

SJELLJA KONSUMATORE DHE PRITSHMËRITË E INDIVIDËVE PËR PERIUDHËN POST COVID – 19

Qershor 2021



Contents

PËRMBLEDHJE.....	3
Hyrje	3
Qëllimi.....	3
Metodologjia.....	3
Gjetjet kryesore (Të ndara sipas pyetjeve)	4
Profili i kompanive	4
TË ARDHURAT DHE EFEKTI I COVID 19	6
PËRDORIMI I PRODUKTEVE FINANCIARE DHE NEVOJA PËR FINANCIM	10
NJOHSHMËRIA E INDUSTRIË SË MIKROFINANCËS DHE PËRDORIMI I SAJ	13
REPUTACIONI I INDUSTRIË	17
PËRFUNDIME	22



PËRMBLEDHJE

Ky raport përmbledh gjetjet të studimit me tematikën – SJELLJA KONSUMATORE DHE PRITSHMËRITË E INDIVIDËVE PËR PERIUdhËN POST COVID – 19. Studimi është zhvilluar gjatë muajve Maj-Qershor 2021 dhe është shpërndarë në të gjithë aktorët e mikrofinansës pavarësisht shërbimit që ata ofrojnë si dhe për të kuptuar realisht të gjitha pritshmëritë e qytetarëve Shqiptar për periudhë e sapo kaluar dhe pasojat që ajo ka lënë në sjelljen e tyre si konsumatorë.

Në total kemi 9 aktorë të industrisë së mikrofinansës të cilët kanë shprehur opinionin e tyre dhe rreth 600 klientë, pra përdorues të këtyre shërbimeve.

Hyrje

Gjatë muajit Maj – Qershor 2021, 9 kompani aktore të industrisë së mikrofinansës kanë plotësuar pyetësorin në lidhje me efektet e pandemisë tek klientët që ata shërbejnë dhe sjelljen e tyre konsumatore në vazhdim. Këta individë kanë shprehur jo vetëm pritshmëritë e tyre në lidhje me të ardhurat dhe shpenzimet e tyre por edhe për shërbimin dhe opinionin e tyre për aktorët e mikrofinansës në Shqipëri.

Qëllimi

Ky pyetësor do të shërbejë jo vetëm që aktorët e mikrofinansës të kenë mundësi për të shërbyer me produkte më të personalizuar klientët e tyre por dhe të kenë mundësi të përmirësojnë shërbimin e tyre apo përpjekjet për edukim të këtij target grupi sipas nevojave specifike që secili nga individët ka.

Metodologjia

1. Pyetësori përbëhet nga 5 seksione kryesore
 - a. Profili i individëve të marr në pyetje
 - b. Si ka ndikuar Covid-19 në të ardhurat e tyre
 - c. Cilat janë pritshmëritë e tyre për shpenzimet në të ardhmen
 - d. Përdorimi i produktit që ofrojnë kompanitë e mikrofinansës
 - e. Njohshmëria e tregut dhe opinionin e individëve për shërbimin e marrë

1. Janë intervistuar gjithsej **594 klientë të këtyre aktorëve**

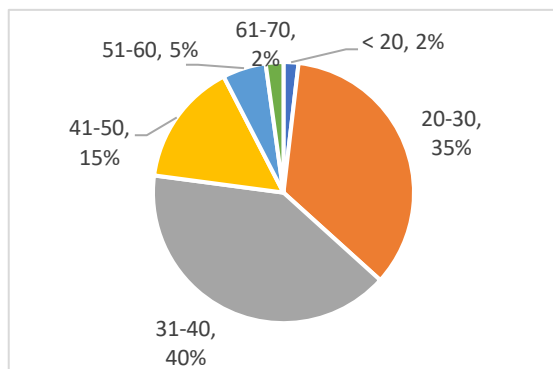
Afati i mbledhjes së të dhënave: **Qershor 2021**



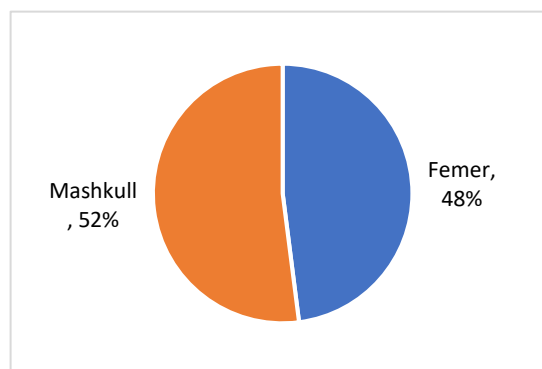
Gjetjet kryesore (Të ndara sipas pyetjeve)

