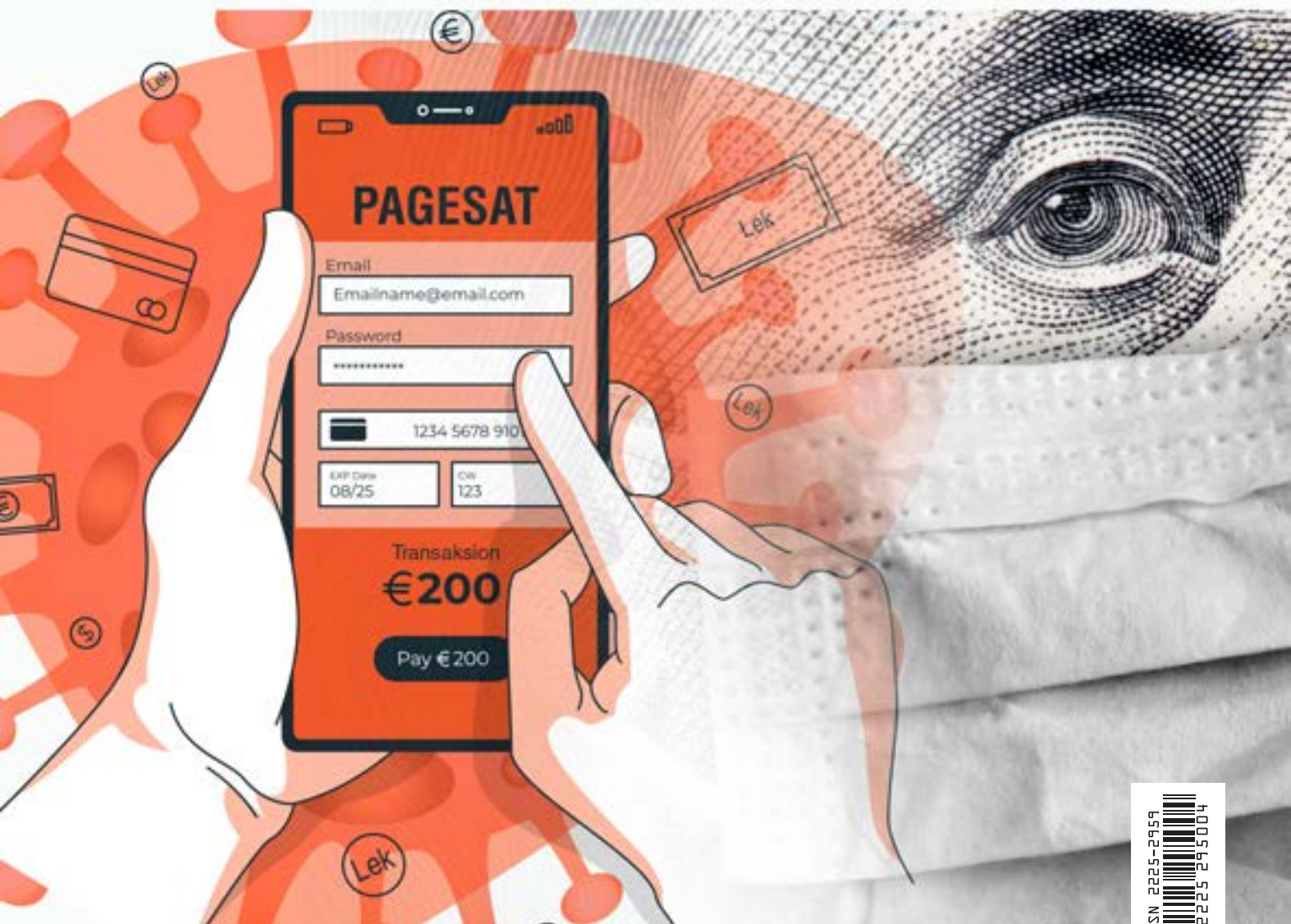


ALBANIAN ASSOCIATION OF BANKS
SHOQATA SHQIPTARE E BANKAVE



Bankingu dhe pandemia



ALBANIAN ASSOCIATION OF BANKS
SHOQATA SHQIPTARE E BANKAVE



*Ardhsh i mbarë, plot shëndet dhe me shpresë
për një ekonomi më të mirë për të gjithë!*

ANËTARËT E AAB-së



PËRMBAJTJA

Bankieri

Nr. 38, Janar 2021

Botim i Shoqatës Shqiptare të Bankave



REDAKSIA:

Elvin Meka

Kryeredaktor

Eftali Peçi

Koordinatorë

Dorina Zarka

Fotografe**Design & Layout:** FCB AfirmaShtypi nga:  Gent-grafik

Bankieri është publikimi zyrtar i Shoqatës Shqiptare të Bankave i cili i dedikohet kryesisht sektorit bankar shqiptar. Bankieri i jep lexuesit një informacion të vlefshëm mbi arritjet e industrisë në përgjithësi dhe të bankave tregtare në veçanti.

SHOQATA SHQIPTARE E BANKAVE

Rr. Ibrahim Rugova,

SKY TOWER, 9/3, Tiranë

Tel: +355 4 2280371/2

Fax: +355 4 2280 359

www.aab.al

Editorial

Bankat dhe pandemia - Nga bankingu i zakonshëm drejt bankingu digjital

Prof. Asoc. Dr. Elvin MEKA

5

Tema e Ditës

Bankat dhe Pandemia - Sfidat e të sotmes dhe të së ardhmes

6

Sistemi Bankar

Digjitalizimi i shërbimit noterial një mjet për të forcuar partneritetin e Notariatit Shqiptar me sistemin bankar në Shqipëri

Mimoza SADUSHAJ

19

Tre gjëra që do të ndryshojnë pas vitit 2020 përshpejtuesi për inovacionin digjital

Vanya MANOVA

21

Forumi i Ekspertëve

Banka drejt rrugëtimit digjital

Valbona GURI

24

Ortodoksitetë e vdekura dhe kapitalizmi i ri

Prof. Asoc. Dr. Selami XHEPA

27

Marketingu si një shërbim në mbështetje të kalimit drejt kanaleve digjitale në industrinë bankare

Greta LEKAJ

29

Siguria kibernetike dhe vazhdimësia e shërbimeve bankare gjatë Covid-19

Reglend XHANGO

31

Transformimi i zhdërvjellët (Agile) dhe bankingu digjital

Sascha JÜRGENS

34

Lila CANAJ

34

Trajnime online

36

Forumi i Ekspertëve

Integriteti: Një përgjegjësi e përbashkët

Ardita SEKNAJ

37

Pergjegjesia Sociale e Korporatës

40

AAB: Aktivitete

43

BORDI EDITORIAL:

Silvio PEDRAZZI

Kryetar i Bordit Drejtues të AAB-së & Drejtor i Përgjithshëm, Intesa Sanpaolo Bank Albania

Georgios PAPANASTASIOU

Anëtar i Bordit Drejtues të AAB-së & Drejtor i Përgjithshëm, Alpha Bank Albania

Adrian CIVICI

Dekan Fakulteti i Ekonomisë, Universiteti Mesdhetar i Shqipërisë

Maltin KORKUTI

Anëtar i Bordit Drejtues të AAB-së & Drejtor i Përgjithshëm, Credins Bank

Dritan MUSTAFA

Anëtar i Bordit Drejtues të AAB-së & Drejtor i Përgjithshëm, Tirana Bank

Eleonora OLLI

Kryetar i Institutit të Ekspertëve Kontabël të Autorizuar (IEKA)

Andi BALLTA

Anëtar i Bordit Drejtues të AAB-së & Drejtor i Përgjithshëm, American Bank of Investments

Ervin METE

Drejtor i Përgjithshëm Ekzekutiv, Autoriteti i Mbikëqyrjes Financiare

Spiro BRUMBULLI

Sekretar i Përgjithshëm, Shoqata Shqiptare e Bankave

Shërbim bankar digjital



Bankat dhe pandemia

Nga bankingu i zakonshëm drejt bankingut digjital



Prof. Asoc. Dr. Elvin MEKA¹
Kryeredaktor

Viti 2020 dhe një pjesë e madhe e vitit 2021, mund të quhen padyshim si "viti i pandemisë", me pasoja e ndikime të rëndësishme, deri diku dhe shkatërruese, në të gjitha aspektet e jetës njerëzore dhe të shoqërisë. Industria bankare ishte ndër më të goditurat, në të gjitha aspektet, por ajo ishte nga të paktat që qëndroi hapur për biznes dhe ofrim shërbimesh, në një kohë kur një pjesë e madhe e bizneseve dhe shërbimeve u mbyllën, për shkak të masave të ashpra të mbylljes nga qeveritë, për disa muaj rresht.

Pavarësisht faktit që qeveritë dhe bankat qendrore reagueshan shpejt, nëpërmjet garancive të ndryshme financiare dhe programeve të moratoriumeve të ri-pagimit të huave, për të ndihmuar qytetarët, bizneset dhe ekonominë që të kapërcenin vështirësitë e krijuara nga urgjenca shëndetësore prej pandemisë, bankat morën, ndërkohë, mësimin e jetës: pandemia COVID-19 tashmë i ka dhënë fund modelit të "bankingut të zakonshëm", duke u kthyer kështu në një katalizator të fuqishëm për një ndryshim të pakthyeshëm në

industrinë financiare në përgjithësi dhe sektorin bankar, në veçanti. Tashmë është krejt e qartë për të gjithë që, ndikimi i integruar i sfidave të pandemisë COVID-19, çështjeve ekonomike dhe sociale, si dhe inovacioni dhe "shpërthimi" teknologjik, do të ri-formatojnë thellësisht të ardhmen e industrisë bankare në të gjithë botën, madje edhe në Shqipëri.

Bankat në Shqipëri janë të ndërgjegjshme që pandemia ka ndryshuar në mënyrë të përhershme sjelljen e konsumatorit dhe ky fakt, pashmangshmërisht, do të kërkojë që ato të ri-shpikim modelin e biznesit bankar, ndërkohë që kërkojnë dhe shfrytëzojnë mundësitë për segmente të reja për huadhënie dhe shërbime të reja me vlerë të shtuar. Pavarësisht se bankat e përballuan mjaft mirë stuhinë e pandemisë së koronavirusit, falë mirë-kapitalizimit të tyre, gjendjes së mirë të likuiditetit dhe nivelit të ulët të huave me probleme, përsëri mbajtja e veprimtarisë bankare në nivelet ekzistuese dhe zhvillimi i saj më tej, në një nivel krejtësisht të ri, nuk do të jetë një përpjekje e vështirë; përkundrazi, ajo do të jetë një përpjekje ekzistenciale, duke pasur parasysh se ato nuk po përballesh me një krizë financiare klasike, por me disa sfida shumë-përmasore e të ndërlydhura socio-ekonomike dhe financiare.

Bankingu elektronik, e veçanërisht bankingu në internet dhe ai digjital, ka qenë tashmë një nga përparësitë kryesore për bankat shqiptare, gjatë viteve të fundit, por pandemia thjesht e përshpejtoi rrugëtimin drejt digjitalizimit me një ritëm të paparë, duke shkurtuar kështu edhe më tej rrugën kritike të digjitalizimit. Gjatë viteve në vijim, bankat në Shqipëri do të duhet të konceptojnë dhe

krijojnë një përvojë "revolucionare" të klientit, nëpërmjet mënyrës së ofrimit të një shërbimi të integruar e të pandërprerë, si përmes kanaleve tradicionale, ashtu dhe atyre digjitale, në mënyrë që të ruajnë klientët ekzistues dhe të tërheqin ata të rinj, të cilët i përkasin epokës digjitale, ose janë bashkëmoshatarë të Revolucionit të Katërt Industrial. Ato duhet domosdoshmërisht të formatohen si organizata të zhdërvjellëta, të qëndrueshme dhe fitimprurëse, ndërkohë që do t'u duhet të përballesh dhe adresojnë disa sfida së bashku, si:

- modelin e ri ekonomik dhe vështirësitë e vazhdueshme ekonomike,
- mjedisin me norma interesi dhe fitime të ulëta,
- rritjen e shpejtë të huave me probleme (NPL),
- trajnimin e personelit, veçanërisht personelin e shërbimit të klientit, për t'i bërë ata jo vetëm "shitës", por edhe "këshilltar" financiar dhe ekonomik të klientëve të bankës,
- konkurrencën shumë-planëshe, si brenda sektorit ashtu dhe nga FinTechs-at që po shfaqen, si dhe,
- "revolucionin e vazhdueshëm të pagesave" në Shqipëri, i cili pritet të plotësohet më tej me elementët e pagesave të menjëhershme dhe llogarisë bazë, që do të masivizojnë shërbimet e pagesave brenda sistemit financiar shqiptar e që do t'i bëjnë bankat të konkurrojnë për çdo klient.

Padyshim, bankat kanë filluar tashmë dhe po ecin në rrugën me një drejtim, nga "bankingu i zakonshëm" drejt "bankingut digjital"!

¹Dekan i Fakultetit të Ekonomisë, Biznesit dhe Zhvillimit, Universiteti European i Tiranës, UET.

Bankat dhe Pandemia

Sfidat e të sotmes dhe të së ardhmes

BANKIERI:

1. Si ndikoi pandemia e COVID-19 në veprimtarinë dhe rezultatet respektive të bankës suaj, gjatë vitit 2020?
2. Sa i përgatitur ishte sektori bankar në përballjen me pandeminë?
3. Si mendoni se do të zhvillohet veprimtaria bankare në të ardhmen e afërt dhe të largët?



SEYHAN PENCABLILIG

Drejtore i Përgjithshëm & Anëtar i Bordit të Drejtorëve
BANKA KOMBETARE TREGTARE (BKT)

1 Pandemia është shqetësimi më i madh shëndetësor në të gjithë botën, pas Gripit Spanjoll, i njohur gjithashtu si pandemia më vdekjeprurëse e gripit e vitit 1918, pas Luftës së Parë Botërore. Efektet e pandemisë nuk janë të kufizuara në shëndetin e njerëzve; ato ndikojnë gjithashtu në shëndetin e kompanive, e madje edhe në shëndetin ekonomik dhe social të shteteve. Në mënyrë

të pashmangshme, edhe sektori bankar është prekur nga pandemia, pasi klientët e sektorit bankar nuk janë të imunizuar nga simptomat e ngadalësimit ekonomik. Shumë kompani kanë mbyllur përkohësisht (madje disa prej tyre përgjithmonë) veprimtaritë e tyre të , ose të paktën janë tkurrur. Nëse marrim parasysh ri-pagimet e huas, vështirësitë duhet të priten në shumë vende, përfshirë Shqipërinë. Qeveritë dhe disa organizata ndërkombëtare kanë bërë disa ndërhyrje pozitive, për të lehtësuar barrën e bizneseve duke ofruar disa mundësi huaje të subvencionuara, ose disa mbështetje për punësimin. Përveç qeverisë, gjithashtu edhe sektori bankar mbështeti bizneset dhe individët, duke shtyrë ri-pagimet e huas me mbështetjen e fleksibilitetit të provizionimit të ndërmarrë nga banka qendrore. Mbështetje të tilla janë thjesht qetësues të disa dhimbjeve, por ato nuk janë shërimi i vërtetë për problemet e ngritura. Ne do ta shohim pamjen reale së shpejti, normat e huave me probleme do të fillojnë të rriten. Në planin afatshkurtër, do të shohim disa ndikime pozitive, në përfitimin e bankave, për shkak të mbështetjes së siguruar, por në

periudhën afatmesme do të shohim efekte negative, kur kompanitë duhet të paguajnë borxhet e tyre. Si BKT, ne jemi në pozitë të fortë për shkak të strategjisë sonë vigjilente të menaxhimit të pasurive dhe strukturës së fortë të kapitalit. Ne arritëm të prodhohim më shumë se gjysmën e fitimit të sektorit, në gjysmën e parë të vitit.

2 Ekzistojnë dy kategori të "përgatitjes". E para është aspektet e vazhdimësisë së biznesit, ku të gjitha bankat në këtë sektor, kaluan testin. Ato kanë marrë të gjitha masat e nevojshme për të dhënë shërbim të vazhdueshëm, duke minimizuar rrezikun e sëmundjes. I gjithë sektori po ndjek çështjet e protokolleve nga Ministria e Shëndetësisë. Përveç kësaj, bankat po promovojnë rritjen e përdorimit të kanalit digjital, për të zvogëluar ndërveprimin njerëzor dhe për të zbutur rrezikun e marrjes së virusit. E dyta është gatishmëria financiare, e parë në mënyrë të përsosur me rrezikun e ulët të likuiditetit, gjatë pandemisë. Shqipëria ka një përparësi sistematike, për shkak të raportit të ulët të huas ndaj depozitave dhe bankat, në përgjithësi, janë të

mirë- kapitalizuara. Ne si BKT, po e përballojmë me sukses pandeminë me strukturën tonë të fortë të kapitalit dhe pozicionin shumë likuid dhe ekspozimin e kufizuar ndaj sektorëve më të prekur si: HoReCa/ transporti publik dhe qendrat tregtare. Sidoqoftë, disa probleme shtesë do të shfaqen për sektorin, pasi normat e huave me probleme do të rriten, për shkak të ekonomisë së kontraktuar, qarkullimit më të ulët dhe të ardhurave të bizneseve, që ulin kapacitetet e pagesave të kompanive. Por ne jemi optimistë se sektori do ta trajtojë këtë vështirësi me bashkëpunimin e Bankës së Shqipërisë dhe organeve qeveritare.



MALTIN KORKUTI

Drejtor i Përgjithshëm
CREDINS BANK

3 Pandemia ka përshpejtuar transformimin digjital dhe të gjithë kanë ndjerë nevojën për të përdorur disa zgjidhje alternative, pa bashkëveprim njerëzor. Gjatë pandemisë, shumë klientë kanë provuar blerjet në internet, për herë të parë në jetën e tyre. Përdorimi i kanaleve digjitale është rritur ndjeshëm, megjithëse disa shërbime nuk janë të disponueshme përmes kanaleve digjitale. Në të ardhmen, kanalet digjitale (kryesisht të lëvizshme) do të bëhen kanali kryesor për bankën, e më pas, degët do të vijnë si kanale alternative/plotësuese. Për më tepër, bankat do të jenë më të disiplinuar dhe vigjilente për të shmangur përqendrimin e sektorit në huadhënie, për një menaxhim më të mirë të likuiditetit, pasi trajtimi i efekteve financiare të pandemisë do të jetë një mësim për të gjithë sektorin.

1 Në vitin e fundit ekonomia shqiptare u godit thellësisht nga dy fatkeqësi të njëpasnjëshme, si: tërmeti dhe pandemia. Mbyllja totale për disa muaj dhe hapja graduale, shoqëruar me masat për distancim social dhe kufizim të lëvizjeve, pritet të krijojë një turrje prej 7% të ekonomisë. Megjithëse i prekur, sektori bankar është i mirë-kapitalizuar, ruajti nivele të kënaqshme likuiditeti me norma të ulëta interesi, shoqëruar me rritje të depozitave dhe rritje të lehtë të huave.

Si përgjigje ndaj pandemisë, Banka Credins ndërmori menjëherë një seri veprimesh, për të siguruar vazhdimësinë me cilësi të veprimtarisë bankare, si:

- Aplikimi i masave për parandalimin e përhapjes së Covid-19 për stafin dhe klientët;
- Krijimi i infrastrukturës së nevojshme, për të siguruar punën nga shtëpia;
- Zbatimi i ndryshimeve të rregulloreve të Bankës së Shqipërisë, duke krijuar fleksibilitetin e nevojshëm për klientët, për shtyrje të kësteve të huave;
- Mbështetja e bizneseve

që operonin në sektorin e shëndetësisë;

- Aplikimi i kostove lehtësuese për përdorimin e kanaleve digjitale;
- Procedimi në kohë rekord për kalimin e pagave të luftës.

Sa më sipër, banka ndërmori shpenzime të paparashikuara, si përgjigje ndaj situatës, e kjo ndikoi negativisht në rezultatin e parashikuar financiar të bankës. Pas hapjes graduale, banka ndërmori disa nisma për mbështetjen e klientëve, si:

- Lançimi i huas: "SëBashku", për të mbështetur nevojat e çdo biznesi të vogël e të mesëm, për të rifilluar veprimtarinë me optimizëm;
- Lançimi i "paketës së biznesit", si një "one stop shop" për çdo biznes, për të trajtuar çdo nevojë për shërbimet bankare;
- Mbështetje e nevojave të qeverise në ankandet e letrave me vlerë, për të siguruar fondet e nevojshme për përballimin e pandemisë.

Veprimet e ndërmarra krijuan një ecuri në rritje, veçanërisht në sektorin e pagesave, si në përdorimin e kartave, shërbimin e-commerce, transaksionet në kanalet digjitale, si dhe aplikimet online, etj. Banka Credins ruajti pozicionin e parë në treg, në totalin e portofolit të huas, me një rritje vjetore prej 4%. Vlen të nënvizohet se mbajtja nën kontroll e portofolit të huave, i cili duhet monitoruar me kujdes në muajt në vijim, mbetet një sfidë që kërkon monitorim të kujdesshëm, në varësi të zhvillimeve të mëtejshme të pandemisë.

2 Situata e pandemisë solli një përkeqësim të situatës ekonomike për shumë biznese dhe individë, duke sjellë kosto shtesë për bankën. Përtej masave të ndërmarra në kohë rekord, sfidë mbetet rimëkëmbja

ekonomike, kthimi në normalitet i shumë sektorëve të ekonomisë, kthimi i besimit të individët për të rritur konsumin dhe investimet, etj. Sot jemi më të mirë-organizuar, në kuadër të infrastrukturës bankare, për të përballuar pandeminë, por gjithsesi, normaliteti i ri mund të kërkojë masa shtesë, të cilat do vlerësohen më tej.

3 Pandemia ishte një shtysë e mirë, duke përsheptuar disa procese të cilat në kohë normale do kishin qenë të vështira për t'u ndërmarrë. Pandemia çoi në rritje të ndjeshme të shërbimeve bankare në kanalet digjitale, të cilët do kërkonin disa vite kohë për t'u përthithur nga klientët. Kaluam emergjencën e jashtëzakonshme dhe kemi fituar eksperiencë për t'ia dalë mbanë; po respektojmë masat për punë sa më të kujdesshme për stafin dhe klientët, kemi balancuar punën nga shtëpia me atë në zyrë dhe kemi rritur vëmendjen drejt edukimit të klientëve drejt kanaleve digjitale. Vizioni ynë është për të ofruar çdo shërbim online dhe për t'i mundësuar klientit një shërbim të specializuar në degët tona, për produkte komplekse ose për klientë që kanë qasje të kufizuar në kanalet digjitale. Credins Bank ka përruar degën Smart, një urë lidhëse midis bankingut tradicional dhe atij digjital. Objektivi është të trajnojmë, edukojmë dhe këshillojmë klientët për përdorim të aplikacioneve, si dhe rritje të përdorimit të shërbimeve bankare në mënyrë të pavarur, përkundëjt dhe aplikimeve online për çdo shërbim, nëpërmjet automatizimit të mëtejshëm të proceseve tona të brendshme. Banka Credins është vërtet një nga bankat më të mëdha në tregun bankar, por në një madhësi të pranueshme për të ndërmarrë nisma dhe për t'ju përshtatur rrugëtimit digjital të konsumatorëve.



