations Rules for the Protection of Juveniles Deprived of their Liberty, approved by the General Assembly with resolution 45/113, dated December 14, 1990.

Constitution of the Republic of Albania .1998, Article 54/1, Criminal Code of the Republic of Albania, 1995, Article 12.

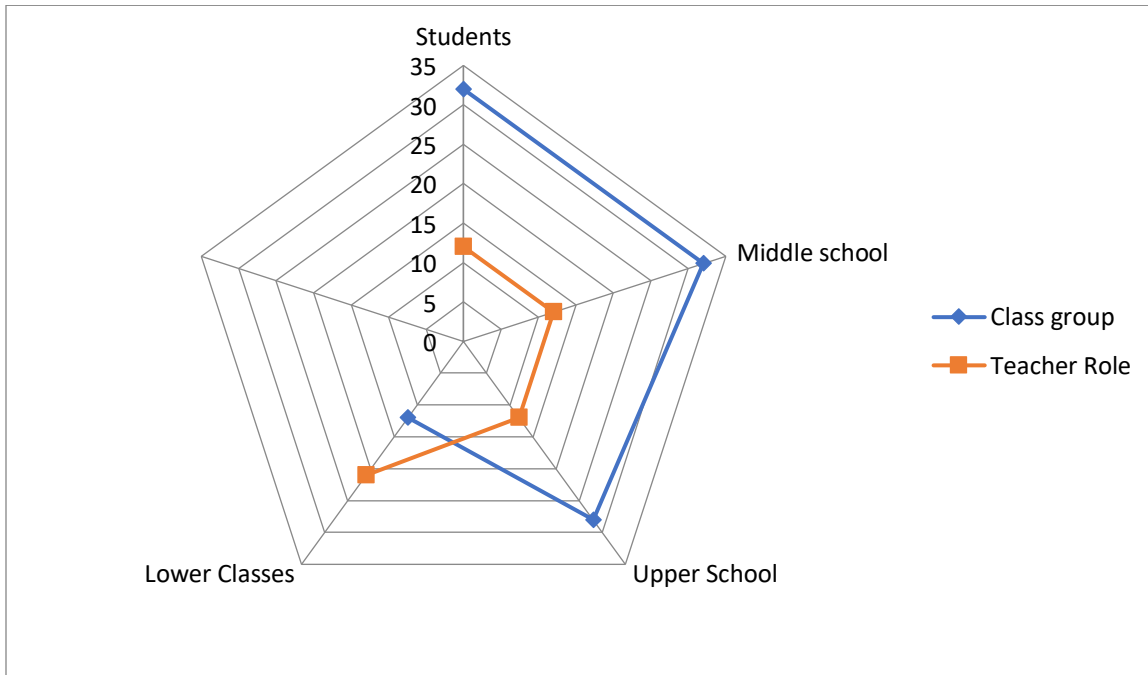
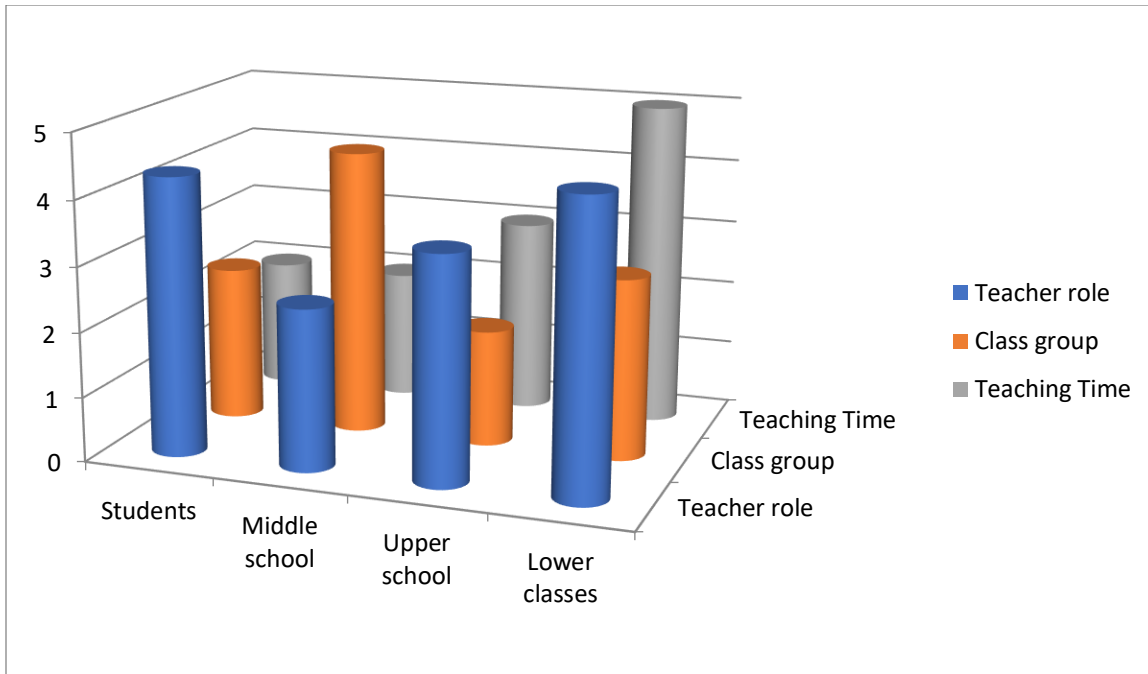


Graph 1: shows the index of the study for categories of children, where the greatest weight is: Children with deep problems in the family. This index is 41%

1.2 Teacher and teacher performance: Instructional personnel/employees as defined above who are in their fourth or more consecutive years of employment with the District. Time starts on the employment contract date and does not include administrative and/or previous teaching time with the District or teaching time in other Counties/States/Countries as delineated in Article VIII,⁶⁹The traditional view considered the sciences as predetermined archetypes, which the progressive unfolding of reason alone allowed us to see in their true form by stripping them of the mixing and confusion with other branches of knowledge which existed in the pre-scientific phase.

⁶⁹ Section B. Source: (Berliner, 2004; Day & Gu, 2007; Ladd & Sorensen, 2015; Mui2014; van de Grift, van der Wal, & Torenbeek, 2011).

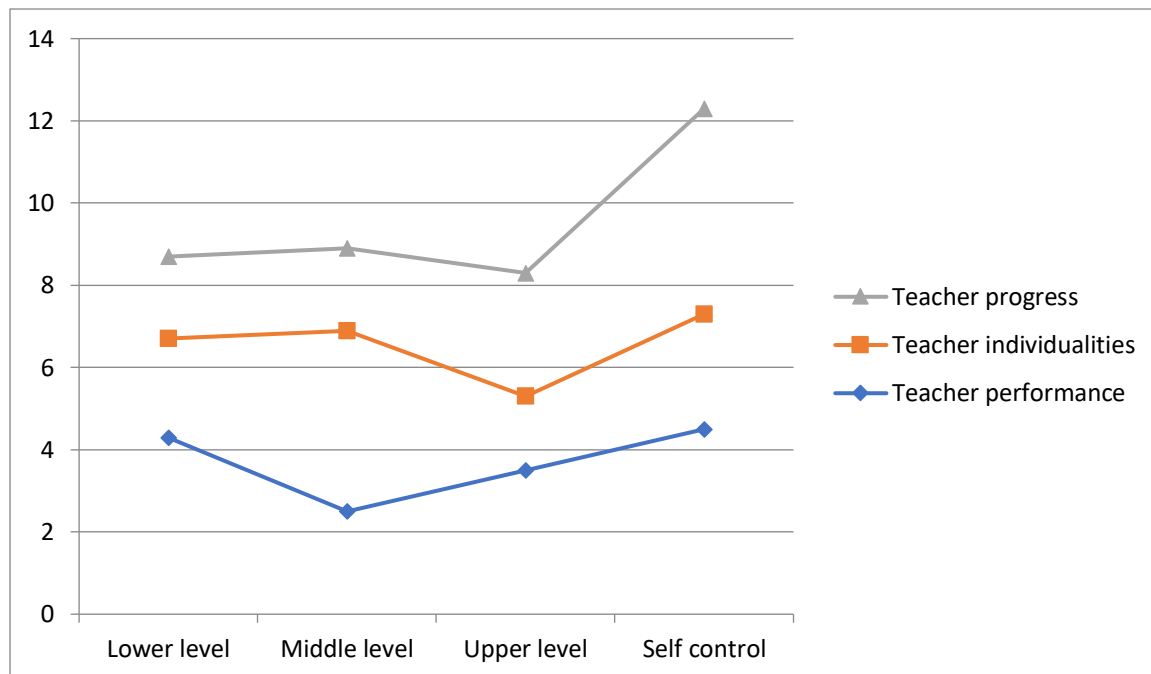
Some authors contend that teacher effectiveness might even decrease in the long run of a teaching career (Berliner, 2004; Gulionn , 2007; Grift 2011) Goldemberd 2022 year