Profili i individeve

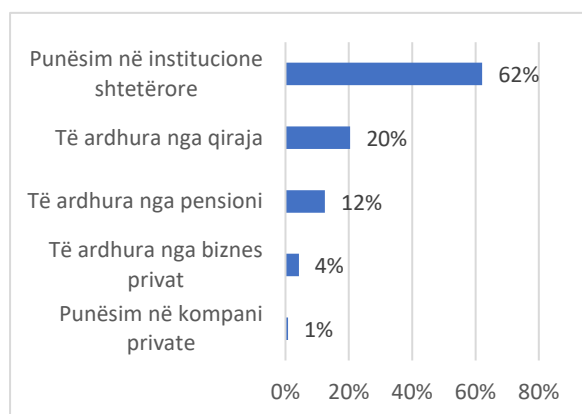
MOSHA



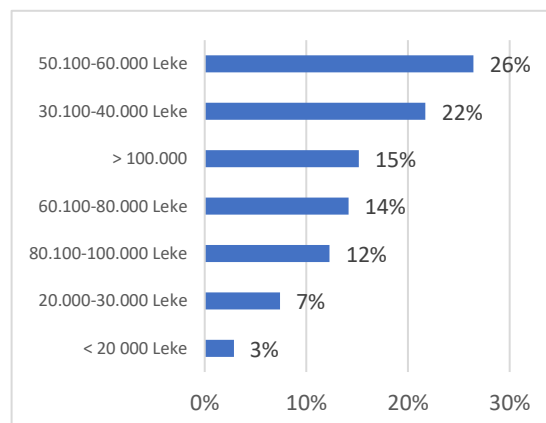
Gjinia



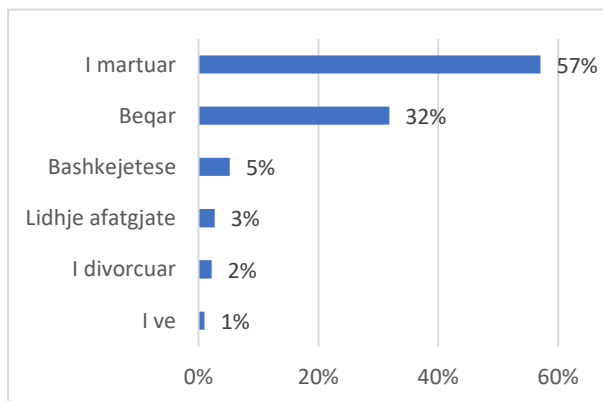
Punësimi



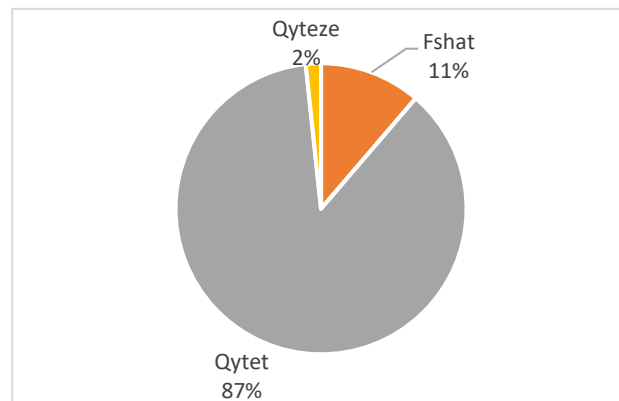
Të ardhurat familjare



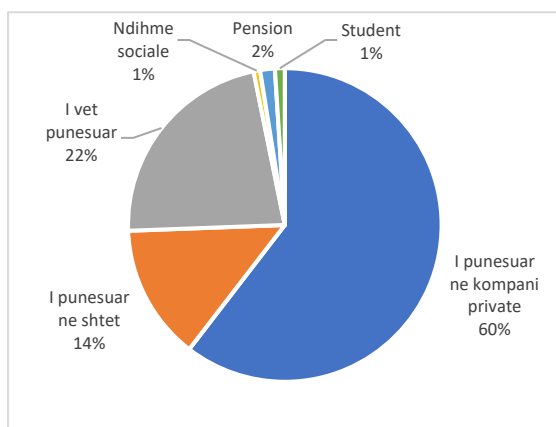
Statusi Civil



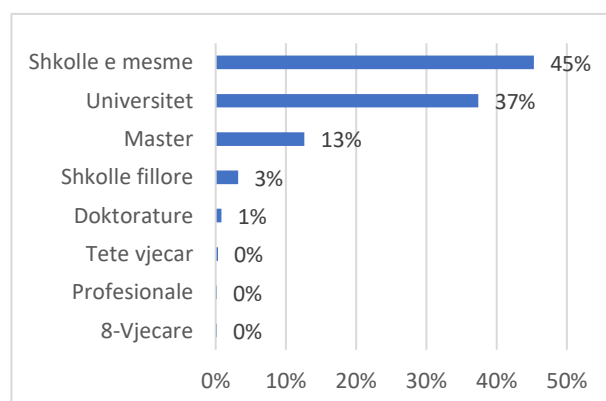
Vendbanimi



Burimi i të ardhurave



Edukimi



70% individëve janë midis moshës 20-40 vjeç, e cila është dhe moshja më e shpeshtë e raportuar si kredimarrëse nga kompanitë e mikrofinancave në Shqipëri. Gjinia duket të jetë e ndarë pothuajse në mënyrë të barabartë. Edhe pse jo në mënyrë të qëllimshme duket se tabuja e marrjes së kredisë vetëm nga gjinia mashkullore është thyer dhe tashmë kemi një barazpeshë në marrjen e kësaj iniciative.

Shumica dërrmuese, rreth 87% e të intervistuarve janë me vendbanim në qytet, kjo dhe për shkak të prezencës së degëve fizike të kompanive të mikrofinancës.

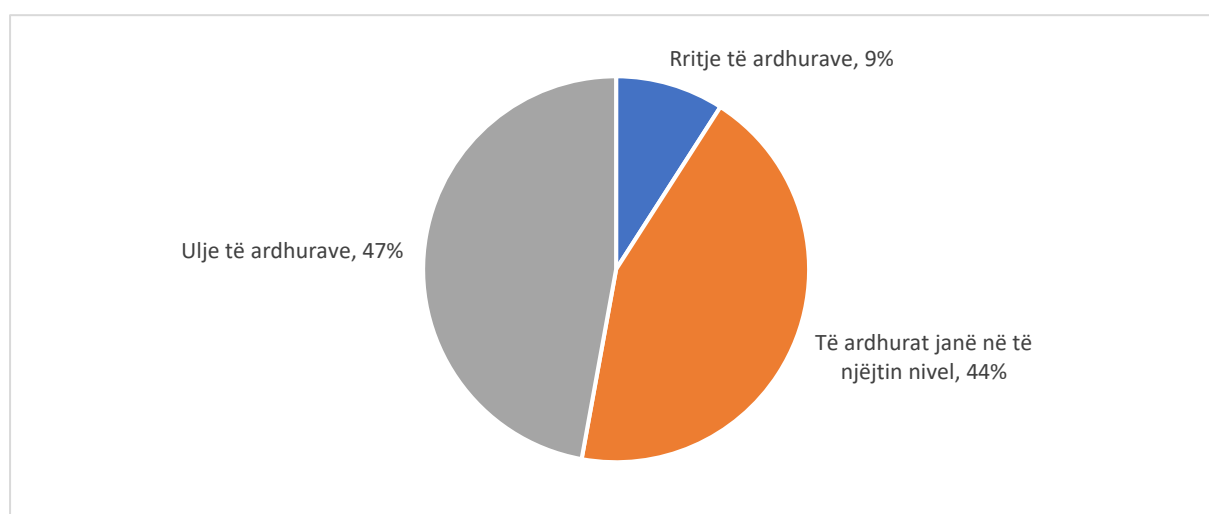
74% e të intervistuarve janë të punësuar, ku 60% janë të punësuar në kompani private. Burimi kryesor i të ardhurave janë vetëm nga rroga mujore që të punësuarit marrin. 20% e të intervistuarve janë shprehur që përfitojnë të ardhura nga qeraja dhe vetëm 4 % kanë të ardhura dhe nga një biznes privat.

45% të intervistuarve kanë kryer shkollën e mesme, ndërokojë 37% janë me shkollë të lartë dhe 13% në nivelin master.

62% e të intervistuarve janë të martuar ose bashketojnë, pra ndodhen në një ekonomi të përbashkët. 32% e të intervistuarve janë beqar.

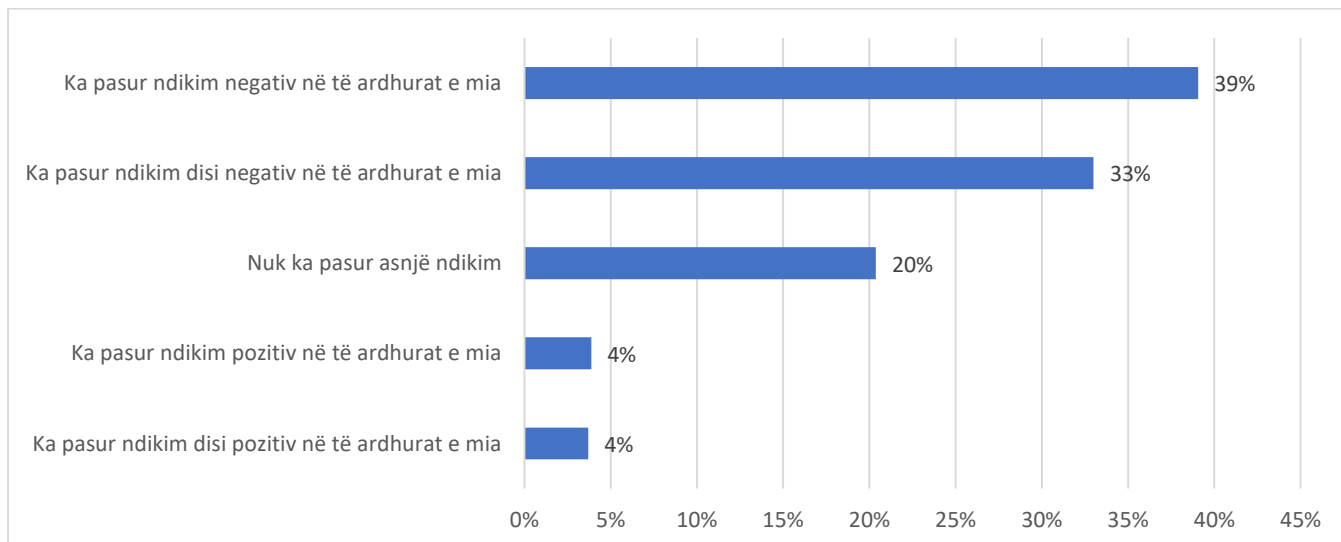
TË ARDHURAT DHE EFEKTI I COVID 19

Çfarë keni vënë re ju dhe familja juaj në 12 muajt e fundit në lidhje me të ardhurat?



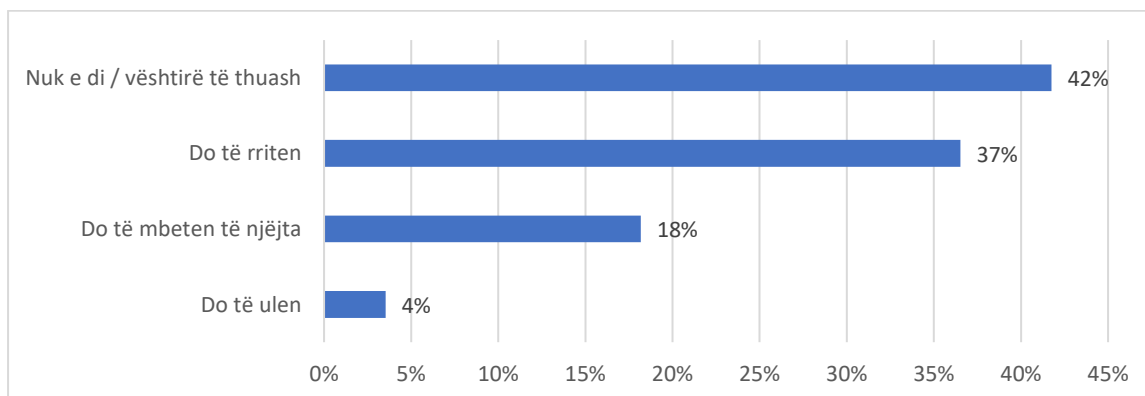
47% të të intervistuarve kanë vënë re një rënie në të ardhurat e tyre gjatë 12 muajve të fundit, si rezultat i situatës së krijuar në vend nga Covid 19. Megjithatë pothuaj në të njëjtin nivel rreth 44% të të intervistuarve deklarojnë se të ardhurat e tyre kanë mbetur të njëjtat, dhe vetëm 9% kanë dëshmuar rritje të të ardhurave.

Deri në çfarë mase pandemia Covid-19 ka ndikuar në të ardhurat e tua personale?



