



**Multidisciplinary Research Journal “Olcinium”
Multidisciplinarni Istraživački Časopis “Olcinium”
Revista Kërkimore Multidisciplinare “Olcinium”**

SOCIAL SCIENCES SESSION

**ISSN 2261-2674 (Online)
Volume 16. Nr. 1 (2026): APRIL
www.olcinium.me**

PUBLISHING HOUSE: DOO EJAN- ULCINJ-MONTENEGRO

Directory: Mr. Jemin Osmanović

Phone number: 0038269959299

EDITORIAL BOARD

Editors in Chief

Academician Full Professor Dr SLOBODAN NEŠKOVIĆ

International Academy of Sciences, Arts and Security

Vice Editors in Chief

Adela Osmanović (Montenegro)

Social Sciences Session

Prof. Dr. Blendi Barolli, Nīigata University of Management, Japan

Prof.Dr. Edlira Dhima, University of Vlora “Ismail Qemali

Prof. Dr. Harun Şeşen, European University of Lefke, Cyprus

Prof. Dr. Ahmet Ergülen, Balıkesir University, Turkey

Prof. Dr. Francesco Scalera, Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Italy

Humanities Session

Mr.Dr. Eranda Halluni-Bilali- Luigj Gurakuqi University Shkoder

Assoc. Prof. Dr. Elinda Ramadani, University of Shkodra “Luigj Gurakuqi”, Albania

Prof. Dr. Arjana Striniqi-Laçeaj, University, Luigj Gurakuqi, Shkoder

Prof. Dr. Marko Todorovic, Serbian Academy of Innovation Sciences, Serbia

Prof. Dr. Ramazan Erdem, Süleyman Demirel University, Turkey

Prof. Dr. Asrat Amnie, The City University of New York, USA

Reviewer Board

Dr. Liridonë **Bislimi** Musa- High School of Medicine "Dr. Xheladin Deda" Mitrovica

Dr. Sampurna Nand Mehta – Sasmira’s Institute of Commerce and Science, India. (CV)

Prof. Francesco Scalera – University of Bari, Italy. (CV)

Zohra Aliyeva-Nuriyeva – Baku State University, Azerbaijan. (CV)

Prof. Asst. Dr. Alaa Ali Hameed – Istanbul Sabahattin Zaim University, Turkey (CV)

Prof. Dr. Pece Nikolovski, SS. Kliment Ohridski University, North Macedonia

Newsroom Board

Dr. sc. Melihate Zeqiri – Prishtinë E-mail: melihatez@gmail.com

Ph.D. Tibor Petres – University of Szeged, Hungary. (CV)

Dr. Ermira Pervizi – University “Aleksandae Moisiu”, Albania.

Assoc. Prof. Dr. Bilyana Mikhailova – Sofia University “St. Kl. Ohridski”, Bulgaria. (CV)

Inna Romanova– University of Latvia, Latvia. (CV)

Language Editor

Prof.Ass. Jusuf Mustafaj - Fakulteti I Shkencave Islame-Shkup, E-mail: jusuf.mustafaj@fshi.edu.mk

Prof. Dr. Sonja Vitanova-Strezova – Ss Cyril and Methodius University of Skopje, Republic of Macedonia.

Table of Contents

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. Digitalni Marketing I Njegov Uticaj Na Prodaju Proizvoda..... | 6 |
| <i>Jemin Osmanović</i> | |
| 2. The Impact of Online Reviews and Ratings on Costumers' Purchasing Decisions in Montenegro..... | 15 |
| <i>Klara Đurović</i> | |
| 3. Upotreba Veštačke Inteligencije U Predviđanju I Sanaciji Poplava..... | 24 |
| <i>Mirsad Nukovic, Aladin Tokalic, Izet Mulic</i> | |
| 4. Privlačenje Stranih Investicija i Jačanje Domaćeg Poslovnog Okruženja..... | 28 |
| <i>Rade Bojović</i> | |
| 5. Eksplorativna Analiza Nasilja U Porodici U Crnoj Gori U Uslovima Covid-19 Krize U Svjetlu Rezultata Istraživanja Iz 2024. Godine..... | 33 |
| <i>Aleksa Delibašić</i> | |
| 6. Značaj Preduzetništva Među Mladima I Problem Nezaposlenosti..... | 48 |
| <i>Nevena Brajković</i> | |
| 7. Uloga I Značaj Marketinga U Ekonomiji..... | 56 |
| <i>Ismet Kalezić</i> | |
| 8. Razvoj Edukativnih Softverskih Alata Za Učenje Programiranja Kod Dece I Mladih..... | 64 |
| <i>Nikolovski Ognjen</i> | |
| 9. Kreiranje Menadžment Timu U Menadžiranju Preduzeća..... | 71 |
| <i>Husnija Bibuljica, Alma Destanović</i> | |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 10. Aktuelni Kontekst Tretmanske Rehabilitacije, Resocijalizacije I Reintegracije Lica Osuđenih Na Kaznu Zatzvora –Korekcioni Aspekt U Upravi Za Izvršenje Krivičnih Sankcija Crne Gore U 2024. Godini..... | 77 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|

Radoje Kandić

| | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 11. Ndikimi i Ndotjes Atmosferike dhe Kushteve Klimatike në Cilësinë e Ajrit në Destinacionet Turistike..... | 90 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|

Arlind Osmanoviq

| | |
|------------------------------------------------------------|------------|
| 12. Zhvillimi dhe Rëndësia e Turizmit në Ulqin..... | 103 |
|------------------------------------------------------------|------------|

Iiriana Rama Osmani

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 13. Prva Banka në Epokën Digjitale: Transformimi i Shërbimeve Bankare..... | 115 |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|

Albnora Dragoviq

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 14. Inteligjenca artificiale dhe qëndrueshmëria ekonomike rajonale menaxhimi i rrezikut nga përmbytjet në ekonomitë bujqësore..... | 125 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|

Betim Spahiu, Ylber Krasniqi, Burim Morina, Bamir Spahiu, Anila Gashi, Burim Morina

| | |
|---------------------------------------------|------------|
| 15. Socializimi i Gjuhes Shqipe..... | 132 |
|---------------------------------------------|------------|

Melihate Zeqiri



SOCIAL SCIENCIES SESSSION

Digitalni Marketing I Njegov Uticaj Na Prodaju Proizvoda

Mr. Jemin Osmanović

Institute for Scientific Research and Development, Ulcinj, Montenegro

Abstract

This paper examines the role of digital marketing as a key driver of product sales in the contemporary business environment. With the rapid development of internet technologies and the shift from traditional to digital communication channels, companies increasingly rely on digital marketing strategies to reach and engage consumers more effectively. The study analyzes the evolution of digital marketing, its main channels, including social media, search engine marketing, email marketing, and content marketing, and their impact on consumer behavior and purchasing decisions. Special attention is given to the ability of digital tools to enable precise audience targeting, real-time performance measurement, and personalized communication, which collectively contribute to increased sales and customer loyalty. The paper emphasizes the importance of integrated marketing strategies that combine multiple digital channels to achieve synergistic effects and maximize return on investment. The findings indicate that digital marketing significantly enhances brand visibility, consumer engagement, and sales performance, while also presenting challenges such as increased competition and data privacy concerns. The study concludes that effective implementation of digital marketing strategies is essential for companies aiming to maintain competitiveness and achieve sustainable growth in the digital economy.

Keywords: Digital marketing, Product sales, Consumer behavior, social media marketing, Online marketing strategies.

Apstrakt

Ovaj rad analizira ulogu digitalnog marketinga kao ključnog faktora u povećanju prodaje proizvoda u savremenom poslovnom okruženju. Razvojem internet tehnologija i prelaskom sa tradicionalnih na digitalne kanale komunikacije, kompanije sve više koriste digitalne marketinške strategije kako bi efikasnije dosegle i angažovale potrošače. U radu se razmatra razvoj digitalnog marketinga, njegovi osnovni kanali, društvene mreže, pretraživački marketing, email marketing i content marketing, kao i njihov uticaj na ponašanje potrošača i donošenje odluka o kupovini. Posebna pažnja posvećena je mogućnostima digitalnih alata za precizno targetiranje publike, mjerenje rezultata u realnom vremenu i personalizaciju komunikacije, što doprinosi povećanju prodaje i lojalnosti kupaca. Ističe se značaj integrisanih marketinških strategija koje kombinuju različite digitalne kanale radi postizanja sinergijskih efekata i maksimalnog povrata investicija. Rezultati ukazuju da digitalni marketing značajno povećava vidljivost brenda, angažovanje potrošača i prodajne rezultate, ali istovremeno donosi izazove poput povećane konkurencije i pitanja zaštite privatnosti. Zaključuje se da je efikasna primjena digitalnog marketinga od presudnog značaja za kompanije koje žele da ostanu konkurentne i ostvare održiv rast u digitalnoj ekonomiji.

Ključne riječi: Digitalni marketing, Prodaja proizvoda, Ponašanje potrošača, Marketing na društvenim mrežama, Online marketinške strategije

1. Uvod

U savremenom poslovnom okruženju, digitalni marketing postao je ključni alat za promociju proizvoda i usluga. Tradicionalni marketinški kanali, poput televizije, radija ili štampe, više nisu dovoljni da zadovolje potrebe tržišta koje se sve više oslanja na internet i digitalne tehnologije.

Digitalni marketing omogućava kompanijama da ciljano komuniciraju sa svojim potrošačima, personalizuju ponude i efikasno prate rezultate svojih kampanja.

Pored ekonomskog aspekta, digitalni marketing utiče i na ponašanje potrošača, oblikuje odluke o kupovini i povećava interakciju između brenda i kupaca. Uloga društvenih mreža, pretraživača, email kampanja i content marketinga postala je nezamenljiva u procesu povećanja prodaje proizvoda.

Cilj ovog rada je da analizira glavne strategije digitalnog marketinga i ispita njihov uticaj na prodaju proizvoda. Posebna pažnja biće posvećena uticaju online kampanja, društvenih mreža i digitalnih alata na efikasnost prodaje, sa ciljem da se identifikuju najbolja rešenja za kompanije koje žele da unaprede svoje poslovanje u digitalnom okruženju.

2. Istorijski pregled i razvoj digitalnog marketinga

Digitalni marketing je nastao kao odgovor na transformaciju tržišta pod uticajem tehnologije i interneta. Dok su tradicionalni oblici marketinga – televizija, radio, novine i bilbordi – dominirali tokom 20. veka, pojavom interneta i digitalnih tehnologija pojavila se potreba za novim metodama komunikacije sa potrošačima.

2.1 Počeci digitalnog marketinga

Prvi oblici digitalnog marketinga pojavili su se sredinom 1990-ih, kada su kompanije počele da koriste email za promociju svojih proizvoda i usluga. E-mail marketing je omogućio direktnu komunikaciju sa korisnicima i pružio prve mogućnosti praćenja reakcija i angažovanja kupaca.

Paralelno sa tim, pojavom prvih web sajtova, kompanije su shvatile značaj prisustva na internetu. Web sajtovi su postali osnovni kanal za informisanje potrošača o proizvodima, cijenama i promocijama, dok su banner oglasi i početni online reklamni formati predstavljali prvi pokušaj digitalne oglašivačke strategije.

2.2 Razvoj pretraživača i SEO

Krajem 1990-ih i početkom 2000-ih, pojavom pretraživača poput Google-a, Yahoo-a i Bing-a, digitalni marketing je dobio novu dimenziju. Optimizacija za pretraživače (SEO – Search Engine Optimization) postala je ključna za vidljivost proizvoda i usluga na internetu. Kompanije su počele da investiraju u kreiranje sadržaja koji će poboljšati rangiranje njihovih web sajtova i povećati šansu da potencijalni kupci pronađu njihove proizvode.

U isto vreme, pojavom plaćenih oglasa (PPC – Pay-Per-Click), digitalni marketing je dobio alat kojim se može precizno ciljati publika, meriti angažovanje i optimizovati troškovi reklama u realnom vremenu.

2.3 Era društvenih mreža

Pojava društvenih mreža od sredine 2000-ih donela je revoluciju u marketingu. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn i kasnije TikTok, postali su platforme na kojima kompanije mogu direktno komunicirati sa potrošačima. Društvene mreže omogućavaju kreiranje brend identiteta, interakciju sa korisnicima, praćenje mišljenja kupaca i brzo širenje promotivnih kampanja.

Influenceri i mikro-influenceri postali su moćan alat u promociji proizvoda, jer imaju sposobnost da utiču na odluke kupaca kroz ličnu preporuku i verodostojnost.

2.4 Content marketing i mobilni marketing

Sredinom 2010-ih, content marketing postaje ključni segment digitalnog marketinga. Blogovi, video tutorijali, infografici i vodiči omogućavaju edukaciju kupaca, povećavaju angažovanje i grade poverenje prema brendu.

Paralelno, mobilni marketing postaje imperativ zbog rasta upotrebe pametnih telefona. Mobilne aplikacije, push notifikacije, SMS kampanje i optimizovani web sajtovi za mobilne uređaje omogućavaju kompanijama da svoje proizvode plasiraju direktno korisnicima, gde god da se nalaze.

2.5 Digitalni marketing danas

Danas digitalni marketing predstavlja integrisan sistem kanala i strategija koji obuhvataju SEO, PPC, društvene mreže, content marketing, email marketing, influencer marketing i analitiku podataka. Napredni alati omogućavaju precizno targetiranje publike, personalizovane ponude i merenje povraćaja investicija (ROI) u realnom vremenu.

Pandemija COVID-19 dodatno je ubrzala digitalizaciju marketinga i online prodaje. Kompanije su morale da se prilagode povećanoj potražnji za online kupovinom, razvijaju e-trgovinu i unapređuju digitalne strategije za održavanje prodaje.

3. Kanali digitalnog marketinga

Digitalni marketing obuhvata različite kanale i platforme koji omogućavaju kompanijama da dopru do svoje ciljne publike, promovisu proizvode i povećaju prodaju. Efikasna primena ovih kanala zahteva razumevanje njihovih karakteristika, prednosti i načina merenja uspeha.

3.1 Društvene mreže

Društvene mreže predstavljaju jedan od najmoćnijih kanala digitalnog marketinga. Platforme poput Facebook-a, Instagram-a, TikTok-a, LinkedIn-a i YouTube-a omogućavaju kompanijama da komuniciraju sa potrošačima, grade brend i utiču na odluke o kupovini.

Prednosti društvenih mreža:

- Mogućnost direktne komunikacije sa korisnicima putem komentara, poruka i anketa.

- Targetiranje specifičnih grupa na osnovu demografskih podataka, interesa i ponašanja.
- Korišćenje influensera i mikro-influensera za povećanje kredibiliteta brenda.

Primer: Brendovi odeće često koriste Instagram i TikTok za promociju novih kolekcija, dok LinkedIn koristi B2B marketing i profesionalni networking.

3.2 Pretraživački marketing

Pretraživački marketing obuhvata SEO (Search Engine Optimization) i PPC (Pay-Per-Click) kampanje.

SEO: Optimizacija sadržaja sajta kako bi se bolje rangirao u rezultatima pretraživača poput Google-a. Cilj je organski promet – korisnici koji traže proizvode ili usluge putem ključnih reči.

PPC: Plaćeni oglasi koji se prikazuju korisnicima pretraživača i na partner sajtovima. Kompanije plaćaju za klik na oglas, što omogućava precizno targetiranje i merenje rezultata.

3.2.1 Prednosti pretraživačkog marketinga:

- Visoka preciznost u pronalaženju ciljne publike.
- Mogućnost praćenja povraćaja investicije (ROI) i optimizacije kampanja u realnom vremenu.

3.2.2 Email marketing

Email marketing je kanal koji omogućava direktnu komunikaciju sa postojećim i potencijalnim kupcima.

Strategije email marketinga uključuju:

- Slanje newsletter-a sa novostima, promocijama i savetima.
- Automatizovane kampanje, poput podsećanja o napuštenim korpama ili personalizovanih ponuda.

Prednosti:

- Veća stopa angažovanja kod ciljane publike.
- Relativno nizak trošak u poređenju sa tradicionalnim kanalima.

3.2.3 Content marketing

Content marketing se fokusira na kreiranje i distribuciju sadržaja koji edukuje, zabavlja ili informiše korisnike, a ujedno promovise proizvode i usluge. Oblasti uključuju:

- Blog postove i članke.
- Video sadržaje i tutorijale.
- Infografike i vodiče.

Prednosti content marketinga:

- Povećava poverenje kupaca i lojalnost brendu.
- Pomaže u SEO strategiji i privlačenju organskih poseta sajtu.

3.2.4 Affiliate marketing i influencersi

Affiliate marketing podrazumeva saradnju sa partnerima koji promovišu proizvode i dobijaju proviziju od prodaje. Influenceri na društvenim mrežama imaju sličnu funkciju – preporuka proizvoda ili usluga njihovim pratiocima.

Prednosti:

- Širenje brenda među ciljanim zajednicama.
- Efikasno povećanje prodaje uz relativno niske inicijalne troškove.

3.2.5 Video i mobilni marketing

Video marketing: YouTube, TikTok i Instagram Reels omogućavaju vizuelnu promociju proizvoda, objašnjavanje upotrebe i angažovanje publike.

Mobilni marketing: S obzirom na rast upotrebe pametnih telefona, optimizovani sajtovi i mobilne aplikacije omogućavaju jednostavnu kupovinu, push notifikacije i interaktivne kampanje

4. Uticaj digitalnog marketinga na prodaju proizvoda

Digitalni marketing ima značajan uticaj na prodaju proizvoda jer omogućava kompanijama da ciljano dopru do potrošača, povećaju svest o brendu i direktno utiču na odluke o kupovini. Efekti digitalnog marketinga mogu se posmatrati kroz nekoliko ključnih aspekata: povećanje vidljivosti, angažovanje potrošača, povećanje prodaje i unapređenje lojalnosti kupaca.

4.1 Povećanje vidljivosti brenda

Jedan od osnovnih efekata digitalnog marketinga je povećanje vidljivosti proizvoda na tržištu. Kroz društvene mreže, SEO optimizaciju i plaćene kampanje, kompanije mogu da dopru do velikog broja potencijalnih kupaca.

Društvene mreže: Aktivno prisustvo na platformama kao što su Instagram, Facebook i TikTok omogućava direktnu komunikaciju sa potrošačima i prikazivanje proizvoda u različitim formatima, uključujući slike, video sadržaje i priče.

SEO i pretraživački marketing: Dobro optimizovani web sajtovi povećavaju organski promet, a PPC kampanje omogućavaju brzu vidljivost za relevantne pretrage.

Primena ovih strategija direktno povećava broj korisnika koji posete web sajt ili online prodavnicu, što može rezultirati većom prodajom proizvoda.

4.2 Angažovanje i interakcija sa potrošačima

Digitalni marketing omogućava dvostranu komunikaciju između brenda i kupca, što povećava angažovanje i podstiče odluke o kupovini.

Komentari, lajkovi, deljenje sadržaja i ankete na društvenim mrežama omogućavaju kompanijama da razumeju potrebe i interesovanja svojih kupaca.

Personalizovane kampanje putem email marketinga ili remarketinga povećavaju verovatnoću kupovine jer nude relevantne proizvode i promocije.

Ovakvo angažovanje ne samo da podstiče prodaju, već i povećava lojalnost kupaca prema brendu.

4.3 Povećanje prodaje kroz ciljanje i analitiku

Jedna od ključnih prednosti digitalnog marketinga je mogućnost preciznog targetiranja i praćenja rezultata kampanja.

Digitalni alati omogućavaju segmentaciju tržišta prema demografskim karakteristikama, interesovanjima i ponašanju potrošača.

Analitika u realnom vremenu omogućava kompanijama da prate ključne pokazatelje performansi (KPI) kao što su CTR (click-through rate), konverzije i ROI (return on investment).

Na primer, e-trgovine koje koriste PPC kampanje ili remarketing često beleže značajan rast prodaje, jer ciljaju korisnike koji su već pokazali interesovanje za proizvode.

4.4 Uloga influensera i korisničkih recenzija

Influenceri i recenzije korisnika imaju sve veći uticaj na odluke o kupovini.

Pozitivne preporuke od strane influensera povećavaju kredibilitet proizvoda i motivišu pratiocima da izvrše kupovinu.

Online recenzije i ocene proizvoda utiču na poverenje potencijalnih kupaca, posebno kod proizvoda koji zahtevaju detaljno istraživanje pre kupovine.

Ovaj vid marketinga stvara emocionalnu povezanost između potrošača i brenda, što direktno utiče na prodaju.

4.5 Integracija različitih kanala i efekat sinergije

Najveći uticaj digitalnog marketinga na prodaju ostvaruje se kroz integrisane kampanje koje kombinuju više kanala: društvene mreže, pretraživački marketing, email i content marketing.

Sinergijsko korišćenje kanala omogućava kontinuiranu prisutnost brenda u životu potrošača i povećava šanse za konverziju.

Kompanije koje uspešno kombinuju različite kanale beleže povećanu prodaju, veću lojalnost kupaca i bolju prepoznatljivost brenda na tržištu.

5. Prednosti digitalnog marketinga

Digitalni marketing donosi brojne prednosti kompanijama i brendovima koji žele da povećaju prodaju proizvoda i unaprede svoje prisustvo na tržištu. Za razliku od tradicionalnog marketinga, digitalni kanali omogućavaju precizno targetiranje, merljive rezultate i fleksibilnost u strategijama promocije.

5.1 Globalna dostupnost i širenje tržišta

Jedna od ključnih prednosti digitalnog marketinga je mogućnost dopiranja do globalne publike.

Internet i društvene mreže omogućavaju kompanijama da svoje proizvode predstavljaju potencijalnim kupcima širom sveta, bez geografskih ograničenja.

Online prodavnice i e-trgovina omogućavaju direktnu prodaju kupcima u različitim državama, čime se značajno povećava tržišni potencijal.

Primer: Brendovi poput Amazona i Nike koriste digitalni marketing kako bi globalno promovisali proizvode, što im omogućava kontinuirani rast prihoda i širenje tržišnog udela.

Digitalni marketing omogućava precizno targetiranje publike na osnovu različitih kriterijuma: demografskih karakteristika, interesa, prethodnog ponašanja ili geografskog položaja.

PPC kampanje, Facebook Ads i Instagram Ads omogućavaju kompanijama da prikazuju oglase samo korisnicima koji su najverovatnije zainteresovani za proizvode.

Personalizacija email kampanja i sadržaja povećava angažman i verovatnoću kupovine.

Ovaj nivo preciznosti nije moguć kod tradicionalnih kanala, gde se poruke šalju širokoj i često neciljanoj publici.

5.2 Merenje i analiza rezultata

Jedna od najvećih prednosti digitalnog marketinga je mogućnost preciznog praćenja i merenja efekata kampanja.

Digitalni alati omogućavaju praćenje ključnih indikatora performansi (KPI), kao što su broj klikova, konverzije, stopa otvaranja emailova, CTR i ROI.

Analiza podataka u realnom vremenu omogućava kompanijama da optimizuju kampanje, menjaju strategije i poboljšavaju rezultate.

5.4 Niži troškovi u poređenju sa tradicionalnim marketingom

Digitalni marketing često je ekonomičniji od tradicionalnog marketinga.

Oglasi na društvenim mrežama i PPC kampanje omogućavaju fleksibilno upravljanje budžetom.

Kompanije mogu da pokrenu kampanje sa malim budžetom i povećavaju ih prema rezultatima, čime se smanjuje rizik finansijskog gubitka.

Kreiranje sadržaja i blogova za web sajt može dugoročno privući kupce bez stalnih velikih troškova oglašavanja. Brza prilagodljivost i fleksibilnost

Digitalni marketing omogućava kompanijama da brzo reaguju na promene tržišta i potrebe potrošača.

Kampanje se mogu odmah prilagoditi na osnovu analitike i povratnih informacija kupaca.

Brza implementacija novih strategija, promocija i ponuda omogućava kompanijama da ostanu konkurentne i relevantne u dinamičnom tržištu.

5.5 Interaktivnost i angažovanje potrošača

Digitalni marketing omogućava dvosmernu komunikaciju između brenda i kupca.

Društvene mreže i chat botovi omogućavaju kompanijama da direktno odgovaraju na pitanja, rešavaju probleme i podstiču angažman.

Interaktivni sadržaji poput kvizova, anketa i video materijala povećavaju angažovanje i verovatnoću da potrošači izvrše kupovinu.

6. Zaključak

Digitalni marketing je postao ključni element savremenog poslovanja, koji omogućava kompanijama da efikasno promovišu proizvode, povećaju prodaju i izgrade brend. Njegova prednost leži u mogućnosti preciznog targetiranja publike, praćenju rezultata kampanja u realnom vremenu i personalizaciji ponuda. Korišćenjem različitih kanala, uključujući društvene mreže, pretraživače, email marketing i content marketing, kompanije mogu povećati vidljivost proizvoda, angažovati potrošače i ostvariti značajne ekonomske koristi.

Istovremeno, digitalni marketing podrazumeva i izazove, poput visoke konkurencije, promena algoritama i zaštite privatnosti korisnika. Uprkos tome, pravilna integracija i strateško korišćenje digitalnih kanala omogućava kompanijama da maksimizuju svoj tržišni potencijal. Na osnovu analize uticaja digitalnog marketinga na prodaju proizvoda, može se zaključiti da on ne samo da povećava prodaju, već i doprinosi dugoročnom jačanju brenda, izgradnji poverenja kod kupaca i održavanju konkurentne prednosti na savremenom tržištu.

Literatura

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (8th ed.). Pearson.
2. Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation* (4th ed.). Kogan Page.
3. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
4. Tiago, M. T. P. M. B., & Verissimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.07.002>
5. Google Digital Garage. (2023). *Fundamentals of Digital Marketing*. Retrieved from <https://learndigital.withgoogle.com/digitalgarage>
6. HubSpot. (2023). *The Ultimate Guide to Digital Marketing*. Retrieved from <https://www.hubspot.com/digital-marketing>
7. Statista. (2023). *Digital marketing statistics and trends*. Retrieved from <https://www.statista.com/topics/871/online-marketing/>
8. De Veirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798–828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035>
9. Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review, and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.006>

The Impact of Online Reviews and Ratings on Costumers' Purchasing Decisions in Montenegro

Mr. Klara Đurović

Crna Gora,

E mail: klaradjurovic5@gmail.com

Abstract

A large number of consumers purchase products online. Online reviews and ratings play a significant role in the digital environment. On the one hand, online shopping offers numerous advantages, while on the other hand, it also has several limitations.

The aim of this paper is to examine the impact of online reviews and ratings on consumers' purchasing decisions. The research is quantitative in nature, and a questionnaire was used as the data collection technique. The study was conducted on a sample of N = respondents from all three regions of Montenegro. The sample used in the research was randomly selected.

The data were processed using a statistical software package for social sciences.

The research results indicate that both ratings and reviews are significant factors for consumers when making online purchasing decisions and that they influence the intention to purchase a specific product. The conducted research has important implications for digital marketing and online retailers and confirms existing theoretical frameworks in the field of consumer behavior.

Therefore, this study provides both practical and theoretical contributions. From a methodological perspective, it also offers implications for future research.

Keywords: consumer behavior, online reviews, online ratings, digital environment, questionnaire

Uticaj Online Recenzija I Ocjena Na Odluku Potrošača O Kupovini Proizvoda U Crnoj Gori

Apstrakt

Veliki broj potrošača kupuje proizvode putem interneta. Online recenzije i ocjene imaju značajnu ulogu u digitalnom okruženju. S jedne strane, online kupovina ima svoje prednosti, dok s druge strane postoje i brojna ograničenja.

Cilj ovog rada je ispitivanje uticaja online recenzija i ocjena na odluke potrošača o kupovini. Istraživanje je kvantitativno, a kao tehnika prikupljanja podataka korišćen je upitnik. Istraživanje je sprovedeno na uzorku od N = ispitanika iz sva tri regiona Crne Gore. Uzorak u istraživanju je slučajni.

Podaci su obrađeni u statističkom programu društvene nauke.

Rezultati istraživanja ukazuju na to da su i ocjene i recenzije značajni faktori za potrošače prilikom online kupovine i da utiču na nameru kupovine određenog proizvoda. Sprovedeno istraživanje ima značajne implikacije za digitalni marketing i online trgovce, te potvrđuje postojeće teorijske okvire u oblasti ponašanja potrošača. Stoga ovo istraživanje ima i praktične i teorijske doprinose. Sa metodološkog aspekta nudi implikacije za buduća istraživanja.

Cljučne riječi: ponašanje potrošača, online recenzije, online ocene, digitalno okruženje, upitnik

Uvod

Tehnologija je značajno izmijenila način na koji potrošači kupuju i donose odluke prilikom kupovine proizvoda. Sve veći broj potrošača kupuje proizvode u digitalnom okruženju. Pored niza prednosti kupovine u online okruženju, postoje i oni rizički faktori koji karakterišu navedenu vrstu kupovine. S jedne strane kupovina proizvoda online jeste ekonomičnija, brža, pruža mogućnost velikog broja informacija na jednom mjestu, dok s druge strane ostavlja prostor i za potencijalne rizike. Među najznačajnijim rizicima su neautentičnost proizvoda, prevare, krađa ličnih podataka, neusklađenost sa očekivanjima vezanih za proizvod u pogledu kvaliteta ili isporuke (Gefen, 2003).

Potrošači su suočeni i sa problemom vezanim za povjerenje prema online kupovini uopšte kao i činjenici da nepovjerenje u proizvode koji se prodaju online budi i određena neprijatna osjećanja kod potrošača što utiče na potrošačko ponašanje posebno lojalnost. Rizici koji utiču na potrošačko ponašanje ostavljaju prostor za dodatna izražavanja u oblasti potrošačkog ponašanja, ali i naglašavaju potrebu za edukacijom potrošača na koji način potrošači mogu da se zaštite od istih. Online recenzije i ocjene utiču na potrošačke izbore, reputaciju preduzeća i dinamiku tržišta. Pozitivne recenzije mogu unaprijediti imidž kompanije i povećati prodaju, dok negativne povratne informacije mogu narušiti reputaciju i konkurentnost (Liu, 2025).

Potrošači često procjenjuju vjerodostojnost recenzija prema broju ocjena i raznolikosti mišljenja, što dodatno oblikuje njihovu odluku o kupovini (Zhu, Zhang, 2010). Veći broj recenzija i visokih ocjena doprinosi povjerenju potrošača u proizvod iz razloga što takve proizvode potencijalno mogu doživjeti kao pouzdanije, što utiče na vjerovatnoću kupovine.

Cilj ovoga istraživanja je da se ispita uticaj online recenzija i ocjena na ponašanje potrošača, u CrnojGori. Hipoteze koje usmjeravaju istraživanje pretpostavljaju da online recenzije i ocjene utiču na odluku potrošača o kupovini proizvoda u online okruženju. Hipoteze pretpostavljaju da online recenzije i ocjene utiču na potrošačke odluke u digitalnom okruženju. Ovo istraživanje pored teorijskog doprinosa pruža i praktične doprinose. Marketing stručnjaci mogu da koriste dobijene podatke u ovome istraživanju radi unapređenja marketing strategije vezane za digitalno okruženje. Razumijevanje mehanizama koji su navedeni imaju praktični i teorijski značaj. Rezultati istraživanja s jedne strane doprinose lokalnim marketinškim stručnjacima u oblikovanju efektivnih strategija online marketinga, dok s druge strane takođe doprinose i literaturi vezanoj za potrošačko ponašanje u online okruženju. Istraživanje naglašava važnost edukacije potrošača o prodaji proizvoda u digitalnom okruženju i implementaciji transparentnih online ocjena proizvoda i recenzija.

Struktura rada organizovana je na sledeći način. U radu je prvo predstavljen teorijski okvir i pregled literature, zatim opisan je metod, nakon čega su predstavljeni rezultati istraživanja, dok se poslednji dio istraživanja odnosi na diskusiju, zaključke i na samome kraju predstavljen je popis literature.

1. Pregled Literature

U digitalnom okruženju gdje potrošači nemaju mogućnost direktnog kontakta sa proizvođačem, način da se informišu o proizvodu predstavljaju iskustva drugih potrošača sa proizvodima koja mogu uticati na smanjenje nesigurnosti potrošača i uočenog rizika od kupovine online. Online recenzije i ocjene predstavljaju oblik komunikacije, koja ima snažan uticaj na stavove i

ponašanje potrošača. One igraju važnu ulogu u oblikovanju svijesti i percepcije kupca o proizvodima. Lackermair i saradnici su pokazali da su recenzije i ocjene važan izvor informacija za potrošače (Lackermair, Kailer, Kanmaz, 2013). Kao glavni izvor elektronske usmene predaje online recenzije služe kao pouzdan izvor informacija o kvalitetu proizvoda, posebno onih koje nije lako procijeniti prije upotrebe (Chevalier, Mayzlin, 2006). Vjerodostojnost i detaljnost recenzija imaju snažnog uticaja na formiranje stavova i namjeru u kupovini proizvoda, posebno kod proizvoda koji zahtijevaju veći stepen uključenosti potrošača. (Park, Lee, Han, 2007). S druge strane numeričke ocjene koje potrošači dodjeljuju proizvodima u online okruženju takođe imaju važan uticaj na odluku potrošača o kupovini i percepciji samog proizvoda. Niske ocjene kod potrošača, s druge strane, povećavaju potencijalni rizik od online kupovine proizvoda i samim tim utiču na konačnu odluku potrošača o kupovini. Uticaj online recenzija može se objasniti kod teoriju socijalnog dokaza.

Prema navedenoj teoriji potrošači donose odluke na osnovu ponašanja drugih potrošača, posebno kada se nalaze u situaciji koju doživljavaju kao nesigurnu. U kontekstu online kupovine, ovaj fenomen, se najčešće manifestuje kroz online recenzije, ocjene od strane potrošača, a koji zajedno snažno utiču na percepciju i ponašanje kupaca. Online recenzije i ocjene služe kao socijalni dokazi da je određeni proizvod ispravan i olakšava odluku da se isti kupi. Ekstremne recenzije (vrlo pozitivne ili vrlo negativne) imaju jači uticaj na odluke potrošača od umjerenih recenzija (Park, Nicolau, 2015).

S druge strane povjerenje potrošača u kupovinu proizvoda povećava se ukoliko je sadržaj detaljan. Online recenzije i ocjene potrošača u dosadašnjim istraživanjima ukazuju na njihovu važnost i uticaj koji imaju prilikom kupovine. Predstavljaju važan faktor u savremenom digitalnom marketingu i ostavljaju prostor za dodatna istraživanja.

Online recenzije i ocjene utiču i na način na koji potrošači doživljavaju sami proizvod. Pozitivne i negativne ocjene i recenzije utiču i na emocionalne i kognitivne procese potrošača.

Sa kognitivne strane, recenzije služe kao vodič pri donošenju odluka, smanjuju percepciju rizika i olakšavaju evaluaciju proizvoda, posebno kada potrošači prepoznaju sličnost sa recenzentom ili grupom kojoj pripadaju. (Filieri, Alguezaui, McLeay, 2015). Navedeni mehanizmi ukazuju na to da online recenzije djeluju i kroz analizu putem emocionalnog i socijalnog angažmana potrošača, što svakako da utiče na namjeru potrošača da kupi određeni proizvod.

Istraživanja ukazuju na to da visoke ocjene i pozitivni komentari doprinose formiranju pozitivnih kognitivnih procjena o kvalitetu proizvoda, čime se povećava poverenje potrošača i njihova spremnost na kupovinu.

S druge strane, negativne recenzije aktiviraju kognitivne mehanizme procjene rizika, povećavaju neizvesnost i mogu dovesti do odlaganja ili potpunog odustajanja od kupovine. (Chevalier, Mayzlin, 2006).

Emocionalni odgovor potrošača takođe ima važnu ulogu u odlučivanju prilikom kupovine proizvoda. Istraživanja ukazuju na to da emocionalne reakcije često posreduju odnos između informacija dobijenih iz recenzija i namjere kupovine (Zhang, Zhao, Cheung, Lee, 2020). Posebno se ističe da ukoliko su neprijatne emocije izazvane lošim ocjenama često su jače i dugotrajnije od prijatnih.

Online recenzije i ocjene ne mogu se posmatrati izolovano od individualnih karakteristika potrošača. Samopojam se odnosi na to u kojoj mjeri pojedini potrošači doživljavaju sebe kao odvojene entitet, odvojene od drugih, ili suprotno kako bi se objasnilo na koji način proizvodi utiču na način na koji se osoba identifikuje ili želi da bude viđena. Ocjene i online recenzije služe

kao pokazatelj za osobe sa nezavisnim samopojmom, povećavajući njihovo povjerenje u tačnost njihovih procjena. Za njih visoka ocjena označava nisku vjerovatnoću neuspjeha proizvoda prilikom kupovine (Ahn., Lee, 2024). Suprotno tome, pojedinci sa zavisnim samopojmanjem pridaju značaj odnosima i harmoničnim grupnim odnosima, nastojeći da ojačaju veze pridržavanjem normi svoje grupe (Mandel, 2003). Navedeno je od značaja jer omogućava dublji uvid u to na koji način potrošači prave izbore i u online okruženju. U cjelini posmatrano, online recenzije i ocjene imaju dvostruki efekat jer istovremeno oblikuju kognitivne procese potrošača, dok se druge strane izazivaju emocionalne reakcije koje u značajnoj mjeri doprinose konačnoj potrošačkoj odluci o kupovini proizvoda u online okruženju. Razumijevanje navedenog omogućava marketing stručnjacima da postave osnovu za efikasno upravljanje digitalnim marketingom i izgradnji povjerenja i lojalnosti potrošača u digitalnom okruženju.

2. Metod Istraživanja

Istraživanje koje je sprovedeno je kvantitativno. Uzorak u ovome istraživanju je slučajni, N=150. Tehnika prikupljanja podataka koja je korištena u ovome istraživanju je upitnik, koji koji sadrži pitanja zatvorenog tipa, nominalne i ordinalne skale. Upitnik je distribuiran online putem uz upustvo za izradu. Prvi set pitanja se odnosi na socio-demografske varijable. Likerova skala je sastavi dio ovoga upitnika kao i skala učestalosti, koji čine drugi set pitanja u upitniku. Obrada podataka vršena je u Satističkom programu za društvene nauke, gdje je korištena deskriptivna statistika i Spearmanov koeficijent korelacije.

3. Rezultati Istraživanja

Uzorak u ovome istraživanju čini 52% muškaraca i 48% žena. Najveći broj ispitanika ima od 29 do 39 godina starosti njih 34%. Procentualno najviši stepen obrazovanja ispitanika su završene osnovne studije 39,3%. Najveći broj ispitanika dolazi iz centralnog regiona Crne Gore njih 47,3%.

Tabela 1. Socio-demografski podaci ispitanika iz istraživanja uticaja online ocjena i recenzija na potrošačko ponašanje

| | | |
|---------------------------------------------|----------------------------------------|-------|
| Pol (%) | Muški | 52% |
| | Ženski | 48% |
| Nivo obrazovanja ispitanika (%) | Završena srednja četvorogodišnja škola | 26% |
| | Završene osnovne studije | 39,3% |
| | Završene specijalističke studije | 17,3% |
| | Završene magistarske/master studije | 9,3% |
| | Završene doktorske studije | 8% |
| Region iz kojeg ispitanik dolazi (%) | Sjeverni region Crne Gore | 22,7% |
| | Centralni region Crne Gore | 47,3% |
| | Južni region Crne Gore | 30% |
| Starosne godine ispitanika (%) | od 18 do 28 | 18,7% |
| | od 29 do 39 | 34% |
| | od 40 do 49 | 20,7% |
| | 50 i više | 26,7% |

Izvor: Vlastita obrada

Hipoteze koje usmjavaju istraživanje su sledeće.

H1; Online recenzije proizvoda začajno pozitivno utiču na odluku potrošača o kupovini proizvoda online

H2; Online ocjene proizvoda začajno pozitivno utiču na odluku potrošača o kupovini proizvoda online.

Alfa kvocijent za skalu koja mjeri uticaj online recenzija na odluku o kupovini potrošača iznosi Korbah Alfa=0,889. Navedeno ukazuje na vrlo dobru internu konzistenciju.

Skala koja mjeri uticaj online recenzija na odluku o kupovini proizvoda u online okruženju, kreirana za potrebe ovoga istraživanja iznosi Alfa Korbah=0,952. Navedeno ukazuje na visoku internu konzistenciju.

Rezultati istraživanja ukazuju na sledeće. Spearmanov koeficijent korelacije između prosječne ocjene za skalu koja je, u ovome istraživanju, mjerila uticaj recenzija na odluku potrošača o kupovini proizvoda online iznosi 0,212, dok prosječna vrijednost iznosi 0,009. Navedeno označava da postoji statistički značajna, ali umjerena pozitivna korelacija između dvije varijable. Broj ispitanika uključenih u analizu bio je N= 150.

Tabela br. 2; Prikaz Spearmanove koralacije između uticaja recenzija na online kupovinu i odluke potrošača o kupovini proizvoda

| | P | N |
|-------------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Uticaj recenzija na odluku o kupovini, prosjek skale za recenzije | 0,009 | 150 |

Izvor: Vlastita obrada

Analiza Spearmanove korelacije između varijabli pokazuje značajnu negativnu korelaciju. Spearmanov koeficijent iznosi -0,225, sa p-vrednošću 0,006 (dvosmjerna značajnost), što je statistički značajno na nivou od 0,01. Broj ispitanika uključenih u analizu bio je N= 150.

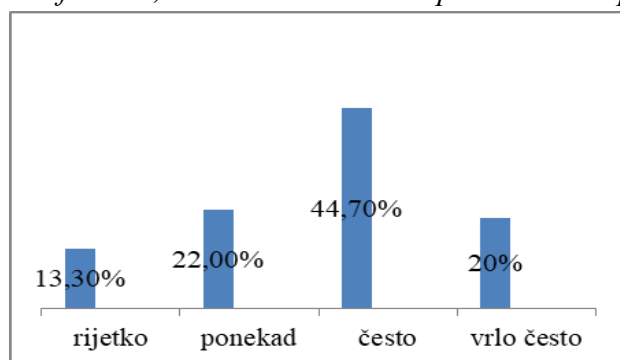
Tabela broj 3; Tabela br. 4; Prikaz Spearmanove koralacije između uticaja ocjena na online kupovinu i odluke potrošača o kupovini proizvoda

| | P | N |
|-------------------------------------------------------------|-------|-----|
| Uticaj ocjena na odluku o kupovini, prosjek skale za ocjene | 0,006 | 150 |

Izvor; Vlastita obrada

Rezultati istraživanja ukazuju na to da najveći procenat potrošača često kupuje proizvode online, njih 44,7%, dok ispitanici ne navode da ne kupuju nikada online proizvode.

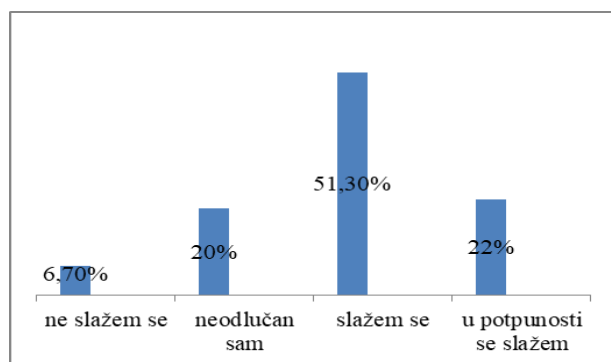
Grafik br.1; Prikaz učestalosti kupovine online proizvoda od strane potrošača



Izvor: Vlastita obrada

Rezultati istraživanja ukazuju na to da platforma na kojoj se prodaju proizvodi i nivo uticaja na odluku potrošača da li će kupiti proizvod ili neće iznosi više od polovine ispitanika se „slaže“ sa konstatacijom da je izbor platforme na kojoj se prodaje proizvod važan njih 51,3%, dok se svega 6,7% ispitanika „ne slaže“ sa navedenom konstatacijom

Grafik br.2 ; Prikaz važnosti platformepotrošačima na kojoj se proizvod prodaje



Izvor; Vlastita obrad

4. Diskusija

Rezultati istraživanja potvrdili su početne pretpostavke koje su usmjeravale istraživanje. Ovo istraživanje ukazalo je na to da kako se vrijednosti jedne varijable povećavaju, vrijednosti druge imaju tendenciju da se smanjuju, kada je riječ o uticaju online ocjena na odluku potrošača o kupovini proizvoda u digitalnom okruženju. Rezultati su ukazali na to da veza postoji, ali je ista slaba, odnosno promjene u jednoj varijabli samo djelimično prate promjene u drugoj. Rezultat jeste statistički značajan odnosno sa visokim stepenom pouzdanosti može se reći da je veza između varijabli zaista i postoji u populaciji. Kada je riječ o online recenzijama ukazali su na to da ukoliko su recenzije bolje ocijenjene, one imaju veći uticaj na odluku potrošača o kupovini proizvoda online. Analizom podataka dobijeno je da umjerena korelacija između dvije varijable u ovome istraživanju uz statističju značajnost.

Online recenzije jesu važan faktor, ali pretpostavlja se ne i jedini koji utiče na potrošačke odluke u digitalnom okruženju. Pretpostavlja se da potrošači uzimaju i niz drugim faktora u obzir prilikom donošenja konačne odluke o kupovini proizvoda kao što su brend ili lično iskustvo sa proizvodom i sl. Online recenzije (Online Customer Reviews – OCR) i ocjene proizvoda strateški utiču na odluke potrošača prilikom kupovine na e-commerce platformama. Nalazi pokazuju da online recenzije imaju značajan uticaj na poverenje potrošača. Pozitivne recenzije potvrđuju kvalitet proizvoda, jačaju poverenje potrošača što svakako da utiče na samu odluku o kupovini proizvoda (Rachmiani, Oktadinna, Fauzan, 2024). Sve veći broj ljudi, uslovljen načinom života i ekspanzijom tehnologije, spremniji je da kupuje online putem proizvode. Online okruženje pored već navođenih prednosti nosi i određene rizike koji svakako da uključuju nepovjerenje potrošača. Stoga se posebno ističe važnost edukacije potrošača o potencijalnom rizicima i zaštiti od istih. U digitalnom okruženju parametar za određeni proizvod koji potrošač ne može uživo da ocijeni i vidi jesu recenzije i ocjene ostalih potrošača. Navedeno omogućava potrošačima da stvore određenu sliku o kvalitetu proizvoda u odnosu na ranije potrošačko iskustvo. Ovo istraživanje je ukazalo i na to koliko je povjerenje potrošača važno iz razloga što potrošači navode da im je i sama platforma na kojoj se proizvod predstavlja od značaja.

Ograničenje ovoga istraživanja se ogleda u veličini uzorka i ograničenju istoga na lokalnom nivou. Uzorak broji N=150 ispitanika, što jeste veliki uzorak ali s obzirom na temu koja jeste aktuelna i koja ostavlja prostora za dodatna istraživanja uorak može biti i veći. Istraživanje ostavlja prostora za dodatna istraživanja na ovoj i sličnim temama i proširenju uzorka i na region. Digitalno okruženje se konstantno unapređuje stoga se postavlja pitanje potencijalnih budućih noviteta prilikom kupovine u digitalnom okruženju. Posebno se ističe interesantim da se ispita vjerodostojnost recenzija i ocjena u online okruženju i koji su faktori takođe važni prilikom kupovine proizvoda online. Implikacije za buduća istraživanja da se koristi više tehnika i metoda koje će doprinijeti razumijevanju sveobuhvatnije slike potrošačkog ponašanja.

5. Zaključak

Cilj istraživanja je bio da se ispita uticaj online ocjena i recenzija na potrošačko ponašanje. Na osnovu rezultata istraživanja uočeno je da online recenzije i ocjene jesu važan faktor prilikom odabira proizvoda u digitalnom okruženju. Istraživanje je ukazalo i da na to da veliki procenat ljudi kupuje online proizvode kao i to da je platfora na kojoj se proizvodi prodaju važna potrošačima. Značaj dobijenih rezultata ogleda se u teorijskom, praktičnom i metodološkom kontekstu. Sa teorijskog aspekta doprinosi već postojećoj literaturi i istraživanjima koja su spovođena na ovoj i sličnim temama. Sa praktinog aspekta rezultati doprinose marketing stručnjacima da djeluju na lokalnom tržištu u pravcu razvijanja adekvatnih marekting strategija i pozicioniranja proizvoda na dinamičnom tržištu. Razumijevanje načina na koji potrošači djeluju je osnova savremenog marektinga. Ograničenja ovoga istraživanja odnose se na veličinu i strukturu uzorka, kao i na korištenu tehniku prikupljanja podataka. Sa metodološkog stanovišta ovo istraživanje je aktuelno, jer danas je gotovo sve digitalizovano, ostavlja i prostor za dodatna istraživanja na ovoj i sličnim temama kako bi se stekla sveobuhvatnija slika potrošačkog ponašanja. Takođe, buduća istraživanja bi mogla biti usmjerena na analizu recenzija u različitim industrijama, na poređenje uticaja recenzija i ocjena na različitim digitalnim platformama. Ovo istraživanje ističe važnost uloge recenzija i ocjena prilikom donošenja odluka o kupovini proizvoda u online okruženju, ali i ostavlja prostor za ispitivanje dodatnih faktora koji utiču na odluke potrošača, u digitalnom okruženju.

Literatura

1. Ahn, Y., & Lee, J. (2024). The impact of online reviews on consumers' purchase intentions: Examining the social influence of online reviews, group similarity, and self-construal. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 19(2), 1078. <https://doi.org/10.3390/jtaer19020055>
2. Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of Marketing Research*, 43(3), 345–354.
3. Filieri, R., Alguezaui, S., & McLeay, F. (2015). Why do travelers trust TripAdvisor? Antecedents of trust towards consumer-generated media and its influence on recommendation adoption and word of mouth. *Tourism Management*, 51, Article 174.
4. Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90. <https://doi.org/10.2307/30036519>

5. Liu, H. (2025). Exploring the effects of social influence on online ratings and reviews. In Proceedings of the CONF-BPS 2025 Workshop: Sustainable Business and Policy Innovation. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/158/2025.1970>
6. Lackermair, G., Kailer, D., & Kanmaz, K. (2013). Importance of online product reviews from a consumer's perspective. *Advances in Economics and Business*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.13189/aeb.2013.010101>
7. Mandel, N. (2003). Shifting selves and decision making: The effects of self-construal priming on consumer risk-taking. *Journal of Consumer Research*, 30, 30–40.
8. Mo, Z., Li, Y. F., & Fan, P. (2015). Effect of online reviews on consumer purchase behavior. *Journal of Service Science and Management*, 8(3), 419–424. <https://doi.org/10.4236/jssm.2015.83043>
9. Park, S., & Nicolau, J. L. (2015). Asymmetric effects of online consumer reviews. *Annals of Tourism Research*, 50, 67–83. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.10.007>
10. Park, D.-H., Lee, J., & Han, I. (2007). The effect of on-line consumer reviews on consumer purchasing intention: The moderating role of involvement. *MIS Quarterly*, 31(1), 125–148
11. Rachmiani, N., Oktadinna, N. K., & Fauzan, T. R. (2024). The impact of online reviews and ratings on consumer purchasing decisions on e-commerce platforms. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 4(2), 504–515. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v4i2.3373>
12. Zhu, F., & Zhang, X. (2010). Impact of online consumer reviews on sales: The moderating role of product and consumer characteristics. *Journal of Marketing*, 74(2), 133–148.

PRILOG

TABELE I GRAFICI

| | |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Tabela br.1</i> | <i>Socio-demografski podaci ispitanika iz istraživanja uticaja online ocjena i recenzija na potrošačko ponašanje</i> |
| <i>Tabela br. 2</i> | <i>Prikaz Spearmanove korelacije između uticaja recenzija na online kupovinu i odluke potrošača o kupovini proizvoda</i> |
| <i>Tabela br. 3</i> | <i>Prikaz Spearmanove korelacije između uticaja ocjena na online kupovinu i odluke potrošača o kupovini proizvoda</i> |
| <i>Grafik br. 1</i> | <i>Prikaz učestalosti kupovine online proizvoda od strane potrošača</i> |
| <i>Grafik br. 2</i> | <i>Prikaz važnosti platformepotrošačima na kojoj se proizvod</i> |

Upotreba Veštačke Inteligencije U Predviđanju I Sanaciji Poplava

Prof. Dr. Mirsad Nukovic

ECPD, Univerzitet Ujedinjenih Nacija, Beograd, Univerzitet u Travniku

Prof. Aladin Tokalic

Direktor, Tehnicka Skola, Novi Pazar

MSc. Izet Mulic

ECPD, Beograd

Sazetak

Veštačka inteligencija (VI) ima sve značajniju ulogu u zaštiti od poplava. Koristeći velike količine podataka kao što su meteorološki uslovi, nivo reka, padavine i satelitski snimci, VI može da predvidi rizik od poplava sa velikom preciznošću. U procesu predviđanja, algoritmi analiziraju istorijske i trenutne podatke i prave modele koji omogućavaju rano upozoravanje stanovništva. Na taj način se smanjuje materijalna šteta i povećava bezbednost ljudi. Kada do poplava dođe, VI pomaže u sanaciji kroz optimizaciju evakuacije, planiranje spasilačkih akcija i efikasno raspoređivanje resursa. Takođe se koristi za analizu štete i bržu obnovu pogođenih područja. Zahvaljujući VI tehnologijama, upravljanje poplavama postaje brže, preciznije i efikasnije.

Ključne reci polave, vestacka inteligencija, tehnika, predvidjanje, sanacija

Use Of Artificial Intelligence in Flood Prediction and Remedy

Abstract

Artificial intelligence (AI) plays an increasingly important role in flood protection. Using large amounts of data such as meteorological conditions, river levels, rainfall and satellite imagery, VI can predict flood risk with high accuracy. In the forecasting process, algorithms analyse historical and current data and build models that enable early warning of the population. In this way, material damage is reduced, and people's safety is increased. When floods occur, VI helps in rehabilitation through optimisation of evacuation, planning of rescue actions and efficient deployment of resources. It is also used for damage analysis and faster restoration of affected areas. Thanks to VI technologies, flood management becomes faster, more precise and more efficient.

Keywords: flood, artificial intelligence, technique, forecasting, remediation

Sistem brana i inteligentnih upozorenja

Holandija je poznata po svojim naprednim sistemima za kontrolu poplava. Osim velikih brana i digova, zemlja koristi veštačku inteligenciju i modeliranje vode za predviđanje rizika. Satelitski i meteo podaci se koriste za prognoziranje potencijalnih poplava. Rano upozoravanje šalje se stanovništvu i spasilačkim službama. Inteligentne brane se po potrebi podižu ili spuštaju na osnovu prognoza. Ovo omogućava prevenciju štete i brzu reakciju čak i pri iznenadnim poplavama. Ako hoćeš, mogu napraviti još 2–3 kratka primera iz sveta (npr.

Japan, SAD, Indija) koje se mogu staviti na isti slajd kao „inspiracija za VI u upravljanju poplavama.

Uvod

Poplave ugrožavaju građane širom sveta, te spadaju u najrazornije prirodne katastrofe koje odnose živote. Do nedavno su nasipi i praćenje vodostaja reka bili osnovne mere zaštite, a sada je tu **nova tehnologija**. Kanadska kompanija Ecopia AI još od 2013. godine radi na građenju „**digitalnog blizanca planete Zemlje**“, a cilj je da korisnici bolje razumeju probleme koji pogađaju oblasti u kojima žive. U te probleme spadaju i poplave i druge prirodne nepogode, pa bi AI mape jednog dana mogle da pomognu u ublažavanju posledica poplava, cunamija, te drugih nepogoda.

U pravljenju ovih mapa se koristi veštačka inteligencija, a upotrebljavaju se i snimci iz vazduha, te meteorološki i drugi podaci. Na kartama se ukazuje na najugroženije delove naselja, te infrastrukturu koji sprečava da voda otiče prirodnim putem. Izgleda da bi nove tehnologije mogle da ublaže posledice gradnje na područjima koja su podložna poplavama, što bi na kraju moglo da smanji štetu i sačuva živote.

Rana upozorenja za sve inicijative: Revolucionizacija sistema za upozorenje o katastrofama

Sa sve većom snagom i učestalošću ekstremnih vremenskih događaja, ključno je osigurati da svi imaju pristup sistemima ranog upozorenja.

Pomoću alatki koje koriste veštačku inteligenciju, meteorolozi mogu dramatično da poboljšaju predviđanja ekstremnih događaja po izuzetno smanjenom trošku.