CHRISTIAN CANACARIS

Drejtor i Përgjithshëm
RAIFFEISEN BANK ALBANIA

1 Që nga fillimi i pandemisë COVID-19 në Shqipëri, fokusi ynë kryesor ishte sigurimi i kushteve të sigurta të punës për punonjësit tanë, duke ofruar të gjitha shërbimet e nevojshme për klientët, sipas rregullave dhe protokolleve që duheshin zbatuar. Kështu, brenda muajit mars siguroam që funksionet kryesore të bankës të ofroheshin në distancë. Nga ana tjetër, degët tona rregulluan oraret e punës, sipas kufizimeve të qeverisë, ndërsa u ofronin klientëve tanë kanale digjitale (tërheqje apo depozitime parash nga ATM-të, shërbime nga Raiffeisen ON, call center, etj.), për të përfunduar transaksionet e tyre rutinë.

Raiffeisen Bank, si të gjitha bankat në treg gjatë mbylljes, pësoi një rënie të dukshme në numrin dhe vëllimin e transaksioneve, por situata u normalizua ngadalë gjatë periudhës qershor – korrik. Pandemia nxiti një rritje të konsiderueshme të numrit të transaksioneve nga ATM-të, POS-et, RON, aplikacionet mobile të mundësuar nga ky variacion kanalesh, të cilat vijuan të rriten në muajt në vazhdim, duke provuar edhe një herë profilin e fuqishëm novator të Raiffeisen Bank në mbështetjen e digjitalizimit të shërbimeve bankare.

Si huat konsumatore, ashtu edhe ato hipotekare, të shoqëruara me fushata marketingu, që prezantonin procese më të shpejta dhe të zhdërvjellëta për grupe specifike të klientëve, po arrijnë nivelin e 50% të vëllimeve të reja, të planifikuara fillimisht për vitin 2020. Bankat ishin aktive në pranimin e aplikimeve për ristrukturimin e huave të ndikuara nga pandemia, ku raporti mesatar i aplikimeve të pranuar ishte mbi 90%. Si të gjitha bankat në treg, edhe banka jonë undikua nga moratoriumi. Si rezultat, për vitin 2020, fitimi i bankës pritet të bjerë kundrejt një viti më parë dhe kundrejt parashikimit fillestar në buxhet.

Portofoli i huave për korporatat, nga ana tjetër, provoi se kishte një cilësi të qëndrueshme. Ne arritëm të sigurojmë financimin e nevojshëm për klientët tanë, pavarësisht rënies ekonomike në Shqipëri dhe kritereve më të kujdesshme për huadhënie. Raiffeisen Bank, si një nga aktorët kryesorë të tregut, kishte një pjesë të konsiderueshme në garancitë sovraane 1 dhe 2, të ofruara nga Ministria e Financave dhe Ekonomisë. Kështu, ne e përdorëm këtë mundësi në mënyrë aktive, për të financuar klientët tanë, duke mbështetur nevojat e tyre të menjëhershme për likuiditet dhe veprimtarinë e tyre në të ardhmen. Ndikimi real i pandemisë Covid-19 në bizneset vendase dhe huadhënien ndaj klientëve, lidhur me ecurinë e huas dhe huat me probleme, pritet të duken në tremujorin e parë të vitit 2021. Sidoqoftë, Raiffeisen Bank po ruan një qasje konservatore ndaj provizionimit, duke u mbështetur në faktorët makroekonomikë dhe në industrinë më të prekura.

2 Pandemia e gjeti sektorin bankar në një gjendje të mirë financiare dhe mjaft të shëndetshme, për ta përballuar atë. Sektori bankar mbeti i shëndetshëm me raportin

e mjaftueshmërisë së kapitalit dhe raportin e likuiditetit në nivele konsiderueshëm mbi kërkesat rregullatore. Kthimi nga kapitali i vet (RoE) mbeti në territor dyshifror (13.45%), megjithëse mjedisi me norma të ulëta interesi vazhdon të ushtrojë trysni mbi të ardhurat neto nga interesi për bankat. Në fund të shtatorit 2020, një muaj pas përfundimit të moratoriumit, niveli i huave me probleme ndaj totalit të huave qëndroi në 8.4%, duke treguar një nivel relativisht të mirë të cilësisë. Sidoqoftë, jemi në fazat fillestare të pasojave të pandemisë dhe vitin në vijim do të jemi në gjendje të vlerësojmë efektet e plota të saj. Pavarësisht nga ristrukturimet, për shkak të pasigurisë së shkaktuar nga pandemia, bankat presin të përballen me rënie të cilësisë së huave dhe rritje të provizioneve për rrezikun e kredisë. Pavarësisht njohjes së këtyre provizioneve në mënyrë aktive, efekti i rritjes së tyre në rezultatin e bankave pritet të shtrihet përgjatë vitit 2021.

Nga këndvështrimi personal, reformat e ndërmarra nga të gjithë aktorët për të forcuar cilësinë e huave dhe për të përmirësuar klimën e biznesit kanë pasur ndikim të madh në përbalimin e kësaj situatë. Nëse pandemia do ta kishte gjetur sektorin bankar me një raport të lartë të huave me probleme dhe pengesa të tjera për biznesin, situata mund të ishte edhe më sfiduese.

3 Modeli i bankës së të ardhmes po merr formë edhe në Shqipëri. Tregu, gjithnjë e më shumë, po përqendrohet te inovacioni dhe degët e bankës po transformohen me një qasje të re tregtare, duke u përqendruar më shumë në veprimtari me vlerë të shtuar të lartë.

Tani, për t'iu përgjigjur pyetjes suaj më në detaje, unë do ta ndaja atë në dy pjesë. Në periudhën afatmesme, ndryshimet teknologjike

do të transformojnë proceset e brendshme aktuale të bankave. Ekziston një grup i tërë i organizimit të njerëzve dhe proceseve brenda një banke që do të ndikohet, duke çuar në transformimin e linjave të biznesit, kanaleve dhe produkteve, për të shkuar drejt një rritjeje më të madhe. Për më tepër, banka do të riorganizojë investimet e saj, sipas prioriteteve, për të përmirësuar përfitueshmërinë dhe kohën e daljes në treg. Transformimi digjital do ta zhvendosë punën në kanale me kosto më të ulët dhe zhvillimi i automatizimit do të zvogëlojë kostot e përpunimit. Një tjetër element i transformimit do të jetë riorganizimi i planeve ekzistuese të investimeve për t'u përshtatur më mirë me nevojat digjitale dhe të biznesit të bankës, që gjithashtu, do të përshpejtojë kohën e daljes në treg, përmes partneriteteve të ndryshme teknologjike. Për të pasur një ide të transformimit që po ndodh tani në rang global, rreth 1 miliard përdorues përdorën një aplikacion për pagesat përmes telefonit celular në vitin 2020 dhe mbi 50% e Brezitet Z, tashmë, përdorin portofole digjitale. Pagesat me parë në dorë, në rang global, kanë rënë nga 30% në 2018-ën në pak më shumë se 20% në 2020-ën. Pagesat nëpërmjet kartave të debitit dhe kreditit janë ende në rritje, por me një normë mjaft më të ulët sesa rritja e pagesave nëpërmjet celularit.

Pjesa e dytë e përgjigjes sime përqendrohet në transformimin afatgjatë të sektorit bankar. Fjala kyçe këtu është "të dhënat". Në raundin tjetër të shpërthimit digjital mundësia vjen nga krijimi i vlerës nga të dhënat. Bankat që iu shërbejnë klientëve me pakicë (individëve) e kanë potencialin në të dhënat e përdoruesve që tashmë i zotërojnë. Mësimi se si duhen interpretuar këto zakone të tyre përbën një nga çelësat për të çliruar fuqinë dhe vlerën e të

dhënave, duke mundësuar ofrimin e produkteve të personalizuar. Ky është revolucioni që unë parashikoj se do të transformojë në mënyrë drastike peizazhin bankar në të ardhmen.

E fundit, por jo më pak e rëndësishme, Raiffeisen Bank po përqafton sfidën e transformimit digjital dhe është gati të jetë një lojtar i rëndësishëm në këtë fushë të re, të hapur nga ndryshimet teknologjike dhe rregullat e reja. Një demonstrim i kësaj janë nismat e shumta të bashkëpunimit me startup-et dhe Fintech-sat. Tani jemi në një fazë të konsoliduar të bashkëpunimit tonë të frytshëm dhe novator, që rrjedh nga shumë programe, të tilla: si Innovation Lab dhe Elevator Ventures. Ky angazhim për ndryshime novatore është vlerësuar edhe nga klientët tanë. Kështu, nuk është për t'u habitur që Raiffeisen është zgjedhur si banka më novatore në Shqipëri, sipas sondazheve të kënaqësisë së klientëve tanë. Ne do vazhdojmë të hulumtojmë kufijtë e teknologjisë edhe në të ardhmen, në mënyrë që të jemi banka më e rekomanduar në vend.





SILVIO PEDRAZZI

Drejtor i Përgjithshëm Ekzekutiv
INTESA SANPAOLO BANK ALBANIA

1 Pandemia ndikoi mbi veprimtarinë bankare nga disa këndvështrime:

- Përpjekje dhe kosto shtesë, me qëllim garantimin e sigurisë për punonjësit dhe klientët;
- Nevoja për të riorganizuar pjesën më të madhe të veprimtarisë, sipas qasjes së punës në distancë;
- Të ardhura të reduktuara, për shkak të ngadalësimit të veprimtarisë së huadhënies gjatë gjysmës së parë të vitit;
- Rritje të provizioneve të huas, si pasojë e përkeqësimit të mundshëm të kushteve financiare të huamarrësve.

2 Pandemia i gjeti bizneset të papërgatitura, por unë besoj se industria bankare ishte ndër të parat që reagoi me efikasitet. Gjatë kësaj kohe u evidentua një nivel i lartë qëndrueshmërie, ku klientët tanë mund të përdornin gamën e plotë të shërbimeve financiare, pa asnjë ndërprerje. Unë do të doja të theksoja, gjithashtu, reagimin e shpejtë dhe pro-aktiv në miratimin e pjesës më të madhe të kërkesave për moratorium huash dhe mbështetjen në zgjerimin e linjave shtesë të huave, për klientët në nevojë. Mbi

të gjitha, unë jam shumë krenar për atë që arritëm të bënim, si në nivel individual, ashtu edhe si sektor. Më lejoni të shtoj se, faktikisht, në këto rrethana fatkeqe të gjitha bankat i dhanë përparësi të qartë interesit të punonjësve, klientëve dhe institucioneve, kundrejt interesave të tyre. Ulja e përfitueshmërisë për vitin 2020 është një dëshmi e qartë e këtyre sjelljeve pozitive, duke mbajtur në të njëjtën kohë, një nivel të lartë likuiditeti dhe qëndrueshmërie.

3 Ne ende nuk e kemi kapërcyer krizën e pandemisë, por mund ta shohim të ardhmen me më shumë optimizëm, së paku nga perspektiva e shëndetit publik. Sigurisht, edhe në skenarin më optimist, bankat dhe biznesi në tërësi, do të kenë nevojë për pak kohë, që të shërojnë plagët e shkaktuara. Le të jemi të sqarë: pandemia ndryshoi planet, si për njerëzit, ashtu dhe për bizneset; do të ketë fitues, por edhe viktime, do të ketë sektorë me perspektiva shumë më të mira dhe të tjerë me të ardhme të errët, do të nevojiten vende të reja pune dhe ndoshta disa të tjera mund të zhduken. Të gjitha këto ngjarje do ndikojnë fort në industrinë bankare dhe e ardhmja është e vështirë të parashikohet. I sigurt, është se i ashtuquajti Revolucion Digjital do të jetë edhe më i shpejtë, rrjetet fizike do të humbasin rëndësinë, ndërkohë që lehtësimi i marrëdhënies me klientët do të jetë shumë i rëndësishëm: të gjitha këto fakte nënkuptojnë, gjithashtu, ndryshime të rëndësishme në qasjen aktuale të drejtimit të lartë të bankave. Personalisht, unë besoj se faktori kryesor i suksesit do të jetë cilësia e Kapitalit Njerëzor.



BLEDAR SHELLA

Drejtor i Përgjithshëm
OTP BANK ALBANIA

1 Periudha nga fillimi i pandemisë së Covid-19 ka qenë një situatë e pa ndeshur më parë dhe pati ndikim në mënyrën se si ne operojmë. Bankës tonë, si edhe bankave të tjera, por dhe shumë bizneseve, iu desh të organizohet për t'u përshtatur me situatën. Të përballur me emergjencën e shkaktuar në fillimin e pandemisë, mungesës së dijes për fenomenin, pasigurive që rrodhën prej mungesës së një përvoja të ngjashme dhe me fillimin e karantinës, prioritetet tona u zhvendosën në aspektet e sigurisë, ku siguria e stafit, siguria e klientëve dhe sigurimi i vazhdimit pandërprerë të shërbimit për klientët tanë, qëndronin absolutisht në krye.

Gjithashtu, për të ndihmuar klientët tanë në kohën e karantinës, ofruam falas menjëherë të gjitha transaksionet që kryhen nga platforma elektronike e-banking dhe pagesat me kartat OTP, ndërkohë që realizuam një fushatë masive këshilluese për këto platforma. Për sa i përket rrjetit, në të gjitha degët tona u ndoq rreptësisht protokoli i sigurisë dhe u shtua shërbimi në ditët e shtuna. Vlerësoj se kjo situatë emergjente kaloi mjaft mirë. Të gjitha degët e bankës qenë të

hapura, në shërbim të klientëve gjatë gjithë periudhës, duke siguruar masa mbrojtëse për punonjësit dhe klientët. Edhe vlerësimi nga klientët tanë nuk ka munguar.

Pas kalimit të kësaj faze, prioritet ishte t'u vinim në ndihmë klientëve tanë të prekur nga kriza. Ne përqafuam vendimin e qeverisë dhe Bankës së Shqipërisë për moratoriumin e huave dhe realizuam shtyrjen e tyre në një kohë mjaft të shpejtë. Pohoj me kënaqësi që kemi aprovuar 99% të kërkesave për shtyrje të huave dhe kemi shtyrë rreth 36% të portofolit total të huas. Është në thelb të misionit tonë si bankë që t'i gjendemi pranë klientëve sidomos në ditë të vështira; për këtë arsye në asnjë çast nuk u ndalua huadhënia. Ne vijum veprimtarinë huadhënëse te klientët, si ata ekzistues dhe atyre të rinj. Mjaft aktivë kemi qenë edhe në kreditimin sipas paketave ndihmëse të qeverisë; dhamë 100% të pjesës tonë të huave të pagave, në një kohë shumë të shkurtër, si dhe kemi dhënë 100% të pjesës tonë të huave të paketës së dytë për kapital punues.

Aktualisht, veprimtaria vijon normalisht me të njëjtat ritme, si përpara periudhës Covid-19. Ne vazhdojmë të kreditojmë me ritme të larta, madje dhe më shumë sesa përpara pandemisë Covid-19. Për këtë mund të përmend disa shifra për periudhën 12 mujore janar - dhjetor 2020:

- Stoku i huave është rritur me 10.74%%
- Totali i depozitave është rritur me 9.88%
- Kemi rritur pjesën e tregut me 0.6 pikë, duke u konsoliduar si banka e katërt më e madhe në vend për sa i përket huadhënies.

Sigurisht që ne përgatitemi për një efekt nga Covid-19, lidhur me përqësimitin e cilësisë së huave e për këtë ne po krijojmë disa fonde shtesë. Gjithsesi, deri tani,

konstatojmë se ky ndikim nuk është i lartë. Me dy shtyrjet e kësteve të huave, klientët tanë kanë arritur ta kalojnë periudhën më të vështirë dhe tashmë po kalojnë në nivele më normale veprimtarie.

2 Mendoj se i gjithë sektori bankar shqiptar e kaloi me sukses emergjencën e krijuar nga pandemia. Bankat kanë qenë ndër ato pak institucione që për asnjë ditë nuk e ndërprejnë veprimtarinë dhe ishin në shërbim të klientëve. Gjithashtu, qëndrimi pro-aktiv i treguar për shtyrjen e kësteve të huave është për t'u përshëndetur. Kjo krizë e gjeti sektorin bankar në një situatë mjaft të shëndetshme; ai ishte i mirë-kapitalizuar me nivel kapitali ndjeshëm mbi kërkesat rregullatore, me nivel likuiditeti mjaft të lartë, si dhe normë të huave me probleme shumë më të ulët sesa ajo e disa viteve më parë. Sektori bankar gjatë kësaj periudhe ka qenë aktiv dhe faktohet një rritje, si e huave ashtu dhe e depozitave. Likuiditeti është shumë i lartë, si në monedhën vendase ashtu dhe në euro, ndaj vlerësoj se sektori bankar është në pozitë ta përballojë mjaft mirë këtë situatë.

3 Mendoj se sektori bankar shqiptar tashmë është konsoliduar dhe është në një situatë shumë të mirë të parametrave financiarë, çka do të bëjë të mundur që të vazhdojë prirjen rritëse të viteve të fundit, pavarësisht përkeqësimeve të mundshme të portofolit të huave dhe situatës ekonomike jo shumë pozitive. Po ashtu, mendoj që në të ardhmen e afërt sektori bankar do të vazhdojë të jetë aktiv, të kreditojë si dhe të optimizojë më tej kostot.

Ky vit tregoi se investimi në digjitalizim dhe në bankingun online tashmë është një domosdoshmëri. Bankat kanë nisur investimet në këtë fushë, por mendoj se këto investime

dhe kjo prirje do të përforcohet në vazhdimësi. E ardhmja duhet të rrisë kulturën e bankës në distancë. Duhet që i gjithë sektori bankar të lëvizë në të njëjtin drejtim, duhet të investohet ndjeshëm në zhvillimin e kapitalit njerëzor, paralelisht me ndryshimet teknologjike. Shtimi i shërbimeve bankare pa qenë nevoja e pranisë fizike është i domosdoshëm dhe ky vit e faktoi këtë.



ARMAND MUHARREMI

Drejtor i Divizionit Financiar dhe Anëtar i Këshillit Drejtues BANKA AMERIKANE E INVESTIMEVE (ABI BANK)

1 Pandemia Covid-19 gjeneroi kërkesën dhe nevojën për një rol më aktiv të sektorit bankar, në mbështetjen e individëve, bizneseve, si dhe nismave të Qeverisë Shqiptare për të përballuar pasojat e pandemisë. Në kushtet e kërkesave, sfidave dhe mundësive të tregut, objektivat fillestare të ABI Bank, lidhur me veprimtarinë e 2020-ës, u tejkaluan ndjeshëm. Këtu do theksoja rritjen rekord të huadhënies dhe rritjen e depozitave të klientëve. Treguesit e përfitueshmërisë pasqyrojnë gjithashtu ecuri shumë të kënaqshme, me kthim dyshifror në përqindje ndaj kapitalit dhe rritje prej

thuaje 100% të përfitueshmërisë operacionale, krahasimisht me vitin 2019. Pandemia ngadalësoi disa hallka të procesit të trajtimit dhe zgjidhjes së huave me probleme, si dhe imponoi ri-skedulime, apo ristrukturime të termave të shlyerjes së huave, për një numër jo të vogël individësh dhe biznesesh të prekur nga pandemia. Pavarësisht nga kjo, ne arritëm të ulim ndjeshëm treguesin e huave me probleme ndaj totalit të huave, si dhe mbetemi optimistë se, me fokusin, qasjen dhe bashkëpunimin e duhur, në raport me huamarrësit tanë, do të mundësojmë adresimin dhe minimizimin e problematikave të ecurisë së huas, të lidhura potencialisht me pasojat e pandemisë. Ne mendojmë se një faktor i rëndësishëm suksesi në rezultatet e 2020-ës është aftësia jonë që të përshtatim shpejt dhe efektivisht strategjitë dhe veprimet tona, në përgjigje të realitetit të krijuar nga pandemia.

2 Sektori bankar është shumë likuid dhe i mirë-kapitalizuar. Gjatë dy viteve të fundit kemi një përshtatje të vazhdueshme të kuadrit rregullativ me Bazel III dhe direktivat e Bankës Qendrore Evropiane, kryesisht në drejtim të optimizimit të mëtejshëm të administrimit të rrezikut të likuiditetit dhe kredisë, si dhe sigurimit të treguesve të fortë të kapitalit, duke konsideruar shtesa makroprudenciale, në varësi të madhësisë dhe strukturës së veprimtarisë së bankave specifike. Bankat kane vijuar të optimizojnë organizimin e tyre, të investojnë në sisteme e shërbime digjitale, si dhe të fuqizojnë proceset e analizave dhe matjes së cilësisë e ecurisë. Ndërkohë që sektori bankar shqiptar ka arritur vitet e fundit të reduktojë ndjeshëm huat me probleme, treguesi i huave ndaj depozitave bankare mbetet i ulët, çka përfaqëson një potencial të vlefshëm për të mbështetur nevojat

e ekonomisë për rimëkëmbje. Kështu, gjykojmë se sektori bankar ka hapësirën e duhur dhe është më se i përgatitur për t'u përballur suksesshëm me pandeminë. Këtë e tregoi edhe fleksibiliteti e mbështetja që bankat i siguruan gjatë 2020-ës individëve, bizneseve dhe veprimeve të Qeverisë, për të lehtësuar pasojat e pandemisë. Vlen të përmendet se politikat monetare dhe rregullatorë, të zbatuara nga Banka e Shqipërisë, e bënë edhe më të lehtë misionin tonë në këtë situatë. Mund të themi me bindje të plotë se sektori bankar, si hallka kryesore dhe më solide e sistemit financiar shqiptar, përbën një garanci më të madhe për sistemin financiar dhe ekonominë në përgjithësi, në përballjen me pandeminë.

3 Ne vlerësojmë se veprimtaria e bankës për 2021-shin do të ruajë prirjen rritëse të vitit 2020. Huadhënia dhe rritja e depozitave të klientëve do vijojnë të jenë objektiv parësor i bankës. Ne po punojmë me rinovimin e sistemeve tona të IT, për të mundësuar shërbim më të shpejtë, më cilësor e të kompletuar, me produkte të internet dhe mobile banking. Nga ana tjetër, pandemia dhe sjellja e tregjeve të kapitalit po evidentojnë një ri-formatim të perceptimit të investuesve ndaj rrezikut dhe diversifikimit të investimeve të tyre. Institucionet dhe bizneset po shikojnë alternativa të tjera ndaj huas, për të mbuluar nevojat e tyre për financim dhe likuiditet. Për këtë arsye, banka po zgjeron gamen e veprimtarive që i mundëson licenca e saj, duke synuar të ofrojë shërbime të konsulencës financiare dhe produkte të ndryshme zëvendësuese, apo plotësuese të investimeve financiare. Periudha afatshkurtër dhe afatmesme në vijim pritet të pasqyrojë sfida të rimëkëmbjes ekonomike dhe një kërkesë të shtuar për ndërmjetësim

financiar nga ana e bankave. Ne jemi këtu të gatshëm dhe të angazhuar të mbështesim fort këtë dinamikë.



DRITAN MUSTAFA

*Drejtore i Përgjithshëm Ekzekutiv
TIRANA BANK*

1 Kjo është një situatë krize, origjina e të cilës nuk ishin arsye ekonomike apo financiare, por që gjithsesi ka krijuar ndikim të dukshëm në treguesit makroekonomikë të çdo vendi (përfshirë ekonominë tonë kombëtare). Me fillimin e pandemisë dhe përgjatë vitit 2020, të gjithë aktorët ekonomikë (qeveria, bizneset private dhe ato me kapital shtetëror, segmenti i konsumatorëve individuale dhe familjarë, etj.), u përballën me sfida të veçanta, të cilat qartësisht kanë ndikuar në jetën ekonomike të vendit, nivelin e investimeve dhe të dërgesave të emigrantëve, sjelljen dhe kërkesën konsumatore për produkte dhe shërbime, lëvizshmërinë dhe dinamikën e biznesit, etj.

