



KDU 2014(05)
00(05)

Revistë kërkimore-shkencore

ABSTRAKT

Nr.2, 2016



PRISHTINE

Kolegji AAB
Dega Ferizaj

Abstrakt

Revistë kërkimore-shkencore

Nr.2, 2016

Përmbajtja

Përmbajtja.....	3
Aplikimi i analizës së bashkuar në marketing Rasti: “Kolegji AAB” <i>Roberta BAJRAMI</i>	5
Efekti i e-administratës në përsheptimin e procedurave në Komunën e Ferizajt <i>Shqipe Shaqiri</i>	29
Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet <i>Lindita Jusufi</i>	51
Roli i gjuhës angleze në WEB-faqet e NVM-ve në Komunën e Ferizajt <i>Lindita Jusufi</i>	71
Roli i noterive në trashëgiminë e pronave <i>Shqipe Shaqiri</i>	83

Aplikimi i analizës së bashkuar në marketing

Rasti: “Kolegji AAB”

Roberta BAJRAMI

Abstrakti

Në këtë punim është bërë diskutimi rreth aplikimit të analizës së bashkuar në Marketing. Analiza e bashkuar përdoret për të studiuar faktorët që ndikojnë në vendimet që marrin konsumatorët për të bërë blerje. Analiza e bashkuar është një teknikë statistikore e cila përdoret në hulumtimin e tregut, për të përcaktuar se si njerëzit i vlerësojnë karakteristikat e ndryshme të cilat e bëjnë një produkt apo shërbim më të mirë sesa një produkt apo një shërbim tjetër. Nga ana tjetër, Marketingu merret me identifikimin e nevojave të konsumatorëve dhe plotësimin e dëshirave dhe kërkesave të tyre, gjithashtu edhe me gjetjen e formave më të mira për dërgimin e produktit apo shërbimit nga kompania deri te konsumatori. Me anë të këtij punimi është sqaruar se si i identifikojmë këto kërkesa, si i klasifikojmë disa prej tyre me anë të analizës së bashkuar, a është analiza e bashkuar matës i këtyre karakteristikave apo attributeve të produkteve dhe shërbimeve, si dhe sa jep rezultate të sakta analiza e bashkuar rreth hulumtimit të të dhënave. Për analizimin e attributeve që kanë produktet dhe shërbimet, dhe për ta ditur se cilat nga këto janë më të rëndësishme e që i shtojnë konsumatorët të marrin vendim për t'i blerë, në këtë punim është marrë për analizë rasti konkret “Kolegji AAB” i cili ofron shërbime, më konkretisht është analizuar pse studentët zgjedhin të studiojnë në AAB. Arsyeja e marrjes në konsideratë të kësaj pyetjeje është se “Kolegji AAB” që nga themelimi i tij e deri më tani ka pasur në vazhdimësi rritje të numrit të studentëve. Me anë të analizës së bashkuar është bërë matja e opinionit të studentëve për arsyet e zgjedhjes së studimeve të tyre.

Fjalët kyçe: *analiza e bashkuar, marketingu, sjellje konsumatore, Kolegji AAB*

Hyrje

Qëllimi i këtij punimi është identifikimi i teorive mbi analizën e bashkuar dhe plotësimi i tyre me anë të koncepteve të marketingut. Gjithashtu e rëndësishme për këtë punim është edhe zbatimi i hapave dhe metodave të analizës së bashkuar për analizimin e rastit praktik i cili është Kolegji AAB.

Kur flasim për Marketingun, teoritë dhe konceptet e tij, shohim se e gjitha sillet rreth hulumtimit të tregut, identifikimit të nevojave dhe kërkesave të konsumatorëve. Analiza e bashkuar është njëra ndër teknikat statistikore, e cila është e krijuar për analizimin dhe krijimin e rezultateve në marketing. Kjo analizë është zbuluar më vonë në krahasim me teknikat statistikore dhe matematikore për analizimin e të dhënave, konkretisht për analizimin e pyetësorëve. Arsyeja pse them pyetësorëve është sepse, hulumtimi i tregut merret me analizimin e mendimeve të të anketuarve (të anketuar janë konsumatorët apo klientët), konkretisht dëshirave dhe kërkesave të tyre në lidhje me një produkt apo shërbim të caktuar. Zhvillimi i marketingut drejt një epoke të re thotë se çdo kompani apo biznes duhet të dijë se çka ka në mendjen dhe zemrën e konsumatorëve, e cila është në lidhshmëri me sjelljen konsumatore, dhe që ka të bëjë me faktorët që influencojnë konsumatorët për të bërë blerje, apo nxitja në përzgjedhjen e një produkti apo shërbimi. Të gjitha këto që u cekën më lart, mund të maten me anë të analizës së bashkuar. Pra, analiza e bashkuar është teknikë matëse për hulumtimin e tregut.

Pasi që e gjithë tema e ka fokusin te marketingu dhe analiza e bashkuar, në këtë punim është bërë aplikimi i saj në formë praktike. Pra, në pjesën e dytë të kësaj teme është shqyrtuar ana praktike, ku si rast konkret është marrë "Kolegji AAB". Shumë studime të cilat janë bërë deri më tani rreth analizës së bashkuar kanë qenë të fokusuara tek kompanitë të cilat ofrojnë produkte dhe shumë pak kanë qenë të fokusuara tek ato që ofrojnë shërbime. Por, pasi që ekzistojnë rregulla të njëjta për hulumtimin e tregut, si për ato të produkteve po ashtu edhe për ato të shërbimeve, nuk ka qenë i vështirë aplikimi i saj në shërbime.

"Kolegji AAB" njihet si institucion i arsimit lider në treg për nga numri i studentëve në Kosovë. Është një fakultet i cili influencon studentët që ta zgjedhin pikërisht këtë institucion për t'i ndjekur studimet universitare krahasueshmërisht më shumë se sa në kolegje të tjera. Atëherë duke ditur këtë interesim të lartë të studentëve për "Kolegjin AAB", qëllimi i analizës ka qenë të gjejë përgjigjen se përse ata zgjedhin të studiojnë në këtë Kolegj; çka i influencon për të marrë këtë vendim, apo cilët janë faktorët nxitës që ata i shtojnë të zgjedhin Kolegjin AAB për t'i vijuar studimet.

Metodologjia

Për hulumtimin e këtij punimi janë gërshetuar të dhënat sekondare dhe të dhënat primare. Të dhënat sekondare janë marrë kryesisht nga literatura bashkëkohore. Mirëpo, këto të dhëna gjithashtu janë siguruar edhe nga biblioteka të ndryshme elektronike botërore, punime shkencore të botuara dhe prezantuara në konferenca të njohura ndërkombëtare, enciklopedi dhe revista. Disa të dhëna bazë të cilat kanë qenë të nevojshme për hulumtim janë siguruar edhe nga Kolegji AAB. Të dhënat dytësore janë të fokusuar në teoritë e zhvillimit të marketingut dhe konceptet e tij, teoritë në sjelljen konsumatore, dhe teoritë mbi analizën e bashkuar. Pasi hulumtimi ka qenë i përkushtuar te preferenca e studentëve për zgjedhjen e studimeve të tyre, të dhënat primare janë siguruar nga anketimi i një mostre përzgjedhëse të studentëve. Një pjesë e pyetësorit ka qenë e strukturuar dhe një pjesë e vogël ka qenë me pyetje të hapura. Për mbledhjen e të dhënave është përdorur programi googleforms, ndërsa për analizimin e tyre është përdorur programi excel, dhe programi SPSS (Krasniqi, 2013). Metoda përzgjedhëse për analizimin e të dhënave është analiza e bashkuar e cila njihet si teknikë matëse e marketingut hulumtues.

Formulimi i anketës është bërë mbi bazën e parashtrimit të hipotezave. Nga hipoteza kryesore dhe nën-hipotezat janë formuluar pyetjet të cilat kanë dërguar në vërtetësinë e tyre. Anketa është e ndarë në tri pjesë. Pjesa e parë është e përbërë nga pyetjet demografike të anketës, si ato : mosha, gjinia, nota mesatare, kampusi, inkuadrimi në marrëdhënie

pune. Pjesa e dytë ka të bëjë me pyetjet rreth vërtetimit të hipotezës, e cila ndahet në tri nën-hipoteza të cilat pasojnë me nënpyetje, si: pse studentët zgjedhin t'i përfundojnë studimet në Kolegjin AAB - infrastrukturës, programeve apo çmimit të volitshëm? Në pjesën tjetër shtrohet pyetja se a do të vazhdojnë studimet në AAB, dhe pason me pyetjen që ka të bëjë me përparësitë dhe të metat në këtë kolegji. Arsyeja e formulimit të kësaj pyetje është për shkak të analizimit të rekomandimeve për të ardhmen.

Nga këto pyetje do merren rezultatet praktike për atë që është më e preferuar apo jo. Përveç kësaj qëllimi kryesor i këtij punimi është vërtetimi i rezultateve duke përdorur një teknikë e cila është dal nga Matematika dhe Statistika që quhet analizë e bashkuar dhe studimi kritik i saj në saktësinë e rezultateve.

Hipotezat e hulumtimit janë:

H: Ofrimi i kushteve dhe shërbimeve cilësore ndikon në influencimin apo bindjen për zgjedhjen e një shërbimi të caktuar

NH1: Infrastruktura moderne

NH2: Programe studimi në përputhje me kërkesat e tregut të punës

NH3: Çmimi i volitshëm dhe kushte të mira pagese

Variablat e pavarura janë të gjitha pyetjet të cilat janë paraqitur në shtojcën 1, ndërsa variabël e varur është parashikimi i % së ngritjes të numrit të studentëve.

Përshkrimi i rezultateve është bërë në formë të përqindjes, ndërsa për vërtetimin e hipotezave janë përdorur teknikat Anova dhe OLS model të cilat bëjnë pjesë tek analiza e bashkuar.

RISHIKIMI I LITERATURËS/KORNIZA TEORIKE E HULUMTIMIT

Kuptueshmëria e Analizës së Bashkuar dhe aplikimi i saj në marketing

Njeriu i cili ka kontribuar më së shumti në marketing dhe fitoi çmimin nobel për marketing, apo thënë ndryshe babai i marketingut është

profesori i njohur Philip Kotler, i cili ka shumë definicione rreth marketingut. Njëri ndër përkufizimet e tij është: Marketingu është proces që krijon vlera për klientët dhe ndërton marrëdhënie të fuqishme me ta, në mënyrë që si shkëmbim të tërheqin vlerë nga klientët (Parimet e Marketingut, 2013).

Marketingu në kulmet e veta do të jetë një harmonizim i tri koncepteve: identitetit, integritetit dhe imazhit. Marketingu është për përcaktimin e qartë të identitetit tuaj unik dhe formimit të tij me integritete origjinale për të ndërtuar një imazh të fortë (Philip Kotler, 2013). Marketingu 3.0 është gjithashtu për marketingun e kuptimit, të mëshiruar në misionin, vizionin dhe vlerat e korporatës. Duke e përcaktuar marketingun në këtë mënyrë, ne dëshirojmë që të lartësojmë edhe më tej gjendjen e marketingut për ta bërë atë një lojtar madhor në projektimin e së ardhmes strategjike të kompanisë (Philip Kotler, 2013). Marketingu nuk duhet konsideruar tani sikur vetëm shet dhe përdor pajisje për të krijuar kërkesë (Philip Kotler, 2013). Marketingu tani konsiderohet si shpresë madhore e një kompanie për të rivendosur besimin e konsumatorit (Philip Kotler, 2013).

Një përkufizim tjetër mbi sjelljet konsumatore thotë se sjelljet konsumatore janë proces i përbërë nga aksionet dhe reaksionet në marrjen e vendimeve për blerjen e produkteve e të shërbimeve për përmbushjen e nevojave të veta (Jakupi, 2008, f. 146).

Sjellja konsumatore është studim i asaj se si individët, grupet apo organizatat selektojnë, blejnë, shfrytëzojnë dhe posedojnë të mira materiale, shërbime, ide apo përvoja për t'i kënaqur nevojat dhe dëshirat e tyre (Keller, 2009, f. 158).

Pjesa më e vështirë e një studimi është atëherë kur studiojmë njeriun, dëshirat dhe nevojat e tij. Nëse bëjmë analiza në të gjithë botën, shohim se nuk mund t'i gjejmë dy njerëz të cilët kanë karakteristika identike, apo thënë ndryshe, të jenë shpirt-binjakë, të kenë nevoja, dëshira, kërkesa, mendime, ide, etj., të njëjta. Nga ana tjetër, secili nga ne ndonjëherë nuk di se çfarë mendon dhe çfarë dëshiron të blejë, ose pse e ka blerë një produkt apo shërbim. Një ekspert i marketingut thotë se mendja e njerëzve nuk funksionon në mënyrë lineare (Amstrong, 2013, f. 146). Ideja se mendja është një dosje me seksione të ndara ruajtjeje, ku marka apo logot ose paketat e njohura ruhen në dosje të shënuara qartë,

të cilave mund t'ju qasemi nëpërmjet reklamave tregtare të shkruara me mençuri, thjeshtë nuk ekziston. Në vend të kësaj, mendja është një masë neuronesh që lëvizin sa andej këndeje, vijnë rrotull, pështjellohen, përplasen me njëra tjetrën dhe bëhen lëmsh, duke krijuar vazhdimisht koncepte të reja, mendime dhe marrëdhënie të reja në trurin e çdo personi kudo që të jetë (Amstrong, 2013). Atëherë, nga e gjithë kjo që u cek më lart shtrohet pyetja se si kompania t'i dijë dhe t'i mësojë preferencat e konsumatorëve ndaj produkteve dhe shërbimeve, përdërisa në botë kemi shumë e shumë kërkesa dhe dëshira të cilat janë të ndryshme njëra me tjetrën, dhe kur mendja e njeriut vazhdimisht krijon koncepte dhe mendime të reja në lidhje me produktet dhe shërbimet.

Për t'i shtjelluar aspektet që ndikojnë në vendimarrjen e konsumatorëve për të blerë, ekspertët e marketingut kanë marrë për bazë disa faktorë, të cilët sadopak na sjellin më afër tregimit, se ku duhet të fokusohet një kompani për të bërë përshtatjen e produktit (shërbimit) me kërkesat e tregut. Blerjet e konsumatorëve ndikohen shumë nga faktorët **kulturorë, socialë, personalë dhe psikologjikë** (Amstrong, 2013).

Emri "Analiza e bashkuar" nënkupton studimin e efekteve të përbashkëta (González Calleros).

Analiza e bashkuar fillimisht është zhvilluar në kontekstin e Matematikës Psikologjike në vitin 1960 (Luce, 1964). Analiza e bashkuar është aplikuar për herë të parë nga Green dhe Rao në fillim të viteve 1970 drejtuar sjelljes konsumatore (Green, 1971). Koncepti bazë i analizës së bashkuar është për të vlerësuar vlerat e preferencës për aspekte të pjesshme të objekteve duke matur preferencë për objekte në tërësi. Në rast të rekomandimit për produktin objektet janë të produktet (shërbimet) dhe aspektet e pjesshme janë atributet e produkteve. Në vijim produktet objekte që përbëhen nga një grup i caktuar i attributeve. Nëse vlerat e preferuara për të gjitha atributet e një klase të produktit vlerësohen, ajo është e mundur për të llogaritur vlerën preferencë për çdo produkt ekzistues të kësaj klase.

Analiza e bashkuar ka dy objektiva kryesore: (i) për të përcaktuar kontributin e variablave parashikuese (nivelet atribut) për preferencat e konsumatorit përgjithshme, dhe (ii) për të krijuar një model të

vlefshme të aktgjykimeve të konsumit të dobishëm në parashikimin e konsumit (Hair, 1995). Pranimi i çdo kombinim të attributeve, madje edhe ata që nuk vlerësohen fillimisht nga ana e konsumatorëve. (Hair, 1995, fv. 569-599).

Analiza e bashkuar është qasje optimale për hulumtimin e tregut, për matjen e vlerës që konsumatorët vënë në karakteristikat e një produkti apo shërbimi. Kjo qasje përdoret zakonisht duke kombinuar skenarë të vërtetë të jetës si dhe teknika statistikore me modelimin e vendimeve aktuale të tregut. Pra analiza e bashkuar është njëra nga teknikat e avancuara më të përdorura në hulumtimet e marketingut dhe i lejon hulumtuesit të parashikojnë zgjedhjen e brenditë të caktuar nga konsumatorë të caktuar.

Hapat e zbatimit të analizës së bashkuar

Hapat e detajuar të analizës së bashkuar janë paraqitur në figurën e mëposhtme (Green P. a., 1990; Backhaus, 2005).

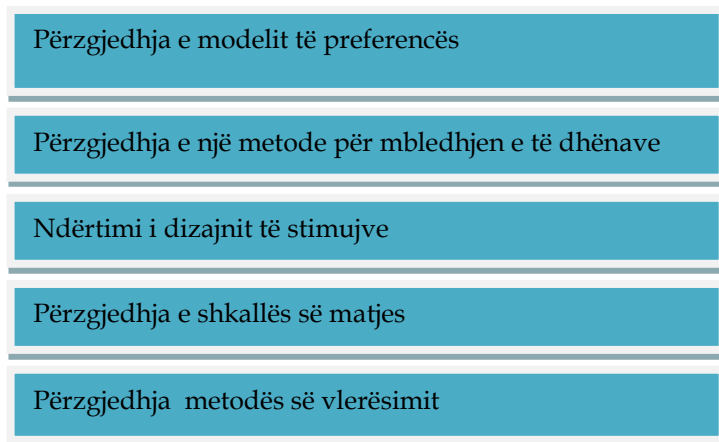


Fig.1. Hapat e zbatimit të analizës së bashkuar

QASJA E REGRESIONIT OLS (ORDINARY LEAST SQUARE) NË ANALIZË TË BASHKUAR

Qasja e regresionit të Ordinary Least Square në analizën e bashkuar ofron një metodë të thjeshtë, por të fuqishme, për të derivuar format alternative të shërbimeve të intervistuar (pjesa-vlerë, vektor apo modelet ideale). Atraktiviteti i modelit OLS është pjesërisht rezultat i aftësisë së përshkallëzimit të zgjedhjeve të intervistuar duke përdorur përshkallëzues rendor në vend të renditjeve. Aftësia për të implementuar planet të cilat kanë numër më të madh të attributeve dhe niveleve (nëpërmjet projekteve të pjesshme faktoriale), e ka bërë këtë metodologji de facto standarde për analizën e bashkuar (Srinivasan, 1978).

Objekti i analizës së bashkuar OSL është që të prodhojë një sërë shërbimesh pjesë-vlerë (vektorët apo shërbimet e pikës ideale mund të vlerësohen gjithashtu), të cilat identifikojnë preferencën e secilit të intervistuar për secilin nivel të një seti të attributeve të produktit. Në aplikim, modelet OSL zgjidhin për shërbimet duke përdorur një matricë bedel të variablave të pavarura. Secila variabël e pavarur tregon praninë apo mungesën e një niveli të caktuar të atributit. Variabla e varur është evoluimi i të intervistuarit, i një prej profileve të përshkruara nga variabla e pavarur (Srinivasan, 1978).

Programet për aplikimin e analizës së bashkuar

Në ditët e sotme të gjithë jeta është duke shkuar drejt digjitalizimit dhe është duke u zhdukur ana manuale për bërjen e punëve të ndryshme. Prandaj edhe për zbatimin e Analizës së bashkuar kemi programe aplikative apo software me anë të të cilëve krijojmë rezultate duke zbatuar modelet dhe formulat e cekura më lart.

Ndër programet më të përdorura për aplikimin e analizës së bashkuar janë :

EXEL

GOOGLE FORMS

SPSS

STAT

SURVEYANALYTICS etj.

APLIKIMI I ANALIZËS SË BASHKUAR NË MARKETING

Pas diskutimit të teorive të marketingut, sjelljes konsumatore dhe analizës së bashkuar kam bërë një lidhje në mes të këtyre tri koncepteve, duke shikuar dhe analizuar literaturën përkatëse.

Marketingu është një oqean i tërë në vetvete. Njëra nga pjesët e marketingut është edhe sjellja konsumatore. Marketingu na mëson se si produktin apo shërbimin ta dërgojmë nga kompania deri të konsumatori final. Sjellja konsumatore është njëra prej pikave të kësaj rruge. Kurse analiza e bashkuar është teknikë matëse se çfarë konsumatorët i influencon në blerjen e një produkti apo shërbimi.

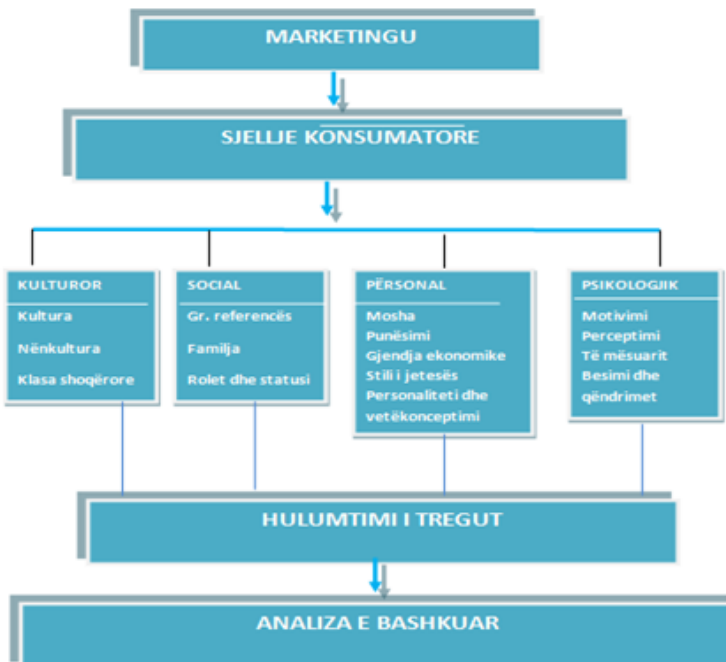


Figura 2. Ndërlidhja mes Analizës së Bashkuar dhe Marketingut

Në figurën 2 është paraqitur një skemë, e cila tregon se si mund ta aplikojmë analizën e bashkuar në marketing. Kjo skemë është bërë

duke iu referuar shënimeve nga literatura të ndryshme rreth marketingut, sjelljes konsumatore dhe analizës së bashkuar.

Faktorët që influencojnë në sjellje konsumatore janë: faktorët kulturorë, socialë, personalë dhe psikologjikë. Të gjithë këta faktorë e shtyjnë konsumatorin me apo pa dashje në blerjen e një produkti apo shërbimi. Kur dëshirojmë që një produkt ta hedhim në treg, atëherë duhet të bëhet hulumtimi i tregut duke analizuar dhe duke u bazuar në të gjithë faktorët e cekur më lart. Të gjitha këto mund të maten me analizën e bashkuar. Pra, kur një kompani vendos ta hedh një produkt (shërbim) në treg, ajo duhet të bëjë hulumtimin e tregut. Kur bëhet hulumtimi i tregut, duhet ditur se çfarë kulture ka ai vend, sa janë të ardhurat personale të individëve, cila është shtresa sociale, cila është mosha mesatare, cila është shkalla e papunësisë, besimet dhe qëndrimet e tyre. Të gjitha këto na dërgojnë në përfundim se si konsumatorët e perceptojnë një produkt apo një shërbim të caktuar, dhe çfarë motive mund të kenë për të vendosur për blerje. Disa prej këtyre faktorëve të cekur më lart, si: papunësia, mosha mesatare, etj., mund të sigurohen nga të dhëna primare dhe sekondare. Analizimin e këtyre të dhënave, që i sigurojmë nga burime të ndryshme informacioni, mund ta bëjmë me analizë të bashkuar. Mirëpo nuk do të thotë që kjo është forma e vetme për analizimin e të dhënave, sepse matematika dhe statistika është aq e gjerë, sa që ka forma të ndryshme dhe teknika të shumta për analizim të dhënash. Por kur është fjala për marketing, më e avancuar dhe e krijuar veçanërisht për marketing është analiza e bashkuar, e cila definohet si teknikë e cila nxjerr rezultatet nga hulumtimet e tregut (Green P. a., 1990).