Graph 2 and 3: graphs show a study model where the influence that homogeneity brings to students affects the work of teachers in the classroom

2. INTRODUCTION AND LITERATURE REVIEW

A recent research synthesis by Kini and Podolsky (2016) shows that there is a strong relationship between teachers' years of experience and teacher effectiveness in terms of gains student outcomes, but that experience is not educational in itself. ⁷⁰The mere length of a career does not lead to the development of expertise and improved performance and not all teachers reach high levels of teaching quality in spite of lengthy careers (Bromme, 2001; Creemers, Kyriakides, & Antoniou, 2013; van de Grift et al., 2011).



Source: Ladd & Sorensen, 2015; Mui2014; van de Grift, van der Wal, & Torenbeek, 2011).

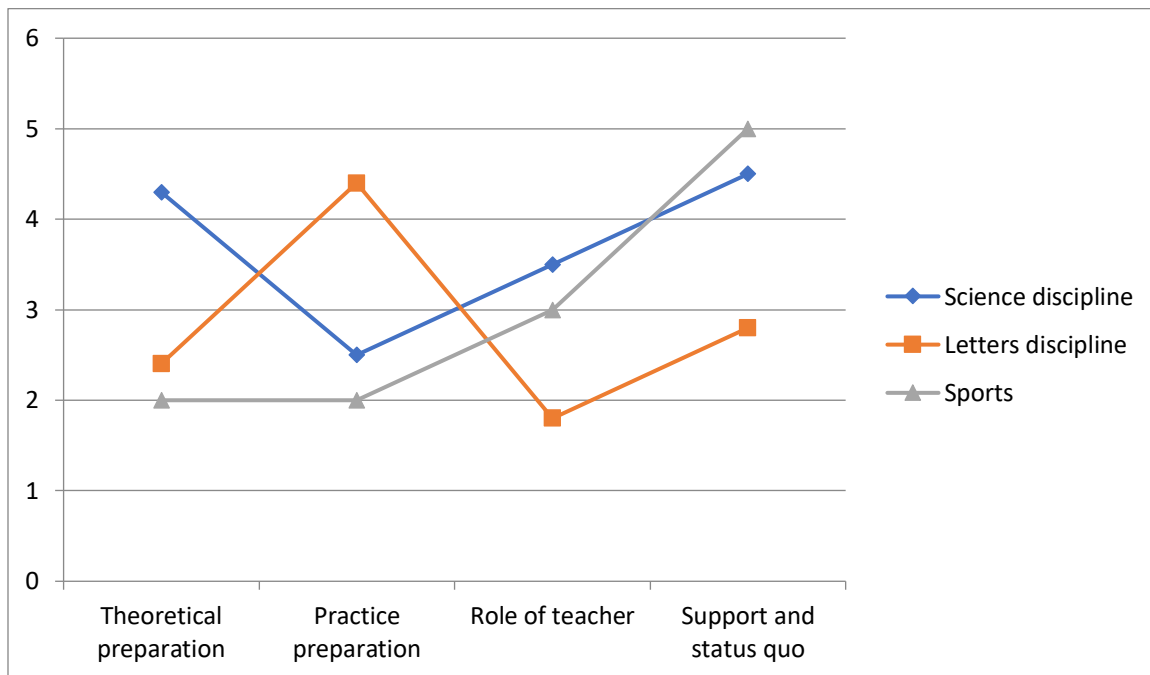
In recent years a great deal of attention has been paid to the histories of disciplines within the field of the history of science. What has undoubtedly contributed to this is the incorporation and diffusion of relativist focuses in the study of the disciplines.

⁷⁰ Recommendation No. 20 (2003) of the Committee of Ministers for member states, regarding new ways of dealing with juvenile delinquency and the role of justice for juveniles, approved by the Committee of Ministers on September 24, 2003 at the 853rd meeting - to the deputy ministers.

Konter A (1999). Culture and performance. New York: Free Press

In contrast, we recognize that the character of the scientific disciplines is determined by, and contingent on, history; they take shape in changing social and intellectual contexts, and have boundaries that are not predetermined at all but depend both on the conditions of their constitution and also on the developing relationship with other disciplines that are also contingent on history.

If every discipline has its own history, at times in contradiction with its neighbors or overlapping with them, it is also true that within one single discipline the history is not always the same. The theoretical changes that take place, in particular the revolutionary changes, i.e. those that lead to the diffusion and imposition of what Kuhn would call a new paradigm, force the continual rewriting of history, both so as to justify and support of the change and also to prevent and defend the status quo, but in any case, to refer to the past in order to legitimize present-day



Source: Ladd & Sorensen, 2015; Mui 2014; van de Grift, Wal, & Torenbeek, 2011).

3. METHODOLOGY

The study is based on the main strategy: qualitative and empirical investigation. The qualitative part of the study means identification of all the existing resources directly or indirectly related to the study such as: scientific articles, books and various publications in different websites. The qualitative study serves to present a general literature review and the gaps in this literature. The

quantitative study means the use of the statistical means to get results and to provide recommendations, which is why our study uses both methods.

H1: The role of educacional institutions in Albania should turn its attention to the care of children's violence

The quantitative part is based on a questionnaire which aims to get data and analyze the possibility, of start-up and new businesses development. The skill to get to the respondents is the challenge of the questionnaire. Nevertheless, the questionnaires have some advantages and disadvantages.

The advantages are as follow:

- They can be developed in less time (compared to other methods of data collection)
- They are cost-effective, but the cost depends from the study method
- Can be administered in distance through internet, mobile phones, mail, email.
- Distance conduction may reduce or prevent geographical dependence
- The data can be collected from a large number of respondents
- Numerous questions may relate to one topic, providing a wider flexibility in data analyzing
- The advanced statistical techniques may be used to analyze the data of the questionnaire in order to determine the validity, reliability and statistical relevance including the skill to analyze many variables.

Disadvantages of paper research

The reliability of the results may depend on the following factors:

- The participants may not be fully aware on the reasons of a certain question because of the absence of memory on this topic or boredom. Close question questionnaires may have a lower norm of reliability than other types of questions.
- There may be mistakes of not answering certain questions. The number of respondents that decide to answer in one question of the questionnaire may vary from the ones that choose not to answer, creating a prejudice. Personalized questions may risk to contain certain types of mistakes.

Regarding the data on the study we have used primary and secondary data. The primary data are obtained from the resources of the data and the secondary data are obtained from the questionnaire. Thus, the concept of performance measurement refers to the inner and outer expertise in adopting the changes, referring the steps as follows: productivity, people development and the network of production.

4. DATA ANALYSIS AND RESULTS OF PAPER RESEARCH

The study will include primary and secondary data in order to understand the situation and to answer the research questions. In order to collect and analyze the secondary data we will use studies or reports published from the institutions that are taken into consideration for the topic studied or other reliable resources

The city of Vlora has long been discussed as a city that carries in its bosom problems inherited over the years, since the change of systems in 1997 with the creation of armed gangs and the explosion of weapons depots.

4.1 The current situation of juvenile delinquency in the city of Vlora

The city of the echoes of crime and the underground world of the mafia, this time will also be roared by the minors in conflict with the law, who "take heart" from the adults, as opposed to the "strongmen" of Vlora.