Sektorë të rëndësishëm, të ndikuar nga kriza, mbeten tregtia (veçanërisht biznesi i vogël/i mesëm) dhe turizmi, shtylla të rëndësishme të ekonomisë kombëtare. Ndërhyrjet e kryera nga Qeveria Shqiptare, në formën e ndihmave të drejtpërdrejta

financiare dhe ofrimi i garancive shtetërore për financimet, akorduar nga sektori bankar në favor të bizneseve të prekura nga kriza e shkaktuar nga pandemia, sigurisht konsiderohen mbështetje e rëndësishme për të ulur efektet negative në ekonomi. Gjithsesi, kohëzgjatja e pandemisë mund të konsiderohet edhe si një rrezik lidhur me vijueshmërinë e ndikimeve negative në ekonomi.

Sektori bankar në tërësi, e Tirana Bank në veçanti, ka përjetuar efektet negative të këtyre zhvillimeve gjatë 2020-ës, por koordinimi i hapave midis qeverisë, Bankës së Shqipërisë dhe sektorit bankar, lidhur me mbështetjen financiare të ofruar, lehtësimin e përkohshëm të ngarkesës financiare për huamarrësit (në përputhje me moratoriumet e huave të aplikuara gjatë tremujorit të 2të dhe të 3të), së bashku me mundësitë për ristrukturim të detyrimeve të huave (në përputhje me lehtësimet e ofruara në zbatim të kuadrit rregullator), besoj kanë mundësuar përbalimin më lehtë të vështirësive financiare të shkaktuara nga pandemia, garantimin e jetës ekonomike, si dhe mbështetjen për ri-vitalizim të konsumit dhe investimeve.

Vlerësimet që kryhen nga institucione të ndryshme ndërkombëtare thuajse të gjitha konvergjojnë në pritshmëritë për një prirje pozitive të zhvillimeve ekonomike në vend dhe rajon, gjatë vitit 2021. Gjithsesi, gjykoj që sektori bankar do vijojë të ndeshet me sfidat dhe pasojat ekonomike të pandemisë, të gërshetuara edhe me ndikimin e mundshëm nga kuadri kompleks rregullator dhe i standardeve financiare të raportimit. Gjatë vitit 2020, Tirana Bank realizoi një ecuri të shëndetshme në drejtim të rritjes së veprimtarisë, rritjes së qëndrueshme të depozitave dhe të portofolit të investimeve, duke

shfrytëzuar bazën e gjerë të klientëve, si dhe sinergjitë tregtare të zhvillimit me partnerët dhe bashkëpunëtorët e bankës sonë dhe të grupit ekonomik ku bëjmë pjesë. Gjithashtu, banka vijon të raportojë rezultate pozitive financiare të qëndrueshme. Tirana Bank vijon t'i përmbahet objektivit strategjik të rritjes së mëtejshme të veprimtarisë, me një përfaqje dinamike, por edhe të kujdesshme, në drejtim të mundësive për zhvillim, si dhe ndaj rreziqeve që karakterizojnë tregun e brendshëm.

2 Brenda një kohe relativisht të shkurtër pandemia trajtoi një situatë të jashtëzakonshme për sistemin bankar, në drejtim të çështjeve të ofrimit të masave mbrojtëse dhe sigurisë së shëndetit të stafit dhe klientëve, të përshtatjes me rregullat kufizuese, për të ofruar shërbime ndaj klientëve, të aspekteve të rëndësishme operacionale, organizative, si dhe të përshtatjes së infrastrukturës, etj. Pavarësisht nga sfidat e diktuar nga pandemia, në vlerësimin tim, sistemi bankar u përshtat shumë shpejt me situatën, për të ruajtur nivelin e shërbimit dhe qëndrueshmërinë e mbështetjen ndaj klientëve. Ky është një tregues i rëndësishëm, që sektori bankar mbetet sektori më i rregulluar dhe dinamik, si dhe një aktor mjaft i rëndësishëm në qëndrueshmërinë e zhvillimit të ekonomisë kombëtare.

3 Për sektorin bankar pandemia ka trajtuar edhe çështje të ndryshmeve të sjelljes konsumatore, apo të nevojës për të përshpejtuar zhvillime teknologjike dhe infrastrukturore, për të reduktuar ndikimet negative, në drejtim të cilësisë së shërbimit. Investimet të mëtejshme në fushën e teknologjisë, sikurse dhe rritja e penetrimit të shërbimeve online ndaj klientëve, që për rrjedhojë mund të sjellë ndryshime në modelin e biznesit dhe të ofrimit të shërbimeve

ndaj klientëve nga ana e bankave, do të përbëjnë sfida të rëndësishme për periudhat në vijim. Në këtë drejtim, Tirana Bank ka ndërmarrë një proces transformimi, aktualisht në fazë të rëndësishme të realizimit, në drejtim të modernizimit të infrastrukturës operacionale dhe të sistemeve të teknologjisë së informacionit.



GEORGIOS PAPANASTASIOU

*Drejtor i Përgjithshëm
ALPHA BANK ALBANIA*

1 Kjo sfidë na gjeti me një pozicion kapitali të konsoliduar dhe likuiditet të mjaftueshëm, që na mundësuan të ishim të përgatitur e të gatshëm për të mbështetur klientët tanë të kalonin me sukses çdo vështirësi financiare. Gjatë kësaj periudhe, ne aprovuam shtyrje huaje, sipas moratoriumit të Qeverisë, një total prej rreth 63 milionë euro, si dhe kemi financuar biznese sipas skemave me garanci shtetërore.

Pandemia ndikoi veprimtarinë bankare në disa drejtime:

a) Rritja e besimit të publikut të gjerë të banka ishte e dukshme; klientët kuptuan se bankat vazhduan si normalisht veprimtarinë e tyre bankare, duke u mundësuar atyre një mjedis të sigurt, në

respekt të plotë të të gjithë protokolleve shëndetësore dhe biznesit. Ata vlerësuan besnikërinë, profesionalizmin dhe përkushtimin e të gjithë punonjësve tanë, e veçanërisht të atyre në degë.

b) Mbështetja ndaj klientit ka qenë dhe është ende prioriteti ynë më i madh; pavarësisht kushteve të pafavorshme dhe rrezikut të lartë, në Alpha Bank Albania ne siguroam vazhdimësi të veprimtarisë sonë pa ndërprerje, duke ofruar shërbime cilësore, njësoj si para pandemisë;

c) Duke vlerësuar në maksimum si përherë kapitalin tonë njerëzor, ne zbatuam një program më të gjerë për sigurinë dhe shëndetin e punonjësve tanë, duke qenë më pranë tyre me ndihmë konkrete për ta dhe familjarët e tyre, sa herë që ka qenë e nevojshme.

Pandemia ndikoi edhe në strukturën e portofolit bankar, kur veprimtaria bankare me pakicë kontribuoi më shumë në rritjen e portofolit përkatës. Veprimtaria e investimeve u shoqërua me ndikim më pozitiv në të ardhurat e bankës, për shkak të kushteve favorizuese të tregjeve financiare. Segmenti që pati më shumë nevojë për mbështetje financiare ishte ai i SME-ve, e për këtë arsye, banka u ka ofruar mbështetjen e nevojshme financiare, ose nëpërmjet ristrukturimit të huave ekzistuese, ose nëpërmjet huave të reja, edhe nëpërmjet garancisë sovraane. Ne u kujdesëm jo vetëm të ruajmë likuiditetin e tyre, por edhe në vazhdimësinë pa ndërprerje të planeve të tyre të biznesit.

Ndërkohë, pandemia përshpejtoi digjitalizimin e veprimtarisë sonë dhe jam i lumtur të them që transformimi ynë digjital ka filluar tashmë, duke optimizuar rrjetin e pagesave me karta POS, duke rinovuar të gjithë linjën tonë të ATM-

ve (e parashikuar për të përfunduar brenda tremujorit të parë të vitit 2021) dhe janë në fazë përfundimtare zhvillime të reja në platformën tonë Alpha e-Banking. Gjithashtu, gjatë kësaj periudhe, banka ka krijuar produkte dhe shërbime të reja, në përputhje me nevojat e publikut të gjerë, si për klientët individë, ashtu edhe ata biznes. Fokusi dhe zhvillimet kryesore ishin të orientuara kryesisht në ndryshimin e procesit të shitjes së produkteve dhe shërbimeve, duke i drejtuar klientët në kanalet digjitale të shpërndarjes, për të minimizuar praninë fizike në degë, në përputhje me kërkesat e rregullatorit.

2 Pandemia COVID-19 e testoi ekonominë shqiptare në përgjithësi dhe sistemin bankar në veçanti, e pavarësisht rritjes së pasigurisë, sektori bankar vijoi të jetë i qëndrueshëm dhe likuid. Një nga sfidat më të mëdha, përpos ristrukturimit të huave për pamundësi pagese, ishte edhe vijueshmëria normale e biznesit në një situatë aspak normale, sfidë kjo e kaluar me sukses nga të gjitha bankat që operojnë në Shqipëri, duke ruajtur kështu stabilitetin financiar dhe duke vërtetuar edhe një herë se janë një nga aktorët më të rëndësishëm në rimëkëmbjen e ekonomisë së vendit.

3 Mendoj se veprimtaria pas krizës COVID-19 është herët për t'u parashikuar, por disa gjëra janë thujtë të sigurta, të paktën për të ardhmen e afërt:

a) Bankat, si edhe në 10 vitet e fundit, do të vijojnë të operojnë në një mjedis të pafavorshëm, me interesa të ulëta e me kërkesë tregu të paqëndrueshme, por që do të gëzojnë përsëri të ardhura relativisht të qëndrueshme, për shkak të rritjes afatgjatë të nevojave për hua, si për individë edhe për biznese, si dhe atë të

rrjetës së sigurisë që autoritetet kanë krijuar për veprimtarinë bankare;

b) Bankat do vijojnë të kenë mbikëqyrje të fortë. Gjithashtu, ne do të vazhdojmë të përballemi me hyrje të reja të Fintech-save dhe me konkurrencën e institucioneve kredituese, të pambuluara me rregullim nga autoritetet përkatëse.

Kjo do t'i bëjë bankat të adoptojnë modele biznesi më fleksibël, duke përshpejtuar transformimin digjital dhe duke u fokusuar në krijimin e kanaleve të shpërndarjes së produkteve e shërbimeve bankare pa praninë fizike të klientit, si dhe në transformimin e degëve të bankave në qendra për zgjidhje të nevojave më komplekse e të sofistikuara të depozituesve e huamarrësve, pa neglizhuar këtu edhe edukimin e klientëve për kanalet digjitale përkatëse.



FLUTURA VEIPI

Drejtoresh e Përgjithshme
UNION BANK

1 Tashmë jemi në një situatë pandemie prej më se 10 muajsh dhe kemi mësuar të punojmë dhe të jetojmë me të, si personalisht dhe profesionalisht. Në fillim pati

shumë pasiguri, por me kohën edhe këto sfida kanë qenë një rritje profesionale. Banka tregoi se mund të menaxhonte edhe një punë të shtuar në kohë më të kufizuar, zhvilloi vendimmarrje me sasi informacioni ndryshe, procese më parë teorike, tani u testuan në realitet dhe çdo gjë e ka bërë stafin dhe institucionin më të fortë. Sfidë ka qenë i gjithë kuadri i masave që duheshin zbatuar, për të realizuar sigurinë maksimale për stafin dhe klientët. Pra, vijueshmëria e operacioneve në kushtet e emergjencës, ishte çështja kryesore. Ofrimi i shërbimeve në platformat online ishte një ndihmë e madhe, por dhe një shtysë për përmirësimet e dukshme në shërbimet dhe kënaqësinë e klientëve, të ofruara në platformat digjitale. Covid-19 shpejtoi ecjen drejt shërbimeve digjitale në sistemin financiar, deri diku dhe zhvillime të reja.

Më tej, sigurisht një sfidë e rëndësishme ishte menaxhimi i portofolit të huas. Vendimmarrja e Bankës së Shqipërisë, për një qasje në nivel sektori, sigurisht na shtyu që proceset e lidhura me shtyrjen e huave t'i ekzekutonim me shpejtësi më të madhe. Duke pasur parasysh numrin e madh të kërkesave dhe përqendrimin e tyre në një periudhë të shkurtër edhe kjo sigurisht që u përkthye në një ngarkesë të konsiderueshme, nga pikëpamja operacionale.

Megjithatë, pavarësisht ndikimit të përgjithshëm, Union Bank arriti të jetë e suksesshme në përballimin e çdo dite, që nga muaji mars, duke qenë në punë dhe operacionale për të gjithë klientët. Kemi vijuar të jemi me rritje në të gjithë treguesit, siguruam gjithashtu përfitueshmëri, duke mbështetur me financime shtesë dhe klientë të prekur nga pandemia, për të siguruar baza më të forta për një stabilitet të rritur në të ardhmen, pavarësisht pasigurisë që ekziston. Kjo është arritur falë

mbështetjes së stafit të bankës dhe bashkëpunëtorëve më të afërt, që kanë qenë burimi më eficient i informacionit.

2 Gjatë kësaj periudhe, sektori bankar tregoi që është i shëndetshëm, ka mundësi në kapital, në likuiditet e në strukturë, për ta përballuar një situatë të tillë. Sigurisht që edhe bankat do të kenë kostot e tyre, në terma të përfitueshmërisë, por unë nuk e vë në dyshim aftësinë e sektorit bankar për të dalë me sukses nga kjo situatë. Besoj se shtrirja e efekteve do të varet më shumë nga pasojat në ekonominë reale. Aktualisht, mund të themi që është gjetur një zgjidhje për Covid-19 dhe këtu i referohem vaksinës së dalë në treg, gjë që na bën të mendojmë për një përmirësim të situatës së pandemisë në vazhdim, por është e rëndësishme që të kemi politika ekonomike, për të mbështetur një rimëkëmbje të shpejtë. Nëse në 2020 ka rënie të ekonomisë me 7%-8%, vëmendja shkon te faktorët ndërveprues dhe me ndikim në rritjen ekonomike, ku sipërmarrja e lirë është faktor i rëndësishëm, por dhe qeveria dhe cilësia e politikave ekonomike, të cilat bashkërisht duhet të sjellin përmirësim të dukshëm gjatë vitit 2021.

3 Ndonëse është e vështirë të bëhen parashikime të sakta, mendoj se situata duhet parë me pozitivitet, duke marrë masat për të qenë të mirë për gatitur për t'u përballur me ndikimin e kësaj situatë.

Aktualiteti, por më shumë dhe e ardhmja, kanë sjellë sfidën e digjitalizimit në dyert e sektorit bankar. Edhe pse një vend i vogël dhe me një ekonomi ku transaksionet në cash mbeten në pozita të forta, e pa ndryshim të dukshme në vite, do të ketë gjithmonë e më shumë përpjekje në kanalizimin e tyre në sektorin bankar, ku më e dukshme

është sjellja ndaj pagesave online, gjithmonë e më shumë në rritje dhe numri i lartë i klientëve që shërbehen në kanalet digjitale. Situata e krijuar nga Covid-19 këtë nevojë e nxori më shumë në dukje dhe e ktheu në një stimul që edukoi deri diku edhe klientët më rezistentë. Prandaj mendoj që fokusi i veprimtarisë bankare do jetë në ofrimin e shërbimeve në platformat digjitale, në përmirësimin e tyre, pajisjen e tyre me karakteristika që do të lehtësojnë eksperiencën e klientëve në përdorimin e tyre. Këto platforma janë një vlerë e shtuar në administrimin e kohës së klientit, duke ofruar shërbime në çdo kohë dhe nga kudo ku klienti ndodhet. Ato kanë, gjithashtu, edhe përfitueshmëri në strukturën e kostove bankare për klientin.

Sfidë në të ardhmen e afërt janë dhe përmirësimet strukturore në procese, duke optimizuar mënyrën e punës dhe ofrimin e shërbimeve, por dhe një vlerësim për diversifikim të të ardhurave në sektorin bankar, duke zgjeruar bazën e shërbimeve, si në marrëdhënie me klientë, por edhe fushën e investimeve. Tregu ynë do të zhvillohet dhe kapacitetet njerëzore duhet të jenë të përgatitura për sfida të reja, më shumë këshillim profesional me klientët dhe edukim financiar, sipërmarrje në fusha dhe produkte më novatore, në funksion dhe të mundësive për zhvillim. Sektorin bankar duhet të jetë aktor aktiv, novator në industrinë ku operon, partner real mbështetës për bizneset e reja dhe të dalë në treg dukshëm, duke qenë mbështetës dhe i zhvillimeve ekonomike, dhe veprimtarive të reja. Pandemia do të sjellë një çoroditje të stabilitetit në treg, si të individëve të punësuar edhe të bizneseve; shumë do dalin nga tregu, qoftë dhe përkohësisht dhe te rinj do të hyjnë, kështu që sektori bankar duhet të rishikojë kriteret e tij në huadhënie shpesh

konservatore dhe të jetë më i hapur në mbështetje të klientit të ri në treg.



AGAN AZEMI

Anëtar i Drejtorisë Ekzekutive
BANKA PROCREDIT

1 Pandemia Covid-19 ishte qenë një ngjarje e paprecedentë, jo vetëm për Shqipërinë dhe sektorin e saj bankar, por për mbarë botën, gjithashtu. Sfida e menjëhershme me të cilën u përballëm ishte ballafaqimi me pasigurinë dhe aspektet e panjohura të saj, për të zbutur dhe trajtuar siç duhet efektet shumëdimensionale të saj, duke e përqendruar vëmendjen dhe përpjekjet tona për të arritur objektivat e biznesit. ProCredit Bank Albania është krenare kur vlerëson dhe konkludon sot që gjithçka u menaxhua në mënyrën më të mirë të mundshme, përtej asaj që mund të imagjinohej në fillim. Së pari, ne arritëm të përshtateshim me shpejtësi dhe të ishim plotësisht operacional, që nga dita e parë e mbylljes, falë modelit tonë të biznesit dhe vëmendjes së madhe, që i kemi dhënë historikisht, investimeve në teknologji dhe kanale digjitale bankare. Së dyti, ne vlerësuam të gjitha efektet e menjëhershme dhe afatgjata, lidhur me rreziqet e

mundshme, duke siguruar që çdo aspekt të trajtohej në mënyrën e duhur. Falë strategjisë sonë të biznesit dhe rrezikut, që përcakton profilin e klientëve tanë dhe veprimtaritë ku përfshihemi, ndikimet nga Covid-19, kanë qenë të kufizuara. Ndërkohë që tashmë, me gjithë mjedisin sfidues, ato janë të trajtuara plotësisht, duke arritur dhe tejkaluar objektivat e biznesit, të vendosura para krizës. Kjo u arrit si rezultat i përpjekjeve institucionale, por mbi të gjitha, si rezultat i angazhimit të lartë dhe profesionalizmit të stafit tonë. Faktori njerëzor ka qenë i një rëndësie të jashtëzakonshme, në mënyrë që të tejkaloheshin me sukses të gjitha sfidat, duke siguruar në çdo kohë përgjegjshmëri dhe të gjitha aspektet etike ndaj klientëve tanë.

2 Situata pandemike dhe zhvillimet e vitit 2020 sfiduan të gjithë elementët e sistemit bankar, duke përfshirë si aspektet operacionale, ashtu dhe ato financiare, lidhur me ndryshimet e vazhdueshme dhe rrjedhojat e rreziqeve të mundshme. Situata pandemike dhe emergjenca përkatëse u kufizuan brenda aspekteve të lidhura drejtpërdrejt me të, pa u shkallëzuar më tej në dimensione me ndikime në gjithë sektorin bankar. Përgjigja e menjëhershme, për të siguruar vazhdimësinë normale të operacioneve nën regjimin e ri dhe rregullat e vendosura nga masat e mbylljes, ishte një faktor përcaktues që kjo situatë të mos ndikonte ndjeshëm në sektorin bankar. Sidoqoftë, si rezultat i rënies ekonomike, duhet ende të presim për efektet afatgjata dhe jo të drejtpërdrejta. Megjithatë, zhvillimet e ardhshme dhe çdo pasojë e tyre, mbështeten mirë nga niveli i lartë i likuiditetit dhe kapitalit, që karakterizojnë sektorin bankar shqiptar. Duhet të theksohet se radhët e gjata në degë

dhe koha e zgjatur e përpunimit për operacionet rutinë, vënë në dukje domosdoshmërinë e përdorimit të kanaleve digjitale. Në këtë drejtim, duhet të ketë një vëmendje të shtuar mbi rolin këshillues të bankave për promovimin e këtyre kanaleve, jo vetëm si efikase, por edhe të domosdoshme.

3 Për sa u tha më lart, pandemia Covid-19 veproi si një provë rezistence, duke evidentuar dobësitë, pikat e forta dhe kapacitetet për të përballuar ngjarjet e papritura. Qasjet e kujdesshme dhe të përgjegjshme duket që janë shpërblyer. Në të ardhmen e afërt, ne presim gjithnjë e më shumë një zhvendosje nga modeli bankar tradicional drejt atij modern, i cili ofron kanale dhe shërbime digjitale për klientët. Për bankën tonë kjo nuk është diçka e re, pasi "ProCredit Direct", platforma jonë (e drejtpërdrejtë) digjitale bankare fleksible, ofron prej vitesh një qasje novatore dhe transparente për transaksionet e kryera, llogaritë e kursimit dhe huave për investime. Përdorimi i lehtësirave tona për llogaritë elektronike është tërheqës, jo vetëm për klientët privatë (individët), por edhe për biznesin dhe klientët tanë institucionalë. Sektori i ndërmarrjeve të vogla e të mesme (NVM-ve) do të ketë një rëndësi të madhe për rimëkëmbjen makroekonomike të vendit, veçanërisht pas pandemisë Covid-19. Ne jemi të bindur se mbështetja jonë do t'u mundësojë NVM-ve të kapërcejnë vështirësitë e shkaktuara nga pandemia, të zhvillohen më tej dhe të gjejnë alternativa të reja biznesi. Ne po përpiqemi të trajtojmë sfidat e tyre dhe t'i ndihmojmë ata të investojnë në teknologji moderne, të angazhohen në projekte të eficiencës së energjisë dhe të zgjerojnë pjesën e tyre të tregut.



BOZHIDAR TODOROV

Drejtor i Përgjithshëm
FIBANK ALBANIA

1 Situata e pazakontë me të cilën u përballëm gjatë vitit 2020, preku të gjitha aspektet e jetës; kështu që është e pritshme që kjo të ndikonte edhe në industrinë bankare. Megjithatë, sistemi bankar shqiptar ishte shumë i shëndetshëm dhe duket se i absorboi ndikimet negative, të shkaktuara nga pandemia.

Bankat ishin nga bizneset e pakta, së bashku me të tjera biznese jetike, që nuk ndërprejnë ofrimin e shërbimeve të tyre, thuajse në nivele normale, edhe gjatë zbatimit të masave të forta të mbylljes. Jo vetëm që bankat u shërbyen klientëve të tyre, por, ndërkohë, reagueshan shpejt në investime intensive në sistemet e IT dhe platformat e digjitalizimit, në mënyrë që të lehtësonin sa më shumë shërbimet bankare në internet.