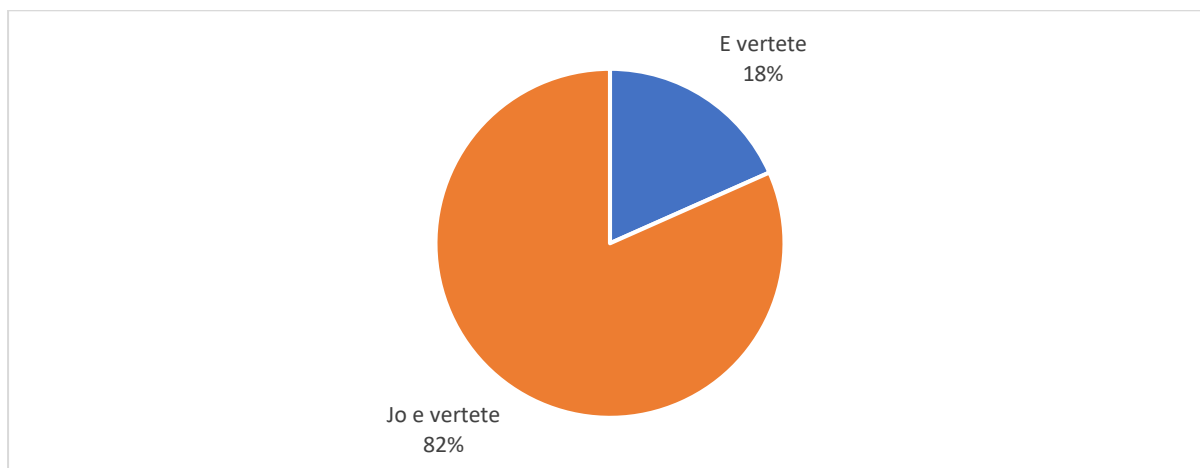
Ashtu siç pamë dhe në grafikun e mësipërm nivelet e ndikimit në të ardhurat e individëve mbeten të njëjta. 72% e të intervistuarve deklarojnë se pandemia ka patur ndikim negativ dhe disi negativ në të ardhurat e tyre. Vetëm 20% duken se nuk kanë qënë të ndikuar dhe kanë ndenjur në të njëjtat nivele dhe rreth 8% kanë patur ndikim pozitiv.

Si prisni që të ardhurat tuaja të ndryshojnë në 12 muajt e ardhshëm?



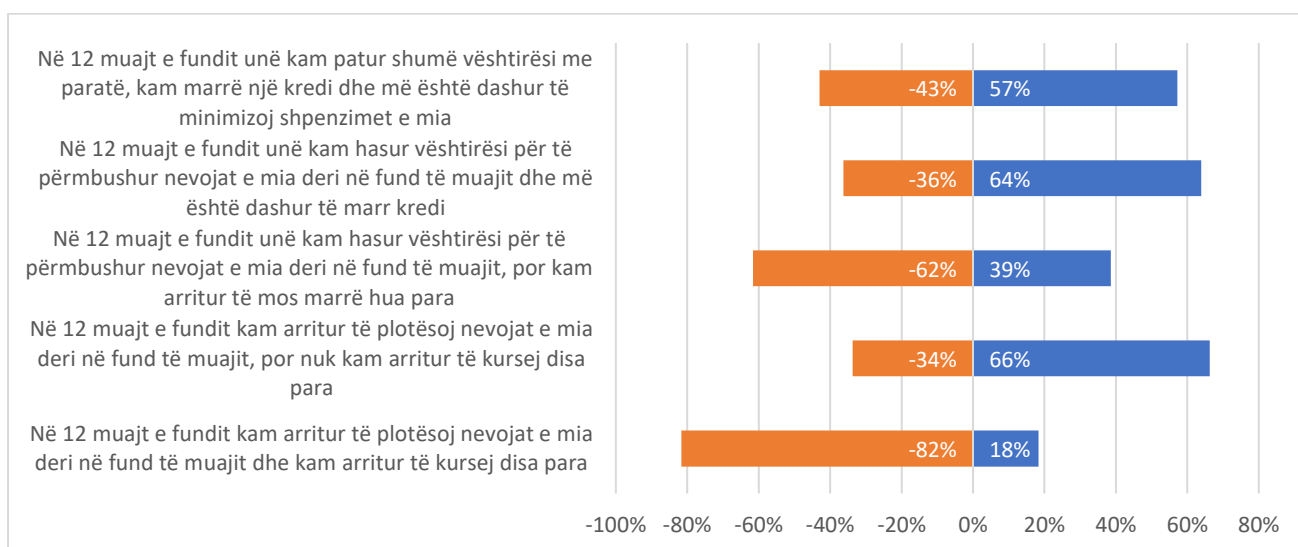
Është e vështirë nga ana e të intervistuarve (rreth 42%) të parashikojnë se si do të jenë të ardhurat e tyre. 37% e të intervistuarve mendojnë se ato do të rriten, 18% mendojnë se të ardhurat do të qëndrojnë të njëjta dhe vetëm 4% mendojnë se do të ulen.

Në 12 muajt e fundit kam arritur të plotësoj nevojat e mia deri në fund të muajit dhe kam arritur të kursej disa para



Kursimi duket se nuk është diçka e zakonshme këto kohë dhe 82% të të intervistuarve pranojnë se nuk kanë arritur që të kursejnë para pas të gjitha shpenzimeve mujore. Vetëm 18% e tyre arrijnë që të kursejnë pas të gjitha shpenzimeve.

Çfarë nevojash keni arritur të përmbushni në 12 muajt e fundit?

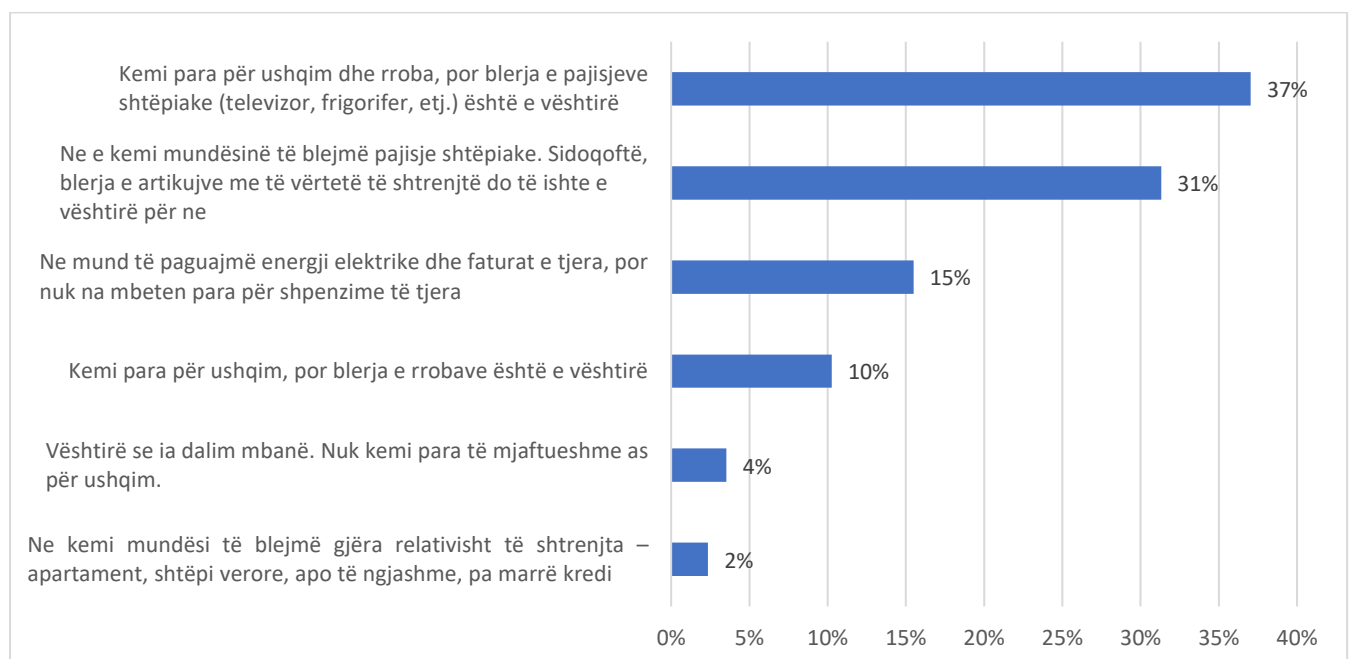


57% e të intervistuarve kanë hasur vështirësi financiare dhe ata kanë ndërrmarë shkurtime në shpenzimet e tyre për të arritur që të manovrojnë me të ardhurat që ata kanë.