- Minors driving expensive cars
- Minors driving armored cars
- Minors driving without a driving license
- Minors walking around armed
- Minors who consume narcotic plants
- Minors selling narcotic plants
- Minors who cultivate narcotic plants
- Runaway and hidden minors
- Minors who threaten and steal
- Minors playing ilegal games or gambling
- Minors who are prostitutes
- Minors who kidnap people
- Minors who collaborate with organized crime
- Minors who commit murder on behalf of someone
- Paying minors, etc

4.2 The factors that brought this situation

In addition to the fact that this is a persistent condition, we also have a series of other factors that influence the deepening of this condition:

- The family in vulnerable conditions
- Social-economic problems
- Geographic spread/peripheral areas with heterogeneous income communities
- School (education)
- Social group
- Media/internet
- Emigration of one or both parents
- Lack of employment after finishing compulsory school, nine-year system
- Social situation
- Low economy/poverty
- Settlement/ intermingling of cultures
- Games that perform
- Lack of sports, cultural activities, etc
- Inner passions/curiosity
- Dropping out of school
- Labeling etc

4.3 Cooperation of institutions with each other

Do the institutions cooperate with each other to reduce the rate of minors in conflict with the law? To this survey conducted in one of the non-profit organizations "Vatra", those labeled in the survey answered No! There is no cooperation between state institutions.

- They say that they find it more difficult to refer cases since the institutions are unequivocal about this phenomenon.
- Cooperation is too difficult. It is more effective outside the system than inside it.
- Within the system, the state institutions maintain their stubbornness with each other.
- They fail to understand the common goal that they have between them.

A problem that these cases raise is that in most cases the prosecutors wanted the minor to be convicted. They state that their sensitivity towards a minor is too small and that they judge them

the same as adults and minors, demanding the same sentence before the court without taking into consideration the age of the minor protected by the code and his age. This behavior is often encountered by juvenile lawyers these days.

H2: Is it possible that the Prosecutor's Office has not ADAPTED to the updates in the law and it is a little difficult to root out the old legislation?

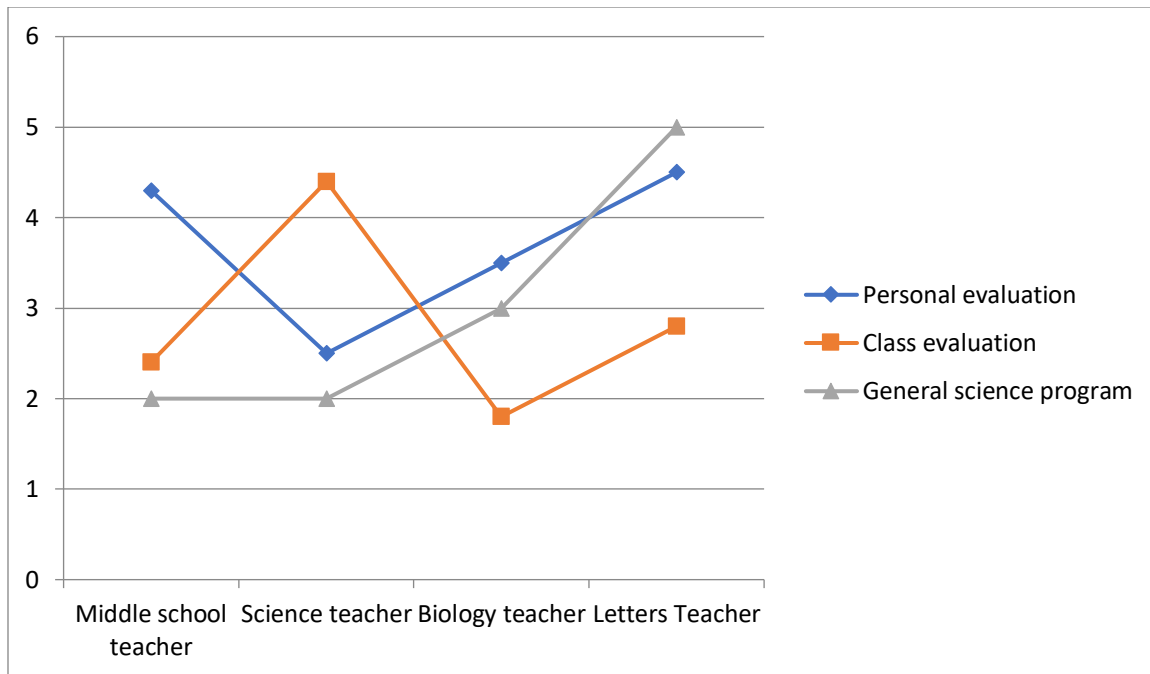
The prosecutor is the body that raises the accusation and therefore it is against the person who has committed a criminal offense, but when you are dealing with minors, a juvenile court will be established that for the criminal offense that has been committed, I will also receive the deserved punishment. what has been noticed is that he wanted to charge him more than he should and not give him a sentence that fits the crime he committed and the age at which he is because he is also called a minor, 14 years old and the one who has not yet turned 18 and these two age groups are not the same and do not have the same development.

Or is the sensitivity of this instance too small for this great force?

In contrast to the Prosecutor's Office, the court is more cooperative and understanding towards minors since a good part of them are specified in the resolution of these special issues.

There are, therefore, histories of the disciplines aimed at different audiences: some at those outside the community, which normally means at other scientific communities that are in competition. In these cases, one attempts to justify the identity, the validity and, on occasions, the scientific nature of the discipline, all of which is essential to achieve recognition within an academic structure competing for limited resources.

More frequently, histories are aimed within the discipline itself, either to socialize the neophytes, by indoctrinating them, through the historical presentation of the past. Through the history of the discipline one can observe the position that a scientist adopts in controversies and in the changes that affect his science, both in what he cites and the judgments he makes concerning events and people in the past, and also in what he omits or glosses over, and, obviously, in the material he chooses to include. The topic of parents or forerunners is of great interest: they are the ones who open the way towards the present, anticipating or preparing current developments; through their prestige, they also lend validity, in the initial stages, to the proposals which later win through.



Source: Florida Educators' Accomplished Practices for the Twenty-First Century 2018

The family and the family environment give life to the form and character of children, young people and adults. So the family is the basis where everyone's character is formed. A large number of minors and young people involved in criminal offenses come from troubled families. The increase in criminality among young people during these last ten years is directly related to the crisis experienced by the Albanian family during the years of transition.

Crime among minors and young people occurs more often among those individuals who come from families with a history of divorce, violence, with one parent or with a parent in immigration. In such environments, with significant emotional as well as material deficiencies, children and adolescents cannot receive the model they need at this stage of their development. The patterns are either completely absent or distorted and problematic. Children feel unsupported, unsupported, neglected, and not at all respected. Moreover, the environment brings you stressful, difficult and often unbearable situations.

- 3 Would a child with convicted parents be more predisposed to commit a crime? Some theories defend the idea that even if a parent is convicted, it does not mean that the child also commits

a crime. In fact, this is relative. It happens that certain children who have **parents in prison** are willing to do whatever it takes not to end up in the cell where their parent used to be, but as a child they have unfortunately had their parent who was sentenced as a role model. This results in them following in their parent's footsteps. This leads them to the path of crime.

- 4 **Mother!** How does her figure affect the minor? The child has always been more attached to the mother. Does her absence cause him to become a delinquent? There are cases where it is and other cases where it is not. If the mother is still away from her child for most of the time, for example because of work, there is an opportunity to check on him or give him the love and education he deserves, this avoids the minor's tendency to become a delinquent.
- 5 **Domestic violence.** A child raised in a family where violence is practiced has predispositions to be violent. A child who sees his mother being raped every evening by his drunken father develops a great hatred for people inside him and he sees that a punch can leave any helpless person on the ground. However, there are other minors who perceive violence in such a way that they begin to hate all persons similar to the abuser in their family. Thus they transform into serial criminals, if they take the life of any person similar to the perpetrator. Another subject of violence can be the minor himself⁷¹.
- 6 **Divorce of parents.** Separated parents, no longer the same family, a few days in one house, the weekend in another house, life instability, mother with another, father with another, while only a short time ago he was in a happy family. This causes a minor a lot of psychological problems and pain. The best way to forget is to go out on the street alone, without knowing that there is danger there, without distinguishing right from wrong, without being able to escape crime, there you become the pet and victim of a professional criminal. Although not everyone has these reactions to their parents' divorce, but this can be a reason.