APLIKIMI I ANALIZËS SË BASHKUAR NË MARKETING - Rasti Kolegji AAB

Pas shqyrtimit të teorive mbi analizën e bashkuar dhe ndërlidhjes së saj me marketingun, për rast studimi është marrë Kolegji AAB.

HAPAT	METODAT
Zgjedhja e modelit të preferencës	Modeli Linar
Mbledhja e të dhënave	Profili i plotë

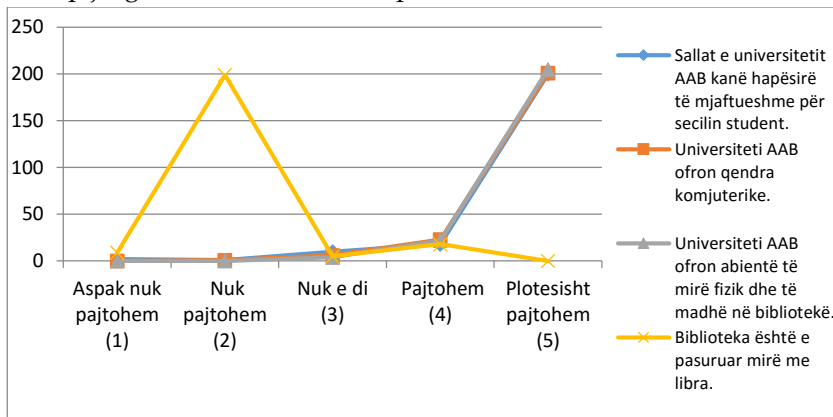
Ndërtimi i stimujve	Dizajnim faktorial- matrica - Shkalla e Likertit
Preferenca matëse	Renditje Rezultatet Krahasim
Vlerësimi	Regresioni Anova, OLS
Prezantimi i rezultateve	Përshkrim Prezantim vizual , shërbime reale

Prezantimi i rezultateve

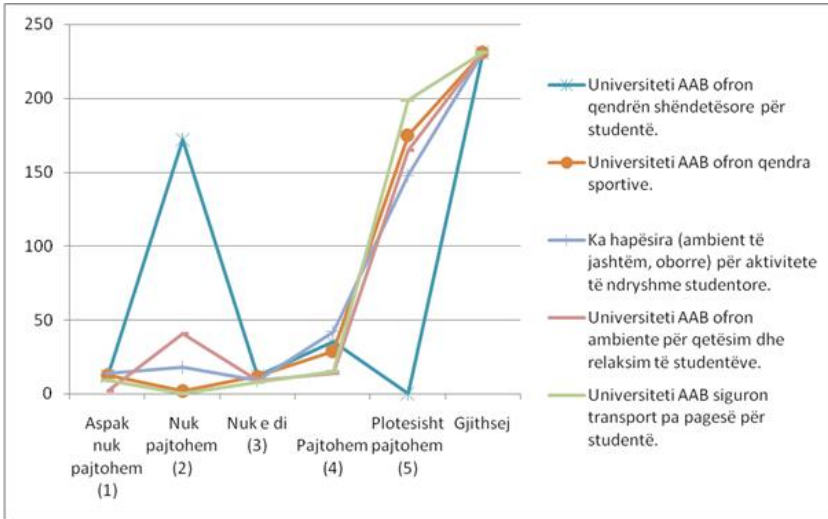
Në pjesën e parë janë paraqitur format grafike të të dhënave në përqindje, mandej analizimi, krahasimi i rezultateve dhe vlerësimi i hipotezës.

Në vazhdim janë paraqitur gjykimet nga 231 responentë të përgjigjur në anketa. Faktori i parë për infrastrukturë nëntë attribute, programet e studimit katër attribute dhe faktori i çmimit pesë attribute. Gjithsej në total janë mbi 4000 stimuj.

Paraqitja grafike e të dhënave për infrastruktur moderne



Graf. 1 infrastruktura moderne

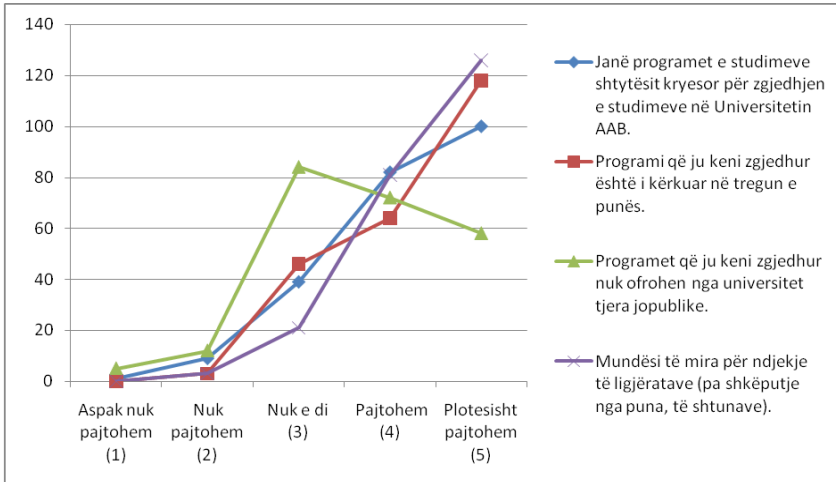


Graf.2 Infrastruktura Moderne

Jeta globale kërkon kushte për avancim në çdo fushë. Sipas studimeve të fundit, pohohet se ambienti që na rrethon është shumë i rëndësishëm për vijimin dhe zgjedhjen e një shërbimi të caktuar, e sidomos tek institucionet edukativo-arsimore, të cilat duhen të jenë miqësore dhe të ngrohta për të gjithë për nga dukja fizike. Këtë e kanë vërtetuar edhe rezultatet e marra nga anketuesit. Ku për të gjithë është shumë i rëndësishëm ambienti në të cilin ata studiojnë. 218 të anketuar pajtohen se Kolegji ka hapësirë të mjaftueshme për secilin student. 224 thonë se Kolegji AAB ofron qendra kompjuterike. Ambienti fizik në bibliotekë është relativisht i mirë, kështu mendojnë 227 të anketuar.

Grafiku nr. 1 është vazhdimësi e grafikut nr. 2, në të cilin paraqitet plotësimi i disa kushteve për të siguruar infrastrukturë moderne. Kolegji AAB ofron qendra shëndetësore për studentë në kampusin e Prishtinës. Pasi në këtë kolegji është edhe Fakulteti i Edukatës Fizike, nga ky fakt rezulton se është mjaft i pasur me qendra sportive, ku disa prej tyre janë në shërbim të të gjithë studentëve. 190 studentë të anketuar mendojnë se ka hapësira të ndryshme për aktivitete studentore. 179 thonë se ka ambiente për qetësim dhe relaksim të studentëve. Stimujt total = $231 \times 9 = 2079$.

Paraqitja grafike e të dhënave për programet e studimit

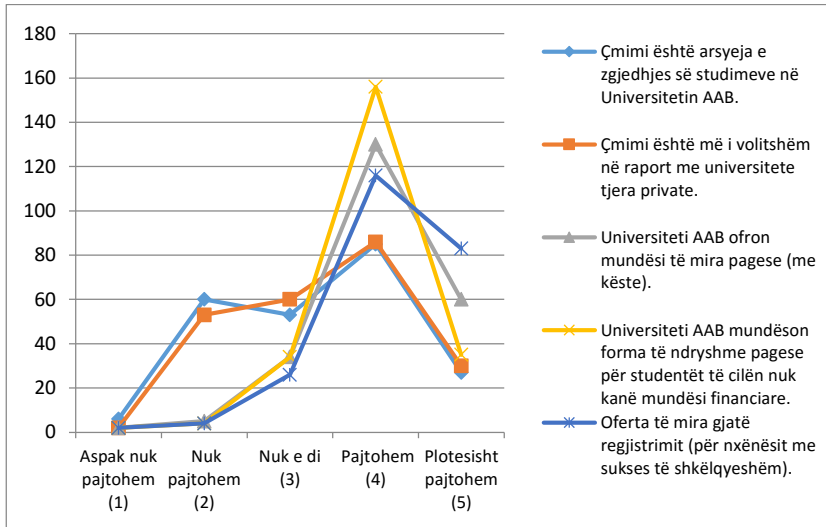


Graf. 3 Programe studimi në përputhje me kërkesat e tregut të punës

Kolegji AAB është i pasur me programe të cilat janë në harmoni me kërkesat e tregut. Në këtë Kolegj janë 24 programe bachelor dhe 12 programe maste r(<http://aab-edu.net/sq/fakultetet>). Programet e studimit janë faktorët kryesorë në zgjedhjen e studimeve. Për 183 të anketuar, programet e studimeve kanë qenë shtytësit kryesorë për të vendosur se në cilin kolegj të regjistrohesh. 182 thonë se programet të cilat janë të ofruara janë të kërkuara në tregun e punës. Shumica nga të anketuarit nuk e dinë nëse këto programe që ata kanë zgjedhur t'i studiojnë ofrohen nga kolegje të tjera apo jo. Mirëpo, për ta është shumë e rëndësishme mundësia e ndjekjes së ligjëratave edhe gjatë ditës së shtunë, për gjithë ata të cilët janë të punësuar. Po t'i krahasojmë këto katër attribute në mes veti, më i rëndësishmi dhe me përqindjen më të madhe del të jetë atributi i fundit, pra mundësia e ndjekjes së studimeve gjatë ditës së shtunë dhe pa shkëputje nga puna. Për këtë janë përgjigjur 207 të anketuar.

Totali i stimujve = $231 \times 4 = 924$

Paraqitja grafike e të dhënave për çmimin e ofruar



Graf. 4 Çmimi i volitshëm dhe kushte të mira pagese

Çmimi është faktori kryesor që konsumatorët i shtynë në zgjedhjen e një produkti apo shërbimi. Kur vendosim të caktojmë një çmim, përveç faktorëve psikologjikë të sjellja konsumatore duhet t'i analizojmë edhe faktorët personalë, si: mosha, gjendja ekonomike në familje, etj. Te rasti në fjalë, për studimet universitare, shumica e vlerësojnë lart faktin se çmimi është i arsyeshëm dhe konkurrues në treg. 112 të anketuar thonë se çmimi është i volitshëm. 116 nga ta mendojnë se ofrohen kushte të mira pagese. 190 mendojnë se ofrohen forma të ndryshme pagese për të gjithë ata të cilët nuk kanë mundësi financiare. 199 thonë se ofrohen kushte të mira pagese për nxënës me sukses të shkëlqyeshëm. Çdo atribut ka 231 stimuj, gjithsej janë 5 attribute. Stimuj total = $231 \times 5 = 1155$. Pra totali i stimujve tek çmimi është 1155 stimuj.

Vërtetimi i rezultatetve - Anova dhe Ols Model

Regresionit, Residual (mbetur), Total - Regresion do të thotë të gjitha ato përgjigje nga variablat që kanë marr pjesë në model, ndërsa Residual është pjesa e mbetur. Kur këto dyja mbledhen na japin Totalin, që

nënkupton variablat e pavarura të cilat janë futur për analizim në model dhe ato të cilat nuk janë duke u analizuar.

SumSquare(SS)- Këto janë shuma e shesheve lidhur me tre burime të variancës, Total, Modeli dhe të Mbeturat.

df - Varianca totale është N-1 shkallë lirie. Shkallët e regresionit të lirisë korrespondon me numrin e koeficienteve të vlerësuar minus 1.

g. MeanSquare (MS) - shuma e shesheve të ndara nga DF tyre përkatëse. $MS = SS / DF$.

F dhe Sig. - Kjo është F statistika the-vlera p lidhur me të. F-statistikë është shesh, do të thotë (regresioni) ndahet nga MeanSquare (Mbetjeve): $38,624 / 2,610 = 14,797$. Vlera p është në krahasim me një nivel alfa në testimin e hipotezës zero që të gjithë koeficientet e modelit janë 0.

INFRASTRUKTURA

ANOVA^a

Model	SumofSquares	df	MeanSquare	F	Sig.
1 Regression	347,613	9	38,624	14,797	,000 ^b
Residual	576,849	221	2,610		
Total	924,462	230			

a. Variabla e varur e parashikuar

b. IM 1 deri IM9

$$y = .25 + .07IM1 + 0.4IM2 + 0.1IM3 + 0.2IM4 + .09IM5 + .1IM6 \\ + .06IM7 + .4IM8 + .2IM9$$

Çdo faktor i "B" do të ndikojë në përqindje të caktuar për bindje në zgjedhjen e një shërbimi.

Ky rezultat është sintifikant pasi nga IM1 deri në IM9 sig = 0.000

Programet e studimit

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	298,161	4	74,540	26,898	,000 ^b
Residual	626,301	226	2,771		
Total	924,462	230			

a. Variabla e varur e parashikuar

b. PS1 deri PS4

$$y = .18 + .08PS1 + .8PS2 + .8PS3 + .6PS4$$

Koeficienti 18 nënkupton që pavarësisht programeve të studimit 18 % vendosin të studiojnë në AAB, kurse çdo e mirë e programit që është në përputhje me kërkesat e tregut do të ndikojë në rritje për çdo faktor të dhënë te modeli.

ÇMIMI I STUDIMEVE

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	250,592	5	50,118	16,734	,000 ^b
Residual	673,870	225	2,995		
Total	924,462	230			

a. Variabla e varur e parashikuar

b. ÇS1 deri ÇS5

$$y = .29 + .35ÇS1 + .19ÇS2 + .6ÇS3 + .7ÇS4 + .09ÇS5$$

Nëse bëjmë krahasimin në mesë të variabiles së parë deri tek e treta dhe marrim për bazë koeficientet përkatës, më e rëndësishme del programet e studimit, mandej infrastruktura dhe në fund çmimi i studimeve.

Studimi dhe hulumtimi i ardhshëm për teknikat e vlerësimit tek analiza e bashkuar në marketing¹

Duke u nisur nga rishikimi i literaturës dhe aplikimit të teknikave për vlerësim të rezultateve ANOVA dhe OLS, do bëja pyetjen :

A ekziston një teknikë për matje të këtyre rezultateve e cila është me e thjeshtë dhe më e saktë kur bëjmë këto analiza?

Analizë e bashkuar dhe Marketing – Bashkimi i mendimeve.

Nisemi nga vlerësimet 1 deri në 5 dhe bëjmë matjen e tyre me formulën :

$$\begin{aligned}\text{Preferenca e ulët} &= \frac{\sum \text{Preferencave negative}}{\sum \text{stimujve}} \\ \text{Preferenca e lartë} &= \frac{\sum \text{Preferencave pozitive}}{\sum \text{stimujve}} \\ \text{Preferenca neutrale} &= \frac{\sum \text{Preferencave neutrale}}{\sum \text{stimujve}}\end{aligned}$$

Infrastruktura (IM)

Më pak e preferuar = 0,23809524

Neutral = 0,03607504

Shumë e preferuar = 0,7258297

Koeficienti B konstant = preferencën neutrale

Koeficienti B1= Preferenca e lartë - Preferenca e ulët.

Y= .03+(.72-.23)IM

Kjo që nënkupton se pavarësisht ndryshimeve në infrastrukturë 3% e studentëve do zgjidhin studimet. (.72-.23)IM, është kur të gjitha variablat e pavarura kthehen në një variabël, dhe nënkupton që 49% e studentëve zgjedhin studimet për infrastrukturë moderne. Kurse pjesa tjetër e mbetur është nga faktorët e tjerë.

Programet e studimit (PS)

¹ Këto janë vetëm propozime për hulumtim në të ardhmen dhe nuk mund të citohen pasi nuk janë të vërtetuara.

Më pak e preferuar = 0,03571429

Neutral = 0,20562771

Shumë e preferuar = 0,75865801

$Y = .2 + (.75 - .03)PS$

Çmimi i studimeve (ÇS)

Më pak e preferuar = 0,121212

Neutral = 0,179221

Shumë e preferuar = 0,699567

$Y = .17 + (.69 - .12)ÇS$

Kur marrim në total vlerësimin e preferencës për ta vërtetuar hipotezën e përgjithshme zbatojmë formulën

$$\begin{aligned} Vlersimifinal &= \frac{\sum nripreferencës}{\sum (nrtëstimujve * nriattributeve)} \\ Vlersimiihipotezës &= \frac{1509 + 701 + 808}{231 * 9 + 231 * 4 + 231 * 5} \\ &= \frac{3018}{231 * 18} = \frac{3018}{4158} = 0,7258 * 100 = 72,58\% \end{aligned}$$

72,58 % e të anketuarve janë të kënaqur me të gjitha kushtet dhe shërbimet që ofron Kolegji AAB për studime. Po ashtu 72,58 % prej tyre kanë zgjedhur vlerësimin më të lartë 4 dhe 5 që pajtohen me 18 attribute në të cilat hyjnë: infrastruktura, programet e studimit, dhe çmimi i studimeve.

Përqindja në fjalë është bashkimi i të gjitha mendimeve për përcaktimin e një vlerë në numër.

Nëse do paraqitet në forma vizuale kjo do të dukej si në figurën në vazhdim:

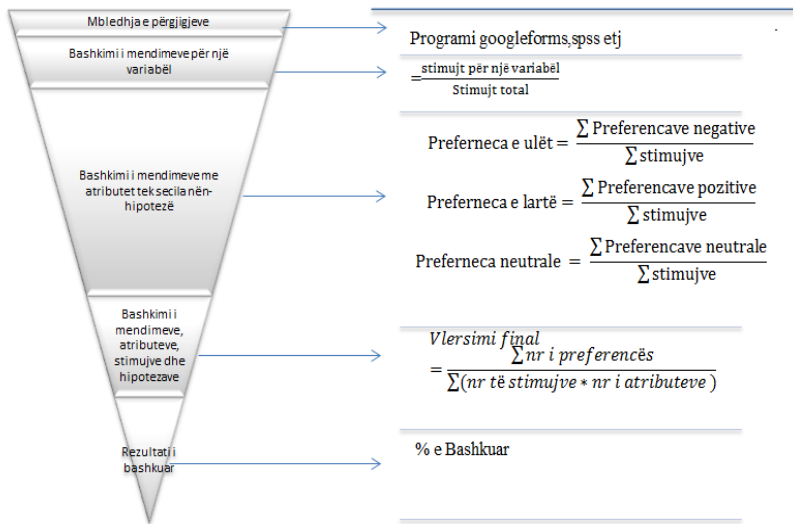


Fig 3. Bashkimi i mendimeve me Analizën e Bashkuar

Në studimin e ardhshëm do bëhen matjet për e variancave dhe devimi standard i rezultateve, gjithashtu studimi i ardhëm do paraqesë edhe studimet dhe vërtetimet finale për aplikimin dhe zbatimin e tyre.

Konkluzione dhe rekomandime

Duke filluar nga titulli i temës "Aplikimi i analizës së bashkuar në Marketing - Rasti Kolegji AAB", si përfundim del se përderisa analiza e bashkuar është teknikë matëse për hulumtime në marketing, atëherë edhe aplikimi i saj bëhet në forma të ndryshme. Duke u bazuar në literaturën e shkruar rreth teorive të marketingut, sjelljes konsumatore dhe analizës së bashkuar, në figurën nr. 2 është bërë një ndërlidhje në mes të këtyre tri koncepteve, nga e cila përfundimet janë shumë të qarta dhe të kuptueshme. Marketingu na mëson rrugën përmes së cilës e dërgojmë produktin apo shërbimin deri te konsumatori final. Sjellja konsumatore tregon faktorët që influencojnë për blerjen e një produkti apo shërbimi. Këto së bashku analizohen përmes hulumtimeve të marketingut. Dhe të gjitha këto hulumtime mund t'i analizojmë dhe interpretojmë me anë të analizës së bashkuar.

Në tekstin e cekur më lart, nga ana teorike, janë disa përfundime për analizën e bashkuar, por për aplikimin e saj në praktikë është marrë një rast i veçantë, i cili është "Kolegji AAB".

Për studimin e këtij rasti janë përdorur hapat dhe metodat e analizës së bashkuar. Metoda e përdorur tek kjo analizë është Anova dhe Ols model. Për mbledhjen e të dhënave është përdorur shkalla e Likertit, e cila bën pjesë të profili i plotë, metodat matëse, si: përqindjet, krahasimi i rezultateve, vlerësimi i hipotezës.

Në këtë punim për hulumtim është marrë pohimi se kushtet e mira dhe shërbimet cilësore ndikojnë në influencimin e studentëve për zgjedhjen e studimeve në Kolegjin AAB. Ky pohim është vërtetuar nga pyetjet të cilat janë bërë në anketë. Shumica e të anketuarve janë përgjigjur me vlerësimin 4 dhe 5 me një mesatare prej 4.7, që tregon nivelin me të madh të preferencës. Përfundimet janë se: Kushtet e infrastrukturës janë në harmoni me dëshirat dhe kërkesat e studentëve. Çdo institucion arsimor duhet të këtë ambient miqësor për të gjithë. Sallat e Kolegjit AAB ofrojnë hapësira të mjaftueshme për të gjithë studentët. Ekzistojnë qendrat sportive, ka hapësira të mjaftueshme për qetësimin dhe relaksim të studentëve. Kolegji AAB ofron transport pa pagesë për gjithë studentët.

Programet e studimit dhe çmimi i volitshëm për studime janë ndër faktorët influencues që studentët i shtynë të zgjedhin Kolegjin AAB. Janë 24 programe Bachelor dhe 13 programe Master. Programet studimore janë në përputhshmëri me kërkesat e tregut të punës. AAB ofron mundësi të mira për ndjekjen e studimeve, ku përveç studimeve të rregullta ka mundësi të mira edhe për ata të cilët janë në punë, duke ua mundësuar ndjekjen e ligjëratave – të shtunave – pa u shkëputur nga puna.

Çmimi është njëri ndër faktorët që ka ndikim në zgjedhje; çmimi është i volitshëm dhe ofron kushte të mira pagese. Janë në dispozicion oferta të mira pagese gjatë regjistrimit për studentë me sukses të shkëlqyeshëm. Mundëson lehtësira financiare për studentë me notë të lartë mesatare.

Që nga themelimi, Kolegji AAB ka pasur trend rritjeje, qoftë në numrin e studentëve ashtu edhe në aspektet e tjera. Ky trend duhet të vazhdojë

me rritje, dhe që në një periudhë të mesme kohore AAB duhet të jetë më i miri në rajon, duke qenë Kolegj konkurrent në gjithë botën. Rezultatet e mësipërme janë nxjerrë me anë të analizës së bashkuar. Duke respektuar dhe vlerësuar të gjitha teknikat e vlerësimit të kësaj analizë rekomandoj që për këtë teknikë të ketë hulumtime me shumë për kombinimin e teorisë me praktikën, shqyrtimin dhe diskutimin i tyre.

Literatura e shfrytëzuar

<http://ask.rks-gov.net/> (14.01.2015). (a.d.).

Agnew, M. O. (1965). *Televizijska reklama*. Zagreb : Panorama.

Armstrong, P. K. (2013). Parimet e Marketingut. Në *Principles of Marketing*. 13th edition. Tiranë: UET Press.

Backhaus, K. E. (2005). *Multivariate Analysemethoden - Eine anwendungsorientierte Einführung*. Berlin: Springer.

Bazala, p. A. (1981). *Marketing instarzivanja u preaksi samoupravnog socijalistickog drustava*. Beograd: Privredin pregled.

Dijkstra, J. (1996). Conjoint Measurement In Virtual Environments: A Framework. *Proceedings 3rd Design and Decision Support Systems in* (fv. 132-142). Eindhoven: Eindhoven University of Technology.

González Calleros, J. M. *Conjoint Analysis Methodology*. UNIVERSITY CATHOLIC OF LOUVAIN.

Green, P. a. (1990). Conjoint analysis in marketing – new developments with implications for research and practice. *Journal of Marketing* , Vol. 54, No. 4, No. 3 - 19.

Green, P. a. (1971). Conjoint measurement for quantifying judgemental. *Journal of Marketing Research* , Vol. 8, No. 3, pp. 355 - 363.

Hair, J. R. (1995). *"Conjoint analysis, in Multivariate data Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.

Havolli, Y. (2009). *Menaxhmenti i Burimeve Njerzore*. Prishtine: AAB Riinvest.