U saradnji sa inicijativom Ujedinjenih nacija za rana upozorenja za sve, Microsoft radi na boljem razumevanju stanovništva koje je najviše izloženo riziku od ekstremnih vremenskih pojava i drugih pretnji, često zbog klimatskih promena. Ove zajednice se suočavaju sa velikim rizicima, uključujući jake oluje, toplotne talase, poplave, produžene suše i porast nivoa mora. Koristeći satelitske slike visoke rezolucije u kombinaciji sa tehnologijama zasnovanim na veštačkoj inteligenciji, vladini lideri mogu precizno da odrede domove koji su podložni ekstremnom vremenskom razaranju u oblastima visokog rizika i pruže brži odgovor i oporavak u slučaju katastrofe.

Napredak u razvoju veštačke inteligencije je ogroman. Velike tehnološke kompanije stalno predstavljaju nove jezičke modele veštačke inteligencije. Međutim, za pravu inovaciju modelima nedostaje ključni faktor.

Inovacije kroz maštanje i sanjarenje. To bi bilo lepo, zar ne? Ali upravo je sanjarenje od velikog značaja kako bi ljudi uopšte mogli da budu inovativni, kaže stručnjak za informacione sisteme Viktor Majer-Šenberger. I upravo je to razlog, kaže on, zbog kojeg veštačka inteligencija ne može da parira čoveku.

„Mi ljudi možemo da zamislimo stvari koje još ne postoje“, kaže Majer-Šenberger, istraživač sa Univerziteta Oksford. Veštačka inteligencija doduše vežba uz pomoć ogromne količine podataka, ali to su podaci iz prošlosti. Oni samo odražavaju ono što iz prošlosti možemo da naučimo za sadašnjost:

„Veštačka inteligencija može da nam olakša pristup spoznajama koje proističu iz prikupljenih podataka, ali ne izmišlja ništa novo.

Ako su dakle sadašnjost ili budućnost sasvim drugačiji od prošlosti, onda nam veštačka inteligencija ne pomaže u pronalaženju pravih rešenja. Da su ljudi u vreme Henrija Forda bili

pitani šta bi želeli, većina bi verovatno odgovorila: „bržeg konja“, dakle rešenje koje se temelji na iskustvima iz prošlosti. Razvoj automobila sa motorom sa unutrašnjim sagorevanjem, međutim, bio je inovacija koja se nije logično izrodila iz prošlosti.

Živimo u ne baš inovativnim vremenima...

Veštačka inteligencija je alat za analizu velikih količina podataka, alat koji pomaže u poboljšanju efikasnosti, posebno u vremenima ekonomske stabilnosti.

Ali mi danas ne živimo u stabilnim vremenima. Izazovi koje donose klimatske promene zahtevaju nešto više – a to su inovacije. Upravo u ovom periodu, međutim, došlo je do usporavanja inovacione snage i brzine, To se dešava uprkos brzom napretku u oblasti veštačke inteligencije.

Da se rast produktivnosti u SAD usporio, primetili su i Ufuk Akcigit sa Univerziteta u Čikagu i Sina T. Ates iz Federalnih rezervi. Prema rečima ova dva naučnika, inovaciona dinamika u američkim kompanijama smanjila se od osamdesetih, a još primetnije od dvehiljaditih godina.

Oni to pripisuju nedovoljnoj konkurenciji između vodećih kompanija i njihovih konkurenata. Takođe, ističu da se znanje ne deli dovoljno.

Podaci kao sirovina za inovacije

Kada je reč o deljenju znanja, prvenstveno se radi o podacima. Velike količine podataka sve se bolje analiziraju uz pomoć veštačke inteligencije.

Prema podacima Saveznog udruženja nemačke industrije (BDI), sve se više podataka prikuplja. Od 2012. do 2022. prema navodima BDI, volumen generisanih podataka se povećao deset puta. Do 2025. on bi trebalo da se utrostruči.

I tu na scenu stupaju veliki digitalni koncerni kao što su „Gugl“, „Amazon“ ili „Meta“. Kao pioniri u svom sektoru, oni prikupljaju ogromne količine podataka, uz pomoć tih podataka postaju efikasniji, ali istovremeno te podatke drže „pod ključem“.

„Velike digitalne koncerne bije glas da su digitalni pioniri, ali oni zapravo usporavaju procese inovacija i napretka, zato što podatke čuvaju za sebe“, naglašava Majer-Šenberger. Druge kompanije, ali i institucije, naučne ustanove ili civilno društvo imaju ograničen ili gotovo nikakav pristup tim podacima.

Strukture oligopola

A kada se dogodi da neke druge kompanije iznedre inovacije, onda ih često veliki igrači jednostavno „progutaju“, kako bi konkurenciju i dalje držali na distanci.

Politika mora da ponudi rešenje

Ako se politika pobrine za slobodan pristup podacima, dolazimo do rešenja.

„Ne postoji pravo vlasništva nad podacima“, Pravo vezano uz intelektualno vlasništvo, autorska prava ili patentno pravo su raspoloživa prava, prava koja su vezana uz neka određena dela, dela koja su proizvedena kao rezultat ljudskog razmišljanja, dodaje stručnjak. Međutim, ne može se utemeljiti pravo svojine nad podacima.

EU je napravila korak u pravom smeru sa *Zakonom o digitalnim uslugama* i *Zakonom o digitalnim tržištima*. Međutim, ističe da se na nacionalnom nivou može učiniti još više.

Da bi se podstakle inovacije, potrebno je i promeniti strukturu obrazovnog sistema. Potrebno je da sledeće generacije imaju motivaciju da sanjare, da sanjaju, ali sa određenim ciljem:

„Ne radi se o tome da se napamet nauči neka pesma iz 19. veka, već o tome da se svet posmatra drugačijim očima“, kaže Majer-Šenberger. „Ne trebaju nam marljivi mravi, već su nam potrebni neugodni mislioci koji razmišljaju izvan okvira.“

Dakle ljudi koji na probleme ne gledaju samo na konvencionalan način, već iz neobičnih uglova i perspektiva, spremni na eksperimentisanje i sa neobičnim rešenjima .

Evo kako veštačka inteligencija može da predvidi poplave u Srbiji!

Veštačka inteligencija pomaže preciznije predviđanje poplava i vodnog bilansa

Koliko vode protiče kroz reku nakon jake kiše? Kako zemljište reaguje na periode suše? I šta se dešava u regionima u kojima postoji vrlo malo mernih podataka?

Istraživački tim sa bečkog BOKU-Univerziteta u aktuelnom izdanju stručnog časopisa „Springer Nature“ pokazuje kako veštačka inteligencija (VI) može da pomogne da se preciznije predvide poplave i vodni bilans, čak i tamo gde gotovo da nema mernih stanica.

Hidrološki modeli su neophodni za predviđanje poplava i upravljanje vodnim resursima. Međutim, njihova tačnost u velikoj meri zavisi od toga koliko su parametri modela prilagođeni konkretnim područjima. To predstavlja poseban izazov u regionima gde je dostupno vrlo malo mernih podataka.

Istraživački tim sa Instituta za hidrologiju i vodoprivredu BOKU-Univerziteta, zajedno sa startapom „Baseflow AI solutions“, razvio je nov pristup koji koristi veštačku inteligenciju za automatsko i transparentno određivanje tih parametara.

VI uči iz postojećih podataka i samostalno razvija formule koje opisuju kako karakteristike jednog slivnog područja, kao što su sastav zemljišta, vegetacija ili topografija, utiču na ponašanje oticanja vode.

Praktična primenljivost metode testirana je na 162 nemačka rečna sliva sa različitim hidrološkim i fizičko-geografskim uslovima.

„Posebno je važno to što naša metoda funkcioniše i tamo gde gotovo da nema mernih podataka. Time se otvaraju nove mogućnosti za održivo upravljanje vodnim resursima u uslovima klimatskih promena.

Izvori

<https://www.microsoft.com/sr-latn>

Rts.rs Netokracija.rs

Privlačenje Stranih Investicija i Jačanje Domaćeg Poslovnog Okruženja

Mr. Rade Bojović

Fakultet Za Ekonomiju I Biznis, Podgorica, Montenegro

Apstrakt

Strane direktne investicije predstavljaju jedan od ključnih pokretača ekonomskog razvoja savremenih država, posebno malih i otvorenih ekonomija kakva je Crna Gora. Njihov značaj ne ogleda se isključivo u prilivu kapitala, već i u transferu tehnologije, znanja i savremenih poslovnih praksi, čime se doprinosi modernizaciji privrede, povećanju produktivnosti i jačanju konkurentnosti. U kontekstu evropskih integracija, investicije imaju dodatnu dimenziju jer podstiču institucionalne reforme i usklađivanje sa standardima Evropske unije. Predmet ovog rada jeste analiza uloge stranih direktnih investicija u Crnoj Gori, sa posebnim osvrtom na proces pristupanja Evropskoj uniji do 2028. godine. Rad razmatra ekonomski značaj investicija, analizira njihove trendove i strukturu, identifikuje ključne determinante investicione atraktivnosti i sagledava mjere za unapređenje domaće poslovnog okruženja. Posebna pažnja posvećena je ulozi institucionalnih reformi i evropskih integracija kao faktora stabilnosti i dugoročnog razvoja. Zaključuje se da održivo privlačenje stranih investicija zahtijeva ne samo fiskalne podsticaje, već prije svega stabilan institucionalni okvir, pravnu sigurnost i dosljedno sprovođenje reformi, uz strateško usmjeravanje investicija ka sektorima sa većom dodatnom vrijednošću.

Ključne riječi: strane investicije, poslovno okruženje, Crna Gora, evropske integracije, konkurentnost
JEL klasifikacija: F21, O11, O43, P45

Abstract

Foreign direct investment is one of the key drivers of economic development in modern countries, especially small and open economies such as Montenegro. Its importance is not only reflected in the inflow of capital, but also in the transfer of technology, knowledge and modern business practices, which contributes to the modernization of the economy, increasing productivity and strengthening competitiveness. In the context of European integration, investments have an additional dimension because they encourage institutional reforms and harmonization with European Union standards. The subject of this paper is the analysis of the role of foreign direct investment in Montenegro, with special emphasis on the process of accession to the European Union by 2028. The paper considers the economic significance of investments, analyzes their trends and structure, identifies key determinants of investment attractiveness and considers measures to improve the domestic business environment. Special attention is paid to the role of institutional reforms and European integration as factors of stability and long-term development. It is concluded that sustainably attracting foreign investment requires not only fiscal incentives, but above all a stable institutional framework, legal certainty and consistent implementation of reforms, with strategic targeting of investments towards sectors with higher added value.

Keywords: foreign investment, business environment, Montenegro, European integration, competitiveness

JEL classification: F21, O11, O43, P45

1. Uvod

Strane direktne investicije (SDI) predstavljaju jedan od najvažnijih instrumenata integracije nacionalnih ekonomija u globalne tokove kapitala, tehnologije i znanja. Njihova uloga posebno dolazi do izražaja u malim i otvorenim ekonomijama, koje raspolažu ograničenim domaćim izvorima kapitala i suočavaju se sa potrebom ubrzanе modernizacije.

Crna Gora, kao tranziciona ekonomija i kandidat za članstvo u Evropskoj uniji, u velikoj mjeri se oslanja na priliv stranih investicija kao ključni faktor ekonomskog rasta i razvoja.

Proces pristupanja Evropskoj uniji dodatno naglašava značaj investicija, jer podrazumijeva usklađivanje sa pravnim, institucionalnim i ekonomskim standardima koji obezbjeđuju veću stabilnost i predvidivost poslovnog okruženja. Evropska komisija u najnovijem izvještaju za 2025. godinu ističe da je Crna Gora ostvarila napredak u pojedinim oblastima, ali da su i dalje neophodne reforme u oblasti vladavine prava, pravosuđa i institucionalne efikasnosti (European Commission, 2025).

U tom kontekstu, strane investicije ne predstavljaju samo finansijski resurs, već i mehanizam kroz koji se prenose standardi i prakse razvijenih ekonomija, čime se ubrzava proces institucionalne transformacije i približavanja evropskim integracijama.

2. Ekonomski značaj stranih direktnih investicija za razvoj i transformaciju privrede

Strane direktne investicije imaju višestruki uticaj na ekonomiju, koji se ne svodi samo na povećanje kapitala, već obuhvata i strukturne promjene u privredi. U Crnoj Gori, SDI su imale ključnu ulogu u razvoju sektora turizma, finansijskih usluga i energetike, ali i u transformaciji ukupnog ekonomskog sistema.

Ukupan priliv stranih investicija od obnove nezavisnosti premašuje 14 milijardi eura, što potvrđuje njihovu centralnu ulogu u ekonomskom razvoju zemlje (Centralna banka Crne Gore, 2025). Ovaj priliv kapitala omogućio je realizaciju velikih infrastrukturnih i investicionih projekata, ali i povećanje zaposlenosti i životnog standarda.

Pored kvantitativnih efekata, posebno je važan njihov kvalitativni doprinos. Strane investicije podstiču transfer tehnologije, unapređenje upravljačkih praksi i jačanje konkurencije. Takođe doprinose integraciji zemlje u međunarodne ekonomske tokove i globalne lance vrijednosti, što povećava izvoznu orijentaciju ekonomije (World Bank, 2022).

3. Trendovi, dinamika i sektorska struktura stranih investicija u Crnoj Gori

Analiza najnovijih podataka ukazuje na stabilan priliv stranih investicija, ali i na postojanje strukturnih slabosti koje ograničavaju njihov dugoročni razvojni efekat. Iako je ukupni priliv kapitala značajan, njegova raspodjela po sektorima ukazuje na dominaciju ulaganja u nekretnine i turizam.

Posebno ilustrativni su podaci prema kojima je “Ukupan priliv SDI od 2020. do kraja 2024. godine iznosio je 4,49 milijardi €. Od tog iznosa 767,5 miliona evra uloženo je u domaća preduzeća i banke, 1,67 milijardi priliva registrovano je u vidu međukompanijskog duga, 1,76 milijardi je uloženo u sektor nekretnina, a 293 miliona u ostalo.” (Agencija za investicije Crne Gore, n.d.)

Ovi podaci jasno ukazuju na dominantnu orijentaciju ka neproduktivnim ulaganjima, koja imaju ograničen efekat na dugoročni ekonomski razvoj. Investicije u nekretnine, iako doprinose rastu BDP-a u kratkom roku, ne generišu značajan tehnološki napredak niti povećavaju izvoznu sposobnost ekonomije.

Savremeni pristupi ekonomskom razvoju naglašavaju potrebu za privlačenjem investicija u sektore sa većom dodatnom vrijednošću, poput industrije, energetike i digitalnih tehnologija (UNCTAD, 2025).

4. Ključni faktori investicione atraktivnosti i determinante SDI

Privlačenje stranih direktnih investicija zavisi od složenog sistema faktora koji uključuju ekonomske, institucionalne i političke elemente. Iako makroekonomska stabilnost predstavlja osnovni preduslov, ona sama po sebi nije dovoljna za obezbjeđivanje kontinuiranog i kvalitetnog priliva kapitala. Investitori, pored stabilnih ekonomskih pokazatelja, posebnu pažnju posvećuju dugoročnoj predvidivosti i sigurnosti poslovnog okruženja.

Ključni faktor u tom kontekstu jeste pravna sigurnost i vladavina prava. Stabilan pravni okvir, zaštita vlasničkih prava i efikasno pravosuđe predstavljaju osnovu povjerenja investitora. Uslovi u kojima postoji pravna neizvjesnost ili produženi sudski postupci povećavaju investicioni rizik i mogu obeshrabriti potencijalna ulaganja. Evropska komisija upravo ove oblasti identifikuje kao ključne za unapređenje investicione klime u Crnoj Gori (European Commission, 2025).

Pored pravnog okvira, značajnu ulogu ima i administrativna efikasnost. Kompleksne i dugotrajne procedure, kao i nedovoljna koordinacija institucija, mogu predstavljati ozbiljnu prepreku za investitore. U tom smislu, digitalizacija javne uprave i pojednostavljenje procedura postaju važni elementi unapređenja poslovnog ambijenta.

Dodatno, kvalitet infrastrukture i raspoloživost kvalifikovane radne snage predstavljaju faktore koji direktno utiču na investicione odluke. Investitori preferiraju okruženja u kojima postoje razvijeni transportni i energetske sistemi, kao i obrazovan kadar sposoban da odgovori zahtjevima savremenog poslovanja.

5. Jačanje domaćeg poslovnog okruženja kao strateški prioritet

Unapređenje poslovnog okruženja predstavlja ključni element strategije privlačenja stranih investicija, jer direktno utiče na percepciju investitora o stabilnosti i sigurnosti tržišta. Kvalitet poslovnog ambijenta ne ogleda se samo u postojanju adekvatnog pravnog okvira, već i u njegovoj dosljednoj i efikasnoj primjeni u praksi.

Jedan od najvećih izazova u Crnoj Gori jeste izražen jaz između normativnog i stvarnog stanja. Iako je zakonodavstvo u velikoj mjeri usklađeno sa evropskim standardima, njegova implementacija često zaostaje, što negativno utiče na pravnu sigurnost i povjerenje investitora (European Commission, 2025). Ovaj problem se posebno ogleda u sporosti administrativnih procedura i nedovoljnoj efikasnosti pravosuđa.

Zbog toga je neophodno kontinuirano jačanje institucionalnih kapaciteta, naročito u oblasti pravosuđa, regulatornih tijela i javne uprave. Efikasno i transparentno funkcionisanje institucija predstavlja osnovni preduslov za stvaranje stabilnog poslovnog okruženja. U tom kontekstu, digitalizacija javne uprave, pojednostavljenje procedura i smanjenje birokratskih prepreka imaju poseban značaj, jer doprinose smanjenju troškova poslovanja i povećanju efikasnosti.

Pored toga, unapređenje poslovnog ambijenta podrazumijeva i jačanje konkurencije, borbu protiv sive ekonomije i povećanje transparentnosti tržišnih uslova. Ovi elementi zajedno doprinose stvaranju predvidivog i pouzdanog ekonomskog sistema, što predstavlja ključni faktor za dugoročno privlačenje kvalitetnih stranih investicija.

6. Evropske integracije kao ključni faktor investicionog razvoja do 2028. godine

Proces pristupanja Evropskoj uniji predstavlja jedan od najvažnijih faktora za privlačenje stranih investicija u Crnoj Gori, jer doprinosi unapređenju pravnog i institucionalnog okvira zemlje. Perspektiva članstva smanjuje percepciju rizika i povećava povjerenje investitora, budući da podrazumijeva usklađivanje sa stabilnim i predvidivim sistemom pravila Evropske unije.

Evropska komisija u izvještaju za 2025. godinu ističe da je Crna Gora među najnaprednijim kandidatima za članstvo, sa ambicijom pristupanja do 2028. godine (European Commission, 2025). Ova činjenica ima pozitivan signalni efekat na investitore, jer ukazuje na političku stabilnost i dugoročnu razvojnu orijentaciju.

Jedan od ključnih aspekata evropskih integracija jeste pristup jedinstvenom tržištu EU, čime se značajno proširuje tržišni potencijal dostupnog kapitala. Za malu ekonomiju poput crnogorske, ovo predstavlja važan faktor privlačenja investicija, jer investitori ne posmatraju tržište izolovano, već u širem evropskom kontekstu.

Istovremeno, proces integracija podrazumijeva pristup pretprijetnim fondovima i investicionim programima, koji doprinose razvoju infrastrukture i jačanju konkurentnosti. Međutim, ključni efekti ovog procesa zavise od dosljedne implementacije reformi, posebno u oblasti vladavine prava i institucionalne efikasnosti (European Commission, 2025).

U tom smislu, evropske integracije predstavljaju važan, ali ne i dovoljan uslov za dugoročno povećanje investicione atraktivnosti, koja zavisi od stvarnih reformskih rezultata.

7. Izazovi i ograničenja u privlačenju stranih investicija

Uprkos stabilnom prilivu stranih direktnih investicija, Crna Gora se suočava sa nizom strukturnih i institucionalnih izazova koji ograničavaju njihov dugoročni razvojni efekat. Jedan od ključnih problema jeste nedovoljna diverzifikacija privrede, koja je i dalje u velikoj mjeri oslonjena na turizam i sektor nekretnina. Ovakva struktura čini ekonomiju osjetljivom na spoljne šokove i ograničava razvoj proizvodnih i izvozno orijentisanih sektora.

Dodatno, struktura samih investicija ukazuje na dominaciju ulaganja u nekretnine i međukompanijski dug, što znači da značajan dio kapitala nije usmjeren ka produktivnim djelatnostima koje generišu dugoročan rast. Takva ulaganja imaju ograničen multiplikativni efekat na ekonomiju, posebno u pogledu tehnološkog razvoja i povećanja produktivnosti.

Institucionalni izazovi takođe predstavljaju važan faktor. Iako je normativni okvir u velikoj mjeri usklađen sa evropskim standardima, njegova primjena u praksi često zaostaje. Problemi u oblasti pravosuđa, administrativne efikasnosti i pravne sigurnosti utiču na percepciju investicionog rizika (European Commission, 2025).

Pored toga, mala veličina tržišta i konkurencija među zemljama regiona dodatno otežavaju privlačenje investicija, što zahtijeva kontinuirano unapređenje poslovnog ambijenta i jačanje institucionalnih kapaciteta.

8. Zaključak

Strane direktne investicije predstavljaju važan faktor ekonomskog razvoja Crne Gore, posebno u kontekstu njenog pristupanja Evropskoj uniji. Njihov značaj ogleda se u doprinosu ekonomskom rastu, unapređenju produktivnosti i jačanju konkurentnosti privrede.

Ipak, analiza pokazuje da ključni izazov nije samo obim investicija, već i njihova struktura. Dominacija ulaganja u nekretnine i nedovoljna zastupljenost produktivnih sektora ukazuju na potrebu za strateškim usmjeravanjem investicione politike.

Proces evropskih integracija predstavlja značajnu priliku za unapređenje poslovnog okruženja i jačanje institucionalnog okvira. Međutim, stvarni efekti zavise od dosljedne implementacije reformi, posebno u oblasti vladavine prava i efikasnosti institucija.

Može se zaključiti da održivo privlačenje stranih investicija zahtijeva kombinaciju stabilne ekonomske politike, funkcionalnih institucija i jasne razvojne strategije, usmjerene ka sektorima sa većom dodatom vrijednošću. U tom smislu, budući uspjeh Crne Gore neće zavisiti samo od sposobnosti da privuče kapital, već prije svega od toga da ga usmjeri ka sektorima koji stvaraju dugoročnu razvojnu vrijednost.

Bibliografija

1. Agencija za investicije Crne Gore (n.d.) *Podaci o stranim direktnim investicijama u Crnoj Gori*. Podgorica: Agencija za investicije Crne Gore. Dostupno na: <https://mia.gov.me/me/> (Datum pristupa: 22.03.2026.)
2. **Centralna banka Crne Gore (2025)** *Statistički podaci o stranim direktnim investicijama*. Podgorica: CBCG.
3. **European Commission (2025)** *Montenegro Report 2025*. Brussels: European Commission.
4. **UNCTAD (2025)** *World Investment Report 2025*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
5. **World Bank (2022)** *Montenegro Economic Outlook*. Washington, D.C.: World Bank.

Eksplorativna Analiza Nasilja U Porodici U Crnoj Gori U Uslovima Covid-19 Krize U Svjetlu Rezultata Istraživanja Iz 2024. Godine

Aleksa Delibašić

Univerzitet Crne Gore, Pravni fakultet, Podgorica, Crna Gora

E-mail: delibasicaleksa9@gmail.com

Apstrakt

Svrha istraživačkog rada bila je da se razotkrije statistika procesa, uzrokovanih djelovanjem ciklusa nasilja u porodici i da se identifikuju, na bazi faktora rizičnosti, adekvatne mjere u atipičnim socioformnim uslovima. U istraživanju u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore učestvovala su 42 od ukupno 44 zatvorenika koliko ih je bilo stacionirano u periodu od 19.3. do 19.9.2024. godine (uzorak od 95%), dok je u ispitivanju javnog mnjenja učestvovalo 1000 građana, starosti od 15 do 44 godine, u opštini Nikšić (uzorak od 3,3%). Anketni upitnici su bili anonimni, zatvorenog tipa, distribuirani uz saglasnost ispitanika. Rezultati su pokazali da je u Crnoj Gori u 2022. godini došlo do porasta broja zatvorskih kazni zbog izvršenog porodičnog nasilja za 132% u odnosu na 2021. godinu, dok je 36% ispitanika nasilje preduzimalo tokom lokdauna, a od njih 93% je istaklo da je zabrana kretanja presudno uticala da zađu u zonu inkrimisanog postupanja. 60% ispitanih građana istaklo je da je pandemija negativno uticala na pojavu nasilja, a primjećen je i rast broja osuđenih maloljetnika tokom COVID-19 (2020. – 91 slučaj; 2022. – 113 slučajeva). Postignut je adekvatan nivo značajnosti rezultata, imajući u vidu reprezentativnost uzorka, te njihovu primjenjivost, koja se ogleda u prepoznatoj potrebi za kreiranjem (online) edukativnih kampanja u atipičnim životnim uslovima, otvaranjem psihosocijalnih službi u okviru policije, sudova i tužilaštava, uspostavljanjem linija podrške, inoviranjem politika, normativa i tehnika u oblasti medicinske tretmanske zaštite i slično.

Ključne riječi: nasilje; porodica; zatvorenik; COVID-19; pandemija; kriminalitet

Abstract

The purpose of the research work was to reveal the statistics of processes caused by the cycle of domestic violence and to identify, based on risk factors, adequate measures in atypical socio-form conditions. The research at the Administration for the Execution of Criminal Sanctions of Montenegro involved 42 out of a total of 44 prisoners stationed in the period from 19.3. to 19.9.2024. (95% sample), while 1000 citizens aged 15 to 44 years in the municipality of Nikšić participated in the public opinion survey (3.3% sample). The survey questionnaires were anonymous, closed-ended, and distributed with the consent of the respondents. The results showed that in Montenegro in 2022 there was an increase in the number of prison sentences for domestic violence by 132% compared to 2021, while 36% of respondents committed violence during the lockdown, and 93% of them pointed out that the ban on movement had a decisive influence on entering the zone of incriminated conduct. 60% of the surveyed citizens pointed out that the pandemic had a negative impact on the occurrence of violence, and an increase in the number of convicted minors during COVID-19 was also noted (2020 - 91 cases; 2022 - 113 cases). An adequate level of significance of the results was achieved, taking into account the representativeness of the sample, and their applicability, which is reflected in the recognized need for creating (online) educational campaigns in atypical living conditions, opening psychosocial services within the police, courts and prosecutors' offices, establishing support lines, innovating policies, norms and techniques in the field of medical treatment protection, etc.

Keywords: violence; family; a prisoner; COVID-19; pandemic; criminality

1. Uvod

U Crnoj Gori za nasilje u porodici odgovara onaj ko lako tjelesno povrijedi člana porodice ili porodične zajednice ili mu ugrozi sigurnost prijetnjom da će napasti na život ili tijelo tog ili njemu bliskog lica, i takvo lice kazniće se zatvorom od šest mjeseci do pet godina (Krivični zakonik Crne Gore, 2003., 2004., 2006., 2008., 2010., 2011., 2013., 2015., 2017., 2018., 2020., 2021., 2023. i 2024., čl. 220., st. 1). Takođe, nasilje u porodici je činjenje ili nečinjenje člana porodice kojim se ugrožava fizički, psihički, seksualni ili ekonomski integritet, mentalno zdravlje i spokojstvo drugog člana porodice, bez obzira na mjesto gdje je učinjeno (Zakon o zaštiti od nasilja u porodici, 2010., čl. 2). Normativi iz oblasti socijalnog rada pružaju značajnu zaštitu i kada je porodično nasilje u pitanju, pa, između ostalog, u ostvarivanju ciljeva socijalne i dječje zaštite, posebno se štite: dijete, koje je žrtva

zlostavljanja, zanemarivanja, nasilja u porodici i eksploatacije ili kod kojeg postoji opasnost da će postati žrtva i odraslo i staro lice, koje je žrtva zanemarivanja, zlostavljanja, eksploatacije i nasilja u porodici ili kod kojeg postoji opasnost da će postati žrtva (Zakon o socijalnoj i dječijoj zaštiti, 2013., 2015., 2016., 2017., 2021., 2023., 2024., čl.4, st.2, tč. 1, al. 6. i čl. 4., st.2., tč. 3., al. 3). Nasilje u porodici se odnosi na moć i kontrolu, ono lišava preživjele njihove sposobnosti i samopouzdanja, što često otežava njegovo prijavljivanje (Pillinger i Deligiorgis, 2020). Mnoge žrtve porodičnog nasilja (žene, djeca, čak i kućni ljubimci) trenutno se mogu suočiti sa najgorim slučajem – naći se zarobljene u kući s nasilnim počiniocem u vrijeme ograničenog kontakta sa spoljnim svijetom (Vujović, 2020). Takođe, COVID-19 kriza je razotkrila mnogo realnije od redovnih okolnosti stvarnu prisutnost porodičnog nasilja u odnosu na žene i djecu, ali i na često zapostavljenu kategoriju starih i nemoćnih lica. Međutim, tokom posljednje pandemije i krajnje restriktivnih mjera koje su uključivale ograničenja slobode kretanja za lica starija od 65 godina počela je i javnost govoriti više o nasilju nad starim stanovništvom koje ove osobe trpe od ruku svojih najbližih ukućana (Čović, 2020). Ključni instrumenti borbe protiv širenja pandemije, kao što su društvena izolacija, ograničenje kretanja i policijski čas, kreirali su idealno okruženje za porast i eskalaciju nasilničkog ponašanja prema ženama (i djeci) usljed povećane i konstantne 24-časovne kontrole nad žrtvom (Pavlović - Grbić, 2020). Osim toga, o intenzitetu problema svjedoči i opredjeljenje zdravstvenih vlasti da se u međunarodne strategije pospješivanja mentalnog zdravlja integrišu ciljevi, koji se baziraju upravo na posljedicama djelovanja virusa COVID-19. Strategije mentalnog zdravlja moraju uključivati tri ključne tačke: 1) procjenu stanja mentalnog zdravlja kod ljudi u različitim subpopulacijama na koje je uticalo izbijanje COVID-19; 2) identifikovanje osoba koje su u visokom riziku od manifestacija poremećaja ponašanja, pokušaja samoubistva i agresije i 3) pružanje odgovarajućih intervencija radi zaštite mentalnog zdravlja za one kojima je to potrebno (Stašević Karličić et al., 2020). Uporedo sa tim, suočavajući se sa novim okolnostima, posebno u početku pandemije, zakazale su i institucije obrazovanja i vaspitanja. Globalno zatvaranje obrazovnih institucija usljed pandemije COVID-19 izazvalo je velike (i poprilično nejednake) prekinde u obrazovanju učenika, u njihovom ocjenjivanju, u otkazivanju kvalifikacionih ispita ili zamjenom njihovim lošijim alternativama (Stepanović, 2020). To su samo neki od razloga zašto predmetna tema zahtijeva detaljniju evaluaciju u kontekstu nametnutih izazova, budući da ista izvjesno može pružiti određeni doprinos boljem razumijevanju kurentne problematike u ovoj oblasti, a posebno njene uzročne paradigmatičnosti. Takođe, posljedice nasilja u post COVID-19 periodu ne bi trebalo da budu ignorisane (Marzieh i Ebrahim, 2020). Zbog toga je i razumno vjerovati da mjere ličnog ograničenja tokom pandemije predstavljaju opasan faktor rizika za nasilje u porodici, koje može biti podstaknuto elementima kao što su: bliski kontakt između žrtve i nasilnika u pogledu zajedničkog prostora i vremena; povećanje stresa izazvanog društvenim, ekonomskim i psihološkim faktorima; nedostatak mogućnosti da žrtva pobjegne od zloupotreba; smanjenje kontakta žrtve sa drugim licima (Sacco et al., 2020).

2. Metodologija

2.1. Učesnici

Istraživanje je obuhvatilo anketiranje zatvorenika, koji izdržavaju kaznu zatvora u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore zbog izvršenja krivičnog djela nasilje u porodici ili porodičnoj zajednici iz čl. 220 Krivičnog zakonika Crne Gore i prekršaja iz čl. 36 Zakona o zaštiti od nasilja u porodici, a u istom je učestvovalo 42 zatvorenika od ukupno 44 koliko ih je bilo na izdržavanju kazne u periodu od 19.3.2024. do 19.9.2024. godine, čime je postignut reprezentativan uzorak od 95% anketiranih zatvorenika. Takođe, istraživanje je obuhvatilo i ispitivanje javnog mnjenja. Kao ciljna grupa u ovom dijelu izabrana je populacija, koju čini ukupno 1000 stanovnika, starosti od 15 do 44 godine

(omladinska i mlada dob), čije je prebivalište na teritoriji opštine Nikšić, što čini relevantan uzorak od 3,3% ukupne populacije ove starosne dobi u teritorijalno najvećoj opštini u Crnoj Gori, budući da je prema zvaničnim rezultatima popisa stanovništva, domaćinstava i stanova u Crnoj Gori Zavoda za statistiku Crne Gore u opštini Nikšić živjelo ukupno 30060 stanovnika starosne dobi od 15 do 44 godine (od 15 do 19 godina – 5139 stanovnika; od 20 do 24 godine – 4824 stanovnika; od 25 do 29 godina – 5286 stanovnika; od 30 do 34 godine – 5118 stanovnika; od 35 do 39 godina – 4961 stanovnik; od 40 do 44 godine – 4732 stanovnika). Ispitanici su birani po principu randomizacije u unaprijed definisanom okviru. Tom prilikom ispitano je 86% punoljetnih lica, te 14% malodobnih lica, dok je u pogledu polne strukture ispitano po 50% lica muškog i ženskog pola. Obrazovna struktura ovih lica je diferentna, budući da su 4% ispitanika bila lica bez školskog obrazovanja, 24% lica sa svršenim fakultetskim obrazovanjem, 27% lica sa srednjim obrazovanjem, te 45% lica sa završenim osnovnim obrazovanjem. Takvom postavkom istraživanja postiže se njegov relevantan eksplorativni, evaluacijski i akcijski efekat.

2.2. *Postupak sprovođenja istraživanja*

Istraživački postupak u pogledu ispitivanja zatvoreničke populacije u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore je obuhvatao distribuciju 44 anketna upitnika sa pitanjima zatvorene forme, posredstvom Uprave ove institucije, dok je ispitivanje javnog mnjenja sprovedeno raspodjelom 1000 anketnih upitnika sa pitanjima zatvorene forme u prostorijama javnih ustanova na teritoriji opštine Nikšić, te anketiranjem lica na javnim mjestima. Oba istraživačka procesa imala su anoniman karakter, kao i svoju kvantitativnu i kvalitativnu determinantu, pri čemu je objekt istraživanja bio opserviran sa njegovog inkluzivno-razvojnog i ekspresivno-kauzalnog aspekta. Osim toga, za potrebe ove studije korišćeni su zvanični podaci dobijeni od strane Uprave za statistiku Crne Gore.

2.3. *Etički aspekti istraživanja*

Svim akterima istraživanja je prije početka istog predočeno da su ankete anonimnog tipa, kao i njihova svrha i cilj, te da nije potrebno da daju bilo kakve podatke o svom identitetu u cilju brige o njihovoj dobrobiti, nakon čega su isti dali informirani pristanak na učešće u samom anketiranju. Anketiranje zatvoreničke populacije dozvolile su upravljačke strukture Uprave za izvršenje krivičnih sankcija, dok je pripadnicima javnog mnjenja takođe predočena anonimnost samog anketiranja, a od njih je pribavljena pojedinačna usmena suglasnost (za maloljetnike suglasnost zakonskog zastupnika), pa su im predočeni anketni materijali sa pitanjima zatvorenog tipa, koje su isti popunjavali i ispunjene predavali. Anketni formulari su bili uniformnog tipa i unaprijed jasno strukturisani.

3. **Rezultati i diskusija**

Tokom 2020. godine, prema podacima Uprave za statistiku Crne Gore, ukupno je zbog nasilja u porodici ili u porodičnoj zajednici u Crnoj Gori osuđeno 91 lice, a 2021. godine 94 lica, dok je njih 157 osuđeno tokom 2022. godine. U odnosu na 2016, 2017, 2018. i 2019. godinu, 2020. godina donijela je određeni pad broja lica osuđenih zbog nasilja u porodici ili u porodičnoj zajednici. Tako je u 2020. godini zabilježeno 10 osuđenih lica manje nego u 2016. godini, zatim 14 lica manje nego u 2017. godini, te po 12 lica manje nego u 2018. i 2019. godini. Porast broja slučajeva bilježi se počev od 2021. godine, u kojoj su registrovana 3 osuđena lica više nego u 2020. godini, dok je 2022. godine registrovan frapantan porast od gotovo 72% u odnosu na 2020. godinu, odnosno od 67% u odnosu na 2021. godinu. Takođe, pomenuti broj osuđenih lica u 2022. godini učestvuje sa 12% u ukupnom broju osuđenih lica za cjelokupan period od 2010. do 2012. godine (evidentirana 1284 osuđena lica), što istovremeno predstavlja 61% više u odnosu na prosjek za period od

2010. do 2022. godine (Rješenje Uprave za statistiku Crne Gore br. 10-037/23-3268/2 od 3.10.2023. godine).

Kada je riječ o istraživačkom radu u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore, za napomenuti je da su ciljnu grupu u ovom istraživanju činila 42 zatvorenika, stacionirana u kapacitetima ove ustanove, a koja su prihvatila da učestvuju u istraživanju (Podaci dobijeni u istraživanju sprovedenom za potrebe izrade ove studije u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore, u periodu od 19.03. do 19.09.2024. godine). Istraživački upitnik je sadržao 41 pitanje zatvorenog tipa i imao je anonimn karakter. Primjetno je da je postojao minimalan otpor zatvorenika za saradnju u ovom istraživačkom projektu, o čemu svjedoče 42 u potpunosti uspjela anketna upitnika od ukupno 44 distribuiranih (postignuti uzorak od 95%), budući da je u trenutku sprovođenja istraživanja, u periodu od 19.3.2024. do 19.9.2024. godine, u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore bilo smješteno upravo 44 zatvorenika, koji su bili pravosnažno osuđeni za različite oblike nasilja iz domena nasilja u porodici. To je ukazalo da rehabilitacioni procesi u većinski hermetizovanim uslovima boravka moraju do kraja biti usmjereni i na upućivanje zatvorenika da kroz (anonimno) izražavanje vlastitog mišljenja sami daju doprinos poboljšanju uslova u kojima borave. U istraživanju su anketirana 42 lica, koja su bila smještena u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore. Radi se o licima koja u pomenutoj ustanovi, po pravosnažnoj odluci suda, izdržavaju kaznu zatvora zbog nasilja u porodici ili porodičnoj zajednici. Evidentno je da je ciljnu grupu u predmetnom istraživanju činila zatvorenička populacija diferencijalne starosne strukture – 20 lica starosti manje od 30 godina, 12 lica između 30 i 40 godina, te 10 lica (23%) preko 40 godina. Kad je riječ o polnoj strukturi, kao izvršiooci porodičnog nasilja osuđeni na kaznu zatvora dominantno se javljaju muškarci (40 lica ili 95%), a znatno manje žene (2 lica ili 5%). Najviše zatvorenika dolazi iz opština u centralnom dijelu Crne Gore (njih 22 ili 52%), zatim iz južnog dijela države (17 lica ili 40%), te iz sjevernog regiona (8%). Što se tiče stepena obrazovanja izvršilaca nasilja u porodici ili porodičnoj zajednici, dominantan broj lica su lica sa završenom srednjom školom (26 ili 62%), zatim lica sa završenom osnovnom školom (10 ili 24%), zatim lica sa završenom višom/visokom školom (5 ili 12%), te na poslijetku lica koja uopšte nijesu prošla kroz bilo koji stupanj obrazovnog procesa (1 lice ili 2%). Ovakvi rezultati pokazuju da se mijenja obrazovna struktura zatvoreničke populacije. To nije samo slučaj u Crnoj Gori, već i u državama okruženja, poput Srbije, a kako to zaključuju S. Konstantinović Vilić i N. Petrušić. Kao i izvršiooci, tako su i žrtve sa različitim zanimanjima: psiholog, ugostitelj, penzioner, konfeksionar, daktilograf, mašinski tehničar, trgovac, građevinski tehničar, arhitekta, student, učenik, apotekar, domaćica, medicinska sestra, frizer, šanker, komercijalista, kuvar, avioelektroničar, ekonomski tehničar, magistar političkih nauka, diplomirani pravnik, diplomirani ekonomista, vaspitač, konobar, krojač, pedagog, inženjer, nastavnik, tonmajstor, akademski slikar, što pokazuje da se nasilje primenjuje prema svim licima i da nivo obrazovanja nije od uticaja na viktimizaciju (Konstantinović Vilić i Petrušić, 2004). Bračni status ovih lica je, takođe, različit. Gotovo podjednako su prisutni zatvorenici, koji su nasilje učinili prema bračnom i prema vanbračnom supružniku. Naime, 19 lica ili 45% ispitanika je izvršilo nasilje u braku, a 43% ili 18 lica nasilje u vanbračnoj zajednici. To ne začuđuje kada se uzme u obzir da su sukobi u intimnim vezama neizbježni i da se partneri u svakodnevnom životu mogu naći u situacijama u kojima iz različitih razloga neprimjereno komuniciraju svoje želje i potrebe, što sve povećava vjerojatnost i za pojavu nasilne i/ili manipulativne komunikacije (Sušac, 2023). Postotak mladih koji čine i doživljavaju nasilje u vezi je vrlo visok, što znači da je nužno kreirati preventivne programe za ovu populaciju koji će biti posebno usmjereni na povećanje znanja o tome kako se partneri u vezi trebaju ponašati jedan prema drugome da bi imali sigurnu i kvalitetnu vezu, kako se zauzeti za sebe, na prepoznavanje nasilnih ponašanja i načine reagiranja ako dođe do nasilja u vezi (Ajduković et

al., 2011). Osim toga, evidentirano je 5 izvršilaca (12%) koji su bili samci. Porodično stanje zatvorenika je pokazalo da djeca predstavljaju veoma vulnerabilnu, ali i ugroženu grupu u oblasti porodičnog nasilja. Naime, zaštita djece je aktivnost koja se odvija na raskrižjima vrlo privatnih mjesta kao što je to obitelj i vrlo javnih diskursa kao što su to Konvencija o pravima djeteta, zakonska rješenja i kulturalne norme (Ajduković, 2020). Među ispitanim zatvorenicima, 11 njih ili 26% su roditelji jednog djeteta, a njih 13 ili 31% su roditelji više djece, dok 18 zatvorenika ili 43% nema djecu. Naročito osjetljivu oblast predstavljaju porodice sa djecom, budući da nedostaci u pozitivnom roditeljstvu objašnjavaju povezanost između roditeljskog konflikta i prilagodbe djeteta s obzirom da bi konflikt mogao roditelje emocionalno iscrpiti, a što rezultira nedostatkom topline i energije za adekvatnim odgovaranjem na emocionalne potrebe njihove djece (Majnarić, 2022). Takođe, kao značajni prediktor kod djece oba spola pokazala se značajna samo jedna roditeljska karakteristika, roditeljska kontrola (Martinić i Brajša - Žganec, 2020). Što se tiče radnog statusa zatvorenika, 23 lica (55%) su u vrijeme izvršenja porodičnog nasilja bila zaposlena, dok 19 (45%) nije bilo zaposleno. To ukazuje da motivišući faktori na strani izvršioca nijesu samo ekonomsko-egzistencijalni, za koje se veoma često misli da dominantno produkuju krizu porodice. Međutim, utvrđeno je da loš materijalni status, ipak, izvjesno utiče na individualni narativ izvršioca porodičnog nasilja, budući da je u konkretnom istraživanju 25 zatvorenika (60%) imalo loše materijalno stanje u vrijeme izvršenja djela, dok je njih 14 (33%) bilo srednjeg imovnog stanja. Dobar materijalni status imala su 3 zatvorenika ili 7% ispitanih. Siromašni mladi posebno ukazuju na deprivaciju u području osnovnih životnih potreba (Radović-Kletečki et al., 2017). Među zatvorenicima primjećen je izuzetno visok procenat specijalnog recidiva od čak 48% (20 lica), dok je 52% (22 lica) prvi put izvršilo porodično nasilje zbog kojeg kaznu izdržava u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija. O koliko se alarmantom podatku radi, najbolje svjedoče rezultati u pogledu opšeg povratništva, gdje se više od polovine ispitanika (55% ili 23 lica) izjasnilo da su recidivisti u vršenju drugog prekršajnog ili krivičnog djela, dok se 45% ili njih 19 izjasnilo suprotno. Prema tome, svega 45% zatvorenika je izvršenjem radnje porodičnog nasilja prvi put zašlo u zonu inkriminisanog postupanja, dok je izražena većina zatvorenika iza sebe imala najmanje prekršajnu prošlost. Povratništvo se, imajući u vidu prethodno, sa pravom targetira kao jedan od važnijih kriminogenih faktora kada je nasilje u porodici u pitanju. Kada je riječ o preostalim faktorima, 45% ili 19 zatvorenika je u vrijeme izvršenja nasilja bilo konzument alkohola, 16% ili 7 zatvorenika je konzumiralo narkotike, dok je sklonost ka kockanju ili drugom sličnom poroku označilo 45% zatvorenika (19 lica). Dakle, alkoholizam, kockanje, rasipništvo i sl. predstavljali su veoma izražene faktore porodičnog nasilja među ispitanim zatvorenicima. Uzimajući u obzir utvrđeni procenat povratništva, te vrste prepoznatih dominirajućih faktora, izvjesno je da tretmanski pristup u penitencijarnim kapacitetima mnogo više mora biti okrenut ka onim kategorijama zatvorenika kod kojih se (retrospektivno) prepoznaje određena navika ili poročnost. Nezanemarljiv faktor kod zatvorenika predstavlja i prisustvo psihoza, neuroza ili drugih duševnih oboljenja, odnosno njihovih derivata i parcijala. Na to ukazuje činjenica da je 9 zatvorenika ili 21% njih označilo prisustvo nekog od pomenutih stanja, koja su zahtijevala ili zahtijevaju odgovarajući medicinski tretman. Primjena psihosocijalnih intervencija iz sustava socijalne skrbi i izricanje mjera obiteljsko-pravne zaštite mogu pridonijeti uspješnijoj rehabilitaciji i resocijalizaciji oboljelih osoba (Maljuna et al., 2019). U odnosu na navedeno, posebno zabrinjava podatak da je 18 zatvorenika od ukupno 42 (43%) sebe predstavilo i kao žrtvu porodičnog nasilja iz perioda prije nego su i sami izvršili navedenu vrstu nasilja. Evidentan je, dakle, procenat prisustva žrtvi u ličnostima učinilaca porodičnog nasilja. Ta faktička i psihička trauma, podsjećanja, kao i preuzeti obrasci ponašanja, zbirno ukazuju da efekti transmisije i ciklusa porodičnog nasilja u zajednici ne jenjavaju. Uzimajući sve prethodno u obzir, idealan tip lica osuđenog na

kaznu zatvora zbog nasilja u porodici ili u porodičnoj zajednici u Crnoj Gori, a koji se nalazi na izdržavaju kazne, posjeduje sljedeće karakteristike: mlado je, muškog je pola, dolazi iz centralnog regiona države, ima završenu srednju školu, bračni je ili vanbračni supružnik, nema djecu, lošeg je materijalnog statusa, specijalni je ili opšti povratnik, sklono je alkoholu i kockanju i u djetinjstvu, odnosno u periodu prije nego što je izvršilo porodično nasilje, bilo je njegovu žrtva.

Posebna analiza, potrebna je u odnosu na 18 lica osuđenih na kaznu zatvora zbog porodičnog nasilja, a koja su, prije nego što su postali izvršioc, bili žrtve porodičnog nasilja. Od njih 18, samo 2 zatvorenika (11%) su porodično nasilje nad sobom prijavila nadležnom organu. Sa druge strane, 16 slučajeva (89%) je ostalo neprocesuirano, čime je propuštena prva, a možda i najvažnija prilika, da se nasilju i njegovim reflektujućim posljedicama, od kojih se mnoge manifestuju tek u odrasloj životnoj dobi čovjeka, stane na kraj već na početku, odnosno da se istovremeno zaustavi kako nasilje nad žrtvom, tako i kasnije nasilje žrtve nad trećim licima. Stav zatvorenika o opravdanosti tog ranijeg nasilja nad njima je podijeljen (po 50%). Visok procenat na strani lica koja opravdavaju nasilje nad sobom ukazuje i na visok nivo tolerancije na nasilje, koje se ne previše teško prenosi i na percepciju tih lica o validnosti nasilja i prema drugome. Zatvorenici su dalje istakli da su u svojim porodicama najviše trpjeli fizičko nasilje (14 lica ili 78%), zatim seksualno nasilje (3 lica ili 16%), te psihičko nasilje (1 lice ili 6%). Vidljivo je da se promijenila struktura piramide najučestalijih oblika nasilja. Psihičko nasilje je, dakle, postepeno nadjačalo fizičko i seksualno, kako u pogledu generalnog kvantiteta njihove egzistentnosti, tako i u pogledu misticizma njihove pojavnosti i konsekvenci. To je u skladu i sa drugim istraživanjima, poput onog koje je pokazalo da je psihičko nasilje najčešći oblik doživljenog nasilja koje starije osobe doživljavaju u obitelji (Rusac, 2009). Zatvorenici su u najvećem broju (12 lica ili 67%) istakli da su nasilje u porodici trpjeli u ranom djetinjstvu, a po 3 lica u adolescenciji i nakon punoljetstva. Izvršilac nasilja nad njima dominantno je bio roditelj (13 slučajeva), a zatim slijede drugi srodnik (3 slučaja), usvojilac (1 slučaj) i hranitelj (1 slučaj). Apsolutno svi osuđenici zbog nasilja u porodici, koji su ispitivani u ovom istraživanju, jednoglasno su istakli da su, zbog nasilja kojeg su trpjeli u vlastitoj porodici, trpjeli sramotu i osudu okoline. Oni su time u 100% slučajeva pokazali da tom prilikom, a vjerovatno i dosta kasnije, nijesu uspjeli da prevaziđu susret sa društvenim zaziranjem, za koji oni lično nijesu bili odgovorni, niti su ga umišljajno produkovali. To je doprinijelo da se pomenuta lica zadrže i nakon pretrpljenog nasilja u destruktivnom socijalnom okulusu, u kojem i najmanje rizičan faktor može inspirisati žrtvu da postane izvršilac (formiranje nasilničkog ciklusa). Da je zaista tako, svjedoče i gotovo jednoglasni stavovi osuđenika o uticaju pretrpljenog porodičnog nasilja na iste da i sami započnu sa vršenjem radnji porodičnog nasilja. Naime, čak 17 (94%) zatvorenika je navelo da je njihov prethodni status žrtve uticao na to da postanu izvršioc istog djela, dok je samo 1 lice (6%) smatralo suprotno. U tom pravcu se potvrdilo da se manipulacijom može znatno utjecati na odrasle, a djeca su još podložnija takvom utjecaju zbog nepotpuno razvijenih kognitivnih sposobnosti i potpune ovisnosti o roditelju (Protulipac, 2021).

Istraživanje pruža osvrt na uticaj u djetinjstvu pretrpljenog porodičnog nasilja na osuđenika da još kao maloljetnik čini delikte. Takav je bio slučaj sa 18 od ukupno 42 istraživanjem obuhvaćenih ispitanika, odnosno sa 43% njih. U okviru ove skupine, 15 zatvorenika je ukazalo na to da je nasilje u porodici trpjelo u djetinjstvu i adolescenciji (83%), a svega 3 zatvorenika nakon punoljetstva (17%). Traumatično iskustvo u vlastitoj porodici, koje potiče iz djetinjstva, te rano sticanje svojstva žrtve nasilja u dekadentnom porodičnom krugu, pokazalo je predmetno istraživanje, predstavlja relevantan faktor naknadne kriminalizacije. Među prestupima, koje su činili ispitanici u vrijeme dok su još bili maloljetni, izdvajaju se imovinski delikti (12 slučajeva – 67%), dok su evidentirana 2 slučaja narušavanja javnog reda

i mira (11%), te 4 slučaja drugih prestupa (22%). Forenzika porodične agresije u slučajevima izvršilaca, koji se nalaze na izdržavanju kazne zatvora zbog porodičnog nasilja u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore, posebno je obrađena. Rezultati istraživanja kod pomenute zatvoreničke populacije od 42 lica ukazali su da je psihičko nasilje (27 slučajeva ili 64%) bio dominantan oblik porodičnog nasilja koje su vršili ispitani zatvorenici. Nakon psihičkog, najviše je bilo izraženo fizičko nasilje u porodici (11 slučajeva ili 27%), zatim zanemarivanje člana porodice (3 slučaja ili 7%), te seksualno nasilje (1 slučaj ili 2%). U okviru fizičkog nasilja, koje je označilo 11 lica, njih 8 ili 73% je istaklo fizički kontakt kao dominantan oblik svog fizičkog nasilja, a preostala 3 ili 27% zatvorenika su primjenjivala tjelesno kažnjavanje prema drugom članu porodice. Sa druge strane, od 27 zatvorenika, koji su vršili psihičko nasilje, njih 12 ili 44% je vršilo radnje odbacivanja i degradacije žrtve, zatim njih 8 ili 30% je žrtvu nazivalo pogrđnim imenima, dok je 7 zatvorenika ili 26% ponižavalo i omalovažavalo žrtvu. Kad je riječ o dominirajućim oblicima seksualnog nasilja, jedini zatvorenik, koji je bio izvršilac seksualnog nasilja u porodici, sprovodio je radnje seksualnog proganjanja žrtve. Takođe, od 3 lica, koja izvršavaju kaznu zatvora zbog zanemarivanja člana porodice, 1 lice je obrazovno zanemarivalo žrtvu, a 2 lica zdravstveno, ne pružajući potrebnu medicinsku njegu. Porodični konstituenti, kao žrtve istraživane populacije zatvorenika, većinski su bile osobe ženskog pola (njih 40 ili 95%), a znatno manje osobe muškog pola (njih dvoje ili 5%). Navedene žrtve imale su različita svojstva. Supružnik zatvorenika je bio žrtva u 21 slučaju (50%), majka u 9 slučajeva (21%), sin i kćerka u po 4 slučaja (po 10%), otac u 3 slučaja (7%), te baba u 1 slučaju (2%). Svi članovi porodice, posmatrano u užem, ali i u širem kontekstu, podložni su, imajući u vidu prethodno, da budu žrtve porodičnog nasilja. U ovom dijelu posebno je za proces transgeneracijske transmisije nasilja osjetljiv podatak da je 8 žrtava imalo svojstvo djeteta izvršioca. Među njima su 6 lica (86%) bila biološka djeca ispitanika zatvorenika, a 1 lice je bilo usvojeno dijete. Uporedo sa Crnom Gorom, u Sloveniji se, po nalaženju T. Mušič, prilično duboko posmatraju posljedice porodičnog nasilja po djecu. Štetne posljedice porodičnog nasilja su vrlo dalekosežne. Nasilje roditelja je pogubno po djecu, iako nijesu direktne žrtve nasilja. Djeca, koja su svjedoci porodičnog nasilja, češće su sporija u razvoju, imaju osjećaj straha, depresije i nemoći, a često su i sama nasilnici (Mušič, 2007). U poređenju sa tim, u Bosni i Hercegovini istraživanjem je konstatovan probematičan status novorođenčadi i djece u najranijoj starosnoj dobi, na šta posebno ukazuje Ž. Vrućinić. Posebnu pažnju potrebno je posvetiti žrtvama porodičnog nasilja uzrasta od 0 do 4 godine, odnosno žrtvama, osobama sa invaliditetom različitog stepena, s obzirom na nesposobnost, odnosno ograničenu sposobnost predočavanja psihofizičkog iskustva. S tim u vezi, pretpostavlja se da je tamni broj žrtava nasilja u porodici u ovim kategorijama nekoliko puta veći u odnosu na tamni broj žrtava iz ostalih kategorija (Vrućinić, 2024). Sa druge strane, poređenjem sa stanjem u Sjevernoj Makedoniji, primjetno je da je u ovoj državi zaštita navedene populacije odavno prevazišla krivično-pravne okvire, te postala, kako A. Ristov percipira, sastavni dio materije i građanskog prava. Član 4 Porodičnog zakona propisuje da će država pružiti posebnu zaštitu porodici, materinstvu, djeci i maloljetnim osobama, djeci bez roditelja i djeci bez roditeljskog staranja. Država će obezbijediti zaštitu od nasilja u porodici (Ristov i Kočkovska, 2012). Kada se radi o supružnicima kao žrtvama, gotovo je jednak broj bračnih (11 lica ili 52%) i vanbračnih (10 lica ili 48%) supružnika. Zatvorenici takođe navode da su se u njihovim slučajevima uzroci vršenja nasilja u porodici ili porodičnoj zajednici nalazili u pripadnosti žrtve LGBT populaciji stanovništva (10 slučajeva ili 24%), pripadnosti RAE populaciji (9 slučajeva ili 21,5%), invaliditetu (9 slučajeva ili 21,5%), nacionalnoj pripadnosti (7 slučajeva ili 17%), vjerskoj pripadnosti (6 slučajeva ili 14%), te rasnoj pripadnosti (1 slučaj ili 2%). Istraživanje je, uz već navedeno, pokazalo i nedovoljan postotak prisustva kajanja kod zatvorenika. Iako je ono prisutno kod većinskog broja ovih lica (27 ili

64%), preostalih 15 lica ili 36%, koja su istakla da ne osjećaju nikakvo kajanje, ukazuje da u zatvorskim uslovima boravka i te kako ima prostora za unaprijeđenje onih preventivno-reintegrativnih modela postupanja prema zatvorenima koji treba da utiču na iste da u budućnosti ne vrše krivična djela i prekršaje, a što bi predstavljalo adekvatnu mjeru društvene osude za učinjeno. Stavovi lica osuđenih na kaznu zatvora zbog nasilja u porodici ili porodičnoj zajednici u kontekstu aktuelnih pitanja u ovoj oblasti ukazuju da zatvorenici većinski smatraju da prenošenje negativnih obrazaca sa starije na mlađe porodične članove nije moguće. Takav stav je izrazilo 25 lica, odnosno 60% njih. Suprotno misli 17 zatvorenika ili 40% njih. Radi se, dakle, o izraženom neprihvatanju stanovišta da je formiranje ciklusa porodičnog nasilja uopšte moguće, iako je u zajednici je česta tvrdnja da je izgradnja našeg društva, kulture i identiteta – naše stvarnosti – uspostavljena kroz kontinuirani proces performansa i inkulturacije (Easteal et al., 2012) Primjetno je, sa druge strane, i da zatvorenici imaju znatno formiraniji stav o tome koju instituciju danas smatraju ključnom za prevenciju nasilja u porodici, u odnosu na to koja bi institucija to trebalo da bude u budućnosti. Čak 30 zatvorenika (71%) smatra da su mediji danas najvažniji subjekt u prevenciji porodičnog nasilja. Nešto manje zatvorenika (7 lica ili 17%) smatra da je to policija, a svega 2 zatvorenika ili 6% da je to tužilaštvo. Školu, nevladin sektor i porodicu je kao danas bitne subjekte označilo po 1 lice (po 2%). Kada je riječ o stavovima zatvorenika o tome koja institucija u budućnosti treba da bude ključna u prevenciji porodičnog nasilja, primjetno je dosta raznovrsnije razmišljanje zatvorenika. Evidentno je da u odnosu na danas zatvorenici pokazuju veće povjerenje prema školi (10 lica ili 24%), prema tužilaštvu i vjerskim zajednicama (po 3 lica ili po 6,5%), prema sudu (4 lica ili 10%), prema ustanovama za izvršenje sankcija (2 lica ili 5%), prema porodici (7 lica ili 17%). Primjetan je značajan pad u pogledu buduće uloge medija (označilo 6 lica ili 14%), dok se, sa aspekta zatvorenika, prognozira i periferna uloga centara za socijalni rad i nevladinog sektora, dok je odnos zatvorenika prema ulozi policije u budućnosti identičan kao prema njihovoj ulozi danas (označilo 7 lica ili 17%).