4.4 Special violations of discipline by the student.

1. Does not obey the request of the school employee, when it is in accordance with the legislation in force or the internal regulation.

⁷¹ Criminal justice code for minors, Law 37/2017, Article 3, point 3

Criminal justice code for minors, Law 37/2017, Article 3, point 4

Code of Criminal Justice for Minors, Law 37/2017, Article 91

2. He/she comes late to class.
3. Disrupts the peace in the school premises.
4. Absent without reason.
5. Leave the lesson.
6. Use a mobile phone during the lesson.
7. Does not dress according to the norms described in the school regulations.
8. Uses unethical words in the presence of others.
9. Uses psychological violence against someone.
10. Disseminate confidential information of another without his consent.
11. Writes unauthorized drawings on school premises.
12. Copies or provides copies.
13. Creates panic in the institution with false information or actions.
14. On the school's computer:
 - a) damages another student's material;
 - b) visits websites that contain sexual material;
 - c) creates, downloads or transmits viruses.
15. It threatens. Attempts to damage, or damages property in the institution, or personal belongings of others. Attempts to steal, or steals property in the institution, or personal belongings of others. Distributes drugs or keeps drugs in circumstances intended to distribute them. Possesses or uses tools that endanger the lives of others. The above points for student violations may be changed or added at the request of the principal, teacher council, school board, parent council, student government and approved according to internal regulation procedures.

4.4 Disciplinary measures for students

The disciplinary committee takes the following escalating decisions for the student: a) Reprimand; b) Remarks; c) Warning for lowering the grade of behavior; ç) Lowering a level of behavior evaluation; d) Assessment of behavior to "Poor". The conduct grade is reduced only for high school students. The administrative measure is extinguished when, for a period of four months, the disciplinary committee has not examined any other violation of the student. The disciplinary committee makes a new decision, when the student: a) does not fulfill the request of the guardian teacher, described in article 108, or does not implement the decision of the disciplinary committee; b) repeats the violation or commits another violation in the meantime.

CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

For students, except for those in the ninth grade and the last grade of higher secondary education, the outstanding disciplinary measures of a student during one school year are carried over to the following school year and can be canceled during the following school year, according to the procedure provided for in point 3 of this chapter. For students in the ninth grade and those in the last grade of higher secondary education, the disciplinary committee decides at the end of the school year whether or not to cancel the disciplinary measure. The decision of the disciplinary committee is presented in writing to the student's parent and is kept in the school archive for 2 years.

Disciplinary measures against students, provided for in the article, are generally preceded by escalating actions by the guardian teacher and the disciplinary committee, bearing in mind the following guidelines:

1. The subject teacher advises the student individually.
2. The guardian teacher requests a meeting with at least one of the student's parents, in the presence of the student.
3. The guardian teacher requests the help of a psychologist or social worker to examine the causes of the student's behavior.
4. The guardian teacher requests the meeting of the council of parents of the class in the presence of the student and his parent.
5. At the request of the guardian teacher or the school director, the student apologizes to him or those affected by his behavior (orally, in writing, in the presence of the guardian teacher, in the presence of all subject teachers, or of the director, or of the disciplinary committee, alone or together with his parents).

1. In the meeting of the disciplinary committee: a) the student(s), for whom the offense is being examined, the teacher(s), guardian of the students, the psychologist and the social worker and others invited by the committee take part; b) the student's parents are invited to participate.

2. Every student has the right to be accompanied to the meeting by a "guardian", who can be an older student or another person from inside or outside the school, chosen by the student's parent.

In our country, in recent years, there has been no special governmental political document (strategy) to guide the reforms in the juvenile justice sector.

In the circumstances of the lack of such a document for the juvenile justice system and in support of the opinions/recommendations of the European Union, reports of international and national organizations on the necessity of the existence of a concrete strategy for the coming years, the Ministry of Justice undertook the initiative for drafting a strategy, which will be in accordance with the National Strategy for Development and Integration 2015-2020 and the Cross-Sector Strategy of Justice 2016-2020. With instruction no. 966 dated 03.02.2016 of the Minister of Justice, the working group for the drafting of the Juvenile Justice Strategy 2017-2020 was established.

The purpose of the Juvenile Justice Strategy 2017-2020 in the Republic of Albania is to promote and protect the most effective rights and needs in judicial processes and alternatives to these procedures, for minors in conflict with the law, victims, witnesses of criminal offenses, minors under the age to be prosecuted and minors participating in administrative or civil judicial processes, through the implementation of national and international standards of children's rights. The strategy will contain an interdisciplinary approach, which will be integrated with all other existing national documents, accompanied by concrete activities.

I Below, this strategy includes data from national and international reports, relevant analyzes and the action plan. Are the conditions established in the Code respected?

Are the activities and rehabilitative programs displayed in the display stands respected

What services are offered to minors in conflict with the law?

Educational measures through schools, information with legislation to be more concrete. to be familiar with detention facilities, courts, police, the juvenile sector, the child protection unit, etc.

Even for the court itself, the Code is a novelty.

That code should be implemented and respected by all institutions.

More genuine studies and different recommendations should be done.

Teacher evaluation should be based on professional teaching standards and should be sophisticated enough to assess teaching quality across the continuum of development from novice to expert teacher. Teacher evaluation systems need to be considered not only in terms of evaluation

instruments or procedures, but also in terms of the policy systems in which they operate and the school-based conditions that are needed to stimulate continuous learning and improvement. These conditions include: a) teacher participation in developing the system and supporting the ongoing decision-making processes; b) recognition and encouragement of collegial contributions to overall school success and clear criteria for accomplishment that all eligible teachers can achieve, rather than a quota system that pits teachers against each other.

Leader programs found that, over time, participating teachers demonstrated an increased ability to create tools to assess student learning gains in their classrooms; to develop and evaluate pre- and post-tests; to define measurable outcomes in “hard-to-quantify” areas like art, music, and physical education; and to monitor student learning growth in relation to their action plans.

Albania is focused on developing and aligning its education policies and practices with European and international agendas, in particular the European Union’s Education Benchmarks for 2020 and SDG4-Education 2030. The Agenda for Sustainable Development includes a set of 17 Sustainable Development Goals (SDGs) that universally apply to all countries who need to mobilize efforts to end all forms of poverty, fight inequalities and injustices, and tackle climate change, while ensuring that no one is left behind. The global education agenda (SDG4-Education 2030)

REFERENCES

- A. E. Coons (eds.), *Leader behavior: Its description and measurement*. Columbus: Bureau of Business Research, Ohio State University.
- Fleishman, E. A. (1957b). “A leader behavior description for industry” In R. M Stodgily and A. E. Coons (eds.), *Leader Behavior: Its description and measurement*. Columbus: Bureau of Business Research, Ohio State University.
- Gardner, Howard (1983). “Frames of mind” New York: Basic Books.
- Genter and Martinko, M. (1996) “Using the Meyers-Briggs Type Indicator to study managers” A literature review and research agenda. *Journal of Management*, 22(1):45–83.
- Goleman, Daniel (1995) *Emotional intelligence* New York: Bantam Books.
- Preston: *All Possible Worlds. A History of Geographical Ideas*, New York, Odyssey Press, 1972.

UPRAVLJAČKI MODEL U TURIZMU U FUNKCIJI TURISTIČKOG POSLOVANJA MANAGEMENT MODEL IN TOURISM IN THE FUNCTION OF TOURISM BUSINESS

Doc. Dr Nedžad Azemović,
Univerzitet Privredna Akademija, R.Srbija

n.azemovic@yahoo.com

Dr. Rešad Azemović,
FTN, Novi Sad.