<http://aab-edu.net/sq/fakultetet>. (a.d.). Gjetur 01. 02. 2016

Jakupi, A. (2008). *Marketingu (bazat)*. Prishtine: Kolegji AAB.

Keller, P. K. (2009). *Menaxhimi i Marketingut , edicioni i trembedhjetë, perkthyer në shqip Valmira Ramadani dhe Arta Rexhepi*. Shkup.

Krasniqi, B. (2013). *Metodat kërkimore në shkencë sociale* (Udhëzues në SPSS). Prishtinë: IESB.

Loca, S. *Sjellja Konsumatore*. Emal.

Luce, R. a. (1964). Simultaneous conjoint measurement – a new type of fundamental measurement. *Journal of Mathematical Psychology* , Vol.1, No. 1, pp. 1 - 27.

Manxhari, M. K. (2005). *Sjellje Organizative*. Tiranë.

Veseli, N. (2009), *Menaxhim i Marketingut*

Philip Kotler, H. K. (2013). *Marketing 3.0*. Prishtinë: Damo.

Ross, B. M. (2010). *Metodat e hulumtimit*. Në P. n. Nishku. Tiranë: Qendra për Avansime Demokratike (CDE).

Srinivasan, G. &. (1978). Gjetur 12 05, 2014, nga http://www.docente.unicas.it/useruploads/001223/files/5._conjoint_analysis.pdf

Shtojca

	INFRASTRUKTURA MODERNE		PROGRAMI DHE ÇMIMET E STUDIMEVE	
Nr i atributeve	Atributet	KODI		KODI
1	Sallat e Kolegjit AAB kanë hapësirë të mjaftueshme për secilin student.	IM1	A janë programet e studimeve shtytësit kryesor për zgjedhjen e studimeve në Kolegjin AAB.	PS1
2	Kolegji AAB ofron qendra kompjuterike.	IM2	Programi që ju keni zgjedhur është i kërkuar në tregun e punës.	PS2
3	Kolegji AAB ofron ambient të mirë fizik dhe të madh në bibliotekë.	IM3	Programet që ju keni zgjedhur nuk ofrohen nga kolegje të tjera jopublike.	PS3

4	Biblioteka është e pasuruar mirë me libra.	IM4	Mundësi të mira për ndjekje të ligjëratave (pa shkëputje nga puna, të shtunave).	PS4
5	Kolegji AAB ofron qendrën shëndetësore për studentë.	IM5	Çmimi është arsyeja e zgjedhjes së studimeve në Kolegjin AAB.	ÇS1
6	Kolegji AAB ofron qendra sportive.	IM6	Çmimi është më i volitshëm në raport me kolegje të tjera private.	ÇS2
7	Ka hapësira (ambient të jashtëm, oborre) për aktivitete të ndryshme studentore.	IM7	Kolegji AAB ofron mundësi të mira pagese (me këste).	ÇS3
8	Kolegji AAB ofron ambiente për qetësim dhe relaksim të studentëve.	IM8	Kolegji AAB mundëson forma të ndryshme pagese për studentët të cilën nuk kanë mundësi financiare.	ÇS4
9	Kolegji AAB siguron transport pa pagesë për studentë.	IM9	Oferta të mira gjatë regjistrimit (për nxënësit me sukses të shkëlqyeshëm).	ÇS5

Efekti i e-administratës në përsheptimin e procedurave në Komunën e Ferizajt

Shqipe Shaqiri

Abstrakt

Rritja e efikasitetit të shërbimeve komunale dhe rritja e transparencës së punës në komunat e Republikës së Kosovës janë ndër qëllimet kryesore të institucioneve lokale dhe Ministrisë së Administrimit të Pushtetit Lokal. E tërë kjo për të bërë plotësim të nevojave dhe realizim të shërbimeve publike të qytetarëve përmes vetëqeverisjes lokale, përkatësisht Komunës së Ferizajt në kohë dhe në formën e duhur. Ky hulumtim është i përqendruar në reformat që janë duke u aplikuar në administratën e Komunës së Ferizajt, më saktë në ato për elektronizimin e punës dhe vendosjes së mënyrave të reja që përshtaten me kushtet për ofrim të shpejtë dhe korrekt të shërbimeve nga ky institucion. Qëllimi i këtij studimi është i përqendruar në atë se sa ndihmon e-administrata në përsheptimin e procedurave dhe në kryerjen e punës nga ana e zyrtarëve të Komunës së Ferizajt. Është bërë identifikimi se cilat janë vështirësitë dhe sfidat që shfaqen gjatë realizimit dhe krijimit të një e-administrate efektive për udhëheqësit dhe zyrtarët komunalë që ofrojnë shërbime në aspektin e përgatitjes së tyre dhe aplikimit në praktikë të këtyre reformave.

Fjalët kyçe: *e-administrata, reformat, Komuna e Ferizajt, shërbimet publike.*

Hyrje

Ky projekt hulumtues ka për qëllim analizën dhe zbulimin se si proceset e reja si reformat në administratën e vetëqeverisjes lokale, përkatësisht Komunës së Ferizajt afektojnë në funksionet dhe

shërbimet që ofrohen nga ky institucion. Reformat në administratën publike në Republikën e Kosovës përfshijnë edhe elektronizimin e punëve dhe ofrimin e shërbimeve përmes sistemit të kompjuterizuar për qytetarët në vendin tonë.

Shërbimet elektronike publike për herë të parë kanë filluar të aplikohen që nga në vitet e 80-ta nga disa vende evropiane të cilat prezantuan "Fshatin elektronik". Qëllimi i kësaj iniciative ka qenë krijimi i një lidhjeje mes fshatrave të vendeve të ndryshme me qeveritë e tyre përkatëse. Për dy dekada kjo dukuri u shndërrua në një nga sfidat dhe qëllimet e qeverive për modernizim të shërbimeve të tyre dhe faktor kyç për e-qeverisjen, përmes reformave dhe ndjekjes së teknologjisë për të arritur ofrimin e shërbimeve online qytetarëve (Hasan, 2015).

Natyrisht që reformat në vendin tonë kanë filluar të aplikohen gradualisht si procese sa politike aq edhe reformuese të sistemit të punës në institucionet e tona. Deri ku kanë arritur të ndryshohen këto funksione, sa janë efektive këto ndryshime, cilët janë hapat që janë ndërmarrë deri tani dhe sa ka mbetur për t'u bërë janë vetëm disa nga objektet e hulumtimit të këtij projekti. Për një e-administratë efikase dhe për një ofrim të shërbimeve publike që realisht përshtaten me kërkesat e qytetarëve është një sfidë me të cilën ballafaqohen edhe zyrtarët dhe shërbyesit civilë të Komunës së Ferizajt. Këto ndryshime përveç që prekin edhe infrastrukturën e këtij institucioni, kërkojnë edhe përkushtim nga ana e ofruesve të këtyre shërbimeve. Sipas Strategjisë së Reformës së Administratës Publike hartuar nga Qeveria e Kosovës për 2010-2013 ajo ka synim reformimin në tetë fusha kryesore: burimet njerëzore, strukturën institucionale, menaxhimin e administratës publike, komunikimin me qytetarë, e-qeverisjen, menaxhimin e financave publike, veprimet kundër korrupsionit, si dhe politikat dhe legjislacionin.

E-qeverisja në Republikën e Kosovës është një ndër kushtet për integrimin në Bashkimin Evropian dhe një ndër proceset e patjetërsueshme të realizohen.

Problemi kërkimor:

Si një ndër prioritetet në vazhdimësi të institucioneve në Republikën e Kosovës është reforma në administratën publike e lokale, e cila mund të realizohet në tërësi vetëm nëse krijohet mundësia për ofrime të shërbimeve cilësore në administratë përmes teknologjisë së informacionit dhe komunikimit dhe shërbimet që mundësojnë qeverisjen elektronike (Rexhepi, Rexha, Dika, 2012).

Tani për tani është me rëndësi të madhe që të ofrohet hapësira të mjaftueshme për të gjitha prioritetet e institucioneve qeveritare lidhur me ngritjen e shërbimeve të tyre elektronike për qytetarët në Kosovë. Sipas strategjisë për qeverisje elektronike 2009-2015 nga Qeveria e Kosovës, me krijimin e Qendrës së të Dhënave të Kosovës, do të krijohen burime të nevojshme dhe të domosdoshme të informatave për t'ia ofruar ato përmes e-Portalit shtetëror qytetarit, biznesit, por edhe vetë institucioneve qeveritare. Me prioritet konsiderohet fuqizimi i Qendrës së Sistemit dhe rrjetit qeveritar, masivizimi dhe siguria e këtij rrjeti, përmes së cilit do të ofrohen qasje dhe kryerje të shërbimeve për të gjitha institucionet qeveritare, si në nivelin qendror e po ashtu edhe në atë lokal. Realizimi dhe plotësimi i vazhdueshëm me shërbime elektronike i e-Portalit shtetëror është me rëndësi parësore për një administratë publike moderne.

Sipas kësaj strategjie parashihet që të gjitha pengesat burokratike të administratës do të eliminohen me ofrimin e shërbimeve administrative përmes e-Portalit shtetëror apo e-nën-portaleve. Pritjet para sporteleve të zyrave administrative, si në nivel qendror dhe atë lokal do të eliminohen. Me shërbimet përmes vijës së internetit, administrata ofron shërbimet e veta të drejtpërdrejta, transparente dhe efikase. Paralelisht me prioritetet e mësipërme, për të pasur një administratë efektive është edhe ngritja e nivelit të kapaciteteve të burimeve njerëzore në administratë (OKB, 2014) në aspektin e teknologjisë së informacionit e cila parashihet të realizohet edhe sipas strategjisë për reforma në administratë publike të hartuar nga Qeveria e Kosovës. Në modernizimin e një administrate publike me e-qeverisje, kanë rol të madh edhe orientimet programore rajonale, evropiane dhe botërore për qeverisjen elektronike dhe TIK-un. Prioritetet e theksuara

në kuadër të e-administratës, do të ndikojnë në masë të madhe në reduktimin e shpenzimeve administrative (Eggers, 2004), gjë që paralelisht me synimin e BE-së do të jetë qëllim edhe i Republikës së Kosovës.

Sipas strategjisë Agjenda digjitale lokale, objektivat për ofrimin e shërbimeve elektronike në komunat e Republikës së Kosovës janë:

- Përdorimi me efikasitet i resurseve të TIK-ut për të arritur kënaqshmërinë e qytetarëve me shërbime online;
- Krijimi i mundësisë që shërbimet e komunës të ofrohen nga një pikë e vetme e administratës;
- Krijimi i kushteve që indikatorët e përdorimit të sistemeve elektronike të jenë të matshme me përdorimin e Sistemeve për Menaxhim të Performancës, si synim të përmirësimit të vazhdueshëm të shërbimeve, ngritjes së performancës së administratës si dhe avancimit të proceseve administrative, shfrytëzimin me efikasitet të resurseve njerëzore;
- Krijimi i sporteleve elektronike për marrjen e shërbimeve duke përfshirë edhe personat me nevoja të veçanta, për të promovuar dhe vetëdijesuar qytetarët dhe bizneset për shërbimet elektronike të ofruara nga administrata me synim të rritjes dhe zhvillimit demokracisë lokale si dhe pjesëmarrje të tyre në proceset vendimmarrëse;
- Rritja e transparencës në administratën publike, eliminim i burokracisë dhe korrupsionit.

Transparenca e qeverive për vendimmarrjen e saj dhe qasja e kënaqshme në të dhënat ndihmon në fitimin e besimit të qytetarëve tek vendimmarrësit dhe përmirësimin e llogaridhënies të politikbërësve të vendeve (Këshilli Evropian, 2010). Kjo natyrisht që edhe në rastin e Kosovës do të përmirësonte qeverisjen dhe do të krijonte kushtet e përshtatshme për realizimin e të drejtave dhe kërkesave të qytetarëve. Ky projekt do të arrijë të krijojë një pasqyrim të asaj se si është gjendja e aplikimit të këtyre reformave dhe strategjive në Komunën e Ferizajt. Përveç të tjerave ky proces i elektronizimit të funksionimit të administratës ka edhe problemet që shfaqen për ofruesit e shërbimeve publike komunale dhe ky hulumtim përmes metodologjisë së kërkimit

do të arrijë të zbardhë dhe të ofrojë edhe rekomandime për përmirësimin dhe zbatimin e e-administratës në këtë institucion.

Hipotezat e studimit: E-administrata ndihmon përshpejtimin e procedurave në Komunën e Ferizajt.

H1: E-administrata mundëson shërbime më efikase në Komunën e Ferizajt.

Metodologjia:

Metodologjia e përdorur në këtë hulumtim do të bazohet në analizën e fushës ligjore që rregullon këtë fushë si Ligji për qasje në dokumentet zyrtare, për procedurat administrative, për shërbimet e shoqërisë informatike e të tjera, duke përfshirë raportet, strategjitë dhe të dhënat të cilat institucionet kompetente i kanë përpiluar për t'i aplikuar reformat për një e-administratë efikase në vendin tonë.

Kërkimi do të fokusohet edhe në shqyrtimin e hapave të ndërmarrë deri më tani dhe efektivitetin e këtyre iniciativave, duke analizuar gjendjen reale të e-administratës në Komunën e Ferizajt. Si metodë e kërkimit do të përdoret intervista e standardizuar me zyrtarët komunalë, të cilët punojnë për aplikimin dhe zhvillimin e sistemit elektronik të punës në komunë, për të arritur të dhënat autentike që nevojiten për këtë studim. Përveç të tjerave do të bëhet edhe krahasimi i kryerjes së punës të sistemit të më hershëm me mënyrën e re të e-administratës.

Përmes anketës si metodë e kërkimit që do të realizohet me qytetarë të Komunës së Ferizajt do të nxjerrim informatat edhe rreth kënaqshmërisë së qytetarëve me mënyrën e ofrimit të shërbimeve publike që ofron Komuna e Ferizajt, dhe vërejtjet që kanë ata drejt këtij institucioni, apo vështirësitë që shfaqen gjatë realizimit të së drejtave të tyre. Anketa do të plotësohet nga gjithsejtë 80 respondentë të zgjedhur si mostër për banorët që shfrytëzojnë shërbimet në Komunën e Ferizajt.

Të dhënat dhe analiza:

Për t'u njohur më mirë me objektin e studimit të këtij hulumtimi është përdorur anketa si një burim shumë i rëndësishëm për mbledhjen e të dhënave dhe informative. Anketa ka synuar që të nxjerrë në pah gjendjen reale të e-administratës, pra shërbimet online që ofrohen nga ana e institucionit të Komunës së Ferizajt. Përveç të dhënave demografike të mostrës së përdorur, fillimisht qytetarët janë përgjigjur në pyetjet rreth kënaqshmërisë së tyre me shërbimet komunale të ofruara, pjesë e të cilave janë edhe ato online që ofrohen. Është munduar të nxirret edhe një pasqyrë se sa qytetarët mesatarisht shfrytëzojnë shërbimet e komunës, për të vazhduar më tej edhe me kohëzgjatjen e realizimit të kërkesave të ndryshme të qytetarit. Duke pasur parasysh që shërbimet që ofron komuna janë nga më të ndryshmet, pra të gjitha shërbimet publike, anketa është fokusuar në shërbimet dhe kontaktin e parë të komunës me qytetarin pra zyrën pritëse apo qendrën e shërbimit të qytetarëve dhe zyrën e gjendjes civile.

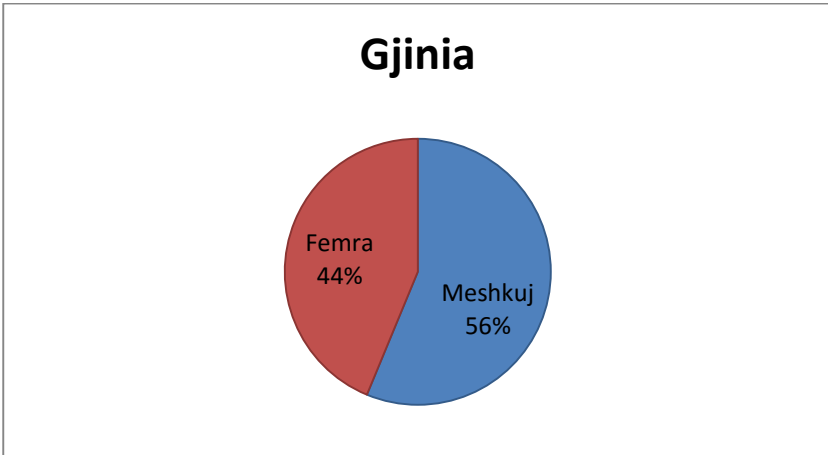
Përveç anketës, një burim tjetër i informatave ka ofruar edhe intervista e realizuar me zyrtarët e Komunës së Ferizajt. Intervista është realizuar në objektin e Komunës së Ferizajt ku është mundësuar edhe një vëzhgim i shkurtër i gjendjes aktuale të ofrimit të shërbimeve komunale. Zyrtarët komunalë kanë ofruar të dhëna rreth reformave të aplikuara në administratën komunale, shërbimet online që aktualisht janë të disponueshme për qytetarët, rreth trajnimit të punonjësve në komunë për të kryer këto shërbime si dhe detaje të tjera si kohëzgjatja e kryerjes së punës, mënyra e ofrimit, dhe reformat e ndryshmet që pritet të bëhen në vazhdim për përmirësimin e e-administratës në Komunën e Ferizajt.

Gjetjet:

Gjetjet nga anketa me qytetarë:

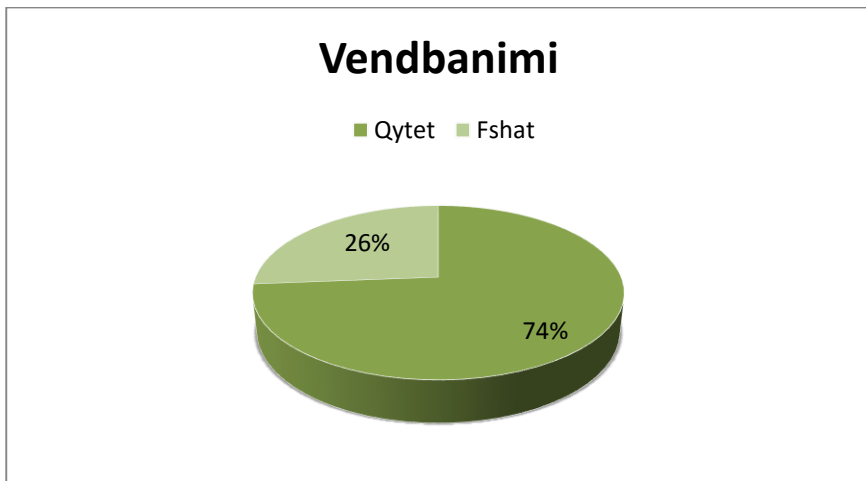
I. Të dhënat demografike:

Numri i përgjithshëm i popullsisë në Komunën e Ferizajt e vlerësuar për vitin 2014 nga Agjencia e statistikave të Kosovës (31 dhjetor 2014) është 107,985.



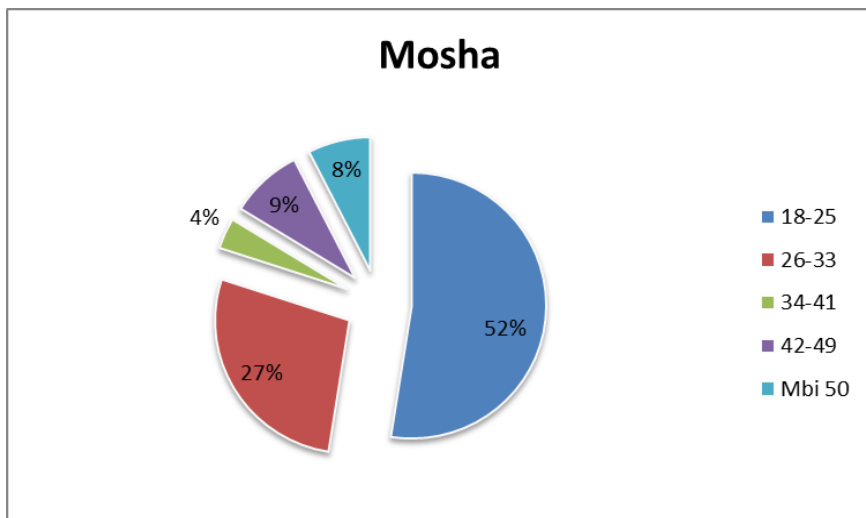
Grafiku 1. Gjinia e të anketuarve

Në grafikun e parë paraqitet ndarja gjinore e të anketuarve ku 45 meshkuj (56% janë anketues të gjinisë mashkullore) dhe 35 femra (44% të gjinisë femërore). Ky numër i përzgjedhur i të anketuarve korespondon me të dhënat statistikore të vitit 2014 në lidhje me përfaqësimin gjinor të popullatës në Komunën e Ferizajt. Gjatë realizimit të anketimit përzgjedhja e të anketuarve u bë në mënyre të barabartë me qëllim që nga të dyja palët të fitohet pjesëmarrje e barabartë.



Grafiku 2. Vendbanimi i të anketuarve

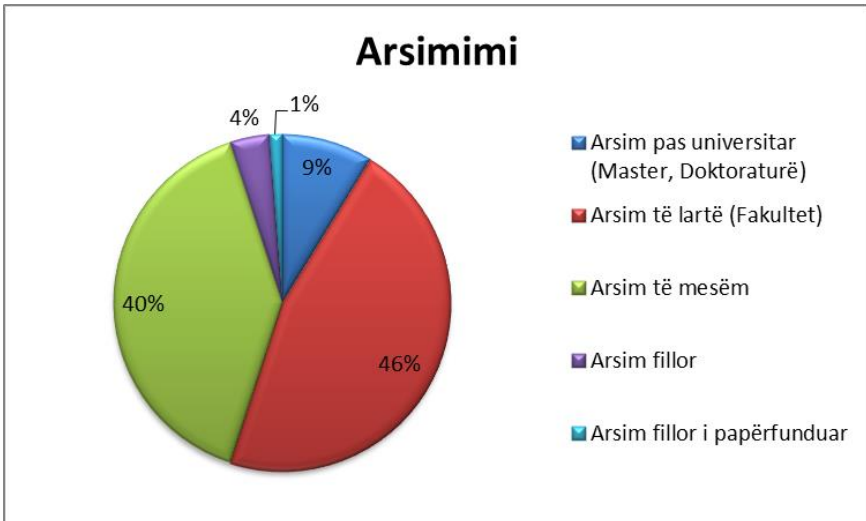
Gjithashtu në këtë hulumtim një theks të veçantë kemi pasur në shpërndarjen e popullatës, fshat-qytet (vendbanimi). Të anketuar janë 74% përfaqësues të qytetit dhe 26 % përfaqësues të fshatrave.



Grafiku 3. Moshë e të anketuarve

Në grafikun e mësipërm gjithashtu vëmendje e posaçme i është kushtuar edhe pjesëmarrjes së anketuarve sipas moshës. Duke u nisur

nga fakti se opinionet e popullatës nga përfaqësuesit e moshave të ndryshme për fushat e cekura janë të ndryshme gjatë realizimit të anketimit u përpoqëm që të përfshimë grupime moshash të tilla. Grupi i të anketuarave sipas përkufizimeve të përzgjedhura nga mosha është në përputhje me shifrat e mësipërme: 18-25 vjet/ 52%; 26-33 vjet/ 27%; 34-41 vjet/ 4%; 42-49 vjet/ 9%; mbi 50 vjet/8%.