64% e të intervistuarve deklarojnë se vështirësitë e hasura në 12 muajt e fundit nuk kanë qenë të përballeshme prandaj ata kanë marrë një kredi për ti përmbushur nevojat e tyre. Kjo vërtetohet edhe nga përgjigjet e deklaratës së më poshte ku ne fakt shohim qarte se vetëm 39% e të intervistuarve kanë patur vështirësi por ja kanë dale dhe ma pa marrë hua.

66% e të intervistuarve nuk arrijnë të kursejnë pasi kanë kaluar të gjitha shpenzimet dhe vetëm 18% e tyre në fakt arrijnë të kursejnë.

Cilit prej grupeve të shpenzimit i përkasin të intervistuarit?



25% e të intervistuarve mund të përmbushin vetëm nevojat bazike të jetesës me të ardhurat e tyre, ndërkohë që 31% e të intervistuarve kanë mundësi që me pak kujdes të arrijnë të blejnë paisje shtëpiake por jo të një cilësie dhe çmimi të lartë.

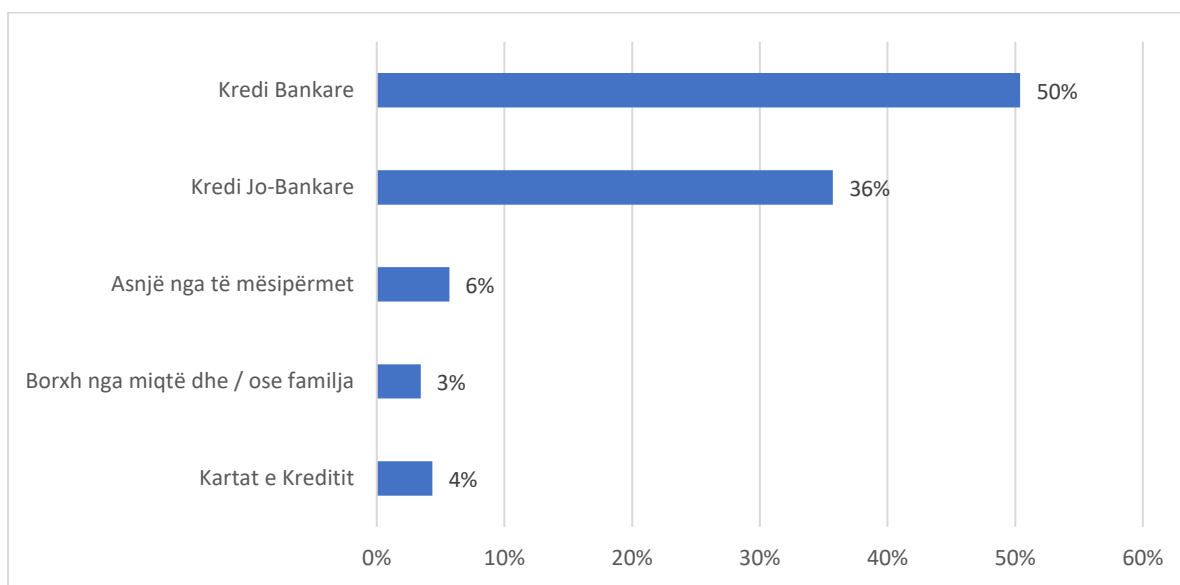
37% e të intervistuarve kanë para për të bërë një jetë disi komode por jo të kenë shpenzime të mëdha pa planifikuar mirë më parë.

4% deklarojnë se janë duke jetuar në varfëri ekstreme dhe të ardhurat nuk u dalin as për ushqim.

Vetëm 2% e të intervistuarve jetojnë në kondita të mira dhe kanë mundësi të bëjnë shpenzime në momentin që ato vijne.

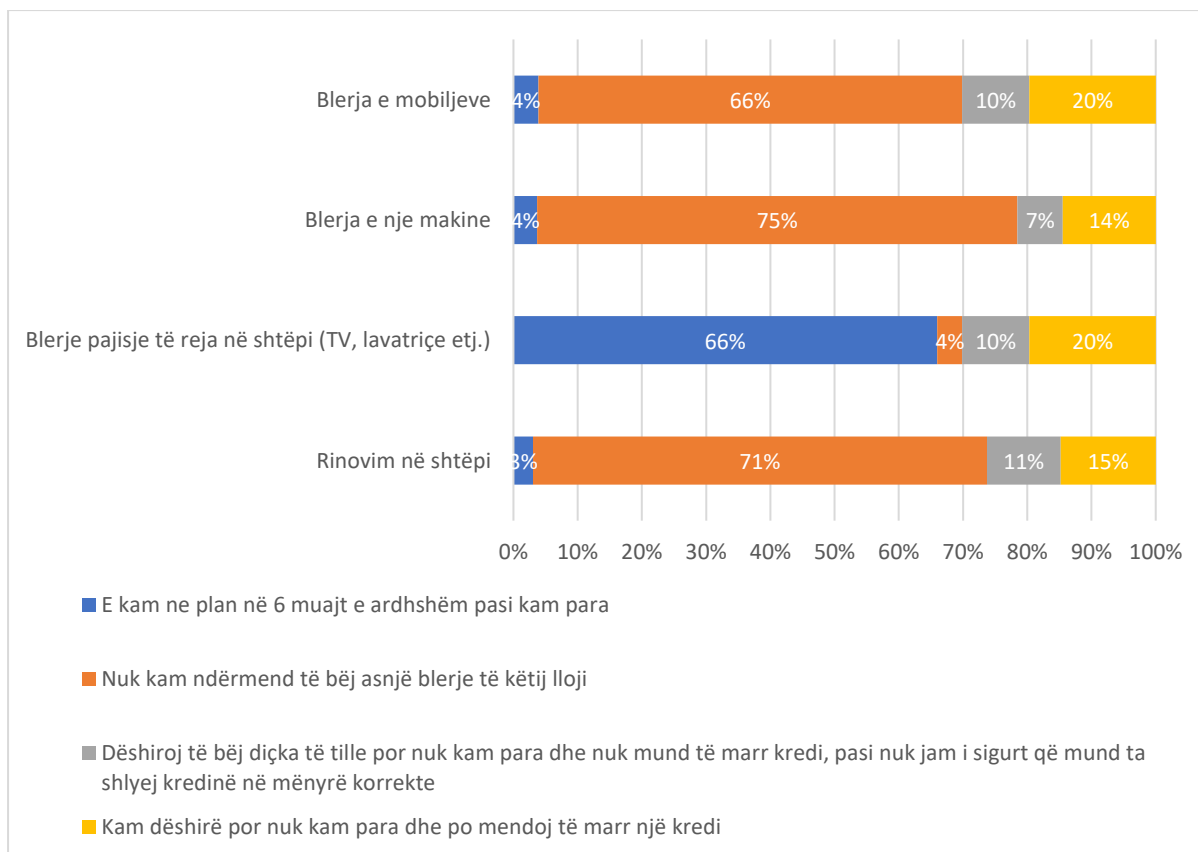
PËRDORIMI I PRODUKTEVE FINANCIARE DHE NEVOJA PËR FINANCIM

Cilin nga këto shërbime financiare keni përdorur si individ në 3 vitet e fundit për të mbuluar nevojat tuaja?



Duket se kreditë bankare janë ende të parat në listen e të intervistuarve sa here që ata kanë nevojë për para. Megjithatë kreditë jo bankare janë në vend të dytë si zgjedhje e konsumatorëve për të zgjidhur nevojat e tyre financiare (36%). Ndërkohë duket se borxhi tek të afërmit nuk pëlqehet si zgjidhje.

Ju lutemi mendoni se cila prej situatave më poshtë është më e vërtetë për ju në 6 muajt e ardhshëm:

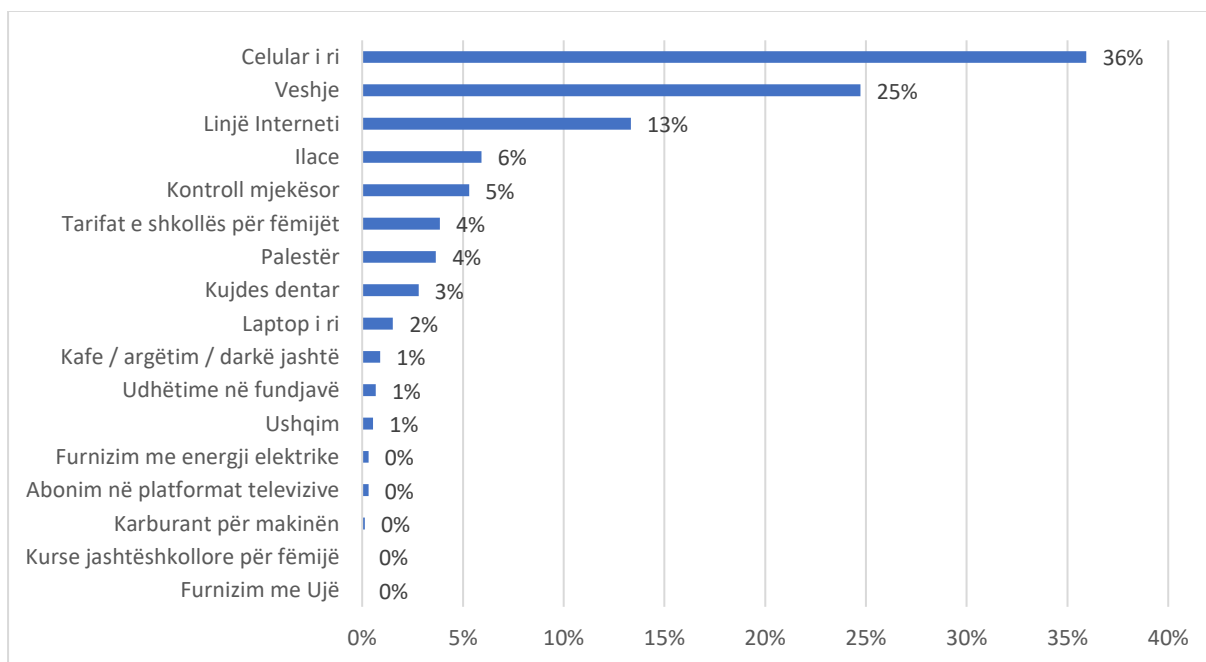


Grafiku më sipër na tregon tendencën të intervistuarve për të blerjet e tyre në 6 muajt që vijojnë. Ashtu siç edhe shohim në grafik, blerja e mobiljeve është diçka e pamendueshme për 66% e të intervistuarve, ndërkohë që blerja e një makinë konsiderohet si jo e pershtatshme nga 75% e të intervistuarve si dhe rinovimi i shtëpisë.

Blerja e paisjeve elektroshtëpiake konsiderohet e mundshme vetëm nga ata që kanë para për ti blerë.

Në përgjithësi vetëm 20% e të intervistuarve mendojnë të blejnë një blerje të madhe duke marrë një kredi.

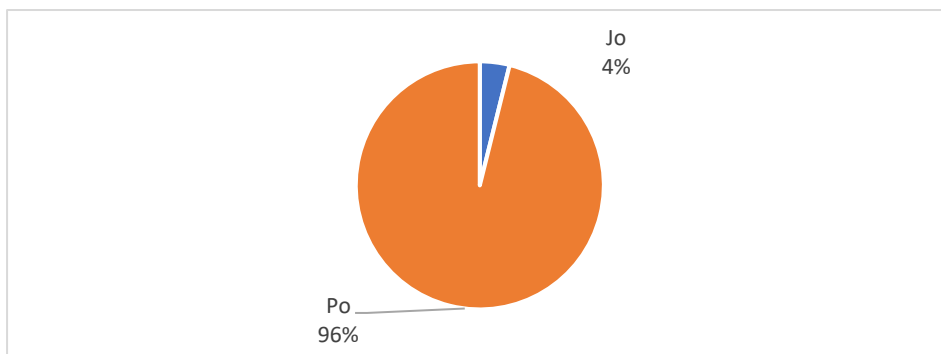
Nga shpenzimet e mëposhtme ju lutemi renditni ato që mendoni se duhet të shmangni për të mos shpenzuar paratë që keni në gjëndje nga të ardhurat



Kur të intervistuarit pyeten se çfarë do të sakrifikonin për të mos blerë më mënyrë që ata të kenë mundësi të mos shpenzojnë mbi të ardhurat e tyre del ne pah se ata janë gati të heqin dorë nga disa produkte të cilat mund të konsiderohen si jo jetësore (celulari i ri, veshje dhe abonimin e internetit) por ata janë gjithashtu të gatshëm të heqin dorë dhe nga shërbimet shëndetësore, ilaçet apo edhe ndërrimin e shkollës së fëmijëve.

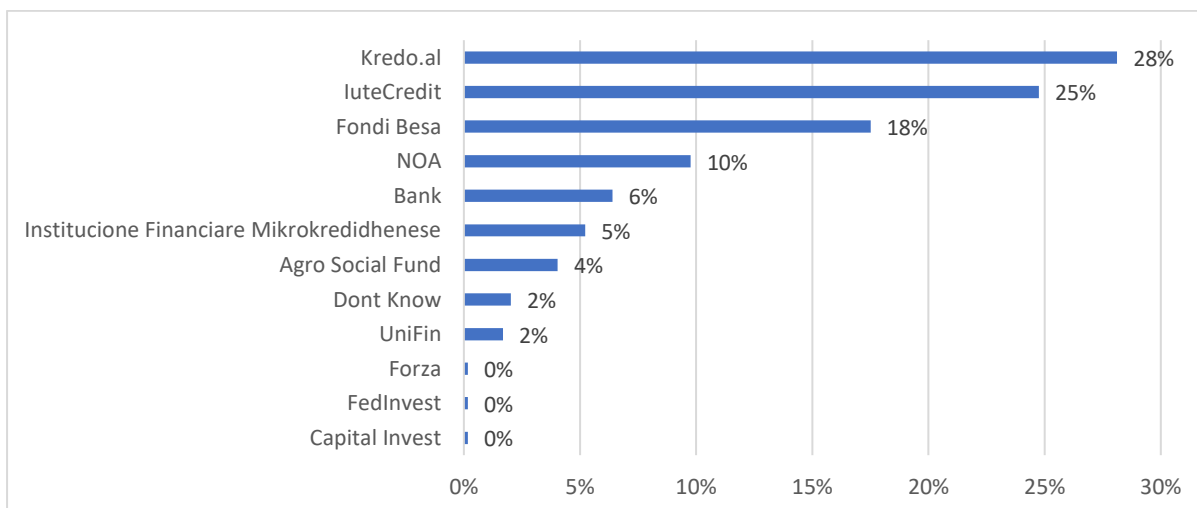
NJOHSHMËRIA E INDUSTRIË SË MIKROFINANCËS DHE PËRDORIMI I SAJ

A e dini ju se cfare eshte nje kredi e vogel e shpejte?



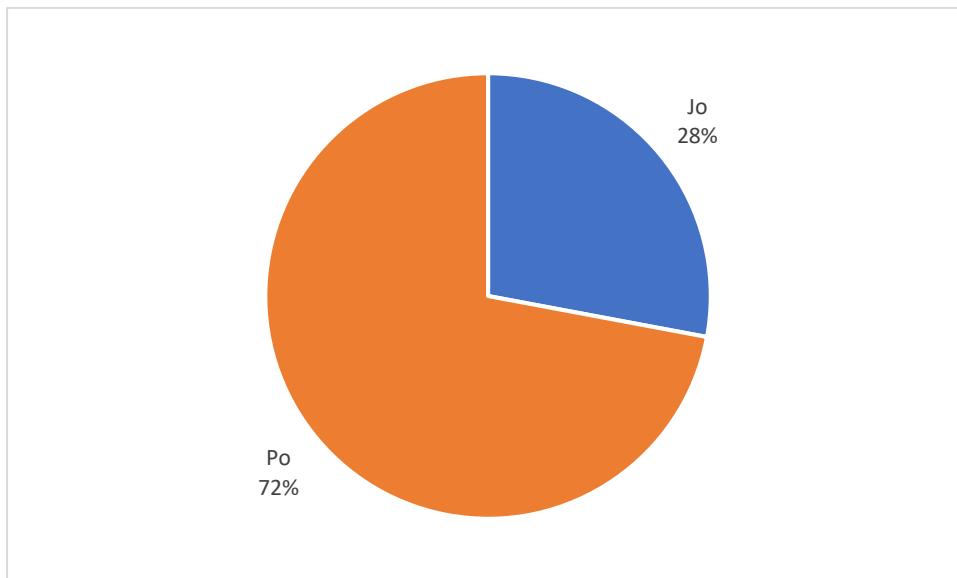
Duket se të intervistuarit e kanë të qartë se çfarë është një kredi e vogël e shpejtë, pasi 96% I janë përgjigjur me po kësaj pyetjeje.

Ju lutem na thoni se ku mund te merrni nje kredi te vogel te shpejte?



Në këtë pyetje të hapur (njohshmëri pa ndihmë) shohim se Kredo.al është institucioni që vjen I pari në mend si një institucion që mund të marrësh kredi të vogla, I pasuar nga LuteCredit, Fondi Besa dhe NOA.