Apstrakt

Moderno vreme je vreme nepredvidivih promena. Te promene imaju uticaj na menadžment poslovanja. Sigurna je jedino nesigurnost! Svaki poslovni subjekat ima svoje snage – svoje ljude. Ljudi upravljaju i ljudima se upravlja. Menadžment kao proces ima svojih karakteristika. To je aktivnost. Menadžeri su grupa ljudi ovlašćena da rukovodi određenim zadacima. Uspešan menadžment u modernom poslovanju zahteva adaptaciju na promene. Turizam, kao industrija budućnosti i branša koja posluje specifičnim proizvodima, mora prihvatiti brze promene poslovanja. Stoga autori rada daju skroman doprinos pokušavajući da rasvetle neki od modela turističkog poslovanja koji bi se mogao primeniti u turizmu i turističkom poslovanju..

Ključne reči: *promene, menadžment, proces, turizam, model menadžmenta, turističko poslovanje*

Abstract

The modern age is the time of unpredictable changes. These changes have more significant impact management of the business. It is known that only that is certain is uncertainty! Every business entity has only one real asset - its people. People are operated and management is managed with people! As a process, management has certain characteristics. It is activity. Managers are a group of people who have the authority to manage the implementation of certain tasks. Successful management in modern business requires adaptation to changes. Tourism as an industry of the future and as a branch that deals with specific products and services subject must accept fast changes in the business. Therefore, the authors of the paper make a modest contribution by trying to shed light on some of the tourism business models that could be applied in tourism and tourism business.

Keywords: *changes, management, process, tourism, model of management, tourism business*

Uvod

Retko se u istoriji čovečanstva jedna institucija, ili fenomen, tako brzo pojavila i stekla veliki uticaj u kratkom vremenu kao menadžment. Za manje od 150 godina, transformisana je društvena i ekonomska struktura razvijenih zemalja u svetu prema novoj Menadžment disciplini. To je dovelo do poboljšanja svetske ekonomije i uspostavljanja novih pravila u zemljama koje bi ravnopravno trebalo da učestvuju u razvoju ekonomije i njenom transformisanju. Glavni zadatak menadžmenta ili upravljanja ostaje isti svuda u svetu: poslovanje na što profitabilniji način. Menadžment predstavlja obučavanje i treniranje zaposlenih za zajednički rad zarad dostizanja postavljenih ciljeva. Prema tome, nema smisla pitati „šta se prvo pojavilo“, eksplozija obrazovanja (obrazovanje) je u proteklih stotinu godina znanje iz menadžmenta iskoristila produktivno. Moderno upravljanje i moderno preduzeće ne mogu postojati bez baze znanja koju su izgradila razvijena društva. Ali, isto tako, menadžment čini znanje i ljude koji ga poseduju - delotvornim. Nastanak menadžmenta se može razvojno posmatrati od početka kao poslovni proces, koji je prerastao u pravi kapital savremene ekonomije. Deo ekonomije koji je u poslednje vreme pretendent da zauzme lidersku poziciju je savremeni turizam. Savremeni turizam karakterišu značajne kvantitativne i kvalitativne promene.

One se prvenstveno ogledaju u dinamičnom rastu turističkog prometa, stvaranju novih i fleksibilnijih oblika proiz

vodnje i potrošnje turističkih usluga. S obzirom da menadžment čini svaki poslovni proces ostvarljivim primenom različitih metoda, tako i u turizmu menadžment igra jednu od najvažnijih uloga. Postoji sedam karakteristika koje su nove u procesu poslovanja a koje se odnose na sledeće parametre (Stefanović, 2006): opšte promene u poslovnoj strukturi, principi menadžmenta, lične veštine menadžera, komunikacione veštine menadžera, menadžment tima, upravljanje vremenom, uticaj, delegiranje nadležnosti, mobing, preduzetnički menadžment, preduzetnička strategija i taktika i preduzetnička poslovna kultura.

Menadžment usluga ili uslužni menadžment

Nova konkurencija u uslužnoj ekonomiji zahteva dobro razumevanje prirode usluga proizvodnje i potrošnje, politiku upravljanja uslugama u konkurentnim situacijama. Istraživanja u upravljanju uslugama evoluirala su kao opšta disciplina u poslednjih dvadeset godina. Studija je inicirana od strane pojedinačnog sektora usluga, na način da se pokuša istražiti proizvodnja usluga kao opšti skup aktivnosti koje imaju zajedničke karakteristike i opštu poruku za menadžment usluga. Oblik istraživanja opštih aspekata upravljanja uslugama ne znači da se zahtevi pojedinih komponenti uslužnog sektora ne tretiraju kao područje istraživanja. Mnoge studije su i dalje angažovane u oblasti istraživanja usluga, kao što su profesionalne usluge, javne usluge, hoteli i ugostiteljstvo, finansijske usluge i maloprodaja (Dessler, 2006).

Atributi usluga i nova konkurencija bili su presudni za shvatanje da tradicionalni pristup menadžmenta, koji potiče od proizvodnih kompanija, nije dovoljan (Stefanović, 2010). Mnogi autori iz oblasti menadžmenta su se složili da postoji potreba za razvojem strateškog i operativnog upravljanja, marketing upravljanja i upravljanja ljudskim resursima. Pružanje usluga je daleko teže definisati i dosledno izvoditi od performansi proizvodnje. Za to postoji više razloga, a Collier posebno naglašava sledeće: svaki aspekt iskustva i pružanje usluga prati ponašanje ljudi; svaki susret sa uslugama je jedinstven i nikada se ne može ponoviti na potpuno isti način, dok proizvodi mogu, u jednoj proizvodnoj liniji, biti totalno identični; „paketom“ čistih usluga složenije je upravljati nego upravljati proizvodima; sposobnost predviđanja ponašanja ljudi u okruženju je mala, u poređenju sa predviđenom potražnjom za proizvodima; uspešno upravljanje ljudima koji pružaju usluge direktno potrošačima, podrazumeva postojanje menadžerskih veština u marketingu, operativno upravljanje menadžmentom i ljudskim resursima; kapacitet proizvodnog preduzeća mogu da predstavljaju i njegove zalihe robe – dok se usluge ne mogu skladištiti; pružanje kvalitativnih usluga uključuje više ljudskih faktora.

Glavne snage istraživanja upravljanja uslugama stavljaju fokus na poboljšanje kvaliteta usluga. Dosledna isporuka kvalitetnih usluga, naravno, dovodi do povećanja zadovoljstva kupaca, velikog broja lojalnih kupaca i značajnog povećanja profita. Glavni zadatak upravljanja uslugama je kontinuirana isporuka visokokvalitetnih usluga. Upravljanje uslužnim preduzećima proučava načine marketinga i poslovanja, zajedno sa upotrebom tehnologije i ljudi, olakšava planiranje, proizvodnju i isporuku paketa i pogodnosti za potrošače.

Upravljanje uslužnim preduzećima uvodi veštine koje imaju za cilj da obezbede adekvatno upravljanje uslugama u trenucima kontakta sa potrošačima. Upravljanje uslugama je sposobnost da se razvijaju i dizajniraju ponude usluga i strategije usluga i, u tom smislu, procesi pružanja usluga i vreme plasiranja usluga. Korporativna kultura u uslužnim preduzećima mora biti zasnovana na znanju, kako bi se zadovoljile specifične potrebe i očekivanja potrošača, kao i najbolji načini za upravljanje rastom i svakodnevnim aktivnostima kompanije (Ljubojević, 1998). Upravljanje uslužnim subjektima mora sadržati nekoliko ključnih principa. Imajući u vidu da su potrošači deo uslužnih kompanija (kao interesne grupe), kompanija mora biti u direktnijoj i trajnijoj vezi s njima kako bi shvatila kako i na koji način treba raditi. Kompanija mora odabrati, obučiti i nagraditi osoblje, kako bi pružila kvalitetnu uslugu, koja je zahtev savremenog potrošača. Pažnja se jednako mora posvetiti zaposlenima koji pružaju upravljačku podršku zaposlenima na prvoj liniji, najbližoj potrošačima ili korisnicima usluga. Da bi se ispunila očekivanja i potrebe potrošača, neophodno je interno integrisati sve funkcije, kako bi se osiguralo da organizacija u svim karakteristikama bude u potpunosti fokusirana na pružanje kvalitetne usluge potrošaču. Sve ove aktivnosti treba da vode ka koordinisanim akcijama, poboljšanju poslovne kulture i kvalitetnim uslugama. Kultura upravljanja je stoga ključ kvalitetnih usluga, uzimajući u obzir nemogućnost direktnog upravljanja svim pojedinačnim poslovnim transakcijama (u isto vreme se usluga i pruža i prima, i to na više nivoa). Dakle, u procedurama upravljanja uslugama, menadžment se prilagodio karakteristikama usluga i „prirodi“ konkurentnosti usluga.