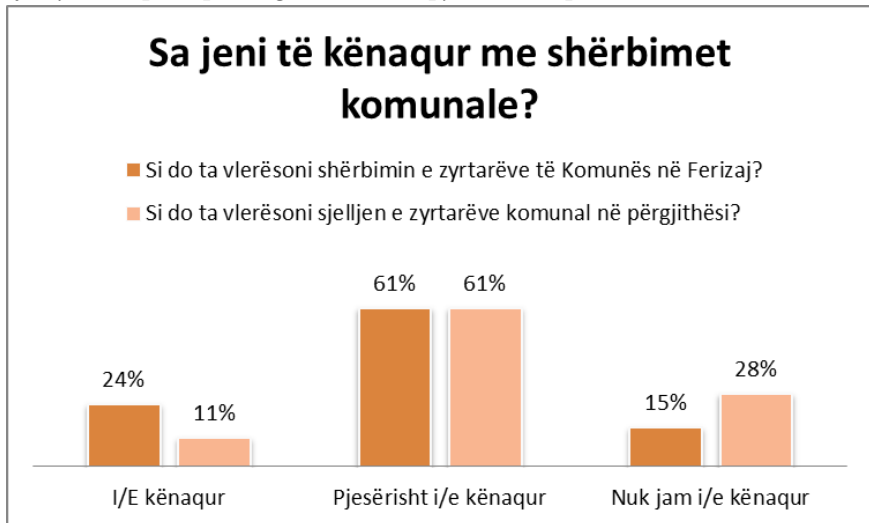


Grafiku 4. Arsimimi i të anketuarve

Gjatë realizimit të anketimit gjithashtu rëndësi e veçantë i është kushtuar edhe shkallës së arsimimit të të anketuarve. Përpyekja ishte që në këtë hulumtim të përfshihen të anketuar me shkallë të ndryshme të arsimimit duke u mbështetur se pikërisht ky element do ta rrisë kualitetin e hulumtimit nga të dhënat që do të rrjedhin nga procesi i anketimit. Gjatë anketimit në lidhje me pjesëmarrjen e të anketuarve me shkallë të ndryshme të arsimimit rezultojnë shifrat vijuese: 9% me shkollim pas universitar (master), 46% të të anketuarve janë me arsimim të lartë, 40% janë me arsimim të mesëm, 4% me arsimim fillor, 1% me arsimim fillor të papërfunduar.

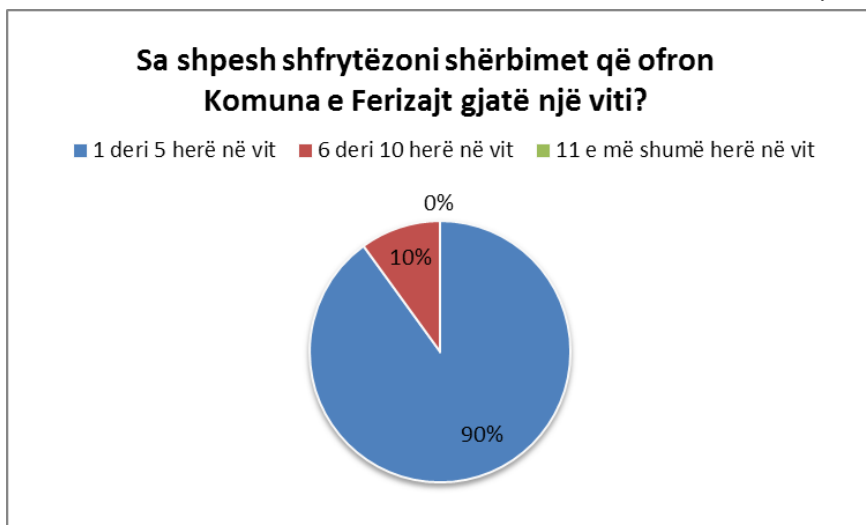
II. *Kënaqshmëria e qytetarëve me shërbimet komunale*

Kjo pjesë e gjetjeve të hulumtimit ka të bëjë me pyetjet rreth kënaqësisë së qytetarëve të Ferizajt me shërbimet që ofron aktualisht komuna si ato elektronike, edhe ato aty për aty në objektin e komunës. Përgjigjet e tyre janë të paraqitura grafikisht në pjesën e mëposhtme:



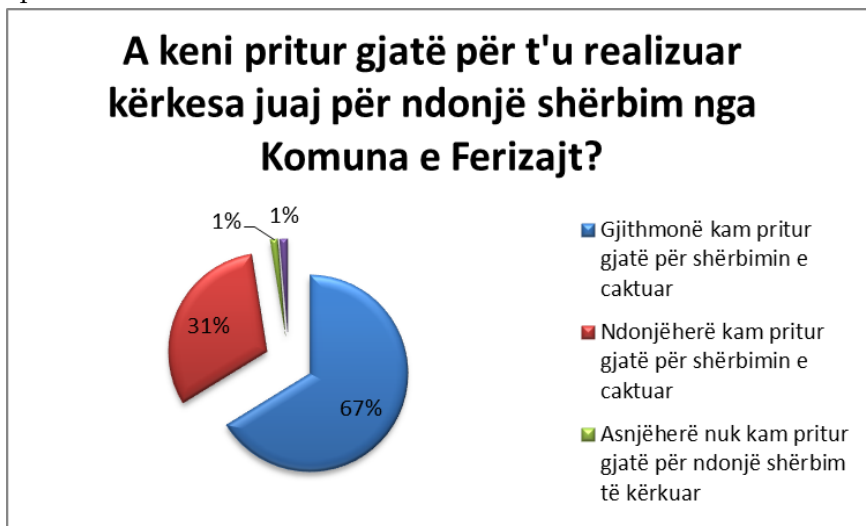
Grafiku 5. Kënaqshmëria me shërbimet komunale.

Grafiku lart paraqet përgjigjet e të anketuarve në pyetjet e shtruara rreth shërbimeve që ofrojnë zyrtarët e Komunës së Ferizajt dhe sjelljen e tyre gjatë kryerjes dhe realizimit të kërkesave të qytetarëve. Theksohet që një përqindje shumë e ulët shprehen të pakënaqur.



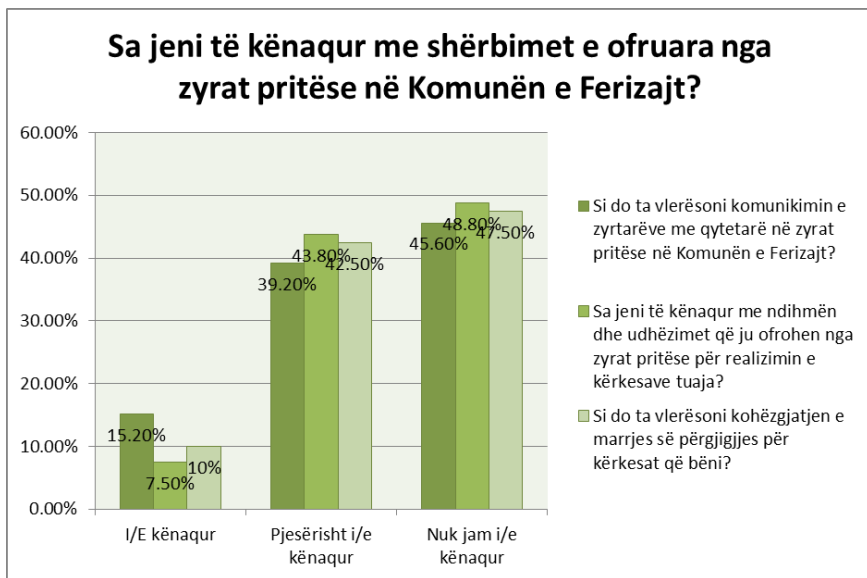
Grafiku 6. Shfrytëzimi i shërbimeve që ofron Komuna e Ferizajt gjatë një viti.

Sipas përgjigjeve të dhënave nga grafiku lart 90% e qytetarëve të anketuar shfrytëzojnë 1 deri 5 herë në vit shërbime të ndryshme nga Komuna e Ferizajt, 10% 6 deri në 10 herë në vit, dhe asnjë prej tyre 11 apo më shumë herë.



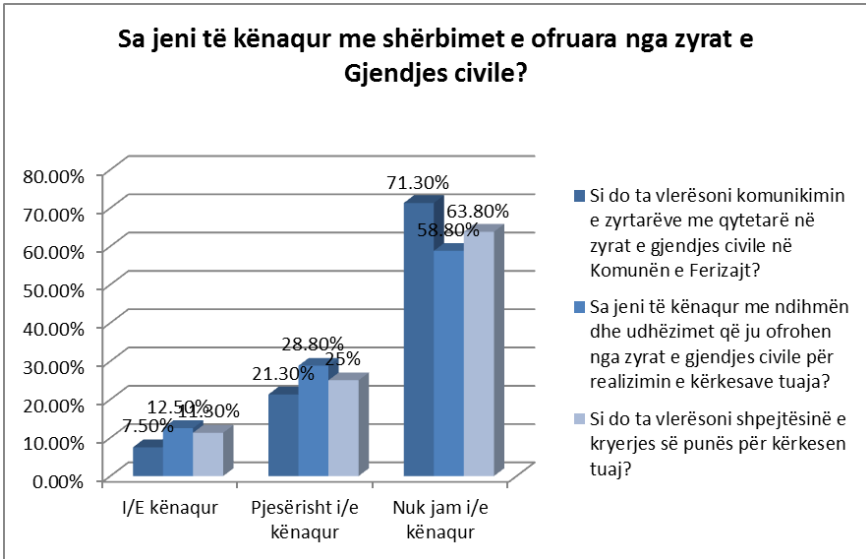
Grafiku 7. Pritjet për realizim të kërkesave në Komunën e Ferizajt.

Në pyetjen e kohëzgjatjes së pritjes për realizim të kërkesës apo shërbimit 67% e qytetarëve janë deklaruar që gjithmonë kanë pritur gjatë për shërbimin e caktuar, përderisa 31% prej tyre kanë deklaruar se vetëm ndonjëherë kanë pritur, dhe vetëm 1% është përgjigjur që asnjëherë nuk ka pritur në Komunën e Ferizajt për shërbim.



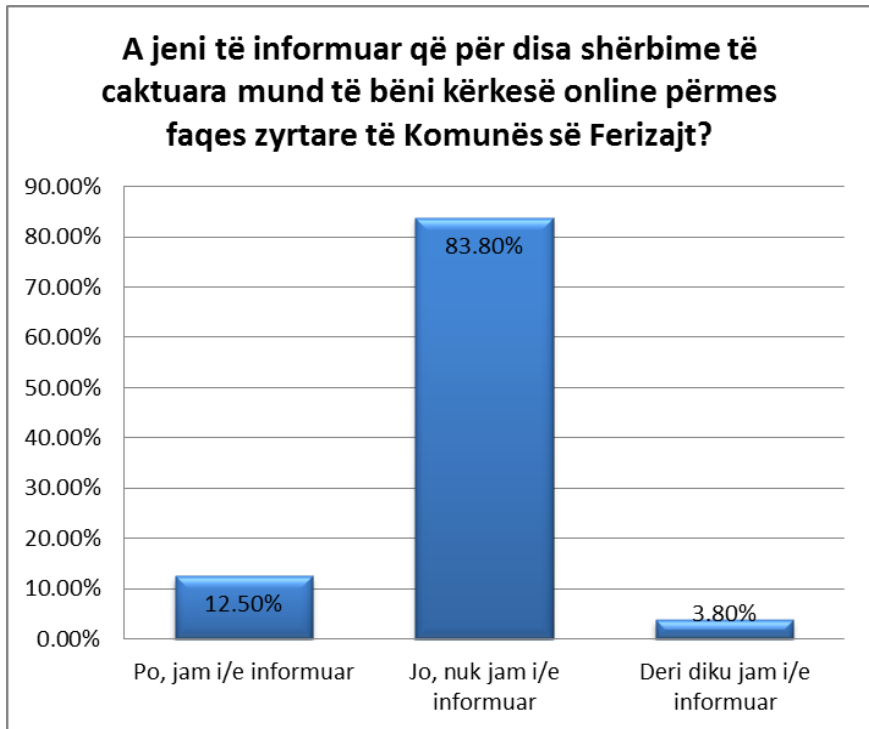
Grafiku 8. Kënaqshmëria e qytetarëve me shërbimet e Zyrës pritëse në Komunën e Ferizajt.

Grafiku lart paraqet deklaratimet e qytetarëve rreth shërbimeve që ofron Qendra për Shërbim të Qytetarëve apo zyrat pritëse. Pra, paraqiten grafikisht përgjigjet rreth komunikimit, ndihmës dhe udhëzimet që ofrohen, dhe kohëzgjatjen e marrjes së përgjigjeve.



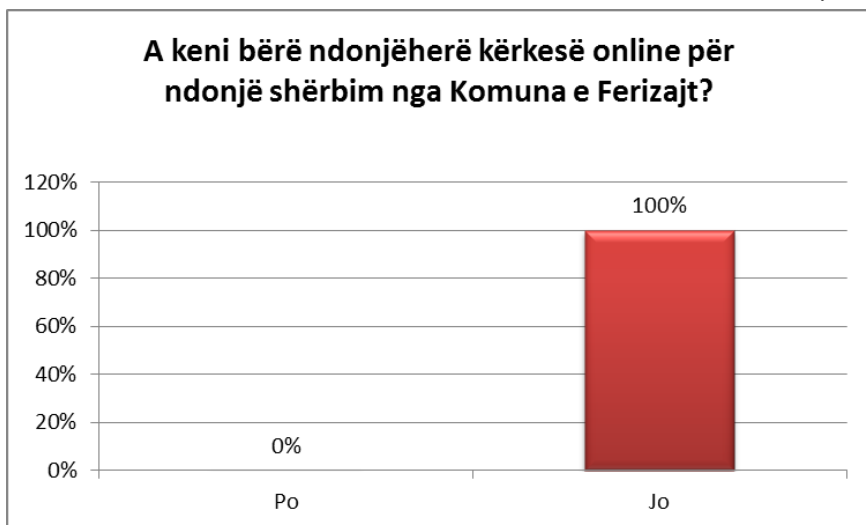
Grafiku 9. Kënaqshmëria e qytetarëve me shërbimet e ofruara nga zyrat e Gjendjes Civile në Komunën e Ferizajt.

Grafiku i mësipërm paraqet përgjigjet e të të anketuarve rreth punës së zyrës së Gjendjes Civile në Komunën e Ferizajt. Paraqitja grafike shpreh deklaratimet e qytetarëve rreth pyetjeve të parashtruara lidhur me komunikimin e zyrtarëve të kësaj zyre me qytetarë, ndihmën dhe udhëzimet e ofruara nga zyrtarët e kësaj zyre për qytetarët si dhe shpejtësinë e kryerjes së punës për kërkesat apo shërbimet.



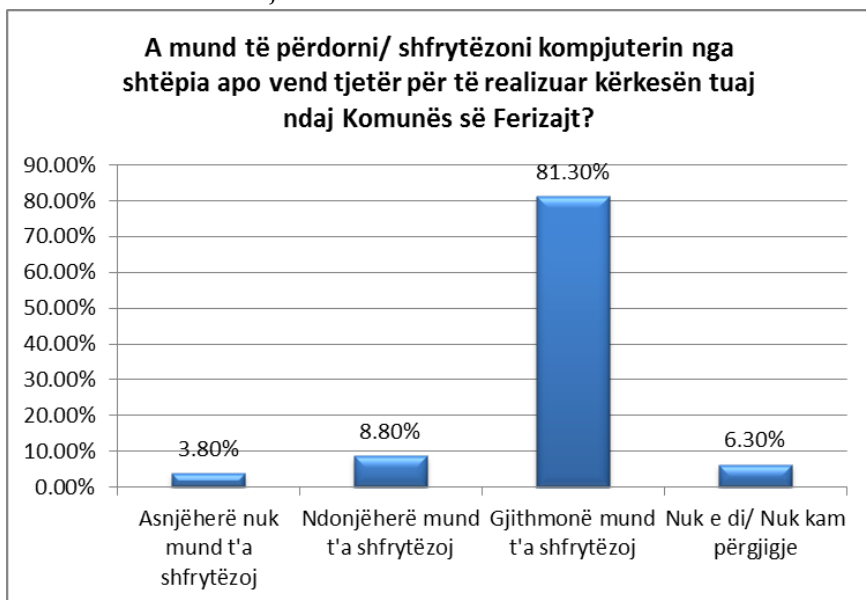
Grafiku 10. Informimi për shërbimet online të Komunës së Ferizajt

Grafiku lart, paraqet se sa janë të informuar qytetarët e Komunës së Ferizajt se për disa shërbime të caktuara ata mund të bëjnë kërkesë online përmes faqes zyrtare të Komunës së Ferizajt. Theksohet se 83.80% e tyre nuk janë të informuar, 3.80% e tyre janë deri diku të informuar dhe vetëm 12.50% janë të informuar rreth shërbimeve online të ofruara.



Grafiku 11. Kërkesat për shërbime online në Komunën e Ferizajt

Sipas të dhënave nga grafikoni lartë asnjë nga qytetarët e anketuar nuk ka bërë ndonjëherë kërkesë online për shërbimet që ofron e-administrata në Ferizaj.



Grafiku 12. Përdorimi i kompjuterit për kërkesat online

Edhe pse asnjë nga qytetarët e anketuar nuk ka aplikuar online për shërbimet që ofron komuna përmes faqes zyrtare, 81.30% e tyre gjithmonë mund ta shfrytëzojnë kompjuterin, duke pasuar me përgjigjet e tjera si të paraqitura lartë në grafikon.

Intervista në Komunën e Ferizajt:

Gjetjet nga intervista e realizuar me zyrtarë të Komunës së Ferizajt janë të dhëna me shumë rëndësi për këtë hulumtim, pasi kjo ofron një pasqyrë të punës që bën ky institucion në aspektin e e-administratës. Sipas të dhënave nga Komuna e Ferizajt reformat që janë bërë për e-administratë deri tani përfshijnë maksimalizimin e kryerjes së punëve online. Tani pas aplikimit të reformave sektori i gjendjes civile, ofron shërbime online për qytetarë. Sipas të dhënave nga intervista, ndryshimet që pritet të finalizohen është marrëveshja me Postën e Kosovës, rreth dërgesave të shërbimeve online që ofron komuna e Ferizajt. Nëse një qytetar nga data 19.02.2013 ka nxjerrë dokument të gjendjes civile njëherë atëherë shërbimi i ofrohet brenda një minute. Ky shërbim mund të realizohet në cilëndo zyre në Kosovë, pra, pa marrë parasysh se në cilën komunë të Kosovës drejtohet qytetari. Programi i punës së gjendjes civile tani ka nevojë për ndryshime. Programi aktualisht përmban:

- shërbimin ndaj qytetarëve dhe
- administrimin e të dhënave.

I ndarë në katër segmente:

1. interneti,
2. Arkiva elektronike,
3. Programi i arkës,
4. Gjendja civile.

Sipas të dhënave nga intervista e realizuar zyrtarët e komunës së Ferizajt kanë mbajtur trajnime të ndryshme, rreth kryerjes së punëve online dhe të digjitalizuar. Është mbajtur një trajnim në 2013 ku është theksuar organizimi i punës sikur me sistemin elektronik edhe atë fizik. Shërbimet që ofrohen online për qytetarë janë të gjitha dokumentet e gjendjes civile, përveç statusin martesor i cili për shkaqe të natyrave të ndryshme nuk lëshohet. Aplikimi online për shërbime bëhet përmes faqes zyrtare të një opsion që i ofrohet qytetarit për të aplikuar. Deri tani nuk ka asnjë rast të aplikimit online të qytetarëve të Komunës së

Ferizajt që jetojnë jashtë Republikës së Kosovës, por këto shërbime aktualisht ofrohen edhe në bashkëpunim me ambasadat e shteteve përkatëse, ndërkaq pritet që pas realizimit të marrëveshjes me Postën e Kosovës këto shërbime të ofrohen drejtpërdrejt nga komuna.

Ofrimi i shërbimeve në formë elektronike nuk ndikon shumë në punën e zyrtarëve të Komunës së Ferizajt. I njeiti zyrtar që kryen punën me kërkesën e qytetarit brenda objektit të komunës, kryen edhe bën realizimin e kërkesave që pranohen online, dhe kjo nuk e pengon aspak punën e zyrtarit pasi edhe kjo është pjesë e detyrave. Vlen të theksohet që kërkesat që arrijnë online kanë prioritet të lartë dhe qytetarëve u realizohen shërbimet e kërkuara.

Në rastin kur qytetari bën kërkesë në zyrat e komunës ai merr përgjigjen apo shërbimin e kërkuar aty për aty, për 1 minutë (duke pasur parasysh që kjo vlen nga momenti i kontaktit me zyrtarin e komunës dhe paraqitjen e kërkesës së tij). Ndërsa nëse qytetari aplikon online për ndonjë kërkesë atëherë shërbimi kryhet brenda 24 orë pune. Në rastet kur qytetari i ka të gjitha dokumentet e kompletuara shërbimin online apo edhe në komunë e realizon aty për aty, ndërkaq në raste kur duhet plotësuar dokumentacioni atëherë qytetari informohet se çka duhet të sjellë përkatësisht të veprojë për realizimin e kërkesës së tij. Sipas të dhënave nga intervista deri tani nuk është numër i madh i shërbimeve online të realizuara, apo kërkesave që pranohen online, mesatarisht deri tani në adresën e Komunës së Ferizajt pranohen 60 kërkesa në muaj, përkatësisht 720 në vit shërbime të realizuara online.

Sipas gjetjeve nga intervista Komuna e Ferizajt paraqet se deri tani nuk ka pasur ankese nga ana e qytetarëve për shërbimet online të ofruara nga Komuna e Ferizajt, dhe me rritjen e informimit të qytetarëve pritet që do të rritet edhe numri i shfrytëzuesëve të shërbimeve online. Në rastet kur qytetarët e Ferizajt kërkojnë ndihmë rreth shërbimeve të ndryshme, ajo ju ofrohet tek qendra për shërbimin e qytetarëve ku informacioni, udhëzimet apo të dhënat iu jepen aty për aty.

Vështirësi të theksuara gjatë ofrimit të shërbimeve online nga Komuna e Ferizajt nuk paraqiten. Përveç kërkesave për t'u pajisur me dokumentin për statusin martesor që nuk realizohen, apo në rastet kur të dhënat në sistem nuk i ka, pra nuk ka nxjerrë dokumente nga data

19.02.2013 atëherë qytetari informohet se ku duhet të paraqitet për të realizuar kërkesën e tij.

Nga realizimi i intervistës janë nxjerrë ndryshimet që planifikohen të realizohen me qëllim të përmirësimit të ofrimit të shërbimeve online dhe si ndryshim i parë është marrëveshja që pritet të realizohet me Postën e Kosovës, që është duke diskutuar për detaje rreth çmimeve, dhe ende nuk është vendosur pasi pritet diskutuar edhe disa mundësi, ndërkaq aktualisht pagesa është duke u kryer aty për aty tek zyrtari i komunës i cili ka bërë dërgesën e dokumentit të kërkuar online. Në mesin e këtyre ndryshimeve pritet të realizohet është elektronizimi i arkivit të gjendjes civile, pra të gjitha të dhënat që gjenden në këto zyre të insertohen në një sistem elektronik; rritja e numrit të zyrtarëve komunalë në zyrën e gjendjes civile, dhe zgjerimi i hapësirës së punës.

Diskutimet:

- Një numër i konsiderueshëm i banorëve të Komunës së Ferizajt nuk janë të informuar rreth shërbimeve online që ofron Komuna e Ferizajt, apo rreth procedurave të aplikimit për shërbime të tilla.
- Numër shumë i vogël i qytetarëve shfrytëzojnë aktualisht shërbimet e ofruara online nga Komuna e Ferizajt.
- Menaxhimi i punës në zyrat e Komunës së Ferizajt ndajnë të pakënaqur një numër të madh të qytetarëve rreth pritjeve të gjata në objektin e komunës për realizimin e kërkesave të tyre.
- Krijimi i hapësirës së përshtatshme për zyrtarët komunalë për ofrimin e shërbimeve për qytetarë me theks të veçantë ato të zyrës së gjendjes civile.
- Trajnimi dhe përgatitja e zyrtarëve të Komunës së Ferizajt për të përmirësuar punën e tyre dhe për të përshtatur kërkesat dhe nevojat e qytetarëve me aftësitë e tyre.
- Elektronizimi i arkivit të gjendjes civile në Komunën e Ferizajt, si proces në vazhdim e sipër.

Kufizimet e studimit:

Gjatë realizimit të hulumtimit, përkatësisht grumbullimit të të dhënave, është hasur në mungesë të të dhënave të shkruara nga ana e Komunës së Ferizajt rreth ofrimit të shërbimeve online, kërkesave të realizuara.