U pogledu uticaj COVID-19 zdravstvene krize na zatvorenike u vrijeme izvršenja porodičnog nasilja, primjećeno je da je od 42 ispitanika, njih 15 navedenu radnju izvršilo u periodu od 2020. do 2022. godine, tokom trajanja pandemije COVID-19 virusa. Prema tome, 36% zatvorenika je potvrdilo da je radnju nasilja preduzimalo tokom drastično promijenjenih društvenih okolnosti, koje su neupitno predstavljale susret sa relativno novim i do tada nepoznatim okolnostima u pogledu načina upravljanja zdravstvenom krizom, ali i ekonomskim, obrazovnim i sličnim procesima u zajednici. Od 15 pomenutih zatvorenika čak njih 14 je istaklo da su zabrana kretanja i zatvorenost države uticali na preduzimanje radnje izvršenja sa njihove strane. Suprotno je odgovorilo samo jedno lice. Prinudno ograničenje slobode presudno je doprinijelo (motivisalo, inspirisalo i sl) da najveći broj lica (93%), koja su radnju izvršenja porodičnog nasilja preduzela u periodu od 2020. do 2022. godine, svojim postupanjem zađu u zonu inkriminisanog postupanja. Kada je riječ o uticaju COVID-19 pandemije, situacija je, takođe, dinamična i u svijetlu zvanične statistike. Ako se uzme u obzir da je, prema statističkoj krivulji Svjetske zdravstvene organizacije, sredinom 2022. godine došlo do blagog, a krajem iste godine do značajnijeg smirivanja pandemije, očigledno je da su statistiku porodičnog nasilja kreirale, kako tada aktuelna pandemijska kretanja, budući da je pandemija bila u jeku u prvoj polovini godine, tako i posljedice okolnosti uzrokovanih pandemijom, iz prethodnog perioda, a posebno iz 2021. godine. Dakle, došlo je do očiglednog prelijevanja pandemijskih implikacija iz perioda u kojima je COVID-19 pandemija dostigla kulminaciju u period koji je išao u susret 2023. godini i potpunju stabilizaciji incidence obolijevanja. Pandemija izazvana virusom COVID-19 je ne samo zdravstveni problem, već ostavlja posledice i na sve ostale segmente društva, uključujući i bezbjednost. Imajući u vidu da je pandemija globalni problem, logično je bilo očekivati da će

se njene posljedice preliti i na nacionalne države (Đorić i Životić, 2023). Trend rasta broja osuđenih lica za nasilje u porodici ili u porodičnoj zajednici tokom 2022. godine podudara se sa pojavom brojnih posljedica po svjetsko društvo, koje je COVID-19 kriza izazvala, u oblasti ekonomije, socijalne zaštite, finansija, kulture, nauke, migracija i slično, a koje, kao i svi drugi globalni ciklusi, nijesu mogli zaobići ni Crnu Goru, što ukazuje na međusobnu povezanost promjena u čovjekovoj okolini sa promjenama u njemu samom. Još veći rast u vremenu pandemije imao je broj prijavljenih slučajeva nasilja u porodici ili u porodičnoj zajednici u Crnoj Gori. Tako je tokom 2021. godine registrovano 39 prijavljenih slučajeva nasilja više nego u 2020. godini (rast za 21%), dok su 2022. godine bila 132 slučaja više, posmatrano u odnosu na 2020. godinu (rast za 70%), a, poređenja radi, takav rast broja slučajeva veći je od ukupnog broja prijavljenih slučajeva za cijelu 2012. godinu, koja je po kriterijumu vladajućih socio-ekonomskih procesa, imala karakter jedne redovne (uobičajene) godine. To najbolje pokazuje koliko je COVID-19 kriza produbila krizu porodice i ustalasila incidencu porodičnog nasilja, tim prije što je u prvoj pandemijskoj godini (2020. godina) zabilježen manji broj prijavljenih slučajeva porodičnog nasilja u odnosu na godinu koja joj je prethodila i taj pad je iznosio približno 7%.

Tabela 1: Trendovi u izricanju kazni za nasilje u porodici ili porodičnoj zajednici u Crnoj Gori

| Godina procentualno | Broj zatvorskih kazni | Dinamika promjene, izražena u vezi sa prethodnom godinom |
|------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------|
| 2016. | 49 | - |
| 2017. | 50 | + 2,04% |
| 2018. | 52 | + 4% |
| C 2019. | C 59 | C + 13,5% |
| O 2020. | O 57 | O - 3,4% |
| VI 2021. | VI 41 | VI - 28% |
| 2022. | 95 | + 131,7% |

Disproporcija između broja prijavljenih i broja osuđenih lica za nasilje u porodici ili u porodičnoj zajednici takođe je rasla tokom pandemijskih godina. Tako je 2020. godine 48% prijavljenih lica za nasilje u porodici ili u porodičnoj zajednici osuđeno, a tokom 2021. godine njih 41%, da bi 2022. godine tek 48% prijavljenih lica bilo osuđeno od strane postupajućih sudova. To ukazuje da je tokom 2022. godine, usljed društvenih ograničenja, uzrokovanih eskalacijom pandemije, značajno porastao broj prijavljenih slučajeva nasilja, ali i da je, sljedstveno tome, opao prag tolerancije na nasilje, što ujedno predstavlja, u poređenju sa dosadašnjom statistikom, jednu negativnu i jednu pozitivnu stvar kada je u pitanju porodično nasilje. Međutim, nevelik procenat osuđujućih odluka (48% u 2022. godini) u odnosu na broj prijavljenih lica, ukazuje da do promjena značajnijih parametara u pogledu opšte borbe protiv nasilja u porodici, ipak nije došlo, budući da je udio broja osuđenih lica u broju prijavljenih, u sada već davnoj 2010. godini, bio 41%. Prema tome, primjećuje se da se mijenjala godišnja stopa u pojedinim kategorijama (prijavljeni, optuženi, osuđeni, oslobođeni i slično), te da se na osnovu toga mijenjao i intenzitet dinamičke linije, ali je evidentno da u međuperiodu od 2010. do 2022. godine nije došlo do onih suštinskih poboljšanja, koji bi statistiku izmijenili u njenom ne samo kvantitativnom, već i u kvalitativnom smislu. Godine pandemije virusa COVID-19 samo su otkrile istovremeno i spontano i namjerno zamaskirano stanje, o kojem se, u pretpandemijskom periodu, više govorilo onoliko koliko se u datim uslovima moglo, a ne onoliko koliko je trebalo. Na kraju se ispostavilo da su godine COVID-19 krize bile odličan indikator i katalizator za krivično-pravne, ali i sociološke devijacije na

ovom polju. COVID-19 kriza, prema dosadašnjih zvaničnim pokazateljima, faktički nije intenzivnije uticala na rast broja oštećenih maloljetnih lica usljed nasilja u porodici u Crnoj Gori, budući da je u 2020. godini evidentirano 8 oštećenih maloljetnih lica, 2021. godine njih 9, a 2022. godine 6 malodobnih lica. Takvi podaci nijesu pokazali značajniju promjenu u odnosu na pretpandemijske godine, posmatrano unazad sve do 2015. godine. Tačnije, brojke iz vremena COVID-19 krize kretale su se u granicama prosjeka za period od 2016. do 2022. godine. Međutim, sami porast broja slučajeva porodičnog nasilja u Crnoj Gori u naznačenom periodu potencijalno je mogao uticati na pojavu statističke regresije, pa se, u ovom dijelu, može govoriti o porastu stepena ugroženosti maloljetničke populacije usljed istodobnog porasta broja slučajeva porodičnog nasilja. Za razliku od toga, došlo je do rasta broja maloljetnih učinilaca krivičnih djela osuđenih u krivičnom postupku, posmatrano od 2020. godine pa nadalje. Tako je 2020. godine registrovano 91 malodobno osuđeno lice, zatim 2021. godine 101 maloljetno lice, a 2022. godine njih 113. To nije naročito izražen porast, budući da je od 2010. do 2019. godine godišnje evidentirano ne manje od 117 maloljetnih učinilaca krivičnih djela. Međutim, ne može se zanemariti opšti trend, koji je tokom godina pandemije virusa COVID-19 rastuće kontinuiran, imajući u vidu da je, u odnosu na 2020. godinu, u 2021. godini došlo do rasta broja maloljetnih učinilaca krivičnih djela za 11%, a u 2022. godini za skoro 25%. Takođe, treba uzeti u obzir i činjenicu da je ovakav rast uslijedio nakon naglog pada broja osuđenih maloljetnih prestupnika (za ukupno 46), koji je evidentiran u godini početka COVID-19 zdravstvene krize, odnosno u 2020. godini. Navedene statističke tendencije dokazale su nekoliko prioritarnih stvari. Prvo – porast broja slučajeva maloljetničkog prestupništva u posljednje dvije godine analiziranog perioda (2021. godine 101 slučaj i 2022. godine 113 slučajeva), posmatrano u odnosu na 2020. godinu (91 slučaj), kao prvu COVID-19 pandemijsku godinu, pratio je rast broja osuđenih lica za nasilje u porodici ili u porodičnoj zajednici u istom periodu (2021. godine 94 slučaja – za tri slučaja više u odnosu na 2020. godinu i 2022. godine 157 slučajeva – za 66 slučajeva više u odnosu na 2020. godinu). Prema tome, uočljivo je da je povećanje broja slučajeva maloljetničkog prestupništva procesuiranog u krivičnom postupku bilo ispraćeno povećanjem broja osuđenih lica za nasilje u porodici što predstavlja dodatan argument u korist tvrdnji o postojanju međusobne uslovljenosti dvije pomenute pojave. Drugo – broj registrovanih slučajeva porodičnog nasilja i maloljetničke delinkvencije tokom tri COVID-19 pandemijske godine pojedinačno (2020, 2021. i 2022. godina), te u njihovoj ukupnosti, uz saznanja da je određen broj slučajeva sasvim izvjesno ostao zvanično neregistrovan, ukazao je na to da zdravstvene krize pandemijskog, a time i epidemijskog karaktera, predstavljaju jedan od relevantnijih činilaca koji, kao prekursori, utiču na stvaranje prekriminogenih stanja u predmetnim oblastima, koja se mogu tretirati kao povoljni uslovi za formiranje prestupnika različite nasilničke motivacije. Dakle, dokazano je da su posljedice porodičnog nasilja tokom trajanja pandemijskog ciklusa imale multiplikativan karakter. Treće – pandemija COVID-19 virusa prekinula je četvorogodišnji period ravnomjernog (smirivajućeg) kretanja broja osuđenih lica za nasilje u porodici (2016. godine evidentirano je 101 lice, 2017. godine 105 lica, 2018. i 2019. godine po 103 lica), produkujući prvobitno blagi, a nakon toga nagli rast broja osuđenih lica, pri čemu je evidentno da je pandemija usporila resocijalizatorske aktivnosti u oblasti nasilja u porodici nakon 2020. godine, budući da je broj osuđenih lica od tog momenta konstantno rastao (2020. godine evidentirano je 91 osuđeno lice, 2021. godine 94 lica, a 2022. godine 157 lica). Karakterno sličan smjer rasta zabilježen je i u pogledu broja maloljetnih lica osuđenih u krivičnom postupku u periodu od 2020. do 2022. godine (2020. godine evidentirano je 91 maloljetno lice, 2021. godine 101 lice, a 2022. godine njih 113). Takve diferencijacije bile su u skladu sa globalnim okretanjem čovječanstva izazovima dominantno zdravstvene i egzistencijalne prirode, a što je relociralo u drugi plan protektivnu funkciju društva u preostalim oblastima, a time i u oblasti krivičnog prava. Četvrto –

primjetno je da, u odnosu na 2019. godinu (kada su zabilježene 204 prijave nasilja nadležnom organu), u 2020. godini nije zabilježen rast broja prijavljenih slučajeva porodičnog nasilja (evidentirano 189 slučajeva). Upravo se, počev od marta 2020. godine, kada su evidentirani prvi zvanični slučajevi obolijevanja od virusa COVID-19 u Crnoj Gori, započelo sa povremenim, a zatim i cjelodnevnim zabranama kretanja stanovništva. Nakon medijskog upliva u ovu problematiku krajem 2020. godine, što je bilo praćeno javnim apelima, vidljivo je u 2021. godini porastao broj prijavljenih slučajeva porodičnog nasilja (za 21% više u odnosu na prethodnu godinu), a takav trend se ubrzano nastavio i u 2022. godini (rast za 41% u odnosu na prethodnu godinu), u kojoj je uslijedio i formalni prestanak lokdaun mjera, što ukazuje da je postupno otvaranje društva podstaklo postepeno osnaživanje žrtava da nasilje prijave. Prethodno navedene tendencije dodatno potkrepljuje većinski stav javnog mnjenja o uticaju COVID-19 krize na pojavu porodičnog nasilja u društvenoj zajednici kod nas (Podaci dobijeni ispitivanjem javnog mnjenja sprovedenog za potrebe izrade ove studije, tokom novembra i decembra 2023. godine). Javno mnjenje je pandemijske procese targetiralo kao značajne faktore u kreiranju jednog opštedruštvenog ambijenta koji usmjerava brojne pojedinačne procese iz spektra kriminalizacijskog diskursa. U tom smislu je od 1000 ispitanika njih 601, odnosno 60%, u svom osvrtu istaklo da smatra da je pandemija virusa COVID-19, u periodu od 2020. do 2022. godine, negativno uticala na statistiku porodičnog nasilja, dok je njih 399, odnosno 40% imalo suprotan stav. Da je COVID-19 kriza iz temelja promijenila dotadašnje tendencije porodičnog nasilja u Crnoj Gori svjedoči i broj izrečenih zatvorskih kazni zbog krivičnog djela nasilje u porodici ili porodičnoj zajednici iz člana 220 Krivičnog zakonika Crne Gore. Naime, nakon perioda vidljivog pada broja izrečenih zatvorskih kazni tokom 2021. godine, u odnosu na pet godina, koje su joj prethodile, a u kojima je zabilježena relativna stabilizacija broja izrečenih zatvorskih kazni, primijećen je, u 2022. godini, nagli skok broja ovih kazni zbog navedenog krivičnog djela. Naime, u 2022. godini zabilježen je rast broja izrečenih zatvorskih kazni za pomenuto krivično djelo od gotovo 132% u odnosu na 2021. godinu. To treba pripisati završetku krivičnih postupaka u predmetima nasilja u porodici ili porodičnoj zajednici, koji su formirani posebno tokom 2020. i 2021. godine (u jeku COVID-19 krize), ali i protoku vremena uobičajeno potrebnog za neposredno izvršenje izrečene zatvorske kazne na osnovu pravosnažne odluke suda.

3.1. Ograničenja istraživanja

Kao bitna ograničenja u pogledu dostupnosti podataka o predmetnoj temi, ističu se zaštićenost i povjerljivosti informacija, a naročito onih koji se odnose na ličnost, gdje se ističu zahtjevi anonimnosti i ograničene nadležnosti u postupanju pojedinih nadležnih organa, a sve u cilju zaštite privatnosti, te dobara od opšteg interesa. Ograničenje se takođe identifikuje i u pogledu postojanja različitih interpretacija i definicija predmetnog fenomena u zakonodavnom kontekstu, ali i dostupnoj literaturi, što može otežati tačnu kategorizaciju i analizu pojedinačnih destruktiviteta. Značajan izazov je i činjenica da je COVID-19 zdravstvena kriza imala duboke društvene, ekonomske i psihološke posljedice, ali i dalje nije moguće u potpunosti procijeniti njene dugoročne efekte. Pandemija je stvorila specifične okolnosti u kojima su se i oblici nasilja i delinkvencije modifikovali, što otežava uspostavljanje jasnih korelacija i uporednih zaključaka. Takođe, zbog specifične prirode i mogućih promjena u zakonodavnom i institucionalnom okviru socijalnog rada tokom i nakon pandemije, istraživanje može biti podložno promjenama koje nijesu odmah evidentirane u dostupnim podacima. Konačno, eksperimentalna i longitudinalna istraživanja, koja bi dala jasnije uvide u veze između ovih faktora u post-pandemijskom periodu, još uvijek nijesu dovoljno razvijena, što može uticati na snagu i inkluzivnost zaključaka ovog istraživanja.

4. Zaključak

U krivično-pravnoj realnosti Crne Gore postoji vrlo malo kaznenopravnih normi koje neposredno tretiraju oblast zaštite braka i porodice. To je važno naglasiti zbog zahtjeva preventivnog socijalnog rada, specifičnih porodičnih situacija, kao što su različiti pogledi na vaspitanje djece, socio-generacijski jazovi, ili, pak, rastava bračnih supružnika, jer kad se roditelji rastaju i razvode svi članovi obitelji, i roditelji i djeca trebaju se prilagoditi na promijenjene odnose (Miljević-Rički, 2022). U poređenju sa Hrvatskom, primjetno je slično stanje. Svega jedanaest propisanih kaznenih djela kojima se štite brak, obitelj i mladež može upućivati na nedostatnu kaznenopravnu zaštitu, međutim valja naglasiti kako je u različitim glavama Kaznenog zakona propisan i niz drugih kaznenih djela koja neizravno štite brak, obitelj i mladež iako im je primarna zaštita neko drugo pravno dobro (primjerice kaznena djela spolnog odnošaja s djetetom, rodoskrvuća ili iznošenja osobnih i obiteljskih prilika) (Grozđanić i Škorić, 2010). Predmetna studija je pokazala i da je potrebno obezbijediti konstantno funkcionisanje nadležnog aparata, koji će, kao takav, biti sposoban ne samo da isprati uočene nedostatke, već i da ih prepozna posredstvom stalnog monitoringa stanja u ovoj oblasti, čime bi se omogućila pravovremena prijava problema, te preduprijedila diskriminacija ili neka apstraktna opasnost ili, pak, nastanak konkretne štetne posljedice. Neophodno je, u normativnom smislu, prepoznati i cijeli niz omisivnih i komisivnih radnji, koje postojeće zakonske formulacije ne tretiraju kao radnje porodičnog nasilja, ali koje se manifestuju kao neki vid ipak prisutnog nasilja, kao što su marginalizacija, negiranje, emocionalno uslovljavanje i sl, kao što na primjer danas djeca i adolescenti mogu biti proganjani i seksualno zlostavljani na mrežama iz bilo kog dijela svijeta, a da počinitelj ne mora da ima bilo kakav fizički kontakt sa njima (Ndubueze, 2024). Pored toga, veću pažnju treba posvetiti sajber-uhodnju, koje je možda znatno poraslo zbog dugotrajnog karantina tokom pandemije COVID-19 u prvoj polovini 2020. godine (Cao i Wang, 2020). Takođe, u slučajevima porodičnog nasilja potrebno je studioznije vršiti procjene ispunjenosti uslova za određivanje pritvora (kod osnova iz člana 175 ZKP-a). Predmetna studija je pokazala da u pojedinim segmentima borbe protiv nasilja postoji nedovoljno prisustvo stručnih lica konkretnijih specijalizacija i profilacija posebno u oblasti socijalnog rada, ali i medicine, pedagogije, psihologije, pa i bezbjednosti. Takođe, pokazano je da do 2019. godine nije dovoljno izučavan rizik nasilja u pandemijskim, odnosno epidemijskim okolnostima, odnosno njegov vulnerabilitet, a što je i danas rijetko predmet kritičke opservacije. Osim toga, iz izloženog proizilazi i da je COVID-19 kriza definitivno predstavljala najdinamičniji istorijski period u cjelokupnom razdoblju od 2010. do 2022. godine, budući da u ovom intervalu, izuzev oporavka globalnog tržišta od svjetske ekonomske depresije, nijesu zabilježeni događaji tako obuhvatnijeg i trajnijeg internacionalnog formata. Upravo na polje konstituisanja nasilnika je potrebno fokusirati reformske poteze. To uključuje javnost nacionalnih kampanja za podizanja svijesti, dodatna sredstva za usluge podrške kod nasilja u porodici, mjere za podršku pristupu pravnim uslugama za žrtve nasilja u porodici i proaktivnu dostupnost policije pojedincima koji su ranije prijavili nasilje u porodici (Doyle, 2020). Dakle, neophodno je postići interdisciplinarnu integrisanost institucionalnih, ali i vaninstitucionalnih mehanizama u jedan korporativan sistem. U tom smislu je na formalnoj razini dužnost i obveza svih zaposlenika, pa tako i odgajatelja i stručnih suradnika, da svojim radom i nastojanjima u okviru svog radnog mjesta doprinose optimalnom održavanju zdravog i primjerenog djetetovog rasta i razvoja (Vlah et al., 2021). Nesporno je dakle da jedino elita znanja, posebno u oblasti socijalnog rada, u budućim istraživanjima može pružiti odgovarajući doprinos razvoju i unaprijeđenju zaštitne i preventivne funkcije socijalnog rada i srodnih disciplina u domenu porodičnog nasilja, a što će onemogućiti transformaciju žrtve nasilja u porodici u individualnog ili grupnog maloljetnog prestupnika ili recidivistu.

Izvori finansiranja

Ovo istraživanje nije dobilo nikakav poseban grant od finansijskih agencija u javnom, komercijalnom ili neprofitnom sektoru.

Sukob interesa

Autor izjavljuje da ne postoji sukob interesa, koji bi uticao na sadržaj ovog članka.

Etičko odobrenje

Etičko odobrenje za sprovođenje ovog istraživanja dobijeno je od Uprave za izvršenje krivičnih sankcija i sve aktivnosti, tokom sprovođenja istraživanja, vršene su u skladu sa principima Helsinške deklaracije.

Pristanak na učešće

Informisani pristanak je obezbijeđen od svih individualnih učesnika, koji su učestvovali u istraživanju.

Pristanak na objavljivanje

Učesnici su pružili informisani pristanak za objavu njihovih odgovora u prikladnom maniru. Autor ima pristanak da objavi članak i sve prateće podatke i materijale.

Zahvalnost

Autor izražava zahvalnost anonimnim recenzentima za njihov vrijedan doprinos, kao i svim učesnicima i institucijama, koje su pomogle u prikupljanju relevantnih podataka.

Literatura

- 1) Ajduković, D., Löw, A., Sušac, N, 2011. Rodne razlike i prediktori partnerskog nasilja u mladenačkim vezama. *Ljetopis socijalnog rada*, 18 (3), 527-553.
- 2) Ajduković, M, 2020. Razvoj modela methodske supervizije u području skrbi za djecu. *Ljetopis socijalnog rada*, 27 (3), 381-414. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v27i3.404>
- 3) Cao, L., Wang, SK, 2020. Correlates of stalking victimization in Canada: A model of social support and comorbidity. *International Journal of Law, Crime and Justice*. 63, 100437. <https://doi.org/10.1016/j.ijlcrj.2020.100437>
- 4) Čović, A, 2020. Domestic violence in the age of COVID-19 pandemic. *Zbornik internacionalne naučne konferencije Archibald Reiss days*, 1, 489-500.
- 5) Doyle, J, 2020. Domestic violence and COVID-19 in Ireland. *Houses of the Oireachtas*, 9.06.2020, 1, 1-5.
- 6) Đorić, M., Životić, I, 2023. Uticaj pandemije COVID-19 na nasilni ekstremizam i organizovani kriminal u Republici Srbiji. *Srpska politička misao*, 1/2023, (79), 81-100. <https://doi.org/10.5937/spm79-43080>
- 7) Easteal, P., Bartels, L., Bradford, S, 2012. Language, gender and ‘reality’: Violence against women. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 40 (4), 324-337.
- 8) Grozdanić, V., Škorić, M, 2010. Nasilje u obitelji u svjetlu promjena kaznenog zakona. *Hrvatski ljetopis za kazneno pravo i praksu*, 17 (2), 669-698. <https://doi.org/10.1016/j.ijlcrj.2012.05.001>
- 9) Konstantinović Vilić, S., Petrušić, N, 2004. Krivično delo nasilja u porodici – pravna praksa u Republici Srbiji. *Ženski istraživački centar za edukaciju i komunikaciju*, Niš.
- 10) Krivični zakonik Crne Gore, 2003., 2004., 2006., 2008., 2010., 2011., 2013., 2015., 2017., 2018., 2020., 2021., 2023. i 2024., čl. 220., st. 1.
- 11) Majnarić, I, 2022. Obilježja visokokonfliktnih razvoda roditelja s maloljetnom djecom. *Ljetopis socijalnog rada*, 29 (1), 99-123. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v29i1.487>

- 12) Maljuna, I., Ajduković, M., Ostojić, D, 2019. Prepoznavanje simptoma graničnog poremećaja ličnosti roditelja u situacijama ugrožene dobrobiti djeteta: perspektiva stručnjaka iz centara za socijalnu skrb. *Ljetopis socijalnog rada*, 26 (3), 305-333. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v26i3.337>
- 13) Martinić, P, Brajša-Žganec, A, 2020. Uloga roditeljskog ponašanja i samopoštovanja oca i majke u samopoštovanju i samokontroli dječaka i djevojčica. *Ljetopis socijalnog rada*, 27 (3), 481-503. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v27i3.186>
- 14) Marzieh, N., Ebrahim, B, 2020. Domestic violence challenge and COVID-19 pandemic. *Journal of Public Health Research*, 9:1853, 374-375. <https://doi.org/10.4081/jphr.2020.1853>
- 15) Miljević Riđički, R, 2022. Suvremeni oblici očinstva – značaj za dječji razvoj. *Ljetopis socijalnog rada*, 29 (2), 247-264. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v29i2.384>
- 16) Mušič, T, 2007. Problematika nasilja u porodici u Sloveniji. Institucionalni mehanizmi zaštite od nasilja u porodici i njihova primjena u regionu, 1, 29-39.
- 17) Ndubueze, PN, 2024. Patterns of child and adolescent sexual abuse in the era of COVID-19 lockdown in Nigeria. *International Journal of Law, Crime and Justice*. 77, 100671. <https://doi.org/10.1016/j.ijlcj.2024.100671>
- 18) Pavlović Grbić, N, 2020. Nasilje u porodici u doba pandemije – uticaj preventivnih mjera za korona virus na nasilje u porodici u Bosni i Hercegovini. Friedrich Ebert Stiftung fondacija, Sarajevo.
- 19) Pillinger, J., Deligiorgis, D, 2020. The COVID-19 shadow pandemic domestic violence in the world of work a call to action for the private sector. UN women, Njujork.
- 20) Podaci dobijeni ispitivanjem javnog mnjenja sprovedenog za potrebe izrade ove studije tokom novembra i decembra 2023. godine.
- 21) Podaci dobijeni u istraživanju sprovedenom za potrebe izrade ove studije u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore, u periodu od 19.03. do 19.09.2024. godine.
- 22) Protulipac, M, 2021. Otudjenje od roditelja i obiteljska medijacija. *Ljetopis socijalnog rada*, 28 (2), 475-498. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v28i2.376>
- 23) Radović-Kletečki, M., Vejmelka, L., Družić-Ljubotina, O, 2017. Učinak siromaštva na dobrobit i kvalitetu života obitelji iz perspektive djece. *Ljetopis socijalnog rada*, 24 (2), 199-242. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v24i2.181>.
- 24) Ristov, A., Kočkowska, K, 2012. Kratak pregled zakonodavstva u Republici Makedoniji i konvencije o pravima djeteta i trenutni pravci razvoja makedonskog Porodičnog zakona. *Prava djeteta i ravnopravnost polova – između normativnog i stvarnog*, 1, 116-137.
- 25) Rješenje Uprave za statistiku Crne Gore br. 10-037/23-3268/2 od 3.10.2023. godine.
- 26) Rusac, S, 2009. Nasilje nad starijim osobama u obitelji na području grada Zagreba. *Ljetopis socijalnog rada*, 16 (3), 573-594.
- 27) Sacco, A. M., Caputo, F., Ricci, P., Sicilia, F., Aloe, L. D., Bonetta, C.F., Cordasco, F., Scalise, C., Cacciatore, G., Zibetti, A., Gratteri, S., Aquila, I, 2020. The impact of the COVID-19 pandemic on domestic violence: The dark side of home isolation during quarantine. *Medico-Legal Journal*, 88(2), 71-73. <https://doi.org/10.1177/0025817220930553>
- 28) Stašević Karličić, I., Đorđević, V., Stašević, M., Subotić, T., Filipović, Z., Ignjatović Ristić, D. i Janjić, V, 2020. Perspectives on mental health services during the COVID-19 epidemic in Serbia. *Serbian Archives of Medicine Journal of the Serbian Medical Society*, 148 (5-6), 379-382. <https://doi.org/10.2298/sarh200504028s>
- 29) Stepanović, S, 2020. Uticaj pandemije virusa korona na obrazovanje. *Nastava i vaspitanje*, 69 (2), 183-196. <https://doi.org/10.5937/nasvas2002183s>

- 30) Sušac, N, 2023. Uloga psihičkog nasilja u predviđanju predanosti i stabilnosti romantičnih veza. Ljetopis socijalnog rada, 30 (1), 83-108. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v30i1.453>
- 31) Vlah, N., Miroslavljević, A., Katić, V, 2021. Razumijevanje rizičnih ponašanja djece: perspektive odgajatelja i stručnih suradnika dječjeg vrtića. Ljetopis socijalnog rada, 28 (2), 395-415. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v28i2.367>
- 32) Vručinić, Ž, 2024. Dva lica pandemije – trendovi nasilja u porodici tokom i poslije COVID-19. Ne nasilju – kroz sistem društvenih vrijednosti i kulturu, 1, 91-103.
- 33) Vujić, T, 2020. Uticaj pandemije COVID-19 na nasilje u porodici. Sociološka luča, 14 (2), 3-16.
- 34) Zakon o socijalnoj i dječijoj zaštiti, 2013., 2015., 2016., 2017., 2021., 2023., 2024., čl.4, st.2, tč. 1, al. 6. i čl. 4., st.2., tč. 3., al. 3.
- 35) Zakon o zaštiti od nasilja u porodici, 2010., čl. 2.

Značaj Preduzetništva Među Mladima I Problem Nezaposlenosti

Nevena Brajković

Univerzitet Mediteran Podgorica,

Fakultet za ekonomiju I biznis (FEB), Crna Gora

E-mail: brajkovicnevena10@gmail.com

Apstrakt

Nezaposlenost mladih predstavlja jedan od najtežih strukturnih makroekonomskih poremećaja savremenih privreda, sa dugoročnim negativnim posljedicama po stopu privrednog rasta, socijalnu stabilnost i akumulaciju ljudskog kapitala. Cilj ovog seminarskog rada je ekonomska analiza preduzetništva kao ključnog mehanizma za apsorpciju viška ponude na omladinskom tržištu rada. Rad dekonstruiše uzroke visoke omladinske nezaposlenosti, fokusirajući se na frikционе faktore, strukturnu neusklađenost obrazovnog sistema i takozvanu "zamku iskustva". U teorijskom dijelu, preduzetništvo se analizira kroz Šumpeterovu paradigmu kreativne destrukcije, uz strogo razdvajanje preduzetništva iz nužde (push faktori) od preduzetništva šansi (pull faktori). Poseban naglasak stavljen je na analizu barijera koje sprečavaju mlade da uđu u preduzetničke poduhvate, a koje su prvenstveno vezane za asimetriju informacija na finansijskim tržištima (nedostatak kreditne istorije i kolateral) i deficit specifičnog ljudskog i socijalnog kapitala. Zaključci rada ukazuju na to da omladinsko preduzetništvo ne smije biti tretirano kao pasivna alternativa nezaposlenosti, već kao proaktivni generator agregatne tražnje i tehnoloških inovacija, što zahtijeva sveobuhvatan redizajn aktivnih mjera tržišta rada i institucionalne podrške.

Abstract

Youth unemployment is one of the most serious structural macroeconomic disorders of modern economies, with long-term negative consequences for the rate of economic growth, social stability and accumulation of human capital. The aim of this seminar paper is the economic analysis of entrepreneurship as a key mechanism for absorbing excess supply in the youth labor market. The paper deconstructs the causes of high youth unemployment, focusing on frictional factors, structural mismatch of the education system and the so-called "experience trap". In the theoretical part, entrepreneurship is analyzed through Schumpeter's paradigm of creative destruction, with a strict separation of entrepreneurship out of necessity (push factors) from entrepreneurship out of opportunity (pull factors). Special emphasis is placed on the analysis of barriers that prevent young people from entering entrepreneurial ventures, which are primarily related to information asymmetry in financial markets (lack of credit history and collateral) and the deficit of specific human and social capital. The conclusions of the paper indicate that youth entrepreneurship should not be treated as a passive alternative to unemployment, but as a proactive generator of aggregate demand and technological innovation, which requires a comprehensive redesign of active labor market measures and institutional support.

1. Uvod

Tržište rada predstavlja jedan od najkompleksnijih segmenata svake nacionalne ekonomije, a njegova stabilnost direktno determiniše nivo društvenog blagostanja. Unutar ovog tržišta, populacija mladih (prema definiciji Međunarodne organizacije rada - ILO, lica starosti između 15 i 24, odnosno do 29 ili 35 godina prema različitim nacionalnim metodologijama) predstavlja najranjiviju demografsku kohortu. Statistički podaci na globalnom nivou, kao i u zemljama u tranziciji, nedvosmisleno pokazuju da je stopa nezaposlenosti mladih u pravilu dvostruko do trostruko viša u odnosu na opštu stopu nezaposlenosti. Ovaj makroekonomski disbalans generiše ogromne oportunitetne troškove za društvo kroz neiskorišteni radni potencijal, rast fiskalnog deficita usljed socijalnih transfera i odliv mozgova (engl. *brain drain*).

Problem istraživanja u ovom radu fokusiran je na analizu potencijala preduzetništva da djeluje kao amortizer strukturne nezaposlenosti i katalizator ekonomske integracije mladih. Tradicionalni mehanizmi zapošljavanja – gdje obrazovni sistem funkcionise kao pravolinijski kanal ka sigurnom zaposlenju u javnom sektoru ili velikim korporacijama – postali su asimetrični i neefikasni u uslovima modernog, globalizovanog tržišta. Mladi se danas suočavaju sa fenomenom nesigurnog, prekarizovanog rada i rigidnim barijerama za ulazak na primarno tržište rada. U takvom ambijentu, osnivanje sopstvenog preduzeća (start-up) i preuzimanje preduzetničkog rizika nameće se ne samo kao individualni izbor karijere, već kao makroekonomska nužnost.

Predmet rada predstavlja detaljna dekonstrukcija odnosa između omladinske nezaposlenosti i preduzetničke aktivnosti. Nastojace se odgovoriti na pitanje u kojoj mjeri mladi ulaze u preduzetništvo zbog prepoznavanja inovativnih tržišnih prilika (preduzetništvo šansi), a u kojoj mjeri je to posljedica nemogućnosti pronalaska adekvatnog zaposlenja u postojećim preduzećima (preduzetništvo iz nužde). Takođe, rad će analizirati ključne ekonomske i institucionalne prepreke koje mlade preduzetnike sprečavaju u realizaciji njihovih poslovnih ideja. Metodološki okvir rada oslanja se na kvalitativnu analizu sekundarnih izvora, koristeći metode deskripcije, analize, sinteze i komparacije. Teorijska postavka izvedena je iz radova klasičnih i modernih ekonomista u oblasti ekonomije rada i teorije privrednog rasta.

Struktura rada je logički organizovana tako da prvo postavlja dijagnozu problema, a zatim analizira preduzetništvo kao potencijalnu terapiju. Nakon uvoda, drugo poglavlje detaljno analizira makroekonomske i strukturne uzroke nezaposlenosti mladih. Treće poglavlje definiše preduzetništvo u ekonomskoj teoriji i pravi razliku između njegovih tipova. Četvrto poglavlje elaborira preduzetnički potencijal mladih, dok se peto poglavlje bavi barijerama (finansijskim, ljudskim i institucionalnim) koje otežavaju omladinsko preduzetništvo. Šesto poglavlje analizira politike i mjere podrške, nakon čega slijedi zaključak.

2. Makroekonomska Dimenzija Nezaposlenosti Mladih

Nezaposlenost mladih nije puki derivat opšte nezaposlenosti, već posjeduje specifičnu ekonomsku patologiju. Da bi se sagledala dubina ovog problema, neophodno je analizirati mehanizme putem kojih mladi ulaze na tržište rada, prepreke sa kojima se susreću, te dugoročne posljedice njihovog isključivanja iz produktivnih tokova privrede.

2.1. Uzroci nezaposlenosti mladih: Frikcije, ciklusi i struktura

Ekonomska teorija klasifikuje nezaposlenost u tri osnovne kategorije: frikcionu, cikličnu i strukturnu. Kod populacije mladih, sve tri komponente bilježe pojačan intenzitet.

Frikciona nezaposlenost predstavlja neizbježan vremenski razmak između završetka formalnog obrazovanja i pronalaska prvog adekvatnog zaposlenja. Kod mladih je ova vrsta nezaposlenosti prirodno visoka jer oni prolaze kroz proces "traženja" (engl. *search theory*), gdje radnici i poslodavci prikupljaju informacije jedni o drugima na tržištu na kojem vlada asimetrija informacija. Mladi često mijenjaju poslove u ranim fazama karijere pokušavajući da pronađu optimalno uklapanje (engl. *job match*) između svojih vještina i zahtjeva radnog mjesta (Borjas, 2016).

Ciklična (kejnzijanska) nezaposlenost pogađa mlade drastičnije nego starije radnike zbog principa "posljednji ušao, prvi izlazi" (engl. *Last-In, First-Out - LIFO*). Tokom ekonomskih recesija, kada agregatna tražnja opada, preduzeća reaguju obustavom novog zapošljavanja (što direktno zatvara vrata mladima) i otpuštanjem radnika sa najkraćim stažom i najmanje specifičnim ljudskim kapitalom, a to su najčešće mladi zaposleni. Stariji radnici su zaštićeni ugovorima na neodređeno vrijeme i višim troškovima otpuštanja (otpremnine).

Ipak, najozbiljniji problem predstavlja **strukturna nezaposlenost**. Ona nastaje usljed dubokog jaza između vještina koje obrazovni sistem proizvodi i vještina koje realni sektor zahtijeva. U mnogim tranzicionim ekonomijama, obrazovni sistem je ostao rigidan i anahron, proizvodeći kadrove za industrije koje više ne postoje, dok istovremeno postoji ozbiljan deficit vještina u IT sektoru, naprednoj proizvodnji i uslužnim djelatnostima visoke dodate vrijednosti.

Pored neusklađenosti vještina, strukturna nezaposlenost mladih generisana je i tzv. "zamkom iskustva" (engl. *experience trap*). Poslodavci pri zapošljavanju teže minimizaciji troškova obuke i rizika, te stoga preferiraju kandidate sa dokazanim radnim iskustvom. Mladi se tako nalaze u začaranom krugu: ne mogu dobiti posao jer nemaju iskustva, a ne mogu steći iskustvo jer ne mogu dobiti posao.

2.2. Ekonomske posljedice: NEET generacija i fenomen "ožiljaka"

Cijena visoke nezaposlenosti mladih ne mjeri se samo trenutnim gubitkom dohotka, već posjeduje snažnu vremensku dimenziju. Ekonomska literatura prepoznaje pojavu izuzetno ranjive grupe unutar omladinske populacije takozvane NEET grupe (engl. Not in Education, Employment, or Training). Ovi mladi ljudi su potpuno isključeni iz svih sistema koji doprinose akumulaciji ljudskog kapitala. Rastom udjela NEET populacije, ekonomija direktno gubi dio svog proizvodnog potencijala, što se na makroekonomskom nivou manifestuje kao pomjeranje krive proizvodnih mogućnosti unutra.

Najteža ekonomska posljedica rane nezaposlenosti poznata je kao "efekat ožiljka" (engl. *scarring effect*). Ekonometrijska istraživanja (poput onih koje su sproveli Arulampalam i saradnici, 2001) dokazala su da pojedinac koji iskusi produženu nezaposlenost u ranim dvadesetim godinama života trpi dugoročne "ožiljke" na svojoj karijeri. Ovi ožiljci se manifestuju kroz nižu vjerovatnoću budućeg zaposlenja i trajno niže zarade tokom cijelog radnog vijeka u poređenju sa vršnjacima koji su rano ušli na tržište rada. Mehanizam iza ovog fenomena je dvostruk: prvo, ljudski kapital stečen na fakultetu usljed neupotrebe rapidno depresira (zastarijeva); drugo, poslodavci u budućnosti posmatraju "rupu u biografiji" kao negativan signal o radnim navikama i skrivenim sposobnostima kandidata.

Iz makroekonomske i fiskalne perspektive, hronična nezaposlenost mladih ugrožava međugeneracijsku solidarnost i stabilnost penzionih sistema. U sistemima tekućeg finansiranja (PAYGO), zaposleni finansiraju trenutne penzionere. Nedostatak mladih kontributora dovodi do finansijskog kolapsa penzionih fondova, što državu primorava na zaduživanje ili bolne fiskalne rezove.

3. Preduzetništvo Kao Mehanizam Apsorpcije Radne Snage

Suočene sa neuspjehom tradicionalnog tržišta rada da obezbijedi punu zaposlenost, ekonomske politike se sve više okreću preduzetništvu kao endogenom pokretaču ekonomskog rasta i mehanizmu za apsorpciju viška radne snage. Da bi se shvatio potencijal omladinskog preduzetništva, nužno je prvo postaviti teorijski okvir ovog pojma.

3.1 Ekonomska teorija preduzetništva: Šumpeter i Kirzner

U klasičnoj ekonomskoj teoriji, preduzetnik je dugo bio "nevidljiv", s obzirom na to da su se modeli opšte ravnoteže bavili statičnom alokacijom postojećih resursa, bez objašnjavanja procesa inovacija. Prvi veliki teorijski iskorak napravio je Jozef Šumpeter (Joseph Schumpeter), koji preduzetnika pozicionira u sam centar privrednog razvoja.

Prema Šumpeteru, preduzetnik nije prosto menadžer koji upravlja rutinskim procesima, već inovator koji razbija postojeću ekonomsku ravnotežu procesom "kreativne destrukcije". Preduzetnik lansira nove proizvode, uvodi nove metode proizvodnje, otvara nova tržišta i pronalazi nove izvore sirovina. U tom smislu, osnivanje inovativnog start-upa od strane mladih preduzetnika ne predstavlja samo stvaranje jednog radnog mjesta za samog osnivača, već uništavanje starih, neefikasnih modela poslovanja i kreiranje potpuno novih privrednih grana koje posljedično zapošljavaju stotine drugih radnika.

Drugu važnu teorijsku perspektivu dao je Izrael Kirzner (Israel Kirzner), predstavnik austrijske ekonomske škole. Kirzner definiše preduzetništvo kao "**preduzetničku budnost**" (engl. *entrepreneurial alertness*). Za njega, preduzetnik je pojedinac koji posjeduje specifičnu percepciju da uoči cjenovne i informacione disproporcije na tržištu – odnosno, da primijeti potrebu koju niko drugi nije zadovoljio i da resurse preusmjeri tamo gdje su najpotrebniji (Kirzner, 1973). Mladi, budući da odrastaju u specifičnom tehnološkom okruženju (posebno u digitalnoj sferi), posjeduju izraženu "budnost" za uočavanje prilika na tržištima mobilnih aplikacija, softvera i digitalnih usluga, koje starije generacije ne vide.

3.2 Dihotomija: Preduzetništvo iz nužde naspram preduzetništva šansi

Kada analiziramo vezu između omladinske nezaposlenosti i preduzetništva, fundamentalno je razlikovati motivaciju za ulazak u biznis. Globalni monitor preduzetništva (Global Entrepreneurship Monitor - GEM) pravi ključnu podjelu na "push" i "pull" faktore.

Preduzetništvo iz nužde (Push entrepreneurship / Necessity-driven): Javlja se kada pojedinac osniva sopstveni biznis isključivo zato što ne postoji druga opcija za ostvarivanje dohotka na tržištu rada. Mladi koji su hronično nezaposleni često bivaju "gurnuti" (push) u preduzetništvo. Ovakvi poduhvati obično se realizuju u sektorima sa niskim barijerama za ulazak (trgovina na malo, jednostavne usluge, popravke), ne zahtijevaju visok nivo tehnologije, karakteriše ih niska dodata vrijednost i visoka stopa smrtnosti preduzeća u prvim godinama poslovanja. Makroekonomski gledano, preduzetništvo iz nužde ublažava socijalnu krizu i smanjuje statističku nezaposlenost, ali ne generiše snažan privredni rast niti kreira nova radna mjesta za druge.

Preduzetništvo šansi (Pull entrepreneurship / Opportunity-driven): Predstavlja optimalan makroekonomski scenario. U ovom slučaju, mladi pojedinac (čak i ako već ima siguran posao ili može lako da ga dobije) odlučuje da osnuje preduzeće jer je "privučen" (pull) atraktivnom tržišnom prilikom. On uočava prostor za inovaciju, posjeduje znanje da komercijalizuje novu tehnologiju i usmjeren je na rast (tzv. *gazele* - brzorastuća preduzeća). Ovo preduzetništvo je direktan pokretač zapošljavanja, jer inovativni start-upi vremenom apsorbuju i zapošljavaju i druge nezaposlene mlade ljude, prelazeći iz mikro u mala, pa i srednja preduzeća.

Problem u zemljama u razvoju i tranzicionim ekonomijama jeste disproporcija: zbog visoke stope nezaposlenosti, dominantan oblik omladinskog preduzetništva je preduzetništvo iz nužde. Prelazak sa preduzetništva iz nužde na preduzetništvo šansi predstavlja vrhunski izazov za nosioce ekonomske politike.

4. Preduzetnički Potencijal I Komparativne Prednosti Mladih

Da bi mjere za podsticanje zapošljavanja kroz samozapošljavanje bile efikasne, nosioci ekonomske politike moraju razumjeti zašto su upravo mladi pogodni nosioci inovativnog preduzetništva, uprkos svom neiskustvu. Iz ekonomske perspektive, omladinska populacija posjeduje set specifičnih komparativnih prednosti koje se savršeno uklapaju u zahtjeve moderne, na znanju zasnovane ekonomije (engl. *knowledge economy*).

Prvo, asimilacija informacionih tehnologija. Mladi preduzetnici (generacije Y i Z) su takozvani "digitalni urođenici" (engl. *digital natives*). Njihov proces socijalizacije odvijao se paralelno sa razvojem interneta, pametnih uređaja i društvenih mreža. Shodno tome, njihovi granični troškovi učenja i usvajanja novih tehnoloških rješenja – poput e-trgovine, digitalnog marketinga, razvoja softvera i poslovanja u oblaku (*cloud computing*) – znatno su niži u poređenju sa starijim generacijama. U sektorima gdje se inovacije baziraju na digitalizaciji, mladi posjeduju prirodni monopol nad aktuelnim znanjem.

Drugo, niži oportunitetni troškovi rizika. U teoriji izbora, oportunitetni trošak predstavlja vrijednost najbolje alternativne opcije koja je propuštena donošenjem određene odluke. Kada osoba od 45 godina, koja ima stabilan posao, stambeni kredit i porodicu, razmišlja o osnivanju preduzeća, njen oportunitetni trošak (gubitak sigurne plate i ugrožavanje egzistencije) je ekstremno visok, što povećava averziju prema riziku. Nasuprot tome, mlada nezaposlena osoba ima veoma nizak

oportunitetni trošak. Budući da nema izgrađenu karijeru ni velike finansijske obaveze, "kazna" za eventualni neuspjeh start-upa je minimalna. Ova asimetrija u sklonosti ka riziku čini mlade prirodno sklonijim upuštanju u inovativne i neizvjesne poduhvate koji posjeduju potencijal za visoke prinose (Acs & Audretsch, 2003).

Treće, fleksibilnost i inovativnost u razmišljanju. Stariji i iskusniji radnici često pate od kognitivne pristrasnosti i robuju takozvanoj "zavisnosti od putanje" (engl. *path dependency*). Njihovo dugogodišnje iskustvo u korporacijama može ih učiniti rigidnim, nesposobnim da sagledaju alternativne, disruptivne modele poslovanja. Mladi preduzetnici ne nose taj teret korporativne istorije. Njihova neopterećenost postojećim industrijskim normama (tzv. "slijepim pjegama") omogućava im da lakše prepoznaju nekonvencionalna rješenja, što u potpunosti odgovara Šumpeterovom modelu preduzetnika koji razara *status quo*.

5. Makroekonomske I Mikroekonomske Barijere

Iako mladi posjeduju izražen preduzetnički potencijal, statistika Globalnog monitora preduzetništva (GEM) pokazuje visok nivo "preduzetničke namjere", ali izuzetno nizak nivo stvarne realizacije poduhvata kod ove populacije. Razlog leži u postojanju ozbiljnih tržišnih neuspjeha (engl. *market failures*) i strukturnih barijera sa kojima se suočavaju isključivo mladi osnivači. Ove barijere mogu se klasifikovati u tri domena: finansijski kapital, ljudski kapital i socijalni kapital.

5.1. Finansijske barijere: Asimetrija informacija i kreditno racionisanje

Najznačajnija prepreka osnivanju i rastu omladinskih preduzeća leži u nemogućnosti pribavljanja početnog kapitala. Tržište finansijskog posredovanja (komercijalne banke) po svojoj prirodi nije dizajnirano da podržava preduzetništvo mladih. Ekonomski mehanizam koji stoji iza ove diskriminacije objašnjen je u čuvenom modelu Stiglica i Vajsa (Stiglitz & Weiss, 1981) o kreditnom racionisanju.

Kreditno tržište karakteriše duboka asimetrija informacija. Mladi preduzetnik ima mnogo više informacija o svojoj poslovnoj ideji i njenom potencijalu od banke od koje traži kredit. Banka ne može pouzdano i bez troškova da razdvoji "dobre" od "loših" projekata (problem negativne selekcije), niti može biti sigurna da preduzetnik nakon dobijanja novca neće promijeniti ponašanje i preuzeti veći rizik (problem moralnog hazarda).

Da bi riješile ovaj problem asimetrije informacija, banke koriste dva mehanizma: kreditnu istoriju i kolateral (materijalno obezbjeđenje). Ovdje mladi preduzetnici udaraju u nepremostiv zid.

1. Zbog svojih godina, mladi nemaju finansijsku istoriju ("track record") koja bi banci signalizirala njihovu kreditnu sposobnost i finansijsku disciplinu.
2. Većina mladih, na početku karijere, ne posjeduje sopstvene nekretnine, zemlju ili vrijednu opremu koju bi mogli založiti kao kolateral.

Budući da mladi ne mogu ispuniti ova dva uslova, banke pribjegavaju kreditnom racionisanju – jednostavno odbijaju da finansiraju njihove poduhvate, bez obzira na to koliko bi bili spremni da plate visoku kamatnu stopu. Zbog nemogućnosti pristupa formalnom finansijskom tržištu, mladi preduzetnici se moraju oslanjati na "FFF kapital" (engl. *Family, Friends, and Fools*), što znatno ograničava obim i domet njihovog poslovanja, te održava njihove start-upe u fazi preduzetništva iz nužde.

5.2. Deficit specifičnog ljudskog kapitala i preduzetničkih kompetencija

Ljudski kapital ne podrazumijeva samo nivo formalnog obrazovanja. Ekonomska teorija (prvenstveno zasnovana na radovima Garija Bekera) razlikuje opšti i specifični ljudski kapital. Mladi danas izlaze iz obrazovnog sistema sa visokim nivoom opšteg ljudskog kapitala (fakultetske diplome iz ekonomije, prava, inženjerstva), ali sa ozbiljnim deficitom specifičnog preduzetničkog kapitala.

Teorija Džeka Lazara (Lazear, 2004), poznata kao model "Preduzetnik - Džek svih zanata" (engl. *Jack-of-all-trades model*), objašnjava ovaj deficit. Laziar tvrdi da radnici (zaposleni) treba da budu specijalisti u jednoj uskoj oblasti. Nasuprot tome, da bi preduzetnik bio uspješan, on mora biti "generalista" – mora poznavati dovoljno o proizvodnji, marketingu, finansijama, menadžmentu ljudskih resursa i pravnim regulativama, jer u početnim fazama on mora lično obavljati sve te funkcije.

Obrazovni sistem proizvodi uske specijaliste. Mladi čovjek koji odlično programira rijetko posjeduje znanja o tome kako da napravi biznis plan, kako da registruje firmu, plati porez ili pregovara sa klijentima. Zbog nedostatka radnog iskustva (kroz koje bi prirodno stekli uvid u funkcionisanje tržišta i organizacije preduzeća), mladi se u praksi susreću sa tzv. "šokom realnosti". Nemogućnost efikasnog upravljanja novčanim tokovima (cash-flow menadžment) najčešći je uzrok propasti omladinskih preduzeća u prvih osamnaest mjeseci poslovanja.

5.3. Deficit socijalnog kapitala i institucionalni okvir

Poslovanje se ne odvija u vakuumu, već u mreži međuljudskih i međukompanijskih odnosa. Socijalni kapital podrazumijeva mrežu kontakata, povjerenje klijenata i dobavljača, te pristup neformalnim kanalima informacija. Ulaskom na tržište, mladi preduzetnici pate od "efekta novajlije" (engl. *liability of newness*). Dobavljači im ne odobravaju odloženo plaćanje jer nemaju izgrađeno povjerenje u njihovu solventnost, klijenti preferiraju etablirane brendove, a mladi nemaju mrežu poslovnih mentora kojoj bi se obratili u kriznim situacijama.