Sa i përket Fibank Albania, gjatë këtij viti ne arritëm të ruajmë stabilitet dhe ecuri shumë të mirë financiare, pavarësisht se sa sfidues ishte ky vit. Treguesit e ecurisë së bankës sonë nuk u përkeqësuan, ndërkohë që ato vazhduan të ndjekin prirjen rritëse të viteve të fundit, në drejtim të përfitueshmërisë, kapitalizimit dhe likuiditetit. Ne vazhduam të japim hua dhe portofoli ynë i huave u rrit me ritëm shumë

të mirë, rreth 20%, çka mund të jetë ndër më të lartët në sektorin bankar. Pavarësisht situatës së krijuar nga pandemia, Fibank është e sigurt se do të tregojë rritje edhe në treguesit e tjerë kryesorë, me një normë rritjeje shumë më të lartë se mesatarja e sektorit bankar, lidhur me aktivet dhe depozitat.

Sipas të dhënave të sektorit bankar për gjashtëmuorin e parë të vitit 2020, rezultatet e Fibank Albania e rendisin atë të dytën për nga RoA dhe RoE, duke konsoliduar kështu pozicionin e saj si banka me rritjen më të shpejtë në Shqipëri, gjatë 3-4 viteve të fundit.

2 Të gjitha bankat morën masa të menjëhershme, në vijim dhe të udhëzimeve nga institucionet qeveritare, si dhe nga Banka e Shqipërisë, ndërkohë që pati një përgjigje të shpejtë, me vullnetin për të menaxhuar sa më mirë situatën. Siç u përmend më lart, sektori bankar shqiptar ishte i mirë-kapitalizuar dhe me një gjendje shumë të mirë likuiditeti, të cilat ishin shumë të rëndësishme për të përballuar pandeminë. Veprimet e ndërmarra ishin të duhurat dhe bankat patën mundësinë të ndihmojnë klientët e tyre, të cilët u prekën nga pandemia, për të kaluar situatën e vështirë pa pasoja në lidhje me detyrimet e tyre ndaj bankave. Bankat luajtën një rol shumë pozitiv dhe vendimtar, duke mbajtur shërbimin e tyre aktiv, sa më normal që të ishte e mundur, jo vetëm nga aspekti operacional, por edhe huadhënia vazhdoi mbi bazën e vlerësimit të duhur të rrezikut. Megjithëse efekti i pandemisë do të zgjasë me kohë dhe ka shumë pasiguri, deri më tani sektori bankar shqiptar duket se ka reaguar si duhet dhe në përgjithësi nuk vërehet ndonjë efekt i dukshëm negativ.

3 Patjetër që bankat do të vazhdojnë të luajnë rolin e tyre parësor si

ndërmjetës financiar dhe do të mbështesin fort klientët e tyre dhe ekonominë e vendit në përgjithësi. Situata tregoi se sa e rëndësishme është industria bankare dhe sa mirë janë të përgatitura ato, për të përballuar një periudhë kaq të jashtëzakonshme. Bankat po investojnë shumë në teknologji, duke u vënë në pararojë të zhvillimeve të reja në këtë fushë. Ajo që ndodhi në vitin 2020 përshpejtoi ato procese që kishin filluar prej kohësh. Këtu po i referohem zhvillimeve në digjitalizim dhe produkteve të posaçme në internet. Kjo nuk është më e ardhmja, por e tashmja, duke konsideruar nevojat reale për këtë situatë. Përmes platformave bankare digjitale lehtësohen operacionet bankare të klientëve dhe të gjitha bankat po investojnë e po ecin në këtë drejtim.

Fibank Albania investoi ndjeshëm në përshtatjen ndaj këtyre ndryshimeve dhe teknologjive të reja. Në këtë drejtim, gjatë vitit 2020 përmirësua platformën e-banking dhe kemi futur në përdorim një platformë bankare mobile shumë të thjeshtë në përdorim, e cila u mundëson klientëve që të kryejnë shumicën e operacioneve në internet. Për më tepër, u investua në ATM-t e reja të teknologjisë së lartë, të cilat u ofrojnë mbajtësve të kartave mundësinë e pagesave 24/7 përmes funksionalitetit të depozitimit në para të gatshme. Vlen gjithashtu të përmendim investimet tona të mëtejshme në rritjen e sigurisë, sikurse prezantimi i funksionit të sigurisë 3D për të gjitha kartat dhe përmirësimet e sistemeve në më shumë zgjidhje digjitale. Duke marrë parasysh investimet e bëra dhe ato të planifikuara në të ardhmen e afërt në Fibank, ne do të ofrojmë pa dyshim zgjidhje të shkëlqyera bankare digjitale për të gjithë klientët.



AMEL KOVAČEVIĆ

Drejtor i Përgjithshëm
BANKA E BASHKUAR E SHQIPËRISË

1 Në fillimet e pandemisë së koronavirusit, institucionet financiare po ecnin nëpër një rrugë plot me të panjohura. Ndikimi negativ i pandemisë në sistemin financiar ishte në një masë të madhe i pashmangshëm dhe, përtej vitit 2020, në varësi të intensitetit dhe kohëzgjatjes së saj, parashikimet e Bankës së Bashkuar të Shqipërisë për vitet në vijim tregojnë se ky ndikim negativ do të vazhdojë.

Masat e marra nga qeveria shqiptare, në fillim të pandemisë, patën një ndikim të menjëhershëm në veprimtarinë e bankës, të shprehur me një vëllim të ulur të transaksioneve, si dhe ndërveprimeve të klientëve me bankën. Moratoriumi për ri-pagesat e financimeve ndikoi në financimin e klientëve të rinj dhe në mungesën e rritjes së portofolit financues të bankës, ndërkohë që u rritën shpenzimet e bankës. Zgjatja e periudhës së rimëkëmbjes dhe kthimi përfundimtar në rritjen ekonomike, është ende larg. Në planin afatshkurtër, shpejtësia e rikuperimit do të varet nga mënyra se si do evoluojë pandemia dhe shpërndarja e vaksinës, e cila do të sigurojë normalizimin gradual të veprimtarisë ekonomike. Brenda vendit, periudha e rimëkëmbjes do të varet nga rikthimi i qëndrueshmërisë fiskale dhe stabiliteti i vazhdueshëm i sektorit financiar, pas heqjes së moratoriumeve

të ri-pagimit të financimeve dhe masave të tjera të përkohshme rifillimit të shlyerjeve normale të financimeve.

2 Përgjigja kolektive e industrisë bankare ndaj pandemisë, deri më tani, ka qenë e dukshme. Nuk ishte aspak e lehtë të kalohej në operacione plotësisht virtuale dhe të ekzekutohej një model operimi i paprovuar, brenda një periudhe disa javore. Masat e ndërmarra, jo vetëm nga qeveria shqiptare, por edhe nga bankat, të tilla si:

- Garantimi i sigurisë së klientëve dhe stafit;
- Rishikimi i përshtatshmërisë së planeve të kontigjencës për të trajtuar një skenar pandemik;
- Mbajtja e komunikimit të qartë me palët, brenda dhe jashtë banke;
- Vlerësimi i kapaciteteve për të punuar nga shtëpia;
- Identifikimi i punonjësve kritikë financiarë;
- Koordinimi me palët e treta, si ofrues të shërbimeve kritike.

Pas krijimit të bazës së nevojshme për të kaluar në një nivel tjetër, bankat duhet të kenë parasysh një të ardhme biznesi të përqendruar në nevojat e klientëve, ndërkohë që rrisin efikasitetin dhe krijojnë qëndrueshmëri. Për më tepër, industria bankare vazhdon të plotësojë një boshllëk të madh krediti, duke ofruar tolerancë dhe duke u ofruar klientëve një qasje më të madhe në financim. Sektori bankar, gjithashtu, ka luajtur një rol vendimtar në shpërndarjen e paketave të ndryshme të ndihmës nga qeveria. Me vështirimin nga e ardhmja, mund të identifikohen tre fusha që do të ri-profilizojnë sektorin dhe mbështesin një rikuperim më të fortë: shërbim më i mirë ndaj klientëve, përmes kanaleve të duhura dhe me produkte e shërbime dinamike përkatëse; përshtatja ndaj modeleve të reja të punës; dhe ndërtimi i organizatave më të qëndrueshme dhe të zhdivjellëta.

3 Ndërsa praktikat bankare duket se po ndryshojnë, e njëjta gjë duhet të ndodhë

dhe me qëllimin e tyre. Shoqëritë në të gjithë botën presin tashmë që bankat të ndihmojnë në trajtimin e çështjeve të pabarazisë në të ardhura, pabarazisë racore, gjinore dhe ndryshimeve të klimës. Si motorë jetikë të rritjes në ekonominë globale, përmes shumë roleve që luajnë – ndërmjetës të tregut financiar, zotërues të aktiveve, investues dhe punëdhënës – bankat duhet të luajnë një rol kritik në stabilitetin financiar. Përveç ndihmës për shpërndarjen ose ri-orientimin e kapitalit drejt veprimtarive ekonomike që janë me vlerë pozitive për shoqëritë, ato gjithashtu mund të nxisin sjellje të reja mes klientëve dhe palëve të treta. Në të ardhmen, ndërsa bankat përshtaten me realitetin ekonomik të vitit 2021, drejtuesve të bankave do t'u duhet të marrin disa vendime të vështira për modelet optimale të talenteve. Ata gjithashtu duhet të shkojnë përtej shqetësimeve aktuale, lidhur me mirëqenien dhe produktivitetin, për të thelluar të mësuarin, ndërtimin e ekipit dhe rolet e lidhshme. Përdorimi i teknologjisë dhe instrumenteve të duhura do të jetë thelbësor për suksesin e këtyre programeve.

Tashmë çështja është nëse ky ndryshim do të jetë i përhershëm apo i përkohshëm. Nëse Covid-19 do të fashitej brenda natës, a do të ktheheshin modelet e vjetra të sjelljes, apo zakonet e reja do të bëheshin të përhershme? Për industrinë bankare, përgjigja anon më shumë drejt ndryshimeve të fundit që bëhen më të përhershme. Pandemia nuk shkaktoi një zhvendosje të papritur drejt digjitalizimit; ajo thjesht përshpejtoi procesin, duke u bërë gjithnjë e më shumë pjesë e jetës së njerëzve, duke krijuar në këtë mënyrë një kanal më të shpejtë, më efikas dhe të sigurt të funksionimit të tregut. Covid-19 bëri që shoqëria të përqendrohet në zgjidhje të reja për problemet, si rezultat i kufizimeve që ndodhën në jetën e njerëzve, gjatë pandemisë. Një pjesë e industrisë së shërbimeve do të ndryshojë, pasi pritshmëritë e njerëzve kanë ndryshuar, por ajo që do të mbetet e njëjtë janë shërbimet bankare, të cilat vazhduan edhe gjatë pandemisë.

Digjitalizimi i shërbimit noterial

Një mjet për të forcuar partneritetin e Notariatit Shqiptar me sistemin bankar në Shqipëri

Që në momentet e para të konceptimit të platformës, ne e kemi konsideruar institucionin e bankës si një partner të autorizuar që do të këtë akses, do të shkëmbejë të dhëna dhe do të ndërveprojë si aktor i integruar në komunikim, referuar qarkullimit të dokumentit noterial në format elektronik.



Mimoza SADUSHAJ

KRYETARE E DHOMËS KOMBËTARE TË NOTERISË

Dhoma Kombëtare e Noterisë, si anëtare e Unionit Ndërkombëtar të Noterëve, zbaton dhe bashkërendon punën me këtë institucion të rëndësishëm, duke zbatuar rekomandimet e dhëna, por edhe duke konsideruar sfidat e shërbimit noterial mbarëbotëror, referuar zhvillimeve dinamike social-ekonomike. Unioni rekomandon që të nxiten kompetencat e noterëve, në drejtim të futjes së teknologjive të reja, me qëllim që të favorizohet zhvillimi i lidhjeve të privileguara dhe të sigurta me regjistrat elektronikë publikë dhe sistemet informatike të sektorit bankar.

Ne nuk i jemi druajtur zhvillimeve që ndodhin në shoqëri; kemi

shmangur të jemi konservativ dhe ngurrues ndaj këtyre ndryshimeve. Modernizimi dhe digjitalizimi ka ofruar tashmë mundësinë e krijimit të lidhjeve dhe ndërveprimit të privileguar, qasjes së drejtpërdrejt, që ka ndikuar në përmirësimin e shërbimit për qytetarët. Noterët duhet të krijojnë këto lidhje të privileguara me botën ekonomike, në mënyrë që të nënvizojnë dobishmërinë dhe sigurinë e kolateralit, i cili bën të mundur zhvillimin e huave pa rrezik, në përfitim të individëve dhe biznesit.

Një nga veçoritë e zhvillimit



Hartimi dhe regjistrimi i akteve noteriale dhe mënyra e ndërveprimit me aktorë të tjerë, është sot një proces totalisht i automatizuar dhe nëpërmjet mundësive që ofron teknologjia e informacionit kemi mundësinë dhe aftësinë për t'ju përgjigjur më së miri kërkesave të publikut të gjerë.



social që ka ndodhur e që ka ndikuar pozitivisht në veprimtarinë e noterit, është jetësimi i teknologjive të reja në fushën e informacionit

dhe komunikimit, ku në shumicën e rasteve noterët kanë qenë të suksesshëm në adoptimin e ndryshimeve në shoqëri. Në këtë aspekt, Dhoma Kombëtare e Noterisë është angazhuar, për një periudhë tre vjeçare, në drejtim të digjitalizimit të shërbimit noterial kombëtar, duke u bazuar në eksperiencat më të mira evropiane në këtë fushë. Pas organizimit të disa vizitave studimore në Gjermani, Austri, Francë, Itali, kemi zgjedhur të shfrytëzojmë zgjidhjet kompjuterike të këtyre vendeve, në drejtim të informatizimit të veprimtarisë së çdo zyre noteriale në vend.

Prej vitit 2018 kemi konceptuar, dizajnuar, ndërtuar dhe nga data 10 shkurt e këtij viti, vënë në zbatim një sistem informacioni kombëtar, i prezantuar si platformë elektronike e sigurt dhe e integruar, që ka lehtësuar punën e çdo noteri, por nga ana tjetër ka shërbyer si një mundësi komunikimi online dhe ndërveprimi me të gjithë institucionet e përfshira, në një akt apo veprim noterial. Platforma që kemi ndërtuar është emërtuar NISA (Notarial Information System of Acts), është regjistruar si bazë të dhënash shtetërore, pranë Agjencisë Kombëtare të Shoqërisë së Informacionit dhe si pjesë e rrjetit ndërqeveritar GOVNET, duke qenë kështu një bazë të dhënash e integruar me të tjera baza të

dhënash shtetërore.

Me shumë kënaqësi konstatojmë që sot, rreth 10 muaj pas fillimit të punës me sistemin NISA, prezantohemi me një sistem totalisht të digjitalizuar, i cili ka plotësuar objektivat kryesore të ngritjes së tij:

- Noteri sot prodhon në mënyrë automatike dokumentin noterial në format elektronik, duke digjitalizuar arkivën dokumentare të akteve noteriale;
- Aplikimet për regjistrim të akteve noteriale pranë regjistrat publik të pasurive të paluajtshme bëhen në kohë reale, përgjigja dhe dokumentacioni vërtetues i kalimit të drejtave të pronësisë integrohen automatikisht në sistem;
- Sistemi siguron administrim financiar të veprimtarisë të çdo zyre noteriale dhe ofron mundësinë e raportimit automatik, për agjencitë qeveritare apo institucionet shtetërore;
- Dhoma Kombëtare e Noterisë garanton integrimin dhe shkëmbimin dy drejtimesh të dhënave nga/drejt aktorëve pjesëmarrës në një transaksion noterial, po ashtu edhe në procedurat për dhënie dhe garantimin e huave.

Nisur nga kjo e fundit, partnerët kryesorë të veprimtarisë noteriale janë bankat tregtare, apo institucione të tjera në fushën e kreditimit.

Një nga sfidat tona të deklaruara në çdo takim prezantues, ka qenë inkurajimi i një bashkëpunimi të frytshëm me Shoqatën Shqiptare e Bankave, i cili do të risë nivelin e shërbimeve si pjesë e rëndësishme e

veprimtarisë së noterit dhe bankave në një binom bashkëveprues.

Zhvillimet e reja të përmendura më sipër, por edhe ndryshimet ligjore të fundit në fushën e Noterisë, kanë krijuar kushtet e përshtatshme për një komunikim më të sigurt, më të shpejtë dhe ofrimin e një shërbimi më cilësor për qytetarët si nga ana e zyrave noteriale, ashtu edhe ana e sektori bankar në vend. Përdorimi i teknologjisë më të fundit, futja e konceptit të dokumentit elektronik dhe nënshkrimit elektronik do të sigurojë shpejtësi dhe efikasitet në drejtim të përdorimit të dhënave. Gjithashtu, në këtë pikë dua të përmend integrimin e transaksionit noterial me atë financiar, ku lidhja me sistemin bankar do të sjellë realizimin e transaksionit drejtpërdrejt nga zyra e noterit.

Bashkëpunimi me Shoqatën Shqiptare të Bankave në këtë drejtim konsiderohet si shumë i rëndësishëm nga ana jonë, në funksion të përmirësimit dhe përsheptimit të proceseve operacionale të gjithë aktorëve të përfshirë në këtë proces. Deri më tani, bashkëpunimi ka qenë i pastrukturuar, i fragmentuar dhe nuk ka pasur një protokoll të standardizuar komunikimi dhe bashkërendimi, për zgjidhjen sa më të mirë të çështjeve që shqetësojnë dy institucionet tona, referuar kërkesave aktuale të tregut. Forcimi i këtij bashkëpunimi tashmë ka filluar dhe pas takimit të datës 22 tetor me Shoqatën Shqiptare të Bankave dhe përfaqësues të bankave anëtare, vlerësojmë që hapi i parë është ndërmarrë, janë vendosur disa piketa të problematikave tona të përbashkëta drejt rrugës së duhur për zgjidhjen e tyre.

Ashtu siç është përmendur më lart, hartimi dhe regjistrimi i akteve noteriale dhe mënyra e ndërveprimit me aktorë të tjerë, është sot një proces totalisht i automatizuar

dhe nëpërmjet mundësive që ofron teknologjia e informacionit kemi mundësinë dhe aftësinë për t'ju përgjigjur më së miri kërkesave të publikut të gjerë. Që në momentet e para të konceptimit të platformës, ne e kemi konsideruar institucionin e bankës si një partner të autorizuar që do të ketë akses, do të shkëmbejë të dhëna dhe do të ndërveprojë si aktor i integruar në komunikim, referuar qarkullimit të dokumentit noterial në format elektronik.

Jemi të sigurt që bashkëpunimi i Dhomës me Shoqatën Shqiptare të Bankave do të vazhdojë në të ardhmen, ku në fokus të punës tonë të përbashkët do të jetë ofrimi i një shërbimi cilësor, të sigurt dhe të shpejtë për qytetarin. Notariati është një organizëm i gjallë që duhet të përshtatet vazhdimisht me zhvillimin e shoqërisë, përndryshe ekziston rreziku i tkurrjes dhe i zhdukjes. Ne duhet të zhvillojmë përsosmërinë tonë për të përballuar sfidat e kohës dhe për këtë bashkëpunimi ynë me bankat është i nevojshëm çdo ditë e më shumë. Vetëm duke punuar së bashku, ne do të ruajmë dhe forcojmë imazhin, sigurinë dhe besueshmërinë e shërbimit që ofrojmë. Ne duhet të jemi bashkë, të rakordojmë veprimtaritë për të garantuar siguri, efikasitet, besim, si dhe duhet të jemi fleksibël e të adoptojmë, në varësi të ndryshimeve, mënyrat dhe format e bashkëpunimit.

Jemi të ndërgjegjshëm që do të kemi vështirësi në këtë rrugë të gjatë, por e rëndësishme është që tashmë kemi një vizion për të ardhmen dhe duhet të punojmë sot për një perspektive të qartë së bashku. Takimi i parë i Dhomës Kombëtare të Noterisë me Shoqatën Shqiptare të Bankave i paraprin sfidave të reja që na presin, si partnerë të një shërbimi të ofruar bashkërisht nga zyrat noteriale dhe bankat tregtare.

Tre gjëra që do të ndryshojnë pas vitit 2020

Përsheptuesi për inovacionin digjital

Sipas një studimi të Mastercard, pothuaj gjysma e evropianëve të anketuar e perceptojnë si pozitiv rolin në rritje të digjitalizimit në banka dhe financat personale.



Vanya MANOVA

Drejtoresha Rajonale për Shqipërinë, Kosovën, Bullgarinë, Maqedoninë e Veriut
MASTERCARD

Pandemia Covid-19 shërbeu si katalizator për shumë procese, imponoi ndryshime të shumta, por gjithashtu na sfidoi që të kuptojmë ato gjëra që kanë vlerë dhe të punojmë jo vetëm për ruajtjen e tyre, por dhe për përmirësimin e tyre. Në këto kohë sfiduese, janë bërë të qarta drejtimet në të cilat ia vlen të investosh njohuri dhe përpjekje.

Pagesat e revolucionarizuara

Viti 2020 ishte i paprecedent, në shumë aspekte. Ndryshimi i shpejtë në kushtet e të pandemisë globale ka prekur të gjithë sektorët - bankat, biznesin, arsimin, mënyrën e jetesës në përgjithsi dhe jetën e përditshme të njerëzve. Për disa muaj, proceset e digjitalizimit, për të cilat ne në Mastercard po përgatiteshim për më shumë se 10 vjet, janë rritur në mënyrë eksponenciale. Digjitalizimi i shtuar është një hap

i domosdoshëm në evolucionin e shoqërisë dhe ne besojmë se ky ritëm do të ruhet dhe rritet dhe njerëzit do të zbulojnë edhe më shumë aspekte pozitive të saj, pasi ai i bën proceset e përditshme më të lehta, më të sigurta dhe më të shpejta.

Anketa e fundit e Mastercard "Evolucioni i Bankingut" gjeri se kjo prirje po merr reagime pozitive nga publiku, gjithashtu - rreth 43% e evropianëve të anketuar



Ne jemi krenarë që tregu shqiptar po tregon një zhvillim të shkëlqyer të fintech-save, në këto vite.

Mastercard vazhdon të forcojë pozicionin, duke rritur pjesën e tregut kundrejt konkurrencës, si dhe konvertimin e parave të gatshme në pagesa elektronike. Në vitin 2020, u dëshmuar një rritje në përdorimin e kartave pa kontakt, si dhe u dyfishuan transaksionet e tregtisë elektronike.



nga 12 vende vlerësuan rolin në rritje të digjitalizimit, veçanërisht në banking dhe financat personale nën kushtet e COVID-19, si diçka pozitive.

Në të njëjtën kohë, bankat mbeten burimi kryesor dhe më i besueshëm

i informacionit për menaxhimin e parave. Bankat perceptohen gjithashtu si jashtëzakonisht të qëndrueshme, nga konsumatorët, në gjithë rrjedhën e kohës. Rreth 85% e evropianëve besojnë se degët e bankave do të ekzistojnë ende për 10 vjet, pavarësisht faktit se bankingu digjital është mjaft tërheqës, me lehtësitë, sigurinë dhe fleksibilitetin e tij. Besimi i lartë në institucionet bankare dhe vlerësimi pozitiv në rritje të digjitalizimit në përgjithësi janë pasqyruar gjithashtu drejt zgjidhjeve të bankingut në internet dhe pagesave mobile. Lidhur me to, evropianët vënë në dukje se: ata kursejnë kohë (63%), janë të lehta për t'u përdorur (57%) dhe janë të përshtatshme për stilin e tyre të jetesës - i lëvizshëm, dinamik, argëtues dhe fleksibël (33%).