Si komunë që relativisht nuk ka shumë kërkesa për shërbime online, ka hasur në mungesë të informacioneve për shkak të përvojës të paktë të kryerjes së shërbimeve online.

Hulumtimi, do të nxjerrte edhe një pasqyrë reale edhe me aplikimin e metodës së vëzhgimit të punës së zyrtarëve komunalë për një periudhë më të gjatë, gjatë kryerjes së detyrave, duke shfaqur edhe mangësitë më të detajuara të këtij objekti të studimit.

Përfundim:

Duke pasur parasysh rëndësinë e të ofruarit të shërbimeve publike për qytetarët e vendit tonë si dhe qasjen e ofrimit të këtyre shërbimeve, ky punim ka arritur të identifikojë dhe të krijojë një pasqyrë për shërbimet të cilat aktualisht i gëzojnë qytetarët, shërbimet online si dhe gjendjen aktuale të e-administratës në rastin e Komunës së Ferizajt.

Sipas të dhënave të mbledhura dhe kërkimit të bërë qytetarët e Komunës së Ferizajt me shërbimet komunale, përkatësisht 61% e tyre janë pjesërisht të kënaqur me ofrimin e tyre, përderisa 15 % e qytetarëve të anketuar shprehen jo të kënaqur. Ndërsa 90% e qytetarëve të Komunës së Ferizajt shfrytëzojnë shërbimet publike nga komuna e tyre 1 deri 5 herë në vit.

Sipas gjetjeve të hulumtimit është vërejtur se për t'u realizuar një kërkesë apo shërbim nga Komuna e Ferizajt 67% e qytetarëve të anketuar gjithmonë kanë pritur për to, përderisa 31% të tyre ju ka ndodhur vetëm ndonjëherë kjo dukuri.

Edhe për segmentet e komunës si zyrat pritëse apo zyrat e gjendjes civile rezultatet e të anketuarve janë kryesisht jo të kënaqshme, kjo ndoshta për shkak të kushteve në të cilat ofrohen këto shërbime, duke pasur parasysh edhe përpjekjet e komunës për ofrim të shërbimeve sa më kualitative dhe në kohë.

Vlen të theksohet se prej qytetarëve të anketuar vetëm 12.50% e tyre janë të informuar që Komuna e Ferizajt ofron shërbime të caktuara online, ndërkaq asnjë prej tyre nuk e ka shfrytëzuar këtë mundësi, dhe arsye për këtë numër të vogël të të informuarve apo shfrytëzuesve mund të jetë informacioni i ulët që kanë qytetarët dhe “reklamimi” i dobët se si të shfrytëzohen këto shërbime, sepse 81.30% e qytetarëve janë deklaruar që mund të përdorin dhe kanë qasje në kompjuter për të realizuar kërkesat e tyre në komunë.

Në anën tjetër zyrtarët e komunës janë ende në hapat e parë të fillimit të ofrimit të shërbimeve online për qytetarë, dhe ende nuk kanë të definuara disa aspekte me rëndësi për këtë lloj të shërbimeve. Ata në vazhdimësi janë duke u përpjekur që të kryejnë marrëveshjet dhe të realizojnë qëllimet e përcaktuara me strategjitë dhe projektet që janë iniciuar për këtë fushë pasi edhe vetë ata vlerësojnë se ky lloj i shërbimeve do të përshpejtonte realizimin e kërkesave dhe të drejtave të qytetarëve si dhe do të lehtësonte vetë punën e këtyre zyrtarëve. Pohim i cili edhe e vërteton hipotezën kryesore të vendosur në këtë hulumtim.

Në kushtet aktuale në Komunën e Ferizajt, ofrimi i shërbimeve online nuk pengon apo ngadalëson punën e zyrtarëve të komunës, dhe të njëjtit ofrojnë shërbimet si ato drejtpërdrejt me palët edhe ato online. Numri i qytetarëve që shfrytëzojnë shërbime online edhe pse ngadalë është duke u rritur, ka përmirësime të vogla, dhe deri tani nuk ka ankesa për to.

Komuna e Ferizajt, aktualisht është duke negociuar marrëveshjen me Postën e Kosovës për dërgesat e dokumenteve të qytetarëve, dhe planifikon ndryshimet si elektronizimi i arkivit të gjendjes civile, rritja e numrit të zyrtarëve komunalë në zyrën e gjendjes civile dhe zgjerimi i hapësirës së punës.

Referencat:

1. Dika, A., Rexha, B. & Rexhepi, A., (2012) Assessment of success factors of e-government project implementation: challenges for the Kosovo e-government perspective. **New York, NY,**

USA ©2012

ISBN:

978-1-4503-1200-

4 doi>10.1145/2463728.2463790

2. Ministria e shërbimeve publike, (2008) *Strategjia për qeverisje elektronike 2009-2015*, Prishtinë marrë më 21.12.2015 në http://www.kryeministri-ks.net/repository/docs/STRATEGJIA_E_QEVERISJES_ELEKTRONIKE_2009_2015.pdf
3. United Nations, (2014), *E-government survey 2014*, marrë më 20.06.2015 në https://publicadministration.un.org/egovkb/Portals/egovkb/Documents/un/2014-Survey/E-Gov_Complete_Survey-2014.pdf
4. Qeveria e Kosovës, (2010), *Strategjia e reformës së Administratës publike (2010-2013)*, Prishtinë
5. Eggers, W. D. (2004). *Boosting E-Government Adoption*. Deloitte Research Public Sector, FTA Annual Conference.
6. Asociacioni i komunave të Kosovës (2013) , *Agjenda lokale digjitale*, pjesë e projektit “e-Qeverisja në Komunitet e Kosovës”
7. Information resources management association (2015), *Public affairs and administration: Concepts, Methodologies, Tools and Applications*, marrë nga [https://books.google.com/books?id=2S51CQAAQBAJ&pg=PA560&lpg=PA560&dq=1.+\(Rexhepi,+Rexha,+Dika,+2012\).&source=bl&ots=FIg33z6x3h&sig=9MEM-IPUArzIvpSirI_yHI0BdiM&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiV1Oii6-_KAhXEfiwKHTBqCIIQ6AEILDAC#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com/books?id=2S51CQAAQBAJ&pg=PA560&lpg=PA560&dq=1.+(Rexhepi,+Rexha,+Dika,+2012).&source=bl&ots=FIg33z6x3h&sig=9MEM-IPUArzIvpSirI_yHI0BdiM&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiV1Oii6-_KAhXEfiwKHTBqCIIQ6AEILDAC#v=onepage&q&f=false)
8. Hasan, M.M., (2015) *E-government service research development: A literature review*, Orebro University, Sweden.
9. Këshilli evropian, (2010), *The European eGovernment Action Plan 2011-2015 Harnessing ICT to promote smart, sustainable & innovative Government*, Brussels
10. Agjencia e statistikave të Kosovës, (2015), *Vlerësim Popullsia e Kosovës 2014*, Prishtinë

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet

Lindita Jusufi

Abstrakt

Çështja e të nxënit gjithnjë ka qenë dhe mbetet një ndër çështjet më të rëndësishme të shoqërisë, prandaj çdo shoqëri, në çdo periudhë të zhvillimit të saj ka pasur synim zhvillimin dhe ngritjen e cilësisë së edukimit dhe arsimimit të brezave. Krahas rëndësisë së saj, të nxënit konsiderohet si një proces i cili gjithnjë kërkon të zhvillohet dhe avancohet me metoda të reja, sidomos sot kur teknologjia po zhvillohet me përmasa të mëdha dhe kjo çdo herë e më shumë po ndikon në nevojat e zhvillimit edhe në aspektet e tjera në përgjithësi dhe të edukimit dhe arsimimit në veçanti.

Edhe pse edukimi konsiderohet një proces i cili nis me jetën e fëmijës, faza më e hershme e edukimit institucional është faza e edukimit parashkollor, programet e të cilit i referohen shërbimeve për edukim dhe zhvillim të hershëm të ofruara në institucione parashkollore publike, paralele parafillore, institucione të tjera parashkollore e familje. Duke marr për bazë kurikulën e edukimit parashkollor, në theks të veçantë, edukimit parashkollor për grupmoshat 5-6 vjeç, përmes këtij hulumtimi synojmë të ofrojmë një pasqyrë lidhur me ndryshimet dhe ngjashmëritë në mes të përkujdesjes dhe edukimit parashkollor të fëmijëve në kopshte dhe shkolla në grupmoshat 5-6 vjeç. Në këtë hulumtim do të fokusohemi në mbledhjen e të dhënave lidhur me cilësinë e edukimit e posaçërisht të nxënit si proces edukimi në institucionet parashkollore publike dhe private, kryesisht shkollat (paralelet parafillore) dhe kopshtet me grupmoshën 5-6 vjeç dhe krahasimi e të nxënit në këtë grupmoshë në kopshte dhe shkolla.

Fjalë kyç: *Të nxënit, edukimi parashkollor, shkollat (paralelet parafillore), kopshtet.*

Hyrje

Të nxënit është proces i pavarur, intelektual i individit (nxënësit), e psikomotorik me anën e të cilit përvetësohen dituri, shkathtësi e shprehi, të cilat ndryshojnë sjelljet e përgjithshme dhe si i këtillë konsiderohet se është faktor i ndryshimit të veprimtarisë së individit (Azemi, 2014).

Edukimi është proces i formimit të gjithanshëm të personalitetit të njeriut me të gjitha cilësitë pozitive (Azemi, 2014).

Edukimi lind nga nevoja e ekzistimit të njeriut si qenie biologjike dhe shoqërore për të mundur të jetojë dhe të përgatisë të rinjtë për jetë dhe punë të pavarur (Nuredini, 2013).

Edukimi parashkollor i institucionalizuar është hallka e parë e sistemit arsimor dhe realizohet në institucionet parashkollore, të cilat institucione parashkollore realizojnë edukimin dhe mirërritjen e fëmijëve parashkollorë si dhe realizojnë veprimtarinë e tyre në bashkëveprim me familjen, komunitetin dhe institucionet përgjegjëse (MASHT, 2006).

Bazë për një rezultat pozitiv të edukimit është familja e shëndosh, në të cilën mbizotëron një raport i mirëfilltë në mes të prindërve dhe fëmijës. Prandaj stili i edukimit i përshtatshëm për zhvillimin dhe prosperitetin e fëmijëve është i shënuar me vlerësim (dashuri, ngrohtësi, kushtim dhe përkrahje) dhe drejtimin prindëror (kufizime dhe rregulla të qarta dhe të merituara) (Ponxha, 2013).

Edukimi i fëmijëve fillon në familje dhe që në moshën e hershme vazhdon në institucione përkatëse si çerdhet prej 0-3 vjeç, kopshteve dhe shkollave (paraleleve parafillore) prej 3-6 vjeç. Familja është ajo e cila fëmijën e përcjellë gjatë zhvillimit të tij dhe ka për detyrë që të kujdeset për arsimimin duke siguruar kushte optimale për mësim të mirëfilltë, por sot çdo herë e më shumë fëmijët që në moshën e hershme po përkujdesen nga institucionet parashkollore. Kështu që edhe me kurrikulën e edukimit parashkollor, nga viti 2006, të nxënit e fëmijëve tani fillon nga mosha 3 vjeçare edhe atë në institucione parashkollore si kopshtet dhe shkollat (paralelet parafillore).

Taban i filozofisë së edukimit parashkollor është qëndrimi se edukimi është proces që nisë me jetën e fëmijës dhe vazhdon gjatë gjithë moshës

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet parashkollore, duke vazhduar në periodat pasuese jetësore (MASHT, 2006)

Problemi kërkimor

Përpara është konsideruar që vendi dhe institucioni i parë dhe më i rëndësishëm i të nxënit akademik, ku mund të kaliten virtytet e një personaliteti është shkolla, kjo për shkak se për fëmijët e moshës parashkollore është kujdesur familja, ndërsa tani, kujdesi dhe edukimi i hershëm i fëmijës, me zhvillimin e shoqërisë çdo herë e më shumë po kalohet nga familja në institucione si: Çerdhet dhe kopshtet, të cilat gjithashtu pos kujdesit të mirëqenies synojnë edhe edukimin e fëmijëve.

Edukimi parashkollor në Republikën e Kosovës aktualisht është i organizuar si në vijim:

- Në institucione publike parashkollore (çerdhe në të cilat përfshihen fëmijët e moshës 1-3 vjeçare, dhe në çerdhe e grupe edukimi që përfshijnë fëmijët e moshës 3 - 6 vjeçare);
- Në institucione parashkollore private (çerdhe, që përfshijnë fëmijët prej lindjes deri në moshën 5-6 vjeçare);
- Në paralele parafillore (fëmijët e moshës 5-6 vjeçare, kryesisht në klasë parafillore në shkolla);
- Në qendra me bazë në komunitet; (MASHT, 2011).

Sipas Ligji Nr. 02/L-52, Neni 1, Institucione parashkollore mund të definohen objektet apo shtëpitë e konvertuara të cilat janë të ndërtuara në mënyrë speciale për të ofruar programe parashkollore dhe të cilat plotësojnë nevojat edukative dhe zhvillojnë nevojat e fëmijëve deri në regjistrimin e tyre në shkollë fillore (KK, 2001).

Nga viti 2006, Ministria e Arsimit Shkencës dhe Teknologjisë ka hartuar Kurrikulën e Edukimit Parashkollor (3-6 vjeç) e cila ka filluar të zbatohet në vitin shkollor 2006/2007.

Sipas kësaj kurrikule janë përcaktuar edhe objektivat që duhet të realizohen për secilën grup moshë nga 3-6 vjet.

Tabela e mëposhtme paraqet shtrirjen e fushave kurrikulare nëpër nivelet dhe shkallët e Kurrikulës, në të cilën kemi shkëputur vetëm nivelin e edukimit parashkollor dhe paralelet parafillore.

Fushat e Kurrikulës	Lëndët mësimore përgjatë shkallëve të Kurrikulës (ShK)	
	Parashkolle	ShK1
	Grupmoshat: 0-3 vjeç 4-5 vjeç	
Gjuhët dhe komunikimi	Aktivitete që nxisin komunikimin gjuhësor	Gjuhë amtare Gjuhë angleze
Artet	Aktivitete që nxisin shkathtësitë e komunikimit dhe të shprehurit artistik	Edukatë figurative Edukatë muzikore
Matematika	Aktivitete që nxisin gjykimin, shkathtësitë numerike	Matematikë
Shkencat natyrore	Aktivitete që nxisin hetimin dhe zbulimin e mjedisit	Shkencat natyrore
Shoqëria dhe mjedisi	Aktivitete që nxisin ndërgjegjësimin për veten dhe për të tjerët dhe zhvillimin e shkathtësive sociale	Shoqëria dhe mjedisi
Shëndeti dhe mirëqenia	Aktivitete që nxisin zhvillimin e shkathtësive fizike dhe të shprehive të higjienës	Shëndeti dhe mirëqenia Edukata fizike
Jeta dhe puna	Aktivitete që nxisin kapacitetet për të kuptuar dhe për të ndjekur procedurat dhe rregullat, kërshtërinë, kreativitetin dhe të nxëniet në mënyra të ndryshme	Jeta dhe puna

(MASHT, 2011).

Bazuar në kurikulën e edukimit parashkollor, sipas së cilës specifikohet që edukimi parashkollor në grup moshat 5-6 vjeç realizohet në institucione parashkollore si kopshtet dhe shkollat (paralelet parafillore), ky studim synon t'i identifikojë ngjashmëritë dhe dallimet në realizimin e edukimit parashkollor në këto dy institucione.

Qëllimi i këtij hulumtimi është grumbullimi i të dhënave lidhur me mënyrën e realizimit të kurrikulës në grup moshën 5-6 vjeç në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte, në mënyrë që të paraqesim një

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet pasqyrë sa më të qartë lidhur me trajtimin dhe edukimin e fëmijëve të grup moshës 5-6 vjeç në institucionet parashkollore. Si edukohen këta fëmijë në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte. A ka ndonjë dallim në procesin e të nxënit dhe realizimin e aktiviteteve edukative në mes të këtyre dy institucioneve parashkollore.

Objektivat

- Mbledhja e të dhënave lidhur me aplikimin kurrikulës me grup moshën 5-6 vjeç në shkolla (paralelet parafillore) dhe kopshte;
- Identifikimin i dallimeve në realizimin e objektivave për edukimin parashkollor me grup moshën 5-6 vjeç në shkolla (paralelet parafillore) dhe kopshte;
- Prezantimi i gjetjeve dhe rekomandimeve.

Metodologjia

Hulumtimi ka të bëjë kryesisht me përshkrimin dhe analizën e të dhënave të mbledhura lidhur me realizimin e objektivave të caktuara me kurrikulën e edukimit parashkollor në grup moshën 5-6 vjeç në institucionet parashkollore, kryesisht në shkolla (paralelet parafillore) dhe kopshte. Prandaj metodat dhe teknikat e përdorura për grumbullimin, përshkrimin dhe analizën e të dhënave janë metodat deskriptive dhe analitike, teknika e anketimit dhe intervista.

Anketa dhe intervista janë përpiluar paraprakisht duke marrë për bazë objektivat e hulumtimit dhe duke huazuar disa pyetje nga burime të ndryshme relevante më çështjen e hulumtimit. Pyetjet i referohen komponentëve si:

- Realizimi i objektivave të përcaktuara me kurrikul në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte;
- Realizimi i planit dhe programit për moshën 5-6 vjeç në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte;
- Realizimi i aktiviteteve për moshën 5-6 vjeç në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte;
- Trajtimi i fëmijëve në përgjithësi dhe të nxënit përmes aktiviteteve në veçanti në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte; etj.

Të dhënat janë përpiluar me kalkulime dhe përqindje matematikore dhe analizuar e përshkruar përmes programit EXCEL dhe Google Site.

Institucionet parashkollore pjesëmarrëse në hulumtimin

Nr.	Institucionet parashkollore	Anketat e realizuara
1	Shkollat fillore (paralelet parafillore)	25
2	Kopshtet	18
Gjithsej		43

Tabela 1: Institucionet parashkollore pjesëmarrëse në hulumtimin

Pjesëmarrësit në anketim janë kryesisht edukatorët e nivelit parashkollor të grup moshës 5-6 vjeç, ndërsa intervista është realizuar me Drejtorinë e Arsimit në Komunën e Ferizajt.

Studimi është përqendruar në institucionet parashkollore, veçanërisht grup moshën 5-6 vjeç në shkolla (paralele parafillore) dhe kopshte në qytetin e Ferizajt, ku 25 anketa janë realizuar me edukatore në gjashtë shkolla fillore (me paralelet parafillore) dhe 18 anketa me edukatore në pesë kopshte në Ferizaj.

Të dhënat dhe analizat

Të dhënat janë grumbulluar përmes dy teknikave, anketës së realizuar me edukatorë të grup moshës 5-6 vjet në shkolla (paraleleve parafillore) dhe në kopshte në qytetin e Ferizajt dhe intervistës së realizuar me drejtorin e Drejtorisë së Arsimit të Komunës së Ferizajt.

Analiza e të dhënave të grumbulluara është realizuar përmes programit EXCEL dhe google site.

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet

Gjetjet

Numri i fëmijëve që vijnë në edukimin parashkollor në Komunën e Ferizajt është 1720 fëmijë, prej të cilëve 1632 fëmijë vijnë në edukimin në shkollë (paralele parafillore) dhe 88 fëmijë vijnë në edukimin në kopshte. Për të parë nëse edukimi parashkollor, posaçërisht të nxënit në edukimin parashkollor në grup-moshën 5-6 vjet është i krahasueshëm në mes të shkollave (paraleleve parafillore) dhe kopshteve kemi caktuar disa komponentë në vijim, për të cilët komponentë janë mbledhur të dhëna nga edukatorët e edukimit parashkollor me grup moshën 5-6 vjet.

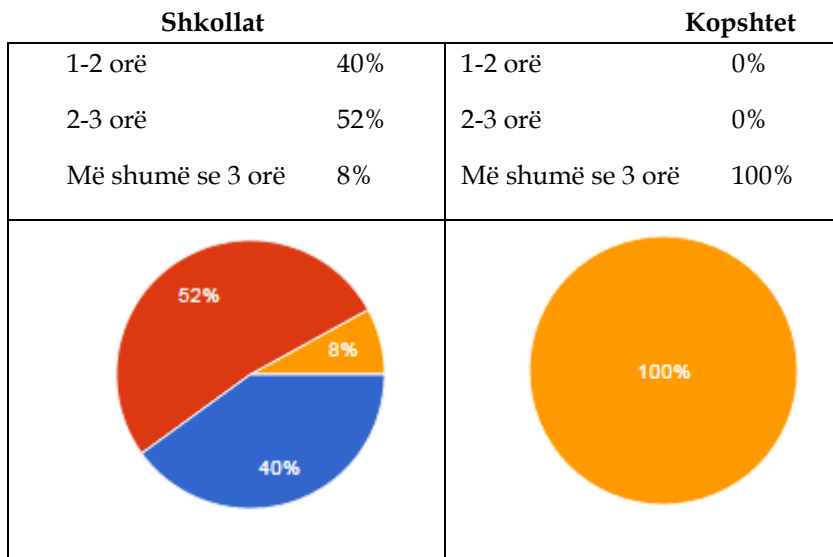
Numri i fëmijëve në grup

	Shkollat		Kopshtet	
	Nr.	%	Nr.	%
Më pak se 20 fëmijë	3	12	6	35.3
20-30	20	80	8	41.2
30-40	2	8	4	23.5
Më shumë se 40 fëmijë	0	0	0	0

Tabela 2: Numri i fëmijëve në grup gjatë procesit edukativ

Sic shihet në tabelën 2, numri i fëmijëve në grup sipas shumicës së edukatoreve në shkollë (80%) sillet nga 20-30 fëmijë, ndërsa sipas edukatoreve në kopshte ky numër varion prej më pak se 20 fëmijë (35.3%), 20-30 fëmijë në grup (41.2%) dhe 30-40 fëmijë në grup (23.5%).

Qëndrimi i fëmijëve në institucionet parashkollor

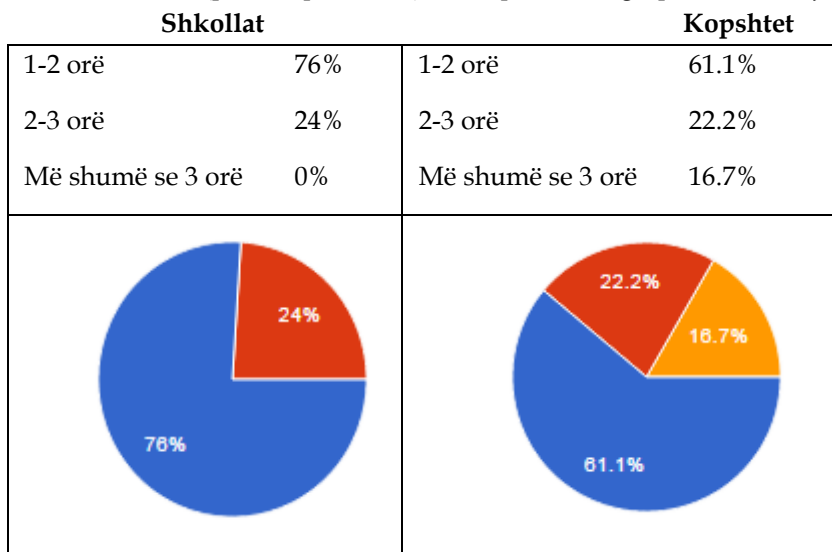


Grafiku 1: Qëndrimi i fëmijëve në institucionet parashkollore në grup moshën 5-6 vjet.

Siç shihet në grafikun 1, qëndrimi i fëmijëve në shkollë zgjat 1-2 orë (40%) dhe 2-3 orë(52%), ndërsa në kopshte qëndrimi i fëmijëve zgjat më shumë se 3 orë (100%).