Pored toga, institucionalni okvir (regulativa) često predstavlja nesavladivu barijeru. Prekomjerna birokratija prilikom registracije preduzeća, netransparentni poreski sistemi i visoki parafiskalni nameti obeshrabruju mlade. Ekonomista Hernando de Soto dokazao je da komplikovane procedure direktno guraju male preduzetnike u sivu ekonomiju. Za mladog preduzetnika, koji posluje na margini isplativosti, trošak usklađivanja sa kompleksnim propisima (engl. *compliance costs*) nerijetko je veći od same ostvarene zarade, što u startu guši preduzetničku namjeru.

6. Institucionalne Politike I Ekosistem Podrške Mladima

Kako bi se tržišni neuspjesi korigovali i kako bi omladinsko preduzetništvo preuzelo ulogu makroekonomskog generatora zaposlenosti, država i relevantne institucije moraju napustiti pasivne socijalne politike i kreirati integrisan **preduzetnički ekosistem**. Podrška ne smije biti fragmentirana; ona mora simultano napasti sve tri identifikovane barijere – finansijsku, edukativnu i institucionalnu.

6.1. Alternativni izvori finansiranja: Od mikrofinansiranja do rizičnog kapitala

S obzirom na nesposobnost tradicionalnog bankarskog sektora da finansira mlade bez kolaterala, intervencija države mora ići u pravcu kreiranja i podsticanja alternativnih finansijskih mehanizama:

1. **Garantni fondovi:** Država može osnovati specijalizovane fondove koji komercijalnim bankama daju garanciju (na primjer, do 70% iznosa kredita) za plasmane usmjerene ka mladim preduzetnicima. Ovaj mehanizam smanjuje kreditni rizik za banku (jer država preuzima dio rizika), čime se rješava problem nedostatka kolaterala.
2. **Bespovratna sredstva (Grants) i "Seed" kapital:** Kroz aktivne mjere tržišta rada (npr. preko zavoda za zapošljavanje), nezaposlenim mladim licima država treba da omogući inicijalne grantove za nabavku osnovne opreme. S obzirom na visoku elastičnost tražnje za kapitalom u najranijim fazama poslovanja, čak i mali iznosi grantova pokazuju enormne stope povrata u smislu preživljavanja start-upa.
3. **Venture Capital (VC) i Poslovni anđeli:** Za podsticanje preduzetništva šansi (inovativnih tehnoloških start-upa), neophodan je razvoj tržišta rizičnog kapitala. Poslovni anđeli (engl. *Business Angels*) nisu samo finansijeri, već i iskusni preduzetnici koji mladima, osim novca, ustupaju i svoj socijalni kapital (kontakte) i poslovno iskustvo, čime direktno popunjavaju prazninu u ljudskom i socijalnom kapitalu mladih osnivača.

6.2. Infrastrukturna podrška: Poslovni inkubatori i klasteri

Rješavanje problema "liability of newness" (efekta novajlije) i nedostatka fizičkog i socijalnog kapitala u praksi se najefikasnije sprovodi kroz razvoj institucija za podršku poslovanju, među kojima ključnu ulogu imaju poslovni inkubatori i tehnološki parkovi.

Poslovni inkubatori djeluju kao "zaštićeno okruženje" u kojem mladi preduzetnici u najranjivijoj fazi (prvih nekoliko godina poslovanja) mogu da razviju svoje poduhvate prije nego što budu izloženi surovoj tržišnoj konkurenciji. Ekonomski racionalitet inkubatora ogleda se u ekonomiji obima. Umjesto da svaki mladi preduzetnik samostalno plaća skupe režijske troškove, iznajmljuje konferencijske sale, nabavlja licence za softver ili plaća pravne i računovodstvene usluge, inkubator omogućava dijeljenje ovih resursa. Time se drastično smanjuju fiksni troškovi poslovanja.

Osim fizičke infrastrukture, inkubatori obezbjeđuju neprocjenjivu mrežu kontakata (networking). Smještaj većeg broja omladinskih preduzeća na jednoj lokaciji stvara pozitivne eksterne efekte – dolazi do preliivanja znanja (engl. knowledge spillovers). Mladi preduzetnici jedni drugima postaju prvi klijenti, dobavljači i savjetnici, čime se prirodno nadomješta nedostatak inicijalnog socijalnog kapitala. Ukoliko se u ovaj proces uključe i univerziteti, generiše se snažna sinergija između teorijskog znanja i komercijalizacije naučnih istraživanja (tzv. *spin-off* kompanije).

6.3. Intervencije u obrazovnom sistemu

Dugoročno suzbijanje omladinske nezaposlenosti nemoguće je bez transformacije obrazovne paradigme. U klasičnom obrazovnom modelu, preduzetništvo se izučavalo isključivo u okviru uskih, specijalizovanih smjerova na ekonomskim fakultetima. Međutim, empirijska praksa dokazuje da su nosioci tehnoloških inovacija najčešće studenti inženjerstva, informacionih tehnologija i prirodnih nauka, koji tokom formalnog obrazovanja ne dobijaju ni osnovna znanja iz komercijalizacije ideja.

Moderna ekonomska politika insistira na implementaciji preduzetničkog obrazovanja na svim nivoima školstva (od srednjeg do visokog), i to ne kao teorijskog predmeta, već kao metodologije učenja zasnovane na rješavanju problema. Cilj nije da svaki student obavezno osnuje preduzeće (što je makroekonomski i nemoguće i nepotrebno), već podsticanje preduzetničkog načina razmišljanja (engl. entrepreneurial mindset).

Mladi koji prođu kroz ovakav sistem, čak i ukoliko se odluče za rad u korporativnom ili javnom sektoru, posjedovaće kompetencije *intra-preduzetnika* (osoba koja unosi preduzetnički, inovativni duh u postojeće organizacije), čime direktno doprinose podizanju opšte produktivnosti privrednog sistema.

7. Zaključak

Problem nezaposlenosti mladih predstavlja jedan od najozbiljnijih izazova za makroekonomsku stabilnost i socijalnu koheziju savremenih privreda. Visoke stope isključenosti mladih sa tržišta rada ne znače samo privremeni gubitak raspoloživog dohotka, već kroz mehanizam "efekta ožiljka" trajno degradiraju kvalitet radne snage, generišu demografski odliv i ozbiljno narušavaju održivost javnih finansija i penzionih sistema. U uslovima kada tradicionalno tržište rada ne može da apsorbuje narastajuću ponudu mladih, a rigidnost obrazovnog sistema produbljuje strukturnu nezaposlenost, preduzetništvo se nameće kao fundamentalni mehanizam ekonomske re-integracije.

Analiza sprovedena u ovom seminarskom radu potvrdila je tezu da mladi posjeduju specifične komparativne prednosti – poput visoke tehnološke pismenosti, izražene "preduzetničke budnosti", nižeg oportunitetnog troška rizika i sposobnosti razbijanja zavisnosti od starih korporativnih putanja. Ove karakteristike čine ih idealnim nosiocima Šumpeterovog modela kreativne destrukcije, koji je prijeko potreban za transformaciju ekonomije ka industrijama visoke dodate vrijednosti.

Ipak, potencijal mladih ostaje ozbiljno sputan postojanjem rigidnih tržišnih neuspjeha. Zbog izrazite asimetrije informacija na finansijskim tržištima, nedostatka kreditne istorije i kolaterala, mladi su podvrgnuti strogoj kreditnoj racionisanju, što ih u najvećoj mjeri gura u "preduzetništvo iz nužde" – neinovativne poduhvate koji služe pukom preživljavanju. Pored finansijskog uskog grla, nedostatak

specifičnog ljudskog kapitala (multidisciplinarnih preduzetničkih vještina) i odsustvo socijalnog kapitala (mreže kontakata) predstavljaju fatalne barijere preživljavanju start-upa u prvoj godini poslovanja.

Slijedom navedenog, ključni zaključak rada je da samo oslanjanje na preduzetničku volju mladih nije dovoljno. Država mora intervenirati napuštanjem modela pasivne socijalne pomoći u korist aktivnih, integrisanih mjera tržišta rada. To podrazumijeva kreiranje cjelovitog preduzetničkog ekosistema: uspostavljanje garantnih fondova radi amortizacije kreditnog rizika, razvoj tržišta rizičnog kapitala (Venture Capital), širenje mreže poslovnih inkubatora i radikalnu reformu obrazovnog sistema koja će proizvoditi generacije sa preduzetničkim načinom razmišljanja. Tek kada se uspostavi adekvatan institucionalni okvir koji koriguje tržišne nedostatke, preduzetništvo mladih pretaće da bude iznuđena alternativa nezaposlenosti i postaće proaktivni generator tehnološkog razvoja i zapošljavanja novih generacija.

Literatura

- [1] Acs, Z. J., & Audretsch, D. B. (2003). Innovation and Technological Change. In *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 55-79). Springer.
- [2] Arulampalam, W., Gregg, P., & Gregory, M. (2001). Unemployment Scarring. *The Economic Journal*, 111(475), F577-F584.
- [3] Borjas, G. J. (2016). *Labor Economics* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- [4] Kirzner, I. M. (1973). *Competition and Entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- [5] Lazear, E. P. (2004). Balanced Skills and Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 94(2), 208-211.
- [6] Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
- [7] Stiglitz, J. E., & Weiss, A. (1981). Credit Rationing in Markets with Imperfect Information. *The American Economic Review*, 71(3), 393-410.
- [8] Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Uloga I Značaj Marketinga U Ekonomiji

Prof. Ismet Kalezic

Univerzitet Mediteran, Podgorica, Crna Gora

Apstract

Marketing predstavlja ključnu funkciju savremene ekonomije, povezujući proizvodnju i potrošnju, oblikujući tržište i podstičući inovacije. Ovaj rad analizira pojam marketinga, osnovne funkcije, marketing miks, značaj marketinga u ekonomiji, savremene trendove, prednosti i nedostatke marketinga. Poseban osvrt dat je na primenu digitalnog marketinga, marketinga odnosa i primere iz crnogorskog tržišta. Analiza pokazuje da marketing ne samo da doprinosi ekonomskom rastu i konkurenciji, već i oblikuje potrošačke navike i stavove, dok njegova pravilna primena povećava efikasnost resursa i inovativnost preduzeća.

Ključne reči: marketing, ekonomija, marketing miks, digitalni marketing, potrošači, inovacije

Abstract

Marketing is a key function of the modern economy, linking production and consumption, shaping the market and stimulating innovation. This paper analyzes the concept of marketing, basic functions, marketing mix, the importance of marketing in the economy, modern trends, advantages and disadvantages of marketing. Special attention is paid to the application of digital marketing, relationship marketing and examples from the Montenegrin market. The analysis shows that marketing not only contributes to economic growth and competition, but also shapes consumer habits and attitudes, while its proper application increases resource efficiency and innovativeness of the company.

Keywords: marketing, economy, marketing mix, digital marketing, consumers, innovations

Uvod

Marketing je jedna od najvažnijih funkcija savremene ekonomije i predstavlja neizostavan element poslovne strategije svake kompanije. Njegova osnovna svrha nije samo prodaja proizvoda ili usluga, već kreiranje vrednosti za potrošače i usklađivanje ponude sa stvarnim potrebama tržišta. U savremenim tržišnim uslovima, gde konkurencija postaje sve oštrija, a potrošači informisaniji i zahtevniji, marketing se razvija u složen proces koji obuhvata istraživanje tržišta, razvoj proizvoda, određivanje cena, promociju, distribuciju i upravljanje odnosima sa kupcima.

Povezivanje proizvodnje i potrošnje kroz marketing doprinosi efikasnom funkcionisanju ekonomije. Preduzeća koja uspešno primenjuju marketinške strategije ne samo da povećavaju svoj profit i tržišni udeo, već i aktivno doprinose ekonomskom rastu, stvaranju radnih mesta i povećanju konkurentnosti privrede. S druge strane, marketing utiče na ponašanje potrošača, oblikuje njihove navike i stavove, te podstiče inovacije i razvoj novih proizvoda i usluga.

Savremeni marketing je pod uticajem globalizacije i digitalizacije, što zahteva stalno prilagođavanje novim tehnologijama, kanalima komunikacije i trendovima u ponašanju

potrošača. Internet, društvene mreže, e-trgovina i digitalno oglašavanje omogućavaju preduzećima bržu i precizniju interakciju sa potrošačima, dok prikupljanje i analiza podataka omogućava personalizaciju proizvoda i usluga.

U ovom radu biće analiziran pojam marketinga, njegove osnovne funkcije i značaj za ekonomiju, uključujući i savremene trendove i primere iz crnogorskog tržišta. Posebna pažnja posvećena je marketing miksu i njegovoj primeni, digitalnom marketingu i marketingu odnosa, kao i prednostima i nedostacima marketinga. Cilj rada je da se prikaže kako marketing doprinosi ekonomskom razvoju, konkurentnosti preduzeća i boljem zadovoljavanju potreba potrošača.

Kroz analizu teorijskih koncepata i praktičnih primera, rad će pokazati da marketing nije samo alat za ostvarivanje profita, već i strateški instrument koji omogućava preduzećima da se prilagode tržištu, povećaju efikasnost resursa, razvijaju inovacije i doprinose ukupnom ekonomskom razvoju.

1. Pojam Marketinga

Marketing se definiše kao proces planiranja i realizacije ideja, proizvoda i usluga, određivanja njihovih cena, promocije i distribucije s ciljem zadovoljenja potreba potrošača i ostvarivanja profita. Prema Philipu Kotleru, marketing je „društveni i menadžerski proces pomoću kojeg pojedinci i grupe dobijaju ono što žele kroz kreiranje, ponudu i razmenu proizvoda vrednosti s drugima“.

Savremeni marketing uključuje:

- **Marketing proizvoda:** razvoj i dizajn proizvoda, prilagođen potrebama tržišta.
- **Marketing usluga:** fokus na kvalitet i iskustvo korisnika.
- **Marketing odnosa:** dugoročna lojalnost kupaca.
- **Digitalni marketing:** internet, društvene mreže, SEO, online oglašavanje.

2. Osnovne Funkcije Marketinga

1. Istraživanje tržišta

Istraživanje tržišta omogućava preduzećima prikupljanje podataka o:

- potrebama i željama potrošača
- ponašanju kupaca
- konkurenciji i trendovima

Studija slučaja: Crnogorski lanac supermarketa „Voli“ koristi analizu prodaje i ankete kupaca kako bi prilagodio asortiman lokalnim preferencijama, što je rezultiralo povećanjem prodaje za 12% u 2022. godini.

2. Razvoj proizvoda

Marketing učestvuje u kreiranju proizvoda koji zadovoljavaju tržišne zahteve: dizajn, kvalitet, funkcionalnost i pakovanje.

3. Formiranje cijena

Cijena proizvoda određuje tržišni položaj i profitabilnost. Strategije određivanja cena uključuju:

Penetraciona strategija – niska cena za brzo sticanje tržišta

Premium strategija – visoka cena za luksuzne proizvode

4. Promocija

Promocija informiše i motiviše kupce. Savremeni marketing naglašava digitalne kanale: društvene mreže, online kampanje, content marketing.

Studija slučaja: Telekom operator „Crnogorski Telekom“ povećao je broj digitalnih pretplatnika za 20% nakon ciljanih online kampanja i promocija putem društvenih mreža.

5. Distribucija

Efikasna distribucija omogućava proizvodima da stignu do potrošača. Online trgovina, logistika i skladištenje su ključni elementi.

Primer: Platforma „KupujemProdajem.me“ omogućava malim preduzećima širom Crne Gore direktan plasman proizvoda kupcima, što smanjuje troškove distribucije i povećava dostupnost proizvoda.

Marketing miks – 4P i 7P

Marketing miks je kombinacija četiri osnovna elementa: **proizvod, cijena, distribucija i promocija**. Savremena teorija dodaje: **ljudi, procesi i fizički dokaz**.

Primer primene 4P u Crnoj Gori:

Proizvod: lokalni organski med „Medius“

Cijena: premium zbog kvaliteta i sertifikata

Distribucija: supermarketi, online prodaja

Promocija: degustacije i digitalni marketing na društvenim mrežama

3. ZNAČAJ MARKETINGA U EKONOMIJI

Marketing ima centralnu ulogu u savremenoj ekonomiji jer povezuje proizvođače i potrošače, podstiče konkurenciju i doprinosi efikasnom funkcionisanju tržišta. Njegov značaj ogleda se u više ključnih aspekata:

1. Povezivanje ponude i tražnje

Jedna od osnovnih funkcija marketinga jeste usklađivanje proizvodnje sa stvarnim potrebama potrošača. Kroz istraživanje tržišta i analizu podataka, preduzeća mogu prilagoditi proizvode, količine i strategije distribucije, čime se smanjuje nesklad između ponude i tražnje. Na taj način se smanjuju gubici, optimizuju resursi i povećava ukupna efikasnost ekonomije.

Primer: Proizvođači prehrambenih proizvoda u Crnoj Gori koriste podatke o kupovini i preferencijama potrošača da prilagode asortiman supermarketa, čime se smanjuje višak zaliha i smanjuju troškovi.

2. Podsticanje konkurencije i inovacija

Marketing podstiče preduzeća da razvijaju inovativne proizvode i usluge kako bi zadržala i povećala tržišni udeo. Konkurencija doprinosi boljem kvalitetu proizvoda, nižim cenama i većem izboru za potrošače. Osim toga, preduzeća koja primenjuju savremene marketinške strategije često uvode tehnološke inovacije i kreativna rešenja u dizajnu i promociji proizvoda.

Primer: Na crnogorskom tržištu, kompanije poput „Plantaža“ i „Voli“ stalno uvode nove proizvode i promotivne kampanje, čime povećavaju konkurentnost i diversifikaciju ponude.

3. Podrška ekonomskom rastu i razvoju

Marketing direktno utiče na povećanje prodaje i proizvodnje, što doprinosi rastu BDP-a i stvaranju novih radnih mesta. Povećanje potražnje podstiče investicije i širenje proizvodnih kapaciteta, što ima multiplikativni efekat na ekonomiju.

Podaci: Prema MONSTAT-u, sektor maloprodaje u Crnoj Gori beleži rast prihoda od 10% između 2021. i 2023. godine, što je delimično rezultat uspešnih marketinških strategija.

4. Efikasno korišćenje resursa

Marketing omogućava preduzećima da proizvode ono što tržište zaista traži. Umesto da resurse ulažu u proizvode sa niskom potražnjom, preduzeća koriste podatke i analitiku za racionalnu alokaciju resursa, smanjujući otpade i povećavajući produktivnost.

Primer: Preduzeća koja koriste digitalne kanale i online prodaju bolje planiraju proizvodnju i skladištenje, što smanjuje nepotrebne troškove i povećava efikasnost.

5. Uticaj na ponašanje potrošača

Marketing oblikuje potrošačke odluke i navike, utiče na preferencije i lojalnost kupaca. Kroz promociju, edukaciju i personalizovane kampanje, marketing ne samo da informiše potrošače, već i stvara emocionalnu povezanost sa brendom.

Primer: Kompanija „Crnogorski Telekom“ koristi personalizovane ponude i digitalne kampanje da poveća angažman korisnika, što rezultira većom zadržanošću pretplatnika.

6. Globalni i lokalni razvoj tržišta

Marketing doprinosi ne samo lokalnoj, već i globalnoj ekonomiji. U Crnoj Gori, preduzeća koja primenjuju savremene marketing strategije lakše ulaze na međunarodna tržišta, što povećava izvoz i jača ekonomsku poziciju zemlje.

Studija slučaja: „Plantaže“ koristi strategije digitalnog marketinga i brendiranja kako bi plasirala vina na međunarodna tržišta, povećavajući izvoz za 15% u poslednjih nekoliko godina.

Zaključak segmenta

Sve navedene funkcije marketinga pokazuju da njegova uloga prevazilazi granice klasične prodaje i oglašavanja. Marketing je ključni alat za razvoj tržišta, ekonomsku stabilnost i konkurentnost preduzeća. Kroz pravilnu primenu marketinških strategija, preduzeća doprinose povećanju proizvodnje, inovacijama, boljoj raspodeli resursa i zadovoljstvu potrošača. U savremenoj ekonomiji, gde su digitalne tehnologije i globalizacija sve prisutnije, značaj marketinga je veći nego ikada.

4. Savremeni Marketing

Savremeni marketing se značajno razlikuje od tradicionalnog, jer se fokus pomerio sa same prodaje i oglašavanja na celokupan proces kreiranja vrednosti za potrošača i izgradnje dugoročnih odnosa. Digitalna transformacija, globalizacija tržišta i promena u ponašanju potrošača doveli su do toga da marketing postane strateška funkcija koja integriše tehnologiju, inovaciju i analitiku.

Jedan od ključnih aspekata savremenog marketinga je digitalni marketing, koji koristi internet, društvene mreže, mobilne aplikacije, e-mail marketing, SEO (optimizaciju za pretraživače) i PPC (plaćeno oglašavanje) kako bi dopreo do ciljne publike. Digitalni marketing omogućava kompanijama da precizno targetiraju potrošače, prate njihovo ponašanje, analiziraju efikasnost kampanja u realnom vremenu i personalizuju ponude. Na primer, e-trgovine kao što su Amazon i eBay koriste algoritme za preporuke proizvoda bazirane na prethodnim pretragama i kupovinama, čime povećavaju verovatnoću prodaje i zadovoljstvo kupaca.

Drugi važan trend je marketing odnosa (Relationship Marketing), koji se fokusira na dugoročne odnose sa potrošačima, umesto na jednokratnu prodaju. Cilj marketinga odnosa je izgradnja lojalnosti kupaca, veće interakcije i povećanje životne vrednosti kupca za preduzeće (Customer Lifetime Value). Kompanije danas ulažu u CRM (Customer Relationship Management) sisteme kako bi pratili i unapređivali interakcije sa klijentima, personalizovali komunikaciju i ponudili dodatne vrednosti kroz lojalni programe i ekskluzivne promocije.

Primer iz Crne Gore: Telekom operator „Crnogorski Telekom“ koristi digitalne kanale i CRM sistem za ciljanu komunikaciju sa korisnicima, slanjem personalizovanih ponuda i upozorenja o novim paketima. Kao rezultat, broj digitalnih pretplatnika porastao je za 20% u poslednje dve godine, što pokazuje efikasnost savremenih marketing strategija.

Savremeni marketing takođe uključuje **content marketing** – kreiranje kvalitetnog, edukativnog i zabavnog sadržaja koji privlači i angažuje korisnike. Ovaj oblik marketinga podiže svest o brendu, gradi poverenje i stvara emocionalnu povezanost sa potrošačima. Na

primer, brendovi kao što su Coca-Cola i Nike kreiraju kampanje koje ne promovišu samo proizvode, već i vrednosti i životni stil, čime podstiču dugoročnu lojalnost.

Još jedan značajan aspekt savremenog marketinga je **upotreba analitike i veštačke inteligencije (AI)**. Preduzeća danas koriste velike baze podataka i analitičke alate kako bi bolje razumela potrebe potrošača, predvidela trendove i optimizovala marketinške kampanje. AI omogućava automatizaciju preporuka proizvoda, optimizaciju cena u realnom vremenu i personalizovane interakcije sa korisnicima.

Savremeni marketing takođe stavlja veliki naglasak na **održivost i društvenu odgovornost**. Potrošači sve više biraju brendove koji poštuju etičke standarde, ekološke principe i doprinose društvu. Kompanije uključuju ove vrednosti u svoje marketinške strategije kako bi povećale privlačnost proizvoda i unapredile imidž brenda.

U savremenim uslovima, uspešan marketing je kombinacija:

- digitalne tehnologije i analitike
- personalizacije i marketinga odnosa
- kreativnog i relevantnog sadržaja
- održivosti i društvene odgovornosti

Ove komponente omogućavaju preduzećima da bolje razumeju tržište, povežu se sa potrošačima, povećaju konkurentnost i dugoročno unaprede poslovanje.

Prednosti i nedostaci marketinga

Prednosti:

- Zadovoljenje potreba potrošača
- Veći izbor proizvoda
- Podsticanje inovacija i konkurencije
- Efikasnije tržišno funkcionisanje

Nedostaci:

- Manipulacija potrošačima
- Stvaranje nepotrebnih potreba
- Pretjerana potrošnja
- Troškovi promocije

5. Zaključak

Marketing je ključna funkcija savremene ekonomije, jer predstavlja most između proizvodnje i potrošnje, omogućavajući preduzećima da razumeju potrebe tržišta, razviju proizvode koji zadovoljavaju te potrebe i efikasno ih plasiraju potrošačima. U savremenom tržišnom okruženju, gde je konkurencija sve intenzivnija, a potrošači informisaniji, marketing nije samo alat za prodaju, već integralna strategija koja utiče na sve aspekte poslovanja – od razvoja proizvoda, formiranja cena, promocije, distribucije do izgradnje dugoročnih odnosa sa kupcima.

Istraživanje tržišta predstavlja osnovni temelj marketinga jer omogućava preduzećima da prikupe relevantne informacije o potrebama i ponašanju potrošača, identifikuju trendove i analiziraju konkurenciju. Na osnovu ovih podataka donose se strateške odluke koje utiču na razvoj proizvoda i planiranje promocija. Razvoj proizvoda u okviru marketinga omogućava preduzećima da kreiraju inovativne i diferencirane proizvode, čime se stvara konkurentna prednost i povećava zadovoljstvo kupaca. Formiranje cena, kao ključna komponenta marketinga, utiče na potražnju, profitabilnost i percepciju proizvoda na tržištu, dok promocija i distribucija osiguravaju da proizvodi dođu do potrošača na pravom mestu i u pravo vreme.

Marketing miks, odnosno kombinacija četiri osnovna elementa – proizvod, cena, distribucija i promocija – u savremenom poslovanju proširen je i na ljude, procese i fizički dokaz, posebno kada je reč o uslugama. Pravilna primena marketing miksa omogućava kompanijama da postignu konkurentsku prednost, izgrade lojalnost kupaca i povećaju tržišni udeo. Primena digitalnog marketinga, društvenih mreža, personalizovanih kampanja i marketinga odnosa dodatno osnažuje ovu funkciju, omogućavajući preduzećima da bolje komuniciraju sa potrošačima i efikasnije koriste resurse.

Značaj marketinga u ekonomiji ogleda se u nekoliko ključnih aspekata. On smanjuje nesklad između ponude i tražnje, podstiče konkurenciju i inovacije, povećava proizvodnju i prodaju, doprinosi ekonomskom rastu, zapošljavanju i efikasnijem korišćenju resursa. Istovremeno, marketing oblikuje potrošačke navike, utiče na odluke o kupovini i stvara dugoročne veze između brendova i kupaca. Primeri iz crnogorskog tržišta, kao što su kompanije „Voli“, „Plantaže“ i „Crnogorski Telekom“, pokazuju da pravilno primenjen marketing povećava prodaju, unapređuje proizvode, stvara lojalnost i doprinosi ukupnom razvoju privrede.

Iako marketing ima brojne prednosti, ne smemo zanemariti ni njegove nedostatke. Moguće su manipulacije potrošačima, stvaranje nepotrebnih potreba i podsticanje pretjerane potrošnje, što može imati negativan uticaj na društvo i ekonomiju. Stoga je od velikog značaja da preduzeća primenjuju etički i odgovoran marketing, koji uvažava interese potrošača i doprinosi održivom razvoju.

Zaključno, marketing je nezamenljiv element savremene ekonomije. Njegova uloga prevazilazi klasičnu prodaju i oglašavanje, jer integriše strategiju, inovaciju, analitiku i komunikaciju sa potrošačima. Savremeni trendovi, digitalizacija i globalizacija dodatno povećavaju njegov značaj, čineći marketing osnovom za konkurentsku održivost i dugoročni uspeh preduzeća.

Literatura

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
2. Armstrong, G., Kotler, P., Harker, M., & Brennan, R. (2020). *Marketing: An Introduction* (14th ed.). Pearson.
3. Čudanov, D. (2018). *Savremeni marketing i digitalna transformacija*. Beograd: Ekonomski institut.
4. MONSTAT. (2023). *Statistički godišnjak Crne Gore 2023*. Podgorica: Monstat.
5. Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.
6. Popović, V. (2021). *Marketing u Crnoj Gori: Prakse i trendovi*. Podgorica: Univerzitet Mediteran.
7. Smith, P. R., & Taylor, J. (2019). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with social media* (7th ed.). Kogan Page.

8. Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
9. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson.
10. Solomon, M. R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson.

Razvoj Edukativnih Softverskih Alata Za Učenje Programiranja Kod Dece I Mladih

Nikolovski Ognen

Univerzitet Sveti Kliment Ohridski Bitolj-Fakultet Informatike I Komunikacionih Tehnika

E-mail: nikolovskipec@yahoo.com

Apstrakt

Savremeno obrazovanje sve više naglašava značaj digitalnih veština, a posebno programiranja, kao ključnog elementa u pripremi mladih za buduće profesionalne i akademske izazove. Međutim, tradicionalni pristupi učenju programiranja često se pokazuju kao apstraktni i nedovoljno motivišući za decu i adolescente. U ovom radu istražujemo razvoj i primenu edukativnih softverskih alata koji omogućavaju interaktivno, vizuelno i prilagođeno učenje programiranja kod mladih. Poseban fokus stavljen je na analizu postojećih alata kao što su Scratch, Code.org i Blockly, njihovu funkcionalnost, metodologiju učenja i gamifikacijske elemente. Na osnovu teorijskih okvira, iskustava nastavnika i eksperimentalnog testiranja prototipa edukativnog softvera, identifikovani su ključni faktori koji utiču na motivaciju i efikasnost učenja. Rezultati pokazuju da interaktivni, vizuelno dizajnirani alati značajno povećavaju angažovanost učenika, poboljšavaju razumevanje osnovnih koncepta programiranja i podstiču kreativnost u rešavanju problema. Rad takođe pruža preporuke za dalje unapređenje edukativnih alata kroz personalizaciju sadržaja i integraciju savremenih tehnologija kao što su veštačka inteligencija i proširena realnost.

Abstract

Modern education increasingly emphasizes the importance of digital skills, and especially programming, as a key element in preparing young people for future professional and academic challenges. However, traditional approaches to learning programming often prove to be abstract and insufficiently motivating for children and adolescents. In this paper, we explore the development and implementation of educational software tools that enable interactive, visual and customized learning of programming for young people. Special focus is placed on the analysis of existing tools such as Scratch, Code.org and Blockly, their functionality, learning methodology and gamification elements. Based on theoretical frameworks, teachers' experiences and experimental testing of educational software prototypes, key factors that influence motivation and learning efficiency have been identified. The results show that interactive, visually designed tools significantly increase student engagement, improve understanding of basic programming concepts and encourage creativity in problem solving. The paper also provides recommendations for further improvement of educational tools through content personalization and integration of modern technologies such as artificial intelligence and augmented reality.

1.Uvod

U digitalnom dobu, sposobnost programiranja postaje ključna kompetencija koja se sve češće integriše u obrazovne programe širom sveta. Učenje programiranja ne samo da razvija tehničke veštine, već i kritičko mišljenje, logičko razmišljanje i sposobnost rešavanja problema. Ipak, izazov ostaje u tome kako motivisati decu i mlade da kroz učenje programiranja stiču ove veštine na način koji je istovremeno edukativan i zabavan.

Tradicionalni pristupi u obrazovanju često se oslanjaju na teorijske zadatke i kodiranje u tekstualnim programskim jezicima, što može biti apstraktno i teško za početnike. Kao odgovor na ovaj problem razvijeni su edukativni softverski alati koji koriste vizuelne blokove, interaktivne zadatke i gamifikaciju kako bi proces učenja bio intuitivan i angažujući. Alati poput Scratch-a, Blockly-ja i platformi Code.org omogućavaju mladim korisnicima da kroz igru uče osnovne koncepte programiranja, algoritamskog razmišljanja i logičkog rešavanja problema.

2. Obrazovne teorije u IT-u (prošireno)

Učenje programiranja kod dece i mladih ne može se svesti samo na tehničku veštinu – ključno je razumeti kako ljudi uče, kako se motivišu i kako se znanje interno organizuje. Zbog toga obrazovne teorije igraju centralnu ulogu u dizajnu edukativnih softverskih alata.

2.1. Konstruktivizam

Konstruktivizam, koji je najpoznatije zastupljen kroz rad Jeana Piageta i Sijruja Vygotskog, temelji se na ideji da učenici aktivno konstruiraju svoje znanje kroz iskustvo, interakciju i refleksiju. U kontekstu IT obrazovanja, to znači da učenici ne bi trebalo samo da pasivno slede instrukcije, već da kroz praktične zadatke, projekte i eksperimente sami otkrivaju logiku programiranja.

Na primer, u vizuelnim programskim alatima kao što je Scratch, učenici kreiraju animacije ili igre. Tokom tog procesa oni razvijaju razumevanje petlji, uslovnih iskaza i promenljivih kroz pokušaje i greške, što je tipičan konstruktivistički pristup. Time učenici ne samo da uče tehniku, već i razvijaju sposobnost samostalnog rešavanja problema i logičkog razmišljanja.

2.2 Socijalni konstruktivizam

Socijalni konstruktivizam, koji naglašava važnost socijalne interakcije u učenju, posebno se odnosi na grupni rad i zajednice učenika. Vygotsky je uveo koncept **Zone proksimalnog razvoja**, gde učenik može savladati izazove samo uz pomoć mentora ili vršnjaka. U IT obrazovanju, to se može realizovati kroz grupne projekte ili online zajednice kao što su Scratch zajednica ili forumi na Code.org, gde učenici razmenjuju ideje, daju povratne informacije i uče jedni od drugih.

2.3 Kognitivna teorija učenja

Kognitivne teorije, uključujući rad Bruner-a i Swellera, naglašavaju značaj strukturisanog prezentovanja informacija, aktivnog angažovanja i progresivnog izlaganja složenosti. U kontekstu učenja programiranja, to znači da je bolje početi sa jednostavnim konceptima – kao što su sekvence i osnovne naredbe – pre nego što se prelazi na složenije teme poput funkcija i algoritama. Softverski alati implementiraju ovaj pristup kroz postepene izazove i lekcije koje grade prethodno znanje.

2.4 Teorija motivacije i gamifikacija

Motivacija je ključni faktor u učenju. Teorije motivacije, kao što su Deci i Ryan-ova **teorija samoodređenja**, naglašavaju da učenici uče najbolje kada osećaju autonomiju, kompetenciju i povezanost sa grupom. U IT edukaciji, gamifikacija postaje praktična primena ove teorije: dodavanje bedževa, nivoa, takmičenja i nagrada povećava osećaj kompetencije i angažovanja. Ovo ne samo da motiviše učenike da nastave sa učenjem, već im omogućava da kroz zabavu i izazov razvijaju dublje razumevanje programiranja.

2.5 Integracija teorija u edukativne alate

Najefektivniji edukativni alati kombinuju sve ove teorije:

- Konstruktivizam omogućava učenicima da eksperimentišu i samostalno uče.
- Socijalni konstruktivizam podstiče saradnju i razmenu znanja.
- Kognitivne teorije osiguravaju da je sadržaj strukturisan i prilagođen stepenu složenosti.
- Teorije motivacije i gamifikacija osiguravaju angažovanje i dugoročno interesovanje.

Primena ovih teorija omogućava dizajnerima softverskih alata da kreiraju platforme koje nisu samo tehnički funkcionalne, već i pedagoški efikasne, podstičući kontinuirani razvoj veština kod mladih korisnika.

3. Postojeći softverski alati

Edukativni softverski alati za učenje programiranja razvijeni su kako bi omogućili deci i mladima da kroz interaktivno i vizuelno iskustvo savladaju osnovne koncepte programiranja i algoritamskog razmišljanja. Ovi alati kombinuju pedagogiju i tehnologiju kako bi učenje bilo zanimljivo, pristupačno i motivišuće. U nastavku su predstavljeni najpoznatiji i najčešće korišćeni alati:

Scratch

Scratch, razvijen od strane MIT Media Lab-a, jedan je od najpoznatijih vizuelnih programskih jezika namenjenih deci i početnicima. Alat koristi **bloke kodove** koji se povlače i spajaju u logičke sekvence, čime se izbegava problem greške u sintaksi i omogućava fokus na konceptualno razumevanje programiranja.

Prednosti:

- Intuitivan vizuelni interfejs prilagođen deci.
- Omogućava kreiranje animacija, igara i interaktivnih priča.
- Podstiče kreativnost i logičko razmišljanje.
- Velika zajednica korisnika i mogućnost deljenja projekata.

Nedostaci:

- Ograničene mogućnosti za prelazak na profesionalne programske jezike.
- Manja fleksibilnost u složenim projektima.

Praktična primena: Scratch se često koristi u školama za inicijalno uvođenje programiranja. Projekti učenika mogu uključivati jednostavne igre, simulacije fizike ili animirane priče koje integrišu logiku, uslove i petlje.

Code.org

Code.org je platforma koja kombinuje vizuelno i tekstualno programiranje kroz interaktivne lekcije i tutorijale. Poznata je po globalnoj inicijativi **Hour of Code**, koja učenicima omogućava učenje programiranja kroz jednogodišnje izazove i aktivnosti.

Prednosti:

- Podržava različite uzraste i nivoe znanja.
- Kombinuje vizuelno i tekstualno kodiranje, olakšavajući tranziciju ka ozbiljnijim jezicima.

- Fokus na projektno učenje i stvaranje funkcionalnih aplikacija.
- Dostupne lekcije za više programskih jezika i tehnologija.

Nedostaci:

Za potpuno napredne projekte može biti potrebno dodatno prilagođavanje.

Ponekad zahteva stalnu internet konekciju.

Praktična primena: U školama i edukativnim radionicama učenici koriste Code.org za kreiranje mini-igara, animacija i jednostavnih aplikacija. Nastavnici mogu pratiti napredak učenika kroz ugrađene evaluacione alate.

Blockly

Blockly je vizuelna biblioteka koja omogućava kreiranje programa putem blokova koji generišu kod u realnim programskim jezicima kao što su JavaScript, Python ili PHP. Za razliku od Scratch-a, Blockly je više fokusiran na integraciju sa web aplikacijama i razvojem softverskih prototipa.

Prednosti:

- Podrška za više programskih jezika.
- Jednostavna integracija u obrazovne web aplikacije.
- Omogućava učenicima da se postepeno prebacuju sa vizuelnog na tekstualno kodiranje.

Nedostaci:

- Manje igre i zabavnih elemenata u odnosu na Scratch.
- Potrebno više tehničkog znanja za složenije projekte.

Praktična primena: Blockly se koristi u školama i na radionicama za decu kako bi se podstaklo učenje programiranja kroz mini-projekte i interaktivne zadatke, a učenici mogu odmah videti kako blokovi prevode u stvarni kod.

Drugi alati

Pored ovih glavnih alata, postoje i drugi softveri koji omogućavaju učenje programiranja kod dece i mladih:

Tynker – komercijalna platforma s lekcijama i izazovima, fokusirana na gamifikaciju.

Alice – alat za 3D animacije i simulacije koji uvodi učenike u objektno orijentisano programiranje.

Kodu Game Lab – Microsoft-ov alat za kreiranje igara na vizuelnom nivou.

Prednosti svih ovih alata: povećavaju motivaciju, olakšavaju razumevanje apstraktnih koncepata i omogućavaju učenicima da kroz igru razvijaju kreativnost, logiku i algoritamsko razmišljanje.

Glavni izazovi: prelazak sa vizuelnog na tekstualno programiranje, tehnička ograničenja softvera i potreba za mentorstvom kako bi učenici mogli da napreduju u kompleksnijim zadacima.

4. Principi dizajna edukativnog softvera (prošireno)

Dizajn edukativnog softvera za učenje programiranja mora biti temeljan i pažljivo osmišljen, jer samo tehnički funkcionalan softver ne garantuje efikasno učenje. U ovoj sekciji analiziraju se ključni principi dizajna koji omogućavaju kombinaciju pedagogije, tehnologije i motivacije učenika.

Interaktivnost

Interaktivnost je centralni princip efektivnog edukativnog softvera. Učenje kroz aktivno učestvovanje omogućava učenicima da odmah primene stečeno znanje, testiraju svoje ideje i eksperimentišu sa kodom. U vizuelnim alatima kao što je Scratch, interaktivnost se ogleda u mogućnosti da učenik povlači blokove koda, izvršava ih i odmah vidi rezultate. Ovakav pristup omogućava **učenje kroz eksperimentisanje**, gde greške postaju sredstvo za učenje, a ne izvor frustracije.

. Prilagodljivost uzrastu i nivou znanja

Softver mora biti prilagodljiv kako bi mogao odgovarati različitim uzrastima i nivoima znanja. Ovo uključuje mogućnost odabira nivoa težine, kompleksnosti zadataka i vrsta izazova. Alati kao što su Code.org i Blockly nude **postepene lekcije**, gde učenici napreduju od jednostavnih sekvenci ka složenijim konceptima poput funkcija, petlji i algoritama.

Praktični primer: U Code.org platformi učenik može započeti jednostavnom igrom u vizuelnom kodiranju, a zatim preći na Python kod kroz iste ili slične zadatke, što olakšava prelazak sa vizuelnog na tekstualno kodiranje.

Vizuelna komponenta

Deca i mladi uče bolje kada apstraktni koncepti dobijaju **vizuelni oblik**. Vizuelni elementi, animacije i grafički prikazi pomažu učenicima da razumeju logiku programa, strukturu podataka i algoritamske procese. Softver treba da koristi boje, oblike i animacije kako bi informacije bile intuitivno prihvatljive i lako pamtljive.

Praktični primer: Blockly koristi blokove različitih boja i oblika za različite tipove naredbi, što učenicima olakšava prepoznavanje funkcionalnosti blokova i pravilno njihovo povezivanje.

Povratna informacija u realnom vremenu

Brza i konkretna povratna informacija ključna je za efikasno učenje. Učenici koji odmah dobiju sugestije, ispravke ili vizuelne indikatore grešaka mogu brzo korigovati svoje postupke i učiti iz grešaka. Ovaj princip smanjuje frustraciju i povećava angažovanost.

Motivacija kroz gamifikaciju

Motivacija je od presudnog značaja u učenju programiranja. Gamifikacija integriše elemente igre u obrazovni softver, uključujući **bodove, bedževe, nivoe, izazove i takmičenja**. Ovi elementi povećavaju angažovanost učenika i podstiču kontinuirano učenje. Gamifikacija je direktna primena teorija motivacije (Deci i Ryan), jer učenici dobijaju osećaj kompetencije, autonomije i povezanosti sa zajednicom.

Praktični primer: Platforma Tynker koristi izazove i nivoe koji omogućavaju učenicima da napreduju kroz različite lekcije i dobijaju nagrade, čime se povećava osećaj postignuća i motivacija za dalje učenje.

Integracija obrazovnih teorija

Najefektivniji edukativni softver kombinuje sve prethodno navedene principe sa obrazovnim teorijama. Konstruktivizam se ogleda u interaktivnim zadacima, socijalni konstruktivizam kroz zajednice i deljenje projekata, kognitivne teorije kroz postepeno uvođenje složenih zadataka, a teorije motivacije kroz gamifikaciju i personalizaciju.

5. Zaključak

Razvoj edukativnih softverskih alata za učenje programiranja kod dece i mladih predstavlja kombinaciju pedagogije, tehnologije i kreativnog dizajna. Analiza postojećih alata, kao što su Scratch, Code.org i Blockly, pokazuje da vizuelni pristupi, interaktivnost i gamifikacija značajno povećavaju angažovanost učenika i olakšavaju razumevanje apstraktnih programerskih koncepata.

Ključni principi dizajna – interaktivnost, prilagodljivost, vizuelna komponenta, povratna informacija u realnom vremenu i motivacija kroz gamifikaciju – omogućavaju razvoj softverskih alata koji ne samo da podučavaju tehničke veštine, već i razvijaju kritičko mišljenje, logičko i algoritamsko razmišljanje, kao i kreativnost. Integracija obrazovnih teorija, uključujući konstruktivizam, socijalni konstruktivizam i kognitivne teorije učenja, omogućava stvaranje alata koji su pedagoški efikasni i motivišući.

Iako postojeći alati pružaju odličnu osnovu, izazovi ostaju: prelazak sa vizuelnog na tekstualno programiranje, potreba za mentorstvom i tehnička ograničenja softverskih platformi. Budući razvoj edukativnog softvera trebalo bi da uključi personalizaciju sadržaja, integraciju savremenih tehnologija kao što su veštačka inteligencija i proširena realnost, kao i kontinuirano praćenje motivacije i napretka učenika.

Sve u svemu, edukativni softverski alati predstavljaju ključni instrument u savremenom obrazovanju, omogućavajući deci i mladima da kroz igru i kreativnost steknu veštine koje su od presudnog značaja za uspeh u digitalnom društvu.

Literatura

1. Resnick, M., Maloney, J., Monroy-Hernández, A., Rusk, N., Eastmond, E., Brennan, K., ... Kafai, Y. (2009). *Scratch: Programming for all*. Communications of the ACM, 52(11), 60–67.
2. Papert, S. (1980). *Mindstorms: Children, Computers, and Powerful Ideas*. Basic Books.
3. Maloney, J., Resnick, M., Rusk, N., Silverman, B., & Eastmond, E. (2010). *The Scratch Programming Language and Environment*. ACM Transactions on Computing Education (TOCE), 10(4), 16.
4. Guzdial, M. (2015). *Learner-Centered Design of Computing Education: Research on Computing for Everyone*. Morgan & Claypool.
5. Code.org. (2023). *Hour of Code*. Preuzeto sa: <https://code.org/hourofcode>
6. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). *Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being*. American Psychologist, 55(1), 68–78.
7. Bruner, J. S. (1966). *Toward a Theory of Instruction*. Harvard University Press.
8. Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.

Kreiranje Menadžment Tima U Menadžiranju Preduzeća

¹Prof. Dr. Husnija Bibuljica

Univerzitet "Haxhi Zeka", Fakultet Biznisa, Peć

² Msc. PhD. Alma Destanović

Internacionalni Univerzitet Travnik u Travniku, BiH

Abstrakt

Najčešći mitovi koji se pleću oko ovog prestižnog zanimanja su da je menadžer sistematičan planer, da efikasan menadžer nema uobičajene obaveze koje treba da obavi, da su starijim menadžerima potrebnije kompletne informacije nego mladim, te da menadžer najviše vremena provodi u planiranju, a manje u kontaktu sa potrošačima i drugim klijentima. Međutim, razna istraživanja su dokazala sasvim suprotno. Njihovi rezultati govore da su menadžerske aktivnosti diskontinuirane i da su striktno orijentisane na preuzimanje akcije. Oni dolaze prvi na posao i odlaze poslednji. Pored toga, na osnovu dnevnika koje su vodili više od 160 engleskih menadžera može se uočiti da oni rade bez prekida od pola sata više do dva dana. Takođe, oko 93% vremena svoje dnevne aktivnosti provode u poslovnom komuniciranju sa klijentima i poslovnim saradnicima. Oni koriste analitički pristup kod utvrđivanja potreba potrošača, troškova ponude, segmentacije tržišta, konkurencije, profitabilnosti i finansijskih projekcija. U skladu sa tim od menadžera se očekuje da donose racionalne poslovne odluke.

Donošenje racionalnih odluka po pravilu se zasniva na dobrom dijagnosticiranju problema, na ispitivanju najvećeg broja alternativnih rješenja, analiziranju i upoređivanju ovih alternativa i selekciji najboljih kao osnove za sprovođenje poslovne akcije. Većina stručnjaka smatra da je donošenje racionalnih poslovnih odluka najvažnija i ujedno najteža menadžerska poslovna aktivnost. Istraživanja su pokazala i da menadžeri preferiraju verbalne medije, telefonske razgovore i poslovne sastanke. U novije vrijeme najznačajnije informacije za svoj posao sve češće dobijaju i preko globalne mreže. Pri tome, informacije su jednako potrebne svim starosnim grupama menadžera.

Ključne riječi: menadžer, komuniciranje, donošenje odluka, konkurencija, i informisanje.

Abstract

Most a myth who is a twine about this prestige profesion it s a manager systematic planification person also he is a effective maneger he dont have defaulter that make finish a job also is very importantly for old manager complet information about one problem but young manger it s not importantly complet information about this manager it's own time employed in planifikation , but a liettele time employed contact with client .While , sundries research it confirmation a full oppositely . Theirs resulsts told a must manegement activity is disconnection and it was orientation to take some action. They come firrst in a meeting job and exeunt latest . Alongside of this in basic of the note book those prosecution 160 england maneger separable that there working past pause half heure in two days.Also 93% of the personal time i cloud with comunaktion with a client and bussines co-operator. They use analitic adit , care of clinet demand .cost of demand and supply ,market segmation , competition , profitably and financional projection. With this manager do it to make optimal bussines decision .Aproved decision in a rules has a basici diagnostic a present problem when make selection a lot ideas abuot good solution in basic best solution he take action to aproved this present problem .Must science worker give opinion that making decision it a most difficult activity manager job .Resaerch sciense is a aproved that manager whant to give cadence in the of verbal media , telefon discasion and bussines meeting .In new time must important information for one job takes from global network (internet). About this same way good information its need every group of menagement staff .

Keywords: manager, communications, desicion making, competition and information

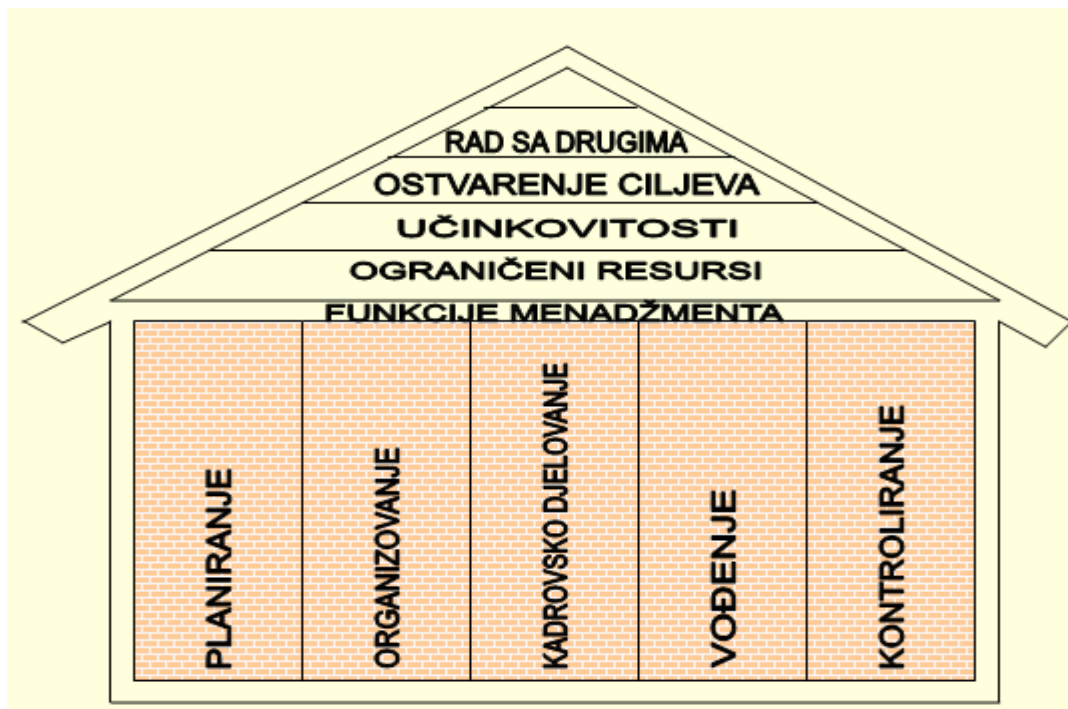
UVOD

Postoje brojni teorijski stavovi o tome šta je djelokrug poslova koje treba da obavlja menadžer, kao i šta su njegove poslovne odgovornosti i kompetencije. No, u velikom broju slučajeva oni su samo "mitovi" koji nemaju mnogo zajedničkog sa realnim radnim zahtjevima i očekivanjima koji svakodnevno stoje pred menadžerima. Menadžerski posao uključuje veliki broj zaduženja, uključivši i ceremonijalne poslove. Pokazalo se u većini slučajeva da su menadžeri u malim firmama u velikoj mjeri još uvijek angažovani na

rutinskim poslovima, zbog toga što mnoge male firme ne mogu da formiraju grupu specijalista za pojedine poslove. Posao menadžera uključuje i prikupljanje važnih informacija, a mnoge od neophodnih informacija su im dostupne zahvaljujući njihovom statusu. Zajedno sa svojim saradnicima, menadžeri prave poslovnu strategiju firme, poslovne planove, vode politiku firme i sprovode je u praksi. Ujedno, poslovna strategija i planovi im služe kao "putna mapa" kako da se izvrši izbor između većeg broja poslovnih alternativa i da se dođe do željenog cilja. Takođe, jedan od njihovih osnovnih poslova je i analiziranje okruženja. U ovom radu nastojao sam objasniti različitosti ljudi, tj. na koji način bi mogli kreirati menadžment tim u razvoju malog biznisa kao i o tome kako je na neke teško uticati a na neke je moguće.

1. Menadžment i tim

Kada pomislimo na menadžere možemo pomisliti na administratora, rukovodioca, vođu, čovjeka koji donosi odluke, koji vodi organizaciju, motiviše, kontroliše. Kada pomislimo na menadžment u rječnicima možemo naći sinonime poput: planirati, kontrolisati, organizovati, vladati, postići ciljeve, voditi, motivisati, dominirati, upravljati ili čak manipulirati.¹



Slika 1: Menadžment kuća

Izvor: Dr. Imšir Imširović, "Menadžment i menadžer", Tuzla 2002.godine, (str.43);

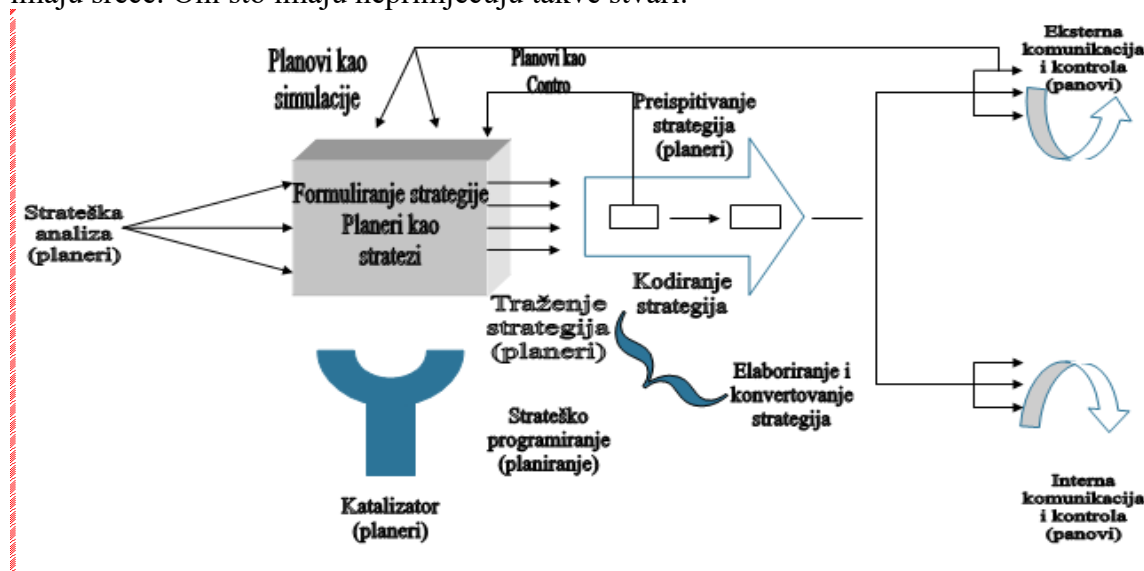
Zajedničko svim ovim sinonimima je što su ovo jednosmjerni procesi. Onaj koji rukovodi govori onome kojim rukovodi šta da radi. Šta bi se desilo da nisu jednosmjerni procesi. Jedan primjer bi bio da menadžer može donijeti odluku da promjeni način dostavljanja izvještaja, da recimo traži disciplinovano unošenje podataka svaki dan, za razliku od prethodnog načina koji mu je prezentiran stihijski po njegovom zahtjevu. Može naići na odbijanje, može dobiti odgovor kako bi bilo bolje da je to uradio na ovaj ili onaj način, može dobiti pozitivan

¹ Dr. Isak Adžes: "Stilovi dobrog i lošeg upravljanja", (str.12).

odgovor od podređenih ali da se ispostavi da ga neprimjenjuju. Na neki način nijedan od odgovora nebi se svidio menadžeru. Ako uzmemo obrnutu situaciju da podređeni bez pogovora ispunjavaju zahtjeve menadžera. Šta bi menadžer mogao pomisliti? Njegovi podređeni ne unapređuju posao ili strah od menadžera. Može se pomisliti kako je jedno od rješenja izgradnja menadžment tima mada su navedene situacije normalne za svaku organizaciju. Cilj je imati kvalitetnu odluku koju menadžer može donijeti. Drugi problem menadžera je kako doći do kvalitetne informacije na osnovu koje će donijeti odluku. Dalje menadžer mora imati više dobrih osobina da bi mogao donijeti kvalitetnu odluku. Eliminisanje mogućih grešaka u menadžerovom donošenju odluka odnosno otklanjanja sumnji da bi neka odluka mogla biti loša je dobra osnova za kreiranje tima ljudi koji bi učestvovali u donošenju odluka, odnosno ovakav tim bi prosvjetlio menadžera, otkrio mu novi put. Menadžer može ali nemora direktno tražiti unošenje podataka od podređenih i ne bi ga interesovalo da li je ona izvršena, njega će zanimati samo informacija koja mu je potrebna da donese odluku. Može zvučati okrutno ali tim "jeste jednako" sredstvo za donošenje odluka. Menadžeru je potrebno "nešto" makar se zvalo menadžment tim da ne bi svoje skupocjeno vrijeme trošio razmišljajući o nepotrebnim stvarima već postavio problem, saslušao o problemu i donio odluku.