Gjatë viteve të fundit, të gjitha bankat në vend po punojnë shumë për të ofruar zgjidhje të reja digjitale të menaxhimit financiar për klientët e tyre, për të zhvilluar portofole digjitale dhe për të zbatuar teknologjitë më të fundit Mastercard, për një përvojë dhe siguri më të mirë për përdoruesit. Ne besojmë se, pavarësisht nga zhvillimet e situatës rreth COVID-19, zgjidhjet fleksibël të pagesave digjitale, apo miratohen nga konsumatorët, do të pranohen gjerësisht, pasi njerëzit do të binden nga përvoja personale, për përparësitë e tyre dhe do t'i preferojnë ato në të ardhmen.

Një bazë e re për besim

Rreth 75% e të gjitha transaksioneve



Platforma
Myraiffeisen



**Raiffeisen
BANK**



Për herë të parë në Shqipëri
**LIRI BANKARE
ABSOLUTE**

Apliko Direkt Online

my.raiffeisen.al

Mastercard, në të gjithë Evropën, janë tashmë pa kontakt. Sot, pas pagesave elektronike me Mastercard qëndrojnë zgjidhje komplekse teknologjike. Ato shkojnë përtej operacioneve financiare dhe adresojnë tashmë nevojat e reja të konsumatorëve: zgjidhje për sigurinë, identitet digjital të sigurt, të dhëna biometrike dhe elementë të tjerë kyç të infrastrukturës, e cila na lejon të përdorim smartphone-in tonë sot për pothuaj të gjitha veprimtaritë e përditshme – veprimtari këto maksimalisht të lehtësuara dhe të mbrojtura mirë.

Bumi i portofoleve mobile, që lejojnë pagesa pa një kartë pagese fizike, por vetëm me disa prekje në smartphone, ka ndodhur për shkak të zhvillimit të teknologjive, në të cilat Mastercard filloi të investonte një dhjetëvjeçar më parë - "Aktivizimi digjital" ose Mastercard Digital Enablement Service (MDES). MDES lejon që të dhënat sensitive të kartës së pagesës të zëvendësohen me një token digjital, që është unik për pajisjen inteligjente dhe e papërdorshme diku tjetër. Tokenizimi dhe kriptografia e bëjnë pagesën mobile më të sigurtën. Kur përdoruesi përdor një kartë krediti ose debiti Mastercard nëpërmjet një

portofoli digjital, numrat e vërtetë të kartës nuk ruhen në pajisje dhe nuk arrijnë në terminalin POS të tregtarit. Ato maskohen me një token unik për pajisjen dhe kombinohen me një kod dinamik sigurie, që është unik për secilin transaksion.

Fuqia është në partneritetin dhe solidaritetin

Pjesë e filozofisë afatgjatë të Mastercard-it është gjetja e partnerëve të qëndrueshëm që, të kombinuar me ekspertizën tonë, mund të arrijmë zgjidhjet më fleksibile, të sigurta dhe të përshtatshme për konsumatorët. Kur flasim për partneritet, ne besojmë se një plus është gjithmonë më shumë se dy, sepse rezultatet sinergjike shkojnë përtej kombinimit të thjeshtë të shërbimeve.

Rreth 75% e evropianëve të përfshirë në sondazhin e kompanisë mbi shërbimet digjitale financiare gjithashtu besojnë në partneritetin në sektorin financiar. Për ne, ky është një tregues që përpjekjet tona në sektorin e fintech-save janë të dukshme dhe risitë po kërkohen. Partneritetet e Mastercard me bankat dhe kompanitë fintech lejojnë shumë risi, duke përfshirë më

shumë mundësi për transaksione pa kontakt. Partneriteti ynë me Shoqatën Shqiptare të Bankave është ndër marrëdhëniet tona më të çmuara, si dhe përbën një shembull të shkëlqyeshëm, në kuadër të asaj që u tha më sipër. Në vitin 2020, Mastercard dhe AAB filluan një fushatë të përbashkët, për të promovuar pagesat pa kontakt, si mënyra më e shpejtë dhe më e sigurt për konsumatorët dhe tregtarët, në situatën pandemike dhe rreziqet shëndetësore.

Ne jemi krenarë që tregu shqiptar po tregon një zhvillim të shkëlqyer të fintech-save, në këto vite. Mastercard vazhdon të forcojë pozicionin, duke rritur pjesën e tregut kundrejt konkurrencës, si dhe konvertimin e parave të gatshme në pagesa elektronike. Në vitin 2020, u dëshmuua një rritje në përdorimin e kartave pa kontakt, si dhe u dyfishuan transaksionet e tregtisë elektronike.

Neve në Mastercard po shohim drejt mundësive të reja në vitin 2021, që digjitalizimi i shpejtë na solli dhe shpresojmë që të gjithë t'i marrim me vete të gjithë aspektet pozitive për vitin e ri dhe t'i lëmë vështirësitë mbrapa.



Banka drejt rrugëtimit digjital

Banka Credins vjen me degën më të re Smart në Tiranë, duke ofruar një eksperiencë unike për çdo klient, drejt një bankingu digjital të personalizuar.



Valbona GURI

Drejtoreshë, Departamenti i Marketingut
CREDINS BANK

Ndryshimet e mëdha teknologjike vazhdojnë të ndryshojnë sjelljen dhe pritshmërinë e konsumatorit, si dhe mundësojnë një përjasje digjitale, për një shërbim të integruar, me klientin në qendër. Bankat në Shqipëri po tregohen më vizionare, duke ndërmarrë e vlerësuar mundësitë që ofrohen nga teknologjia e informacionit. Revolucioni i Katërt Industrial është jo vetëm i teknologjisë, por dhe i marketingut. Marketingu dhe shitja nuk mund të operojnë vetëm përmes mjeteve tradicionale, por sot kërkohet një përjasje e re digjitale, e orientuar drejt sjelljes dhe nevojave të klientëve, duke përdorur në mënyrë efikase kanalet digjitale. Shitjet e produkteve bankare tradicionalisht janë kryer në degët fizike të çdo banke, por prirja sot, e sidomos sjellja konsumatore, veçanërisht e brezit të ri, ndjek një rrugë tjetër, atë digjital ku 81% e konsumatorëve kërkojnë dhe

ndërveprojnë online. Ndaj, strategjia e shitjes dhe marketingut, duhet të përshtatet, hap pas hapi, me prirjet e reja të konsumatorëve, drejt një ekosistemi digjital. Transformimi digjital ofron një mundësi të madhe, për të forcuar marrëdhëniet dhe vlerën që banka ofron për klientin. Gjithsesi, ai duhet parë si një mundësi ndryshimi e mënyrës se si konceptohen dhe ofrohen produktet e shërbimet financiare, për të ofruar një shërbim të personalizuar, të shpejtë, dhe të qëndrueshëm rreth



Objektivi ynë është të sjellim një mënyrë të re të përdorimit të bankës nga të gjithë klientët, të thellojmë përdorimin nga klientët të kanaleve e pagesave digjitale, nëpërmjet një mënyre të re, që ka në fokus trajnimin dhe edukimin.



klientit.

Banka Credins, një nga bankat më të mëdha në vend, ka nisur procesin e transformimit të degëve nga një banking tradicional drejt një bankingu modern e digjital. Nëpërmjet konceptit të degës SMART, ajo sjell një model të automatizuar, duke kombinuar eksperiencën digjitale me atë humane, për të ofruar një shërbim të personalizuar për çdo klient. Ideja e degës SMART, iniciuar nga drejtuesit e bankës, ka sjelle një koncept të ri dizajni, shërbimi dhe eksperiencë për

klientët. Transformimi i proceseve, nëpërmjet automatizimit, është një risi për çdo klient që hyn në degë. Sjellja e klientëve ka ndryshuar me teknologjinë. Shumë klientë po e kryejnë biznesin e tyre të përditshëm bankar në mënyrë digjitale, duke reduktuar ardhjen në degët fizike të bankës, por për vendime të rëndësishme, apo produkte të specializuara, ata parapëlqejnë të flasim me punonjësit në degë. Pavarësisht se kujt grupi të synuar, apo produkti, i përkasin ata duan që ndërveprimi me bankën të jetë i thjeshtë; kjo është arsyeja pse në këtë koncept të ri të degës SMART, ne po kombinojmë komunikimin human të këshilltarëve tanë me ndërveprimin digjital dhe një modeli vetëshërbimi. Roli i këshilltarit të klientit nuk është vetëm sqarues e rekomandues, por edhe edukimi i tij, sidomos kjo në grup-moshat e mëdha, duke qenë kështu një trajner i teknologjive të reja.

Objektivi ynë është të sjellim një mënyrë të re të përdorimit të bankës nga të gjithë klientët, të thellojmë përdorimin nga klientët të kanaleve e pagesave digjitale, nëpërmjet një mënyre të re, që ka në fokus trajnimin dhe edukimin. Ky investim pritet të sjellë një reduktim të kostove të bankës, përdorim më të madh të instrumenteve financiare digjitale dhe rritje të efektivitetit e kënaqësisë së klientit, përmes një shërbimi më të shpejtë e në çdo orë. Dega SMART ka një zonë më vetë - shërbim 24-orësh, ku klientët mund të menaxhojnë çështjet dhe nevojat e tyre. Kjo degë SMART ofron dhe shërbim "Free Wi-Fi" dhe shërbimin e-bileta, ku klienti mund të skanojë

numrin për shërbimin e kërkuar, ndërkohë që njoftohet me e-mail ose sms për mbërritjen e radhës. Dega sjell një kënd special, me ekrane me prekje për çdo klient që kërkon të informohet për ofertat dhe produktet bankare. Nëse klienti ka interes për një shërbim të caktuar, mjafton të skanojë kodin e ofertës dhe automatikisht mund të aksesojë nga smartphone-i, të gjitha detajet e produktit, duke finalizuar në çast aplikimin online. Sot aplikimet online, përmes pajisjes nga ku klienti kërkon informacion, po kthehen në një proces normal. Klienti p.sh. kërkon të blejë një makinë dhe gjatë kërkimit për makinë në Google, atij i shfaqet reklama e bankës për hua konsumatore. Banka i mundëson klientit realizimin e një nevojë, duke sjellë një ofertë të personalizuar për produktin specifik. Aplikimi bëhet drejtpërdrejt nga telefoni, aty ku ai ndodhet. Ky aplikim kanalizohet në strukturat e bankës, që ndjekin procesimin dhe komunikimin me klientin, deri në finalizim të kërkesës, brenda një kohe të shkurtër. Banka Credins synon krijimin e një eksperience unike, duke ofruar shërbimin më të mirë dhe duke automatizuar me tej proceset e brendshme. Ne duam t'u japim klientëve përvojën më të mirë, si në kanalet digjitale ashtu dhe në të gjitha degët. Koncepti i ri përpiqet të ndërthurë bankingun tradicional me pritshmëritë e reja të klientit.

Synimet për të ardhmen

Gjithë bota po ndjek teknologjinë dhe ndryshimet drejt digjitalizimit po i bën degët tona eficiente. Sot, shumë blerje bëhen online, ndaj prania online e bankës është një domosdoshmëri, nëse duam të jemi pranë klientit, kur ai ka nevojë.

Marketingu online dhe aftësitë për të kuptuar analitikisht sjelljen digjitale në kanalet e bankës, apo mediat sociale, kanë marrë një rëndësi të veçantë. Strategjia e marketingut digjital bazohet në përdorimin dhe orkestrimin e koncepteve dhe teknologjive, si: Google Analytics, Google Adwords, SEO, dizajni dhe optimizimi i faqes së internetit, rrjetet sociale, etj. Sot kërkohet lidhje më shumë me klientët në rrjetet sociale dhe përshtatja më e mirë e produkteve dhe ofertave në këto kanale.

Sot klientët kanë fuqi mjaft të madhe, e kjo ka ardhur si rezultat i ndërlidhjes, duke u transformuar nga klientë pasivë në aktivë. Duke kuptuar fuqinë që ata zotërojnë, jemi në gjendje t'ju përgjigjemi pritshmërive, kërkesave dhe nevojave të tyre. Fuqia e tyre shprehet nëpërmjet një aksesit gjithnjë e më të madh në smartphone, më shumë kontroll dhe aftësi për të zgjedhur, më shumë kanale informuese, akses më global në zgjedhje, reagim online mbi produktet dhe shërbimet, apo brand-in, etj. Këto zhvillime, kërkojnë një tjetër segmentim për klientët digjitalë, jo më atë tradicional, por bazuar në fuqinë që kanë klientët, sipas përfitimeve digjitale, duke i detyruar bankat të përshtatin gjithashtu strukturat e brendshme dhe mënyrën operacionale të veprimit. Këtu i rëndësishëm për transformim digjital mbetet zhvillimi i modeleve ku kombinohet marketingu, shitja, teknologjia dhe operacionet, përkundrajt skemave të reja të zhvillimit të produkteve, segmentimit dhe promovimit, duke marrë parasysh që, është klienti ai që do zgjedhë në mënyrë më të personalizuar. Sot duhet të investojmë duke ndërtuar një model

biznesi ku në qendër është klienti. Kjo nënkupton një bashkëveprim të të gjitha pikave ku takohemi me klientin, nga teknologjia, analiza e informacionit që mblidhet, sjellja dhe ndërveprimi i çdo stafi të shitjes, si dhe çfarë përmbajtje do t'i ofrojmë klientëve. Digjitalizimi ka mundësuar një shënjestrim më të sofistikuar, që vjen si rezultat i të dhënave të mbledhura (demografike, gjeografike, kontekstuale), shënjestrim sipas kanaleve, apo sjelljes (produktit që sheh në internet, faqes që hap, klikimit etj.)

Shënjestrimi i klientëve digjitalë po shkon gjithashtu drejt një marketimi të automatizuar, duke arritur te klienti me mesazhin e duhur, në kohën dhe pajisjen e duhur. Në Credins Bank, kemi arritur të ndërtojmë skema shënjestrimi dhe promovimi në të gjitha format elektronike me të cilat kontaktojmë klientët (e-mail marketing, sms, Google Adwords, Ads në Facebook dhe Instagram etj.), kemi përmirësuar dizajnin dhe përmbajtjen e faqes së internetit, duke siguruar një lidhje optimale me çdo media tjetër digjitale (çdo aplikim online nga çdo kanal digjital kalon në faqen e internetit të bankës), si dhe po shfrytëzojmë të dhënat analitike, të siguruara nga Google Analytics, ku rezultatet janë të matshme në mënyrë efektive (si: impression, clicks, CRT, conversion rate, etj.), për fushata biznesi sa më të suksesshme. Ende kemi shumë ide dhe projekte interesante në proces, të cilat pak nga pak do i zbatojmë në praktikë, duke ofruar një sistem të ri, që jo vetëm do përdorë automatizim në një mënyrë krejt të re, por do e bëjë jetën tonë më të thjeshtë.



Kredi e Gjelbër

**Investo Gjelbër. Kushton më lirë,
jeton më mirë.**

Mbështesim investimet në ekonominë e gjelbër duke përmirësuar kushtet e jetesës dhe rritjen e efikasitetit të konsumit të energjisë.

**Grant deri në 20% të planit të investimit.
Deri në 50,000 EUR.**

Krijuar nga:



Green
Economy
Financing
Facility



European Bank
for Reconstruction and Development

Mbështetur nga:



This programme is financed
by the European Union

Federal Ministry
Republic of Austria
Finance

Western Balkans
Investment Framework
WBIF

Në bashkëpunim me:



Ortodoksitë e vdekura dhe kapitalizmi i ri

Ndryshimet e pritshme strukturore në ekonomi dhe ndikimi i tyre në shpërndarjen e pabarabartë të pasurisë së krijuar do të ndikojnë në një rritje të rolit të shtetit në këto drejtime.



Prof. Asoc. Dr. Selami XHEPA

President,
Universiteti Europian i Tiranës, UET

Raporti midis tregut dhe shtetit, përgjatë historisë, nuk ka qenë asnjëherë injektë dhe pandryshuar. Zakonisht në periudhat e krizave të mëdha e të forta me pasojë "disruptive" (thyerëse), vëmendja që ka marrë roli i shtetit në shoqëritë kapitaliste ka qenë më prioritar (shembulli i Depresionit të Madh që prodhoi "Marrëveshjen e Re" (New Deal)); ndërsa në ish shoqëritë komuniste dështimet e forta të shtetit e kthenin vëmendjen drejt tregut (më e famshmja është politika e re ekonomike (NEP) e ish-B.S-së nga Lenini). Në vitet e pas Luftës së Dytë Botërore, triumfi i politikave kejnsoniane prodhoi një sistem bujar të mirëqenjes sociale, duke i dhënë shtetit një rol qendror në ekonomi dhe politikat sociale. U desh kriza tjetër e mesit të viteve '70, që të ndryshonte kahun e raportit shtet-treg: lufta ndaj fenomenit të stagflacionit riktheu individualizmin dhe tregun e lirë, një triumf që do të shkëlqente plot madhësi në shkallë globale me shembjen e sistemit komunist, në fundin e viteve '80.

Me recesionin e madh të vitit 2008, penduli u vu sërish në lëvizje me zhvendosje drejt rritjes së rolit të shtetit. Shumë ndryshime që filluan të vihen në zbatim, veçanërisht në reformimin e sistemit financiar, synuan të kufizojnë pushtetin e tregut, si dhe filloi një proces i ri-rregullimit të industrisë, që kërkonte një prani më të fortë të shtetit si mbikëqyrës dhe monitorues. Kështu, lindën lëvizje të rëndësishme edhe nga vet sektori privat, ku më e mirënjohura është Business Roundtable, ku bëjnë pjesë



Mbyllja, që erdhi si pasojë e COVID-19, tregoi se sa i rëndësishëm ishte digjitalizimi në ekonomi. Firmat që kishin eksperiencën ishin më të imunizuara nga efektet negative të krizës, ndërsa firmat e reja u nxitën të zhvendosen menjëherë drejt digjitalizimit.



181 CEO të kompanive të mirënjohura shumëkombëshe amerikane. Business Roundtable po promovon një mision të ri të korporatave, nga kapitalizmi aksionar (shareholder), te kapitalizmi i aktorëve (stakeholder). Multimiliarderët, si: Warren Buffet apo Bill Gates, bëjnë thirrje për rritje të tatimeve, me qëllim krijimin e mundësive financiare në mënyrë të shëndetshme për përbalimin e agjendës sociale dhe përmirësimin e mirëqenies për grupet me të ardhura të ulëta.

Por, ndikimi i COVID-19 mbi reformimin e sistemit kapitalist duket

se është shumë më i fortë. Ndryshimet e nisura pas Recesionit të Madh të 2008-ës ishin kozmetike dhe në shumë raste, të pamjaftueshme. Goditja që mori ekonomia globale me krizën e pandemisë, stimuluan një rol shumë më aktiv të shtetit. Ndryshimet e pritshme strukturore në ekonomi dhe ndikimi i tyre në shpërndarjen e pabarabartë të pasurisë së krijuar, do të ndikojnë në një rritje të rolit të shtetit në këto drejtime.

Ekonomia digjitale, pas pandemisë, merr një shtytje të fortë, duke përshpejtuar prirjet që kishin filluar prej kohësh. E mbështetur nga një infrastrukturë moderne e teknologjisë – Internet of Things – rrjeti i objekteve fizike ("things") që rrethohen me sensor, software dhe teknologji të tjera, me qëllim lidhjen dhe shkëmbimin e të dhënave me pajisje dhe sisteme të tjera nëpërmjet internetit – e kanë transformuar jetën ekonomike dhe funksionimin e shoqërisë. Mbyllja, që erdhi si pasojë e COVID-19, tregoi se sa i rëndësishëm ishte digjitalizimi në ekonomi. Firmat që kishin eksperiencën ishin më të imunizuara nga efektet negative të krizës, ndërsa firmat e reja u nxitën të zhvendosen menjëherë drejt digjitalizimit. E gjithë veprimtaria njerëzore u orientua drejt kësaj forme të re të ndërveprimit me jashtë, përfshirë sektorët e arsimit dhe shëndetësisë. Tregtia elektronike dhe pagesat online njohën rritje të paprecedentë. Gjasat tashmë janë se tregtia e shërbimeve digjitale do të njohë një rritje të fortë në vitet që vijnë. Ndikimi i gjithë këtyre procesve që po ndodhin me shpejtësi është se industri, firma dhe grupe shoqërore ndikohen në mënyrë jo-përpjestimore.

Mobilizimi i pazakotë i fondeve publike për shpëtimin e vendeve të punës

dhe me likuiditet të të gjithë bizneseve, duket se është një rrugë e duhur, por tashmë është koha për të ndërmarrë vendime më të studiuar. Disa firma (që njihen në terminologjinë profesionale si "zombi"), për shembull, mund të jetë e panevojshme të shpëtohen, nëse ato thjesht gllabërojnë paranë publike, por që janë të destinuara të falimentojnë. E njëjta gjë ndodh dhe me vendet e punës: ruajtja e vendeve të punës në industri të tilla mund të rezultojë aspak e dobishme, në një perspektivë më afatgjatë. Po kështu, grupet shoqërore që do të goditen më fort janë ato që vijnë nga sektorët me të ardhura më të ulëta, nga shërbimet. Për rrjedhojë, pabarazia dhe varfëria pritet që të përkeqësohen. Edhe vlerësimet aktuale të Bankës Botërore theksojnë se 150 milionë individë mund t'i shtohen ushtrisë së të varfërve, deri në vitin 2021. Rezultati i gjithë këtyre rishpërndarjeve dhe ripërshtatjeve strukturore dhe ndikimi social që pritet të ndodhë në vitet që vijnë, kërkojnë dhe një rol më aktiv të shtetit.

Debati mbi reformimin e sistemit kapitalist, siç u theksua, prej kohësh gëzon edhe mbështetjen e vet biznesit të madh, por nismat private duket se nuk kanë ndonjë efekt të dukshëm. Duke qenë nisma vullnetare, jo të mishëruara në ligje dhe kode juridike, ato mbeten në dëshirën dhe vullnetin e biznesit. Fatkeqësisht, të dhënat tregtojnë se, përgjatë pandemisë solidariteti i biznesit me punonjësit dhe popullsinë e rrezikuar nuk u manifestua aspak. Përkundrazi, reduktimet e pagave dhe largimet nga puna ishin praktika që u zbatuan masivisht edhe midis korporatave që janë anëtare të Business Roundtable. Kjo është arsyeja që nismat e ndërmarrja pas krizës së 2008-ës për reformimin e sistemit kapitalist janë të pamjaftueshme dhe joefektive. Reformat është e nevojshme që të shndërrohen në rregulla loje, që balancojnë më mirë interesat e shoqërisë. Deri më tani, sistemi ka funksionuar më mirë në mbrojtje të

interesave të kapitalit. Kjo nuk është më thjesht një çështje perceptimesh publike, por të dhënash empirike të grumbulluara prej më shumë se tre dekadash. Lind pra nevoja për një ribalancim të sistemit, këtë herë në favor të punës.