Kohëzgjatja e aktiviteteve edukative në krahasim me qëndrimin e tërësishëm të fëmijëve në shkolla dhe kopshte

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet



Grafiku 2: Kohëzgjatja e aktiviteteve edukative në krahasim me qëndrimin e tërësishëm të fëmijëve në shkolla dhe kopshte

Grafiku 2 tregon që përqindja më e lartë e edukatoreve në shkolla (76%) kanë deklaruar që aktivitetet edukative zgjasin prej 1-2 orë, ndërsa sipas edukatoreve në kopshte (61.1%) kohëzgjatja e aktiviteteve varion aktivitetet edukative është 1-2 orë (61.1%), 2-3 orë (22%), dhe më shumë se 3 orë (16.7%).

Fushat edukative të realizuara me grup moshën 5-6 vjet në institucione parashkollore

Sikurse në shkolla (paralele parafillore) ashtu edhe në kopshte fushat edukative të realizuara me grup moshën 5-6 vjet janë:

- Gjuhë amtare
- Edukim fizik dhe shëndeti
- Edukim muzikor
- Edukim figurativ
- Matematikë
- Njohja e vetes dhe botës

Aktivitetet e realizuara me fëmijë në kuadër të fushave edukative.

Shkollat		Kopshtet	
Fusha edukative	Aktivitetet e realizuara	Fusha edukative	Aktivitetet e realizuara
Gjuhë amtare	Njohja me shkronjat, tregime, përralla, vjersha, gjëegjëza.	Gjuhë amtare	Njohja me shkronjat, tregime, përralla, vjersha, biseda, të shprehurit, pasurimi i fjalorit, fazat fillestare të të shkruarit dhe të lexuarit.
Edukim fizik dhe shëndeti	Ushtrime gjimnastike, lojëra.	Edukim fizik dhe shëndeti	Ushtrime gjimnastike, loja me natyrën, ecje në vijë të drejtë, mbajtja e ekuilibrit, ecje në oborr të kopshtit, kërcim në litarë.
Edukim muzikor	Këndim, interpretim, dëgjim muzikor, vallëzim, lojëra muzikore.	Edukim muzikor	Këndim, dëgjim muzikor, vallëzim, kreativitet, njohje me instrumente muzikore, ritëm me duar, loja muzikore në lëvizje.
Edukim figurativ	Vizatim, ngjyrosje, punë dore, prerje, ngjitje, komunikim me vizatim.	Edukim figurativ	Vizatim, ngjyrosje, modelim, punë dore, njohja e figurave elementare, shprehja e kreativitetit.

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet

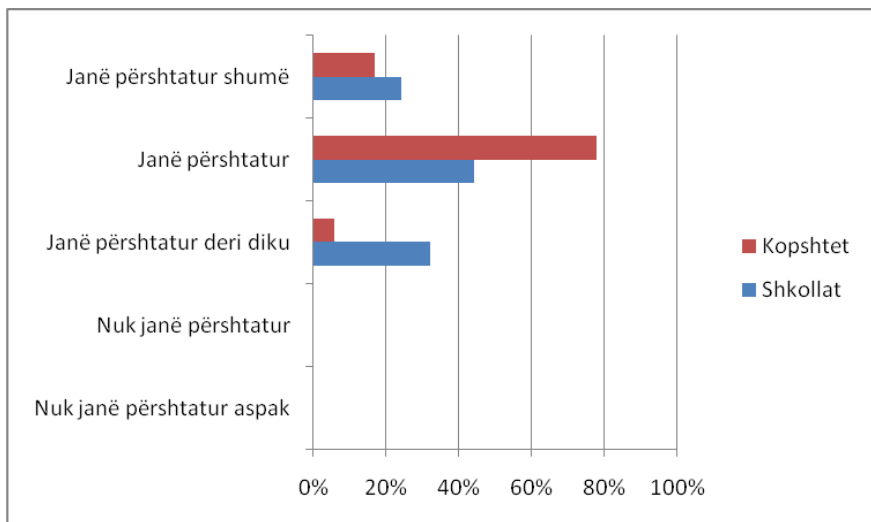
Matematikë	Njohja me numrat, bashkësitë, figurat gjeometrike, format, madhësitë, matjet, njësitë për matje, kalendari ditor, numërimi, mbledhja dhe zbritja, loja me numra çift dhe tek.	Matematikë	Njohja me numrat, bashkësitë, ekuacionet, figurat gjeometrike, format gjeometrike, njohje me konceptet matematikore, numërim, loja me numra, mbledhje, zbritje.
Njohja e vetes dhe botës	Njohja me natyrën, botën e gjallë dhe jo të gjallë, bimët kafshët, insektet, njohja me rregullat shoqërore, mirësjelljen, pastërtinë personale, njohja me ditët, javët, muajt, stinët e vitit.	Njohja e vetes dhe botës	Njohja me natyrën dhe shoqërinë, njohja e vetes dhe vendit ku jeton, njohja me kafshët, njohja me reshjet atmosferike, stinët e vitit.

Tabela 3: Paraqitja e aktiviteteve të realizuara me fëmijë në kuadër të fushave edukative

Siç shihet në tabelën 3 shkollat dhe kopshtet organizojnë aktivitete përafërsisht të ngjashme me njëra tjetrën, por vërehet që në kopshte koha e gjatë e qëndrimit të fëmijëve u jep mundësi për kreativitet më të theksuar.

Përshtatja e aktiviteteve edukative moshës së fëmijëve

Jo të gjitha edukatorët mendojnë që aktivitetet edukative që realizohen sipas kurrikulës janë të përshtatshme për moshën e fëmijëve.



Grafiku 3: Përshtatja e aktiviteteve edukative moshës së fëmijëve

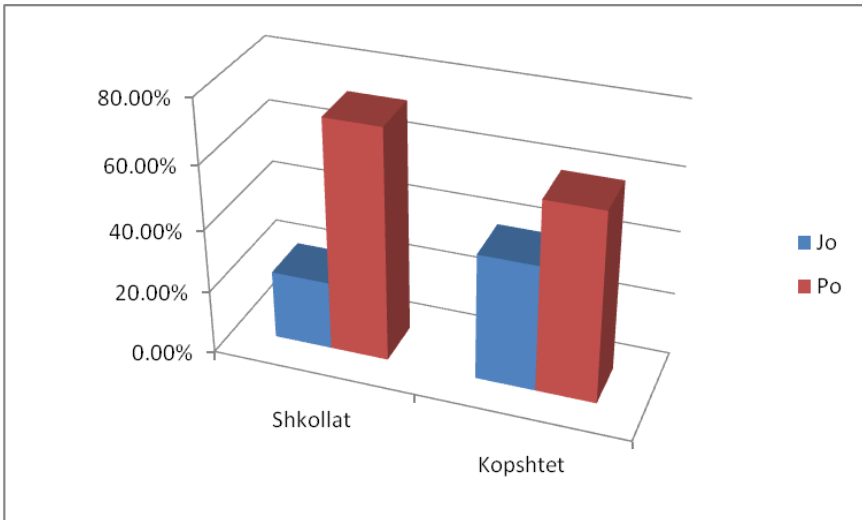
Në rezultatet e paraqitura në grafikun 3 shihet që 32% e edukatoreve në shkolla (paralele parafillore) mendojnë që aktivitetet e përcaktuara me kurrikul i përshtaten deri diku moshës së fëmijëve, ndërsa 44% mendojnë që janë përshtatur dhe 24% mendojnë që janë përshtatur shumë. Ndërsa në kopshte numri më i madh i edukatoreve (77.8%) mendojnë që aktivitetet e përcaktuara me kurrikul i përshtaten moshës së fëmijëve.

Realizimi i aktiviteteve edukative sipas plan-programit

Shkollat		Kopshtet	
Nuk realizohen	0%	Nuk realizohen	0%
Realizohen deri diku	24%	Realizohen deri diku	11.8%
Realizohen	76%	Realizohen	88.2%

Tabela (4): Realizimi i aktiviteteve edukative sipas plan-programit

Krahasimi i të nxëniet në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet Për të kuptuar a realizohen aktivitetet edukative me fëmijë gjatë kohës që është e planifikuar me plan-program, opinioni i edukatoreve në shkolla (76%) dhe edukatoreve në kopshte (88.2%) ka qenë pozitiv. Rastet kur edukatorët është dashur të shtojnë apo reduktojnë aktivitetet e përcaktuara me plan-program



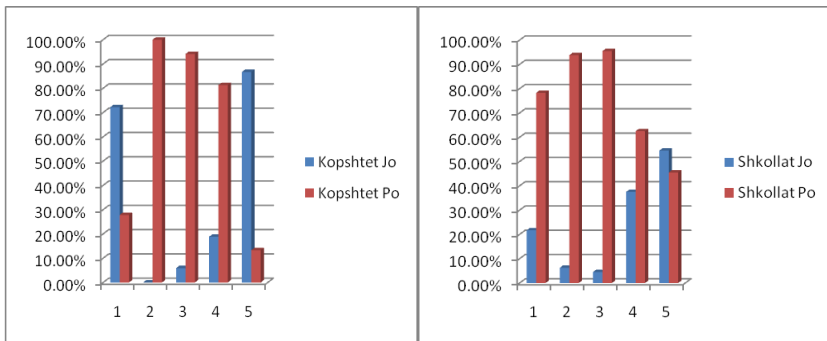
Grafiku 4: Rastet kur edukatorët është dashur të shtojnë apo reduktojnë aktivitetet e përcaktuara me plan-program

Në grafikun 4 shihet që shumica e edukatoreve në shkolla (78.3%) dhe edukatoreve në kopshte (60%) deklarojnë se duhet të shtojnë apo reduktojnë aktivitete krahas atyre të përcaktuara me plan-program. Sipas edukatoreve aktivitetet duhet të reduktohen për shkak të kohës së kufizuar.

Mjetet e konkretizimit të përdorura në shkolla	Mjetet e konkretizimit të përdorura në kopshte
Bloqe, kartela, fruta, perime, mjete higjienike, lodra, hamera, ngjyra, figura gjeometrike, shkopinj, plastelinë, numra të punuar me plastikë, libra me ilustrime, projektor, material riciklues.	Figura gjeometrike, pemë perime, ngjyra, akuariume, bloqe, plastelinë, material riciklues, material vizual.

Përmbledhja e pesë pyetjeve nga anketa e realizuar me edukatorët e fëmijëve të grup moshës 5-6 vjet në shkolla dhe kopshte:

Nr.	Pyetjet	Shkollat		Kopshtet	
		Jo	Po	Jo	Po
1	A keni nevojë për mjete konkretizimi?	21.70%	78.30%	72.20%	27.80%
2	A mbani takime të rregullta me prindër?	6.30%	93.80%	0%	100%
3	A realizoni vizita jashtë institucionit me fëmijët e grupit tuaj?	4.50%	95.50%	5.90%	94.10%
4	Sipas mendimit tuaj, a ka dallime në të nxënit e fëmijëve të moshës 5-6 vjet në mes të shkollave (paraleleve parafillore) dhe kopshteve?	37.50%	62.50%	18.80%	81.30%
5	A mendoni që edukimi parashkollor në grup moshën 5-6 vjet ka nevojë për ndryshime?	54.50%	45.50%	86.70%	13.30%



Grafiku 5: Përmbledhja e pesë pyetjeve nga anketa e realizuar me edukatorët e fëmijëve të grup moshës 5-6 vjet në shkolla dhe kopshte.

Në tabelën më lart dhe grafikun 5, në të cilin grafik janë përfshirë dy grafikone për të parë krahasimin në mes të shkollave dhe kopshteve, shihet që:

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet

1. Institucionet parashkollore kanë nevojë për mjete të tjera konkretizimi, ku shkollat paraqiten me nevoja më të larta për mjete konkretizimi (78.30%) se sa kopshtet (27.80%).
2. Takimet e parapara me prindër realizohen në mënyrë të rregullt si në shkolla (93.80%) ashtu edhe në kopshte (100%), por ka raste kur sipas nevojës realizohen edhe më shpesh.
3. Lidhur me vizitat e realizuara jashtë institucionit ku zhvillohet procesi edukativ, si në shkolla (95.50%) ashtu edhe në kopshte (94.10%) realizohet së paku një vizitë në muaj dhe arsyet e vizitës lidhen kryesisht me aktivitetet edukative, të cilat mund të zbatohen gjatë një vizite të tillë.
4. Nga këndvështrimi i edukatoreve në shkolla (62.50%) dhe edukatoreve në kopshte (81.31%) ekzistojnë dallime në të nxënë të fëmijëve të moshës 5-6 vjet, në mes të shkollave dhe kopshteve, dhe dallimet e cekura janë:
 - Orari i qëndrimit të fëmijëve në kopsht u jep mundësi fëmijëve të socializohen, të edukohen për rregullat, mbajtjes së e higjienës, etj.
 - Hapësira e mjaftueshme në kopshte për realizimin e kurrikulës për fëmijë të grup- moshës 5-6 vjet.
 - Fëmijët në shkolla janë më të përgatitur për klasën e parë.
5. 45.5% e edukatoreve në shkolla (paralele parafillore) dhe 13.3% e edukatoreve në kopshte kanë nevojë për ndryshime. Ndryshimet e nevojshme të cekura nga edukatorët e anketuara janë:
 - Krijimi i hapësirës së mjaftueshme për realizimin e aktiviteteve edukative
 - Përmirësimi i kushteve higjienike
 - Zgjatja e kohës së qëndrimit të fëmijëve në shkollë
 - Material për punë
 - Program unik për të gjitha institucionet parashkollore.
 - Realizim i vizitave më të shpeshta lidhur me aktivitetet e fëmijëve
 - Aktivitete të përbashkëta me kopshte të tjera.

Intervista e realizuar me drejtorin e Drejtorisë së Arsimit në Ferizaj

Sipas Drejtorisë së Arsimit, këtë vit akademik janë regjistruar gjithsej 1720 fëmijë, prej tyre 1632 edukohen nëpër shkolla dhe 88 në kopshte. Qëllimi i ndarjes së kësaj grupmoshe qëndron në faktin se qëndrimi ditor i fëmijëve në kopshte është më i pranueshëm për pjesën e disa prindërve që punojnë me orar të zgjatur.

Drejtoria e Arsimit realizon vizita të parapara sipas planit vjetor dhe vizita sipas kërkesave apo nevojave të paraqitura, ndërsa çdo gjysmë vjetor kërkon raport për vijueshmërinë e fëmijëve, jo edhe për suksesin, mirëpo gjatë vizitave të cilat i bëjnë për kontrollimin e ecurisë së punës me nivelin parashkollor kanë vërejtur se edukatoret bëjnë vlerësim të rregullt për secilin fëmijë.

Vlerësimi i të nxëniet të realizuar me fëmijë të moshës 5-6 vjet si në shkolla ashtu edhe në kopshte për Drejtorinë e Arsimit është pozitiv, objektivat e përcaktuara në kurrikulën e edukimit janë të realizuara, sipas Drejtorisë së Arsimit nuk ka qasje të ndryshme në mes shkollave (paraleleve parafillore) dhe kopshteve dhe nuk vërehet se ka dallim në realizimin e objektivave apo edhe dallime të tjera në trajtimin e fëmijëve të kësaj grupmoshe.

Diskutimet

- Bazuar në të dhënat nga anketat e realizuara me edukatore të grupmoshës 5-6 në shumicën e institucioneve parashkollore në komunën e Ferizajt, kjo grupmoshë ka nevojë për program unik në mes të edukimit të realizuar në paralele parafillor dhe të edukimit të realizuar në kopshte.
- Të dhënat tregojnë (78.3% e edukatoreve në shkolla (paralele parafillore) dhe 60% e edukatoreve në kopshte) që fëmijët e grup moshës 5-6 vjet kanë nevojë për aktivitete shitesë, ku veçohet puna e dorës dhe aktivitetet në ambient të hapur.
- Sipas edukatoreve të anketuara në shkolla (paralele parafillore) është e nevojshme të reduktohen disa aktivitete që nuk i përkasin moshës së fëmijës, ndërsa orari i caktuar për edukimin e fëmijëve

Krahasimi i të nxëniet në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet të grupmoshës 5-6 vjet nuk është i mjaftueshëm për realizimin me sukses të aktiviteteve që i përkasin kësaj grupmoshe.

- Sipas të dhënave, 78.3% e edukatoreve në shkolla (paralele parafillore) kanë nevojë për mjete konkretizimi, ka raste kur fëmijët sigurojnë mjete konkretizimi për zhvillimin e aktiviteteve edukative.

Kufizimet e studimit

- Për shkak të vonesës së dhënies së informacioneve për numrin e fëmijëve të grupmoshës 5-6 vjet në institucionet parashkollore në Ferizaj, kemi hasur në vështirësi në gjetjen e numrit të saktë të fëmijëve të kësaj grupmoshe në institucionet parashkollore të përfshira në hulumtim.
- Studimi është përqendruar në institucionet parashkollore (duke përfshirë nivelin para-fillor nëpër shkolla fillore) vetëm në qytetin e Ferizajt.

Përfundime

- Sipas Drejtorisë së Arsimit në Komunën e Ferizajt, këtë vit akademik janë regjistruar 1720 fëmijë të grupmoshës 5-6 vjet, 1632 fëmijë janë regjistruar në shkolla (paralele parafillore) dhe 88 fëmijë janë regjistruar në kopshte.
- Nga gjithsej 43 anketa të realizuara me edukatore të grupmoshës 5-6 vjet, 25 anketa të realizuara në shkolla (paralele parafillore) dhe 18 anketa të realizuara në kopshte kemi arritur të identifikojmë disa dallime në mes të shkollave (paraleleve parafillore) dhe kopshteve e që janë:
 - a) Qëndrimi i fëmijëve në kopshte dallon dukshëm nga qëndrimi në shkolla, mbase sipas të dhënave, qëndrimi i fëmijëve në shkollë zgjat 1-2 orë (40%) dhe 2-3 orë (52%), ndërsa në kopshte qëndrimi i fëmijëve zgjat më shumë se 3 orë (100%).
 - b) Nevoja për mjete konkretizimi është shprehur më shumë nga shkollat (78.3%) në krahasim me kopshtet (27.8%).

- Nevoja për ndryshime në edukimin parashkollor është më e theksuar në shkolla (45.5%) se sa në kopshte (13.3%), ndërsa ndryshimet e cekura si më të nevojshme janë hapësira e mjaftueshme për realizimin e aktiviteteve edukative, përmirësimi i kushteve higjienike, zgjatja e kohës së qëndrimit të fëmijëve në shkollë për arsye të realizimit më të suksesshëm të aktiviteteve edukative, material i mjaftueshëm për punë, realizimi i vizitave lidhur me aktivitetet e fëmijëve, aktivitete të përbashkëta me kopshte të tjera.
- Bazuar në të dhënat e grumbulluara, shihet që shkollat dhe kopshtet kanë ngjashmëri por edhe dallime në realizimin e procesit edukativ i cili ndikon edhe në procesin e të nxënit. Dallimet më të theksuara nga të dhënat e grumbulluara janë:
 - 1) Hapësira e pa mjaftueshme për zhvillim të aktiviteteve në shkolla.
 - 2) Koha e pa mjaftueshme në shkolla për realizimin me sukses të aktiviteteve të parapara me plan-program.
 - 3) Nevoja për mjete konkretizimi në shkolla.
 - 4) Nevoja për vizita më të shpeshta jashtë shkolle.

Rekomandime

- Drejtoria e Arsimit të ketë një bashkëpunim shumë të ngushtë me institucionet parashkollore, posaçërisht me grupmoshën 5-6 vjet, mbase ky grup është duke u përgatitur për klasën e parë të shkollës fillore.
- Institucionet parashkollore, posaçërisht shkollat (paralelet parafillore) dhe kopshtet të bashkëpunojnë mes vete me qëllim të shkëmbimit të eksperiencave për realizim sa më të suksesshëm të objektivave për edukimin parashkollor për grupmoshën 5-6 vjet.
- Institucionet parashkollore të kenë një bashkëpunim të ngushtë brenda institucionit (drejtorit, psikologut/es dhe edukatorit/es), në mënyrë që të gjinden praktikat më të mira të realizueshme konform fushave të edukimit për grupmoshën 5-6 vjet.

Krahasimi i të nxënit në nivelin parashkollor në mes të shkollave (paralele parafillore) dhe kopshteve në grupmoshën 5-6 vjet

- Drejtoria e Arsimit ta shikojë mundësinë për vëzhgimin e institucioneve parashkollore, posaçërisht shkollave, në mënyrë që të vlerësohen nevojat që kanë edukatorët, e sidomos fëmijët për një edukim më të mirë. Disa prej nevoja, të cilat mund të shqyrtohen janë; Hapësira e pa mjaftueshme për zhvillim të aktiviteteve në shkolla, koha e pa mjaftueshme në shkolla për realizimin me sukses të aktiviteteve të parapara me plan-program, nevoja për mjete konkretizimi në shkolla.

Referencat

1. Azemi B, "Fjalor i Pedagogjisë", Prishtinë, 2014
2. Nuredini V, "Edukata Parashkollore", Prishtinë, 2013
3. Ponxha A, "Edukimi i Fëmijëve", Bern, 2013
4. http://www.masht.gov.net/advCms/documents/Kurrikula_parashkollore.pdf (e marrë më 24.03.2015)
5. http://www.kuvendikosoves.org/common/docs/ligjet/2006_02-L52_al.pdf (e marrë më 27.03.2015).
6. <http://www.uni-pr.edu/getattachment/b0997082-4539-497d-9622-a706294c9307/Plani-strategjik-i-arsimit-ne-Kosove-2011-2016.aspx> (e marrë më 27.03.2015).
7. http://www.masht.gov.net/advCms/documents/Korniza_e_kurrikules11.pdf (e marrë më 27.03.2015).
8. <http://naimbabaj67.weebly.com/stilet-e-teuml-nxeumlnit.html> (e marrë më datë 27.03.2015)
9. <http://www.doktoratura.unitir.edu.al/wp-content/uploads/2014/12/Doktoratura-Majlinda-Gjelaj-Fakulteti-i-Shkencave-Sociale-Departamenti-i-Psikologji-Pedagogjise.pdf> (e marrë më datë 27.03.2015).

Roli i gjuhës angleze në WEB-faqet e NVM-ve në Komunën e Ferizajt

Lindita Jusufi

Abstrakti

Aplikimi i gjuhës angleze, si gjuhë me rëndësi të madhe, krahas zhvillimeve në gjithë botën por edhe në Kosovë është bërë i domosdoshëm për zhvillim dhe ngritje të nivelit edukativ, social, ekonomik, etj. Shtrirja e domosdoshmërisë së gjuhës angleze, pos në institucionet të cilat kanë menaxhuar zhvillimet në kohën e tranzicionit dhe të cilat janë obliguar të komunikojnë me institucione të ndryshme ndërkombëtare, ka ndikuar dhe vazhdon të jetë faktor mjaft i rëndësishëm edhe për institucionet e tjera siç janë ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, ku rol në këtë proces gjithnjë ka luajtur dhe luan komunikimi në gjuhët ndërkombëtare, posaçërisht gjuhës angleze, si nevojë e shkëmbimit të informacioneve, ideve dhe projekteve me kompani apo institucione ndërkombëtare për të zhvilluar dhe ngritur kapacitetet, shërbimet apo prodhimet e tyre.

Nisur nga fakti që Kosova ka nevojë për eksperiencë e investime ndërkombëtare, si institucionet publike edhe ato private, si ndërmarrjet e mëdha edhe ato të vogla e të mesme, duhet t'i kushtojnë rëndësi të veçantë çështjes së aplikimit të gjuhës angleze.

Hulumtimi në fjalë fokusohet në identifikimin e rolit të aplikimit të gjuhës angleze në WEB-faqet e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në Komunën e Ferizajt, me qëllim të gjetjes nëse aplikimi i gjuhës angleze në WEB-faqet e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme ndikon në zhvillimin e tyre.

Fjalë kyç: *Gjuhë angleze, WEB-faqe, publikime, ndërmarrjet e vogla dhe të mesme.*

Hyrje

Kategoria e ndërmarrjeve mikro, të vogla dhe të mesme është e përbërë prej ndërmarrjeve që punësojnë më pak se 250 persona dhe që kanë një

qarkullim vjetor që nuk tejkalon 50.000.000 €, dhe / ose fletë bilanci i përgjithshëm vjetor nuk i kalon 43.000.000 € (EC, 2005).

Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme mund të përcaktohen si firma të pavarura, të cilat punësojnë një numër të specifikuar të punëtorëve. Ky numër ndryshon në vende të ndryshme të Evropës, varësisht nga përcaktimet e tyre nëpër sistemet statistikore kombëtare. Përderisa në Bashkimin Evropian, ky numër i specifikuar është 250 punëtorë që një ndërmarrje e vogël dhe e mesme mund të cilësohet e tillë, në Shtetet e Bashkuara të Amerikës kjo shifër është më pak se 500 punëtorë, (OECD, 2000).

Ndërmarrjet e vogla në anën tjetër janë ato firma të cilat kanë të punësuar 50 ose më pak punëtorë. Te ndërmarrjet e vogla bënë pjesë edhe një kategori tjetër e ndërmarrjeve që quhen mikro-ndërmarrje. Këto mikro-ndërmarrje punësojnë dhjetë ose pesë punëtorë, por edhe më pak (OECD, 2000).

Në Kosovë janë të regjistruara shumë biznese si mikro-ndërmarrje të cilat janë të klasifikuara pothuajse njëjtë me ato të BE-së dhe shteteve të rajonit dhe kryejnë aktivitetin ekonomik të tyre me 1 deri në 9 të punësuar, ndërmarrje të vogla (me 10 deri në 49 të punësuar) dhe ndërmarrje të mesme (me 50 deri në 249 të punësuar) (MEI, 2012 dhe MTI, 2012).

Çdo lloj kompanish apo ndërmarrjesh do të kishte mundësi të zgjeronte aktivitetin me përmasa ndërkombëtare nëse do të prezantohej edhe në gjuhën angleze.

Gjuha angleze sot reflekton shumë shekuj të zhvillimit politik e ngjarjeve sociale (Baugh & Cable, 2002).

Aplikimi i gjuhës angleze ka specifikat e tij lidhur me atë se për cilat fusha përdoret. Qëllimi kryesor i aplikimit dhe përkthimit është që të shërbejë si një mjet komunikimi ndërkulturor dygjuhësh midis njerëzve (Al-Nakhalah, 2013). Pra, aplikimi dhe përkthimi në gjuhën angleze konsiderohet të jetë faktor kyç për të kuptuar nacionalitetet dhe civilizimin e popujve që flasin këtë gjuhë, ndërsa në raste zhvillimi ka rol shumë të rëndësishëm në promovimin e ndërmarrjeve siç janë ndërmarrjet e vogla dhe të mesme.

Prezantimi në gjuhën angleze ndihmon për të na identifikuar si ndërmarrje edhe tek institucionet ndërkombëtare ku kuptohet dhe flitet gjuha angleze.

Problemi kërkimor

Shumë institucione në Kosovë e veçanërisht ndërmarrjet e vogla dhe të mesme nuk i kushtojnë rëndësi prezantimit të tyre në portalet elektronike, aq më pak kur bëhet fjalë për aplikimin e gjuhës angleze në web-faqet e tyre.

Në Komunën e Ferizajt operojnë shumë ndërmarrje të vogla dhe të mesme dhe po të vështrosh portalet e tyre, një numër i madh i tyre nuk i kushtojnë rëndësi gjuhës angleze në paraqitjen elektronike në web-faqet e tyre.

Edhe pse Komuna e Ferizajt njihet si një ndër komunat më të zhvilluara, ende përballet me vështirësi në lidhje me bashkëpunimet dhe pranimin e investimeve nga jashtë, prandaj qëllimi kryesor i hulumtimit është të identifikojmë nëse ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, të cilat operojnë në Komunën e Ferizajt kanë web-faqe të tyre edhe në gjuhën angleze, e cila konsiderojmë që do ju ndihmonte në prezantimin e tyre në qarqet ndërkombëtare.

Metodologjia

Duke e parë që Kosova në përgjithësi, por edhe Komuna e Ferizajt në veçanti ka nevojë për investime nga jashtë, veçanërisht kur është fjala për bashkëpunime ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme, konsiderojmë që pos arsyeve të tjera më madhore, rolë të rëndësishëm luan edhe informacioni të cilin ndërmarrjet e prezantojnë për t'u identifikuar. Prandaj supozojmë që një prej faktorëve i cili ndikon në prezantimin më të mirë të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në qarqet ndërkombëtare, nxitjen e bashkëpunimeve jashtë kufijve dhe rritjen e zhvillimit të tyre është aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre.

H1: Aplikimi i gjuhës angleze në web-faqe të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme ndikon në ngritjen e zhvillimit të tyre.

Ky hulumtim është realizuar përmes përshkrimit dhe analizës së të dhënave të mbledhura përmes metodave dhe teknikave hulumtuese të cilat paraprakisht janë punuar duke u bazuar në qëllimin e hulumtimit. Anketa është teknika kryesore e cila është realizuar me 30 ndërmarrje të vogla dhe të mesme që operojnë në Komunën e Ferizajt. Anketimi është kryer nga studentët e vitit të tretë të Fakultetit të Gjuhës Angleze. Të dhënat e grumbulluara janë përpunuar përmes metodës sasiore dhe cilësore, me kalkulime dhe përqindje matematikore dhe analizuar e përshkruar përmes programit EXCEL dhe Google Site.

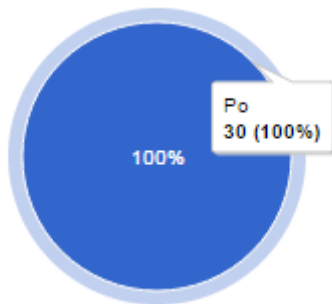
Të dhënat dhe analizat

Të dhënat janë grumbulluar përmes pyetësorit të anketës, e cila përmban 10 pyetje të përpiluara konform qëllimit të hulumtimit. Bazuar nga natyra e pyetjeve dhe përgjigjeve të grumbulluara, për të arritur rezultatet sa më të sakta pyetjet janë përpunuar përmes programit EXCEL dhe programit Google Site.

Gjetjet

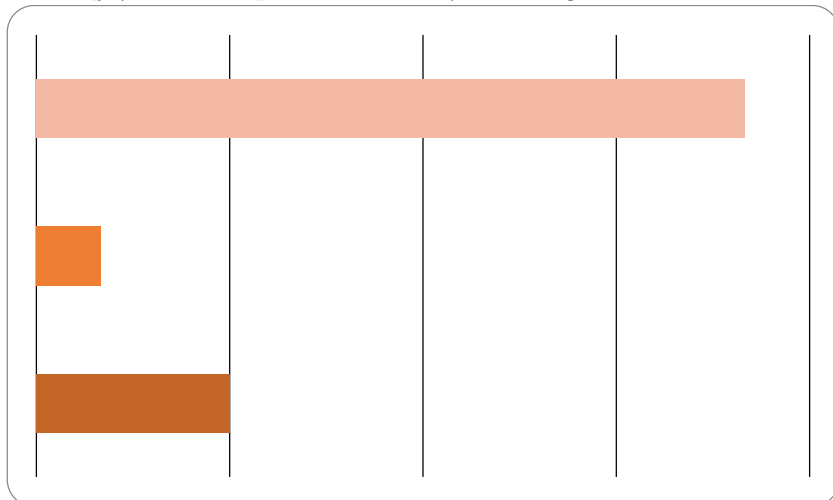
Rezultatet e dala nga të dhënat e grumbulluara përmes anketës së realizuar me tridhjetë ndërmarrje në Komunën e Ferizajt janë si vijon: Të gjitha ndërmarrjet e vogla dhe të mesme të anketuara kanë web-faqe e tyre me të cilat prezantohen.

Grafiku 1 tregon që 100% të NVM-ve të anketuara posedojnë web-faqe të tyre me të cilën prezantohen.



Grafiku 1: posedimi i web-faqeve nga ndërmarrjet e vogla dhe të mesme

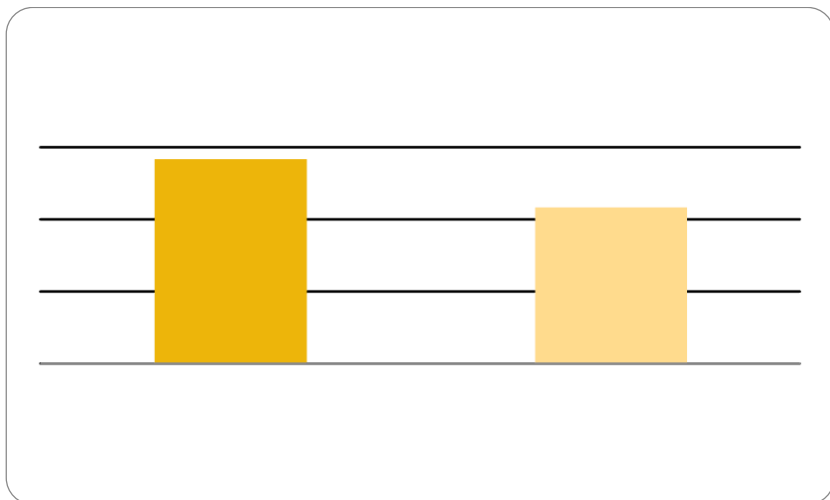
Mbikëqyrja e web-faqeve të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme



Grafiku 2: Mbikëqyrja e web-faqes së ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme

Siç shihet në grafikun 2, shumica e ndërmarrjeve të anketuara i mbikëqyrin web-faqet e tyre dhe mbikëqyrja e web-faqes kryesisht bëhet nga personeli i ndërmarrjes 73.30%, kompanitë e kontraktuara 6.70% dhe nga individ të caktuar 20%.

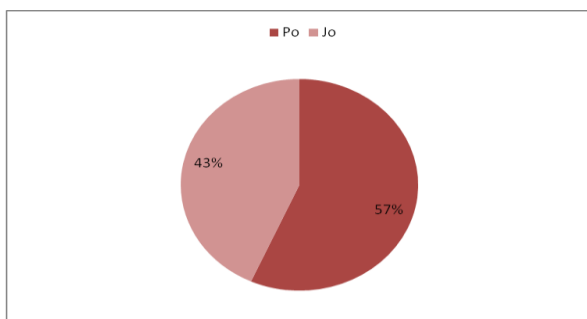
Kërkesat që web-faqja e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme të jetë edhe në gjuhën angleze:



Grafiku 3: Kërkesat që web-faqja e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme të jetë edhe në gjuhën angleze.

Grafiku 3 tregon që 56.7% e ndërmarrjeve të anketuara janë deklaruar që kanë pranuar kërkesa që web-faqja e ndërmarrjes së tyre të jetë e përkthyer edhe në gjuhën e angleze, derisa 43.3% janë deklaruar që nuk kanë pranuar kërkesa të tilla.

Web-faqet e përkthyer në gjuhën angleze të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme



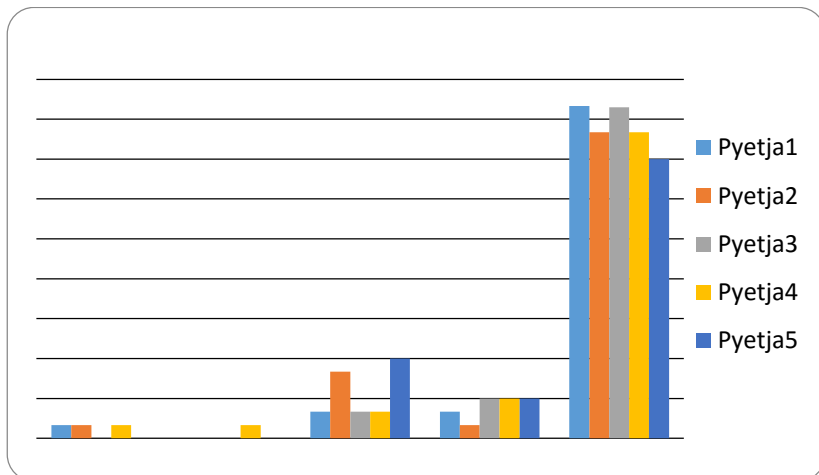
Grafiku 4: Web-faqet e përkthyer në gjuhën angleze të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme.

Siç është paraqitur edhe në grafikun 4, 57% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme i kanë të përkthyer në gjuhën angleze web-faqet e tyre,

ndërsa 43.3% e tyre nuk e kanë të përkthyer në gjuhën angleze web-faqen e tyre.

Opinionet e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme lidhur me aplikimin e gjuhës angleze në web-faqet e tyre

Nr.	Pyetjet	Nuk pajtohe m aspak	Nuk pajtohe m	Pajtohe m deri diku	Pajtohem	Pajtohem plotësisht
1	Aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e ndërmarrjes tuaj do t'ju bëjë marketing më të mirë?	3.30%	0.00%	6.70%	6.70%	83.30%
2	Aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e ndërmarrjes tuaj do t'ju ndihmojë të prezantoheni më denjësisht si ndërmarrje?	3.30%	0.00%	16.70%	3.30%	76.70%
3	Aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e ndërmarrjes tuaj do t'ju ndihmojë të prezantoheni edhe në qarqet ndërkombëtare?	0%	0.00%	6.70%	10.00%	83.00%
4	Aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e ndërmarrjes tuaj do t'ju ndihmojë në rritjen e investimeve nga jashtë?	3.30%	3.30%	6.70%	10.00%	76.70%
5	Aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e ndërmarrjes tuaj do t'ju ndihmojë në rritjen e zhvillimit në përgjithësi?	0%	0.00%	20.00%	10.00%	70.00%



Grafiku 5: Përmbledhje opinionesh nga ndërmarrjet e vogla dhe të mesme lidhur me aplikimin e gjuhës angleze në web-faqet e tyre.

Tabela dhe grafiku më lart paraqesin opinionet e 30 ndërmarrjeve të anketuara lidhur me aplikimin e gjuhës angleze në web-faqet e tyre. Siç shihet në tabelë dhe grafik 83.30% e ndërmarrjeve pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do i bëjë marketing më të mirë, 76.60% pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do të ndihmojë në prezantim më të denjë si ndërmarrje, 83% e ndërmarrjeve pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do të ndihmojë në prezantimin e ndërmarrjes edhe në qarqet ndërkombëtare, 76.70% e ndërmarrjeve pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do të ndihmojë në rritjen e investimeve nga jashtë, 70% e ndërmarrjeve pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do të ndihmojë në rritjen e zhvillimit në përgjithësi.

Diskutimet

- Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, edhe pse theksojnë që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre është i rëndësishëm, duket që nuk i japin rëndësi të mjaftueshme kësaj çështje.
- Edhe pse 56.7% e ndërmarrjeve të anketuara janë deklaruar që kanë pranuar kërkesa që WEB-faqja e ndërmarrjes së tyre të jetë e

përkthyer edhe në gjuhën e angleze, nuk kanë ndërmarrë ndonjë veprim drejt aplikimit të gjuhës angleze në web-faqet e tyre.

- Shumica e ndërmarrjeve pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do t'i bëjë marketing më të mirë, që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqen e tyre do të ndihmojë në prezantim më të denjë si ndërmarrje, në prezantimin e ndërmarrjes edhe në qarqet ndërkombëtare, në rritjen e investimeve nga jashtë dhe rritjen e zhvillimit në përgjithësi, por 43.3% e tyre nuk i kanë të përkthyer në gjuhën angleze web-faqet e tyre.
- Gjatë realizimit të anketës është parë që diskutimi për çështjen e aplikimit të gjuhës angleze në web-faqet e tyre ka shprehur interesim dhe vetëdijesim për rëndësinë e saj edhe te ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, të cilat nuk kanë aplikuar gjuhën angleze në web-faqet e tyre.
- Studimi është përqendruar vetëm në 30 ndërmarrje të vogla dhe të mesme, të cilat janë konsideruar si ndërmarrje më të mëdha dhe më të njohura në Komunën e Ferizajt.
- Procedura e anketimit të 30 ndërmarrjeve të e vogla dhe të mesme është realizuar gjatë periudhës 14.05.2015 deri më 02.06.2015.

Përfundime

- Të gjitha ndërmarrjet e vogla dhe të mesme të anketuara kanë web-faqen e tyre me të cilën prezantohen.
- Shumica e ndërmarrjeve të anketuara i mbikëqyrin web-faqet e tyre, dhe mbikëqyrja e web-faqes kryesisht bëhet nga personeli i ndërmarrjes 73.30%, kompanitë e kontraktuara 6.70% dhe nga individ të caktuar 20%.
- 56.7% e ndërmarrjeve të anketuara janë deklaruar që kanë pranuar kërkesa që web-faqja e ndërmarrjes së tyre të jetë e përkthyer edhe në gjuhën e angleze.
- 57% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme i kanë të përkthyer në gjuhën angleze web-faqet e tyre, ndërsa 43.3% e tyre nuk i kanë të përkthyer në gjuhën angleze web-faqet e tyre.

- 83.30% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme të anketuara pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre do t'i bëjë marketing më të mirë.
- 76.60% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre do të ndihmojë në prezantim më të denjë si ndërmarrje.
- 83% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre do t'i ndihmojë në prezantimin e ndërmarrjes edhe në qarqet ndërkombëtare.
- 76.70% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre do të ndihmojë në rritjen e investimeve nga jashtë.
- 70% e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme pajtohen plotësisht që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre do të ndihmojë në rritjen e zhvillimit në përgjithësi.

Rekomandime

- Bazuar në kërkesat për përkthim të web-faqeve të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme që kanë pranuar këto ndërmarrje, konsiderojmë që ndërmarrjet e vogla dhe të mesme është me rëndësi t'i kenë të përkthyer web-faqet e tyre.
- Nga opinioni i vetë ndërmarrjeve, shihet që shumica e tyre pajtohen që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e tyre ndihmon në zhvillimin e tyre, prandaj ato ndërmarrje të vogla dhe të mesme, që nuk kanë të përkthyer web-faqet e tyre, duhet të inkurajohen të aplikojnë edhe gjuhën angleze në web-faqet e tyre, gjithashtu edhe ato që veç e aplikojnë gjuhën angleze në web-faqet e tyre, të inkurajohen të punojnë më shumë në këtë drejtim.
- Duke e ditur që zhvillimet më të mëdha krijohen me bashkëpunime të ndryshme si; shkëmbime eksperiencash, mallrash, fondacionesh, etj, atëherë konsiderojmë që aplikimi i gjuhës angleze në web-faqet e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme luan një rol mjaft të rëndësishëm në krijimin e bashkëpunimeve të tilla me vende dhe ndërmarrje më të zhvilluara.

Referencat

1. Baugh, A.C. & Cable, Th. (2002). A History of the English Language. London: Routledge.
2. Shahsavar, Z. & Naderi, M. S. (2015). Investigating the Influence of Ideology on Translation: A Critical Discourse Analysis of 'A Tale of Two Cities' and Its Persian Translations. International Journal of English Language & Translation Studies. (e marrë më 15.04.2015 në <http://www.eltsjournal.org>
3. <http://www.oecd.org/cfe/leed/49180428.pdf> (e marrë më 18.03.2015).
4. http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/sme_definition/sme_user_guide_en.pdf (e marrë më 18.03.2015).
5. http://www.mei-ks.net/repository/docs/European_Partnership_Action_Plan_2012.pdf (e marrë më 14.04.2015).,

Roli i noterive në trashëgiminë e pronave

Shqipe Shaqiri

Abstrakt

Shërbimi i noterisë në Republikën e Kosovës është njëri nga shërbimet juridike publike me qëllim të mbrojtjes së interesave të ligjshme të personave juridikë dhe fizikë në pajtim me Kushtetutën e Republikës së Kosovës dhe ligjet që ka filluar të funksionojë që nga viti 2012. Zyrat e noterëve ofrojnë shërbime juridike për çështje familjare dhe trashëgimore për çështje pronësore; për çështje ekonomike dhe të punës; shërbime juridike nga ruajtja e gjërave dhe dokumenteve të tjera; shërbime juridike lidhur me vërtetimet, legalizimet dhe certifikatat e tjera. Qëllimi i këtij hulumtimi është të analizohet dhe të krijohet një pasqyrë për rolin e noterive dhe ndikimin e këtyre zyrave në çështjet e trashëgimive të pronave në Republikën e Kosovës. Përmes metodave të hulumtimit janë arritur rezultatet që tregojnë efikasitetin në zgjidhjen e çështjeve në trashëgiminë e pronave në Republikën e Kosovës, duket sjellë edhe rekomandimet apo konkludimet për përmirësimin, dhe për vështirësitë që shfaqen gjatë shfrytëzimit të këtij shërbimi juridik.

Fjalë kyç: *noteri, trashëgimia e pronave, Republika e Kosovës, Komuna e Ferizajt*

Hyrje

Ky projekt hulumtues ka për synim të krijojë një pasqyrë rreth rolit të zyrës së noterive në çështjet familjare e pronësore në Republikën e Kosovës si një shërbim i ri juridik që ka filluar të ofrohet, dhe ndikimin e këtyre zyrave në përmirësimin e këtyre aspekteve juridiko-shoqërore. Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim (SDC), në vitin 2004 ka filluar një projekt nën kujdesin e saj që përmes ekspertëve të saj për noteri duke mbështetur Departamentin e Drejtësisë të UNMIK-ut të

hartojë Ligjin për Sistemin e Noterisë në Kosovë, i cili ka hyrë në fuqi më 10 dhjetor 2008.

Kjo iniciativë e qeverisë zvicerane u nda në disa faza të projektit. Sipas një materiali që e shtjellon këtë ndihmë nga qeveria zvicerane në Tavinën e Rrumbullakët "Drejtësi, Liri dhe Siguri" nga Task Forca për Integrim Evropian në kuadër të Ministrisë së Integrimit Evropian në Kosovë, mbështetja e parë zgjati deri në vitin 2006, e cila kishte të bëjë me hartimin e ligjit dhe diskutimin e tij, hartimin e legjislacionit dytësor dhe hartimi i planeve se si të zbatohet ky ligj.

Sipas programit zviceran për bashkëpunim në Kosovë (AMP, 2013) faza e dytë e projektit e filluar në vitin 2008 deri në vitin 2012 ka mbështetur Ministrinë e Drejtësisë (MD) në zbatimin e ligjit për noter. Kjo fazë e projektit përbënte hartimin e legjislacionit sekondar për Ligjin e Noterisë, harmonizimin e dispozitave të tjera ligjore të identifikuar, aplikimi i një sistemi të përzgjedhjes dhe trajnimit të noterëve të parë dhe mbështetja për organizimin e provimit për kandidatët për noter. Kështu, në shtator 2011, Ministria e Drejtësisë kishte certifikuar 48 noterë të parë të Kosovës.

Faza e tretë e këtij projekti (mars 2012 deri qershor 2017) ka për qëllim dhënien e kontributit për qëllim konsolidimin e sistemit juridik në Kosovë duke mbështetur zhvillimin dhe implementimin e një sistemi noterial operacional. Inputet teknike drejtohen për të siguruar hartimin e legjislacionit sekondar dhe harmonizimin e tij me dispozita të tjera ligjore. Kjo fazë e projektit lehtëson më tej krijimin e Dhomës së Noterëve të Kosovës dhe sistemin e trajnimit për noterë. E tërë kjo synon të arrijë një sistem ligjor më efektiv dhe efikas duke pasur parasysh që gjykatat do të lirohen nga shumë raste e në këtë formë edhe qytetarët e kanë më të lehtë qasjen në drejtësinë e vendit (SCOK, 2015). Raundi i parë i 39 noterëve në tërë territorin e Kosovës ka filluar më 27 maj 2012. Ndërsa aktualisht në Republikën e Kosovës janë 74 noterë që janë duke kryer shërbime noteriale në zyrat e tyre noteriale.

Problemi kërkimor:

Qëllimi i këtij hulumtimi është zbulimi dhe zbërthimi i rolit të noterit në çështjet që kanë të bëjnë me trashëgiminë e pronave në Republikën e Kosovës. E tërë kjo synohet të arrihet duke bërë analizë të rasteve para dhe pas funksionimit të zyrave të noterive në vendin tonë. Përmes metodave të kërkimit do të identifikohen vështirësitë në aspektin e legjislacionit të fushës përkatëse dhe zbatimit të këtyre normave ligjore në aplikimin e rregullimit të kësaj fushe.

Noteri në Republikën e Kosovës përgjigjet para Odës së Noterëve dhe Ministrisë së Drejtësisë në Republikën e Kosovës, të cilat kompetenca dhe funksionet e tyre për sistemin noterial të Kosovës i kanë të rregulluara me ligjin për noterinë.