2. Lider menadžment tima

Opet najbitnija karika u timu je "vođa tima". Vođa mora biti autoritet a kako će ga izgraditi to je njegova stvar. To se može naučiti kao i biti kreativan. Ali ipak trebao bi imati nešto. A to nešto ipak razlikuje ljude od ljudi. Kako neko podnosi životne prepreke i kako ih iskorištava, čini da neki imaju drugi nemaju. Oni koji nemaju govore o onima što imaju da imaju sreće. Oni što imaju neprimjećuju takve stvari.



Slika 2: Okvir za strategijsko planiranje i uloge menadžera kao planera
Izvor: Dr. Aziz Šunje, "Top menadžer", Sarajevo 2003.godine, (str.131);

Kako pojedinac ima svoje potrebe tako tim ima svoje ciljeve. Pojedinci kao karike u timu mogu biti vrlo naporni, imati takve članove u timu je greška vođe. Kako imati neprepucavajući tim. Stručnost ljudi u timu su različiti pa se moraju ukonponovati. A kako to je zadatak vođe. Njihova vrijednost je u kolektivu, jedan ne znači ništa. To je kao odnos grudve i lavine. Cilj tima treba da bude rješenje nekog problema, ako problema ima mnogo, rješenja ima još više. Kao primjer su navedeni problemi koje možemo imati sami ili ih tim može imati. Ovi problemi se mogu postaviti pred tim kao trening ili moguće rješenje ako se ovi problemi pojave. Može se i izmisliti problem ali to i nije tako prijeko potrebno imamo ih

dovoljno. Ideja ne mora značiti da smo odmah našli rješenje, to je početak. Teže je možda provesti ideju u djelo. Mnogo ideja može učiniti da imamo dobru inovaciju. Ponovo može sljediti iznalaženje rješenja za inovaciju kao i za ideju ili obrnuto. Stvar je u tome da imamo drugačiju perspektivu. Ako očekujemo manje od tima da ideju pretvori u djelo, manje ćemo i dobiti. Liderstvo ili sposobnost vođenja može se definisati kao sposobnost jedne osobe da utiče na druge ljude tako da oni saraduju i doprinose naporima usmjerenim ka ostvarivanju ciljeva organizacije. Brzo se proćuo kao tvorac Teorije X i Teorije Y – teorije o menadžerskom upravljanju koja predstavlja menadžere kao autoritarne (Teorija X) ili kao predusretljive i pune povjerenja u ljude (Teorija Y). Osmišljavajući Teoriju Y, Makgregor se jasno priklonio Maslovljevom pogledu na ljudsku prirodu. Zapravo, Makgregor je upotrijebio veliki dio istraživanja Maslow-a, hijerarhije motiva da bi razvio sopstvene pretpostavke o menadžeru po Teoriji Y.²

Njihova pitanja liderima, još uvijek predstavljaju dobru polaznu tačku:

- Da li smatrate da ljudima treba vjerovati?
- Da li vjerujete da ljudi traže zaduženja i odgovornosti?
- Da li smatrate da ljudi traže smisao u poslu?
- Da li vjerujete da ljudi po prirodi žele da uće?
- Da li mislite da ljudi ne odbijaju promjene i opiru se da se sami mijenjaju?
- Da li mislite da ljudi više cijene rad od dokolice?

Odgovori na ova pitanja utiču na sve što radimo. Ova pitanja su postavljena grupi rukovodilaca. Iznenađujuće, došli smo do zaključka da mnogi od nas nikada do sada nisu odvajali vrijeme da analiziraju svoje pretpostavke o ljudima. Često se preporučuje menadžerima i liderima da sa grupama diskutuju o gore pomenutim pitanjima. Potrebno je podsticati debatu i dijalog u vezi sa odgovorima. Možda bi organizacije trebalo da navedu svoje pretpostavke o ljudima tako da svako može da ih pročita i da se o njima diskutuje. "Smatramo da su ovakve izjave jednako važne koliko i izjava o misiji i vrijednosti koje kompanije njeguju."

3. Odabir ljudi

Poznato je da lideri provode više vremena upravljajući ljudima nego radeći bilo šta drugo, tako bi i trebalo da bude. Međutim nijedne druge odluke kao odluke lidera nemaju u tolikoj mjeri dugoročne posljedice. Još ih je i pri tome teško ukinuti. U svakom slučaju procenat dobrih odluka ne prelazi 33%. U najboljem slučaju jedna trećina takvih odluka ispadne dobro, jedna trećina je minimalno efikasna a jednu trećinu čine potpuni promašaji. Lider u donošenju svojih odluka bi trebao što više da se primakne procentu o 100%. Od svih odluka koje lider može donijeti, odluke o ljudima su najvažnije jer one određuju kapacitet učinka organizacije. Prema tome jako je bitno da ove odlike budu pravilno donešene. Da vojnik ima pravo na kompetentnog komadanta je stara izreka još iz doba Julija Cezara. Dužnost je menadžera da brine da odgovorni ljudi u njegovoj organizaciji rade svoj posao.³

3.1. Koraci pri izboru ljudi

1. Razumjeti zadatak

2. Razmotriti određeni broj potencijalno kvalifikovanih ljudi

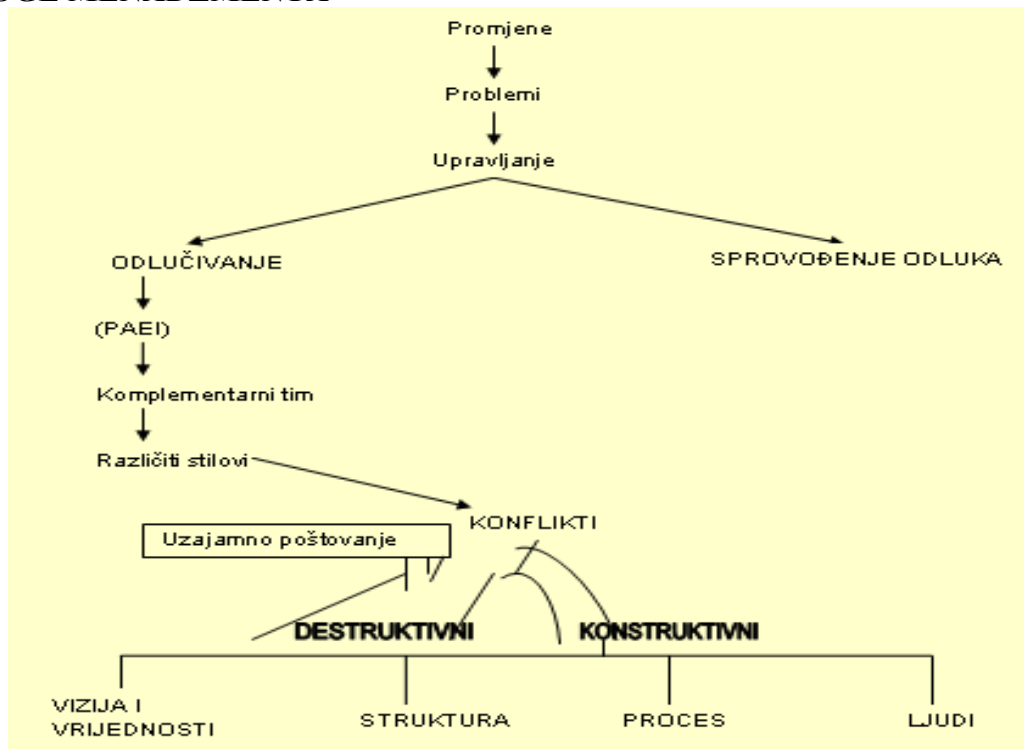
3. Dobro razmisliti na koji način razmotriti kandidate

4. Razgovarati o svakom kandidatu sa po nekoliko ljudi sa kojima su radili

² Daglas McGregor : "The human side of enterprise", 1960. godine, (str.32).

³ Piter Drucker: "Moj pogled na menadžment", Staylos, Novi Sad, (str 96).

4. ULOGE MENADŽMENTA

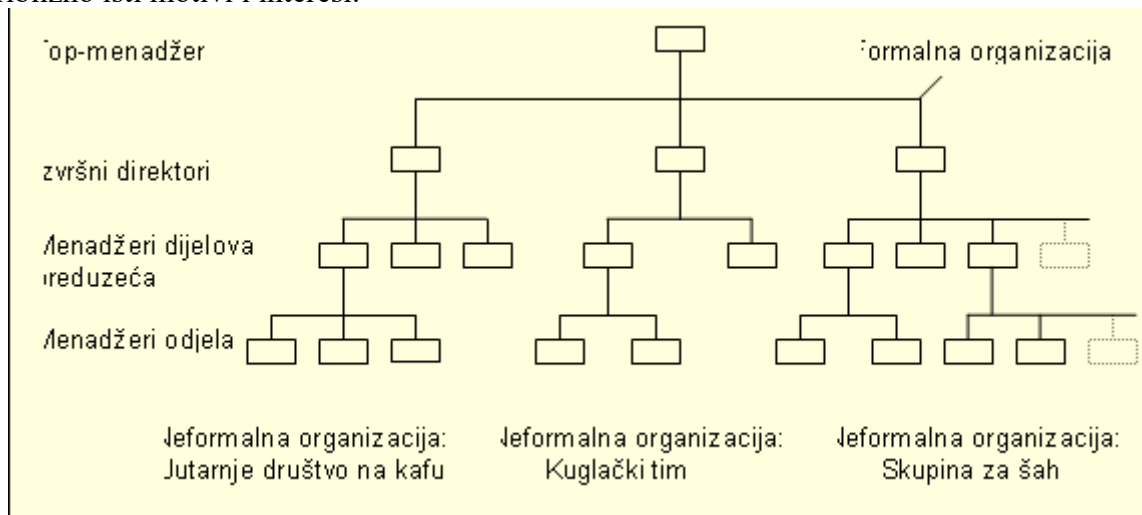


Slika 3: Proces odlučivanja prema Adžesovoj metodologiji.

Izvor: Dr. Dževad Šehić, "Strateški menadžment", Sarajevo 2002.godine, (str.49);

5. TIMOVI I TIMSKI RAD

Pod timom se podrazumijeva poseban oblik formalne organizacije zajedničkog rada manjeg ili većeg broja ljudi, koje povezuju postavljeni zadaci i ciljevi, planirani poslovi i isti ili približno isti motivi i interesi.



Slika 4: Formalna i neformalna organizacija.

Izvor: Dr. Aziz Šunje, "Top-menadžer", Sarajevo 2003.godine, (str.206).

ZAKLJUČAK

Na kraju možemo reći da poslovanje nije ništa bez ljudi koji u njemu učestvuju, koji rade kao jedna cjelina na ostvarenju zajedničkog cilja ako među njima postoji uzajamno poštovanje i povjerenje. Ovdje bi posebno istakla važnost timskog rada i način komunikacije kao bitnom

faktoru za donošenjem zajedničkih i provodljivih odluka, a sve s ciljem realizacije postavljenog zadatka. Za mene timski rad znači shvatanje osobe sa kojom radiš, uviđanje njegovih pozitivnih i negativnih strana, dopunjavanje jednih prema drugima jer niko nezna sve.

Svaka osoba je pristupačna, ne bojati se nečije pameti i ne podcjenjivati svoju, uvažiti mišljenje okoline i živjeti sa okolinom je nešto za šta se treba potruditi. Ako imamo tim koji je svjestan zajedništva stvari idu mnogo lakše. Pokušamo li prenijeti pozitivnu energiju na ljude i stvoriti okruženje u kojem smo dobro došli, moramo imati pozitivne efekte koje nam se vraćaju. Mada živimo u vremenu kada svi pokušavaju da izvuku korist za sebe, to je normalno i tim stvarima se ne treba opterećivati. Bolje je da težimo da imamo isto ili više. Svaki čovjek je važan, ali postupak prema njemu u neprirodnom načinu komuniciranja može kod njega izazvati osjećaj nevažnosti, ili čak izazvati kompleks niže vrijednosti, što ga eliminiše kao progresivnog člana privrednog društva. Timski rad je neizbježan jer nemoguće je da nešto stalno sami radimo. Komuniciranje sa ljudima kao i život, rad nije moguć pa ga treba poznavati.

Radeći u timu ili ako ga vodimo mnogo lakše stižemo do cilja, izuzetak ako želimo da sve beneficije pripadnu nama ali tada nemamo šta tražiti od ljudi. Pojedinačno putovanje je korisno u onoj mjeri u kojoj ono doprinosi zajedničkom putovanju ka postavljenim ciljevima.

LITERATURA

1. Dr. Aziz Šunje: "Top-menadžer", Sarajevo 2003. godine.
2. Abraham Maslow : "Psihologija u menadžmentu", Staylos, Novi Sad, 2004. godine.
3. Dr. Dževad Šehić, "Strateški menadžment", Sarajevo 2002. godine
4. Daglas McGregor : "The human side of enterprise", 1960. godine.
5. Isak Adičes: "Stilovi dobrog i lošeg upravljanja", Graph Style, Novi Sad, 2004. god.
6. Dr. Imšir Imširović, "Menadžment i menadžer", Tuzla 2002. godine.
7. Piter Drucker: "Moj pogled na menadžment", Staylos, Novi Sad, 2003. godine.

Aktuelni Kontekst Tretmanske Rehabilitacije, Resocijalizacije I Reintegracije Lica Osuđenih Na Kaznu Zatvora –Korekcionni Aspekt U Upravi Za Izvršenje Krivičnih Sankcija Crne Gore U 2024. Godini

Radoje Kandić

Univerzitet Crne Gore, Pravni fakultet, Podgorica, Crna Gora

E-mail: rkandic@gmail.com

Apstrakt

Svrha istraživanja je da se putem analize prikažu podaci o stepenu uspješnosti resocijalizatorskih tretmana u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore, te da se uoči najsvrsishodniji model prevencije devijantnosti, ali i predlože rješenja koja bi uticala na unapređenje stanja u ovoj oblasti, a sve kako bi se odgovorilo na pitanje zašto se svjedoči porastu kriminaliteta, iako su prisutni određeni vidovi tretmana osuđenih lica. Predmetno istraživanje sprovedeno je u periodu od 19. 3. do 19. 9. 2024. godine i to u okviru dvije faze. U prvoj, ciljnu grupu je činila zatvorenička populacija (48 od 78 ispitanika – uzorak 38%), dok je u drugoj fazi istu činilo javno mnjenje od 1000 ispitanika, od 15 do 45 godina, a koja su za potrebe izrade ove studije odabrana po principu slučajnog uzorka na teritoriji Nikšića. Utvrđeno je da je 67% osuđenih lica nezainteresovano da se naknadno školuje, zatim da 46% njih ima povjerenje u efekte zatvorske obuke, te da 85% osuđenika osjeća strah od odbacivanja nakon izlaska na slobodu. Takođe, pokazalo se da je na 73% lica kazna negativno uticala, te da je 54% osuđenika motivisano da učestvuje u tretmanu. Zaključeno je da je primjenjivost teme sadržana u potrebi za izradom individualizovanih planova tretmana, širenjem rehabilitacionih tema kod psihološke podrške, povećanje preventivnih programa, uvođenjem sanacionih programa nakon izlaska zatvorenika na slobodu, osposobljavanjem mentorstava zatvoreniciima, uključivanjem zatvorenika u neke aspekte života na slobodi i prije njihovog konačnog izlaska na slobodu, pružanjem osuđenima podrške prilikom zapošljavanja kroz posebno organizovane programe Zavoda za zapošljavanje.

Ključne riječi: resocijalizacija; rehabilitacija; reintegracija; zatvor; sankcija

Abstract

The purpose of the research is to present data on the level of success of resocialization treatments in the Administration for the Execution of Criminal Sanctions of Montenegro through analysis, and to identify the most effective model of deviance prevention, as well as to propose solutions that would influence the improvement of the situation in this area, all in order to answer the question of why there is an increase in crime, although certain forms of treatment of convicted persons are present. The research in question was conducted in the period from 19. 3. to 19. 9. 2024. in two phases. In the first, the target group consisted of the prison population (48 out of 78 respondents - sample 38%), while in the second phase it consisted of the public opinion of 1000 respondents, aged 15 to 45, who were selected for the purposes of this study according to the principle of random sampling in the territory of Nikšić. It was found that 67% of convicted persons are not interested in further education, 46% of them have confidence in the effects of prison training, and 85% of convicts feel fear of rejection after release. It was also shown that 73% of persons were negatively affected by the sentence, and 54% of convicts are motivated to participate in treatment. It was concluded that the applicability of the topic lies in the need to develop individualized treatment plans, expand rehabilitation topics in psychological support, increase preventive programs, introduce rehabilitation programs after prisoners are released, train prisoners in mentoring, include prisoners in some aspects of life in freedom and before their final release, and provide prisoners with support in employment through specially organized programs of the Employment Service.

Keywords: resocialization; rehabilitation; reintegration; prison; sanction

Uvod

Izvršenje krivičnih sankcija ima za cilj da osuđeni tokom izvršenja krivične sankcije kroz sistem programa tretmana usvoji društveno prihvatljive vrijednosti radi ponovnog uključivanja u društvo, dok se po prijemu na izvršenje kazne zatvora ili kazne dugotrajnog zatvora vrši procjena kriminogenog rizika i tretmanskih potreba zatvorenika, kao i druge dijagnostičke procedure iz oblasti kriminologije, psihologije i socijalnog rada, od značaja za izradu programa tretmana i reintegracije zatvorenika. (Zakon o izvršenju kazni zatvora, novčane kazne i mjera bezbjednosti, 2015., 2019., 2021., 2023. i 2024., član 3. i član 28.). U sklopu programa tretmana i reintegracije osuđenika nadležni službenici Zavoda sprovode

obaveze propisane Zakonom o izvršenju kazni zatvora, novčane kazne i mjera bezbjednosti i dugim propisim utemeljinim u ovom zakonu. Nakon prijema na izdržavanje kazne zatvora i ispitivanja socijalnog statusa, kriminološkog, medicinskog, psihološkog i drugih ispitivanja ličnosti osuđena lica razvrstavaju se u klasifikacione grupe. Osuđenik se razvrstava u jednu od pet klasifikacionih grupa (Godišnji izvještaj Zavoda za izvršenje krivičnih sankcija za 2017. godinu). Sektor za tretman se bavi tretmanom i resocijalizacijom zatvorenika i podijeljen je u tri odsjeka: Odsjek za ispitivanje ličnosti, Odsjek za realizaciju tretmana i Odsjek za matičnu evidenciju i statistiku (Godišnji izvještaj Zavoda za izvršenje krivičnih sankcija za 2015. godinu). Moderne tendencije u izvršavanju kazne zatvora upućuju i na potrebu redigovanja ne samo načina izvršenja, već i vremena trajanja kazne, sa pretenzijom da ona bude što kraća, a što djelotvornija. Navedeno se odnosi ne samo na uobičajene (duže) kazne, već i na kratkotrajne kazne, koje bi, u najvećoj mjeri, bile zamijenjene nekim oblikom poslušobode. Na raskršću puteva rješavanja problema kratkotrajnih kazni zatvora pokazuju se, naime, različiti pravci. Jedan od mogućih koji se nudi jeste modifikovanje izvršenja kazne lišenja slobode (vikend zatvor, polusloboda, kućni zatvor i slično), a koji se u teoriji naziva treći pravac – između dva ekstremna, lišavanja slobode i potpune slobode (Radulović, 2014). Osim toga, kazna treba da prati svojstva ličnosti osuđenog lica. Individualizacija tretmana pruža mogućnost osuđenom licu da se bliže integriše u svoj reintegracioni proces. Postupak resocijalizacije pretpostavlja da ga osuđena lica prihvataju i da aktivno sarađuju u procesu svog popravljanja. Međutim, od onog ko je prinudom doveden i zatvoren među zidove teško se može očekivati da dobrovoljno učestvuje u mjerama koje se nad njim, za njegovo dobro, vrše (Knežić, 1991) Prema tome, naročit izazov se sastoji i u tome kako osuđeno lice privoljeti da, uprkos ličnoj i uslovljenoj rezignaciji, učestvuje u svojoj reintegraciji. Savremena borba protiv kriminaliteta, koja u sebi sadrži i ideal borbe za očuvanje i reparaciju ličnosti lica osuđenog na kaznu zatvora, obuhvata i traganje ka efektivnim rješenjima nadilaženja socijalnih poroka, koji, najčešće posredno, vode kriminalizaciji ličnosti, te kasnijem sticanju svojstva osuđenog lica, a kakvi su konzumiranje narkotika, alkohola, medikamenata i sl. Poroci ove vrste doprinose nastanku kriminogenog potencijala ili postojeći potencijal dodatno usložnjavaju, odnosno transformišu u zrelo kriminogeno postupanje. Ovo se nekad naziva autoanesteziranje. Ljudi koriste drogu da izbjegnu neprijatna iskustva ili sjećanja ili da izbjegnu suočavanje sa izazovima i odgovornostima u sada i ovdje (Vajt Toni, 2015). U praktičnom djelovanju tima, rehabilitant i njegova porodica se javljaju kao partneri (davanje značajnih informacija kroz višegodišnje praćenje i saradnju o interesovanjima, vrijednosnim sistemima, stilu života) što omogućava identifikaciju stvarnih problema, objektivnih potreba, kao i prioriteta u ostvarivanju postavljenih ciljeva (Kujundžić, 2003). Takav pristup traži objektivno i sveobuhvatno sagledavanje problema i sa modularnog aspekta, a opet od strane posebno profilisanih stručnjaka iz različitih oblasti, koji postupaju sa licima različite životne dobe, posebno imajući u vidu da iako se same starije osobe, u odnosu na mlađe, ne razlikuju u stereotipima o starenju i starijim osobama, općenita percepcija kategorije star je složenija kod starijih osoba nego kod pripadnika ostalih dobnih skupina (Ručević et al., 2015). To korespondira sa prirodom i sadržinom savremenog tipa tretmana, koji, inače, predstavlja složen sistem metoda, mjera i postupaka, kojima se utiče na uslove života osuđenih lica i promjenu njihove ličnosti, u specifičnim uslovima izolacije (Bogojević, 2017). Time rehabilitacija postaje planska, a samim tim, imajući u vidu da su u nju uključeni organi različite nadležnosti, i sistemska djelatnost. Dakle, potrebna je i puna rehabilitaciona institucionalizacija, a ne samo individualizacija, kako bi se ostvarila što idealnija reintegraciona svrha kazne zatvora. Zbog toga je istraživanje sprovedeno u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore predstavljalo najbolji način da se dođe do dodatnih saznanja na ovom polju.

2. Metodologija

2.1 Sudionici

Predmetno istraživanje sprovedeno je na reprezentativnom uzorku prema kriterijumima istraživačke teme, vodeći računa o heterogenosti karakteristika zatvoreničke populacije i javnog mnjenja, kako bi se postigao puni eksplorativni, evaluacijski i akcijski efekat. Stoga su u ovom kvalitativnom istraživanju, sudjelovala lica na izdržavanju kazne zatvora u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore u periodu od 19. 3. 2024. godine 19. 9. 2024. godine. Odabir učesnika temeljio se na dobrovoljnosti i motiviranosti za sudjelovanjem u istraživanju. Istraživanje je sprovedeno u dvije faze. U okviru prve faze, ciljnu grupu je činila zatvorenička populacija u Upravi za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore Podgorica, a istu je činilo ukupno 48 zatvorenika. U okviru druge faze ciljnu grupu je činilo 1000 ispitanika - punoljetnih i maloljetnih lica, starosti od 15 do 45 godina, a koja su za potrebe izrade ove studije odabrana po principu slučajnog uzorka. 17% ispitanika javnog mnjenja je bilo maloljetno, a 83 % ispitanika javnog mnjenja je bilo punoljetno, a što se tiče polne strukture ispitanika ona je bila 50 % žene i 50 % muškarci. Kada je u pitanju stepen obrazovanja ispitanika javnog mnjenja, 43 % je imalo srednje obrazovanje, dok je 57 % imalo visoki stepen obrazovanja, a prebivalište svih ispitanika javnog mnjenja je bilo područje opštine Nikšić.

2.2 Postupak sprovođenja istraživanja

Zatvorenička populacija je o sprovođenju istraživanja bila obaviještena putem uprave UIKS-a, dok su pripadnici javnog mnjenja o provedbi istraživanja bili obaviješteni usmenim putem, a istraživanje je sudionicima predstavljeno kao istraživanje položaja i stepena poštovanja ljudskih prava i sloboda zatvoreničke populacije, te o informisanosti javnog mnjenja o pojmu, ulozi i uspješnosti resocijalizatorskih procesa u ustanovama zavodskog tipa, konkretno, tokom izdržavanja kazne ztvora. Ispitivanje zatvoreničke populacije organizovano je i sprovedeno u prostorijama UIKS-a, a ispitivanje javnog mnjenja je sprovedeno u prostorijama javnih ustanova na teritoriji opštine Nikšić, te anketiranjem lica na javnim mjestima.

2. 3 Etički aspekti istraživanja

Nakon što su upoznati sa svrhom istraživanja, te poštovanjem etičkih načela, a posebno načela anonimnosti, sudionici su izrazili suglasnost za sudjelovanje u svim aspektima istraživanja. Provedba ovog istraživanja odobrena je od strane Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore, kada je u pitanju zatvorenička populacija, dok se u pogledu ispitivanja javnog mnjenja zasnivala na pojedinačnim prethodno pribavljenim usmenim saglasnostima svih aktera samog istraživanja. U pripremi istraživanja unaprijed su pripremljeni predlošci anketa, s obzirom na istraživačka pitanja, odnosno ankete su sadržale unaprijed pripremljene teme i pitanja otvorenog i zatvorenog tipa.

3. Rezultati i diskusija

U periodu od 19.3. do 19.9.2024. godine u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore – Podgorica – zatvor za duge kazne, boravilo je 126 lica. Od ukupnog broja lica osuđenih na kaznu zatvora, u predmetnom istraživanju učestvovalo je 48 lica, dok je to odbilo 78 lica. Time je ostvaren uzorak od 38% ispitanih lica osuđenih na kaznu zatvora.

Pruženi su takođe prikupljeni podaci o licima koja se nalaze na izdržavanju kazne zatvora u pomenutoj zatvorskoj ustanovi. Od 48 osuđenih lica čak njih 30 (62,5%) su povratnici u izvršenju krivičnih djela, dok njih 18 (37,5%) ranije nijesu vršila niti isto, niti različito krivično djelo. Stepenn povratništva je, pokazalo se, kod zatvorenika veoma izražen i takvo saznanje je veoma važno prilikom izbora konkretnog rehabilitacionog modela, kako u

pogledu individualne, tako i u pogledu kolektivne rehabilitacije, budući da procjena podložnosti recidivu značajno određuje reintegracionu podlogu sa koje se kreće u sve ostale tretmanske faze. Lica osuđena na kaznu zatvora većinski se nijesu precizno izjasnili na pitanje koji faktor na njih najviše utiče prilikom pripreme i izvršenja krivičnog djela. Naime, 9 ispitanika (19%) je označilo da ih sticanje imovinske koristi dominantno motiviše u ostvarivanju bića krivičnog djela. Svega 4 ispitanika (8%) je označilo narkomaniju, po 3 ispitanika (po 6%) alkoholizam i djelovanje delinkventnih grupa, po 2 ispitanika (po 4%) emocije, kockanje i skitnju, a po 1 ispitanik (po 2%) porodični uticaj, postojanje previše slobodnog vremena, postojanje navike i nagona za osvetom. Kategoriju ostalo izabralo je najviše ispitanika – njih 19 (41%). Navedeno ukazuje da je pitanje reintegracije i popravljivanja učinilaca krivičnih djela u zatvorskim uslovima kompleksan institucionalni zadatak, budući da je veoma prisutna neopredjeljenost i nerezumijevanje zatvorenika u pogledu faktora uticaja na njih same, što dodatno usložnjava samointegriranje zatvorenika u vlastiti reintegracioni proces. Zatvorenici su ovakvim stavovima većinski ukazali da rehabilitacija, osim svojih bihevioralnih ciljeva, mora razvijati i misaonu frakciju njihove ličnosti, koja će im pomoći ne samo pri susretu sa sprovodiocima tretmana u zatvorskim uslovima, već i prilikom kasnijeg povratka na slobodu. Evidentno je i da skoro svaki osuđenik osjeća kajanje zbog izvršenog djela – 46 lica (96%) osjeća kajanje, a svega 2 lica (4%) to ne osjeća. U postojećim okolnostima, to je odličan primarni impuls sprovodiocima tretmana, budući da su zatvorenici relativno prihvatili svoju radnju kao diskriminatoran, negativan i kriminalizujući čin, izrazivši prema sebi jednu vrstu osude, koja će umanjiti njihov eventualni otpor prema tretmanskim aktivnostima. Te tretmanske aktivnosti treba da omoguće blagovremeno pohađanje škole, odnosno fakulteta za lica koja se nalaze na izdržavanju kazne, a koja su raspoložena za učešće u istom. Od 48 zatvorenika, za 16 (33%) njih je to bilo omogućeno, dok 32 lica (67%) nijesu iskazala interesovanje u tom pravcu. Među zatvorenicima evidentirana su 34 zaposlena lica (71%), dok je 14 lica (29%) bilo nezaposleno. To ukazuje da je potencijal za terapiju putem rada i sličnih aktivnosti u penitencijarnim okolnostima izraženiji, budući da se radi o licima koja su većinski na slobodi imala neku vrstu radnog angažovanja, pa ulazak u takvu vrstu rehabilitacionog postupka za iste ne bi predstavljao naglu promjenu životnih (naviknutih) okolnosti u tom dijelu. Kada je riječ o materijalnom statusu zatvorenika, evidentno je da se radi o licima iz različitih ekonomsko-socijalnih situacija, a samim tim i različitog nivoa situiranosti, imajući u vidu da je 17 lica ili 35% osuđenika istaklo da je njihovo materijalno stanje loše, zatim je 16 ovih lica ili 33,5% navelo da je njihov materijalni status srednji, dok je 15 lica ili 31,5% označilo da ima dobar materijalni status. Kada je riječ o planiranju budućnosti od strane lica osuđenih na kaznu zatvora, najveći broj njih (32 ili 67%) ima plan da se, nakon izlaska na slobodu, vrati u mjesto svog prebivališta, dok upola manje (16 ili 33%) nema takav plan. Zbog potreba postupka resocijalizacije u zatvorskim uslovima, koji ima za cilj da pripremi osuđenog za konačan izlazak na slobodu, potrebno je od zatvorenika saznati njegove planove koji se odnose na vrijeme koje slijedi, a sve kako bi se reintegrativni ciljevi upodobili sa ličnim planovima zatvorenika, naročito radi lakšeg prihvata istog od strane porodice i drugih članova društvene zajednice, budući da roditeljska privrženost, privrženost vršnjacima i kohezija u komšiluku posebno su značajni prediktori bolje adaptacije zatvoru (Zhao et al., 2020). U konkretnom slučaju pred sprovodiocima tretmana je kompleksniji zadatak, budući da gotovo 1/3 zatvorenika planira da promijeni svoju primarnu (predkriminogenu) socijalnu sredinu. Taj jaz između boravka u zatvoru i boravka na slobodi premošćava se, između ostalog, omogućavanjem posjeta zatvorenicima. Većina ispitanih zatvorenika (38 ili 79%) je primalo posjete bliskih ljudi i bilo im je omogućeno održavanje kontakta sa njima, dok 10 lica ili 21% uopšte nijesu primali posjete. Kod onih lica kod kojih primanje posjeta ne postoji ne zbog ograničenja od strane uprave penitencijarne ustanove, već zbog nepostojanja želje za

tim kod članova porodice i prijatelja (etička osuda, odbacivanje i ignorisanje zbog izvršenog djela), tretmanski proces treba da nadomjesti ovu ne tako rijetku prazninu u postupku popravljanja jednog destruktivnog ponašanja. Uz to evidentno je da je manji broj konkretnih osuđenika (21 lice ili 44%) finansijski potpomognut od strane bliskih lica, što znači da je većina (27 lica ili 56%) osuđenika usmjerena na neki oblik samofinansiranja tokom izdržavanja kazne. Osuđenici nemaju tako velika očekivanja od koristi koju mogu da dobiju od zatvorskih obuka. Tačno 22 zatvorenika (46%) smatra da im sadržaji zatvorskih obuka mogu biti korisni za period nakon izlaska na slobodu, dok 26 (54%) zatvorenika smatra suprotno. U pripremi zatvorenika za izlazak na slobodu mora biti tretirano i pitanje njihove buduće egzistencije, a ovo time prije jer ispitani zatvorenici nemaju u totalitetu pripremljen plan za aktivno traženje posla nakon izlaska iz zatvora. Navedenim planom raspolaže 30 lica ili 62,5%, dok isti ne posjeduje 18 lica ili 37,5% ukupnog broja ispitanih zatvorenika. Od 30 navedenih lica, njih 13 (43%) planira da samostalno sprovede plan zapošljavanja nakon izlaska na slobodu, zatim 10-oro (33%) planira povratak na raniji posao, 3 lica planiraju zaposlenje uz pomoć prijatelja (10%), te po 2 lica (po 7%) zaposlenje uz pomoć Zavoda za zapošljavanje i kroz osnivanje privatnog posla. Interesantno je da nijedno lice nije označilo porodicu kao bitnog sudionika u postupku ponalaženja zaposlenja nakon izlaska na slobodu, što ukazuje na pad povjerenja u porodicu kao društvenu instituciju i jačanje uticaja njenih alternativa, a čemu doprinose nerijetki slučajevi razvravanja porodičnih skupina, koje onesposobljava vršenje porodičnih funkcija, a naročito u odnosu na djecu, jer je djeci potrebna ljubav, podrška i dostupnost roditelja i šire obitelji, no to i im je često uskraćeno kada roditelji uslijed razvoda i međusobnog sukoba izgube iz vida njihove potrebe i interese, dok nadležna tijela to ne prepoznaju i/li nemaju učinkovite mjere protiv takvih štetnih postupaka (Protulipac, 2021). Takođe, treba naglasiti da je obitelj složen sustav koji se sastoji od podsustava i članova obitelji koji mogu doživjeti isti životni događaj na različite načine, što uvjetuje i različitost resursa koji se koriste u procesu obiteljskog suočavanja s određenim životnim problemima (Zuković et al., 2012). Kao značajan problem u rehabilitacionom procesu u Crnoj Gori, evidentira se nedovoljna informisanost o postojanju institucija za pomoć bivšim osuđenima. Malo manje od 1/3 ispitanika (17 lica ili 34,5%) je istaklo da je upoznato sa postojanjem nekog od programa podrške bivšim osuđenima, dok većina njih (31 ili 65,5%) o tome nema nikakvih saznanja. Da poznaju interne propise zatvora, u pogledu vlastitih prava i obaveza, izjasnila su se 43 osuđena lica (90% ispitanih zatvorske populacije), dok je 5 lica (10%) istaklo suprotno. U tom dijelu je zatvorska uprava odradila odličan posao, te time bila od konkretne koristi i kreatorima rehabilitacionih sadržaja. A o koliko se kompleksnom procesu radi kada je u pitanju reintegracija učinilaca krivičnih djela osuđenih na kaznu zatvora, najbolje svjedoči istraživanjem konstatovano postojanje straha kod osuđenika od odbacivanja, koje je prisutno kod čak 41 zatvorenika (85%), dok takvo osjećanje ne karakteriše svega 5 lica (15%). Sa odbacivanjem se osuđenici susreću na dva nivoa – nakon izvršenog krivičnog djela i nakon izrečene sankcija. Upravo je interesantno kako ispitanici doživljavaju kaznu u kontekstu svog psiho-fizičkog zdravlja. Većina ispitanika (35 ili 73%) smatra da je kazna negativno uticala na njihovo psiho-fizičko zdravlje, a svega 13 (27%) da je vodila oporavku njihove ličnosti (pozitivan uticaj), pri čemu istraživanja sugerišu da dužina zatvorske kazne može imati značajan uticaj na psihičko blagostanje zatvorenika (Mukasheva et al., 2024). Kada je riječ o postupanju službenika zatvora prema zatvorenima, 3 zatvorenika (6%) su se izjasnila da je prema njima, od strane ovih lica, primjenjivana sila, dok je 45 (94%) to negiralo. Svega 2 zatvorenika su istakla da je prema njima, bar jedanput, primjenjivana mjera usamljenja, za koje vrijeme im je obojici bila onemogućena posjeta i boravak na svježem vazduhu tokom primjene ove mjere. Izjašnjavajući se o broju lica sa kojima su bili smješteni u zatvorske sobe, ispitanici su istakli da je makimalan broj lica u jednoj sobi, prema njihovom iskustvu, bio 6, što se, u

reintegrativnom smislu, ne bi moglo smatrati povoljnom okolnošću za sprovođenje tretmana.

Dalje su prikazani utisci lica osuđenih na kaznu zatvora o zatvorskim uslovima i sadržajima. Od ukupno 10 osuđenika, koji su koristili prostorije za bračne posjete, njih 9 (90%) je iskazalo zadovoljstvo uslovima u ovoj prostoriji, dok je 1 lice (10%) istaklo suprotno. Takođe, od 6 lica koje je koristilo prostorije za vjerske obrede, svih 6 (100%) je ukazalo na vlastito zadovoljstvo uslovima u istoj. Kada je riječ o infrastrukturi u zatvoreničkim sobama, zatvorenici su istakli veće nezadovoljstvo, nego zadovoljstvo. Naime, isti su najmanje nadpolovično nezadovoljni kvalitetom hrane i pića (33 lica ili 69%), gdje treba uzeti u obzir da u većini slučajeva, pravilna prehrana i hidratiziranje uključuju izradu plana i rasporeda prehrane kako bi se zadovoljile individualne potrebe svakog korisnika o kojem se brine (Rusac, 2021), zatim osvjetljenjem u sobi (30 lica ili 62,5%), grijanjem i hlađenjem u sobi (58%), te uslovima za održavanje lične higijene (38 lica ili 79%). Što se tiče sadržaja u zatvorima, situacija je drugačija, budući da su ispitanici pokazali zadovoljstvo (30 lica ili 62,5%) u pogledu dostupnosti pravne pomoći kod zaštite prava zatvorenika, zatim u pogledu sportsko-rekreativnih sadržaja (29 lica ili 60%), gdje prilikom planiranja moramo uzeti u obzir sve relevantne faktore za provođenje sportskih aktivnosti, od prostora i interesa djece, metoda rada i organizacije natjecanja do vrjednovanja i samovrednovanja korisnika (Krstin, 2018), te u pogledu kulturno-zabavnih sadržaja (30 lica ili 62,5%). U pogledu pristupa zatvorenicima, isti su pokazali većinsko nezadovoljstvo dužinom i kvalitetom obavljenih razgovora tokom boravka zatvorenika u prijemnom odjeljenju (karantinu). Takvog stava su 32 lica osuđena na kaznu zatvora (67%), dok 16 (33%) smatra suprotno. Što se tiče medicinske rehabilitacije osuđenika, isti imaju male zamjerke na ovaj dio tretmana. Od 20 lica koja koriste redovnu terapiju, 16 lica ili 80% je ukazalo da im je omogućeno redovno korišćenje terapije, a od ukupno 21 lice, kojima je bila potrebna zdravstvena zaštita, njih 18 (86%) je istaklo da im je ista blagovremeno pružena. Dva zatvorenika su navela da su bila povrijeđena usljed upotrebe sredstava prinude od strane zatvorskih službenika, ali i da su oba od strane zatvora bili adekvatno upućeni na temeljni ljekarski pregled radi eventualne konstatacije zadobijene povrede. Medicinska rehabilitacija osuđenika (u nivou primarne zaštite), a u kontekstu njene dostupnosti je, prema stanovištima ispitanih zatvorenika, na zadovoljavajućem nivou. Primjetno je, sa druge strane, da su zatvorenici generalno nezadovoljni nedostatkom privatnosti, budući da je to istaklo 39 lica ili 81% ispitanih. Svega 9 lica (19%) je označilo da ima dovoljno privatnosti.

Dalje je prikazana analiza sprovođenja tretmanskih aktivnosti kod lica osuđenih na kaznu zatvora. Navedena lica su ukazala da je minimalno trajanje dnevnog boravka na svježem vazduhu za njih bilo 30 minuta, a maksimalno 2 sata, zatim da je najkraći (minimalni) rok za odazivanje realizatora tretmana na njihov poziv bilo 5 minuta, a najduži 7 dana, dok je minimalno vrijeme čekanja na rješavanje molbi i zahtjeva zatvorenika, prema izjašnjenjima istih, trajalo 30 minuta, a maksimalno vrijeme je iznosilo 3 mjeseca. Kada se radi o vremenu čekanja na zatraženo radno angažovanje zatvorenika, ovo pitanje je najkraće rješavano za 2 dana, a najduže za 4 mjeseca. Prilikom ocjenjivanja rada i angažovanosti cjelokupnog Odsjeka za tretman Uprave za izvršenje krivičnih sankcija – Podgorica, ispitanici nijesu bili izričiti, budući da je 27 lica (56%) taj pristup ocijenilo kao zadovoljavajući, a 21 lice (44%) kao nezadovoljavajući. Ispitanici su ukazali da postoji dosta prostora za unaprijeđenje rada pomenutog Odsjeka, budući da se njegovi rezultati, ipak, nedovoljno prepoznaju sa nivoa zatvoreničke populacije, a što je jedan od ključnih momenata u cjelokupnom reintegracionom procesu. Takođe, potrebna je i adekvatna evaluacija rezultata, a neke organizacije protive se evaluacijama, iz ideoloških ili drugih razloga (Bašić et al., 2018). Pogodnosti su, takođe, u praksi crnogorskog penitencijarnog sistema adekvatan vid nagrađivanja zatvorenika. U tu svrhu, 7 zatvorenika je navelo da je imalo pogodnosti date

od strane uprave zatvora, koje su se u 6 slučajeva sastojale od povremenog izlaska na slobodu, a u 1 slučaju zatvorenik je imao mogućnost da koristi tehnički uređaj. Uz pomenuto, zatvorenici su većinskog (27 lica ili 56%) stava da im tretmana neće koristiti kao priprema za život nakon izlaska iz zatvora. Time je u potpunosti potvrđen stav zatvorenika o stepenu korisnosti zatvorskih obuka za život na slobodi. Nešto drugačiji, ali i povoljniji stav zatvorenika je o tome kakav je uticaj koncipiranog programa tretmana na njih da ubuduće ne vrše krivična djela. Tu su se zatvorenici većinski izjasnili (27 lica ili 56%) da ih programirani tretman može onemogućiti da u budućnosti ne vrše krivična djela, odnosno da postanu povratnici u vršenju, dok je drugačije stava bio 21 ispitanik (44%). U odnosu na posljedice prinudnog boravka u zatvorskim uslovima, čak 31 zatvorenik je istakao da je to kod njega uticalo na gubitak kontakta sa licima sa kojima je bio blizak prije prijema na izdržavanje kazne. Radi se o veoma visokom procentu (65%) lica kojim je prijem u zatvorsku ustanovu prouzrokovao određene strukturalne promjene u socijalnom kontekstu, dok je 35% ovih lica istaklo da na pomenutom polju nijesu doživjeli bilo kakvu promjenu. Zatvorska rehabilitacija upravo treba da nadomjesti evidentno udaljšavanje trećih lica od zatvorenika, čak i nakon njegovog izlaska na slobodu, pa čak i onda ukoliko je isti nezakonito boravio u pritvoru, odnosno na izdržavanju pravosnažne kazne. Upravo se na tom mjestu, i ovo istraživanje je pokazalo, nalazi jedno od prepoznatih problematičnih tretmanskih segmenata. Od 48 ukupno ispitanih zatvorenika, svega njih 11 je prošlo kroz fazu radnog angažovanja u zatvorskoj instituciji. To je prilično mali procenat lica (svega 23%), koja su imala priliku da prođu, između ostalog, i kroz tretman radom i drugim okupacionim aktivnostima i u tom dijelu se ukazuje na postojanje znatnog prostora za poboljšanje učestalosti učešća zatvorenika u ovoj vrsti tretmana. Naime, od 11 radnog angažovanih lica osuđenih na kaznu zatvora, njih 10 (90%) je istaklo da sam zatvor posjeduje dovoljno opreme za rad, kao i odgovarajuću zaštitu na radu za radno angažovane zatvorenike, što ukazuje na to da postoje uslovi za punu produktivnost onog broja lica koji učestvuju u radnom procesu. Zatvorenici su većinski istakli i da im je omogućena direktna i povjerljiva komunikacija sa institucijama, medijima i NVO, a na šta je ukazalo 37 ispitanih ili 77%, dok je 11 ispitanih ili 23% istaklo da to nije slučaj. Zatvorenici su, sa druge strane, u apsolutnoj većini (46 lica ili 96%) ukazali na to da im se u kapacitetima UIKS-a poštuju vjerska prava i slovođe, dok su u značajnoj mjeri (32 lica ili 67%) opredijeljeni u stavu da se tokom boravka u zatvoru osjećaju bezbjedno. Posebno je bitan podatak o zadovoljstvu tretmanom onih zatvorenika koji se odvikavaju od bolesti zavisnosti. Iako taj broj, imajući u vidu ukupnu populaciju zatvorenika u UIKS-u, pa i ukupnu populaciju ispitanih zatvorenika, nije relevantan za preciznije zaključke, vrijedno je pomenuti da su se dva lica, koja su se nalazila na liječenju od bolesti zavisnosti u zatvorskim uslovima, različito izjansila – jedan je bio zadovoljan ovom vrstom tretmana, dok drugi nije. Kada je riječ o alkoholnim pićima, 35 zatvorenika (73%) je navelo da im u zatvoru nije uopšte nuđen alkohol, dok se 13 (27%) izjasnilo suprotno. Kada se radi o nuđenju narkotika, svega 3 ispitanika (6%) je istaklo da su mu narkotici nuđeni u zatvoru, dok je 45 zatvorenika (94%) to negiralo. Zabrinjavajući je odgovor zatvorenika u odnosu na pitanje da li u zatvoru postoje privilegovani zatvorenici/ce. Naime, 43 ispitanika (90%) je potvrdilo postojanje lica u takvom položaju, dok je samo 5 lica (10%) to negiralo. Zatvorska rehabilitacija upravo treba da smanji razlike između zatvorenika, koji se nalaze u istom ili sličnom položaju, odnosno da eventualno unaprijedi položaj onih zatvorenika, koji su, samim postojanjem, diskriminirani kao pripadnici neke skupine, kao što su lica sa invaliditetom, pripadnici RAE populacije, žene, stara i nemoćna lica i sl. Upravo te aktivnosti treba da stvore potrebnu osnovu za primjenu efektivnih i efikasnih tretmanskih tehnika, a posebno za koncipiranje konkretnih programa njihovog sprovođenja u praksi. Sada to, imajući u vidu predmetne rezultate, nije slučaj. Postoji podijeljenost ispitanika i u pogledu njihove motivisanosti za učešće u tretmanu. Tako je 26 ispitanika (54%) istaklo da posjeduju motivaciju za učešće u istom, dok

22 ispitanika (46%) smatraju da nijesu dovoljno motivisani. To je, istina, veliki procenat demotivisanih zatvorenika, budući da isti u zatvorskim uslovima nijesu prepokupirani brojnim životnim obavezama, koje su karakteristične za boravak na slobodi (potrebe radnog mjesta, porodične obaveze i sl). Dakle, nešto manje od polovine zatvorenika je istaklo da im u vlastitim razmišljanima manjka nagona i pobuda, koji su usmjereni na programe koje planiraju i kreiraju realizatori tretmana u samom zatvoru, zbog čega, paralelno sa tim, osim što treba jačati motivisanost zatvorenika, treba osnaživati i motivaciju sprovodioca tretmana da u svojim idejama i poslovima budu istrajni i kreativni, kako bi sadržaj tretmana, kako u fizičkom, tako i u duhovnom smislu privukao što više učesnika, jer prostora za to u kapacitetim UIKS-a, prema na ovaj način saznatom, očigledno ima. U odnosu na omogućenost korišćenja telefona i računara zatvorenima, isti su istakli da njih 45 (94%) nema pravo korišćenja ni jednog ni drugog uređaja, dok 1 lice (2%) m ima pristup i telefonu i računara, a 2 lica (4%) pristup samo telefonu. Kada je riječ o broju učesnika u tretmanskoj vaspitnoj grupi, zatvorenici su istakli da su grupe brojale minimalno 7, a maksimalno 20 lica.

Zatvorenici su na pitanja otvorenog tipa iskazali svoje viđenje tretmanskih procesa u zatvorskim uslovima u kojima borave. Njihovi odgovori na pitanje kako provode slobodno vrijeme bili su različiti – od čitanja, odmaranja, gledanja televizije, treniranja, rekreacije, obavljanja poslova, igranja šaha, održavanja higijene i druženja, do šetnje, telefoniranja, spavanja, čitanja knjiga, tuširanja, sportskih aktivnosti i spremanja hrane. Radi se o cijelom spektru aktivnosti, koje ukazuju da se u kapacitetima UIKS-a sprovode raznovrsne tretmanske aktivnosti, koje su dostupne, u manjoj ili većoj mjeri, zatvorenima, koji, prema stanju stvari, aktivno koriste navedene mogućnosti. Na pitanje čime bi upotpunili sadržaje za provođenje slobodnog vremena, zatvorenici su takođe bili inspirativni, pa su naveli: pozorište, video igre, odmor, dodatne sportske aktivnosti, više vremena za trening, rad, dodatne sprave za trening, društvene igre, učenje stranih jezika i pisanje poezije. Time su istakli da prepoznaju prostor za unapređenje postojećih i stvaranje prostora za primjenu novih sadržaja, ali i svoju zainteresovanost da budu integralni dio takvih aktivnosti. U odnosu na pitanje koje oblike tretmana prolaze zatvorenici, isti su pružili različiti raspon odgovora – od nikakvih do tretmana bolesti zavisnosti, posjeta frizeru, psiho-rekreativnih tretman, liječenja i treniranja. Naspram toga, sugestije i predlozi zatvorenika za unapređenje tretmana bili su multidisciplinarni i sadržajni, što ukazuju na njihovo veoma dobro poznavanje mogućnosti reintegracionog procesa, koji se danas primjenjuju širom svijeta. Tako su zatvorenici, između ostalog, naveli da treba osmisliti ili dovesti pozorišne glumce ili muzičke grupe, omogućiti tretman za vladanje i resocijalizaciju za život napolju, angažovati psihologa, pedagoga i psihijataru, omogućiti veće radno angažovanje zatvorenika, povećati broj posjeta zatvorenima i kvantitet razgovora, uključujući i razgovore sa profesorima, odnosno omogućiti više razgovora koji imaju za svrhu bolje upoznavanje, te smještaj manje ljudi u jednoj sobi (u sobi od 20 kvadrata, prema riječima jednog zatvorenika, bude 5 osoba). Sa druge strane, kada se radi o istraživanju javnog mnjenja o bitnim pitanjima iz predmetne oblasti, na pitanje da li im je poznato značenje pojmova rehabilitacija, resocijalizacija i reintegracija, ispitanici (njih 493) su istakli da nijesu upoznati sa značenjem ovih termina, dok je njih 507 istaklo suprotno. Takvi podaci su za brigu, budući da je veoma izražen procenat građana (49%) istaklo da nemaju osnovna predznanja o značaju reparacije ličnosti lica osuđenih na kaznu zatvora, te je, zbog navedenog, veoma teško očekivati da će isti, u sredini u kojoj žive, nakon izlaska zatvorenika na slobodu, pružiti svoj doprinos njihovom vaninstitucionalnom prihvatanju, koje predstavlja jednako važnu fazu za potpun oporavak zatvorenika i njihovu transformaciju u društveno odgovorne građane. Ovakav rezultat u pogledu nepoznavanja osnovnih reparativnih pojmova, budi sumnju i u opseg znanja i onih lica (51%) koja su se izjasnila da su im navedeni pojmovi poznati. U pogledu značaja vaninstitucionalnog tretmana, ispitanici su pokazali i da nedovoljno poznaju njegov doprinos

ukupnoj rehabilitaciji osuđenog lica, a posebno da ne poznaju dovoljno njegovu stvarnu funkciju kao integralnog dijela jednog kontinuiranog i sveobuhvatnog procesa. Naime, 670 (67%) ispitanika je na stanovištu da je vaninstitucionalni tretman moguće sagledavati nezavisno od institucionalnog, a u smislu postizanja ukupnih efekata. Sa druge strane, samo 330 (33%) ispitanika smatra da vaninstitucionalni tretman treba da posluži kao dopuna institucionalnom tretmanu, čime bi se postigao jedan potpuno zaokružen proces. U ovoj fazi takvi odgovori ispitanika i ne začuđuju previše, budući da je na sceni izražena neinformisanost stanovništva o brojnim pitanjima u ovoj oblasti (vidljivo iz odgovora na prethodno pitanje), a koja sprječava da sve postojeće inicijative na polju unapređenja statusa zatvoreničke populacije, dobiju svoj potreban prostor za integralnu reintegrativnu eksplikaciju. Takođe, ovo istraživanje je pokazalo da je povjerenje građana u resocijalizatorske kapacitete crnogorskih zatvorskih ustanova na prilično niskom nivou i to je istaklo 789 ispitanika ili 79%, dok je suprotan stav imalo 211 ispitanika ili 21%.

Ako se posmatra upliv retribucije u savremeni način izdržavanja kazne zatvora, ispitanici su istakli da apsolutno vjeruju da je ista bolji metod od tretmana. Naime, njih 719 (72%) se izjasnilo da je retributivan pristup ličnosti osuđenog lica efektniji metod njegovog prevaspitanja od tretmanskog djelovanja. Svega 281 (28%) ispitanik je istakao suprotno. To predstavlja veoma zabrinjavajući rezultat, te istovremeno i opravdanje za rezultate prethodnog pitanja, što zajedno ukazuje da kod građana ne postoji ni preveliko interesovanje u pogledu upoznavanja sa novim metodama i tehnikama reparacije ličnosti lica osuđenih na kaznu zatvorom, a ovo je posebno zabrinjavajuće pri saznanju da neuspjesi pravosudnog modela služe bitnoj svrsi jer ukazuju na pravce kojima se trebaju razvijati neki novi pristupi (Kovačević, 2013). Restorativna pravda se nekada razmatra samo kao mogućnost ostvarivanja većeg obima prava žrtava, pored utemeljenog krivično-pravnog sistema retributivne pravde, a nekada opet kao ravnoteža između prava delinkvenata i prava žrtava (Vilić Konstantinović Slobodanka, 2006). Takođe, adekvatna pravda nije samo opšti koncept, koji generiše pojedinačna rješenja u krivično-pravnoj praksi, već predstavlja i značajan kriminološki, socijalni, ali i penološki adut u reintegraciji osuđenih lica, budući da pruža set neposrednih mehanizama, koji umanjuju jaz između izvršioca i žrtve, a kakvi su naknada štete, mogućnost da se od učinioca dobije izvinjenje i/ili odobravanje, da se iskaže sopstvena priča i učestvuje u procesu i diskusiji o posljedicama, brže i uspješnije saniranje posljedica izvršenog krivičnog djela, prilika da se nauči više o učiniocu i zločinu i poslije toga postane manje ljutit (da se prevaziđe srdžba) i/ili manje zastrašen, i/ili prilika da se poboljšaju ili uspostave međusobni odnosi sa učiniocem (Vilić Konstantinović Slobodanka, 2006). U odnosu na položaj marginalizovanih grupa u penitencijarnom sistemu Crne Gore, ispitanici su lica sa invaliditetom označila kao najugroženije, a zatim redom pripadnike LGBT populacije, pripadnike RAE populacije, te, na kraju, strance. Naime, 419 (42%) ispitanika je označilo ugroženost lica sa invaliditetom, njih 344 (34%) pripadnike LGBT populacije, a 190 (19%) pripadnike RAE populacije. Najmanje su, prema stavovima ispitanika, ugroženi stranci, pa je njih označilo 47 (5%) ispitanika. Ovim je i u penitencijarnim uslovima boravka samo potvrđeno stanje koje je aktuelno na slobodi, a to je da se lica sa invaliditetom nalaze u nezgodnom položaju kako u pogledu pristupa reintegracionim procesima, tako i u pogledu obavljanja svakodnevnih aktivnosti kojima oni sami treba da pruže doprinos vlastitoj resocijalizaciji. Takođe, primjetan je i veoma izražen stav o ugroženosti lica, koja su pripadnici LGBT populacije, te je, iz priloženog, vidljivo da se generalni stavovi o položaju pojedinih kategorija stanovništva u društvenoj zajednici poklapaju sa stavovima u pogledu njihovog položaja u izolovanim uslovima boravka.