Nëse e zbresim këtë debat mbarëbotëror në kontekstin shqiptar, mendoj se në këto vite tranzicioni kemi ndërtuar një sistem kapitalist ortodoks, njësoj siç u dalluam nga gjithë ish-vendet komuniste edhe në ndërtimin e një sistemi komunist shumë më ortodoks se vendet e tjera. Fatkeqësisht ne sot nuk kemi një sistem të tregut dhe konkurrencës së lirë, por kapje të ekonomisë dhe pushtetit nga grupe interesash, duke i dhënë dalngadalë tiparet e një sistemi oligarkik. Në vendet e vogla është gjithnjë e vështirë krijimi i një konkurrence perfekte të tregut. Kostot e larta të transaksionit nuk e bëjnë tërheqëse veprimtarinë e një numri të madh firmash në një industri të caktuar. Për pasojë, abuzimet me tregun janë gjithnjë shumë të pranishme. Kjo kërkon institucione të forta rregullatore të mbikëqyrjes së tregut, siç është Autoriteti i Konkurrencës, të cilat vigjillojnë mbi respektimin e rregullave të lojës, por nuk mund të thuhet se ky nuk ka qenë rasti i Shqipërisë. Në shumë raste edhe vet rregulli fiskal e kanë stimuluar përqendrimin e veprimtarive ekonomike në pak duar. Për shembull, ri-investimi i fitimeve është konsideruar si një përparësi në politikat fiskale, duke i përjashtuar nga tatimi mbi fitimet firmat që ri-investojnë fitimet. Por, kjo ka nxitur firmat që të punojnë me norma shumë të larta fitimesh dhe ri-investimet janë orientuar në linja të reja biznesesh, duke prodhuar një realitet ku vetëm pak firma po shtien në kontroll segmente biznesi në shumë industri. Nëse do të isha edhe më konkret në këtë pikë, dua se disa emra specifikë mund t'i vijmë në mendje menjëherë lexuesit. Praktikisht, lehtësisht fiskale kanë stimuluar përqendrimin e kapitalit dhe biznesit në pak duar. Ky rezultat ka

qenë një pasojë e padëshirueshme e një politike qëllimshme të stimulimit të investimeve në ekonomi, por si mund të reformohet kjo politikë, për shembull, që të balancohen më mirë interesat e punës dhe të kapitalit, në kontekstin e diskutimit të mësipërm? Një alternativë mund të ishte që firmat të përjashtohen nga tatimi mbi fitimin vetëm nëse fitimet e siguruara investohen brenda firmës (brenda linjës së veprimtarisë ekonomike ku janë siguruar këto fitime). Investimet mund të jenë ose në teknologji, ose në zhvillim të burimeve njerëzore. Investimet në teknologji të konsiderohen vetëm ato në teknologjitë e patentuara dhe certifikuara, në përputhje me standardet e zbatuara sot në vendet e BE-së, në terma të mjedisit dhe që sigurojnë një nivel më të lartë të sofistikimit të biznesit. Investime në burime njerëzore konsiderohen politikat e rritjes së pagave dhe bonuese për punonjësit; shpenzime për kualifikimin, përmes trajnimit brenda ose jashtë vendit; shpenzimet për krijim lehtësisht për punonjësit, ose anëtarët e tyre të familjes (ushqime, shkolla e kopshte, etj). Kjo lloji politike mund të modernizonte veprimtarinë e sipërmarrjeve private dhe t'i bënte ato më konkurruese në tregjet botërore, duke i nxitur të përparojnë në teknologji dhe *know how*.

Ky ishte thjesht një shembull ilustrues se si mundet që politikat publike të përdoren për të modernizuar shoqërinë dhe ekonominë, për të krijuar një sistem ekonomik që ndan më mirë dhe në mënyrë më të balancuar përfitimet, që krijohen nga rritja ekonomike. Përmes reformave të këtij lloji ne kemi mundësi të ridimensionojmë rolin e shtetit, duke shpëtuar edhe vet sistemin kapitalist të tregut të lirë. Siç theksohej dhe në një shkrim në numrin e fundit të Economist, me përgjigjet e duhura ndaj sfidave që po përjetojmë sot, ka shumë gjasa që të shmagen rreziqet në rritje të populizmit politik dhe të shpëtohen përparësitë e tregjeve të lira.

Marketingu si një shërbim në mbështetje të kalimit drejt kanaleve digjitale në industrinë bankare

Ajo që mbetet thelbësore në komunikim është marrëdhënia që krijon me klientët, për të ruajtur atë që funksionon vërtet, për të qenë empatik dhe për të krijuar përvoja të jashtëzakonshme në të gjitha pikat e kontaktit të markës me klientët tanë.



Greta LEKAJ

Drejtoreshë, Departamenti i PR & Marketingut
RAIFFEISEN BANK SHQIPËRI

Pandemia, dhe recesioni që ajo krijoi, ndryshuan parashikimet për planet dhe buxhetet e marketingut, brenda disa javësh. Fillimisht, të gjitha markat dhe kompanitë u përballën me sfida, lidhur me "të panjohurën" dhe angazhimet e marketingut u rishikuan, si nga përmbajtja ashtu dhe buxheti, duke ndjekur sjelljet e shoqërisë dhe ndryshimet në nevojën për produkte të ndryshme. Kohët sfiduese ende sjellin mundësi të reja dhe provojnë aftësinë e kompanive për të treguar zhdërvjelltësinë dhe reagimin e tyre ndaj një mjedisi në ndryshim. Kriza Covid-19 ka qenë një histori e dyanshme. Ajo krijoi frikë dhe konfuzion, por gjithashtu po i shtyn njerëzit të përdorin mjete të reja, dhe ne në Raiffeisen Bank, ishim të

gatshëm për një sipërmarrje të tillë.

Nuk është për t'u habitur që, nevoja për distancim social rriti kërkesën për më shumë mjete dhe transaksione digjitale bankare. Meqenëse bankat janë një nga aktorët kryesorë në ekonomi, atyre iu desh të vazhdonin të plotësonin nevojat e familjeve dhe bizneseve shqiptare, për të vijuar punën sa më "normalisht" të mundeshin. Meqenëse klientët kërkuar instrumente në distancë dhe siguri për jetën dhe transaksionet e tyre,



Ndryshimet domethënëse sjellin me vete një ndryshim të rëndësishëm në rolin e menaxherëve dhe departamenteve të marketingut. Ata nuk shihen më thjesht si përgjegjës për reklamat, pamjet tërheqëse, eventet dhe promovimet; tani roli i tyre është i bashkuar me përgjegjësinë për nxitjen e rritjes dhe zgjerimit të të gjithë përvojës së klientit, pavarësisht nga kanali i përdorur.



ne reaguam menjëherë për të plotësuar këto nevoja. Në kuadër të produktit, i gjithë fokusi shkoi në përsosjen e platformës sonë

digjitale, Raiffeisen ON, e cila u prezantua më parë me shumë sukses, si pjesë e transformimit digjital të bankës. Gjatë kësaj kohe, regjistrimet në Raiffeisen ON u rritën me 36%, transaksionet përmes saj afërsisht 20%, pagesat e shërbimeve, rimbushjet e celularëve, pajtimet në internet, etj., u rritën me 64%.

Roli i komunikimit të marketingut ishte që të komunikonte afinitetin me klientët dhe funksionalitetet më të mira të produkteve tona digjitale. Transaksionet në internet u rritën me 64%, të nxitur nga lehtësia ligjore e komisioneve zero, për të gjitha pagesat në internet. Aplikimi me internet për Kartë Krediti u zhvillua brenda një jave, në mënyrë që të pajiseshin të gjithë klientët, që kanë nevojë për këtë produkt bankar, me Kartën e Kreditit të re, që dorëzohet në shtëpitë e tyre brenda 48 orëve, në mënyrë që të mund të vazhdonin me lehtësi blerjet në internet. Kjo sipërmarrje u shpërblje, pasi transaksionet nëpërmjet kartave, përmes tregtisë elektronike, u rritën me 60%. Skanimi QR, për të kërkuar menjëherë moratorium ishte një risi, e prezantuar menjëherë pas njoftimit të një lehtësie të tillë nga qeveria, vetëm nga Raiffeisen Bank. Përpos të gjitha këtyre, një mbështetje e madhe shkoi dhe për personelin mjekësor, përmes Paketave Speciale, të cilat janë prezantuar për personelin mjekësor me kushte të përmirësuara bankare,

si një "falënderim" për përpjekjet e tyre të mëdha.

Kanalet e dërgimit të mesazheve për audiencën ndryshuan gjithashtu. Këtu goditjen më të madhe e pësuan reklamat e jashtme, reklamat në shtyp dhe marketingu brenda degës. Rritjen më të madhe në kohën e transmetimit dhe buxhet e përjetuan marketingu me e-mail, ai në mediat sociale, Google display, content marketing-u dhe SMS-të, CRM-ja. Ajo që mbetet thelbësore në komunikim është marrëdhënia që krijon me klientët, për të ruajtur atë që funksionon vërtet, për të qenë empatik dhe për të krijuar përvoja të jashtëzakonshme në të gjitha pikat e kontaktit të markës me klientët tanë. Veprimtaritë taktike dhe ofertat e çmimeve për produkte të ndryshme bankare mbeten ende dominuese në tregun tonë. Por ajo që konsumatori kërkon dhe çfarë ne mund të përmirësojmë është përvoja e tij, kudo që të jetë ai/ajo. E ku mund ta tregojmë më së miri këtë, sesa në të gjitha pikat e kontaktit digjital, ku ata mund të kenë qasje menjëherë nga komoditeti i shtëpisë?

Tashmë ka ardhur koha për përvoja bankare digjitale inteligjente. Ritmi i ndryshimit teknologjik në bankën tonë nuk ka transformuar vetëm përvojën e klientit dhe operacionet fundore bankare. Ai ka zhvendosur gjithashtu edhe funksionin e komunikimit të marketingut brenda bankave. Si pjesë e këtij evolucioni, teknologjia i ka armatosur konsumatorët me më shumë informacion dhe me më shumë mënyra për të marrë atë që duan. Kanalet e reja dhe mediat sociale ofrojnë mënyra të reja për informim. Tani klientët janë një zë dhe kanë një ndikim, për të dhënë reagime të menjëhershme, si dhe për të ndikuar edhe në mënyrën e blerjes

së klientëve të tjerë. Pavarësisht zhvendosjes së konsiderueshme drejt transaksioneve digjitale dhe ndërveprimeve nga konsumatorët e të gjitha moshave, të nxitura nga bankat dhe institucionet financiare, shumë konsumatorë ende kanë vështirësi me elementët bazikë të bankingut digjital. A vjen kjo nga mungesa e besimit, mungesa e mirëkuptimit, ose praktika për t'u takuar ballë për ballë me një agjent banke ... apo të gjithë këta faktorë së bashku, kjo mbetet detyrë e komunikimit të marketingut për të edukuar dhe nxitur tregun, përkundrejt këtyre mënyrave të reja të thjeshta.

Në Raiffeisen Bank, si lider i inovacionit në banking, do të ndërmarrim gjithçka që është e mundur për të përmirësuar kalimin drejt kanaleve digjitale. Kjo përfshin, por nuk kufizohet në:

- komunikimin edukues për konsumatorët, se si të përdorin kanalet digjitale,
- procese më të thjeshtuara, të krijuara nga ekipi i produkteve digjitale,
- rritjen e angazhimit digjital - funksionalitete, lojëra, stimuj të lehtë për t'u gjetur dhe për t'u përdorur,
- personalizimin e ofertave, që mbetet një pikë e dobët për tregun shqiptar,
- zhvendosjen e kulturës, që nënkupton angazhimin e punonjësit si klient, si ambasadorët e vërtetë.

Çështja është: a po i përdorim kanalet marketing vetëm për shitjen e produkteve dhe shërbimeve, apo po i përdorim këto kanale edhe për të edukuar, ngritur pyetje dhe për të krijuar angazhim? Në fakt duhet të jenë të dyja të lidhura me njëra-tjetrën, që të fituar

digjitalizimin e klientëve tanë. Ne kemi transformuar dy nga degët tona në "Degë Digjitale" por me prekje njerëzore; praktikisht dega e "Rrugës së Kavajës" (afër bllokut të Ambasadave) dhe dega "Ali Demi" kryejnë vetëm transaksione elektronike, nën këshillimin e stafit tonë. ATM-të janë një pikë tjetër e rëndësishme kontakti me klientët tanë dhe ne po punojmë për të pasuruar funksionalitetet e tyre, për t'i kthyer ato në pajisje shumë funksionale dhe për t'u mundësuar klientëve tanë të kryejnë më shumë veprime, pa hyrë në degët fizike. Kjo shpjegon domosdoshmërinë për të përdorur një gamë më të gjerë të teknikave të marketingut gjatë pandemieve, që nga shkëmbimi i informacionit, te edukimi, raportet njerëzore, reklamat e shitjeve, duke i shoqëruar kështu klientët gjatë rrugëtimit të tyre digjital.

Këto ndryshime domethënëse sjellin me vete një ndryshim të rëndësishëm në rolin e menaxherëve dhe departamenteve të marketingut. Ata nuk shihen më thjesht si përgjegjës për reklamat, pamjet tërheqëse, veprimtaritë dhe promovimet; tani roli i tyre është i bashkuar me përgjegjësinë për nxitjen e rritjes dhe zgjerimit të të gjithë përvojës së klientit, pavarësisht nga kanali i përdorur. Ata duhet të qëndrojnë të vëmendshëm ndaj prirjeve të marketingut dhe t'i përdorin ato më së miri, së bashku me linjat e biznesit. Rëndësia e madhe dhe në rritje e marketingut digjital do të vijojë të mbizotërojë gjatë 2021-shit. Çfarë mund të shohim si zhvillim i rëndësishëm në të ardhmen janë programet e besnikërisë. Kalimi nga sistemet e bazuara në pikët nga transaksionet drejt forcimit të lidhjeve emocionale dhe besimit me konsumatorin mund të rezultojë në një formulë fituese.

Siguria kibernetike dhe vazhdimësia e shërbimeve bankare gjatë Covid-19

Modeli i ri i punës zhvendosi punonjësit nga rrjeti i sigurt dhe i mbrojtur i zyrave të bankës në rrjetat e shtëpive, pa masa sigurie dhe dobësi të panjohura; lidhjet e qëndrueshme të drejtpërdrejta u zëvendësuan nga lidhjet virtuale, nëpërmjet internetit, komunikimi i drejtpërdrejt fizik u zëvendësua nga mjetet e bashkëpunimit virtual.



Reglend XHANGO

Oficer i Sigurisë së Informacionit
INTESA SANPAOLO BANK ALBANIA

Përgjigja emergjente ndaj Covid-19

Në fillimet e pandemisë, kur rreziku po bëhej real, një pjesë e mirë e bankave nisën rishikimin e planeve të vazhdimësisë së biznesit, për t'u përballur me valën e emergjencës shëndetësore. Në përgjigje të situatës, Intesa Sanpaolo Bank Albania, në zbatim edhe të modelit të menaxhimit të krizave aktivizoi "planin pandemik", duke iu bashkuar kështu edhe bankës mëmë në Itali e cila koordinon përgjigjen ndaj Covid-19 në nivel grupi. Menjëherë u krijuan strukturat e jashtëzakonshme, si: njësia e emergjencës Covid-19 dhe komiteti drejtues i krizës, i përbërë nga drejtues ekzekutivë dhe funksione kompetente, për parandalimin dhe zbutjen e ndikimit të mundshëm të stafi, biznesi dhe për të garantuar vazhdimësinë e shërbimit ndaj klientëve.

Gjatë kësaj periudhe të vështirë, bankat nën trysinë e Covid-19 mësuuan të kthenin krizën në përparësi, nëpërmjet përdorimit të kanaleve alternative. Ky reagim me shumë mundësi do të përcaktojë të ardhmen e ofrimit të shërbimeve ndaj klientëve, duke përmirësuar proceset dhe shërbimet, nëpërmjet potencialit të inovacionit digjital, duke transformuar mënyrën e punës, nëpërmjet punës në distancë si një element që nuk do të mbetet vetëm si një masë emergjente, por edhe një alternativë e forcës së punës në të ardhmen.

Kërcënimet e sigurisë kibernetike gjatë COVID-19.

Pandemia nxiti formimin e "Normalitetit të ri", duke detyruar bankat të zhvendosin pjesën më të madhe të forcës së punës në një model të ri të punës në distancë. Në fakt, midis marsit dhe prillit të këtij viti, numri i punonjësve të zyrës qendrore të bankës sonë, të cilët punuan nga shtëpia, arriti në 70%.

Ky modeli i ri i punës zhvendosi punonjësit nga rrjeti i sigurt dhe i mbrojtur i zyrave të bankës në rrjetat e shtëpive, pa masa sigurie dhe dobësi të panjohura; lidhjet e qëndrueshme të drejtpërdrejta u zëvendësuan nga lidhjet virtuale, nëpërmjet internetit, komunikimi i drejtpërdrejt fizik u zëvendësua nga mjetet e bashkëpunimit virtual, si: Zoom, Skype, Teams, Webex, etj. Në të njëjtën kohë, kriza përshpejtoi projektet e transformimit digjital: pagesat online nëpërmjet platformave

bankare dhe kartave u rritën me shpejtësi, ndërkohë që përdorimi i parasë cash ra ndjeshëm. Këto ndryshime të shpejta, për shkak të krizës, u shfrytëzuan nga kriminelët, të cilët filluan të kryenin sulme nëpërmjet fushatave të mashtrimit "phishing" dhe nëpërmjet sulmeve të shënjestruara, si: "Business Email Compromise", shpërndarjen programeve malinj, nëpërmjet link-ëve fallco dhe bashkëngjitjeve nëpër adresat e postës.

Referuar raportit të Agjencisë së Bashkimit Europian për Sigurinë Kibernetike (ENISA): "Sulmet kibernetike po bëhen më të sofistikuar, më shumë të shënjestruara, të përhapura dhe pazbuluara. Ky raport vendos "malware"-t si kërcënim kryesor numër një në Bashkimin Evropian, me një rritje të "phishing", vjedhje të identitetit, dhe "ransomware".

Përfitimi financiar mban vendin kryesor, për sa i përket motivimit të kriminelëve kibernetikë, ndërkohë që situata e krijuar nga COVID-19 ushqen sulmet nëpër shtëpi, biznese, qeveri dhe infrastruktura kritike.

Cilët janë faktorët kryesorë që ushqejnë rritjen e rrezikut kibernetik?

Duke konsideruar faktorin teknologjik, pandemia çoi në shpërthimin e punës në distancë, përdorimin e teknologjive virtuale të bashkëpunimit, por nga ana tjetër, janë punonjësit të cilët të trajnuar dobët mbi rrezikun kibernetik, përbëjnë një dobësi për sigurinë e sistemeve të informacionit

KËTU PËR JU!



**Mbështetje e pakushtëzuar,
në çdo kohë!**



TIRANA BANK

KËTU PËR JU

dhe ruajtjen e dhënave të ndjeshme të kompanive. Për një kompani, problemi është i dyfishtë kur behet fjalë për punonjësit e saj, të cilët mund të zgjedhin të lidhen në sisteme të ndryshme të informacionit, nisur nga komoditeti, ose për arsye pune, duke përdorur pajisjet personale, ose të korporatës; si p.sh.: ata mund të aksesojnë një adresë poste, e cila mund të jetë kompromentuar më parë nga një sulm kibernetik, duke rritur në këtë mënyrë rrezikun e infektimit të pajisjes së kompanisë, e për pasojë, shpërndarjen e tij në gjithë rrjetin e informatik të saj.

Faktori tjetër është ankthi i krijuar nga klima e krizës, e përshkruar nga psikologët si: “mbizotërim i sjelljes instiktive në mesin e popullatës”, thënë ndryshe situatat e krizave priren të provokojnë një sjellje të arsyetuar, e cila lejon hackers-at të përdorin frikën tonë për të rënë në grackat e tyre, për shembull duke klikuar një link të infektuar brenda një e-mail-i fallco me përmbajtje: “Zbulimi i një medikamenti të ri kundër COVID-19”.

Edhe pse faktet tregojnë që në pjesën më të madhe të rasteve sulmet kryhen drejt kompanive me një nivel të ulët të maturitetit digjital, ekspozimi ndaj rrezikut rritet kur shumica e stafit të një kompanie punon në distancë. Drejtuesit e sigurisë kibernetike mund të sigurojnë punën në distancë dhe shërbimet ndaj klientëve nëpërmjet ndërgjegjësimit, teknologjisë, proceseve dhe kontrolleve të sigurisë:

- Duke promovuar fushata specifike ndërgjegjësimi për klientët dhe punonjësit, nëpërmjet këshillave praktike se si të evitohen “phishing”, ose mashtrimet e tjera online, të cilat mund të kryhen nëpërmjet kanaleve digjitale të komunikimit. Për shembull Intesa Sanpaolo Bank Albania ka publikuar në faqen zyrtare materiale me përmbajtje mbi sigurinë kibernetike. Këto

materiale promovohen edhe në kanalet zyrtare të mediave sociale.

- Gjithashtu, për të mbrojtur rrugëtimin drejt transformimit digjital sugjerohet që të ndërmerren masat me prioritet të lartë, si vijojnë:
 - **Autentifikimi me shumë faktorë:** Përfshirja e faktorëve shtesë të autentifikimit ndihmon skuadrat e sigurisë kibernetike të menaxhojnë rrezikun e fjalëkalimeve të dobëta, ose të kompromentuara.
 - **Kontrolli i aksesit në rrjet dhe menaxhimi i pajisjeve të lëvizshme:** Duhet të garantohej që të gjithë përdoruesit janë autentifikuar dhe pajisjet menaxhohen, inspektohen dhe kontrollohen, kur lidhen në rrjetin e kompanisë.
 - **Zbulimi dhe përgjigja në pajisjet fundore (EDR):** Garantimi i sigurisë në pajisjet fundore është më e rëndësishme se kurrë, sepse shumica e rrjetave të shtëpive janë shumë vulnerabël. Platformat EDR mund të ndihmojnë në sigurimin e pajisjeve fundore të përdoruesve, pa çënuar produktivitetin.
 - **Parandalimi i humbjes së të dhënave (DLP):** Parandalimi i rrjedhjes së të dhënave të klasifikuara si të ndjeshme, nëpër kanalet e ndryshme të transferimit të informacionit.
 - **Parandalimi i mashtrimit në kanalet online:** Duhet përfurcuar monitorimi i kanaleve digjitale, për të parandaluar mashtrimet me identitetet dhe transaksionet financiare.
 - Është thelbësor fokusi në përfurcimin kundër “phishing”, mbrojtjes “DDOS”

dhe në përgjithësi gjithë mbrojtjen logjike.

- **Veprimtaritë e inteligjences kibernetike,** për të identifikuar faqet phishing dhe fushatat “malware”, të cilat shfrytëzojnë emergjencën COVID-19;
- Bashkëpunimi me **agjencitë ligjzbatuese;**
- Përfurcimi i veprimtarive monitoruese të **skuadrave të sigurisë kibernetike;**
- **Hetimi në thellësi i thyerjeve të mundshme të aksesit** në sistemet e brendshme të kompanisë;
- Ekzekutimi i kontrolleve të sigurisë kibernetike;
- **Vlerësimi i dobësive dhe testet e sigurisë,** në perimetrin e punës në distancë.

Këtu është tepër e rëndësishme që, kultura kibernetike të shtrihet dhe përfshijë kompaninë në tërësi, për të garantuar një sjellje të plotë dhe uniforme, e cila përmirëson sigurinë duke konsideruar faktin që më shumë se 91% e incidenteve të sigurisë kanë si shkak shfrytëzimin e elementit njerëzor dhe më shumë se 92% e sulmeve “ransomware” janë pasojë e drejtpërdrejtë e sjelljes së pakujdesshme me e-mail-e “phishing”, duke klikuar në link malinj, ose duke hapur bashkëngjitje që përmbajnë kode malinj.