Upravljanje uslugama je u osnovi tržišno-orijentisan pristup i kao fenomen uključuje marketinški aspekt odnosa sa potrošačima. Neki autori čak idu tako daleko da termin upravljanje uslugama zamenjuju terminom marketinška korisnost. Upravljanje uslugama, prema mišljenju Groroo-a, mora obuhvatiti sledeće aspekte poslovanja (GroRoo, 1842): razumeti korist koju potrošač dobija kada se konzumira paket usluga, shvatiti na koji je način kompanija (osoblje, tehnologija, fizički resursi, sistemi i potrošači) u stanju da proizvede i isporuči usluge, ispitati kako bi kompanija trebalo da se razvija u smislu dostizanja kvaliteta usluga, koristi od istih te stvoriti funkcionalnu organizaciju koja ispunjava ciljeve svih uključenih u proces pružanja usluga. To znači da je upravljanje uslužnim preduzećem sveukupni organizacioni pristup pružanju kvalitetne usluge, koja bi bila glavna pokretačka sila poslovanja.

U tom kontekstu, organizacije koje predstavljaju uslužne kompanije moraju kreirati skup visokokvalitetnih resursa koji su uključeni u proizvodnju usluga, tj. kvalitetne zaposlene (osoblje za kupce), tehnologiju, materijalne resurse, operativni sistem i administraciju. Nije dovoljno razumeti prednosti i kvalitete koje potrošač zahteva, već je neophodno imati kapacitete za kontinuirano poboljšanje u skladu s promenljivim zahtevima potrošača i konkurencije (Godfrei, Clarke, 2000). Opšti ciljevi menadžmenta u službi profitno-orijentisanih uslužnih preduzeća ogledaju se kroz maksimiziranje profita, kako bi se maksimiziralo zadovoljstvo korisnika, minimizirali troškovi i/ili maksimizirala produktivnost. U slučaju neprofitnih uslužnih kompanija, menadžment mora postići zadovoljstvo klijenata uz minimalne troškove i maksimalnu produktivnost.

Uticaj menadžmenta na motivaciju zaposlenih njihove zadatke

Kao što je poznato, menadžment je skup adekvatnih veština upravljanja poslovanjem sa ljudima i upravljanja ljudima. Ovo podrazumeva izbor odgovarajućeg rukovodioca, koji utiče na zaposlene da obave posao, ili na druge organizacione sisteme da budu uspešniji. U tom smislu, kao specifična funkcija menadžmenta, smatra se uticaj (engl. Influence), koji obuhvata tri osnovne komponente, odnosno (Mowforth, Munt, 1998): motivaciju, upravljanje i komunikaciju. Motivacija je neizbežan deo uticajnih rukovodećih pozicija. Ona je deo aktivnosti kojima rukovodioci mobilišu i ohrabruju zaposlene da provode planirane aktivnosti na svom radnom mjestu, da to rade na način koji je poželjan, a to znači učinkovitije i delotvornije, kako bi se realizovali postavljeni ciljevi i planovi poslovanja. Motivacija je stoga veoma značajna i složena upravljačka aktivnost. Obično se definiše kao sredstvo kojim menadžeri osiguravaju da se zaposleni ponašaju onako kako se od njih očekuje - što istovremeno vodi do efikasne realizacije ciljeva kompanije, njihovih (zaposlenih) ciljeva i potreba (Charnei, 2004). Da bi zaposleni bili motivisani oni moraju biti integrisani, pridržavati se maksime da izvršenje jednog zadatka vodi ka realizaciji drugih. Bez ljudi, tj. zaposlenih (i njihovog napornog rada), ne postoji „opstanak“ kompanije. Svakoj kompaniji su neophodni ljudski resursi za obavljanje određenih zadataka; da bi se osiguralo postizanje ciljeva, da bi se znalo šta je zaposlenima potrebno kako bi bili sigurni da su deo kompanije, ali i da bi obezbedili svoje i potrebe kompanije na vreme. „Dakle, motivacija je efikasna kada ljudi udruže svoje resurse kako bi organizovali i time ostvarili svoje lične i profesionalne ciljeve“ (Cvetkovski, 2007). Dužnost menadžera nije samo da koristi postojeća znanja i metode kako bi motivisao zaposlene da daju sve od sebe u postizanju ciljeva organizacije.

U Tabeli 1 prikazana je strategija nagrađivanja, drugim rečima, ono ponašanje koje je vredno, odnosno nije vredno nagraditi i kako nagraditi dobre zaposlene (Stefanović & Jovičić, 2010).

Tabela 2 prikazuje akciju nagrađivanja (Stefanović & Jovičić, 2010): Za koga je nagrada? Da li je nagrada vezana za upravljanje drugim zaposlenim, za upravljanje šefom ili je to nagrada za upravljanje sobom?

Tabela 1. Strategija: šta je za nagrađivanje?

Nagrađivati	Ne nagrađivati	Kako nagrađivati
Stabilnost/Efikasnost	Brzi rad	Novac
Preuzimanje rizika	Izbegavanje rizika	Prepoznavanje
Primenjena kreativnost	Neusaglašenost	3. Uključiti u rad /isključiti iz rada
Preduzimanje aktivnosti	Nedostatak analize	4. Podeliti /objaviti među zaposlenima
Tihi rad	5. Loši poslovni odnosi (saradnja)	Najdraži radnik
Jednostavnost	Nepotrebne komplikacije	Slobodno vreme
7. Nenametljivo ali efikasno ponašanje	Asocijalno ponašanje	Promocija
Kvalitet rada	8. Premeštanje sa jednog na drugo mesto - nestalnost	8. Odobriti lično napredovanje, unapređenje
Lojalnost	Nelojalnost	9. Zabava
Timski rad	Raditi protiv organizacije	10. Premije

Tabela 2. Akcija: Za koga je nagrada?

Upravljanje drugima	Upravljanje šefom	Upravljanje samim sobom
Prikazati rezultate koje menadžer želi	“Zalihe” u snazi	Izabrati nove navike
Prepoznati poželjno ponašanje	Raditi na moći (snazi)	Izabrati pravu nagradu
Odlučiti šta je suština nagrade	Odlučiti kako promeniti ponašanje šefa	Biti uporan u navikama trinedelje
Iskoristiti moć povratnih informacija	Nagrađivati šefa znakom pozitivnih promena	Dati sebi nagradu, uživati uistoj i izabrati nove navike
Nagrađivati, uživati u uspehu i postaviti nove ciljeve		