Međutim, sam kontekst tretmanske rehabilitacije, resocijalizacije i reitegracije lica osuđenih na kaznu zatvora posljednjih godina nije na adekvatnom nivou. Na to ukazuje od 2017. godine kontinuiran porast broja pokrenutih disciplinskih postupaka protiv zatvorenika

u kapacitetima Uprave za izvršenje krivičnih sankcija Crne Gore. U ovom istraživanju je uočeno da su multidisciplinarni odgovori na pitanje šta se tretmanskim reintegrativnim djelovanjem želi postići, odnosno kakve su njegove intencije. Prvo – njegov cilj nije da dopusti potpunu liberalizaciju zatvorskih okvira, a time i da obesmisli ograničenje slobode osuđenog lica i druge prateće mjere, već da iste prilagodi i približi ličnosti osuđenog lica. Drugo – smisao je i u tome da priremi učinioca kaznenog djela da sam prepozna svoju grešku, te da, nakon prolaska kroz adekvatan tretmanski proces, stekne sposobnost da uoči iste i slične diskurse drugih lica. Treće – usmjerenje restorativne pravde je da se u središte krivično-pravnih inicijativa postavi značaj terapeutsko-bihevioralnih tretmana ne samo u pogledu korekcije, već i u pogledu prevencije anomalija. Četvrto – ovakav sistema treba da osuđeno lice ubijedi da je tretmanski pristup za istoga ne samo potreban, već i poželjan. Međutim, to, poredstvom svojih neposrednih činilaca, mora ostvariti na adekvatno senzibilan način, kako ne bi izazvala suprotnu reakciju. Peto – cilj treba da bude i da se ličnost osuđenika otvori ka konstruktivnim inicijativama, koje će posještivati, a ne ograničavati njegovu ličnost i njene sastavne djelove (emocionalne i tjelesne). Šesto – takav program treba da ponudi ishod, koji će biti permanentan, paradigmatičan i provjerljiv, te po svom dejstvu dugotrajan ili, u najboljem slučaju, trajan. To zahtjeva uključenost cjelokupnog društvenog sistema, pogotovo kada su mladi u pitanju, budući da promjene u socijalnom okruženju kod adolescenta od značaja su za razumijevanje nasilja među vršnjacima u tom razdoblju života na način da nude objašnjenja spomenutih promjena koje adolescent proživljava u odnosima s članovima vlastite obitelji, u školi ili skupini vršnjaka (Vejmelka, 2012), te budući da dodatne analize pokazuju da su mladići skloniji od djevojaka nepoželjnim ponašanjima, rizičnom seksualnom ponašanju, vršnjačkom nasilju, kockanju, počinjenju prekršajnih i lakših delinkventnih djela te zlouporabi psihoaktivnih tvari (Ajduković i Rezo, 2019).

Opšte je priznata istina da niko od nas nije toliko loš a da ne bi imao i svojih dobrih strana. To nigdje nije očevidnije nego u zatvoru, a cilj zatvorskog prevaspitača mora biti da pronade dobre crte u karakteru svakog čovjeka i da primjeni svaki uticaj koji obećava da ih razvije (Votson, 1951). Restorativna pravda, kao institut, ali i kao ideal, upravo postoji sa ciljem da nadomjesti kako inividualne, tako i systemske nedostatke sistema krivično-pravne zaštite društva od kriminaliteta, a ovo posebno jer su danas i dalje u svojoj suštini, na trenutnom nivou socijalnog razvoja, kazne modaliteti represivnog odgovora na inkriminisano ponašanje (Beqiri i Avziu, 2014), te zbog toga treba, posredstvom modelirane pravde, suštinski otvoriti, kako za profesionalce, tako i za laike, nove vidike u sagledavanju osnovnih funkcija onih kazni koje se izražavaju kroz lišenje slobode. Razvoj instituta resocijalizacije i reintegracije lica osuđenih na kaznu zatvora u našoj sredini, u prethodnim decenijama, predstavlja jedan prilično statičan i neuravnotežen proces, koji se, uz pomoć međunarodnih rješenja, posebno posljednjih godina, značajno mijenja i, reklo bi se, unapređuje. Utisak je da ti procesi nijesu kod nas toliko jednostavni, ali su, ipak, dostižni i nijesu nerealni. Međutim, reafirmisanje resocijalizacije kroz preglede literature i metaanalize nekako je zaobišlo prostore naše zelje, a njihovi rezultati su ostali uglavnom nepoznati (Žunić Pavlović, 2004). To se posebno odnosi na polje praktičnih dostignuća, koje se mnogo više oslanja na tradicije na tom polju. Takođe, kreatori politike daju više pažnje na dobrobit i profesionalnu lokaciju praktičara – da uzmu u obzir dinamički uticaj na emocionalni rad pojedinca preoblikovanja operativnih uslova – kada osmišljavaju reformu (Burke et al., 2020).

3.1. Ograničenja istraživanja

Ograničenja, koja mogu uticati na njegovu dubinu i preciznost, ogledaju se, prije svega, u dostupnosti podataka o specifičnim programima rehabilitacije, kao i o egzistenciji ograničenja usljed zakonskih regulativa, koje tretiraju oblast privatnosti i povjerljivosti podataka. Zatim slijede ograničenja u pogledu kvantiteta istraživačke literature, koja je

usmjerena na posebno atipične korekzione modele u crnogorskim okvirima, što može umanjiti rezultate referentnog sagledavanja konkretne problematike i u drugim državama i društvenim sistemima. Takođe, istraživanja ovog tipa mogu biti podložna subjektivnim interpretacijama, naročito kada se bave socio-političkim aspektima sistema zatvorskih kazni i rehabilitacije, u kom dijelu je potrebno pratiti liniju što objektivnijeg i realističnijeg sagledavanja datih okolnosti. Na kraju, dinamika promjena u zakonodavstvu i upravi, kao i političke i ekonomske okolnosti, mogu brzo mijenjati relevantnost podataka i rezultata do momenta objavljivanja istraživanja.

4. Zaključak

Savremena gledišta na resocijalizaciju, reintegraciju i rehabilitaciju osuđenih lica ukazuju na značaj alternativna kazni zatvora, odnosno uopšte kazni lišenja slobode, koji osuđeno lice ne bi previše dezintegrisao iz zajednice kojoj je pripadao i prije izvršenja krivičnog djela, pod uslovom da je to u skladu sa težinom i vrstom izvršenog djela, te okolnostima izvršenja istog. Takav pristup se dodatno dopunjava koncipiranjem i izvanzatvorskog reintegracionog sistema, koji se, po svojoj prirodi, nadovezuje na onaj koji se ostvaruje u zatvorenim uslovima boravka. Takve intencije usmjerene su i na zaštitu ljudskih prava i sloboda, te na njihovo ograničenje samo u zakonom dozvoljenim uslovima, imajući u vidu da se zaštita ljudskih prava nameće kao izazov posebne vrste u sprovođenju penitencijarnih ciljeva, koji treba da pronađu balans između potrebe države da, posredstvom svog represivnog aparata, sprovodi mjere usmjerene na dekriminalizaciju društva i potreba društva da doprinese reintegraciji izvršioca krivičnog djela, kako bi, smanjenjem stope recidiva, isto dalo doprinos pomenutoj dekriminalizaciji. Zbog toga današnje intervencije na polju resocijalizacije, reintegracije i rehabilitacije lica osuđenih na kaznu zatvora nemaju samo svoju procesnu, već i materijalnu dimenziju, ali na bazi uvjerenja da je dobar zakonodavni okvir osnov materijalno-pravne nadgradnje, odnosno da nema uspješnog tretmana bez progresivnog zakonskog okvira, koji blokira, a ne podstiče kriminalitet. Dva navedena aspekta – materijalni i proceduralni, u oblasti penoloških nauka, treba da prepoznaju ne samo granice kriminogene zone, već i intenzitet, ali i kretanje kriminogene infekcije. Kriminogena inficiranost takođe je veoma važan faktor koji utiče na proces resocijalizacije. Nemogućnost razdvajanja osuđenih lica prema vrsti krivičnog djela i visini kazne usljed malog kapaciteta i velike fluktuacije osuđenika, često stvara negativne posljedice koje se svakako odražavaju i na sam proces resocijalizacije (Macanović, 2009). To je samo jedan od dokaza da normativni sistem krivičnog zakonodavstva jedne države mora da bude primjenljiv, društveno racionalan i pravičan (Bejatović, 2010). Nova gledišta na pitanje reintegracije osuđenih lica u svoje središte postavljaju razvoj i unapređenje tretmanske djelatnosti, a posebno u dijelu pravovremenog i sveobuhvatnog terapijskog pristupa licima koja se već nalaze na izdržavanju kazne, a posebno zbog toga što mnoga lica karakterišu i neke deformacije u ponašanju, koje nemaju standardan i očekivan karakter, ali ni način ispoljavanja. Prema tome, prije nego što započne sa terapijom, za terapeuta je vrlo važno dobro razumjeti pacijentove trenutne simptome i funkcionisanje, prisutne probleme, precipitirajuće događaje i činjenice iz prošlosti (Beck, 2007). Drugi aspekt savremenog tretmana, pored terapije, predstavlja i prevencija, koja treba da preduprijedi nastanak kriminogenih radnji. Ona se posebno tiče djece i mladih. Takva ponašanja koja su obilježena značajnim odstupanjem od društveno prihvaćenog ometajuća su za školovanje i socijalne interakcije te su ugrožavajuća kako za dijete tako i za sredinu u kojoj živi. Također, prediktivna su za poteškoće u prilagodbi i općenito za funkcioniranje odrasle osobe. Stoga je prepoznavanje i poduzimanje adekvatnih mjera od velike važnosti za prevenciju poteškoća u kasnijim životnim razdobljima (Klarin i Đerđa, 2014). Penološka praksa pokazuje da, i pored primjene savremenih dostignuća metodike resocijalizacije, efikasnost programa tretmana u

procentima ne bilježi značajne pomake. Isti tretman, sproveden u identičnim uslovima neće proizvesti podjednake efekte na različite pojedince (Vasiljević, 2005). S tim u vezi, gotovo da je nemoguće u savremenim uslovima kreirati univerzalan tretmanski pristup, koji će dati saobrazan reintegrativni proizvod u pogledu većeg broja lica osuđenih na kaznu zatvora.

Izvori finansiranja

Ovo istraživanje nije dobilo nikakav poseban grant od finansijskih agencija u javnom, komercijalnom ili neprofitnom sektoru.

Sukob interesa

Autor izjavljuje da ne postoji sukob interesa, koji bi uticao na sadržaj ovog članka.

Etičko odobrenje

Etičko odobrenje za sprovođenje ovog istraživanja dobijeno je od Uprave za izvršenje krivičnih sankcija i sve aktivnosti, tokom sprovođenja istraživanja, vršene su u skladu sa principima Helsinške deklaracije.

Pristanak na učešće

Informisani pristanak je obezbijeđen od svih individualnih učesnika, koji su učestvovali u istraživanju.

Pristanak na objavljivanje

Učesnici su pružili informisani pristanak za objavu njihovih odgovora u prikladnom maniru. Autor ima pristanak da objavi članak i sve prateće podatke i materijale.

Zahvalnost

Autor izražava zahvalnost anonimnim recenzentima za njihov vrijedan doprinos, kao i svim učesnicima i institucijama, koje su pomogle u prikupljanju relevantnih podataka.

Literatura

- 36) Ajduković, M, Rezo, I, 2019. Ekonomske teškoće obitelji, psihosocijalni problemi i obrazovni ishodi adolescenata u vrijeme ekonomske krize. Ljetopis socijalnog rada, 26 (1), 141-145.
- 37) Bašić, E., Šaravanja, N., Barić, Ž, 2018. Zadovoljstvo boravkom u sigurnoj kući žena žrtava obiteljskog nasilja. Ljetopis socijalnog rada, 25 (3), 451-479. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v25i3.237>
- 38) Beck, SJ, 2007. Osnove kognitivne terapije. Naklada Slap, Jastrebarsko.
- 39) Bejatović, S, 2010. Krivično zakonodavstvo kao instrument prevencije nedozvoljenog ponašanja. Prevencija i tretman poremećaja ponašanja, 1, 39-63.
- 40) Beqiri, M., Avziu, Q, 2014. Some open issues concerning the resocialization of the convicted people. Fostering sustainable development through creation of knowledge society, 3(2), 287-291. <https://doi.org/10.5901/ajis.2014.v3n2p287>
- 41) Bogojević, R, 2017. Kriminološke karakteristike i penološka obeležja učinilaca blažih oblika imovinskih krivičnih dela. Optimus advertising group, Sremska Kamenica.
- 42) Burke, L., Millings, M., Taylor, S., Ragonese, E, 2020. Transforming rehabilitation, emotional labour and contract delivery: A case study of a voluntary sector provider in an English resettlement prison. International Journal of Law, Crime and Justice, 61, 100387.
- 43) Godišnji izvještaj Zavoda za izvršenje krivičnih sankcija za 2015. godinu.
- 44) Godišnji izvještaj Zavoda za izvršenje krivičnih sankcija za 2017. godinu.

- 45) Klarin, M., Đerđa, V, 2014. Roditeljsko ponašanje i problemi u ponašanju kod adolescenata. Ljetopis socijalnog rada, 21 (2), 243-262. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v21i2.17>
- 46) Knežić, B, 1991. Uloga obrazovanja u resocijalizaciji osuđenih lica. Jugoslovenska revija za kriminologiju i krivično pravo, 29 (1), 95-99.
- 47) Kovačević, M, 2013. Osnovni modeli maloljetničkog pravosuđa s osvrtom na ulogu i položaj socijalnog rada. Ljetopis socijalnog rada, 20 (2), 301-317.
- 48) Krstin, D, 2018. Sportske aktivnosti kao pomoć u socijalizaciji djece. Ljetopis socijalnog rada, br. 25 (3), 481-487. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v25i3.263>
- 49) Kujundžić, S, 2003. Integralni pristup rehabilitaciji. Socijalna misao: časopis za teoriju i kritiku socijalnih ideja i prakse, 38-39, 2-3, 207-228.
- 50) Macanović, N, 2009. Uloga egzogenih, endogenih i institucionalnih faktora u resocijalizaciji osuđenih lica. Socijalna misao, 16 (2), 159-170.
- 51) Mukasheva, D., Tulkinbayev, N., Prilutskaya, M., Yessimova, D., Stover, H, 2024. Behind bars: Understanding prisoner perception of penitentiary rehabilitation in Kazakhstan. International Journal of Law, Crime and Justice, 77, 100669. <https://doi.org/10.1016/j.ijlcj.2024.100669>
- 52) Protulipac, M, 2021. Otuđenje od roditelja i obiteljska medijacija. Ljetopis socijalnog rada, 28 (2), 475-498. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v28i2.376>
- 53) Radulović, D, 2014. Kratkotrajna kazna zatvora i njeno izvršenje sa aspekta najnovijih izmjena i dopuna krivičnog (materijalnog i izvršnog) zakonodavstva Crne Gore. Pravo i društvena stvarnost, 1, 397-409.
- 54) Ručević, S., Tomašić Humer, J., Toter, K, 2015. Usporedba stavova i stereotipa o starijim osobama te očekivanja vezanih uz starenje: uloga dobi i kontakta. Ljetopis socijalnog rada, 22 (2), 223-241. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v22i2.66>
- 55) Rusac, S, 2021. Pothranjenost i dehidracija korisnika u domovima za starije osobe i uloga nemara. Ljetopis socijalnog rada, 28 (2), 439-454. <https://doi.org/10.3935/ljsr.v28i2.360>
- 56) Vajt, T, 2015. Alkohol i droge – terapija i savjetovanje tehnikama transakcione analize. Psihopolis institut DOO, Novi Sad.
- 57) Vasiljević, D, 2005. Responsivnost kao faktor uspešnosti tretmana prestupnika. Socijalna misao, 12, 46-47, 2-3, 107-121.
- 58) Vejmelka, L, 2012. Neke determinante vršnjačkog nasilja u adolescenciji. Ljetopis socijalnog rada, 19 (2), 215-240.
- 59) Vilić Konstantinović, S, 2006. Različita shvatanja o odnosu restorativne pravde i nasilja u porodici. Socijalna misao, 13, 4 (52), 101-124.
- 60) Votson, Dž, 1951. Upoznajte zatvorenika. London.
- 61) Zakon o izvršenju kazni zatvora, novčane kazne i mjera bezbjednosti, 2015., 2019., 2021., 2023. i 2024., član 3. i član 28).
- 62) Zhao, Y., Messner, S., Liu, J, 2020. The influence of importation and deprivation factors on prison adaptation: Insights from Chinese prisons. International Journal of Law, Crime and Justice, 63, 100425.
- 63) Zuković, S., Knežević-Florić, O., Ninković, S, 2012. Adolescents' perception of coping strategies within families. Ljetopis socijalnog rada, 19 (2), 275-288.
- 64) Žunić Pavlović, V, 2004. Evaluacija u resocijalizaciji. Partenon, Beograd.

Ndikimi i Ndotjes Atmosferike dhe Kushteve Klimatike në Cilësinë e Ajrit në Destinacionet Turistike

Mr. Arlind Osmanoviq

Gjimnazi, Vellazrim Bashkim, Ulqin, Montenegro

Abstrakti

Cilësia e ajrit është një faktor kyç për shëndetin e njerëzve dhe për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit. Ky studim shqyrton ndikimin e ndotjes atmosferike dhe kushteve klimatike në destinacionet turistike, duke analizuar mënyrën se si faktorët natyrorë dhe antropogjenë ndërveprojnë për të ndikuar në cilësinë e ajrit. Ndotja atmosferike, përfshirë grimcat e imëta (PM2.5 dhe PM10), dioksidin e squfurit (SO₂), dioksidin e azotit (NO₂), monoksidin e karbonit (CO) dhe ozonin troposferik (O₃), është një problem i rritur në zonat me aktivitet intensiv turistik dhe urban. Nga ana tjetër, kushtet klimatike si temperatura, lagështia, reshjet dhe shpejtësia e erës ndikojnë në shpërndarjen dhe përqendrimin e ndotësve në ajër.

Ky punim përdor të dhëna të matura nga stacione monitorimi të cilësisë së ajrit dhe të dhëna klimatike të mbledhura në disa destinacione turistike të ndryshme, për të analizuar marrëdhëniet midis ndotjes së ajrit dhe kushteve klimatike. Analiza statistikore, duke përfshirë korelacionin dhe regresionin, tregon se kushtet klimatike mund të amplifikojnë efektet e ndotjes në periudha të caktuara të vitit, duke ndikuar direkt në shëndetin e turistëve dhe në perceptimin e atraktivitetit të destinacioneve.

Në përfundim, ky studim nënvizon rëndësinë e monitorimit të vazhdueshëm të cilësisë së ajrit dhe marrjes së masave parandaluese për të minimizuar ndikimin e ndotjes dhe për të ruajtur qëndrueshmërinë e turizmit. Rezultatet sugjerojnë se politikat mjedisore dhe planifikimi urban mund të jenë vendimtarë për të siguruar një ambient të shëndetshëm dhe atraktiv për turistët.

Abstract

Air quality is a key factor for human health and for the sustainable development of tourism. This study examines the impact of air pollution and climate conditions on tourist destinations, analyzing how natural and anthropogenic factors interact to influence air quality. Air pollution, including fine particles (PM2.5 and PM10), sulfur dioxide (SO₂), nitrogen dioxide (NO₂), carbon monoxide (CO) and tropospheric ozone (O₃), is an increased problem in areas with intensive tourist and urban activity. On the other hand, climatic conditions such as temperature, humidity, precipitation and wind speed affect the distribution and concentration of pollutants in the air.

This paper uses data measured from air quality monitoring stations and climate data collected in several different tourist destinations, to analyze the relationship between air pollution and climate conditions. Statistical analysis, including correlation and regression, shows that climatic conditions can amplify the effects of pollution at certain times of the year, directly affecting tourists' health and the perception of the attractiveness of destinations. In conclusion, this study highlights the importance of continuous monitoring of air quality and taking preventive measures to minimize the impact of pollution and maintain the sustainability of tourism. The results suggest that environmental policies and urban planning can be crucial in ensuring a healthy and attractive environment for tourists.

Hyrje

Turizmi është një nga sektorët më të rëndësishëm ekonomikë dhe socialë në botë, duke kontribuar jo vetëm në zhvillimin ekonomik të vendeve, por edhe në promovimin e kulturës, natyrës dhe trashëgimisë historike. Suksesi i destinacioneve turistike varet në mënyrë të drejtpërdrejtë nga cilësia e mjedisit, përfshirë ajrin, ujin, tokën dhe peizazhin natyror. Ndër këta faktorë, cilësia e ajrit zë një vend të veçantë, pasi ajo ndikon drejtpërdrejt në shëndetin dhe mirëqenien e vizitorëve, si dhe në perceptimin e destinacionit. Ajri i pastër është një element bazik që kontribuon në përvojën e kënaqshme të turistëve, ndërsa ndotja atmosferike mund të krijojë pengesa serioze për zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit.

Ndotja atmosferike është rezultat i aktivitetit njerëzor dhe proceseve natyrore. Faktorët antropogjenë përfshijnë emetimet nga trafiku rrugor, industria, ndotja nga energjia dhe aktivitetet turistike masive, ndërsa faktorët natyrorë përfshijnë erën, reshjet dhe temperatura që ndikojnë në shpërndarjen e ndotësve. Ndotësit kryesorë që ndikojnë në cilësinë e ajrit përfshijnë grimcat e imëta (PM2.5 dhe PM10), dioksidin e azotit (NO₂), dioksidin e squfurit (SO₂), monoksidin e karbonit (CO) dhe ozonin troposferik (O₃). Prezenca e këtyre ndotësve në ajër mund të shkaktojë probleme respiratore dhe kardiovaskulare, duke rritur rrezikun për vizitorët dhe duke ulur atraktivitetin e destinacioneve turistike.

Përveç ndikimit mbi shëndetin, kushtet klimatike luajnë një rol të rëndësishëm në shpërndarjen dhe përqendrimin e ndotësve në ajër. Temperatura, lagështia, shpejtësia dhe drejtimi i erës, si dhe reshjet dhe fenomenet meteorologjike ekstreme, mund të amplifikojnë ose reduktojnë praninë e ndotësve në mjedis. Për shembull, periudhat e thatësisë dhe temperaturat e larta mund të rrisin përqendrimin e grimcave të pluhurit, ndërsa reshjet e bollshme mund të reduktojnë ndotjen përkohësisht. Kjo ndërveprim midis ndotjes atmosferike dhe kushteve klimatike ka ndikim të drejtpërdrejtë mbi cilësinë e ajrit në destinacionet turistike dhe, në fund të fundit, mbi perceptimin dhe përvojën e turistëve.

Qëllimi i këtij studimi është të analizojë ndikimin e ndotjes atmosferike dhe kushteve klimatike në cilësinë e ajrit në destinacionet turistike, duke identifikuar faktorët që kanë efekt më të madh dhe duke ofruar rekomandime për ruajtjen e mjedisit të pastër dhe zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm. Ky studim synon të kontribuojë në literaturën ekzistuese duke ofruar një analizë të integruar të ndikimeve mjedisore dhe klimatike në turizëm, duke nxjerrë në pah rëndësinë e monitorimit të cilësisë së ajrit dhe marrjes së masave parandaluese për mbrojtjen e shëndetit të vizitorëve dhe ruajtjen e atraktivitetit të destinacioneve turistike.

Rëndësia E Cilësisë Së Ajrit Për Turizmin

Cilësia e ajrit ka një rol thelbësor në zhvillimin e turizmit, pasi ajo ndikon drejtpërdrejt në shëndetin dhe komfortin e turistëve, përvojën e tyre të udhëtimit, si dhe në imazhin e destinacioneve turistike. Turistët zakonisht kërkojnë destinacione ku ambienti natyror është i pastër dhe i shëndetshëm, dhe cilësia e ajrit është një nga faktorët kryesorë që përcaktojnë këtë perceptim. Ajri i ndotur, i mbingarkuar me grimca dhe gazra të dëmshme, mund të shkaktojë probleme shëndetësore, veçanërisht tek individët me sëmundje respiratore ose kardiovaskulare, dhe kjo mund të zvogëlojë numrin e vizitorëve dhe të ndikojë negativisht në reputacionin e destinacionit.

Në destinacionet turistike, veçanërisht në qytetet historike, zonat bregdetare dhe zonat malore, cilësia e ajrit lidhet ngushtë me aktivitetet turistike. Për shembull, plazhet dhe

destinacionet natyrore kërkojnë ajër të pastër për të ruajtur atraktivitetin e tyre, ndërsa qytetet turistike që organizojnë evente kulturore ose sportive varen nga ambienti i pastër për të tërhequr vizitorë. Ndotja atmosferike jo vetëm që dëmton shëndetin e turistëve, por gjithashtu ndikon në perceptimin vizual të destinacionit – tymi, era e ndotjes dhe pluhuri mund të zvogëlojnë kënaqësinë e vizitës dhe të ndikojnë në vendimin e vizitorëve për t'u kthyer në të ardhmen.

Përveç ndikimit në shëndet dhe përvojë, cilësia e ajrit ka një efekt të drejtpërdrejtë në aspektin ekonomik të turizmit. Destinacionet me ajër të pastër zakonisht kanë fluks më të lartë vizitorësh, shpenzime më të mëdha për shërbime turistike dhe reputacion më të mirë ndërkombëtar. Në kontrast, nivelet e larta të ndotjes mund të çojnë në ulje të vizitave turistike, humbje të të ardhurave dhe dëmtim të imazhit të destinacionit.

Në këtë kontekst, monitorimi i cilësisë së ajrit dhe marrja e masave për të reduktuar ndotjen bëhen të domosdoshme për ruajtjen e qëndrueshmërisë së turizmit. Destinacionet turistike që investojnë në përmirësimin e cilësisë së ajrit dhe promovojnë mjedisin e pastër jo vetëm që mbrojnë shëndetin e vizitorëve, por gjithashtu rrisin konkurrueshmërinë e tyre në tregun turistik global.

Cilësia E Ajrit Në Destinacionet Turistike Faktor Kyç Për Shëndetin E Vizitorëve Dhe Për Perceptimin E Destinacionit

Cilësia e ajrit në destinacionet turistike është një faktor kyç për shëndetin e vizitorëve dhe për perceptimin e destinacionit, pasi ajri i pastër ndikon drejtpërdrejt në mirëqenien fizike dhe psikologjike të turistëve. Kur ajri është i ndotur, turistët mund të përjetojnë simptoma të ndryshme shëndetësore, si irritim të syve, fytyrës dhe mushkërive, probleme respiratore ose përkeqësim të sëmundjeve ekzistuese kardiovaskulare. Këto efekte jo vetëm që u krijojnë shqetësim vizitorëve gjatë qëndrimit, por mund të ndikojnë edhe në vendimin e tyre për të vizituar ose për t'u kthyer në destinacionin e njëjtë në të ardhmen.

Përveç ndikimit mbi shëndetin, cilësia e ajrit ndikon edhe në perceptimin e destinacionit. Turistët shpesh vlerësojnë ambientin natyror dhe pastërtinë e mjedisit kur zgjedhin destinacionin e udhëtimit. Ndotja atmosferike, tymi i automjeteve, erëra të pakëndshme ose grimca të pluhurit mund të zvogëlojnë kënaqësinë dhe përvojën e vizitës, duke krijuar një imazh negativ për destinacionin. Në kontrast, destinacionet që ofrojnë ajër të pastër dhe mjedis të shëndetshëm perceptohen si më tërheqëse, më relaksuese dhe më të sigura, duke rritur kështu kënaqësinë e vizitorëve dhe reputacionin e destinacionit në tregun turistik.

Për këto arsye, monitorimi i cilësisë së ajrit dhe marrja e masave për reduktimin e ndotjes janë thelbësore për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm. Destinacionet që investojnë në ruajtjen e një ambienti të pastër jo vetëm mbrojnë shëndetin e turistëve, por edhe forcojnë konkurrueshmërinë e tyre dhe sigurojnë një fluks të qëndrueshëm vizitorësh gjatë gjithë vitit.

Faktorët Kryesorë Të Ndotjes Së Ajrit

Ndotja e ajrit është një problem mjedisor me ndikim të madh në shëndetin e njeriut dhe në zhvillimin e qëndrueshëm të turizmit. Ajo përbëhet nga një përzierje komplekse gazesh dhe grimcash të ngurta që ndodhen në atmosferë në përqendrim të ndryshëm, duke ndikuar në cilësinë e ajrit dhe në mjedisin e përgjithshëm. Faktorët kryesorë të ndotjes së ajrit përfshijnë:

1. PM2.5 dhe PM10 (grimcat e imëta dhe të mesme)

PM2.5 janë grimca me diametër më pak se 2.5 mikrometra, ndërsa PM10 janë grimca me diametër deri në 10 mikrometra.

Këto grimca mund të përmbajnë substanca të dëmshme kimike dhe metale të rënda.

Ato depërtojnë lehtë në rrugët respiratore dhe mushkëri, duke shkaktuar irritim, astmë, bronkit dhe sëmundje kardiovaskulare.

PM2.5 janë veçanërisht problematike, sepse përmasat e tyre të vogla i lejojnë të depërtojnë në qarkullimin e gjakut dhe të ndikojnë në organet e brendshme.

2. SO₂ (Dioksidi i squfurit)

Dioksidi i squfurit prodhohet kryesisht nga djegia e karburanteve fosile në industrinë energjetike, fabrikat dhe automjetet me motor diesel.

Ky gaz shkakton irritim të rrugëve respiratore dhe mund të përkeqësojë sëmundjet respiratore kronike si astma.

SO₂ kontribuon gjithashtu në formimin e shiut acid, i cili mund të dëmtojë peizazhin natyror dhe pasuritë historike, duke ulur atraktivitetin turistik të destinacioneve.

3. NO₂ (Dioksidi i azotit)

Dioksidi i azotit prodhohet kryesisht nga trafiku rrugor, veçanërisht automjetet me motor me djegie të brendshme, dhe nga industria.

Ky gaz është i lidhur me sëmundjet respiratore dhe mund të shkaktojë irritim të syve, hundës dhe fytit.

NO₂ luan një rol të rëndësishëm në formimin e ozonit troposferik dhe grimcave të imëta, duke rritur ndotjen e përgjithshme të ajrit.

4. CO (Monoksidi i karbonit)

Monoksidi i karbonit është një gaz i pa ngjyrë dhe pa erë që formohet gjatë djegies së paplotë të karburanteve si gazi, benzinë, qymyri dhe druri.

Ky gaz lidhet me hemoglobinën në gjak, duke reduktuar aftësinë e trupit për të transportuar oksigjenin. Kjo mund të shkaktojë lodhje, marramendje dhe në raste ekstreme probleme serioze shëndetësore.

5. O₃ (Ozoni troposferik)

Ozoni në nivel të tokës formohet për shkak të reaksioneve kimike midis ndotësve të tjerë (si NO₂ dhe komponimet organike të paqëndrueshme) nën veprimin e dritës diellore.

O₃ është një oksidant i fuqishëm që irriton mushkëritë, syrit dhe rrugët respiratore, duke shkaktuar probleme shëndetësore dhe duke ndikuar negativisht në cilësinë e ajrit në zonat turistike.

Përveç këtyre ndotësve kryesorë, cilësia e ajrit mund të ndikojë edhe nga ndotës të tjerë të tillë si pluhuri industrial, metale të rënda, komponime organike të paqëndrueshme dhe aerozole biologjikë. Ndërveprimet midis këtyre ndotësve dhe faktorëve klimatike, si temperatura, lagështia dhe era, ndikojnë në shpërndarjen e ndotësve dhe intensitetin e ndikimit të tyre mbi mjedisin dhe shëndetin e vizitorëve.

Në kontekstin e destinacioneve turistike, ku ajri i pastër është një nga elementët më të rëndësishëm për një përvojë të këndshme dhe të shëndetshme, kuptimi dhe monitorimi i këtyre faktorëve bëhet i domosdoshëm për ruajtjen e turizmit të qëndrueshëm dhe për marrjen e masave parandaluese nga autoritetet lokale dhe operatorët turistikë.

Ndikimi I Klimës Në Cilësinë E Ajrit

Kushtet klimatike kanë një ndikim të drejtpërdrejtë dhe shpesh të ndërlikuar mbi cilësinë e ajrit në destinacionet turistike. Temperaturat, lagështia, erërat dhe reshjet ndikojnë në shpërndarjen, përqendrimin dhe transformimin e ndotësve atmosferikë, duke përcaktuar kështu nivelin e ndotjes që përjetojnë vizitorët dhe komunitetet lokale.

1. Temperatura

Temperatura ka një rol të madh në formimin dhe shpërndarjen e ndotësve. Në periudhat me temperatura të larta, disa ndotës, si ozoni troposferik (O₃), mund të formohen më lehtë për shkak të reaksioneve kimike që katalizohen nga drita diellore dhe nxehtësia.

Temperaturat e larta mund të rrisin përqendrimin e grimcave të pluhurit dhe ndotësve të tjerë në ajër, duke krijuar kushte të dëmshme për shëndetin e turistëve, veçanërisht për ata me sëmundje respiratore ose kardiovaskulare.

Nga ana tjetër, temperaturat e ulëta mund të kufizojnë disa procese kimike në atmosferë, por mund të rrisin përdorimin e karburanteve për ngrohje, duke prodhuar ndotës të tjerë.

2. Lagështia

Lagështia e ajrit ndikon në shpërndarjen dhe depozitimin e ndotësve. Lagështia e lartë mund të shkaktojë bashkimin e grimcave të imëta dhe formimin e aerosoleve, të cilat qëndrojnë më gjatë në ajër dhe ndikojnë negativisht në cilësinë e tij.

Përveç kësaj, lagështia e lartë mund të rrisë perceptimin e ndotjes për vizitorët, duke krijuar një ambient të rëndë dhe të pakëndshëm.

Lagështia e ulët, në kontrast, mund të çojë në ngritjen e pluhurit dhe grimcave të thata, duke rritur ndotjen ajrore në periudha të thatësisë.

3. Erërat

Era është një faktor natyror që ndikon drejtpërdrejt në shpërndarjen e ndotësve. Shpejtësia dhe drejtimi i erës mund të largojnë ndotësit nga zona urbane ose turistike, ose mund t'i çojë ata në destinacione të tjera, duke krijuar pika të larta ndotjeje larg burimit origjinal.

Në destinacionet bregdetare ose malore, erërat e forta mund të zvogëlojnë përqendrimin e ndotësve lokalë dhe të përmirësojnë cilësinë e ajrit për turistët.

Në të njëjtën kohë, erërat mund të transportojnë grimca pluhuri, polen ose ndotës industrialë në zona të largëta, duke krijuar një ndikim të papritur në cilësinë e ajrit.

4. Reshjet

Reshjet luajnë një rol të rëndësishëm në pastrimin e ajrit. Shi, borë ose mjegull mund të "larin" grimcat dhe gazrat nga atmosfera, duke ulur përkohësisht përqendrimin e ndotësve dhe duke përmirësuar cilësinë e ajrit.

Megjithatë, reshjet e tepërta mund të shkaktojnë lagështi të lartë, e cila favorizon formimin e aerosolëve dhe mund të krijojë efekte negative për disa ndotës kimikë.

Rrjedhat ujore dhe përmytjet e lidhura me reshjet e mëdha mund të përkeqësojnë ndotjen në zonat turistike përmes shpërndarjes së mbeturinave dhe substancave kimike.

Në përgjithësi, ndërveprimi midis ndotjes atmosferike dhe kushteve klimatike është kompleks dhe shumë i rëndësishëm për menaxhimin e cilësisë së ajrit në destinacionet turistike. Njohja e këtyre faktorëve ndihmon autoritetet lokale dhe operatorët turistikë të marrin vendime më të informuara për të ruajtur një ambient të shëndetshëm dhe për të siguruar përvojën optimale të vizitorëve.

Mjetet E Matjes Së Cilësisë Së Ajrit: Indeksi I Cilësisë Së Ajrit (Aqi)

Cilësia e ajrit mund të vlerësohet përmes një sërë mjeteve matëse dhe treguesish që lejojnë monitorimin e ndotësve të ndryshëm dhe përqendrimeve të tyre në atmosferë. Një nga metodat më të përdorura ndërkombëtarisht është **Indeksi i Cilësisë së Ajrit (Air Quality Index – AQI)**, i cili përmbledh informacionin mbi ndotësit kryesorë në një shkallë të thjeshtë dhe të kuptueshme për publikun dhe vendimmarrësit.

Çfarë është AQI?

AQI është një tregues numerik që reflekton përqendrimin e ndotësve kryesorë në ajër dhe ndikimin e tyre potencial mbi shëndetin e njeriut. Ai përfshin matjen e ndotësve të zakonshëm si:

- Grimcat e imëta dhe të mesme (**PM2.5 dhe PM10**),
- Dioksidi i azotit (**NO₂**),
- Dioksidi i squfurit (**SO₂**),
- Monoksidi i karbonit (**CO**),
- Ozoni troposferik (**O₃**).

Çdo ndotës ka një përqendrim matës, i cili konvertohet në një vlerë AQI përkatëse. Vlera më e lartë e AQI tregon një nivel më të lartë ndotjeje dhe rrezik më të madh për shëndetin e vizitorëve dhe të banorëve lokalë.

Si interpretohet AQI?

AQI zakonisht ndahet në kategori që tregojnë nivelin e rrezikut për shëndetin:

0–50: Cilësi shumë e mirë e ajrit – i përshtatshëm për të gjithë.

51–100: Cilësi e mirë – e pranueshme, por disa persona të ndjeshëm mund të kenë shqetësime të lehta.

101–150: Mesatare – njerëzit me probleme të frymëmarrjes mund të ndiejnë shqetësime.

151–200: Jo e shëndetshme – të ndjeshmit duhet të kufizojnë aktivitetet jashtë.

201–300: Shumë e jo e shëndetshme – rrezik për të gjithë, veçanërisht për fëmijët dhe të moshuarit.

301–500: Rrezik serioz – i dëmshëm për të gjithë.

Ky sistem kategorizimi e bën AQI një mjet të dobishëm për destinacionet turistike, pasi mundëson vlerësimin e rrezikut për vizitorët dhe planifikimin e aktivitetit turistik në përputhje me kushtet e cilësisë së ajrit.

Avantazhet e përdorimit të AQI në turizëm

Lehtë për t'u kuptuar: Turistët mund të marrin informacion të shpejtë mbi cilësinë e ajrit dhe të marrin vendime të informuara për aktivitetet jashtë.

Parandalim i problemeve shëndetësore: AQI ndihmon në identifikimin e periudhave me ndotje të lartë, duke mundësuar marrjen e masave parandaluese.

Mbështetje për planifikimin e destinacioneve turistike: Operatorët turistikë dhe autoritetet lokale mund të përdorin AQI për të optimizuar ofertat dhe aktivitetet turistike, duke shmangur periudhat me ndotje të lartë.

Përveç AQI-së, mjetet tjera të matjes përfshijnë:

Stacione monitorimi të ajrit: Pajisje që matin në mënyrë të vazhdueshme përqendrimin e ndotësve.

Sensorë portativë dhe pajisje të vogla personale: Për matje në terren ose për vlerësime të shpejta.

Analiza laboratorike të mostrave të ajrit: Për matje të saktë të ndotësve të veçantë kimikë ose biologjikë.

Përdorimi i AQI-së, i kombinuar me të dhëna klimatike dhe informacion mbi burimet e ndotjes, mundëson një analizë të plotë të ndikimit të ndotjes dhe kushteve atmosferike në cilësinë e ajrit në destinacionet turistike, duke ofruar bazën shkencore për marrjen e masave parandaluese dhe zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Metodat Statistike Për Analizimin E Cilësisë Së Ajrit Në Destinacionet Turistike

Analiza e ndikimit të ndotjes atmosferike dhe kushteve klimatike në cilësinë e ajrit kërkon përdorimin e metodave statistikore që lejojnë identifikimin e marrëdhënieve midis variablave të ndryshëm dhe kuptimin e efektit të tyre të përbashkët. Në këtë kontekst, dy nga metodat kryesore të përdorura janë **korelacioni** dhe **analiza e regresionit**.

1. Korelacioni

Korelacioni është një metodë statistikore që mat forcën dhe drejtimin e lidhjes midis dy variablave. Në rastin e cilësisë së ajrit, mund të përdoret për të analizuar marrëdhëniet midis:

Përqendrimit të ndotësve kryesorë (PM_{2.5}, PM₁₀, NO₂, SO₂, CO, O₃) dhe temperaturës.

- Përqendrimit të ndotësve dhe lagështisë relative.
- Përqendrimit të ndotësve dhe shpejtësisë ose drejtimin të erës.
- Përqendrimit të ndotësve dhe reshjeve.

Për shembull, një korelacion negativ midis reshjeve dhe PM₁₀ tregon se sa më shumë reshje të ketë, aq më pak grimca pluhuri janë të pranishme në ajër. Një korelacion pozitiv midis temperaturës dhe O₃ tregon se ozoni troposferik formohet më shumë në kushte të ngrohta dhe me diell.

Korelacioni zakonisht shprehet me koeficientin **r**, i cili merr vlera nga -1 deri në +1:

r = +1: lidhje perfekte pozitive.

r = -1: lidhje perfekte negative.

r = 0: nuk ka lidhje lineare.

2. Analiza e regresionit

Analiza e regresionit është një metodë më e avancuar që lejon modelimin e marrëdhënies midis një variabli të varur dhe një ose më shumë variablave të pavarur. Në studimin e cilësisë së ajrit, analiza e regresionit mund të përdoret për të parashikuar përqendrimin e ndotësve në varësi të kushteve klimatike.

Regresioni linear i thjeshtë: përdoret kur ka një variabël të varur dhe një variabël të pavarur. Për shembull, mund të analizojmë efektin e temperaturës mbi përqendrimin e ozonit (O₃).

Regresioni linear i shumëfishtë: përdoret kur ka më shumë variabla të pavarur, si temperatura, lagështia, era dhe reshjet, për të analizuar ndikimin e tyre të kombinuar mbi një ndotës të caktuar (p.sh., PM_{2.5}).

Analiza e regresionit mund të japë informacion të detajuar mbi:

- Forcën e ndikimit të secilit faktor klimatik mbi cilësinë e ajrit.
- Parashikimin e përqendrimeve të ndotësve në periudha të caktuara ose në skenarë ndryshimi klimatike.
- Identifikimin e periudhave më kritike për shëndetin e turistëve dhe për marrjen e masave parandaluese.

Përfitimet E Përdorimit Të Metodave Statistikore

Përdorimi i korelacionit dhe regresionit lejon:

1. **Kuadër të bazuar shkencërisht për vendimmarrje:** autoritetet mund të marrin vendime mbi kufizimin e aktiviteteve ose paralajmërimin e turistëve gjatë periudhave me ndotje të lartë.

Analizë e ndërveprimeve të ndërlikuara: duke marrë parasysh shumë faktorë klimatike dhe ndotës, mund të kuptohet më mirë se si kushtet natyrore amplifikojnë ose reduktojnë ndotjen.

Parashikim dhe planifikim turistik: mund të projektohen skenarë për fluksin e turistëve dhe për ofrimin e aktiviteteve në përputhje me cilësinë e ajrit.

Përfundimet kryesore

Analiza e ndikimit të ndotjes atmosferike dhe kushteve klimatike në cilësinë e ajrit në destinacionet turistike tregon se cilësia e ajrit është rezultat i ndërveprimit kompleks midis faktorëve natyrorë dhe antropogjenë. Nga studimet e bëra dhe të dhënat e mbledhura nga destinacionet turistike të ndryshme, mund të nxirren disa përfundime kryesore:

1. Temperatura

Temperaturat e larta favorizojnë formimin e ozonit troposferik (O₃) dhe mund të rrisin përqendrimin e grimcave të pluhurit, duke përkeqësuar cilësinë e ajrit.

Në periudhat e nxehta dhe të thatë, ndotësit që qëndrojnë gjatë në atmosferë shkaktojnë shqetësime shëndetësore tek turistët, veçanërisht ata me probleme respiratore dhe kardiovaskulare.

Turistët preferojnë destinacione me temperatura të qëndrueshme dhe ajër të pastër, kështu që periudhat e nxehta dhe me ndotje të lartë mund të reduktojnë fluksin e vizitorëve.

2. Lagështia

Lagështia e lartë mund të rrisë formimin e aerosolëve dhe të pengojë shpërndarjen e grimcave, duke zvogëluar cilësinë e ajrit për turistët.

Lagështia e ulët, veçanërisht në periudha të thatësisë, favorizon ngritjen e pluhurit dhe grimcave të imëta PM_{2.5} dhe PM₁₀, duke rritur ndotjen dhe ndikimin negativ në përvojën e vizitorëve.

3. Erërat

Erërat e forta ndihmojnë në shpërndarjen e ndotësve dhe përmirësojnë cilësinë e ajrit në destinacionet turistike, veçanërisht në qytetet bregdetare dhe malore.

Drejtimi dhe shpejtësia e erës mund të ndikojnë në shpërndarjen e ndotjes nga burimet industriale ose trafiku drejt destinacioneve turistike, duke krijuar periudha me ndotje të lartë.

4. Reshjet

Reshjet kanë një efekt “pastrues” mbi ajrin, duke ulur përqendrimin e grimcave dhe gazrave të ndotësve, dhe duke përmirësuar përkohësisht cilësinë e ajrit.

Sidoqoftë, reshjet e tepërta mund të krijojnë lagështi të lartë dhe formim të aerosoleve, gjë që ndonjëherë mund të ndikojë negativisht mbi disa ndotës kimikë.

5. Ndotja atmosferike

Grimcat e imëta PM2.5 dhe PM10, gazrat NO₂, SO₂, CO dhe O₃ janë ndotësit kryesorë që ndikojnë mbi shëndetin dhe komfortin e turistëve.

Kombinimi i ndotjes së lartë me kushte klimatike që favorizojnë akumulimin e ndotësve (p.sh., temperatura e lartë, lagështia e ulët dhe mungesa e erës) ka efekt shumë negativ mbi cilësinë e ajrit dhe perceptimin e destinacionit.

Lidhja me turizmin

Cilësia e ajrit është një faktor vendimtar për zgjedhjen e destinacionit nga turistët. Destinacionet me ajër të pastër dhe kushtet klimatike të favorshme perceptohen si më të shëndetshme, më të këndshme dhe më atraktive.

Periudhat me ndotje të lartë dhe kushte klimatike që favorizojnë akumulimin e ndotësve reduktojnë kënaqësinë e vizitorëve dhe mund të ndikojnë negativisht në reputacionin dhe zhvillimin ekonomik të destinacionit.

Menaxhimi i ndërveprimeve midis kushteve klimatike dhe ndotjes, përmes monitorimit të cilësisë së ajrit dhe politikave parandaluese, është kyç për zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Rekomandime Për Autoritetet Lokale Dhe Bizneset Turistike

Cilësia e ajrit është një faktor kritik për shëndetin e vizitorëve dhe për suksesin e destinacioneve turistike. Për të siguruar një ambient të shëndetshëm dhe tërheqës, autoritetet lokale dhe bizneset turistike mund të ndërmarrin një seri masash praktike dhe strategjike. Këto rekomandime mund të ndahen në disa kategori kryesore:

1. Monitorimi dhe transparenca e cilësisë së ajrit

Vendosja e stacioneve të monitorimit në pika kyçe turistike për të matur në mënyrë të vazhdueshme ndotësit kryesorë (PM2.5, PM10, NO₂, SO₂, CO, O₃).

Publikimi i të dhënave në kohë reale për turistët dhe komunitetin lokal, përmes aplikacioneve, tabelave elektronike në destinacione ose faqeve zyrtare të turizmit.

Përdorimi i Indeksit të Cilësisë së Ajrit (AQI) për të informuar vizitorët mbi rreziqet dhe për të sugjeruar aktivitete të përshtatshme në përputhje me cilësinë e ajrit.

2. Reduktimi i ndotjes nga trafiku dhe transporti

Promovimi i transportit publik të pastër, duke investuar në autobusë elektrikë ose me gaz natyror dhe duke krijuar linja të shpejta për turistët.

Zhvillimi i rrugëve për biçikleta dhe këmbësorë, duke ulur përdorimin e automjeteve private në zonat turistike.

Kufizimi i qarkullimit të automjeteve me motor të vjetër ose të ndotshëm në zona me fluks të lartë turistësh.

3. Menaxhimi i industrisë dhe aktiviteteve lokale

Kontrolli i emetimeve industriale pranë destinacioneve turistike dhe zbatimi i standardeve të ndotjes.

Promovimi i energjisë së rinovueshme në hotele, restorante dhe biznese të tjera turistike për të reduktuar djegien e karburanteve fosile.

Reduktimi i mbeturinave dhe menaxhimi i tyre korrekt, duke shmangur djegien e tyre që krijon ndotje atmosferike.

4. Ruajtja e peizazheve natyrore dhe hapësirave të gjelbra

Krijimi dhe mirëmbajtja e zonave të gjelbra, si parqe dhe gjelbërime urbane, të cilat veprojnë si filtra natyrorë të ndotjes.

Rritja e mbulimit me drurë dhe bimësi, veçanërisht në zonat me fluks të lartë turistësh, për të reduktuar grimcat e pluhurit dhe gazrat e dëmshëm.

5. Edukimi dhe ndërgjegjësimi i turistëve

Kampanja ndërgjegjësimi mbi rëndësinë e cilësisë së ajrit dhe sjelljet e përgjegjshme të vizitorëve, si shmangia e djegies së mbeturinave ose përdorimi i mjeteve të transportit të qëndrueshëm.

Informimi mbi aktivitetet në natyrë në përputhje me cilësinë e ajrit dhe kushtet klimatike, për të optimizuar përvojën turistike dhe sigurinë.

6. Integrimi i teknologjisë dhe inovacionit

Përdorimi i sensorëve inteligjentë dhe sistemit IoT për monitorim të vazhdueshëm të ndotësve në kohë reale.

Aplikacione mobile dhe platforma digjitale që informojnë turistët mbi cilësinë e ajrit dhe aktivitetet e sigurta në destinacion.

Sisteme paralajmëruese për periudha me ndotje të lartë, që mund të reduktojnë rrezikun për shëndetin e vizitorëve.

7. Planifikimi strategjik dhe politika afatgjata

Zhvillimi i planeve të menaxhimit të ajrit, duke integruar ndikimin e klimës, ndotjes dhe turizmit në planifikimin urban dhe të destinacioneve.

Zbatimi i standardeve ndërkombëtare të cilësisë së ajrit, për të përmirësuar konkurrueshmërinë e destinacioneve turistike.

Bashkëpunimi me sektorin privat dhe komunitetin lokal, për të siguruar përfshirjen e të gjithë aktorëve në përmirësimin e cilësisë së ajrit dhe përvojës së turistëve.

Përfitimet e këtyre masave

Reduktimi i ndotjes atmosferike dhe përmirësimi i cilësisë së ajrit kontribuon direkt në shëndetin e turistëve dhe rrit kënaqësinë e tyre gjatë vizitës.

Përforon imazhin dhe reputacionin e destinacionit si një vend i shëndetshëm, i qëndrueshëm dhe i kujdesshëm ndaj mjedisit.

Rrit fluksin e vizitorëve dhe të ardhurat nga turizmi, duke siguruar një zhvillim afatgjatë ekonomik dhe social.

BIBLIOGRAFIA

1. Chen, Y., & Lu, D. (2019). Meteorological influences on air pollution in tourist cities. *Atmosphere*, 10(11), 652. <https://doi.org/10.3390/atmos10110652>
2. European Environment Agency. (2020). *Air quality in Europe – 2020 report*. Luxembourg: EEA. <https://www.eea.europa.eu/publications/air-quality-in-europe-2020-report>
3. Gössling, S., Hall, C. M., & Peeters, P. (2002). *Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships*. Routledge.
4. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2015). *Tourism and water: Interactions, impacts and challenges*. Channel View Publications.
5. Kumar, P., et al. (2015). The impact of air pollution on tourism: A review. *Journal of Environmental Management*, 151, 234–244. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2015.01.032>
6. Li, X., et al. (2018). Air quality and tourists' health: The case of urban tourist destinations. *Sustainable Cities and Society*, 39, 403–412. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2018.02.010>
7. Liu, H., et al. (2020). Relationship between climate conditions and air pollution levels in tourist destinations. *Science of the Total Environment*, 739, 139963. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139963>
8. Seinfeld, J. H., & Pandis, S. N. (2016). *Atmospheric chemistry and physics: From air pollution to climate change* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

9. United States Environmental Protection Agency. (2022). *Air quality index (AQI) basics*. U.S. EPA. <https://www.epa.gov/aqs>

Zhvillimi dhe Rëndësia e Turizmit në Ulqin

Mr. Iliriana Rama Osmani

Komuna Ulqinit, Ulcinj, Montenegro

Abstrakti

Ky punim trajton zhvillimin dhe rëndësinë e turizmit në Ulqin, një qytet bregdetar në Mal të Zi me pasuri të theksuar historike, kulturore dhe natyrore. Qëllimi i studimit është të analizojë evolucionin e turizmit nga periudhat e lashta deri në ditët e sotme, të identifikojë faktorët kryesorë që ndikojnë në zhvillimin e tij, si dhe të vlerësojë ndikimet ekonomike, sociale dhe mjedisore në komunitetin lokal. Studimi tregon se turizmi në Ulqin ka kaluar nga një formë e hershme e lidhur me tregtinë dhe kontaktet kulturore në një industri të organizuar dhe moderne në shekullin XX dhe XXI. Faktorët kryesorë të zhvillimit përfshijnë pozicionin strategjik gjeografik, plazhet e gjera me rërë, natyrën e pasur dhe trashëgiminë kulturore. Gjithashtu, zhvillimi i infrastrukturës, përmirësimi i shërbimeve turistike dhe politikave lokale kanë ndikuar ndjeshëm në zgjerimin e këtij sektori. Rezultatet theksojnë se turizmi ka një rol kyç në ekonominë lokale, duke kontribuar në rritjen e të ardhurave, krijimin e vendeve të punës dhe tërheqjen e investimeve. Megjithatë, punimi identifikon edhe sfida të rëndësishme si sezonaliteti, presioni mbi mjedisin, mungesa e infrastrukturës adekuate dhe konkurrenca ndërkombëtare. Në përfundim, theksohet se zhvillimi i turizmit të qëndrueshëm, diversifikimi i ofertës turistike (turizëm kulturor, ekologjik dhe sportiv) dhe forcimi i politikave dhe investimeve janë thelbësore për zhvillimin afatgjatë. Ulqini ka potencial të madh për t'u zhvilluar si destinacion turistik gjatë gjithë vitit duke ruajtur identitetin dhe trashëgiminë e tij natyrore dhe kulturore.