Në përfundim, edhe pse jo të gjithë e kanë pritur këtë ndikim botëror të pandemisë COVID-19, drejtuesit, duke përfshirë edhe drejtuesit e sigurisë kibernetike, janë në linjën e parë, duke ndjekur operacionet dhe mbrojtjen informacionin, e gjitha kjo duke dhënë rezultate dhe përmirësuar eksperiencën e përdoruesve. Duke u angazhuar në përgatitjen afatgjatë, ose të përhershme, të zhvendosjes drejt punës në distancë dhe digjitalizimit të shërbimeve, bankat mund të garantojnë qëndrueshmëri, rezistencë dhe siguri.

Transformimi i zhdërvjellët (Agile) dhe bankingu digjital



Sascha JÜRGENS

Themelues & CEO
AGISOLVE GMBH, GJERMANI

Normalja e re digjitale

Që nga koha e krizës financiare e vitit 2008, zona e "rehatisë" së industrisë bankare në Evropë dhe jashtë saj po tkurret vazhdimisht. Modelet tradicionale të biznesit u vunë nën kritikë nga të gjitha drejtimet. Bankat historike po "shtyhen" drejt një ritmi më të shpejtë ndryshimi dhe inovacioni, jo vetëm për shkak të zhvillimit të standardeve dhe rregullave ndërkombëtare, por edhe nga një skenë e gjallë e *Fintech*-save me qasjen e tyre të "përparësisë digjitale" dhe efektet e tyre shpërthyes në treg.

Viti 2020, me pandeminë e tij shkatërruese COVID-19, eliminoi të gjitha idetë rreth digjitalizimit, si "i mirë për t'u pasur", ose si opsional. Digjitalizimi është kthyer në një gur themeli i një bote post-pandemike dhe do vijojë të na shoqërojë edhe në të ardhmen. Lajmi i mirë është që pandemia nuk është një defekt sistemik. Ndikimi i tij ndihet kryesisht në përshpejtimin e prirjeve ekzistuese, për të cilat bankat ishin të vetëdijshme, e në këtë mënyrë, fillimisht ishin në gjendje t'i përballonin. Sidoqoftë, viti

2021 do të jetë prova e rezistencës, që do tregojë se cilët lojtarë të tregut kanë arritur të kalojnë me sukses nga rezistenca dhe përballimi i thjeshtë i goditjeve, drejt leadershipit digjital proaktiv.

Por çfarë i nevojitet një banke për të zhvilluar aftësitë e saj digjitale, jo vetëm në terma teknologjikë, por si organizata? Fjalët kyçe këtu janë qëndrueshmëria dhe përshtatshmëria. Ashtu sikurse një individ, edhe një organizatë së pari duhet që të mbijetojë, së dyti i nevojitet aftësia për të përshtatur sjelljen e saj ndaj situatave të reja e të paparashikuara. Të dy faktorët, qëndrueshmëria dhe përshtatshmëria, formojnë thelbin e metodologjive të *zhdërvjellëtisë dhe mendësisë së zhdërvjellëtisë (Agile)*.

Që ndryshimi të jetë i qëndrueshëm, ai duhet të vijë nga brenda. I gjithë biznesi duhet të transformohet dhe ta përfshijë ndryshimin, si pjesë integrale e tij. Kjo është arsyeja pse *Transformimi "Agile"* është vendimtar për bankat sot.

Zhdërvjellëtësia fuqizon digjitalizimin

Digjitalizimi në banking, ashtu si në industritë e tjera, përfshin një shpeshësi më të lartë ndryshimi. Tregjet digjitale janë shembuj të përsosur të "VUCA"-s (të luhatshme, të pasigurta, komplekse, të paqarta). Në mjediset e tilla, pjesëmarrësit e tregut nuk gëzojnë më luksin e parashikueshmërisë, përgjatë periudhave të gjata të planifikimit. Ajo çfarë do të kërkojë një treg i paqëndrueshëm në një moment të caktuar në të ardhmen është normalisht e paqartë, kështu që zgjidhjet "unike" ndonjëherë mund të jenë efikase në afatshkurtër - por në të shumtën e rasteve nuk ndodh kështu dhe ato do të duhet të përshtaten dhe

rishikohen, për t'iu përshtatur prirjeve aktuale dhe zhvillimeve, që mund të identifikohen vetëm në afatshkurtër, apo dhe në mënyrë retrospektive. Kjo nuk kërkon planifikim parashikues më të përsosur, por përkundrazi, një qasje të zhdërvjellët (*Agile*), bazuar në parimet themelore të "Inspekto dhe Përshtatu", si dhe në transparencë.

Kompetencat thelbësore për një kompani të zhdërvjellët përputhen me ato që nevojiten për një digjitalizim të suksesshëm:

- Dorëzimi i shpejtë të përdoruesit fundor: Aftësia për të ofruar produkte dhe shërbime brenda një kohe minimale në treg (javë ose muaj, në vend të viteve).
- Fakte, jo iluzione: kompetenca për të përpunuar reagimet nga tregu dhe klientët realë, për të mundur veprime vendimtare.
- Prioritizimi i vazhdueshëm: Aftësia për të ri-fokusuar qëllimet e biznesit dhe zhvillimit brenda cikleve të shkurtra, nga strategjia te ekzekutimi.

Kornizat *Agile*, të tilla si: *Scrum* dhe *Kanban*, kanë revolucionarizuar mënyrën se si produktet dhe shërbimet e teknologjisë po zhvillohen në nivel ekipi dhe projekti. Ndërsa ky aspekt i Zhdërvjellëtisë (*Agile*) mbetet shumë i gjallë dhe i rëndësishëm dhe ende formon bazën për çdo nismë të madhe ndryshimi, ajo ka marrë një fushëveprim shumë më të gjerë. E aplikuar në organizatë si një e tërë, ajo ka provuar të jetë një mjet i fuqishëm që mund të ndryshojë kulturën e një organizate, duke ndikuar mbi strategjinë, njerëzit, proceset dhe teknologjinë, me synimin kryesor atë të përmbushjes së objektivave të biznesit

¹Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous

më shpejt, më afër klientëve dhe tregjeve dhe me rezultate më të mira.

Tashmë po shfaqen dy prirje, që po zgjerojnë potencialin e Zhdërvjelltësisë: *Shkallëzimi i Zhdërvjelltë dhe Transformimi i Zhdërvjelltë*. *Shkallëzimi i Zhdërvjelltë* i përgjigjet pyetjes se si të angazhohmë një numër të madh njerëzish (duke filluar nga qindra në mijëra) të bashkëpunojë drejt qëllimeve të përbashkëta, duke mbajtur një ekuilibër efektiv midis vetë-organizimit të decentralizuar dhe pozicionimit të centralizuar. Nga ana tjetër, *Transformimi i Zhdërvjelltë* synon të përditësojë të gjithë organizatën: kulturën, identitetin dhe mentalitetin e saj. Transformimi drejt Zhdërvjelltësisë prek potencialisht të gjithë aspektet e një ndërmarrje, që nga menaxhimi i lartë deri te punonjësit individualë, në të gjitha funksionet dhe departamentet. Ai përfshin ri-mendimin e koncepteve të specializimeve, hierarkisë,

komunikimit dhe lidhshimit.

Bankat ndërkombëtare kanë kryer me sukses transformimet drejt organizatave të zhdërvjelltëta. Këtu mund të përmenden disa shembuj të freskët:

- Një grup bankar holandez ka transformuar me sukses të gjithë organizatën e saj të centralizuar (rreth 3.500 njerëz) nga një strukturë hierarkike në një strukturë të zhdërvjelltë, të ndarë në *Skuadra* dhe *Fise*, frymëzuar nga "*Modeli Spotify*", duke shkurtuar në mënyrë efektive kohën e daljes në treg, duke rritur kënaqësinë e klientit dhe angazhimin e punonjësve.
- Një bankë e madhe evropiane me seli në Itali ka krijuar "Njësi pa ndërmjetësim" të zhdërvjelltëta që funksionojnë si organizata ad-hoc, që përfshijnë

IT dhe biznesin bankar, paralelisht me qasjen klasike bazë të organizatës, duke kombinuar inovacionin digjital dhe stabilitetin e veprimtarisë bazë bankare.

- Një bankë shqiptare ka nisur MVP-në (Minimum Viable Product) e parë digjitale, duke prezantuar *Metodologjinë e Zhdërvjelltësisë* (Scrum) dhe mjetet e bashkëpunimit në distancë, gjatë kulmit të pandemisë COVID-19.

Edhe këta shembuj të shkurtër tregojnë se *Transformimet "Agile"* mund të marrin forma të ndryshme dhe të mundësojnë një sërë qasjesh të mundshme, në varësi të specifikave të organizatës, pozicionit të saj në treg dhe qëllimeve strategjike. Gjetja e qasjes së duhur me ndihmën e specialistëve me përvojë mund të jetë vendimtare për suksesin e kësaj nisme.

²End-2-end rooms.



Lila CANAJ

Drejtuese e Retail-it
TIRANA BANK

Pse Zhdërvjelltësia është thelbësore sot për bankungun në Shqipëri

Sistemi ynë bankar me dy nivele është i ri, krahasuar me vendet e tjera të Evropës, përfshirë dhe

ato në rajon. Gjatë 15 viteve të fundit ai ka kaluar përgjatë një procesi dinamik ndryshimi, për sa i përket digjitalizimit, inovacionit dhe vendosjes së klientit në qendër të veprimtarisë, i shkaktuar nga konkurrenca dhe tregu i drejtuar nga çmimi. Vendosja e klientit në qendër të veprimtarisë kërkon që bankat të rivlerësojnë atë çka dinë për klientët e tyre, çfarë çmojnë ata dhe çfarë i energjizon ata. Kjo është edhe më sfiduese, duke marrë parasysh kërkesat e paparashikuara të "Mijëvjeçarave" dhe "Brezit Z".

Në të kaluarën, klientët shqiptarë kanë qenë konservatorë në përdorimin e shërbimeve bankare digjitale, edhe pse më shumë se 62% e tyre janë përdorues të *smartphone*-ve. Bankat kanë bërë përpjekje për t'i mësuar ata t'i përdorin këto shërbime, por përshtatja ka qenë mjaft e ulët. Megjithatë, gjatë vitit 2020, COVID-19 detyroi edhe bazën tonë konservatore

të klientëve të përdorin më intensivisht kanalet digjitale, të tilla si: bankingu elektronik. Këto ndryshime do të kenë një efekt të përhershëm në sjelljen e klientit, duke sfiduar kështu bankat për të shpejtuar zbatimin e zgjidhjeve të tjera digjitale. Sektori ynë bankar mund të përfitojë nga praktikat Agile të zbatueshme në një fushë të gjerë biznesi, përfshirë këtu shërbimin ndaj klientit, menaxhimin e pasurisë dhe marketingun. Inovacioni digjital pritet të ulë kostot e shërbimeve bankare, të lehtësojë futjen e proceseve të reja të brendshme, të modernizojë vendimmarrjen e brendshme dhe përfundimisht të sjellë fleksibilitet më të madh për klientët.

Organizatave të zhdërvjelltëta (*Agile*) zakonisht përbëhen nga ekipe me ecuri të lartë, që marrin autorësinë e një misioni të përbashkët dhe janë përgjegjës për një rezultat specifik të biznesit dhe mund të japin rezultate të

përdoruesi final, në mënyrë autonome. Pionierët e parë drejt Zhdërvjelltësisë (*Agility*) do të jenë ata që do të përfitojnë më shumë nga ky kurs i ri dhe do të fitojnë avantazh konkurrues. Për këtë arsye, disa banka në Shqipëri tashmë kanë filluar prezantimin e metodologjisë Agile, ndërsa të tjerët janë ende në një fazë njohjeje. Nëse zbatohet siç duhet, metodologjia Agile mund të kontribuojë pozitivisht në të gjithë industrinë bankare në Shqipëri, duke e çuar atë përpara në drejtim të asaj që ne e quajmë "Banka e së Ardhmes".

Transformimi i Zhdërvjelltësisë (Agile) ka nevojë për lidhësi

Transformimet Agile prekin të gjitha fushat e një ndërmarrjeje, si dhe strukturën e kulturën e saj të përgjithshme. Për rrjedhojë, ai nuk mund të bëhet realisht nga një qasje thjesht nga poshtë-lart, ose pa u mbështetur nga menaxhimi i lartë. Prezantimi i *metodologjive Agile* në një ekip, ose vetëm në zona të caktuara të kufizuara, të tilla si: zhvillimi i software-it, mund të funksionojë deri në një nivel të caktuar, por ka shumë

gjasa të mos sjellë përfitimet më të rëndësishme nga një *Transformimi i Zhdërvjelltësisë*. Nga ana tjetër, mbështetja dhe angazhimi personal i menaxhimit të lartë mund të kurorëzojë ose shkatërrojë gjithë përpjekjen dhe është i nevojshëm që ndryshimet të zbresin në mënyrë efektive poshtë në organizatë.

Liderët që mbështesin një *Tranzicion* drejt *Zhdërvjelltësisë* përballen me sfida të caktuara, si:

- Reflektim mbi mentalitetin dhe sjelljen e tyre, si dhe ndryshimin e tyre nëse është e nevojshme,
- Fuqizimi i ekipeve dhe inkurajimi i tyre për të punuar në forma të reja,
- Zhvillimi i vetëdijes dhe përgjegjësisë së përbashkët për të gjithë organizatën,
- Udhëheqja përmes shembullit të mirë dhe zhvillimi i aftësive si trajnerë, mësues dhe shërbyes, ose udhëheqës periferikë të ekipeve të tyre, duke u dhënë sa më shumë hapësirë që të jetë e mundur për vetë-organizim.

Kapërcimi i këtyre sfidave mund të jetë një hap i madh për menaxherët më tradicionalë. Sidoqoftë, ashtu sikurse dhe digjitalizimi, ai nuk është opsional. Kalimi në një stil *Lidershipi të Zhdërvjelltësisë* ofron një mundësi për rritje personale për liderët, që u mundëson atyre të përqendrohen më shumë në rolin e tyre si lider sesa si menaxherë. Një grup i vogël liderësh të *zhdërvjelltësisë* mund të veprojnë si ambasadorë, të cilët do të përkrahin konceptin e *Zhdërvjelltësisë* në të gjithë organizatën, duke ndihmuar të gjithë punonjësit të ecin në rrugëtimin e këtij procesi transformues. Ekipeve dhe drejtuesit zakonisht mbështeten nga konsulentë me përvojë lidhur me *Zhdërvjelltësinë*, të cilët marrin pjesë aktive në drejtimin e ndryshimit. Rezultati i gjithë kësaj do të jetë një organizatë që është në gjendje të japë zgjidhje shpejt dhe me cilësinë më të lartë të mundshme, duke planifikuar strategjikisht që më parë, duke qëndruar e hapur për ndryshim, duke marrë vendime në mënyrë autonome dhe duke siguruar kënaqësi të vazhdueshme për klientin.

TRAJNIME ONLINE

Organizuar nga AAB, tetor - dhjetor 2020

- **Root Cause Analysis (RCA)**, në bashkëpunim me AIIA, 8-9 tetor.
- **Zhdërvjelltësi për Fituesit**, në bashkëpunim me Agisolve, 20 - 21 tetor.
- **Marketingu digjital**, në bashkëpunim me AIEA, 27-28-29 dhe 30 tetor dhe **Rreziku i Kredisë/Palëve të Treta dhe Modelimi i Rrezikut**, më 4-6 nëntor & 9-11 nëntor & **Parimet dhe Mentaliteti i Zhdërvjelltësisë**, më 12 - 13 nëntor. Këto trajnime u ofruan në bashkëpunim me me ATTF dhe të mbështetur financiarisht nga Qeveria e Luksemburgut.
- **Menaxhimi i Projekteve**, në bashkëpunim me Shoqatën e Bankave të Kosovës, 16-18-20 nëntor.
- **Parandalimi i Pastrimit të parave - Zbulim, Frenim dhe Asgjësim**, me mbështetjen e BACEE dhe në bashkëpunim me Analysis International, 12 nëntor.
- **Menaxhimi i Ekipeve në distancë**, në bashkëpunim me AIMs Albania, 24 & 25 nëntor.
- **Rreziku Operacional - Delegatët e Sigurimit dhe Përmirësimit**, në bashkëpunim me AIIA Albania, 26 & 27 nëntor.
- **Menaxhimi i Inovacionit në epokën e transformimit digjital**, në bashkëpunim me AIEA, 15-16 dhjetor.

Integriteti: Një përgjegjësi e përbashkët

Integriteti nuk është përgjegjësi vetëm e një departamenti, apo personi përgjegjës. Përkundrazi, integriteti mbetet një detyrim për të gjithë punonjësit dhe hallkat e organizatës.



Ardita SEKNAJ

Sekretare e Përgjithshme
DHOMA NDËRKOMBËTARE E TREGTISË,
SHQIPËRI
(ICC ALBANIA)

Nëse do ti hidhnim një sy faqeve të internetit të institucioneve publike, qendrore apo lokale, të agjencive ligjzbatuese apo entiteteve, të kompanive në Shqipëri, apo jashtë, do të vërejmë se shumica, për të mos thënë të gjitha, kanë një hapësirë ku referojnë rëndësinë e integritetit, transparencës apo etikës në institucionin e tyre. Media po ashtu, proklamoi çdo ditë se synon të sjellë transparencë dhe llogaridhënie përmes lajmit, faktit dhe analizës.

Të gjitha grupet e interesit duket se kanë në qendër të vlerave të tyre integritetin, përmes transparencës, llogaridhënies, etikës, mirëqeverisjes, përgjegjësisë sociale, luftës kundër korrupsionit. Po pse integriteti vendoset në zemër të vlerave të organizatës? A është kjo thjesht një strategji e marrëdhënieve me publikun, apo në të vërtetë organizata e ka trupëzuar integritetin si pjesë të kulturës së punës së tyre të përditshme?

Të përcaktosh në mision, vizion, apo në vlerat e organizatës, rëndësinë e integritetit patjetër që përbën një vlerë të shtuar për atë organizatë. Të tregosh që integriteti është një shtyllë domethënëse e veprimtarisë, e bën një organizatë më të pëlqyeshme për publikun e gjerë, më të besueshme për grupet e interesit, më tërheqëse për bashkëpunëtorë të rinj. Të thuash që thjesht je apo vlerëson integritetin nuk mjafton! Kompania, institucioni, shoqata, media, apo institucioni i arsimit, duhet të ndërtojë dhe mbajnë besim te palët me të cilët bashkëveprojnë lidhur me vërtetësinë e shprehur për integritetin. Organizata duhet të investojë, si brenda dhe jashtë saj, duke përdorur instrumente dhe mjete të cilat forcojnë strukturat e brendshme, në respekt të përputhshmërisë dhe etikës dhe duke ndërtuar bashkëpunime që përmirësojnë qëndrueshmërinë dhe reputacionin.

Integriteti: Një përgjegjësi e përbashkët

Organizimi i brendshëm është mjaft i rëndësishëm për të përkthyer në veprime misionin, vizionin dhe vlerat e organizatës. Zotimi i menaxhimit të lartë, apo i titullarit, për të ushtruar një veprimtari me integritet është themeltar, por është aq thelbësore që këto mesazhe të përcillen dhe arrijnë deri në bazën e një organizate, në mënyrë jo të shtrembëruar. Realizimi me sukses i këtyre synimeve lidhet me krijimin e disa strukturave brenda organizatës, qofshin ato të posaçme, sikurse njësitë apo departamentet për luftën kundër korrupsionit (në sektorin publik), ose për përputhshmërinë dhe etikën (në sektorin privat, shoqata etj.), apo struktura të ndërlidhura, sikurse:

Bordi drejtues, Drejtori i Përgjithshëm, Ministri, Komiteti i Auditimit, Përgjegjësi i Financës, etj. Komunikimi i vazhdueshëm dhe i rregullt mes këtyre strukturave dhe të tjera, brenda një organizate, mundëson rishikimin e pozicionit të përputhshmërisë së saj.

Mbi të gjitha, departamenti apo personi përgjegjës për përputhshmërinë apo etikën, duhet të ndërtojë strategji pune, e cila shkon përtej e të qenit thjesht "në përputhje me ligjet" dhe të bëjë pjesë të saj të gjithë punonjësit e të gjitha niveleve. Për këtë, organizata duhet të zhvillojë programe trajnimi të vazhdueshme, lidhur me temat e integritetit, për stafin e të gjitha niveleve. Gjithashtu, nevojitet të hartohen dhe përmirësohen vazhdimisht manualët, apo udhëzuesit, mbi integritetin, të cilët duhet të jenë funksional për t'u shtrirë në të gjithë organizatën.

Veprime të koordinuara

Integriteti nuk është përgjegjësi vetëm e një departamenti, apo personi përgjegjës. Përkundrazi, mbetet një detyrim për të gjithë punonjësit dhe hallkat e organizatës. Lufta kundër korrupsionit, apo përmirësimi i integritetit, nuk është përgjegjësi vetëm e Koordinatorit Kombëtar kundër Korrupsionit. Ministrinë e linjës dhe agjencitë ligjzbatuese duhet të zhvillojnë një rol më aktiv dhe të bashkërendojnë prioritetet me aktorë të tjerë, sikurse me Koordinatorin ashtu si edhe me sektorin privat, akademinë, organizatat e shoqërisë civile, apo edhe partnerët ndërkombëtarë.

Akademia duhet të aktivizojë fokusin e saj në këtë fushë, duke hartuar sa më shumë punë shkencore, duke pasuruar kurrikulat, apo zhvilluar

UB ONLINE

KRYEJ VEPRIMET BANKARE ME NJË KLIKIM

Paguaj faturat, transfero para, menaxho llogarinë.

 unionbank.al  0800 0800



kurse të specializuara në fushën e integritetit. Për këtë, akademia duhet të bashkëpunojë, por edhe duhet mbështetur, nga palë të tjera si: sektori privat dhe ai publik. Në sektorin privat ndërtimi i një kulture integriteti në kompani nuk mund të jetë vetëm përgjegjësi e departamentit të pajtueshmërisë apo etikës, ashtu siç nuk mund të jetë një përpjekje vetëm brenda institucionit. Sektori privat duhet të reflektojë dhe të punojë me strategjitë e tij të përgjegjësive sociale drejt një qasje më të qëndrueshme, duke u shtrirë edhe në dimensione të tjera, siç janë: përgjegjësia për mjedisin dhe ajo për mirëqeverisjen. Sektori privat duhet të punojë më ngushtë me dhomat e tregtisë, shoqatat e biznesit, apo ato sektoriale, për të kontribuar në përmirësimin e integritetit në politikëbërje dhe në zbatim.

Praktikat e mira

Ka shumë dokumente dhe mjete që mund të adoptohen nga grupe interesi, të cilat i ndihmojnë ato të ndërtojnë strategji të qëndrueshme, të përmirësojnë veprimet e tyre në respekt të integritetit, apo të luftojnë praktiket e dëmshme për konkurrencën e ndershme. ICC Albania, gjatë pesë viteve të fundit, ka sjellë disa propozime dhe praktika për politikëbërësit dhe aktorë të tjerë, me qëllim përmirësimin e mjedisit e të bërit biznes në Shqipëri dhe forcimin e besimit në institucione dhe vend.