Budući da se srpska privreda nekoliko decenija nakon Drugog svetskog rata razvijala u netržišnom okruženju i izvan racionalnog tržišnog usaglašavanja, negativna posledica dosadašnjeg upravljanja zemljom jeste da preduzetništvo, kao i koncept upravljanja, nisu u skladu sa savremenim svetom. Dovoljno je baciti površan pogled na nivoe upravljanja savremene ekonomije i приметiti da se dobar deo promena zasniva na postulatima razvoja. Razvoj celog sveta temelji se na promenama. Dugoročne promene doprinose stvaranju većeg bogatstva, većem zapošljavanju, omogućavajući više slobodnog i kvalitetnog vremena ljudima. Za srpski menadžerski milje bilo je, međutim, važno “kako se posao obavlja (radi), a ne ono šta se radi” (Riznić & Vojnović, 2010). To je rezultiralo potiskivanjem slobodnog kreativnog rada, jer je sve rađeno po unapred zacrtanoj šemi. Mnogi srpski menadžeri ne teže nezavisnosti, jer su naučeni da traže pristanak starijih ili nadređenih (šefova, gazdi), izbegavajući odgovornost i jasno pokazujući nesposobnost ili nespornost kreativnosti i prihvatanju rizika. Stoga su prekomerna prava data menadžerima koji nisu dovoljno sposobni. Postoji sumnja i da vladajući slojevi na (gotovo) svim državnim i privrednim nivoima eliminišu preduzetne, hrabre i ljude koji su bogati idejama. I pored vidljivog napretka u obrazovanju i to na globalnom nivou, u Srbiji još uvek obitavaju menadžeri bez adekvatnog univerzitetskog ili stručnog obrazovanja. Pokušaj da se upravlja funkcijama jednog privrednog subjekta ili organizacije, bez neophodnog prethodnog iskustva i obrazovanja, odnosno dolazak preko noći do menadžerske pozicije, može dovesti do negativne i nepovoljne selekcije osoblja i ostalih zaposlenih u organizaciji pa i do loših budućih strategija razvoja. Već dugi niz godina, u Srbiji prevladava forma nad sadržajem, kada je u pitanju nivo obrazovanja menadžera. Prikličenje srpske privrede tržišnoj „igri“ sa razvijenim zemljama, bez temeljito obučених menadžera, biće u svim parametrima - neuspešno. Mora se prihvatiti filozofija da menadžer u obraćanju zaposlenima reč „ja“, menja rečju „mi“, i to u svakom pogledu. Stvaranje menadžerskog sloja sa zajedničkim karakteristikama je tipično za balkanski region, gde je formiranje „drugačijeg“ veoma mukotrpan i naporan proces. Menadžeri u Srbiji bi, nesumnjivo, trebalo da se razlikuju od menadžera u razvijenim zemljama, ali ove razlike ne bi trebalo dabudu značajne (Riznić, Vojnović, 2010). U savremenim ekonomskim sistemima i segmentima privrede, uspostavljen je trostruki koncept koji određuje upravljanje poslovanjem: finansije - tržište – osoblje (zaposleni).

U središtu ovog koncepta je tržište, koje određuje poslovnu politiku, tehnologiju i organizaciju kompanije.

Ovaj koncept je, prema pojedinim autorima, prihvatljiv za Srbiju (Petković, Jovanović, 2000). U tom smislu, jedan od mogućih modela upravljanja privredom a samim tim i turizmom u Srbiji, treba da sadrži sledećih deset tačaka (Nouks, 2003):

1. Tržište treba da ima i pristup tržištu rada,
2. Osvajanje tržišta rada i novih tržišta uopšte,
3. Analiza načina života svih potencijalnih korisnika proizvoda ili usluga, kao i svih potencijalnih zaposlenih,
4. Omogućavanje formiranja individualnih proizvodnih ili uslužnih organizacija (korisnici isaradnici),
5. Bolji rad,
6. Savremena organizacija rada - primena principa „na terenu“,
7. Bolje upravljanje vremenom,
8. Novi pristup eksternoj i internoj komunikaciji,
9. Postojanje takozvanog novog menadžera i
10. Omogućavanje participativnog upravljanja.

Aspekti radnog modela menadžmenta u turizmu

Bolje nagrađivanje dobrog rada jeste stub uspešnog obavljanja zadataka, što je suština menadžmenta. Najuspešniji ljudi ispunjavaju svoje zadatke kako bi dobili materijalnu stimulaciju - veću platu (Stefanović, 2009). Dobra motivacija se može svrstati u jedan od modela savremenog menadžmenta. Kada su radni modeli menadžmenta u turizmu Srbije u pitanju, autori daju osvrt na sledeće:

1) Jedan od mogućih modela upravljanja turizmom u Srbiji je veoma važna moderna poslovna organizacija, koja primenjuje principe „na terenu“. Uticaj tehnoloških promena je evidentan u svim privrednim sektorima, uključujući i turističku industriju. U svakom od njih moderno upravljanje će morati da se nosi sa specifičnim i ozbiljnim ekološkim problemima. Na osnovu ovih i drugih pitanja potrebnih za razvoj, za upravljanje procesima prikladna je paradigma – „rad sa ljudima“. Jedna od osnovnih čestica ove paradigme je prenošenje vere u upravljanje svim zaposlenima. To je moguće samo ako upravljanje svojom suštinom i određenim kvalitetom da smer i osećaj zaposlenima da učestvuju u njegovoj implementaciji. Moderno upravljanje mora omogućiti pretvaranje rada u radost.

2) Jedno od opštih pravila upravljanja diktira da glavni menadžeri treba da okupljaju ljude i da im omoguće da slobodno izražavaju svoja osećanja i ideje u određenim vremenskim intervalima. Na ovaj način, zaposleni se neće bojati da prijave neuspeh, jer znaju da će top menadžeri biti tolerantni. Ovaj princip se zove „menadžment vremenom“ ili „menadžment jednim minutom za svoje saradnike“. Ovo osigurava da osoblje na nižem nivou sluša i razmišlja pre nego što deluje. Tako menadžer stvara mesto u kome cela upravljačka struktura postaje kreativna. Ovaj princip modernog menadžmenta potvrđuje vladavinu Iacocce (Jakoke), definisanu kao „držati uz sebe nekoliko protivkandidata“. Polazi se od teze prema kojoj top menadžeri ne treba da se plaše za jedinstvenu perspektivu. U ovom slučaju postoji veliki rizik da zaposleni kažu menadžerusamo ono što želi da čuje. Zaposleni nikada neće izraziti neslaganje sa mišljenjem pretpostavljenog. Da bi se izbegao takav rizik, Jakoka sugerise da je veoma prikladno da menadžer pokraj sebe ima grupu pametnih ljudi koji su „protivnici“ njegovom načinu razmišljanja - onih koji, iz nekih razloga, ne prihvataju sve što je lako i koje ne impresioniraju stereotipi. Kako bi se ispunio ovaj zahtev savremenog menadžmenta, neophodno je da svaka kompanija ima koherentnu grupu menadžera koja će imati sledeće karakteristike (Stefanović, 2009): sposobnost da se istovremeno obavljaju najvažnije komponente menadžmenta, tj. proizvodna, upravljačka, preduzetnička i integrišuća; svaki član mora pojedinačno da zna svoje jake i slabe strane; u grupi svi moraju biti prihvaćeni od svih; sposobnost prepoznavanja one vrline koju ne poseduju ali koja je neophodna i koju treba da prihvate od drugih; spremnost i sposobnost rešavanja neslaganja s drugima.

3) Novi pristup internoj i eksternoj komunikaciji je suštinska odrednica modernog upravljanja u turizmu koja se zasniva na direktnom kontaktu svih učesnika u određenoj organizaciji. Menadžment preferira intenzivnu, neposrednu i često neformalnu komunikaciju i kontakte unutar upravljačke strukture, kao i unutar cele organizacije. U budućem informacionom društvu, gde će kompjuterizacija biti glavni oblik informativne aktivnosti, na spoljnoj i internoj komunikaciji će se temeljiti (Stefanović, 2009): napredovanje u hijerarhiji za uspešan posao, realizacija sopstvenih kreacija i ideja bez obaveze prihvatanja lidera, informisanost o svim važnim događajima.

4) Mogući model upravljanja turizmom u Srbiji u društvu informacionih tehnologija u upravljačkoj strukturi obuhvata ljude od ideja sa punom odgovornošću za svoj posao. Ovi ljudi bi trebalo da poseduju samokontrolu i prilježnost u izvršavanju zadataka.