E drejta trashëgimore ka objekt të studimit normat juridike të cilat rregullojnë trashëgiminë dhe marrëdhëniet trashëgimore juridike që kanë të bëjnë me kalimin e pasurisë nga trashëgimlënësi te persona të tjerë që quhen trashëgimtarë (Podvorica, 2006). Sipas kësaj, të drejtë me pasuri trashëgimore kuptojmë një pasuri të caktuar e cila përbëhet nga sende të paluajtshme dhe të luajtshme si dhe të drejta reale të lidhura me këtë pasuri. Përbërja e objektit të trashëgimit është: të drejta reale (pronësia, pengu, servitudet, posedimi); të drejtat e detyrimeve (kontrata, shpërblimi i dëmit, premitë e sigurimeve etj.) dhe të drejtat e autorit dhe e drejta industriale.

Sistemi noterial apo noteria përfshin ofrimin e shërbimeve juridike – publike të cilat ofroheshin nga gjykatat ose institucionet e tjera e të cilat janë deleguar te noterët me qëllim që për qytetarin të jetë me e lehtë mbrojtja dhe realizimi i të drejtave dhe interesave legjitime të tyre, gëzimi i sigurisë juridike për ta, si dhe evitimi i mosmarrëveshjeve dhe kontesteve eventuale (Blakaj, 2012).

Përmes këtij projekti do të bëjmë identifikimin e rolit që ka noteri në aspektin e trashëgimit të pronave në Republikën e Kosovës duke analizuar punën e deritanishme, raportet mbi funksionin e zyrave të noterisë, rastet që janë zgjidhur, të drejtën që rregullon trashëgiminë në Kosovë dhe analizat e raportet e ndryshme për këtë shërbim juridik dhe publik. Hulumtimi do të shërbejë edhe për analizën e cilësisë së shërbimit të ofruar për zgjidhjen e çështjes së trashëgimisë së pronave

nga gjykata, që ka qenë e rregulluar më herët me Ligjin për Trashëgimi të Kosovës. Sipas statistikave të gjykatave të rregullta për vitin 2012 në Republikën e Kosovës, të publikuar nga KGJK, në Komunën e Ferizajt janë zgjidhur 380 lëndë trashëgimore. Ky projekt do të bëjë krahasimin mes gjykatës dhe punës së tanishme të zyrave të noterisë.

Hipoteza e studimit: Efekti i noterisë në përshpejtimin e procedurës për trashëgiminë e pronës në komparacion me funksionin e gjykatave.

Metodologjia:

Ky hulumtim do të përdorë metodat e kërkimit në Të drejtën familjare dhe trashëgimore, në fushën e rregullimit të legjislacionit për trashëgimi në Republikën e Kosovës, dhe për familjen. Gjithashtu do të analizohen të dhënat e nxjerra nga institucionet relevante si Oda e Noterëve, zyrat e noterive, gjykatat dhe agjencitë e ndryshme.

Metodat e kërkimit të përdorura në këtë hulumtim do të jenë ato të krahasimit të të dhënave për të arritur te pasqyra e cila tregon se si janë zgjidhur çështjet pronësore të trashëgimisë në vendin tonë përmes noterive dhe gjykatave më herët.

Si metodë e kërkimit përveç tjerash do të përdorim intervistën e lirë të standardizuar, përmes së cilës do të arrihet te vërtetimi i informacionit të saktë për të dhënat tashmë të grumbulluara, dhe të dhënat parësore që nuk njihen deri më tani. Intervista do të realizohet me noterët që punojnë me çështjet e trashëgimive të pronave dhe me gjykatësit kompetentë që kanë punuar me kësi raste.

Të dhënat dhe analiza:

Të dhënat e grumbulluara për këtë hulumtim janë arritur përmes intervistës së realizuar me zyrtarë të Gjykatës Themelore të Ferizajt dhe me noterë që zhvillojnë veprimtarinë e tyre në Komunën e Ferizajt. Intervista ka pasur qëllim të mbledhë informata rreth punës së këtyre subjekteve rreth trashëgimisë së pronave. Intervista është realizuar në objektin e Gjykatës Themelore të Ferizajt, përkatësisht në zyrat e noterëve të intervistuar në Komunën e Ferizajt. Analiza e të dhënave dhe studimi i tyre është bërë me përshkrimin e tyre dhe krahasimin apo

studimin e tyre nga njëra tjetra. Të dhënat numerike të nxjerra nga kjo metodë e përdorur paraqiten edhe grafikisht në pjesën e gjetjeve të këtij hulumtimi.

Gjetjet:

Intervista në zyrat e noterisë:

Në Komunën e Ferizajt aktualisht 4 zyra të noterëve zhvillojnë veprimtarinë e tyre në këtë territor, të cilat kanë filluar punën gjatë tre viteve të fundit. Shërbimet më të shpeshta për çështjet familjare që këto zyre ofrojnë janë lëndët trashëgimore që nuk kanë konteste, kontratat e dhuratave, testamentet, procesverbalet e testamenteve, kontratat për ndarje fizike të pronave, ruajtja e dokumenteve, depozitimi i gjërave me vlerë në arkiv të zyrave të noterisë, kontratat mbi mbajtje të përgjeshme etj. Gjatë dy viteve të para të punës zyrat e noterive në Komunën e Ferizajt kanë punuar prej 250 deri në 400 raste për trashëgimi të pronave, varësisht prej zyrës së noterisë.

Kushtet për përpilimin e një testamenti, si në hapësirën e zyrës së punës së noterit ashtu edhe në ambiente të shtëpisë, janë të definuar sipas ligjit që përfshijnë: prezencën e palëve pjesëmarrëse dhe të kenë cilësinë e veprimit, dy dëshmitarë të pranishëm, dokumentacioni që vërteton trashëgiminë që e vendos në testament, caktimin e seancës, pranim-dorëzimi i kopjes së procesverbalit të kopjes së testamentit, regjistrimi në librin e veçantë për testament, dhënia e kopjes së testamentit lënësit të tij dhe depozitimi i tij në arkiv dhe të gjitha këto kushte plotësohen para së të fillojë përpilimi i testamentit nga ana e noterit përkatës. Procesverbali i hapjes së testamentit ndodh me vullnetin e palës. Dhe testamenti dorëzohet në arkiv në zyrë të noterive në arkë të sigurt.

Sipas të dhënave nga zyrat e noterive në Komunën e Ferizajt nuk ka pasur asnjë rast të revokimit të testamentit, ndërsa ndryshimi, plotësimi apo ndonjë rekomandim edhe sikurse me ligj iu mundësohet palëve. Ndërkaq raste të testamentit jo të shkruar ende nuk ka pasur në Komunën e Ferizajt.

Zyrat e noterive edhe pse kanë marrë çështjet e trashëgimisë së pronave në kompetencat e tyre, lidhja apo bashkëpunimi me gjykatën ende mbetet i ngushtë. Kjo theksohet në rastet kur ndonjë nga trashëgimtarët

konteston testamentin, apo ndonjë pjese të testamentit ku nxirret akt-vendim për ndërprerje të procesit dhe udhëzohet në gjykatë pasi ngritët procedurë kontestimore.

Dokumentacioni kadastral është me rëndësi të madhe në çështjet e trashëgimisë së pronave. Vlen të theksohet se në rast të mungesës së ndonjë dokumenti apo verifikimi kadastral, propozime mund të bëhen për veprime mirëpo nuk mbahet ndonjë seancë pa u plotësuar tërësisht të gjitha kushtet për dokumentacion të kërkuar. Ky problem nuk paraqitet vetëm në nivelin e Komunës së Ferizajt, mirëpo është një situatë me të cilën sfidohen edhe institucione të tjera si lokale edhe ato qendrore.

Rastet e heqjes dorë nga trashëgimia, është dukuri që edhe në Komunën e Ferizajt paraqitet e shpeshtë, e cila mund të bëhet me deklaratë gojore të palës nëse gjendet e pranishme në seancë, apo deklaratë me shkrim nëse palët nuk janë të pranishëm. Në rastet pas mbajtjes së seancës ajo realizohet përmes procedurës kontestimore e cila kalon në proces gjyqësor.

Sa i përket dukurisë së heqjes dorë të trashëgimisë nga ana e gjinisë femërore, zyrat e noterive deklarohen së në të gjitha këto situata veprohet në formë shumë kompetente, duke krijuar mundësi dhe hapësirë pa ndonjë presion apo ndikim të jashtëm që mund të ndikojë te femrat. Ka numër të konsiderueshëm të qytetarëve që heqin dorë nga trashëgimitë si meshkujt ashtu femrat. Refuzues të trashëgimisë më së shpeshti janë personat e moshuar, apo persona të cilët për shkak të lokacionit të trashëgimisë pronësore heqin dorë nga kjo e drejtë. Në njërën nga zyrat e noterive në dy vitet e para të veprimtarisë kanë qenë 50 trashëgimtare femra të pronave familjare që ju ka takuar me të drejtë. Procedura e kalimit të pasurisë trashëgimore te trashëgimtari: pas vdekjes së personit që lë pas trashëgiminë dhe shpalljes së vdekjes së tij afatet fillojnë të llogariten nga dita kur aktvendimi për shpalljen e tij person i vdekur ka marrë formën e prerë. Ndërsa pas mbajtjes së seancës për lënien e trashëgimisë, vulolet procesverbali, palët pranojnë aktvendimin, të cilin e dorëzojnë në Drejtorinë për pronë, gjeodezi dhe kadastrë, dhe si përfundim brenda 30 ditëve kalon pasuria trashëgimore te trashëguesi i tij/saj.

Sa i përket lëndëve të zgjidhura për trashëgimi pronësore nga institucione të tjera, zyrat e noterive kanë qasje në rastet kur proces është i rregulluar edhe sipas ligjit por edhe me udhëzime të Odës së Noterëve. Në këto të dhëna qasja i mundësohet edhe agjencisë kadastrale në evidencën e pronës.

Rastet kur paraqitet konflikt interesi (noteri është i përfshirë në çështje apo lidhja përmes vijës së gjakut me palë) Oda e Noterëve është ajo që e bën inspektimin apo vlerësimin për vazhdim të punës dhe veprimet në rastet përkatëse.

Aktualisht për përdorim në shërbim të noterëve funksionon sistemi i regjistrimit të pengut, që u ndihmon noterëve gjatë evidentimit dhe zgjidhjes së lëndëve. Në vitin 2014 është krijuar një web aplikacion i cili parashihet të ndihmojë noterët gjatë veprimtarisë së tyre duke ofruar qasje të Odës së Noterëve te puna e noterëve, si dhe lehtësim të punës së noterëve ndërmjet veti sa i përket lëndëve të punuara.

Sa i përket tarifave noteriale, sipas Udhëzimit Administrativ NR. 02/2012 për tarifat e përkohshme noteriale të nxjerra nga Ministria e Drejtësisë, për të gjithë noterët dhe zyrat noteriale në Republikën e Kosovës është rregulluar vlera monetare e shërbimeve teknike apo ligjore të noterëve. Më poshtë janë paraqitur në formë tabelore tarifat noteriale në bazë të vlerës së transaksionit të aktit noterial sipas këtij udhëzimi administrativ:

Vlera e transaksionit në euro		Shuma në euro
Prej:	Deri:	Euro:
0.01 €	2.500,00 €	20 €
2.501,00 €	5.000,00 €	30 €
5.001,00 €	20.000,00 €	50 €
20.001,00 €	60.000,00 €	80 €
60.001,00	100.000,00 €	120 €

Tabela 1. : Tarifat noteriale në bazë të vlerës së transaksionit të aktit noterial.

Intervista në Gjykatën Themelore në Ferizaj

Sipas një Raporti të vlerësimit nga Këshilli Evropian mbi pajtueshmërinë me standardet ndërkombëtare në fushën e Luftimit të

Pastrimit të Parave dhe Luftimit të Financimit të Terrorizmit (LPP/LFT) qysh në periudhën e Jugosllavisë për shkak të mungesës së sistemit noterial në Kosovë, gjykatat komunale bënë mbikëqyrjen e veprimtarisë në prona. Ndërkaq në Kosovën e pasluftës deri në vitin 2013, të gjitha çështjet e trashëgimisë në prona janë zgjidhur nga gjykatat themelore në komunat përkatëse, e pas kësaj periudhë të gjitha këto lëndë procedohen tek zyrat e noterisë.

Sipas pasqyrës së punës për vitet 2012 dhe 2013, dhe të dhënat nga intervista e zhvilluar në Gjykatën Themelore të Ferizajt gjatë këtij viti, lëndët trashëgimore paraqiten sipas këtij statusi:

Viti	Lëndë të pazgjidhur a nga viti paraprak	Lëndët e pranuar a në punë gjatë vitit përkatës	Gjithsej lëndë në punë për vitin përkatës	Lëndë të zgjidhur a në vitin përkatës	Lëndë të pazgjidhur a në vitin përkatës
2013	572	9	581	188	393
2012	565	387	952	380	572

Tabela 2.: Lëndët trashëgimore për vitin 2012 dhe 2013 sipas pasqyrave së punës për vitin 2012 dhe 2013.

Gjatë një muaji, një gjykatës në Gjykatën Themelore të Ferizajt ka zgjidhur mesatarisht 20 lëndë për trashëgimi të pronës. Duke pasur parasysh edhe punën me të cilën ballafaqohet ky institucion dhe problemet me të cilat sfidohet gjatë funksionimit të saj, ky numër i lëndëve të punuara si dhe ato që trashëgohen vit pas viti lënë për të dëshiruar.

Sikurse edhe në rastin e noterëve edhe në Gjykatën Themelore të Ferizajt nuk ka pasur raste të revokimit të testamentit apo ndryshimit të tij. E njëjta vlen edhe për rastet e testamentit jo të shkruar, pra asnjë rast gjatë punës së gjykatës.

Sipas të dhënave nga Gjykata Themelore në Ferizaj, në shumicën e rasteve për trashëgimi të pronës gjendja e dokumentacionit kadastral në procesin e zbatimit të trashëgimisë ka qenë në rregull. Në rastet kur kjo nuk ka ndodhur palët janë udhëzuar nga gjykata se si të plotësohet dokumentacioni për të shqyrtuar trashëgiminë në rastet konkrete. Ndërkaq, personat që më së shpeshti kanë hequr dorë nga e drejta e trashëgimisë kanë qenë kryesisht femrat, pa asnjë presion edhe pse gjykata i ka udhëzuar për të drejtën e tyre që të kërkojnë pjesën e tyre të trashëgimisë konform dispozitave të ligjit për trashëgiminë.

Procedura e kalimit të pasurisë trashëgimore te trashëgimtari në Gjykatën Themelore të Ferizajt në fillim është bërë propozimi për shqyrtimin e trashëgimisë, caktimi i seancës gjyqësore, deklarimi i pjesëmarrësve për të drejtën në pjesën trashëgimore, shpallja e trashëgimtarëve me aktvendim nga gjykata dhe në fund ekzekutimi apo shënimi i të drejtës së pronësisë në zyrën kadastrale sipas aktvendimit të gjykatës.

Sa i përket tarifave noteriale, sipas Gjykatës Themelore të Ferizajt, ato janë më të larta në krahasim me ato të gjykatës që kanë paguar qytetarët për lëndët e trashëgimisë së pronës. Gjithashtu gjatë mbledhjes së të dhënave ka pasur qëndrime se gjykata është shumë më efikase në zgjidhjen e këtyre lëndëve se sa noteritë, pasi në vitin 2012 dhe 2013 gjykata ka zgjidhur lëndët e trashëgimisë në një afat shumë të shkurtër prej dorëzimit të propozimit nga pala në gjykatë, përveç lëndëve të mbetura të cilat kanë mbetur për shkak të mos përgjigjes së palëve në ftesat e gjykatës.

Aktualisht Gjykata Themelore e Ferizajt nuk ka në përdorim ndonjë sistem të përbashkët të të dhënave elektronike me zyrat e noterive apo gjykatat e tjera rreth të dhënave të çështjeve të caktuara, edhe pse një sistem i tillë do të ndihmonte gjykatën në zgjidhjen e lëndëve të mbetura të trashëgimisë, dhe në rastet e ngritjes së procedurës kontestimore.

Diskutimet:

- Gjatë mbledhjes së të dhënave për këtë projekt hulumtues, është kërkuar edhe informata rreth bashkëpunimit të noterive apo edhe Gjykatës Themelore të Ferizajt me institucionet e tjera relevante për

rastet e trashëgimisë së pronave. E normalisht që dokumentacioni kadastral dhe ndikimi që ka mungesa e tij në çështjet e zhvillimit të pronave është një dukuri e cila lë shumë për të dëshiruar. Statusi dhe gjendja e këtij dokumentacioni ndikon jo vetëm në punën e zyrës së noterive por edhe në institucionet përkatëse që kanë të bëjnë direkt me gjeodezi, prona apo kadastër.

- Funksionimi i web-aplikacionit së noterëve për punën e tyre. Një sistem i përbashkët të dhënash që do të lehtësonte jashtëzakonisht punën e noterëve, si në raport me Odën e Noterëve ashtu edhe mes veti, do të ishte ky aplikacion. Është marrë iniciativë për krijimin e tij, mirëpo zhvillimi dhe funksionimi i mirë i tij duhet të hulumtohet edhe më tutje.
- Lëndët e mbetura nga Gjykata Themelore e Ferizajt dhe ato me ngritje të procedurës kontestimore ende kryhen nga ky institucion. Të hulumtohet dhe analizohet se a e ka lehtësuar dhe shpejtuar punën e tyre kalimi i lëndëve të trashëgimisë së pronave tek noteritë.
- Gjatë analizës së gjetjeve për këtë hulumtim është vërejtur se dukuria e heqjes dorë nga trashëgimia e pronës nga ana e gjinisë femërore sado pak ka rënë. Përderisa në gjykata kjo situatë ka qenë më e shpeshtë përkundër krijimit të hapësirës dhe ambientit të përshtatshëm nga institucionet relevante, tek noteritë kjo dukuri nuk është shumë e theksuar. Ky ndryshim shoqëror, mjaft aktual në vendin tonë mund të analizohet edhe më tej rreth faktorëve dhe shtytësit e tij për ndryshim.

Kufizimet e studimit

- Ky projekt hulumtues është kryer dhe ka analizuar të dhënat vetëm nga noteritë e Komunës së Ferizajt dhe për Gjykatën Themelore të Ferizajt. Me mundësinë e punës edhe në komunat e tjera të Republikës së Kosovës do të nxirrte të dhëna më të sakta e përfundime apo rekomandime më të mira rreth përmirësimit të kësaj fushe.
- Projekti hulumtues po të përdorte metodën e vëzhgimit apo intervistimit të kohë pas kohe do të sillte rezultate më konkrete dhe

më të detajuara rreth lëndëve të kryera për trashëgiminë e pronave në Republikën e Kosovës.

- Qasja në informata apo identifikimi i rasteve të qytetarëve që kanë kryer lëndë në trashëgiminë e pronave, si në gjykatë ashtu edhe në zyrat e noterive, do të sillte rezultatet edhe për nivelin e kënaqshmërisë së qytetarëve me shërbimet e ofruara për këto raste.

Përfundimi

Ky projekt hulumtues rreth punës së zyrave të noterive në Republikën e Kosovës për çështjet e trashëgimive të pronave nxjerr përfundim se noteritë luajnë një rol relevant për këtë fushë të drejtësisë në vendin tonë.

Hipoteza e vendosur në këtë hulumtim se efekti i noterisë në përshpejtimin e procedurës për trashëgiminë e pronës në komparacion me funksionin e gjykatave është vërtetuar duke u mbështetur në rezultatet e gjetjeve të këtij projekti. Sipas numrit të zgjidhjes së çështjeve të kësaj fushe, numri i zgjidhjes së rasteve nga ana e noterëve është më i madh se sa nga numri i lëndëve të kryera nga gjykata (rasti i Komunës së Ferizajt). Këtu duhet pasur parasysh që noteritë kanë filluar punën pa pasur lëndë të trashëguara nga vitet paraprake.

Legislacioni që rregullon fushën për trashëgimi të pronës mbetet i njëjtë dhe trajtimi i këtyre lëndëve është me rëndësi ende të madhe sikurse edhe më herët, mirëpo puna dhe qasja e noterive në këtë fushë ka ndikuar sado pak në përshpejtimin e zgjidhjes së këtyre lëndëve.

Është arritur në përfundim, që sfidat me të cilat është ballafaquar Gjykata Themelore e Ferizajt, rreth zgjidhjes së këtyre lëndëve, pak a shumë me të njëjtat ballafaqohen edhe tani zyrat e noterive. Këto sfida janë mungesa apo dokumentacioni i parregullt kadastral, si dhe funksionimi i një sistemi elektronik i të dhënave me qasje të përbashkët nga institucionet relevante për këto raste, që do të kishte lehtësuar jashtëzakonisht shumë punën dhe do të kishte ndihmuar në ngritjen e bashkëpunimit mes faktorëve të rëndësishëm për këtë veprimtari, e tërë kjo që t'i ofrohet një shërbim efikas dhe i shpejtë qytetarit.

Pa marrë parasysh sfidat dhe problemet që sistemi noterial i Kosovës ballafaqohet, zyrat e noterive mundohen që qytetarëve të vendit t'iu

ofrojnë shërbime cilësore dhe realizim të të drejtave të tyre. Trashëgimia e pronave në vendin tonë, që tani ka kaluar si kompetencë e noterive, është duke u përmirësuar si shërbim për qytetarë, dhe me reforma apo përmirësime të mëtutjeshme kjo fushë e së drejtës do të realizohej në nivel edhe më të kënaqshëm.

Referencat :

1. Podvorica H., (2006) *E drejta trashëgimore*, Prishtinë
2. Oda e Avokatëve të Kosovës, (2012) *AVOKATURA Buletin i Odës së Avokatëve të Kosovës VITI: VII - nr. 13 / 2012*, Prishtinë marrë më 01.02.2016 në <http://jus.igjk.rks-gov.net/605/1/KOMENTAR-Ligji%20per%20familjen%20i%20Kosoves.pdf>
3. Ligji për noterinë i Kosovës, Nr. 03/L-010, Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës
4. Ligji për trashëgiminë i Kosovës, Nr. 2004/06, Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës
5. Task forca për integrim evropian - Ministria e drejtësisë *Material diskutimi për drejtësinë në Kosovë*, marrë më 08.01.2016 në http://www.mei-ks.net/repository/docs/Material_Diskutues_Sistemi_i_Drejtësisë.pdf
6. Platforma për menaxhimin e ndihmës së Qeverisë së Kosovës, (2013) *Swiss - Support for Establishment of the Notary System in Kosovo phase I & II*, marrë më 08.01.2016 në <http://amp-mei.net/aim/viewActivityPreview.do~public=true~pageId=2~activityId=9283~language=en>
7. Swiss Cooperation Office Kosovo *Swiss, Cooperation Programme in Kosovo List of ongoing projects September 2015* marrë më 10.12.2015 në https://www.eda.admin.ch/content/dam/countries/countries-content/kosovo/en/Project-list-September-2015_EN.pdf
8. Këshilli Gjyqësor i Kosovës, (2013), *Vjetor 2012 Statistika e gjykatave të rregullta*
9. Këshilli Gjyqësor i Kosovës, (2013), *Vjetor 2012 Statistika e gjykatave të rregullta*
10. Ministria e Drejtësisë, (2012), *Udhëzim administrativ Nr. 02/2012 Për tarifat e përkohshme noteriale*, Prishtinë

11. Këshilli Evropian, (2014), *Raporti i vlerësimit mbi pajtueshmërinë me standardet ndërkombëtare në fushën e Luftimit të Pastrimit të Parave dhe Luftimit të Financimit të Terrorizmit (LPP/LFT) marrë më 02.02.2016 në <http://www.coe.int/t/DGHL/cooperation/economiccrime/corruption/Projects/PECK-Kos/PUBLICATIONS/AML%20ALB%20ËEB.pdf>*

Materiale të konsultuara:

1. *Marrëveshje e projektit ndërmjet Qeverisë së Kosovës dhe Qeverisë së Zvicrës për projektin Themelimi i Sistemit të Noterisë, Faza III (2012)*