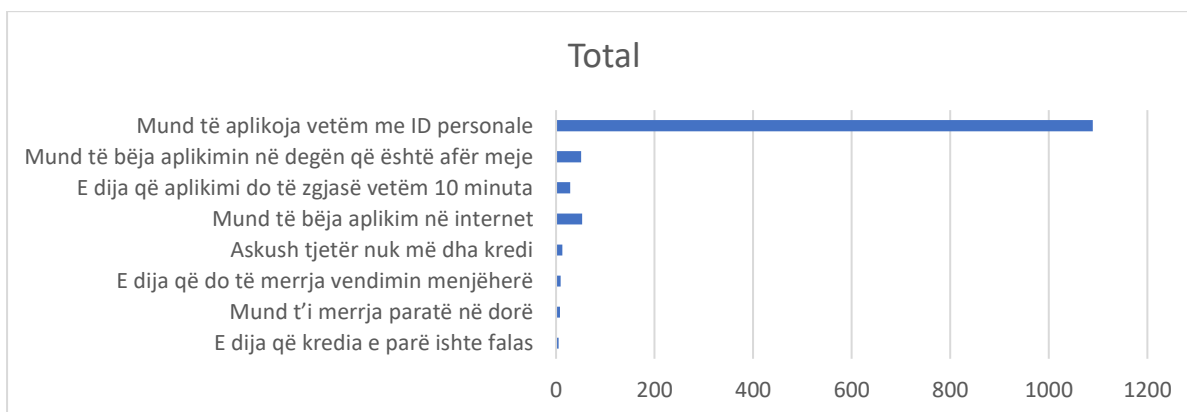
A keni marrë një kredi të vogël në 12 muajt e fundit?



Më pas të intervistuarve iu dha përkufizimi i një kredie të vogël dhe u pyetën nëse e kishin marrë një të tillë në 12 muajt e fundit. Shohim se 72% e tyre janë përdorues të rregullt të këtyre institucioneve, ku 72% deklarojnë se kanë marrë një kredi të tillë.

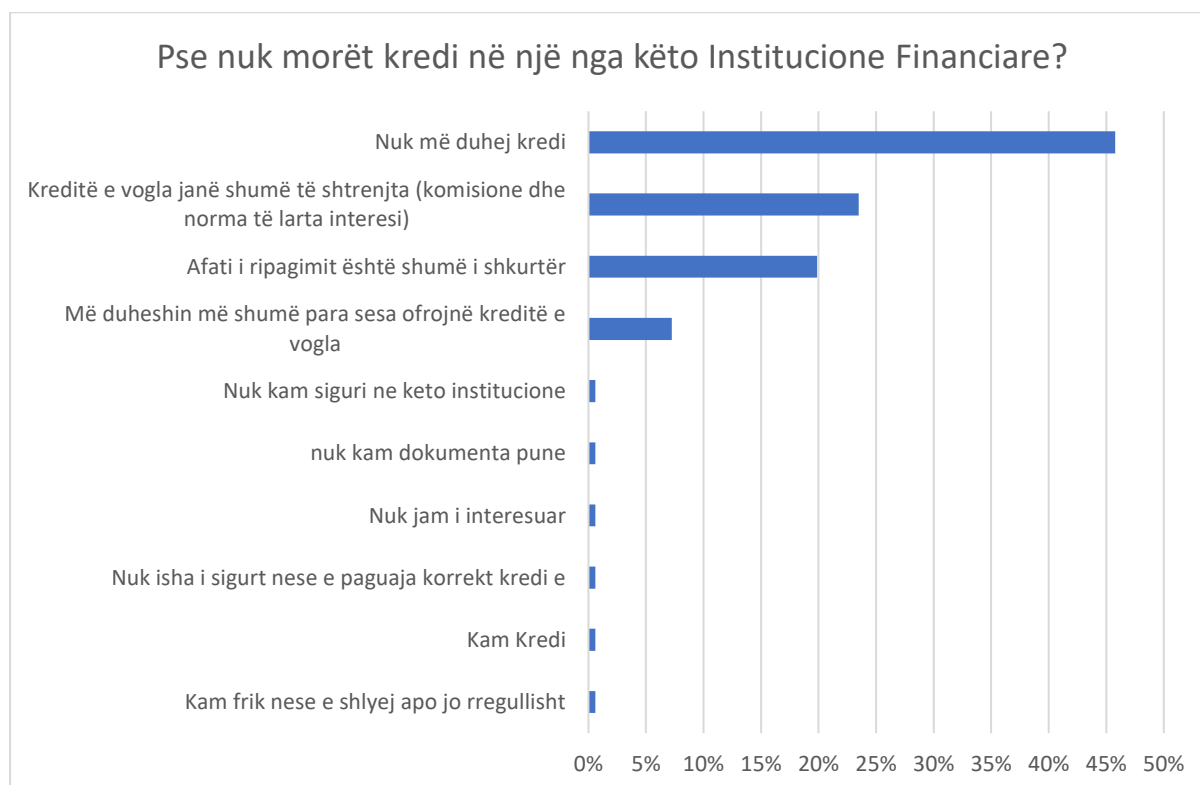
*Përkufizimi: Një kredi e vogël është një kredi afatshkurtër që u jepet individëve për përdorim personal deri në 3 000 000 lekë. Këto kredi merren vetëm me karte identiteti dhe mund të shlyhen në terma 1-24 muaj.

Përse e morët një kredi të tillë?



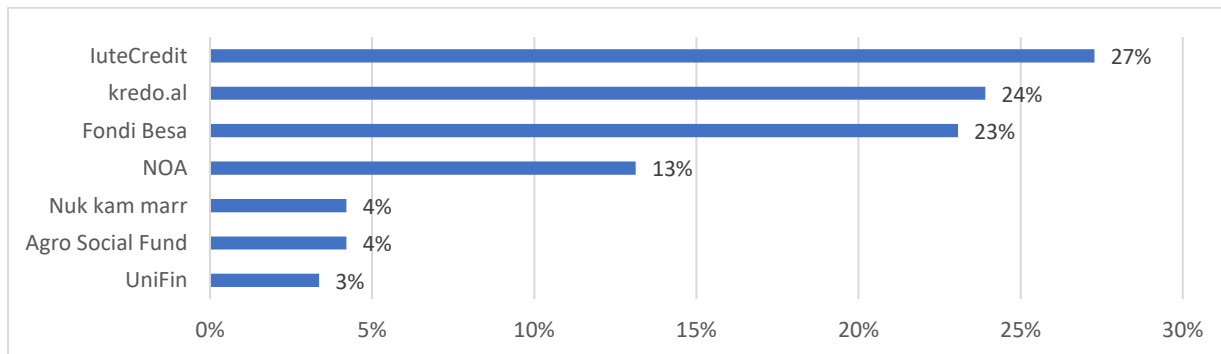
Duket që arsye kryesore e marrjes së një kredie në këto institucione është mungesa e dokumentave dhe mundësia për të marrë kredi vetëm me kartë ID. Ndërkohë arsyet e tjera të përmendura janë afërsia me degën, koha e shkurtër e aplikimit, dhe fakti që aplikimi mund të bëhet direkt online.

Përse nuk keni marrë një kredi të vogël që shpejtë?



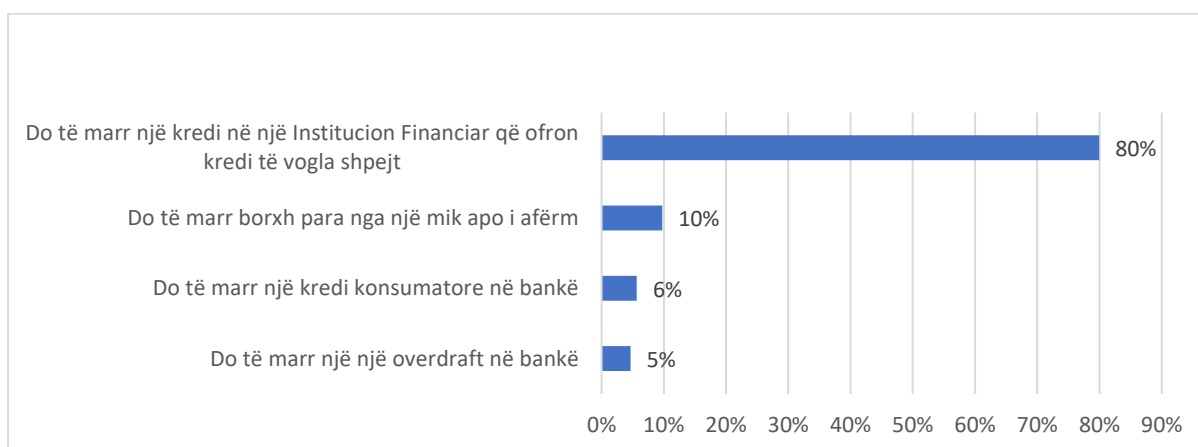
Arsyet kryesore të mos marrjes së një kredie të tillë është fakti se shumica e të intervistuarve nuk kanë nevojë për një të tillë. Ndërkohë shohim se shtrenjtësia e kredise dhe afati kohor i shlyerjes shumë i vogël i stepin të intervistuarit për të marrë një kredi. Shuma e vogël e ofruar është një arsye tjetër, por është një shqetësim më i vogël për të intervistuarit.