5) U ovom slučaju, top menadžer ne daje naredbe, već postaje inspirator, savetnik i podstrekač. Ovaj vid menadžmenta ima sledeće karakteristike: računar preuzima informacije od menadžera i čini ih direktno dostupnim zaposlenima. Novim stilom upravljanja u kome se ovim načinom komuniciranja deluje na podizanje motivacije, direktnim kontaktom upravljačke strukture sa učesnicima u celoj organizaciji, smanjuje se kontrola nad zaposlenima. Primarnom međusobnom i direktnom vezom, prenose se ideje i podstiče kreativno poslovanje. Stil upravljanja je manje rigidan, smanjujući jaz podređenih u odnosu na nadređene i dopušta mogućnost samoafirmacije. Jedan od glavnih problema i zadataka savremenog i budućeg upravljanja turizmom biće zadovoljenje potreba potrošača primenom informacionih tehnologija u tok poslovanja. Sve neophodne promene u tehnologiji i upravljanju unutar organizacije koje bi mogle nastati u vezi s tim, trebalo bi da se reše na vreme. Menadžer novog, trećeg doba, treba da poznaje nove načine komunikacije, koji se mogu izraziti frazom „upoznati druge, ali upoznati prvo sebe“. Intermediate predstavlja frazu za kreiranje novih motivacionih metoda i programa koji će omogućiti dolazak do suštinskog bića zaposlenih i dovesti ih u situaciju da pokrenu svoj „motor“ u postizanju akcija. Takav tip menadžera ima sledeće karakteristike (Stefanović, Mihajlović & Ilić, 2017): iniciranje, inoviranje, samorazvoj i organizacioni razvoj, anticipiranje i prilagođavanje promenama koje nameću moderne struje ljudske civilizacije, planiranje i odlučivanje o budućnosti, podsticanje zaposlenih da učestvuju u procesu razmišljanja i operacionalizacije poslovanja, drugim rečima, da budu kooperativni i elastični.

6) Najvažnija stvar u strategiji upravljanja kompanije jeste “vizija budućnosti”. Svaka organizacija koja želi biti uspešna mora osigurati da vizija budućnosti postane opšte prihvaćena (što je čini najvažnijim i najučinkovitijim instrumentom upravljanja). Vizija budućnosti treba da bude prihvaćena od najvišeg rukovodstva, do poslednjeg čoveka u preduzeću. Samo na ovaj način nova strategija razvoja može se pozitivno preneti na svakog od saradnika na polju poslovanja i na kraju na tržište. To ujedno znači i najširi mogući udeo zaposlenih u formulisanju poslovne politike, a posebno razvojne politike njihovog poslovanja. Participativno upravljanje pretpostavlja da savremene tehnološke promene stvaraju uslove za drugačiju vrstu funkciju upravljanja u javnom sektoru. Potrebno je prihvatiti leaderski kodeks vrednosti koji uvodi pravilo upravljanja u koje mora biti uključena velika doza individualnosti i originalnosti. Prema tome, mogući budućimodel upravljanja poslovanjem i turizmom u Srbiji preferira one saradnike koji su voljni i sposobni da unaprede organizaciju, da sarađuju i budu članovi tima. Moderni menadžeri biraju ljude poput njih samih. Dabi se to postiglo, oni moraju imati moć integracije. Pod integracijom treba uključiti proces u kojem rizik pojedinca postaje rizik grupe, a pojedinačni ciljevi su usklađeni s ciljevima grupe. Alternativno, integracija znači sposobnost pojedinca da donese odluku koja će biti podržana od ljudi koji su je već usvojili ili tek trebada je usvoje. Na osnovu toga, individualno biće odnosno suština preduzeća se, uz odgovarajuću komunikaciju, transformiše u grupno (Ilić, Mihajlović & Jovanović, 2017).

Zaključak

Tražeci adekvatnu primenu principa menadžmenta kao nauke koja stalno evoluirala, preporučena je novi način za pružanje pomoći budućim menadžerima. Ne postoji tačno definisana lista naučnih principa upravljanja, ali svaki menadžer treba da zna i da razume neke osnovne pojmove, kao i vodeće principe menadžerskog razmišljanja i delovanja. Evolucija istorije upravljanja zasniva se na uspehu i prevazilaženju problema koji su prikazani u sledećim stavkama: Menadžment se kao nauka „bavi“ ljudskim bićima. Njegova misija je da omogući ljudima da rade zajedno kako bi njihove snage bile efikasne, a njihove slabosti irelevantne. To je vid organizacije i zato je menadžment ključni, odlučujući faktor u bilo kojim aktivnostima. Od dobrog upravljanja zavise sredstva za život ljudi. Ali, sposobnost zaposlenih da doprinose društvu zavisi od upravljanja institucijama za koje rade (preduzeća, institucije, sportski klubovi, dobrotvorne organizacije itd.), kao i njihove kvalifikacije, posvećenost i trud. Integracija menadžmenta predstavlja ljude angažovane u zajedničkom poduhvatu, formiranjem integralne kulture. Menadžeri u svim zemljama sveta primenjuju adekvatne, često slične, načine upravljanja za poslove koji se mogu obavljati i koji se obavljaju drugačije. Zbog toga je potrebno pronaći i identifikovati one delove upravljanja koji u sebi mogu sadržati i nešto iz sopstvenih tradicija (upravljanja i nacionalne kulture). Kompanija mora imati jednostavne, jasne i jedinstvene, konkretne ciljeve. Svaka organizacija zahteva posvećenost zajedničkim ciljevima i zajedničkim vrednostima. Bez takve obaveze postoji pitanje njenog opstajanja na tržištu. Prvi zadatak menadžmenta je da detaljno razmotri i interpretira sve ciljeve poslovanja. Na osnovu činjenice da je turizam vrlo specifičan u načinu delovanja jer je povezan sa pružanjem određenih dobara i usluga koje zaposleni u turizmu pružaju turistima, postoji potreba za dobrim i organizovanim upravljanjem u ovom sektoru privrede. Model kontrole može se prilagoditi bilo kojem turističkom entitetu, u zavisnosti od usluga ili proizvoda vezanih za turističke ponude. Menadžment se stoga treba modelovati za njih. Potrebno je nametnuti određene standarde ponašanja, komunikacije, odnosa sa kupcima, nadređenima i podređenima u turističkom poslovanju. Ali nije bilo dovoljno novca kojim bi se sektor „osvežio“. U našoj zemlji je evidentno postojanje investicija u određene turističke objekte, ali su iste sporadične i vezane za individualne preduzetnike. Neophodno je uvođenje specifičnog agregatnog modela razvoja, zasnovanog na naučnim metodama. Modeli upravljanja u turizmu, koji su dati u radu, mogu poslužiti kao primer za dobro i organizovano poslovanje, odnosno za održivo turističko poslovanje. Ipak, autori se i ovog puta pozivaju na nacionalnu kulturu naše zemlje, koja bi usvojila odgovarajući model ali koja bi isti trebalo da implementira i prilagodi svojoj kulturnoj pozadini.

Literatura

Charney, C. (2004). *The Instant Manager*, Stoodart Publishing, Toronto.

Godfrey K., Clarke J. (2000). *The Tourism Development Handbook; a Practical Approach To Planning and Marketing*, Casell, London and New York

GroRoo, C., (1842). With two illustration on street, *The Spectator*, Vol 15, p.1151.

Ilić, B., Mihajlović, D., Jovanović, L. (2017). Kvalitet života u Srbiji kao društvena komponenta održivog razvoja, *Zbornik radova, 7. Međunarodni Simpozijum o upravljanju prirodnim resursima*, Fakultet za menadžment Zaječar, Vol. VII, pp. 272-279.

Ljubojević, Č. (1998). *Menadžment i marketing usluga*, Stilos, Novi Sad, pp.45-46

Mowforth M., Munt I. (1998). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*, Routledge, London, New York,

Nouks, S. (2003). *The definitive guide to project management –The fast-track the job done on time and on budget*, PrenticeHall, Financial Times, London.

Petković M., Jovanović M. (2000). *Organizaciono ponašanje*, Megatrend, Beograd.

Riznić, D., Vojnović B. (2010). *Menadžerska sredstva i alati u funkciji regionalnog razvoja Srbije*, Tehnički fakultet, Bor.

Stefanović, V., Mihajlović, D., ilić, B. (2017). Transformacioni lideri—neophodnost savremenog poslovanja, *Megatrendrevija*, Vol. 14, № 2, pp. 291-308.