Abstract

This paper examines the development and significance of tourism in Ulcinj, a coastal city in Montenegro with rich historical, cultural, and natural resources. The study aims to analyze the evolution of tourism from ancient times to the present, identify the key factors influencing its growth, and evaluate its economic, social, and environmental impacts on the local community. The research highlights that tourism in Ulcinj has evolved from early trade and cultural exchanges in antiquity to a structured and modern industry in the twentieth and twenty-first centuries. Key development factors include the city's strategic geographic location, its extensive sandy beaches, diverse natural landscapes, and valuable cultural heritage. Additionally, improvements in infrastructure, tourism services, and local governance policies have contributed significantly to the expansion of the sector. The findings emphasize that tourism plays a crucial role in the local economy, contributing a substantial share to income generation, employment creation, and investment growth. However, the study also identifies major challenges, including seasonality, environmental pressure, infrastructure limitations, and increasing international competition. The paper concludes that sustainable tourism development, diversification of tourism products (such as cultural, ecological, and sports tourism), and stronger investment and policy frameworks are essential for ensuring long-term growth. Ulcinj has strong potential to develop into a year-round destination while preserving its cultural identity and natural environment.

Hyrje

Turizmi është një nga sektorët më të rëndësishëm ekonomikë për shumë vende, duke kontribuar jo vetëm në zhvillimin ekonomik, por edhe në promovimin e kulturës, traditës dhe natyrës së një vendi. Ulqini, një qytet bregdetar në Mal të Zi, ka një histori të pasur dhe një trashëgimi natyrore dhe kulturore që e bën atë një destinacion tërheqës për turistët vendas dhe të huaj.

Qëllimi i këtij punimi është të analizojë zhvillimin e turizmit në Ulqin, rëndësinë e tij për ekonominë lokale, si dhe sfidat dhe mundësitë që ofron ky sektor.

1. Historiku i Turizmit në Ulqin

Ulqini është një nga qytetet më të vjetra bregdetare të Malit të Zi, me histori që daton që nga periudha ilire dhe romake. Pozicioni strategjik i qytetit pranë Detit Adriatik, afërsia me rrugët tregtare dhe natyra e pasur kanë bërë që Ulqini të tërheqë vizitorë që nga lashtësia.

1.1. Epoka Antike dhe Mesjetare

Në periudhën antike, Ulqini ishte i njohur si qytet port me aktivitet të madh tregtar. Romakët dhe ilirët e vlerësuan qytetin për vendndodhjen strategjike, dhe kjo solli edhe zhvillim të infrastrukturës bazë për pritjen e vizitorëve dhe tregtarëve. Në këtë periudhë, turizmi nuk kishte karakterin modern, por vizitorët vinin për tregti, diplomaci dhe arsye kulturore, duke krijuar një bazë për zhvillimin e mëvonshëm të aktiviteteve turistike.

Gjatë mesjetës, Ulqini u ndikua nga perandoritë dhe qytet-shtetet që sundonin bregdetin Adriatik. Kalatë, xhamitë dhe kishat e ndërtuara në këtë periudhë shërbyen jo vetëm si mbrojtje, por edhe si pika referimi për udhëtarët dhe vizitorët që kalonin në qytet. Gjithashtu, tregtia detare solli kontakte me qytete të tjera bregdetare dhe vizitorë nga rajoni i Mesdheut.

1.2. Periudha Osmane

Në shekullin XVI, Ulqini u bë pjesë e Perandorisë Osmane dhe filloi të zhvillojë aktivitetin turistik në mënyrë më strukturore. Njerëzit filluan të vizitonin qytetin për arsye kulturore, fetare dhe për pushime në bregdetin e pasur me plazhe. Kjo periudhë shënon fillimin e një forme të hershme të turizmit kulturor, ku vizitorët interesoheshin për trashëgiminë historike dhe monumentet fetare të qytetit.

1.3. Turizmi Modern në Shekullin XX

Në shekullin XX, turizmi në Ulqin filloi të marrë një karakter më modern. Plazhet e bukura, rëra e artë dhe klima mesdhetare filluan të tërheqin turistë nga vendet e ish-Jugosllavisë dhe më gjerë. Krijimi i hoteleve të para, restoranteve dhe infrastrukturës turistike filloi të ofrojë shërbime më të organizuara për vizitorët.

Pas Luftës së Dytë Botërore, Ulqini u zhvillua si destinacion veror për pushime, duke u bërë një pikë e njohur për turistët që kërkonin relaks dhe argëtim në bregdetin Adriatik. Qyteti kombinonte plazhet natyrore me trashëgiminë historike, duke ofruar një përvojë turistike unike.

1.4. Turizmi Sot

Në dekadat e fundit, Ulqini është bërë një destinacion ndërkombëtar, i njohur për plazhet e mëdha, rërën e artë dhe mikpritjen tradicionale. Turizmi ka marrë një rol kyç në ekonominë lokale, duke sjellë investime në hotele, restorante, sporte ujore dhe aktivitete kulturore.

Sot, Ulqini ofron një kombinim të turizmit bregdetar, kulturor dhe ekologjik. Përveç pushimeve verore, qyteti ka filluar të zhvillojë projekte për turizmin kulturor, historik dhe ekologjik, duke tërhequr një gamë më të gjerë vizitorësh dhe duke promovuar ruajtjen e trashëgimisë natyrore dhe kulturore.

2. Faktorët e Zhvillimit të Turizmit

Zhvillimi i turizmit në Ulqin është rezultat i një kombinimi të faktorëve natyrorë, kulturorë, historikë dhe ekonomikë. Këta faktorë krijojnë një ambient tërheqës për turistët dhe ofrojnë mundësi për rritjen e sektorit në mënyrë të qëndrueshme.

2.1. Lokacioni Gjeografik

Ulqini ndodhet në pjesën jugore të Malit të Zi, afër kufirit me Shqipërinë, dhe është i vendosur direkt mbi Detin Adriatik. Pozicioni i tij strategjik e bën qytetin të aksesueshëm lehtësisht nga rrugë kombëtare dhe rajonale, si dhe nga porte dhe aeroporte të afërta.

Ky lokacion favorizon zhvillimin e turizmit bregdetar dhe krijon mundësi për zhvillimin e turizmit ndërkombëtar. Vizitorët nga vendet e rajonit dhe turistët nga Evropa dhe më gjerë e zgjedhin Ulqinin si destinacion për pushime verore për shkak të afërsisë dhe qasjes së lehtë në qytet dhe plazhe.

2.2. Plazhet dhe Natyrshmëria

Një nga faktorët më të rëndësishëm për zhvillimin e turizmit është natyra e pasur e zonës. Plazhi i madh i Ulqinit, me rërë të artë, konsiderohet ndër më të bukurit në Adriatik. Ai tërheq turistë që kërkojnë pushime relaksuese, diell dhe sporte ujore.

Përveç plazhit kryesor, zona përreth qytetit ka peizazhe malore dhe pyje të virgjër, që ofrojnë mundësi për turizëm ekologjik dhe aventurë. Ekzistojnë mundësi për ecje në natyrë, çiklizëm, dhe eksplorim të faunës dhe florës së pasur të rajonit. Ky kombinim i bregdetit dhe natyrës së paprekur është një faktor kryesor që tërheq vizitorë nga vende të ndryshme.

2.3. Trashëgimia Kulturore dhe Historike

Ulqini ka një histori të pasur, që daton që nga periudha ilire dhe romake. Trashëgimia historike dhe kulturore e qytetit përfshin:

- Kalatë dhe fortifikimet: Kalaja e Ulqinit dhe kështjellat mesjetare janë pika kryesore të interesit turistik.
- Objekte fetare: Xhamitë, kishat dhe manastiret e vjetra tregojnë për trashëgiminë e pasur kulturore dhe fetare të qytetit.
- Qyteti i vjetër: Arkitektura tradicionale, rrugicat e ngushta dhe tregjet e vogla të qytetit të vjetër ofrojnë një përvojë të veçantë për vizitorët.

Këta elementë kulturorë nuk janë vetëm atraksione për turistët, por edhe faktor që promovon identitetin dhe traditat lokale, duke i dhënë Ulqinit një avantazh të veçantë mbi destinacionet e tjera bregdetare.

2.4. Infrastrukturat dhe Shërbimet Turistike

Zhvillimi i infrastrukturës është një faktor kyç për tërheqjen e turistëve. Ulqini ka bërë hapa të rëndësishëm në ndërtimin e hoteleve, komplekseve turistike dhe restoranteve që ofrojnë shërbime cilësore për vizitorët.

Përveç akomodimit, infrastruktura rrugore, transporti publik dhe akseset për aktivitete turistike (si qendrat sportive, portet dhe marina) ndikojnë në përmirësimin e përvojës së turistëve. Investimet në infrastrukturë të qëndrueshme dhe moderne janë thelbësore për zhvillimin e turizmit masiv dhe për zgjerimin e sezonit turistik.

2.5. Mbështetja nga Politikat Lokale dhe Promovimi

Qeveria lokale dhe institucionet për turizmin kanë një rol vendimtar në zhvillimin e turizmit. Programet për promovimin e qytetit, pjesëmarrja në panaire ndërkombëtare dhe marketingu digjital e bëjnë Ulqinin më të njohur për turistët e huaj.

Përveç promovimit, politikat për ruajtjen e mjedisit dhe mbrojtjen e trashëgimisë historike janë të rëndësishme për të krijuar një turizëm të qëndrueshëm dhe për të siguruar që zhvillimi ekonomik të mos ndikojë negativisht mbi natyrën dhe kulturën e qytetit.

2.6. Faktorë të Tjerë

- Klima mesdhetare: Dimri i butë dhe vera e ngrohtë e bëjnë Ulqinin të përshtatshëm për turizëm gjatë gjithë vitit.
- Diversiteti i ofertës turistike: Turizmi bregdetar, kulturor, sportiv dhe ekologjik ofron një gamë të gjerë opsionesh për vizitorët me interesa të ndryshme.
- Mikpritja tradicionale dhe gastronomia: Ushqimi lokal dhe kultura e mikpritjes janë elemente të rëndësishme që i japin vizitorit një përvojë unike dhe të paharrueshme.

3. Rëndësia Ekonomike e Turizmit

Turizmi është një nga sektorët kryesorë të ekonomisë në Ulqin dhe ka ndikim të madh në zhvillimin ekonomik, social dhe urban të qytetit. Ai jo vetëm që sjell të ardhura direkte nga vizitorët, por kontribuon edhe në zhvillimin e industrive dytësore dhe promovimin e produkteve lokale. Rëndësia ekonomike e turizmit mund të ndahet në disa nivele:

3.1. Kontributi në të Ardhurat Lokale

Turizmi është një burim i konsiderueshëm të ardhurash për Ulqinin. Vizitorët shpenzojnë për akomodim, ushqim, aktivitete argëtuese, transport dhe suvenire. Këto shpenzime gjenerojnë një rritje të drejtpërdrejtë të të ardhurave për bizneset lokale.

Hotelet dhe akomodimet private: Shumë familje dhe investitorë lokalë përfitojnë nga qiraja e apartamenteve dhe dhomave për turistët gjatë sezonit turistik.

Restorantet dhe kafeteritë: Gastronomia lokale përfiton shumë nga turistët që shijojnë kuzhinën tradicionale dhe ushqimin detar.

Sipas të dhënave të viteve të fundit, pjesëmarrja e turizmit në GDP-në lokale të Ulqinit është e konsiderueshme, duke kontribuar në mbi 30–40% të të ardhurave vjetore të qytetit gjatë sezonit turistik.

3.2. Krijimi i Vendeve të Punës

Turizmi është një sektor i rëndësishëm për punësimin e popullsisë lokale. Ai krijon vende pune në shumë fusha:

- Punësim i drejtpërdrejtë: punë në hotele, restorante, agjenci turistike, guida turistike dhe transport.
- Punësim i tërthortë: industrinë e ushqimit, artizanatin, ndërtimin dhe mirëmbajtjen e infrastrukturës turistike.

Ky sektor ndihmon në uljen e papunësisë dhe përmirësimin e cilësisë së jetës së banorëve, veçanërisht gjatë sezonit veror kur fluksi i turistëve është më i madh.

3.3. Investimet dhe Zhvillimi i Infrastrukturës

Turizmi inkurajon investime të ndryshme në qytet:

- Hotele dhe komplekse turistike: investimet private dhe publike krijojnë vende pune dhe rrisin standardin e shërbimeve.
- Rrugë dhe transport: përmirësimi i infrastrukturës rrugore dhe transportit publik e bën qytetin më të qasshëm dhe tërheqës për vizitorët.
- Shërbime argëtuese dhe sportive: ndërtimi i sporteve ujore, qendrave rekreative dhe aktiviteteve turistike ofron mundësi për zhvillimin e biznesit lokal.
- Investimet në këto fusha nuk kontribuojnë vetëm në turizëm, por përmirësojnë jetën e përditshme të banorëve dhe rrisin cilësinë e mjedisit urban.

3.4. Promovimi i Produkteve Lokale dhe Artizanatit

Turizmi ndihmon gjithashtu në zhvillimin e prodhimeve lokale. Turistët janë të interesuar për suvenire, artizanat, produkte ushqimore tradicionale dhe të gjitha produktet që lidhen me kulturën lokale.

Artizanati lokal dhe produktet ushqimore të prodhuara në zonë përfitojnë nga kërkesa e turistëve.

Promovimi i këtyre produkteve rrit të ardhurat për komunitetin dhe mban gjallë traditat kulturore.

3.5. Efektet Multiplikuese

Efekti ekonomik i turizmit shkon përtej të ardhurave direkte. Çdo euro e shpenzuar nga një turist shpërndahet në ekonominë lokale përmes zinxhirit të furnizimit:

Restauranti pagan furnitorët lokalë për ushqim dhe shërbime.

Furnitorët investojnë pjesën e fitimeve në zhvillimin e biznesit të tyre ose punësojnë punëtorë të rinj.

Punonjësit shpenzojnë të ardhurat e tyre në qytet, duke stimuluar ekonominë lokale.

Kjo krijon një cikël pozitiv ekonomik, që përmirëson qëndrueshmërinë ekonomike të Ulqinit.

3.6. Rritja e Investimeve të Huaja

Zhvillimi i turizmit tërheq investitorë të huaj, të cilët investojnë në hotele, resorte dhe shërbime argëtuese. Kjo jo vetëm që sjell kapital të huaj, por gjithashtu përmirëson standardet e shërbimeve dhe konkurrencën në tregun lokal.

Investimet e huaja shpesh lidhen me projekte të mëdha, të cilat sjellin zhvillim afatgjatë dhe rrisin reputacionin ndërkombëtar të Ulqinit si destinacion turistik.

4. Turizmi dhe Shoqëria

Turizmi nuk është vetëm një burim i rëndësishëm ekonomik, por ka edhe ndikim të madh në shoqëri, kulturë dhe ambient. Në Ulqin, si një qytet me histori të pasur dhe trashëgimi natyrore dhe kulturore, turizmi ka transformuar jetën sociale të komunitetit dhe ka krijuar sfida dhe mundësi të reja.

4.1. Ndikimi Social

Turizmi ndikon drejtpërdrejt në jetën e banorëve të Ulqinit:

- Punësimi dhe cilësia e jetës: Sektori turistik krijon mundësi të shumta punësimi, veçanërisht për të rinjtë, duke ndihmuar në reduktimin e papunësisë. Rritja e të ardhurave për familjet lokale përmirëson standardin e jetës dhe mundëson investime në arsim, shëndetësi dhe shërbime të tjera komunitare.
- Ndikimi në urbanizim: Rritja e turizmit ka nxitur zhvillimin e infrastrukturës urbane dhe përmirësimin e shërbimeve publike, si rrugët, ndriçimi dhe pastrimi i qytetit.

Megjithatë, zhvillimi i shpejtë i turizmit mund të sjellë edhe probleme sociale, si mbipopullimi gjatë sezonit veror, mungesa e hapësirave për komunitetin lokal dhe rritja e kostos së jetesës në disa zona.

4.2. Ndikimi Kulturor

Turizmi ka një rol të madh në promovimin dhe ruajtjen e kulturës lokale:

- Ruajtja e traditave: Përmes aktiviteteve turistike, qyteti nxit organizimin e festivaleve kulturore, koncerteve dhe tregjeve të artizanatit, duke ruajtur dhe promovuar traditat lokale.
- Shkëmbimi kulturor: Vizitorët nga vende të ndryshme sjellin kultura, ide dhe stile të reja jetese, duke krijuar një shkëmbim të vlefshëm kulturor dhe duke pasuruar shoqërinë lokale.

- Turizmi arsimor dhe kulturor: Monumentet historike, muzeumet dhe qyteti i vjetër ofrojnë mundësi për edukim dhe promovim të njohurive historike dhe kulturore për të rinjtë dhe vizitorët.

4.3. Ndikimi Mjedisor

Turizmi gjithashtu ka një ndikim të drejtpërdrejtë mbi mjedisin:

- Pozitiv: Përgjegjësia e shtuar për ruajtjen e plazheve, pastrimin e qytetit dhe mbrojtjen e natyrës ka bërë që disa zona të mbrohen dhe të zhvillohen në mënyrë të qëndrueshme.
- Negativ: Rritja e vizitorëve mund të sjellë ndotje, mbingarkesë të infrastrukturës dhe degradim të peizazheve natyrore, veçanërisht gjatë sezonit veror. Menaxhimi i kujdesshëm është thelbësor për të ruajtur ekuilibrin midis zhvillimit turistik dhe mbrojtjes së mjedisit.

4.4. Turizmi dhe Identiteti Lokal

Turizmi ndikon gjithashtu në identitetin e komunitetit:

Fuqizimi i komunitetit: Përmes pjesëmarrjes në aktivitete turistike dhe promovimin e qytetit, banorët zhvillojnë ndjenja krenarie për trashëgiminë e tyre kulturore dhe natyrore.

Ndikimi mbi mënyrën e jetesës: Shumë banorë përfshihen në aktivitete turistike, si guida turistike, shërbime në hotele apo aktivitete kulturore, duke sjellë një ndryshim në stilin e jetesës dhe mënyrën e shfrytëzimit të burimeve lokale.

4.5. Turizmi dhe Arsimi

Turizmi ka një ndikim të drejtpërdrejtë edhe mbi arsimimin dhe edukimin:

Formimi profesional: Rritja e sektorit turistik ka nxitur krijimin e kurseve profesionale për guida turistike, menaxherët e hotelierisë dhe shërbimet e shoqërive turistike.

Ndërgjegjësimi për trashëgiminë kulturore dhe mjedisin: Vizitat edukative dhe projekti për ruajtjen e monumenteve kulturore përfshijnë nxënësit dhe të rinjtë, duke i bërë ata më të vetëdijshëm për rëndësinë e turizmit të qëndrueshëm.

4.6. Sfida Sociale

Megjithëse turizmi sjell përfitime të mëdha, ekzistojnë edhe sfida sociale:

Sezonaliteti: Puna në turizëm është shpesh sezonal, duke krijuar pasiguri për punonjësit dhe bizneset lokale.

Mbingarkesa e infrastrukturës: Shumë turistë njëkohësisht mund të krijojnë presion mbi rrugët, parkimet, ujësjellësin dhe shërbimet publike.

Ndikimi mbi kulturën lokale: Promovimi i turizmit masiv mund të çojë në homogenizim kulturor, ku disa tradita dhe zakone të vjetra mund të humbasin ose të ndryshohen për t'u përshtatur me pritjet e turistëve.

5. Sfidat e Turizmit në Ulqin

Edhe pse turizmi ka një rol kyç në zhvillimin ekonomik dhe social të Ulqinit, ai përballet me disa sfida të rëndësishme që mund të pengojnë zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit. Njohja dhe menaxhimi i këtyre sfidave janë të domosdoshme për të siguruar që turizmi të sjellë përfitime afatgjata për qytetin dhe komunitetin lokal.

5.1. Varësia nga Sezonaliteti

Një nga sfidat kryesore të turizmit në Ulqin është varësia e lartë nga sezoni i verës. Shumica e vizitorëve mbërrijnë gjatë muajve qershor-shtator, duke krijuar një fluks intensiv turistësh për një periudhë të shkurtër:

Efektet ekonomike: Bizneset dhe punëtorët varen nga fitimet e sezonit të shkurtër, duke krijuar pasiguri për periudhat jashtë sezonit.

Presioni mbi shërbimet publike: Gjatë sezonit turistik, rrugët, uji, mbeturinat dhe shërbimet komunale mund të mbingarkohen.

Zgjidhje e mundshme: Zhvillimi i turizmit gjatë gjithë vitit, përmes turizmit kulturor, ekologjik, sportiv dhe konferencash, mund të reduktojë këtë varësi dhe të stabilizojë ekonominë lokale.

5.2. Infrastrukturë e Papërshtatshme

Infrastruktura turistike në disa zona të Ulqinit nuk është gjithmonë në nivelin e nevojshëm për të përballuar numrin e madh të vizitorëve:

- **Transporti dhe rrugët:** Rruga kryesore dhe rrugët lokale shpesh përballen me trafikun intensiv gjatë sezonit.
- **Mungesa e shërbimeve të përparuara:** Parkime, ujësjellës, kanalizime dhe shërbime sanitare në disa zona nuk janë të mjaftueshme.
- **Zgjidhje e mundshme:** Investime të reja infrastrukturore, modernizimi i rrugëve dhe ndërtimi i parkingjeve të reja mund të përmirësojnë situatën dhe të rrisin cilësinë e shërbimeve turistike.

5.3. Presioni mbi Mjedisin

Turizmi masiv ka ndikim të drejtpërdrejtë mbi mjedisin natyror dhe bregdetin e Ulqinit:

- **Degradimi i plazheve:** Rëra dhe bregdeti mund të dëmtohen nga fluksi i madh i turistëve.
- **Ndotja:** Uji, ajri dhe mbeturinat mund të ndoten nëse nuk menaxhohen në mënyrë të duhur.
- **Ruajtja e natyrës:** Parket natyrore dhe zona të mbrojtura kërkojnë mbikëqyrje dhe masa të veçanta për ruajtjen e ekosistemeve.

5.4. Konkurenca dhe Marketingu Ndërkombëtar

Ulqini përballë me konkurrencë nga destinacione të tjera bregdetare në Mal të Zi, Kroaci dhe Shqipëri:

Mungesa e marketingut ndërkombëtar të fortë: Nuk ka gjithmonë fushata promovionale të konsoliduara për të tërhequr turistë nga vendet e largëta.

Zgjidhje e mundshme: Zhvillimi i strategjive të marketingut digjital dhe pjesëmarrja në panaire ndërkombëtare mund të rrisin imazhin e Ulqinit si destinacion turistik.

5.5. Sfida Sociale dhe Kulturore

Turizmi mund të sjellë edhe sfida sociale për komunitetin lokal:

Mbingarkesa e qytetit: Shumë turistë njëkohësisht mund të ndryshojnë ritmin e jetës së banorëve dhe të krijojnë tensione sociale.

Humbja e identitetit kulturor: Përpjekja për të përshtatur ofertën turistike mund të çojë në humbjen e disa traditave lokale ose në ndryshimin e zakoneve të vjetra për t'iu përshtatur turistëve.

5.6. Qasje e Kufizuar ndaj Investimeve të Reja

Edhe pse turizmi tërheq investime, disa projekte të mëdha përballen me sfida administrative dhe burokratike:

Mungesa e stimujve për investitorët lokalë dhe të huaj.

Proceset e komplikuar ligjore dhe rregullore të vjetra që ngadalësojnë zhvillimin e projekteve të reja.

5.7. Nevoja për Menaxhim të Qëndrueshëm

Sfidat kryesore të turizmit lidhen me menaxhimin e qëndrueshëm të qytetit:

- Ruajtja e ekuilibrit midis zhvillimit ekonomik dhe mbrojtjes së mjedisit.
- Planifikimi urban për të përballuar fluksin e vizitorëve.
- Integrimi i komunitetit lokal në vendimmarrje për turizmin.

6. Mundësitë dhe Perspektivat e Zhvillimit

Ulqini, me vendndodhjen strategjike, historinë e pasur dhe bukurinë natyrore, ofron mundësi të shumta për zhvillimin e turizmit në mënyrë të qëndrueshme. Përveç sfidave të përmendura më parë, qyteti ka potencial për të rritur ekonominë, për të krijuar vende pune dhe për të forcuar identitetin kulturor.

6.1. Zhvillimi i Turizmit Bregdetar dhe Plazhor

Ulqini ka një nga plazhet më të mëdhenj dhe më të bukur në Adriatik, me rërë të artë dhe ujë të pastër. Kjo ofron mundësi për:

Turizëm veror masiv: Tërheqja e turistëve vendas dhe ndërkombëtarë.

Sporte ujore dhe argëtim: Rritja e ofertës për sporte ujore si windsurfing, vela, kajak dhe skij ujore.

Plazhe tematike: Krijimi i plazheve të specializuara për familje, të rinj, sportivë ose turistë që kërkojnë qetësi.

Investimet në këto zona mund të rrisin të ardhurat dhe të zgjasin sezonin turistik.

6.2. Turizmi Kulturor dhe Historik

Trashëgimia e pasur kulturore e Ulqinit ofron një mundësi të madhe për diversifikimin e turizmit:

- Vizitat në qytetin e vjetër dhe kalatë historike: Edukim dhe argëtim për vizitorët.
- Festivale kulturore dhe artizanale: Organizimi i eventeve që promovojnë muzikën, teatrin, artin dhe ushqimin tradicional.
- Turizmi arsimor: Vizitat e shkollave dhe grupet universitare për të mësuar mbi historinë dhe kulturën lokale.

Këto aktivitete nuk janë vetëm një mundësi ekonomike, por edhe një mjet për ruajtjen e identitetit kulturor dhe promovimin e traditave.

6.3. Turizmi Ekologjik dhe Rural

Zona përreth Ulqinit ofron mundësi për zhvillimin e turizmit ekologjik:

- Ekskursionet natyrore dhe hiking: Shëtitje në male dhe pyje, eksplorimi i liqeneve dhe peizazheve natyrore.
- Turizëm rural: Vizitat në fshatra të afërta, ku turistët mund të njohin jetën e përditshme, ushqimin dhe traditat e komuniteteve rurale.
- Agroturizmi: Strehimi në fermat lokale, pjesëmarrja në aktivitetet e bujqësisë dhe prodhimin e ushqimeve tradicionale.

Ky segment është veçanërisht i rëndësishëm për zgjerimin e sezonit turistik dhe për të tërhequr vizitorë që kërkojnë përvoja autentike dhe qetësi.

6.4. Turizmi i Sportit dhe i Aktivitetit

Ulqini ka potencial për të zhvilluar turizmin sportiv dhe aventuror:

Sportet ujore: Vela, snorkeling, kajak dhe sporte të tjera ujore gjatë sezonit veror.

Turizmi malor: Çiklizëm, hiking dhe ecje në natyrë në zonat përreth.

Evente sportive: Organizimi i turneve ndërkombëtare dhe aktiviteteve sportive mund të rrisë vizitueshmërinë jashtë sezonit.

6.5. Perspektiva për Turizmin Afatgjatë

Diversifikimi i ofertës turistike: Kombinimi i turizmit bregdetar, kulturor, ekologjik dhe sportiv do të krijojë një destinacion gjithëvjeter.

Zhvillimi i infrastrukturës moderne: Hotele, rrugë, transport publik, marina dhe qendra sportive.

Përmirësimi i marketingut dhe promovimit ndërkombëtar: Përdorimi i teknologjisë dhe medias digjitale për të tërhequr vizitorë nga vende të largëta.

Turizmi i qëndrueshëm: Implementimi i politikave për ruajtjen e mjedisit dhe trashëgimisë kulturore për të garantuar zhvillim afatgjatë.

6.6. Investimet dhe Partneritetet

Mundësitë për zhvillim përfshijnë bashkëpunimin me:

Investitorë lokalë dhe të huaj: Krijimi i hoteleve, resorteve dhe shërbimeve turistike.

Organizata ndërkombëtare: Projekte për ruajtjen e mjedisit dhe zhvillimin e turizmit të qëndrueshëm.

Komunitetin lokal: Përfshirja e banorëve në planifikim dhe ofrimin e shërbimeve turistike, duke forcuar identitetin dhe pjesëmarrjen.

7. Përfundime

Turizmi në Ulqin ka një rëndësi të madhe ekonomike, sociale dhe kulturore. Ai është një burim i konsiderueshëm të ardhurash për komunitetin lokal, krijon vende pune dhe ndihmon në promovimin e produkteve dhe traditave lokale. Trashëgimia historike dhe natyra e pasur e qytetit, veçanërisht plazhi i madh dhe rëra e artë, e bëjnë Ulqinin një destinacion tërheqës jo vetëm për turistët vendas, por edhe për vizitorë ndërkombëtarë.

Megjithatë, zhvillimi i turizmit shoqërohet edhe me sfida të rëndësishme, si varësia nga sezoni veror, presioni mbi infrastrukturën dhe ndikimet mjedisore. Përballimi i këtyre sfidave kërkon menaxhim të kujdesshëm, investime në infrastrukturë dhe promovim të turizmit të qëndrueshëm, që respekton natyrën dhe kulturën lokale.

Mundësitë për zhvillim janë të shumta: diversifikimi i turizmit në sektorë si turizmi kulturor, ekologjik dhe sportiv, zhvillimi i infrastrukturës moderne dhe bashkëpunimi me investitorë dhe komunitetin lokal mund të rrisin atraktivitetin e Ulqinit gjatë gjithë vitit. Në këtë mënyrë, turizmi mund të vazhdojë të jetë një motor zhvillimi për qytetin, duke forcuar ekonominë dhe duke promovuar identitetin dhe trashëgiminë kulturore të këtij destinacioni unik bregdetar.

Referenca

1. Statistikat e Zyrës për Turizëm të Ulqinit
Zyra për Turizëm Ulqin, Raporte Vjetore (2018–2025).
– Për të dhëna mbi vizitorët, sezonin turistik dhe zhvillimin ekonomik.
2. Mali i Zi – Strategjia Kombëtare për Turizëm
Ministria e Ekonomisë dhe Turizmit, Podgoricë, 2020.
– Për politika zhvillimi, mundësi dhe sfida të turizmit.

3. Këlliçi, E. (2017). "Turizmi Bregdetar dhe Zhvillimi Lokal: Rasti i Ulqinit"
Revista Shkencore për Turizëm dhe Menaxhim, Viti 5, Nr. 2.
– Analizë mbi ndikimin ekonomik dhe social të turizmit në Ulqin.
4. Përparimi, A. & Dauti, S. (2019). "Trashëgimia Kulturore dhe Turizmi në Ulqin"
Studime për Turizëm dhe Kulturë, Universiteti i Malit të Zi.
– Për historikun e qytetit dhe rolin e trashëgimisë në zhvillimin turistik.
5. World Tourism Organization (UNWTO). Montenegro Tourism Highlights, 2021
– Statistika ndërkombëtare dhe krahasime për zhvillimin e turizmit në Mal të Zi dhe rajon.
6. Marku, F. (2018). "Turizmi i Qëndrueshëm dhe Menaxhimi i Destinacioneve Bregdetare"
Tirana: Botime Akademike.
– Për strategjitë e turizmit të qëndrueshëm dhe ruajtjen e mjedisit.
7. Webpage: Turistička Organizacija Ulcinj – www.ulcinjtourism.me
– Informacione të azhurnuara mbi aktivitetet turistike, eventet kulturore dhe promovimin e qytetit.
8. European Travel Commission (ETC), Tourism Trends in Adriatic Region, 2022
– Për të dhëna krahasuese rajonale dhe perspektiva zhvillimi.

Prva Banka në Epokën Digjitale: Transformimi i Shërbimeve Bankare

Albnora Dragoviq

Prva Banka Ulqin, Montenegro

Abstrakti

Ky punim analizon transformimin digjital të sektorit bankar duke u fokusuar në rastin e Prva Banka si një institucion financiar që ka adoptuar teknologjitë moderne për të përmirësuar shërbimet dhe për të ruajtur konkurrencën në treg. Studimi shqyrton rolin e teknologjive si bankingu online, inteligjenca artificiale, blockchain, Big Data dhe cloud computing në rritjen e efikasitetit operacional dhe përmirësimin e përvojës së klientëve. Gjithashtu, trajtohen ndryshimet organizative, zhvillimi i kapaciteteve të stafit dhe strategjitë e menaxhimit të ndryshimit që kanë mundësuar implementimin e suksesshëm të transformimit digjital. Rezultatet tregojnë se digjitalizimi ka sjellë përfitime të konsiderueshme, duke përfshirë automatizimin e proceseve, reduktimin e kostove dhe ofrimin e shërbimeve më të shpejta dhe të personalizuar për klientët. Megjithatë, studimi identifikon edhe sfida të rëndësishme si siguria kibernetike, mbrojtja e të dhënave dhe rezistenca organizative ndaj ndryshimit. Në përfundim, theksohet se transformimi digjital është një proces i vazhdueshëm strategjik, i domosdoshëm për qëndrueshmërinë dhe zhvillimin e bankave në epokën moderne.

Fjalë kyçe: transformimi digjital, bankingu digjital, inteligjenca artificiale, Big Data, blockchain, përvoja e klientit, efikasitet operacional, siguria kibernetike

Abstract

This paper analyzes the digital transformation of the banking sector, focusing on the case of Prva Banka as a financial institution that has adopted modern technologies to enhance services and maintain competitiveness in the market. The study examines the role of technologies such as online banking, artificial intelligence, blockchain, Big Data, and cloud computing in improving operational efficiency and customer experience. It also addresses organizational changes, staff capacity development, and change management strategies that have enabled the successful implementation of digital transformation. The findings indicate that digitalization has generated significant benefits, including process automation, cost reduction, and the provision of faster and more personalized services to customers. However, the study also identifies key challenges such as cybersecurity risks, data protection issues, and organizational resistance to change. In conclusion, digital transformation is emphasized as a continuous strategic process essential for the sustainability and development of banks in the modern technological era.

Keywords: digital transformation, digital banking, artificial intelligence, Big Data, blockchain, customer experience, operational efficiency, cybersecurity

Hyrje

Në dekadat e fundit, sektori bankar ka kaluar një transformim të jashtëzakonshëm, duke lëvizur nga modelet tradicionale të shërbimeve financiare drejt një mjedisi plotësisht digjital. Ky proces nuk është thjesht një ndryshim i mënyrës se si ofrohen shërbimet, por një transformim i thellë struktural që prek të gjitha aspektet e funksionimit të bankave, nga menaxhimi i riskut dhe procesimi i transaksioneve, deri te përvoja e klientëve dhe strategjitë e marketingut financiar. Prva Banka, si një nga institucionet më të rëndësishme bankare në rajon, ka qenë një shembull i dukshëm i këtij transformimi, duke adaptuar teknologjitë më të avancuara për të përmbushur nevojat në ndryshim të klientëve dhe për të mbajtur një pozicion konkurrues në treg.

Epoka digjitale ka sjellë një ndryshim të madh në mënyrën se si klientët ndërveprojnë me bankat. Konsumatorët e sotëm kërkojnë shërbime të shpejta, të sigurta dhe të aksesueshme në çdo kohë dhe nga çdo vend. Ky ndryshim në pritshmëritë e klientëve ka detyruar bankat të ripërkufizojnë proceset e tyre të brendshme, të investojnë në platforma teknologjike dhe të krijojnë mënyra të reja për të ofruar shërbime financiare. Në këtë kontekst, transformimi digjital nuk është më një opsion, por një domosdoshmëri strategjike për mbijetesë dhe zhvillim të qëndrueshëm.

Përveç përfitimeve të qarta, si rritja e efikasitetit operativ, zvogëlimi i kostove dhe përmirësimi i përvojës së klientëve, procesi i digjitalizimit sjell edhe sfida të rëndësishme. Bankat duhet të përballen me rreziqe të sigurisë kibernetike, mbrojtjen e të dhënave personale të klientëve, integrimin e teknologjive të reja pa ndërprerë shërbimet ekzistuese dhe trajnimin e stafit për të menaxhuar një mjedis të ndryshueshëm. Prva Banka ka ndjekur një qasje të balancuar, duke kombinuar inovacionin teknologjik me menaxhimin e kujdesshëm të riskut dhe përfshirjen aktive të klientëve në këtë transformim.

Qëllimi kryesor i këtij punimi është të analizojë mënyrën se si Prva Banka ka implementuar transformimin digjital, duke shqyrtuar teknologjitë e përdorura, ndikimin e tyre në efikasitetin operacional dhe përvojën e klientëve, si dhe sfidat dhe strategjitë që banka ka përdorur për të kapërcyer pengesat e ndryshimit. Përmes këtij studimi, synohet të ofrohet një panoramë e plotë e evolucionit digjital të bankës dhe të nxirren mësim të vlefshme për sektorin bankar në përgjithësi.

1.Rëndësia E Transformimit Digjital Në Banka

Transformimi digjital është një proces i detajuar dhe kompleks që përfshin adaptimin e teknologjive të avancuara në të gjitha aspektet e funksionimit të bankave, duke ndryshuar mënyrën se si ofrohen shërbimet, menaxhohet operacioni dhe ndërveprohet me klientët. Për bankat si Prva Banka, ky proces nuk është thjesht një përmirësim teknik, por një transformim strategjik që ndikon drejtpërdrejt në konkurrencën, inovacionin dhe qëndrueshmërinë e tyre në treg.

1.1. Përshatja ndaj pritshmërive të klientëve

Në epokën digjitale, klientët kanë pritshmëri të ndryshme krahasuar me të kaluarën. Ata kërkojnë shërbime të shpejta, të thjeshta, të sigurta dhe të aksesueshme nga çdo pajisje. Përveç bankave tradicionale që bazohen në degë fizike, bankat digjitale ofrojnë mundësi për pagesa online, menaxhim të llogarive nëpërmjet aplikacioneve mobile dhe asistencë të menjëhershme përmes chatbot-eve dhe inteligjencës artificiale. Për Prva Banka, digjitalizimi ka mundësuar që të përmbushë këto pritshmëri, duke rritur kënaqësinë dhe besnikërinë e klientëve.

1.2. Rritja e efikasitetit operativ

Përdorimi i teknologjive digjitale ndihmon bankat të automatizojnë proceset e brendshme, të reduktojnë kohën e nevojshme për përpunimin e transaksioneve dhe të zvogëlojnë gabimet njerëzore. Sistemet e menaxhimit elektronik të dokumenteve, analiza e të dhënave dhe algoritmet për parashikimin e rreziqeve financiare mundësojnë një menaxhim më të mirë të burimeve dhe të riskut. Kjo jo vetëm që ul kostot, por gjithashtu rrit kapacitetin operativ dhe përshpejton shërbimin ndaj klientëve.

1.3. Mbështetje e inovacionit dhe konkurrencës

Transformimi digjital është një instrument i rëndësishëm për të ruajtur konkurrencën në tregun bankar. Në një mjedis ku fintech-et dhe platforma të tjera financiare digjitale po zgjerohen me shpejtësi, bankat tradicionale duhet të adoptojnë teknologjitë e reja për të qëndruar relevante. Prva Banka ka përdorur teknologjitë digjitale për të krijuar produkte inovative, si llogaritë e personalizuara, kreditë me aprovim të shpejtë dhe shërbimet financiare bazuar në analiza të avancuara të të dhënave.

1.4. Siguria dhe menaxhimi i riskut

Ndërsa përdorimi i teknologjisë sjell përfitime të shumta, ai gjithashtu kërkon mekanizma të avancuar sigurie. Transformimi digjital mundëson përdorimin e sistemit të identifikimit digjital, enkriptimit të transaksioneve dhe monitorimit të aktivitetit të dyshimtë në kohë reale. Këto mjete përmirësojnë mbrojtjen e të dhënave personale të klientëve dhe parandalojnë mashtrimet financiare, duke forcuar besimin e klientëve në shërbimet bankare.

1.5. Përgatitja për të ardhmen

Transformimi digjital nuk është një fazë e përkohshme, por një proces i vazhdueshëm që kërkon adaptim të pandërprerë ndaj teknologjive dhe trendeve të reja. Bankat që nuk investojnë në digjitalizim rrezikojnë të mbeten prapa, ndërsa ato që e adoptojnë me sukses mund të shfrytëzojnë të dhënat për analiza strategjike, për të parashikuar sjelljen e tregut dhe për të zhvilluar shërbime të reja me vlerë të shtuar për klientët.

3. Teknologjitë Kryesore Në Shërbimet Bankare Digjitale

Transformimi digjital i sektorit bankar nuk do të ishte i mundur pa përdorimin e një game të gjerë teknologjish të avancuara. Prva Banka, si një institucion financiar modern, ka integruar një sërë platformash dhe sistemeve digjitale që përmirësojnë efikasitetin, sigurinë dhe përvojën e klientëve. Në vijim do të shqyrtojmë teknologjitë kryesore që po formësojnë shërbimet bankare digjitale.

3.1. Bankingu në internet dhe aplikacionet mobile

Bankingu online dhe aplikacionet mobile janë ndër teknologjitë më të rëndësishme për transformimin e shërbimeve bankare. Ato u mundësojnë klientëve të kryejnë një gamë të gjerë transaksionesh pa pasur nevojë të vizitojnë degët fizike, përfshirë:

Pagesa dhe transferime parash.

Kontroll dhe menaxhim i llogarive personale dhe të biznesit.

Njoftime për aktivitetet në llogari në kohë reale.

Për Prva Banka, zhvillimi i një aplikacioni të integruar dhe të thjeshtë për përdoruesit ka rritur aksesueshmërinë e shërbimeve dhe ka përmirësuar ndërveprimin me klientët, duke lehtësuar gjithashtu menaxhimin e financave personale përmes funksioneve të automatizuara, si buxhetimi dhe analizat e shpenzimeve.

3.2. Inteligjenca Artificiale (AI) dhe automatizimi

AI dhe sistemet e automatizuara kanë revolucionarizuar mënyrën se si bankat ofrojnë shërbime. Disa aplikime kryesore përfshijnë:

Chatbot-et dhe asistencë virtuale: Ofrimi i ndihmës 24/7 për klientët, përgjigje për pyetje të shpeshta dhe orientim në përdorimin e shërbimeve.

Analiza e riskut: Algoritmet e AI mund të parashikojnë dhe menaxhojnë rreziqet e kredive dhe transaksioneve.

Personalizimi i shërbimeve: AI mund të sugjerojë produkte dhe shërbime bazuar në sjelljen dhe historikun e klientit.

Për Prva Banka, implementimi i AI ka reduktuar kostot operative, ka përshpejtuar proceset e miratimit të kredive dhe ka përmirësuar përvojën e klientëve duke ofruar shërbime më të shpejta dhe më të sakta.

3.3. Blockchain dhe teknologjitë e shpërndara të regjistrit

Blockchain është një nga inovacionet më të rëndësishme për sigurinë dhe transparencën e transaksioneve financiare. Karakteristikat e tij përfshijnë:

Siguri e lartë dhe e pazëvendësueshme: Transaksionet janë të koduara dhe të verifikueshme, duke reduktuar mundësinë e mashtrimeve.

Transparencë dhe gjurmueshmëri: Çdo transaksion regjistrohet në një rrjet të shpërndarë, i cili është i aksesueshëm dhe i verifikueshëm nga të gjitha palët.

Reduktimi i ndërmjetësve: Transaksionet mund të kryhen më shpejt dhe me kosto më të ulët.

Prva Banka po eksploron përdorimin e blockchain për pagesa ndërkombëtare dhe sisteme të sigurta të regjistrimit të transaksioneve, duke rritur besueshmërinë dhe efikasitetin e shërbimeve të saj.

3.4. Analitika e të dhënave dhe Big Data

Big Data dhe analizat e avancuara të të dhënave janë themeli i vendimeve strategjike dhe të marketingut në bankat digjitale. Përmes mbledhjes dhe analizës së të dhënave, banka mund të:

Identifikojë trendet e sjelljes së klientëve.

Ofron produkte dhe shërbime të personalizuara.

Parashikojë rreziqet dhe mundësitë e investimeve.

Prva Banka përdor analitikë të avancuar për të optimizuar fushatat e marketingut, për të përmirësuar ofertat për klientët dhe për të identifikuar shfaqjen e anomalive që mund të tregojnë aktivitet të dyshimtë.

3.5. Siguria kibernetike dhe teknologjitë e mbrojtjes

Siguria është një komponent kyç i bankimit digjital. Teknologjitë e përdorura përfshijnë:

Identifikim dhe verifikim digjital (p.sh., autentifikimi me dy faktorë, biometria).

Enkriptim i të dhënave: Mbrojtja e informacionit të klientëve gjatë transmetimit dhe ruajtjes.

Monitorim i aktivitetit në kohë reale: Zbulimi i aktiviteteve të dyshimta dhe reagimi i menjëhershëm për të parandaluar mashtrimet.

Këto masa sigurojnë që klientët e Prva Banka të kenë besim në shërbimet online dhe të mbrojnë asetet e tyre financiare.

3.6. Cloud Computing

Shërbimet e bazuara në cloud ofrojnë fleksibilitet dhe shkallëzim të lehtë për bankat. Avantazhet përfshijnë:

- Kapacitet të lartë për ruajtje dhe përpunim të të dhënave.
- Akses të shpejtë për shërbime dhe aplikacione.
- Reduktim i kostove infrastrukture.

Për Prva Banka, cloud computing ka mundësuar zhvillimin e platformave digjitale që mund të përballojnë kërkesa në rritje dhe të sigurojnë vazhdimësi të shërbimeve pa ndërprerje.

4. Transformimi I Brendshëm I Prva Banka

Transformimi digjital nuk është vetëm një çështje e adoptimit të teknologjive të reja, por një ndryshim i thellë në strukturën organizative, kulturën e punës dhe proceset operative të bankës. Për Prva Banka, ky proces ka përfshirë një kombinim të strategjive teknologjike, ndryshimeve në menaxhimin e burimeve njerëzore dhe reformave në mënyrën e kryerjes së operacioneve financiare. Transformimi i brendshëm është thelbësor për të siguruar që teknologjitë e reja të integrohen në mënyrë efikase dhe të ofrojnë vlerë reale për klientët dhe për biznesin.

4.1. Ristrukturimi organizativ

Për të përballuar sfidat e digjitalizimit, Prva Banka ka kryer një ristrukturim të brendshëm të organizatës. Kjo përfshinë:

Krijimin e departamenteve të reja për teknologjinë dhe inovacionin digjital.

Integrimin e ekipeve të IT-së me departamentet tradicionale, si krediti, risku dhe shërbimi ndaj klientit.

Përmirësimin e proceseve vendimmarrëse duke përdorur të dhëna dhe analiza për planifikim strategjik.

Ky ristrukturim ka ndihmuar që teknologjitë e reja të përdoren në mënyrë më të efektshme, duke shmangur fragmentimin e informacionit dhe burokracinë e panevojshme.

4.2. Adaptimi i stafit dhe zhvillimi i aftësive

Një nga aspektet më sfiduese të transformimit digjital është përgatitja e stafit për të punuar në një mjedis të ndryshueshëm dhe të teknologjizuar. Prva Banka ka zbatuar:

Trajnime të specializuara për përdorimin e platformave digjitale dhe teknologjive të reja.

Programet e zhvillimit të aftësive për menaxhimin e të dhënave, analizën e riskut dhe shërbimin ndaj klientit në mënyrë digjitale.

Ndryshimin e kulturës organizative për të promovuar bashkëpunimin, inovacionin dhe adaptimin ndaj ndryshimit.

Ky investim në zhvillimin e stafit ka qenë thelbësor për të siguruar që çdo punonjës të mund të kontribuojë në suksesin e transformimit.

4.3. Përmirësimi i proceseve operative

Për të përfituar maksimalisht nga teknologjitë digjitale, Prva Banka ka riparë dhe optimizuar proceset e saj të brendshme:

- Automatizimi i proceseve rutinore, si përpunimi i pagesave, aprovimi i kredive dhe menaxhimi i dokumenteve.
- Integrimi i sistemit të menaxhimit të klientëve (CRM) me platformat online dhe mobile për të siguruar një përvojë të qëndrueshme dhe të personalizuar për klientët.
- Përdorimi i analizave të avancuara për parashikimin e nevojave të klientëve dhe menaxhimin e riskut në kohë reale.

Ky optimizim ka përmirësuar efikasitetin, ka reduktuar gabimet njerëzore dhe ka shpejtuar shërbimet, duke rritur kënaqësinë e klientëve.

4.4. Menaxhimi i ndryshimit dhe rezistenca organizative

Çdo transformim i madh përballet me rezistencë. Në Prva Banka, menaxhimi i ndryshimit ka qenë një komponent kritik:

Komunikimi i vazhdueshëm me stafin për rëndësinë dhe përfitimet e digjitalizimit.

Përfshirja e punonjësve në fazat e planifikimit dhe implementimit për të ndihmuar në pranim dhe adoptim.

Sigurimi i mbështetjes së vazhdueshme teknike dhe mentorimit për stafin gjatë periudhës së tranzicionit.

Këto strategji kanë ndihmuar që stafi të mos ndjehet i kërcënuar nga teknologjitë e reja dhe të adoptojë proceset e reja me sukses.

4.5. Kultura e inovacionit

Për të mbajtur një avantazh konkurrues, Prva Banka ka promovuar një kulturë të inovacionit të vazhdueshëm:

Nxitja e ideve të reja dhe eksperimentimi me zgjidhje teknologjike.

Bashkëpunimi me fintech-et dhe kompanitë teknologjike për të integruar zgjidhje inovative.

Analiza e vazhdueshme e performancës dhe përshtatja e strategjive bazuar në rezultatet reale.

Kjo qasje ka siguruar që transformimi digjital të mos mbetet një projekt njëherësh, por një proces i vazhdueshëm për rritjen dhe përmirësimin e shërbimeve.

5. Përvoja e Klientëve dhe Efikasiteti Operacional

Transformimi digjital i Prva Banka ka ndryshuar në mënyrë thelbësore mënyrën se si banka ndërvepron me klientët dhe mënyrën se si funksionojnë proceset operative. Ky seksion trajton ndikimin e teknologjive digjitale në përvojën e klientëve dhe në efikasitetin operacional, duke theksuar rëndësinë e integritit të dy këtyre elementeve për suksesin e bankës në epokën moderne.

5.1 Përmirësimi i përvojës së klientëve

Përvojat pozitive të klientëve janë thelbësore për mbajtjen e besnikërisë dhe për të rritur përdorimin e shërbimeve digjitale. Prva Banka ka ndërmarrë disa iniciativa kyçe:

Access 24/7 për shërbime financiare: Nëpërmjet aplikacioneve mobile dhe bankingu online, klientët mund të kryejnë pagesa, transferime, kontroll të llogarive dhe të monitorojnë aktivitetin financiar në çdo kohë. Kjo fleksibilitet rrit komoditetin dhe kënaqësinë e klientëve.

Personalizimi i shërbimeve: Duke përdorur analiza të avancuara të të dhënave, banka mund të sugjerojë produkte dhe shërbime të përshtatura për profilin financiar dhe sjelljen e çdo klienti. Për shembull, ofertat për kredi ose investime mund të dërgohen në kohën e duhur dhe për grupin e duhur të klientëve.

Shërbimi automatik dhe AI: Chatbot-et dhe asistenca virtuale u mundësojnë klientëve zgjidhjen e pyetjeve të zakonshme pa pritje, ndërsa stafi i përqendruar mund të merret me çështje më komplekse. Kjo përshpejton kohën e përgjigjes dhe përmirëson eksperiencën e klientëve.

Ndërveprimi multikanal: Klientët mund të përdorin degët fizike, aplikacionet mobile, faqen e internetit dhe qendrat e thirrjeve, ndërsa banka siguron që informacioni dhe shërbimi të jenë të integruara dhe të qëndrueshme në të gjitha kanalet.

5.2. Efikasiteti operacional dhe automatizimi

Efikasiteti operacional është një tjetër përfitim kyç i digjitalizimit. Prva Banka ka zbatuar një sërë procesesh dhe teknologjish që përmirësojnë mënyrën se si funksionon brenda bankës:

Automatizimi i proceseve rutinore: Proceset si përpunimi i transaksioneve, aprovimi i kredive, menaxhimi i dokumenteve dhe regjistrimi i të dhënave janë automatizuar, duke reduktuar kohën e nevojshme dhe gabimet njerëzore.

Integrimi i sistemeve: Sistemet e brendshme të bankës janë lidhur me platformat digjitale, duke mundësuar qasje të shpejtë në informacion, koordinim më të mirë mes departamenteve dhe raportim më të saktë.

Analiza e të dhënave në kohë reale: Prva Banka përdor Big Data dhe analiza të avancuara për të monitoruar aktivitetin e klientëve, parashikuar tendencat dhe menaxhuar riskun. Kjo ndihmon jo vetëm në operacionet e përditshme, por edhe në planifikimin strategjik.

Reduktimi i kostove: Automatizimi dhe përdorimi i teknologjive digjitale ka zvogëluar nevojën për procese manuale, duke ulur kostot operative dhe duke përmirësuar efikasitetin e përgjithshëm të bankës.

5.3. Matja e ndikimit dhe përmirësimi i vazhdueshëm

Prva Banka monitoron vazhdimisht efektivitetin e shërbimeve digjitale për të siguruar që transformimi të japë rezultate të prekshme. Disa elementë të këtij monitorimi përfshijnë:

Analizat e kënaqësisë së klientëve: Përdorimi i sondazheve, feedback-ut në aplikacione dhe komenteve në kanalet digjitale për të identifikuar dobësitë dhe mundësitë për përmirësim.

Treguesit kryesorë të performancës (KPIs): Siç janë koha mesatare e përpunimit të transaksioneve, numri i problemeve të zgjidhura në kohë reale dhe rritja e përdorimit të shërbimeve digjitale.

Iterimi i vazhdueshëm: Bazuar në të dhënat dhe feedback-un e klientëve, banka adaptin dhe përmirëson vazhdimisht platformat dhe proceset digjitale, duke siguruar një zhvillim të qëndrueshëm dhe përputhje me trendet e tregut.

5.4. Përfitimet e kombinimit të përvojës së klientëve dhe efikasitetit operacional

Transformimi digjital ka një efekt të dyfishtë:

1. Për klientët: shërbime më të shpejta, më të sigurta dhe më të personalizuar.
2. Për bankën: operacione më efikase, reduktim të kostove dhe përfitime strategjike nga të dhënat dhe teknologjitë digjitale.

Kjo sinergji siguron që digjitalizimi nuk është thjesht një trend, por një instrument strategjik për rritjen dhe qëndrueshmërinë e bankës.

6. Përfundimi

Transformimi digjital i Prva Banka përfaqëson një shembull të qartë se si institucionet bankare mund të adaptohen dhe të përparojnë në epokën moderne të teknologjisë. Ky proces nuk është thjesht adoptimi i platformave online apo aplikacioneve mobile, por një ndryshim strategjik që prek të gjitha nivelet e bankës – nga struktura organizative, proceset operative dhe menaxhimi i stafit, deri te përvoja dhe kënaqësia e klientëve.

Gjatë këtij punimi u analizua se transformimi digjital sjell një kombinim përfitimesh të dukshme:

1. Përmirësimi i përvojës së klientëve – Klientët e Prva Banka kanë mundësi të kryejnë transaksione në mënyrë të shpejtë, të sigurt dhe të personalizuar, duke përfituar nga aplikacionet mobile, bankingu online, chatbot-et dhe shërbimet multikanale.
2. Rritja e efikasitetit operacional – Automatizimi i proceseve, integrimi i sistemeve dhe përdorimi i analizave të të dhënave kanë përmirësuar ndjeshëm shpejtësinë e shërbimeve, kanë zvogëluar gabimet dhe kanë ulur kostot operative.
3. Inovacioni dhe konkurrenca – Përdorimi i inteligjencës artificiale, Big Data, blockchain-it dhe cloud computing ka mundësuar që banka të zhvillojë produkte dhe shërbime të reja, duke qëndruar konkurruese në një treg gjithnjë e më digjital.
4. Transformimi i brendshëm – Ristrukturimi organizativ, zhvillimi i aftësive të stafit dhe promovimi i një kulture inovative kanë qenë elemente kyçe për të siguruar që teknologjitë e reja të implementohen në mënyrë efektive dhe të qëndrueshme.

Megjithatë, transformimi digjital nuk është pa sfida. Siguria kibernetike, mbrojtja e të dhënave, menaxhimi i ndryshimit dhe adaptimi i stafit janë faktorë të rëndësishëm që kërkojnë vëmendje të vazhdueshme. Për Prva Banka, suksesi ka ardhur nga një qasje e balancuar që kombinon teknologjitë e avancuara me menaxhimin e kujdesshëm të burimeve njerëzore dhe proceseve.

Në përfundim, transformimi digjital nuk është një destinacion, por një proces i vazhdueshëm. Prva Banka ka demonstruar se investimi në teknologji, zhvillimin e stafit dhe përmirësimin e proceseve nuk është vetëm një mjet për të përmbushur kërkesat e klientëve të sotëm, por një strategji për të siguruar qëndrueshmëri, inovacion dhe avantazh konkurrues në të ardhmen. Suksesi i saj në digjitalizim është një shembull që mund të shërbejë si model për institucionet e tjera financiare që synojnë të adaptohen në epokën e teknologjisë së lartë dhe të tregut global të shërbimeve bankare.