Në cilin institucion e keni marrë kredinë tuaj të fundit të vogël?



27% të të intervistuarve deklarojnë se kanë marrë një kredi pranë IuteCredit kohët e fundit, pasohet nga 24% në Kredo.al, 23% tek Fondi Besa dhe 13% në NOA. Kjo tregon dhe për aksesin që klientët kanë në përgjithësi në institucionet mikrofinanciare.

Çfarë do të bëni nëse do t'ju duhen para?

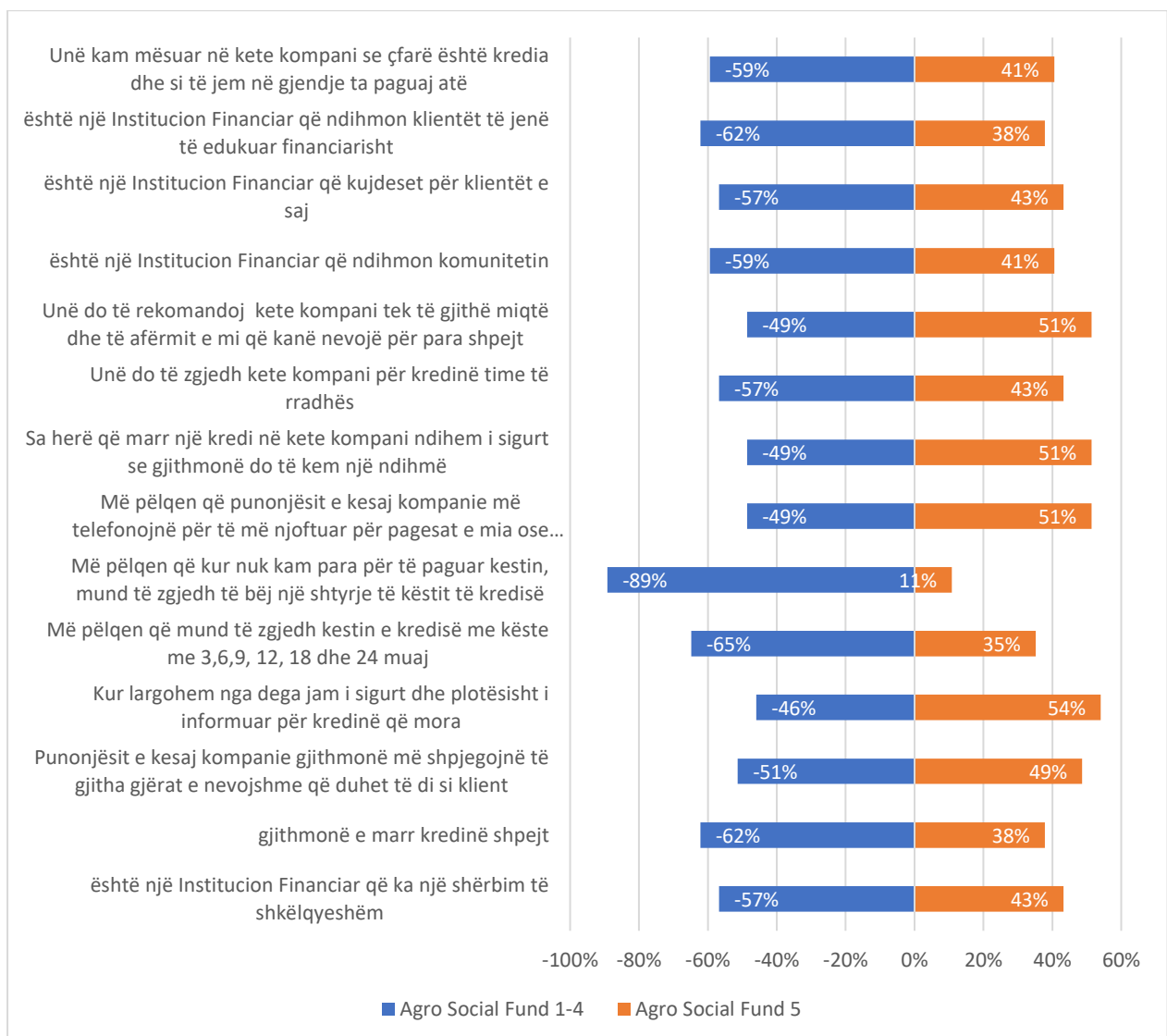


Megjithatë duket se institucionet mikrofinanciare nuk duhet të tremben për të ardhmen pasi nëse do të lind nevoja 80% e të intervistuarve do të vazhdonin të zgjidhnin këto institucione për nevojat e tyre për financim.

REPUTACIONI I INDUSTRIË

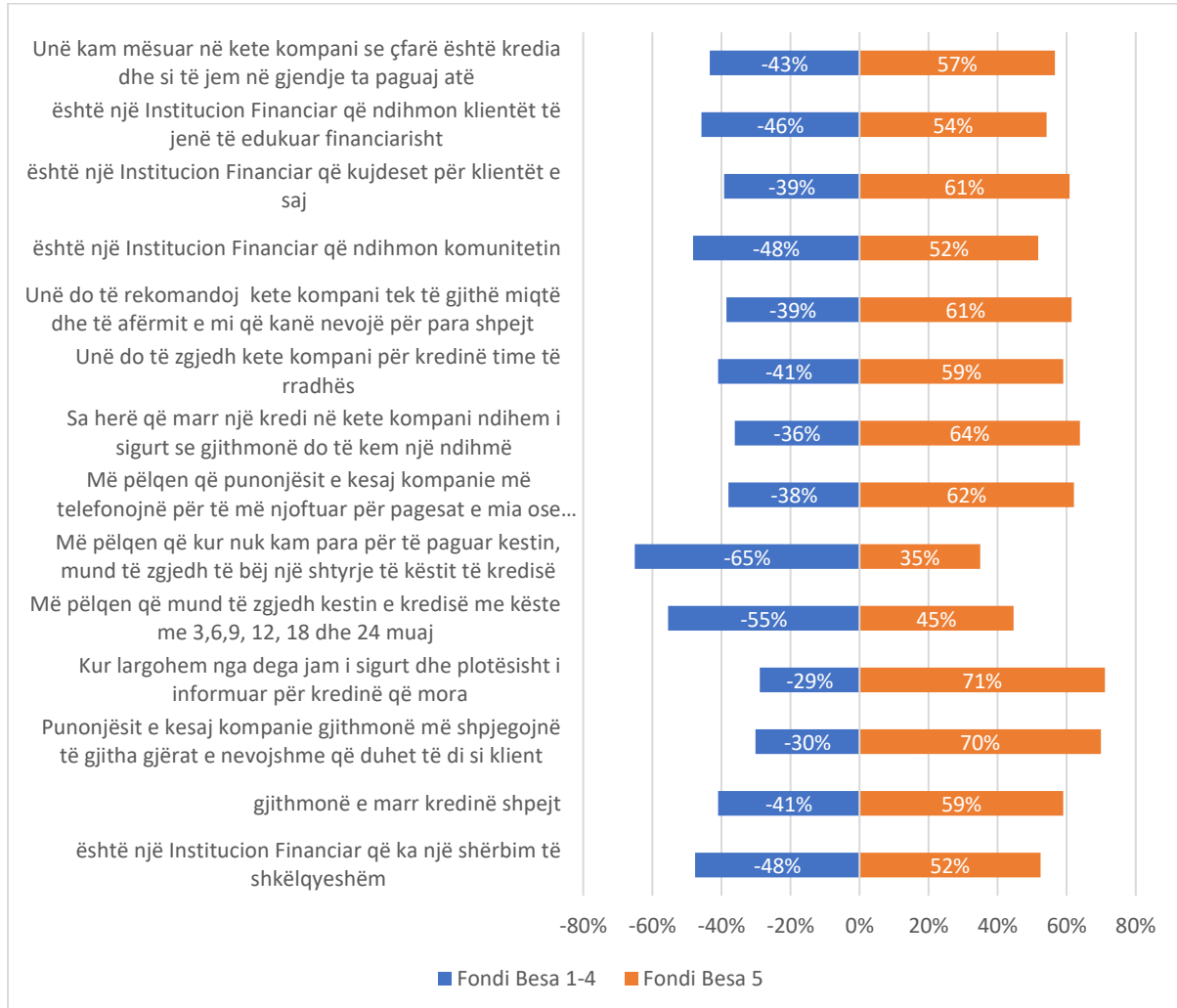
Në këtë pjesë të pyetësorit të intervistuarit u kërkuan që të jepnin mendimin e tyre për kompanitë të cilat merrnin pjesë. Në këtë seksion do të vendosim përgjigjet për ato kompani që ka patur mjaftueshëm të intervistuar për të krijuar një opinion asnjëanës.