Udhëzimet e OECD-së për Ndërmarrjet Shumëkombëshe janë rekomandime të adresuara nga qeveritë për ndërmarrjet shumëkombëshe që veprojnë në vendet aderuese. Ato ofrojnë parime dhe standarde jodetyruese për sjelljen e përgjegjshme të biznesit, në një kontekst global, në përputhje me ligjet në fuqi dhe standardet e njohura ndërkombëtarisht. ICC Albania i ka propozuar, që prej vitit 2018, qeverisë shqiptare e konkretisht Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë, që të

aderojë në këtë Deklaratë të OECD-së. Aderimi i Shqipërisë do të sillte krijimin e Pikës Kombëtare të Kontaktit për Sjelljen e Përgjegjshme të Biznesit, një agjenci për t'u krijuar nga qeveria për të trajtuar rastet specifike, si një mekanizëm jogjyqësor për ankesat të bizneseve që ushtrojnë veprimtari në Shqipëri, apo atyre shqiptare jashtë vendit. Ky propozim nuk është ende nën shqyrtim nga qeveria shqiptare dhe mbetet për t'u parë qasja përkatësisht.

Udhëzues nga ICC: ICC ka prodhuar një gamë të gjerë mjedesh dhe instrumentesh, që i vijnë në ndihmë biznesit, por edhe grupeve të tjera të interesit, në respekt të përmirësimit të kuadrit të tyre rregullues për integritetin. Një nga këto është edhe Klauzola antikorrupsion e ICC-së. Kjo klauzolë është hartuar nga vetë bizneset. ICC Albania i ka propozuar qeverisë që të përfshijë në marrëveshjet e saj tregtare këtë klauzolë e cila do të sigurojë palët në lidhje me integritetin e homologëve të tyre gjatë periudhës parakontraktore, gjatë kohëzgjatjes së kontratës si dhe madje edhe pas kësaj.

Global Compact: Kjo është një nismë vullnetare, e bazuar në angazhimet e Drejtuesve të Përgjithshëm të kompanive, për të zbatuar parimet universale të qëndrueshmërisë dhe për të ndërmarrë hapa për të promovuar Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm. Kompanitë, apo organizatat e biznesit në Shqipëri, mund të aplikojnë për t'iu bashkuar Global Compact, një proces i thjeshtë ky, në përfundim të të cilit kompanitë kanë mundësi të marrin mbështetje për të:

- Bërë biznes me përgjegjësi, duke koordinuar strategjitë dhe veprimtarinë e tyre me 10 Parimet e OKB-së që lidhen me të drejtat e njeriut, punën, mjedisin dhe antikorrupsionin; dhe
- Marrë veprime strategjike, për të çuar përpara objektiva më të gjera shoqërore, të

tilla si: Objektivat e Zhvillimit të Qëndrueshëm të OKB-së, me fokus bashkëpunimin dhe inovacionin.

Java e Integritetit: Kjo është një fushatë ndërgjegjësuese kombëtare, që synon të sjellë në vëmendje të publikut nisma, veprimtari, projekte, ide nga palë të ndryshme interesi, të cilat duhet të kenë për qëllim promovimin e transparencës, llogaridhënies, etikës, përgjegjshmërisë së organizatës, mirëqeverisjen, luftën kundër korrupsionit dhe çdo aspekt të integritetit. Kjo nismë organizohet çdo vit, në periudhën 1-9 dhjetor, në kuadër të ditës ndërkombëtare kundër korrupsionit (9 dhjetor). Java e Integritetit është një model holandez dhe Shqipëria është vendi i dytë që e ka adoptuar. Në Shqipëri "Java e Integritetit" vjen si nismë e ICC Albania, në bashkëpunim me Ministrinë e Drejtësisë dhe me mbështetjen e Ambasadës së Vendeve të Ulëta në Shqipëri dhe Delegacionin e Bashkimit Evropian në Shqipëri dhe me partner mediatik A2 CNN. Në edicionin e dytë të Javës së Integritetit, u bashkuan 53 partnerë nga sektori publik, organizatat e shoqërisë civile, akademia, partnerë ndërkombëtarë dhe sektori privat në 60 nisma. Arritja më e madhe që sjell "Java e Integritetit" është angazhimi i aktorëve të ndryshëm në veprime të koordinuara, për të promovuar integritetin. Ajo çfarë mbeti pak më e zbehtë në këtë edicion të "Javës së Integritetit" ishte pjesëmarrja e sektorit privat. Bizneset në Shqipëri, në një formë apo tjetër, hezitojnë të angazhohen në mënyrë më aktive në promovimin dhe përmirësimin e integritetit, në tejkalim të detyrimit mbi pajtueshmërinë.

Të dalësh jashtë zonës së rehatisë sjell gjithnjë rezistencë, por nevojitet kurajo dhe vendosmëri për të krijuar një mjedis të besueshëm dhe me integritet, pasi siç thotë dhe Mark Twain: "Guximi është themel i integritetit!"

PËRGJEGJSHMËRIA SOCIALE E KORPORATËS



ALPHA BANK

Gjatë muajit tetor, muaji i ndërgjegjësimit për sindromën Down, banka ndërmori nisma, në bashkëpunim me organizatat që operojnë në Shqipëri, në mbështetje të kësaj kauze. Nën moton: “Unë kam një kromozom më shumë, por jam si ti”, banka përgatiti dhe ndau me ndjekësit e saj një video, që synon të ndërgjegjësojë shoqërinë mbi të drejtat dhe potencialin e individëve me sindromën Down. Alpha Bank Albania, dhuroi për të mbështetur shërbimet terapeutike të fëmijëve të Qendrës “Pro Pak”, të Fondacionit “Down Syndrome Albania” (DSA) dhe Qendrës Jonathan (Jonathan Center).

abi AMERICAN BANK OF INVESTMENTS

- Në datën 13 nëntor, në bashkëpunim me Kryqin e Kuq Shqiptar, ndërmori nismën vullnetare të “Dhurimit të Gjakut”, në mbështetje të fëmijëve që vuajnë nga Talasemia.
- Mbështet për të katërtin vit radhazi fushatën e YWCA Albania nën moton: “Fjongoja rozë më kujton”. Risi për këtë vit ishte lobimi për hapjen e Qendrës për Mbështetje Psiko-Sociale për gratë e diagnostikuara dhe familjet e tyre. Në datën 23 tetor, ABI Bank si sponsor platin, iu bashkua ecjes simbolike, të organizuar në qytetin e Elbasanit.
- Në 10 tetor, Ditën Botërore të Shëndetit Mendor, mbështeti

qendrën “TISS” në Tiranë – Qendrën e Shërbimeve dhe Trajtitimit Psiko – Social, për fëmijë të moshës 1-12 vjeç.

- Banka mbështeti “Forum in e Gruas Elbasan”, në shërbimin e saj primar: “Strehëzën e Emergjencës” për gratë dhe vajzat, viktimat të dhunës në familje. Mbështetja është ofruar edhe për 5 raste të grave të dhunuara së bashku me fëmijët, në mbulimin e shpenzimeve të pagesës së qirasë së banesës dhe paketave ushqimore për 5 muaj, deri në periudhën e ri-integrimit të tyre.
- Në bashkëpunim me Fondacionin “Jo Gjakmarrjes Po Jetës”, u dhuruan në fundvit paketa ushqimore dhe veshje për 50 familje në kushte të varfërisë ekstreme, të prekura nga fenomeni i gjakmarrjes në qytetin e Shkodrës.
- Mbështeti Qendrën Shëndetësore Nr.4 në qytetin e Durrësit me materiale dhe veshje mbrojtëse për personelin shëndetësor.

CREAINS bank

Banka mbështeti:

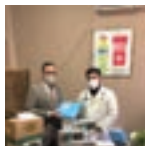
- Edhe gjatë 2020-ës, vazhdoi të mbulojë shpenzimet për 2 fëmijë në fshatin SOS, duke nxitur fuqizimin e mëtejshëm të: “SOS Fshatrat e Fëmijëve Shqiptarë”.
- Kopshtin 31, në blerjen e lodrave për fëmijët.
- Konferencën Kombëtare të Shkencave Mjekësore 7, në organizimin e eventit Livestream në platformën

ZOOM.

- Qendrën Spitalore të Burgjeve, Spitalin Rajonal Berat, Operatorin e Shërbimeve të Kujdesit Shëndetësor, në përmirësimin e infrastrukturës dhe kushtet e mjediseve të punës.
- Panairin: “Shijo produktet lokale të Tiranës”. Me bankën lëvizëse u mirëpritën të gjithë klientët e këtij sektori.
- Ditën Ndërkombëtare të Shfave të Kuzhinës, një veprimtari e organizuar për të tretin vit radhazi.
- Federatën Shqiptare të Aeronautikës, për organizimin e eventit: “Albania Open 2020”, në Vlorë.
- Shoqatën Kulturore: “Kulture pa Kufi-Egnatia”, në organizimin e eventit “Kastriot Tusha & Ardian Trebicka - Tirana Parfum - 100 vjet Live Show TV”.
- Koncertin live: “Break the Darkness” të artistit Eugent Bushpepa.
- Prodhimin e botimit “Shejzat”.
- Ekspozitën me pikturat e artistit Abaz Hado, në mjediset e degës qendrore në Tiranë.
- Hackathonin: “Mobile UX” – një mundësi e shkëlqyer për çdo pjesëmarrës për të qenë jo vetëm fitues i çmimeve, por edhe i një karriere në sistemin bankar.



- Mbështeti eventin e organizuar nga AKCESK (Autoriteti Kombëtar për Certifikimin Elektronik dhe Sigurinë Kibernetike), më



17 - 18 dhjetor, me qëllim rritjen e vigjilencës në fushën kibernetike, veçanërisht për Infrastrukturën.

- Mbështeti Bashkinë Delvinë, me rastin e festave të fundvitit, për shpërndarjen e dhuratave për fëmijët e shkollave, kopshteve dhe çerdheve të qytetit të Delvinës.



- Çdo vit Fibank Albania ka luajtur një rol kyç, për të rritur ndërgjegjësimin dhe mbledhur fonde, për të mbështetur kauza të ndryshme kundra kancerit. Këtë vit të gjitha fondet e mbledhura gjatë tetorit, përfshirë ato të dhuruara nga banka, shkuan për një anëtar të stafit të Fibank që po lufton me një sëmundje të tillë.
- Në bashkëpunim me Kryqin e Kuq Shqiptar, u organizuan në selinë e Fibank, në përputhje të plotë me masat anti-Covid-19, fushata: "Dhuroni gjak për të shpëtuar jetën!".
- Banka i personalizoi kartolinat e urimit për festat e fundvitit në mbështetje të Fondacionit "Spitali Nëna dhe Fëmija" dhe kauzën e tij për të ndihmuar të porsalindurit dhe familjet e reja në nevojë.



- Përfaqësues të stafit të bankës u angazhuan për të përcjellë mesazhe sensibilizuese, në

muajin e ndërgjegjësimit për kancerin e gjirit, përmes një video-je. Mesazhi u shpërnda në të gjitha kanalet zyrtare të bankës dhe te i gjithë stafi, nëpërmjet e-mail-it.

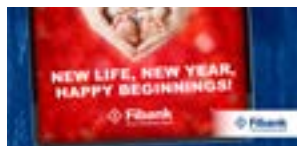
- Në dhjetor, Intesa Sanpaolo Bank Albania ishte edhe këtë vit pjesë e fushatës: "Orange the World" ku në 16 ditët e kësaj fushate u shpërndanë mesazhe aktivizmi për parandalimin e dhunës me bazë gjinore në ekranet e rrjetit të ATM-ve, në faqet zyrtare, në median sociale dhe në stafin e bankës, nëpërmjet e-mail-it.



- Më datë 2 tetor një pjesë e stafit dhuruan gjak, duke respektuar të gjitha masat anti-Covid-19.
- Në muajin tetor, Raiffeisen Bank, në mbështetje të rritjes së ndërgjegjësimit për kancerin e gjirit, iu bashkua kësaj kauze duke dhuruar për klientet femra 300 kupona, për një ekzaminim mamografie falas.
- Edhe këtë vit nuk mungoi mbështetja e Raiffeisen për shtëpinë e fëmijës: "Zyber Hallulli", në Tiranë, duke bërë të mundur që çdo fëmije, nga klasa e 1-rë deri në klasën e 9-të, të mos i mungojë çanta e re e shkollës dhe çdo material tjetër i domosdoshëm për procesin mësimor. Gjithashtu, Raiffeisen dhuroi edhe 8 laptopë, të cilët do t'i vijnë në ndihmë fëmijëve për procesin

mësimor online.

- Raiffeisen bëri të mundur pajisjen e disa shkollave dhe çerdheve në qytetin e Beratit dhe Kuçovës me termometra me rreze infra të kuqe.
- Një tjetër projekt i rëndësishëm ishte mobilimi i 3 kopshteve dhe 2 çerdheve në qytetin e Burrelit. Falë këtij projekti, rreth 500 fëmijë që frekuentojnë këto institucione kanë tashmë krevate të reja dhe hapësira argëtimi shumë komode.
- Më datë 20 nëntor, në Ditën Botërore të Fëmijëve falë mbështetjes së Raiffeisen dhe fondacionit: "Ti je një lule dielli", nëpërmjet terapisë së artit u ndihmuar vogëlushët e hospitalizuar, në repartin e Pediatrisë në Qendrën Spitalore Universitare "Nënë Tereza" Tiranë. Projekti "Klubi i Artit" ka për qëllim të sjellë gëzim dhe lehtësim të të gjithë fëmijët, përmes teatrit të kukullave, pikturave, leximit të librave me logopeden dhe kërcimit.
- Raiffeisen ishte sponsor gjeneral i edicionit të parë të Festivalit Ndërkombëtar të Filmit Dokumentar me metrazh të shkurtër: "Dardan Fest 2020", që u mbajt nga data 27-30 tetor në kryeqytet. Një tjetër koncert mbështetur nga Raiffeisen, duke respektuar të gjitha protokollet e sigurisë, ishte dhe koncerti recital: "Tre musketierët".
- Falë mbështetjes së Raiffeisen, shkolla "Saubudin Gabrani" në kryeqytet ka tashmë dy terrene të reja sportive. Në përfundim



e punimeve, ishin të pranishëm Z. Christian Canacaris, Drejtor i Përgjithshëm i Raiffeisen Bank, Z. Erion Veliaj, Kryetar i Bashkisë Tiranë dhe Dr. Christian Steiner, Ambasadori Austriak në Tiranë.

otpbank

- Banka u bashkua me Festivalin Zumba Master Club, që u organizua në datë 3 tetor në mjediset e Liqenit Artificial të Tiranës.
- Për t'i ardhur në ndihmë të gjithë fëmijëve të apasionuar pas shkencës së matematikës, Banka OTP Albania vendosi të sponsorizojë prodhimin e librit me ushtrime matematike, që u përgatit në kuadër të organizimit të Konkursit Ndërkombëtar të Matematikës "Kangur 2021".
- Përkrahja e radhës është për qytetin e Gramshit, këtë vend të sjellë rishtazi në vëmendjen e turistëve vendas dhe së shpejti edhe të huaj. Banka OTP Albania sponsorizoi prodhimin e 64 tabelave drejtuese për 19 zona turistike në Bashkinë Gramsh, me qëllim mundësimin e një rrugëtimit të lehtë dhe pa rrezik për të apasionuarit pas natyrës së egër dhe aventurës së hiking, trekking, etj.
- Këto kohë, një fokus i veçantë i është dhënë dhe partnerëve. Ata vijnë nga fusha e turizmit shqiptar, por jo vetëm, janë emra me të cilët vendi ynë prezantohet denjësisht në

sytë e botës, me shërbime dhe produkte "Made in Albania". Këtë vit, më shumë se kurrë, duhet t'i rikthehemi traditës dhe produkteve "Made in Albania"; vetëm kështu mund t'i bëjmë ballë sfidave ekonomike që mund të sjellë pandemia.

- Gjatë gjithë këtyre muajve banka lançoi në rrjetet sociale disa konkurse, me fokus promovimin e turizmit vendas. U rikthyem në vendin tonë, zbuluam destinacione që nuk i kishim vizituar; udhëtuam shqip, nga veriu në jug. Ky ishte dhe synimi i bankës kur lançoi këto konkurse: ta duam edhe më shumë vendin tonë, të zbulojmë vendndodhjet më të bukura, nëpërmjet fotove kudo që pushuam.
- Në mbështetjen e familjeve dhe komuniteteve në nevojë prekur nga pandemia, Banka OTP Albania dhuroi pako me ushqime, me rastin e festave të fundvitit.
- Në bashkëpunim me Bankën Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim, u mundësu produktin më i ri, financim për investime eficiente në banesë për ekonominë e gjelbër.

TIRANA BANK

- Tirana Bank, me nismë të Presidentit të Grupit BALFIN z. Samir Mane, i ka kthyer buzëqeshjen Albinës, vajzës së mitur të familjes Lezo në Sarandë. Pas ndërhyrjes së Tirana Bank, banesa e tyre u

rikonstruktua dhe mobilua nga e para, me të gjitha pajisjet e nevojshme elektro-shtëpiake, higjieno-sanitare, etj.

- Banka pajisi Njësinë Vendore të Kujdesit Shëndetësor në qytetin e Elbasanit me kompjuter dhe mjete të tjera pune.

Në shenjë ndërgjegjësimit, banka zhvilloi veprimtari gjatë gjithë muajit tetor, me moton: "Ne Jemi Me Ty, Për Të Triumfuar!". Simboli i kësaj fushate: "Tetor Rozë", ishte dhurimi i një fjongoje rozë çdo zonje të stafit të Tirana Bank. U ndërtua një "Cut Out" i cili shërbeu për foto dhe qëndroi në Zyrat Qendrore gjatë gjithë muajit tetor, duke bërë të mundur realizimin e fotove të ndryshme me stafin. U realizuan elementë dekorativ në hyrjen kryesore të Tirana Bank, dhe u realizua dhe dita e premtë si: "Pink Day" (datë 16, 23 & 30 Tetor).

UNIONBANK

- Këtë fundvit, Union Bank mbështeti projektin: "Babagyshi sekret" të shoqatës "Ura", duke dhuruar librin: "Udhëtimi i Babagyshit në qytetin e 1001 dritareve".
- Banka edhe këtë vit zgjodhi të uronte klientët dhe bashkëpunëtorët me kartolina të ofruara nga Fondacioni "Down Sindrome Albania". Me blerjen e këtyre kartolinave kontribuojmë në ofrimin e shërbimeve terapeutike pa pagesë për fëmijët në nevojë, në qendrën e shërbimeve "Pro Pak".



AAB AKTIVITETE



Pesë vjetori i Objektivave të Zhvillimit të Qëndrueshëm (OZHQ)

Z. Silvio Pedrazzi, Kryetar i AAB-së dhe Drejtor i Përgjithshëm i Intesa Sanpaolo Bank Albania, ndoqi "OZHQ-të dhe sektori privat në Shqipëri", të organizuar në 14 tetor, në 5 vjetorin e OZHQ-ve.

Muaji Evropian i Sigurisë Kibernetike

Tetori shënon Muajin Evropian të Sigurisë Kibernetike. Gjatë muajit, AAB dhe Komiteti i saj i Sigurisë së Informacionit, organizuan një seri seminaresh online.

- Në 15 tetor u mbajt seminar i parë online, me temë: "Siguria Kibernetike në epokën digjitale", që u përqendrua në rreziqet dhe sfidat e botës digjitale.
- Në 22 tetor u mbajt seminar i dytë online, me temë: "Siguria Kibernetike dhe Sfidat në kohën e Distancimit Social", që u përqendrua në rreziqet që hasen në hapësirën kibernetike, si dhe mastrimet përmes kanaleve të ndryshme të komunikimit.
- Në 29 tetor u mbajt seminar i tretë online, me temë: "Siguria Kibernetike dhe Përvoja Shqiptare", që trajtoi çështjet legjislative dhe rregullatore të sistemit dhe mënyrat për një bashkëpunim më të mirë.

Dita Botërore e Kursimeve

AAB, me rastin e Ditës Botërore të Kursimeve më 31 tetor, e me qëllim të promovimit të kursimeve për të planifikuar më mirë nevojat dhe

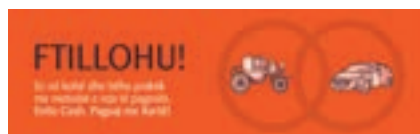
mundësitë për një jetë më të mirë, organizoi një konkurs në internet.

Kryetari i AAB-së në forumin: "Aksesi në Politikat e Financimit - Mbështetje për Produktet Shqiptare"

Më 2 nëntor, u organizua forumi i dytë i dialogut: "Aksesi në Politikat e Financimit - Mbështetje për Produktet Shqiptare", një nismë e ndërmarrë nga Ministria e Financave dhe Ekonomisë dhe Agjencia Shqiptare e Zhvillimit të Investimeve (AIDA), për politikat për të mbështetur produktet shqiptare. Gjatë diskutimit, Z. Silvio Pedrazzi, Kryetar i AAB-së, theksoi mbështetjen e ofruar nga bankat tregtare për kreditimin e sektorëve të ekonomisë, veçanërisht ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme.

Fushata e re e ndërgjegjësimit

AAB, në bashkëpunim me MasterCard, organizoi një



fushatë informuese për rritjen e ndërgjegjësimit të konsumatorit, për përdorimin e kartave bankare dhe për të zvogëluar transaksionet me para të gatshme në ekonomi. Nën parullën: "Ftillohu! Ec në kohë dhe ji praktik me format më të reja të pagesave. Shmang paranë e gatshme, Paguaj me Kartë!", fushata ekspozoi mënyrën tradicionale të përdorimit të parave të gatshme, duke vënë theksin se sa jopraktike dhe "e vjetër" është ajo, si mënyrë pagese. Koncepti paraqitet vizualisht me dy objekte (të vjetra/të reja), të vendosur pranë njëri-tjetrit në formë krahasimore.

Më 4 nëntor, AAB, përmes një konference për shtyp, prezantoi fushatën para mediave.



Konferenca e 40-të Rajonale e BACEE në internet

Z. Spiro Brumbulli, Sekretar i Përgjithshëm i AAB mori pjesë në Konferencën e 40-të Bankare Rajonale të BACEE në internet, në 17 nëntor, 2020. Gjatë prezantimit të tij, trajtoi shkurtimisht çështje, të tilla si: Situata nën COVID-19, masat kryesore të qeverisë për mbështetjen e ekonominë, gjendjen e sektorit bankar, perspektivat, etj. Rreth 149 pjesëmarrës, nga 26 vende dhe 74 institucione, morën pjesë në këtë konferencë online dhe AAB ishte një nga sponsorët e argjendtë.

Webinar i zgjidhjeve bankare EnVISION ECM

Më 19 nëntor, CBKSoft, në bashkëpunim me AAB-në, organizoi një seminar në internet mbi Enterprise Content Management (ECM) dhe zgjidhjet bankare.

Për procedurat tatimore

AAB ishte një nga kontribuuesit kryesorë në ndryshimin e Udhëzimit Nr.24 të Ministrit të Financave dhe Ekonomisë: "Për procedurat tatimore në Republikën e Shqipërisë". Sipas ndryshimit të kryer, janë saktësuar procedurat në bllokimin e llogarive bankare të njësive ekonomike që kanë detyrime tatimore të papaguara si dhe procedura në rastin kur detyrimet tatimore të personit juridik nuk shlyhen plotësisht dhe administrata tatimore e transferon detyrimin e mbetur tatimor të njësisë ekonomike te partneri /ortaku, aksionari dhe administratori.