Bibliografia

1. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.
 - Analizon ndikimin e teknologjisë digjitale në biznes dhe shoqëri, përfshirë sektorin bankar.
2. Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). *On the FinTech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services*. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265.
 - Artikull akademik mbi inovacionin dhe transformimin digjital në shërbimet financiare.
3. Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2016). *The Evolution of FinTech: A New Post-Crisis Paradigm?* *Georgetown Journal of International Law*, 47, 1271–1319.
 - Diskuton evoluimin e fintech dhe ndikimin e saj në transformimin e bankave tradicionale.
4. Puschmann, T. (2017). *Fintech*. *Business & Information Systems Engineering*, 59, 69–76.
 - Përshkruan trendet kryesore në teknologjitë bankare dhe digjitalizimin.
5. Berman, S. J., & Bell, R. (2011). *Digital Transformation: Opportunities to Create New Business Models*. *Strategy & Leadership*, 39(2), 17–24.

- Analizon mënyrën se si kompanitë mund të krijojnë vlera përmes transformimit digjital.
- 6. World Economic Forum (2019). *Shaping the Future of Financial and Monetary Systems: The Impact of Digitalization on Banking*.
 - Raport global mbi ndikimin e digjitalizimit në bankat moderne dhe shërbimet financiare.
- 7. Prva Banka (Raporte të Brendshme dhe Publikime Online).
 - Raportet vjetore të bankës dhe artikuj mbi shërbimet digjitale dhe inovacionet e implementuara.
- 8. Deloitte (2020). *Digital Banking Maturity 2020: Embracing Technology for Competitive Advantage*.
 - Analiza mbi maturitetin digjital të bankave dhe strategjitë për transformim.
- 9. KPMG (2021). *Global Banking Insights: Accelerating Digital Transformation*.
 - Studime rasti dhe statistika mbi suksesin e bankave digjitale në mbarë botën.
- 10. Chen, Y., & Volpe, R. P. (2002). *Adoption of Electronic Banking: An Empirical Study*. *International Journal of Bank Marketing*, 20(4), 156–164.
 - Studim mbi adoptimin e shërbimeve bankare online dhe faktorët që ndikojnë në përdorimin e tyre.

Inteligjenca artificiale dhe qëndrueshmëria ekonomike rajonale menaxhimi i rrezikut nga përmytjet në ekonomitë bujqësore

Betim Spahiu¹, Ylber Krasniqi², Burim Morina³, Bamir Spahiu⁴, Anila Gashi⁵ Burim Morina⁶

1. Kolegji Biznesi 1, Kosovo, betim.spahiu@kolegjobiznesi.com
2. Kolegji Biznesi 2, Kosovo, ylber.krasniqi@kolegjobiznesi.com
3. Kolegji Biznesi 3, Kosovo, burim.morina@kolegjobiznesi.com
4. Kolegji Biznesi 4, Kosovo, bamirspahiu78@gmail.com
5. Kolegji Biznesi 5, Kosovo, gashianila16@gmail.com
6. Kolegji Biznesi 6, Kosovo, bmorina@limakkosovo.aero

Abstrakt

Rritja e frekuencës dhe intensitetit të përmytjeve si rezultat i ndryshimeve klimatike paraqet një sfidë të rëndësishme për zhvillimin ekonomik të rajoneve bujqësore. Përmytjet shkaktojnë dëme të konsiderueshme në prodhimin bujqësor, infrastrukturën rurale dhe stabilitetin financiar të komuniteteve lokale, duke ndikuar drejtpërdrejt në qëndrueshmërinë ekonomike rajonale. Sipas Intergovernmental Panel on Climate Change, fenomenet ekstreme klimatike janë duke u intensifikuar në shumë rajone të botës, duke rritur rrezikun për sektorët ekonomikë që varen nga burimet natyrore, veçanërisht bujqësia.

Në këtë kontekst, zhvillimi i teknologjive digjitale dhe përdorimi i inteligjencës artificiale po krijojnë mundësi të reja për menaxhimin dhe parashikimin e rreziqeve natyrore. Inteligjenca artificiale mund të analizojë të dhëna klimatike, hidrologjike dhe gjeografike në kohë reale, duke mundësuar identifikimin e zonave me rrezik të lartë nga përmytjet dhe përmirësimin e sistemeve të paralajmërimit të hershëm. Organizata ndërkombëtare si World Bank dhe Food and Agriculture Organization theksojnë se integrimi i teknologjive inteligjente në planifikimin territorial dhe në politikat e zhvillimit rural mund të kontribuojë në reduktimin e dëmeve ekonomike dhe në rritjen e rezistencës së komuniteteve bujqësore ndaj fatkeqësive natyrore.

Ky punim synon të analizojë rolin e inteligjencës artificiale në rritjen e qëndrueshmërisë ekonomike rajonale përmes menaxhimit më efektiv të rrezikut nga përmytjet në ekonomitë bujqësore. Studimi fokusohet në potencialin e platformave inteligjente të planifikimit urbano-rural për të mbështetur vendimmarrjen strategjike, për të përmirësuar sistemet e monitorimit të rrezikut dhe për të promovuar zhvillimin e qëndrueshëm të sektorit bujqësor. Përmes analizës së literaturës dhe qasjeve bashkëkohore në menaxhimin e rreziqeve klimatike, punimi thekson rëndësinë e integritit të inteligjencës artificiale në politikat ekonomike dhe strategjitë e zhvillimit rajonal.

Rezultatet e pritura tregojnë se përdorimi i inteligjencës artificiale mund të kontribuojë në përmirësimin e parashikimit të përmytjeve, në uljen e humbjeve ekonomike dhe në rritjen e kapaciteteve institucionale për menaxhimin e rreziqeve në sektorin bujqësor. Në këtë mënyrë, teknologjitë inteligjente mund të shërbejnë si një instrument i rëndësishëm për forcimin e qëndrueshmërisë ekonomike dhe për promovimin e zhvillimit të qëndrueshëm në rajonet rurale.

Fjalë kyçe: Inteligjenca artificiale; qëndrueshmëria ekonomike; përmytjet; ekonomia bujqësore; menaxhimi i rrezikut; zhvillimi rajonal.

Abstract

The increase in the frequency and intensity of floods as a result of climate change poses a significant challenge for the economic development of agricultural regions. Floods cause significant damage to agricultural production, rural infrastructure and the financial stability of local communities, directly affecting regional economic sustainability. According to the Intergovernmental Panel on Climate Change, extreme climatic phenomena are intensifying in many regions of the world, increasing the risk for economic sectors that depend on natural resources, especially agriculture.

In this context, the development of digital technologies and the use of artificial intelligence are creating new opportunities for the management and forecasting of natural hazards. Artificial intelligence can analyze climatic, hydrological and geographical data in real time, enabling the identification of areas with high risk of flooding and the improvement of early warning systems. International organizations such as the World Bank and the Food and Agriculture Organization emphasize that the integration of intelligent technologies in territorial planning and rural development policies can contribute to reducing economic damage and increasing the resilience of agricultural communities to natural disasters.

This paper aims to analyze the role of artificial intelligence in increasing regional economic sustainability through more effective flood risk management in agricultural economies. The study focuses on the potential of intelligent urban-rural planning platforms to support strategic decision-making, improve risk monitoring systems, and promote sustainable development of the agricultural sector. Through an analysis of the literature and contemporary approaches to climate risk management, the paper emphasizes the importance of integrating artificial intelligence into economic policies and regional development strategies.

The expected results show that the use of artificial intelligence can contribute to improving flood forecasting, reducing economic losses and increasing institutional capacities for risk management in the agricultural sector. In this way, intelligent technologies can serve as an important instrument for strengthening economic resilience and promoting sustainable development in rural regions.

Keywords: Artificial intelligence; economic resilience; floods; agricultural economics; risk management; regional development.

1. Hyrje

Ndryshimet klimatike dhe rritja e frekuencës së fatkeqësive natyrore kanë bërë që përmytjet të konsiderohen ndër rreziqet më të mëdha për zhvillimin ekonomik dhe social të rajoneve bujqësore. Sipas Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), intensifikimi i reshjeve dhe ndryshimet në modelet klimatike kanë rritur ndjeshëm rrezikun nga përmytjet në shumë zona të botës, duke ndikuar drejtpërdrejt në prodhimin bujqësor, sigurinë ushqimore dhe stabilitetin ekonomik të rajoneve rurale. Në këtë kontekst, ekonomitë që mbështeten fuqishëm në bujqësi janë veçanërisht të ndjeshme ndaj dëmeve që shkaktohen nga përmytjet, të cilat mund të ndikojnë në uljen e prodhimit, rritjen e kostove të prodhimit dhe humbjen e të ardhurave për fermerët dhe komunitetet lokale.

Në të njëjtën kohë, zhvillimi i teknologjive digjitale dhe veçanërisht i inteligjencës artificiale ka krijuar mundësi të reja për menaxhimin më efikas të rreziqeve natyrore. Inteligjenca artificiale mundëson analizimin e sasive të mëdha të të dhënave klimatike, hidrologjike dhe gjeografike për të parashikuar rrezikun nga përmytjet, për të përmirësuar sistemet e paralajmërimit të hershëm dhe për të mbështetur proceset e vendimmarrjes në planifikimin territorial dhe ekonomik. Organizata si World Bank dhe Food and Agriculture Organization theksojnë se përdorimi i teknologjive të avancuara digjitale, përfshirë inteligjencën artificiale, mund të kontribuojë në rritjen e qëndrueshmërisë ekonomike dhe në përmirësimin e menaxhimit të rreziqeve në sektorin bujqësor.

Në këtë kuadër, qëndrueshmëria ekonomike rajonale lidhet ngushtë me aftësinë e institucioneve dhe komuniteteve lokale për të identifikuar, analizuar dhe menaxhuar rreziqet që vijnë nga fatkeqësitë natyrore. Integrimi i inteligjencës artificiale në sistemet e planifikimit urbano-rural dhe në politikat e zhvillimit bujqësor mund të ndihmojë në minimizimin e dëmeve ekonomike nga përmytjet dhe në rritjen e kapacitetit të rajoneve për t'u përshtatur me ndryshimet klimatike.

Qëllimi i këtij punimi është të analizojë rolin e inteligjencës artificiale në rritjen e qëndrueshmërisë ekonomike rajonale përmes menaxhimit më efektiv të rrezikut nga përmytjet në ekonomitë bujqësore. Studimi fokusohet në mënyrat se si teknologjitë e bazuara në inteligjencën artificiale mund të përdoren për parashikimin e përmytjeve, përmirësimin e planifikimit territorial dhe mbështetjen e politikave ekonomike që synojnë zhvillimin e qëndrueshëm të rajoneve rurale. Në këtë mënyrë, punimi synon të kontribuojë në literaturën mbi ekonominë e rrezikut, zhvillimin rajonal dhe transformimin digjital të sektorit bujqësor.

2. Rishikimi i Literaturës

Rritja e rreziqeve klimatike dhe ndikimi i tyre në zhvillimin ekonomik ka tërhequr vëmendje të konsiderueshme në literaturën shkencore, veçanërisht në lidhje me ndikimin e përmbytjeve në sektorin bujqësor dhe në ekonomitë rajonale. Përmbytjet konsiderohen ndër fatkeqësitë natyrore më të shpeshta dhe me ndikim të madh ekonomik, duke shkaktuar dëme në prodhimin bujqësor, infrastrukturë dhe në stabilitetin financiar të komuniteteve rurale. Sipas analizave të publikuara nga Intergovernmental Panel on Climate Change, ndryshimet klimatike kanë rritur intensitetin dhe frekuencën e ngjarjeve ekstreme klimatike, përfshirë përmbytjet, duke e bërë sektorin bujqësor një nga sektorët më të ndjeshëm ndaj këtyre rreziqeve.⁴

Studime të ndryshme kanë analizuar ndikimin ekonomik të përmbytjeve në zhvillimin rajonal dhe në sigurinë ushqimore. Raportet e World Bank theksojnë se përmbytjet shkaktojnë humbje të konsiderueshme ekonomike në zonat rurale, duke ndikuar në uljen e prodhimit bujqësor, rritjen e pasigurive ekonomike dhe në migrimin e popullsisë nga zonat rurale drejt zonave urbane. Në mënyrë të ngjashme, studimet e Food and Agriculture Organization theksojnë se fatkeqësitë natyrore janë ndër faktorët kryesorë që ndikojnë në uljen e produktivitetit bujqësor dhe në rritjen e pasigurisë ushqimore në shumë rajone të botës.⁵

Në dekadat e fundit, zhvillimi i teknologjive digjitale dhe i inteligjencës artificiale ka krijuar mundësi të reja për përmirësimin e menaxhimit të rreziqeve natyrore. Inteligjenca artificiale përdoret gjithnjë e më shumë për analizën e të dhënave klimatike, për modelimin hidrologjik dhe për zhvillimin e sistemeve të paralajmërimit të hershëm për përmbytjet. Studimet në fushën e teknologjive të mençura tregojnë se algoritmet e inteligjencës artificiale mund të përpunojnë sasi të mëdha të dhënash nga satelitët, sensorët dhe stacionet meteorologjike për të parashikuar me saktësi më të madhe rreziqet nga përmbytjet dhe për të mbështetur vendimmarrjen në planifikimin territorial.

Literatura gjithashtu thekson rëndësinë e integritit të teknologjive inteligjente në planifikimin urbano-rural dhe në politikat e zhvillimit ekonomik. Përdorimi i platformave inteligjente të planifikimit mund të ndihmojë në identifikimin e zonave me rrezik të lartë nga përmbytjet, në optimizimin e përdorimit të tokës dhe në zhvillimin e strategjive të qëndrueshme për sektorin bujqësor. Në këtë mënyrë, inteligjenca artificiale mund të kontribuojë në rritjen e rezistencës ekonomike të rajoneve rurale dhe në reduktimin e humbjeve ekonomike që shkaktohen nga fatkeqësitë natyrore.

Megjithatë, literatura ekzistuese tregon se ende ekzistojnë sfida të rëndësishme në zbatimin e teknologjive të inteligjencës artificiale në menaxhimin e rreziqeve klimatike, veçanërisht në vendet në zhvillim ku infrastruktura teknologjike dhe kapacitetet institucionale janë të kufizuara. Për këtë arsye, studimet aktuale theksojnë nevojën për integrimin e politikave ekonomike, teknologjike dhe mjedisore për të përmirësuar menaxhimin e rreziqeve natyrore dhe për të forcuar qëndrueshmërinë ekonomike rajonale.

3. Metodologjia e Hulumtimit

Ky studim mbështetet në një qasje analitike dhe përshkruese për të shqyrtuar rolin e inteligjencës artificiale në menaxhimin e rrezikut nga përmbytjet dhe ndikimin e saj në qëndrueshmërinë ekonomike të rajoneve bujqësore. Qëllimi i metodologjisë është të analizojë lidhjen ndërmjet zhvillimeve teknologjike, rreziqeve klimatike dhe zhvillimit ekonomik

⁴ Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. Cambridge University Press.

⁵ Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). *The Impact of Disasters on Agriculture and Food Security*. FAO; World Bank. (2024). *The impacts of disasters on agriculture*.

rajonat, duke identifikuar mënyrat se si inteligjenca artificiale mund të kontribuojë në përmirësimin e sistemeve të menaxhimit të rrezikut.

Studimi bazohet kryesisht në **analizën e të dhënave sekondare dhe rishikimin e literaturës shkencore** që trajton ndikimin e përmbytjeve në ekonominë bujqësore dhe përdorimin e teknologjive inteligjente në menaxhimin e fatkeqësive natyrore. Për këtë qëllim janë analizuar raporte dhe publikime shkencore të institucioneve ndërkombëtare si World Bank, Food and Agriculture Organization dhe Intergovernmental Panel on Climate Change, si dhe studime akademike që trajtojnë aplikimin e inteligjencës artificiale në analizën e të dhënave klimatike dhe në parashikimin e përmbytjeve.

Në kuadër të analizës janë përdorur metoda të përgjithshme kërkimore si **metoda analitike, metoda krahasuese dhe analiza e literaturës**, të cilat mundësojnë identifikimin e praktikave dhe qasjeve bashkëkohore në përdorimin e inteligjencës artificiale për menaxhimin e rreziqeve natyrore. Përmes kësaj qasjeje, studimi synon të vlerësojë potencialin e teknologjive të bazuara në inteligjencën artificiale për të përmirësuar sistemet e paralajmërimit të hershëm, për të mbështetur vendimmarrjen në planifikimin urbano-rural dhe për të kontribuar në zhvillimin ekonomik të qëndrueshëm të rajoneve bujqësore.

4. Analiza dhe Diskutimi

Ndryshimet klimatike dhe rritja e frekuencës së fatkeqësive natyrore kanë rritur ndjeshëm rrezikun nga përmbytjet në shumë rajone të botës, veçanërisht në zonat ku ekonomia mbështetet kryesisht në bujqësi. Përmbytjet ndikojnë drejtpërdrejt në prodhimin bujqësor, në infrastrukturën rurale dhe në stabilitetin ekonomik të komuniteteve lokale. Humbja e të korrave, dëmtimi i tokës bujqësore dhe ndërprerja e aktiviteteve ekonomike mund të shkaktojnë pasoja të konsiderueshme për zhvillimin ekonomik rajonal. Raportet e publikuara nga World Bank tregojnë se fatkeqësitë natyrore, përfshirë përmbytjet, shkaktojnë miliarda dollarë humbje ekonomike çdo vit, duke ndikuar veçanërisht në vendet dhe rajonet që varen nga bujqësia.⁶

Në këtë kontekst, përdorimi i inteligjencës artificiale paraqet një mundësi të rëndësishme për përmirësimin e menaxhimit të rreziqeve natyrore. Teknologjitë e bazuara në inteligjencën artificiale mund të analizojnë sasi të mëdha të dhënash klimatike, hidrologjike dhe gjeografike për të identifikuar zonat me rrezik të lartë nga përmbytjet dhe për të përmirësuar saktësinë e parashikimeve. Sipas studimeve dhe raporteve të Food and Agriculture Organization, përdorimi i teknologjive digjitale në sektorin bujqësor mund të ndihmojë në përmirësimin e planifikimit të prodhimit dhe në reduktimin e rreziqeve që lidhen me fenomenet ekstreme klimatike.⁷

Një nga përfitimet kryesore të përdorimit të inteligjencës artificiale është zhvillimi i **sistemeve të paralajmërimit të hershëm**, të cilat mund të informojnë institucionet dhe komunitetet lokale për rrezikun e përmbytjeve para se ato të ndodhin. Këto sisteme mund të ndihmojnë në marrjen e masave parandaluese, si mbrojtja e infrastrukturës bujqësore, menaxhimi i burimeve ujore dhe planifikimi më i mirë i përdorimit të tokës. Përveç kësaj, platformat inteligjente të planifikimit urbano-rural mund të përdoren për të analizuar të dhënat hapësinore dhe për të identifikuar zonat më të përshtatshme për zhvillimin bujqësor, duke reduktuar ekspozimin ndaj rrezikut nga përmbytjet.⁸

Megjithatë, pavarësisht potencialit të madh të inteligjencës artificiale, ekzistojnë edhe sfida në zbatimin e saj në praktikë. Në shumë rajone rurale mungon infrastruktura teknologjike e

⁶ World Bank. (2024). *The impacts of disasters on agriculture: Evidence from global data*.

⁷ Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO). (2023). *The impact of disasters on agriculture and food security*.

⁸ Li, W., Liu, C., Xu, Y., et al. (2024). An interpretable hybrid deep learning model for flood forecasting. *Journal of Hydrology: Regional Studies*.

nevojshme, si dhe kapacitetet institucionale për përdorimin dhe menaxhimin e sistemeve të avancuara digjitale. Për këtë arsye, integrimi i inteligjencës artificiale në politikat e zhvillimit ekonomik dhe në strategjitë e menaxhimit të rreziqeve kërkon bashkëpunim ndërmjet institucioneve publike, sektorit privat dhe komuniteteve lokale.

Në përgjithësi, analiza tregon se inteligjenca artificiale mund të luajë një rol të rëndësishëm në rritjen e qëndrueshmërisë ekonomike të rajoneve bujqësore përmes përmirësimit të parashikimit dhe menaxhimit të rrezikut nga përmbytjet. Integrimi i teknologjive inteligjente në planifikimin ekonomik dhe territorial mund të ndihmojë në reduktimin e humbjeve ekonomike, në përmirësimin e menaxhimit të burimeve natyrore dhe në promovimin e zhvillimit të qëndrueshëm në rajonet rurale.⁹

5. Rezultatet

Analiza e literaturës dhe e burimeve sekondare tregon se përdorimi i inteligjencës artificiale mund të ketë një ndikim të rëndësishëm në përmirësimin e menaxhimit të rrezikut nga përmbytjet dhe në forcimin e qëndrueshmërisë ekonomike të rajoneve bujqësore. Rezultatet e studimit tregojnë se integrimi i teknologjive të bazuara në inteligjencën artificiale në sistemet e monitorimit dhe planifikimit territorial mund të kontribuojë në identifikimin më të saktë të zonave me rrezik të lartë nga përmbytjet dhe në përmirësimin e proceseve të vendimmarrjes.

Një nga rezultatet kryesore të analizës është se përdorimi i inteligjencës artificiale mund të përmirësojë ndjeshëm **parashikimin e përmbytjeve dhe sistemet e paralajmërimit të hershëm**, duke mundësuar reagim më të shpejtë nga institucionet dhe komunitetet lokale. Kjo ndihmon në reduktimin e dëmeve ekonomike në sektorin bujqësor dhe në mbrojtjen e infrastrukturës rurale. Sipas analizave dhe raporteve të Food and Agriculture Organization, përdorimi i teknologjive digjitale dhe sistemeve inteligjente të monitorimit mund të përmirësojë menaxhimin e rreziqeve klimatike dhe të rrisë rezistencën e sistemeve bujqësore ndaj fatkeqësive natyrore.

Rezultatet gjithashtu tregojnë se platformat inteligjente të planifikimit urbano-rural mund të ndihmojnë në optimizimin e përdorimit të tokës bujqësore dhe në zhvillimin e strategjive më të qëndrueshme të menaxhimit të burimeve natyrore. Përmes analizës së të dhënave klimatike dhe gjeografike, këto platforma mund të identifikojnë zonat më të përshtatshme për zhvillimin bujqësor dhe të reduktojnë ekspozimin ndaj rreziqeve nga përmbytjet.

Një rezultat tjetër i rëndësishëm lidhet me ndikimin ekonomik të përdorimit të teknologjive inteligjente në sektorin bujqësor. Përmirësimi i sistemeve të parashikimit dhe planifikimit mund të kontribuojë në uljen e humbjeve ekonomike, në rritjen e stabilitetit të prodhimit bujqësor dhe në përmirësimin e qëndrueshmërisë ekonomike të rajoneve rurale. Raportet e World Bank theksojnë se përdorimi i teknologjive të avancuara në menaxhimin e rreziqeve natyrore mund të ndihmojë në reduktimin e kostove ekonomike të fatkeqësive dhe në rritjen e kapaciteteve të institucioneve për menaxhimin e krizave.

Në përgjithësi, rezultatet e këtij studimi sugjerojnë se integrimi i inteligjencës artificiale në politikat e zhvillimit ekonomik dhe në sistemet e menaxhimit të rreziqeve natyrore mund të përmirësojë ndjeshëm aftësinë e rajoneve bujqësore për t'u përballur me përmbytjet dhe për të mbështetur zhvillimin ekonomik të qëndrueshëm.

6. Përfundime dhe Rekomandime

6.1 Përfundime

⁹ Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*.

Ky studim analizoi rolin e inteligjencës artificiale në menaxhimin e rrezikut nga përmytjet dhe ndikimin e saj në qëndrueshmërinë ekonomike të rajoneve bujqësore. Rezultatet e analizës tregojnë se përmytjet përbëjnë një nga rreziqet më të mëdha për ekonominë që varen nga bujqësia, pasi ato shkaktojnë humbje në prodhimin bujqësor, dëmtim të infrastrukturës rurale dhe reduktim të të ardhurave për komunitetet lokale. Rritja e frekuencës së fenomeneve ekstreme klimatike ka bërë që menaxhimi i rreziqeve natyrore të jetë një komponent i rëndësishëm i politikave të zhvillimit ekonomik rajonal.

Analiza e literaturës tregon se inteligjenca artificiale ofron mundësi të rëndësishme për përmirësimin e parashikimit dhe menaxhimit të përmytjeve përmes analizës së të dhënave klimatike dhe hidrologjike. Përdorimi i sistemeve inteligjente mund të përmirësojë saktësinë e parashikimeve, të mbështesë sistemet e paralajmërimit të hershëm dhe të ndihmojë në planifikimin më efikas të përdorimit të tokës dhe të burimeve natyrore. Organizata ndërkombëtare si World Bank dhe Food and Agriculture Organization theksojnë se integrimi i teknologjive digjitale dhe sistemeve inteligjente mund të kontribuojë në reduktimin e humbjeve ekonomike të shaktuara nga fatkeqësitë natyrore dhe në rritjen e rezistencës së sektorit bujqësor ndaj ndryshimeve klimatike.

Në përgjithësi, integrimi i inteligjencës artificiale në sistemet e planifikimit urbano-rural dhe në politikat e zhvillimit bujqësor mund të ndihmojë në forcimin e qëndrueshmërisë ekonomike rajonale dhe në promovimin e zhvillimit të qëndrueshëm të zonave rurale.

6.2 Rekomandime

Bazuar në analizën e realizuar, mund të nxirren disa rekomandime kryesore:

1. **Integrimi i inteligjencës artificiale në sistemet e menaxhimit të rrezikut nga përmytjet**, duke përdorur modele analitike dhe platforma digjitale për monitorimin dhe parashikimin e fenomeneve klimatike.
2. **Zhvillimi i sistemeve të paralajmërimit të hershëm** për përmytjet në rajonet bujqësore, të cilat mund të ndihmojnë fermerët dhe institucionet lokale në marrjen e masave parandaluese.
3. **Investimi në infrastrukturën digjitale dhe në kapacitetet institucionale**, në mënyrë që teknologjitë e inteligjencës artificiale të mund të përdoren në mënyrë efektive në menaxhimin e rreziqeve natyrore.
4. **Përfshirja e inteligjencës artificiale në politikat e zhvillimit rural dhe në planifikimin territorial**, me qëllim reduktimin e ekspozimit të zonave bujqësore ndaj rrezikut nga përmytjet.
5. **Nxitja e bashkëpunimit ndërmjet institucioneve publike, sektorit privat dhe institucioneve akademike** për zhvillimin e projekteve dhe platformave inteligjente për menaxhimin e rreziqeve klimatike.

Zbatimi i këtyre rekomandimeve mund të kontribuojë në përmirësimin e menaxhimit të rreziqeve nga përmytjet, në reduktimin e humbjeve ekonomike dhe në forcimin e qëndrueshmërisë ekonomike të rajoneve bujqësore në afatgjatë.

Literatura

1. Intergovernmental Panel on Climate Change. (2022). *Climate change 2022: Impacts, adaptation and vulnerability*. Cambridge University Press
2. Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2023). *The impact of*

- disasters on agriculture and food security 2023.* FAO. <https://doi.org/10.4060/cc7900en>
3. World Bank. (2024). *The impacts of disasters on agriculture: Evidence from global data.* World Bank Publications.
 4. Asif, M., Kuglitsch, M. M., Pelivan, I., et al. (2025). Review and intercomparison of machine learning applications for short-term flood forecasting. *Water Resources Management*, 39, 1971–1991.
 5. Li, W., Liu, C., Xu, Y., Niu, C., Li, R., Li, M., Hu, C., & Tian, L. (2024). An interpretable hybrid deep learning model for flood forecasting based on Transformer and LSTM. *Journal of Hydrology: Regional Studies*, 56, 101873. <https://doi.org/10.1016/j.ejrh.2024.101873>
 6. Tang, Y., et al. (2023). Flood forecasting based on machine learning pattern recognition. *MethodsX*.
 7. Finger, R., Swinton, S. M., El Benni, N., & Walter, A. (2023). Digital innovations for sustainable and resilient agricultural systems. *European Review of Agricultural Economics*, 50(4), 1277–1309.
 8. Balasundram, S. K., et al. (2023). The role of digital agriculture in mitigating climate change and enhancing resilience. *Sustainability*, 15(6), 5325.
 9. Parra-López, C., et al. (2024). Integrating digital technologies in agriculture for climate change adaptation and mitigation. *Computers and Electronics in Agriculture*.
 10. OECD. (2025). *Building agricultural resilience to natural hazard-induced disasters.* OECD Publishing.
 11. Republika e Kosovës. (2008). *Ligji Nr. 03/L-040 për Vetëqeverisjen Lokale.* Prishtinë: Kuvendi i Republikës së Kosovës.
 12. Republika e Kosovës. (2018). *Ligji Nr. 06/L-012 për Kryeqytetin e Republikës së Kosovës, Prishtinë.* Prishtinë: Kuvendi i Republikës së Kosovës.
 13. Ministria e Mjedisit, Planifikimit Hapësinor dhe Infrastrukturës. (2022). *Strategjia për ndryshimet klimatike në Kosovë.* Prishtinë.
 14. Agjencia e Statistikave të Kosovës. (2023). *Statistikat e bujqësisë dhe mjedisit në Kosovë.* Prishtinë.
 15. Instituti Hidrometeorologjik i Kosovës. (2023). *Raport mbi gjendjen klimatike dhe reshjet në Kosovë.* Prishtinë.
 16. Vokshi B. Spahiu, B. (2025). *Menaxhimi financiar.* Prishtinë: Kolegji Biznesi

Socializimi i Gjuhës Shqipe

Dr. sc. Melihate Zeqiri

Prishtinë, Kosovo

Email: melihatez@gmail.com

Abstrakt

Tema do të trajtonë sociologjinë e gjuhës si fushë e shkencave shoqërore që trajton shoqërinë në raport me gjuhën. Pra, gjuha lidhet me socializimin në tri rrafshë themelore. Së pari është mjete themelor i socializimit, së dyti, është socializimi për gjuhën, më ç'raste shfaqën varietete gjuhësore që pasqyrojnë grupe shoqërore dhe së treti, socializim lidhur me gjuhën në formën e dijeve për format dhe funksionet gjuhësore.

Sot në fushën e botimeve ndodhemi në epokën gjuhësore më të çoroditur, ku tekstet mësimore e shkencore hartohen me një shqipe të varfër dhe me përplot shkarje nga norma standarde dhe kur askush nuk skuqet dhe nuk jep llogari për këtë. Po t'u hidhet një vështrim qoftë dhe sipërfaqësor teksteve mësimore të shkollave dhe të universiteteve tona publike e private, kryesisht atyre të Prishtinës, të Shkupit, të Tetovës, por dhe atyre të Tiranës, do të mund të shihet se ato janë shkruar e botuar me shkarje jo të pakta gjuhësore: drejtshkrimore, gramatikore, sintaksore, stilistike, semantike, terminologjike etj.

Në fushën e terminologjisë madje ka dhe emërtime të lëndëve gjuhësisht jokorrekte dhe nocione të tjera të sajuar ose si përkthime të gjymta nga sllavishtja e anglishtja, ose si formime substandarde.

Fjalë kyçe: gjuhë, socializim, terminologji, shkencë shoqërore, formë, nocion

Abstract

The topic will address the sociology of language as a field of social sciences that deals with society in relation to language. So, language is related to socialization on three fundamental levels. First, it is the fundamental means of socialization, second, it is socialization for language, in which cases linguistic varieties emerged that reflect social groups, and third, socialization related to language in the form of knowledge about linguistic forms and functions.

Today in the field of publications we are in the most perverted linguistic era, where educational and scientific texts are compiled in a poor Albanian and with complete deviations from the standard norm and when no one is ashamed and does not give an account for this. If we take a cursory look at the textbooks of our public and private schools and universities, mainly those of Pristina, Skopje, Tetovo, but also those of Tirana, we will see that they are written and published with quite a few linguistic errors: spelling, grammar, syntax, stylistic, semantic, terminological, etc.

In the field of terminology, there are even linguistically incorrect subject names and other invented notions either as crippled translations from Slavic and English, or as substandard formations.

Keywords: language, socialization, terminology, social science, form, notion

Socializimi i gjuhës shqipe

“Nëse e mbizotëron gjuhën tënde, do të fitosh shumë miq” – Catoni

SOCIALIZIM (Socialization). Proces i bashkëveprimit me persona të tjerë, përmes të cilit përfshihemi në kultura të ndryshme, duke mësuar si të flasim, të veprojmë, të mendojmë e të ndiejmë. Prej këtij del termi socializim gjuhësor. Mund të flasim për socializim parësor – me anëtarët e familjes në fëmijëri të hershme dhe socializim dytësor – çfarëdo socializimi tjetër gjatë jetës, shkollë, lagje, punë etj. Gjuha lidhet me socializimin në tri rrafshë themelore. Së pari është mjete themelore i socializimit, së dyti, është socializim për gjuhën, me ç'rast shfaqen varietete gjuhësore që pasqyrojnë grupe shoqërore dhe, së treti, socializim lidhur me gjuhën në formën e dijeve për format dhe funksionet gjuhësore dhe të atitvdave për to. Cazden (2001:86). BR. f, 304.

SOCIOLOGJI E GJUHËS (Sociology of language). Fushë e shkencave shoqërore që trajton shoqërinë në raport me gjuhën. Është e afërt me sociolinguistikën, e cila trajton gjuhën në raport me shoqërinë. Përgjithësisht, sociolinguistikët janë gjuhëtarë, ndërsa sociologët e gjuhës janë sociologë. Sociologjia e gjuhës ofron teknika sociologjike të kërkimit dhe të interpretimit për çështjet gjuhësore që trajtohen. Disiplinë që merret me studimin e ndikimit të faktorëve gjuhësorë në dukuritë ndryshme shoqërore. Bainbridge (2001:92); Hymes, Dell (1972:1). BR. SHM. f, 310

Gjuha shqipe është pasuria më e madhe kombëtare, krenaria, vlera më e madhe shpirtërore që ka krijuar populli ynë ndër shekuj. Profesori Çabej, thotë: *“Gjuha pasqyron një kombësi, ajo është pasqyra më e qartë e një kombësie dhe kulturës së saj. Shkalla e pasurisë dhe e pastërtisë së gjuhës është një tregues i nivelit të kësaj kulture. Prandaj, ringjalljet nacionale kudo e në çdo kohë, kanë shkuar hap me hap me pasurimin dhe pastrimin e gjuhës”*.

Gjatë kohëve qëkur është mësuar gjuha shqipe në institucionet arsimore të Kosovës, ajo ishte dhe vijon të jetë një nga lëndët kryesore në shkollë. Ajo ka rëndësi të madhe arsimore, edukative dhe praktike. Lënda e gjuhës shqipe pajis nxënësit me njohuri shkencore gjuhësore, i aftëson ata për ta përvetësuar gjuhën amtare në shkollën më të lartë, ua formon shprehjet gjuhësore në të folur dhe në të shkruar.

Siç dihet, gjuha dhe letërsia shqipe zënë një vend me rëndësi në planprogramet e shkollës sonë. Si lëndë e veçantë ajo mësohet që nga klasa e parë e shkollës fillore e deri në klasat e fundit të arsimit të mesëm, si dhe në shumë shkolla të larta e fakultete, që përgatitin kuadro të profilit arsimor. Gjithashtu edhe tekstet shkollore kanë arritur një ngritje të mirë cilësore si nga ana e brendësisë ashtu edhe nga e gjuhësisë. Tekstet shkollore luajnë rol të rëndësishëm në përvetësimin e normës letrare.

“Ai njeri që i bën të lehta edhe gjërat e vështira, është vetëm mësuesi”- Ralph Waldo Emerson.

Kur flasim për gjuhën letrare dhe tekstet shkollore duhet çdo herë të kemi parasysh detyrat themelore të shkollës dhe institucioneve të tjera botuese për kultivimin dhe zbatimin konkret të brendësisë, përmbajtjes dhe formës së tyre. Në tekstet shkollore duhet të gjejmë një gjuhë të pasur, të rrjedhshme, të kuptueshme, që pasqyron me të vërtetë thesarin e pashtershëm të gjuhës popullore e ngritur në nivelin e gjuhës letrare. Në tekstet shkollore duhet t'i gjejmë të zbatuara plotësisht të gjitha rregullat gramatikore, leksikore dhe drejtshkrimore të gjuhës shqipe. Sot më tepër se kurrë, në gjithë veprimtarinë e shkollës po bëhet përpjekje e vazhdueshme që të përdoret një gjuhë letrare e përpiktë, e pastër dhe e kulturuar, duke synuar që jo vetëm gjuha e teksteve të jetë plotësisht e normuar, e njësuar, e standardizuar, por edhe të folurit e mësuesit dhe të nxënësit të shkarkohen nga të gjitha luhatjet dhe ndikimet dialektore dhe të të folmeve, të vihet në përputhje të plotë me gjuhën e tekstit.

Mësimdhënësi i lëndës së gjuhës shqipe e ka barrën më të madhe që rinia shkollore sa më lehtë ta përvetësojnë gjuhën letrare, sepse ai është i lidhur për së afërmi me këtë. Mirëpo, nëse ai nuk gjen përkrahjen e ndihmën e mësimdhënësve të lëndëve të tjera dhe të vetë familjes së nxënësit, atëherë do të jetë e kotë të presim që nxënësit tanë të përvetësojnë lehtë gjuhën letrare. Me format, metodat dhe mjetet e ndryshme ushtrimore që i përdor mësimdhënësi gjatë orës e arrin qëllimin edukativo-arsimor, por njëkohësisht edhe ngritjen dhe përsosjen e nxënësve të aftësohen të flasin, të shprehen e të shkruajnë pastër, rrjedhshëm dhe pa gabime, në gjuhën letrare shqipe. Shtrohet pyetja: Cilat janë detyrat kryesore për aftësimin e nxënësve që të flasin e të shkruajnë pa gabime në gjuhën letrare shqipe?

Detyra themelore e mësimdhënësit për ngritjen dhe përsosjen e të folurit dhe të shkruarit të nxënësit janë:

- 1. Nxënësit të aftësohen, të flasin drejtë e pa gabime, në frymën e gjuhës së sotme letrare shqipe;**
- 2. Nxënësit të aftësohen, të jenë në gjendje t'i lidhin fjalët dhe fjalitë në një tërësi logjike kuptimore;**
- 3. Nxënësit të aftësohen, që mendimet e tyre t'i shprehin në mënyrë të pavarur;**
- 4. Të pasurohet fondi leksikor i tyre, përkatësisht fjalori i nxënësve etj.**

Të gjithë këto detyra që dalin para mësimdhënësit dhe nxënësit nuk mund të realizohen menjëherë. Ato varen nga një mori faktorësh objektivë dhe subjektivë, siç janë shkolla, familja, rrethi shoqëror, faktori psikofiziologjik etj. Kultura e të shprehurit me gojë zhvillohet gjatë çdo ore të mësimit të gjuhës shqipe dhe pothuaj në çdo orë të mësimit të lëndëve tjera. Mësimdhënësi i gjuhës shqipe duhet ta njohë mirë gjuhën letrare shqipe; të konsultojë vazhdimisht, literaturë profesionale shkencore, revista, fjalorë, enciklopedi, praktikumë, e tekste gramatikore dhe ushtrimore etj. Megjithatë, në rradhë të parë gjuha e mësimdhënësit duhet të jetë shumbull për nxënësit, kurse të folurit e tij ndërgjegje e shëndoshë logjike për të komunikuar me ta. Për t'i realizuar sa më mirë detyrat e kësaj lënde

dhe për të ndikuar që kuadrot e reja të fitojnë një kulturë të gjerë gjuhësore, për të cilën, rol vendimtar luajnë: mësimdhënësi, nxënësi, teksti shkollor, familja, rrethi shoqëror etj. Përkundër rezultateve të arritura në këtë drejtim, në shkollat tona në përvetësimin e gjuhës letrare shqipe ende ka luhajtje, mangësi dhe dobësi.

Nuk janë të rralla rastet kur nxënësit shkruajnë me gabime, fjalori i tyre është i varfër, nuk dinë t'i shprehin mirë mendimet me gojë apo me shkrim, përdorin mjaftë dialektizma, krahinarizma, lokalizma që nuk përkojnë me rregullat gramatikore dhe leksikore të shqipes dhe fatkeqësisht nuk janë në gjendje të përdorin pasuritë e shumta të gjuhës sonë letrare. Për të ngritur nivelin e mësimdhënies dhe nivelin e organizimit të mirë të orës mësimore, është e domosdoshme që vazhdimisht të ngritet edhe aftësia edhe puna shkencore, metodike e praktike e vetë mësuesit të lëndës dhe tekstit shkollor. Një rregull të tillë e përmban edhe reforma shkollore. Mësimdhënësi i gjuhës duke pasur një shkallë të lartë arsimore-shkencore e kulturore për lëndën e gjuhës amtare duhet t'i rreket një pune sistematike e të programuar me kujdes dhe në bazë të normave të caktuara parimore. Kujdesi i tij duhet të jetë i njëjtë si gjatë orës ashtu edhe jashtë orës mësimore, kështu që nxënësit kur vërejnë interesimin dhe angazhimin këmbëngulës të mësimdhënësit të tyre, ata vetë zgjojnë interesim për thellimin e njohurive jo vetëm të gjuhës, por edhe të lëndëve të tjera. Mësimdhënësi i lëndës duhet vazhdimisht të bëjë përpjekje, që nxënësit t'i respektojnë rregullat e gjuhës letrare shqipe, duke fituar shprehi pune, që këto norma t'u bëhen pronë e përhershme në jetën e tyre të përditshme praktike.

Njohja dhe zotërimi i thellë praktik i gjuhës letrare shqipe, krijimi i shprehive gjuhësore, aftësimi i nxënësve në përdorimin e drejtë të mjeteve dhe të pasurisë gjuhësore, leksikore dhe frazeologjike në të folur e në të shkruar është qëllimi kryesor i lëndës së gjuhës në shkollë. Kurse kushti kryesor për zotërimin e gjuhës letrare dhe për krijimin e shprehive gjuhësore të nxënësit është përgatitja e mirë e teksteve shkollore.¹⁰

Mangësitë kryesore në kuadrin rregullativ, në bazë të të cilit janë duke u hartuar dhe vlerësuar tekstet e reja, përfshijnë: Mungesa e përputhshmërisë ndërmjet dokumenteve që rregullojnë procesin e hartimit, vlerësimit dhe aprovimit të teksteve shkollore dhe materialeve mësimore; Mangësi në trajtimin e aspekteve themelore që rregullojnë këto procese dhe paqartësi të shumta procedurale; Shmangie e masave të rëndësishme në procesin e përgatitjeve për hartimin e teksteve të reja dhe në procesin e vlerësimit të tyre; Moskonsolidimi i mekanizmave për mbledhjen e vazhdueshme të të dhënave nga shkollat/komunat lidhur me cilësinë e teksteve shkollore. Me qëllim që të identifikohen mangësitë kryesore që i karakterizojnë shumicën e teksteve që aktualisht janë në shfrytëzim, në këtë studim po ashtu janë analizuar tekstet shkollore.¹¹

¹⁰www.studentet.mk- shikuar për herë të fundit, me 20. 1. 2020

¹¹ Cilësia e teksteve shkollore në Kosovë; Hartimit të këtij studimi i kontribuan: Lindita Boshtrakaj, Ema Rraci, Kushtrim Bajrami; prill 2019, Prishtinë, fq. 7

Shqetësimet kryesore të mësimdhënësve, sa i përket cilësisë së teksteve shkollore përfshijnë¹²: Mungesa e aktualitetit, relevancës dhe përputhshmërisë me kurrikulën e re; Mbingarkesa (me tema, tekst, fakte, formula); Përmbajtja e fakteve të pasakta dhe koncepteve të padefinuara mirë; Mungesa e balancës në gjerësinë dhe thellësinë e trajtimit të temave; Mungesa e perspektivës së shumëfishtë në trajtimin e temave; Strukturimi jo adekuat dhe konsistent i përmbajtjes; Mungesa e referencës në burime plotësuese për informata shtesë; Mospërshtatja me nivelin kognitiv të nxënësve; Mungesa e ndërlidhjes/mundësisë për t'u ndërlidhur me informatat dhe përvojat paraprake të nxënësve; Mungesa e korrelacionit ndërkurrikular; Mungesa e rezultateve të pritura në fillim të çdo njësie/teme mësimore dhe kriterëve të suksesit në fund të secilës njësi; Pamundësia për shfrytëzim fleksibil të tekstit, konform aftësive dhe stileve të ndryshme të të nxënësve; Fokus në informata/fakte dhe reproduktim; Ilustrime jo adekuate, jo funksionale dhe jo atraktive për nxënës.

Shkolla shqipe sot, në të gjitha hapësirat shqiptare, ndodhet në shkallën më të ulët të formimit gjuhësor të nxënësve. Brezat e rinj të shkollarëve, po dhe të studentëve, dhe të pedagogëve universitarë, veçanërisht ata të këtyre 20 vjetëve të fundit, që po e ngatërrojnë shqipen me anglishten dhe nuk flasin mirë as shqip dhe as anglisht, s'dinë të shkruajnë pa gabime gjuhësore qoftë dhe një tekst të shkurtër a CV-inë e tyre.

Nivelin e dobët të gjuhës së shkruar në shkollë dhe në universitet, në medie, në administratën shtetërore, nuk duhet ta shikojmë thjesht vetëm si problem shkollor, por edhe si problem kombëtar, ku duhet të ndërhyjë shteti me politikat gjuhësore për përmirësimin e gjendjes. Sepse gjuha nuk është vetëm mjeti kryesor i shprehjes, por është edhe identitet kulturor e nacional.

Akademik Idriz Ajeti shprehet – *“Identiteti i shqiptarëve është gjuha e përbashkët letrare, gjuha standarde. E humbe gjuhën, s'ke identitet. S'je kerrkush. Në veprimtarinë e kulturës së gjuhës nuk mund të ketë sukses po nuk u edukua dashuria për gjuhën amtare, ndjenja e përgjegjësisë dhe qëndrimi i ndërgjegjshëm ndaj saj.”*

Shtetet e sotme shqiptare nuk po merren seriozisht me nivelin e dobët të shqipes në shkollë dhe jashtë saj. Kosova dhe Shqipëria janë të vetmet vende në rajon dhe në Europë që nuk e mbrojnë gjuhën shqipe në përdorimet publike me ligj, sikur kjo të ishte një gjuhë e huaj. Tekstet shkollore e universitare botohen me qindra e mijëra gabime: drejtshkrimore, gramatikore, sintaksore e logjike. Edhe në administratën publike, në medie, fjalori dhe sintaksa e shqipes janë të kërcënuara seriozisht. (Murati, 2019: 350)

Si shprehje e mosnjohjes, pastaj edhe e mospërfilljes së gjuhës, shqipfolësit tanë të shkolluar do të përdorin gjithnjë e më shpesh:

¹² Po aty, fq. 8

Në qoftë se nuk gaboj / dhe jo: në qoftë se nuk gabohem;

Për shkak se / dhe jo: nga shkak se;

Nuk do të përsëris ç'u tha / dhe jo: nuk do të përsëritem;

Do të flas shkurt / dhe jo: do të jem i shkurtër. (Murati, 2016: 442)

Drejtskrimi i shqipes na udhëzon që të fjalët e përbëra ose të përngjitura, të formuara me elementin fjalëformues ***bashkë-***, kur fjala tjetër fillon më zanore kemi rënien e tingujve të patheksuar ë, khs. *Bashkatdhetar, bashkautor, bashkudhëtar*, etj. Por, në kundërshtim me këtë rregull, jo rrallë në shtypin tonë mund të hasen format e këtilla të gabuara: *bashkëatdhetar, bashkëautor, bashkëudhëtar, bashkëanëtar*, etj. (Po aty, 446)

P. sh.: **Bie numri** – kalk nga sll. *pada brojot* / **Shqip:** *zvogëlohet* numri i nxënësve...

Çertifikatë – *certifikatë*. Në pajtim me shqiptimin e sotëm letrar, fjalët me burim nga latinishtja a nga gjuhët romane, si edhe nga greqishtja, të cilat në gjuhën shqipe kanë një *c* të ndjekur nga zanorja *e* ose *i*, shkruhen me *c* dhe jo me *ç* apo me *s*: *celebrim, celular, centralist, centralizoj, certifikatë, procedurë, proces* etj.

Census – “Cenzusi i popullatës”-/ **Drejt:** *Regjistrimi i popullsisë*.

Çdokush- I mirëpritur është çdokush. / **Më drejt:** *kushdo*.

Çdokund – (në ligjërimin bisedor) = trajtë e paqenë. / **Drejt:** *kudo, gjithkund, gjithandej*.

Jo **ditë më parë**, por *para pak ditësh*.

Jo **kohë më parë**, por *para pak kohësh*.

Do jemi – “Të bashkuar **do jemi** patjetër në Bashkimin Europian!”

Drejt: **do të jemi**. “Të bashkuar *do të jemi* patjetër në Bashkimin Europian!”

Do të bie shi – “Pasdite do të bie shi” / **Drejt:** *pasdite do të bjerë shi*.

Do të vjen – “Zgjidhja do të vjen vetëm kur ne e përcaktojmë dhe aplikojmë qëndrimin tonë autokton ndaj emrit...”

Drejt: “Zgjidhja do të vijë vetëm kur ne e përcaktojmë dhe aplikojmë qëndrimin tonë autokton ndaj emrit...”

Dokumentat – “Këtë na thonë edhe kronistat Osmanë por këtë na thonë edhe dokumentat Greke të kohës dhe natyrisht edhe dokumentat Veneciane perëndimore.”

Drejt: **Dokumentet.**

Termi - Djathë – Shkruhet –ë-ja fundore te emrat mashkullore dhe shumica e emrave mashkullore që përdoren edhe si asnjans: *atë, burrë, djalë, gjalmë, gjumë, kalë, lëmë, lumë, ballë (balli, ballët), brumë (brumi, brumët), djathë (djathi, djathët), drithë, drithëra, dyllë, dhallë, dhjamë, gjalpë, mjaltë, ujë, ujëra* etj.

E dielë (duhet pa ë-fundore) – Nuk shkruhet ë-ja fundore tek të gjithë emrat, te të cilët grupi i zanoreve *ie* ndiqet nga një bashkëtingëllore e lëngët (*l, ll, r*) dhe të gjitha fjalët e formuara prej tyre: *e diel, diell, miell, qiell*, etj.; *diellor, përmiell, miellzim, qiellor*, etj.

E drejta në punë / e drejta në pension / tatimi në prone - “E drejta në punë është ...”; E drejta në pension...”; “Tatimi në prone...” - Kalkime nga serb. Pravo na rad; pravo na penziju, porez na imovinu.

Shqip: e drejta e punës, e drejta e pensionit, tatimi mbi prone.

Falënderohem - *Unë ju falënderohem juve; I falënderohem popullit; U falënderohem medieve; Do të doja t’i falënderohem...*

Drejt: *Unë ju falënderoj ju; falënderoj popullin; falënderoj mediet...*

“Duhet t’i falënderohesh mentorit tënd për...” / **Drejt:** “Duhet ta falënderosh mentorin tënd...”

Mirëmëngjes – “Mirëmëngjes Kosovë” / **Drejt:** *Mirëmëngjesi.* “Mirëmëngjesi Kosovë”

Mirësevini! - Drejt: *Mirë se vini!*

“Mirë se erdhe! Mirë se vjen! Mirë se rrini! Mirë se ju gjeta! Mirë ardhsh! Mirë vafsh! Mirë mbetsh! Qofshi mirë! Ju bëftë mirë!”, shkruhen ndaras e jo bashkë, siç hasen zakonisht, sidomos në institucionet arsimore, ku mësohet gjuha shqipe. P.sh., thuajse në të gjitha fjalët që zakonisht shkruhen gabim në shkollat, shohim “**Mirësevini**, *nxënës të dashur!*”, e cila sigurisht që është shkruar gabim. Edhe në hyrje të shumë qyteteve, kjo shprehje gjendet e shkruar gabim: “Mirësevini në X qytetin!”. Kujdes! Këto pasthirrma shkruhen bashkë vetëm kur ato kthehen në emra, p.sh.: *Pasi i uroi mirëseardhjen, e ftoi të uleshin brenda. Fjala e mirëseardhjes. Darka e mirëseardhjes. Në shenjë mirëseardhjeje*, etj.

Mirë u pafshim! / Drejt: Mirupafshim!

Testi i arritshmërisë - Shprehje terminologjike e krijuar këto kohët e fundit për testin e arritjes së suksesit të nxënësve në shkollë. **Më drejt: Testi i suksesit.** (Murati, 2019: 371-404)

Gjuhën nuk e bën fjalori i madh, por përdorimi me mjeshtëri i fjalëve në fjali, i fjalive në periudhë, i periudhave në tekst. Përkundrazi, “*sa më i madh të jetë fjalori, aq më e varfër bëhet gjuha. Arti i të shkruarit nuk shprehet në gjetjen e fjalëve të reja, por në shmangien e fjalëve që janë shndërruar në klishe të zbrazëta*” – shprehet nobelisti i njohur Isak Beshevis Singer. (Po aty, 398)

Për këta mjeshtër të artit të shkrimit jo më kot thuhet se: *gjuhën shqipe e këndoi Naim Frashëri, e shkroi Gjergj Fishta, e lëmoi Faik Konica, i dha muzikë Nonda Bulka.* (Murati, 2016: 399).

“*Gjuha përcjellë një kulturë. Kur flet gjuhën e tjetrit, njeh mënyrën e tij të të menduarit dhe të të jetuarit.*” – **Francoise Retif**

Literaturë

1. Murati, Q.; *Kulturë gjuhe e komunikimi dhe gramatikë drejtshkrimore*; Instituti i Trashëgimisë Shpirtërore e Kulturore të Shqiptarëve – Shkup, 2019.
2. Murati, Q.; *Për kulturën gjuhësore shqipe*; Instituti Albanologjik, Prishtinë, 20216
3. Ismajli, R./ Rugova, B./ Munishi, Sh.; *Leksikon i termave të sociolinguistikës*, Akademia e Shkencave dhe e Arteve e Kosovës, Botime të veçanta CXCVIII, Seksioni i Gjuhësisë dhe i Letësisë, Libri 75; Prishtinë, 2020.
4. Korniza Kurrikulare e Arsimit Parauniversitar të Kosovës, MASHT, Prishtinë, 2016.
5. Ministria e Arsimit, e Shkencës dhe e Teknologjisë. (2016). Udhërrëfyes për zbatimin e kurrikulës së re 2016-2021. (<https://masht.rks-gov.net/uploads/2017/03/udherrefyes-per-zbatimin-e-kk-2016-2021-final.pdf>)

6. Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë. (2016). Kurrikula Bërthamë për Klasën Përgatitore dhe Arsimin Fillor të Kosovës (<https://masht.rks-gov.net/uploads/2017/02/kurrikula-berthame-1-finale-2.pdf>),
7. Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë. (2016). Kurrikula Bërthamë e Arsimit të Mesëm të Ulët të Kosovës
8. Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë. (2018). Kurrikulat lëndore/Programet mësimore, Klasa e gjashtë (<https://masht.rks-gov.net/arsimi-parauniversitar>)
9. Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë. (2018). Kurrikulat lëndore/Programet mësimore, Klasa e shtatë (<https://masht.rks-gov.net/arsimi-parauniversitar>)
10. Udhëzimi Administrativ Nr. 05/2011 Zbatimi i standardeve për tekstet shkollore. (<https://masht.rks-gov.net/uploads/2015/05/standardet-e-teksteve.pdf>)
11. Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë. (2018). Vendimi nr. 251/01B për emërimin e Këshillit të ekspertëve për programe dhe tekste shkollore.
12. Ministria e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë. (2011). Udhëzimi Administrativ nr. 05/2011 Zbatimi i standardeve për tekstet shkollore (<https://masht.rks-gov.net/uploads/2015/05/standardet-e-teksteve.pdf>)
13. Ligji Nr.02/L-67 për botimin e teksteve shkollore, mjeteve mësimore, lektyrës shkollore dhe të dokumentacionit pedagogjik (<https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=2437>)
14. Cilësia e teksteve shkollore në Kosovë; Hartimit të këtij studimi i kontribuan: Lindita Boshtrakaj, Ema Rraci, Kushtrim Bajrami; prill 2019, Prishtinë, publikuar nga projekti “Rrjeti i Kosovës për Arsim dhe Punësim - KEEN” <https://www.ethnologue.com> https://europa.eu/european-union/about-eu/eulanguages_en