Agro & Social Fund



Pikat e forta të Agro & Social Fund janë dhënia e informacionit të duhur tek klientët, ata ikin të sigurtë kur largohen nga ambientet e këtij institucioni. Gjithashtu klienti e vlerëson kontaktin që punonjësit kanë me ta dhe informacioni që i japin. Ndërkohë Agro Social Fund duhet të bëjë më shumë për edukimin financiar si dhe të jape mundësi më fleksibël për pagesat e këstit kur klientët janë në vështirësi.

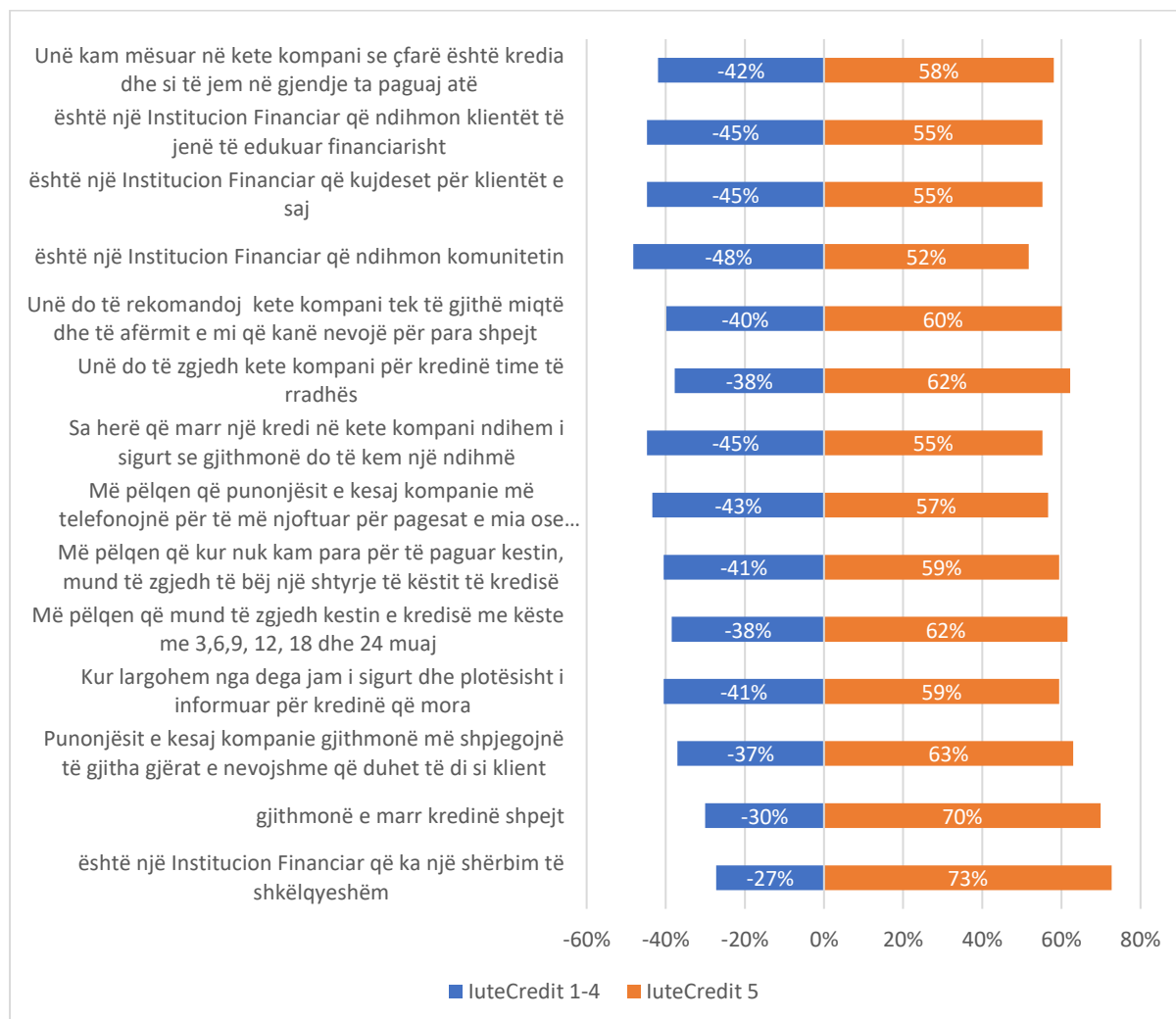
Fondi Besa



Pikat e forta të Fondi Besa janë dhënia e informacionit të duhur tek klientët, ata ikin të sigurtë kur largohen nga ambientet e këtij institucioni. Gjithashtu klienti e vlerëson kontaktin që punonjësit kanë me ta dhe informacioni që i japin.

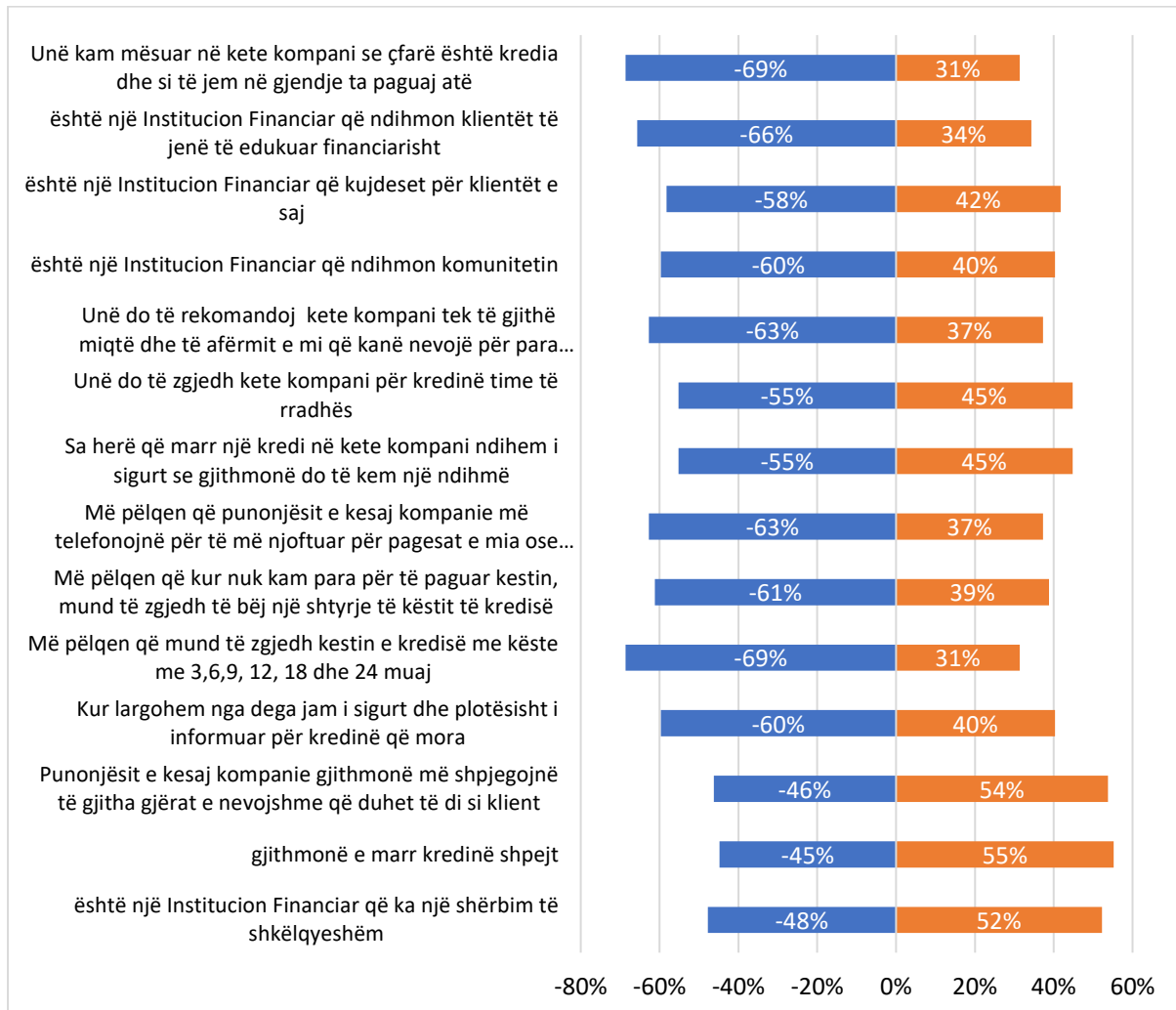
Ndërkohë Fondi Besa duhet të bëjë më shumë për edukimin financiar si dhe të jape mundësi më fleksibël për pagesat e kështit kur klientët janë në vështirësi si dhe të japë më shumë opsione për kohëzgjatjen e kredive.

IuteCredit Albania



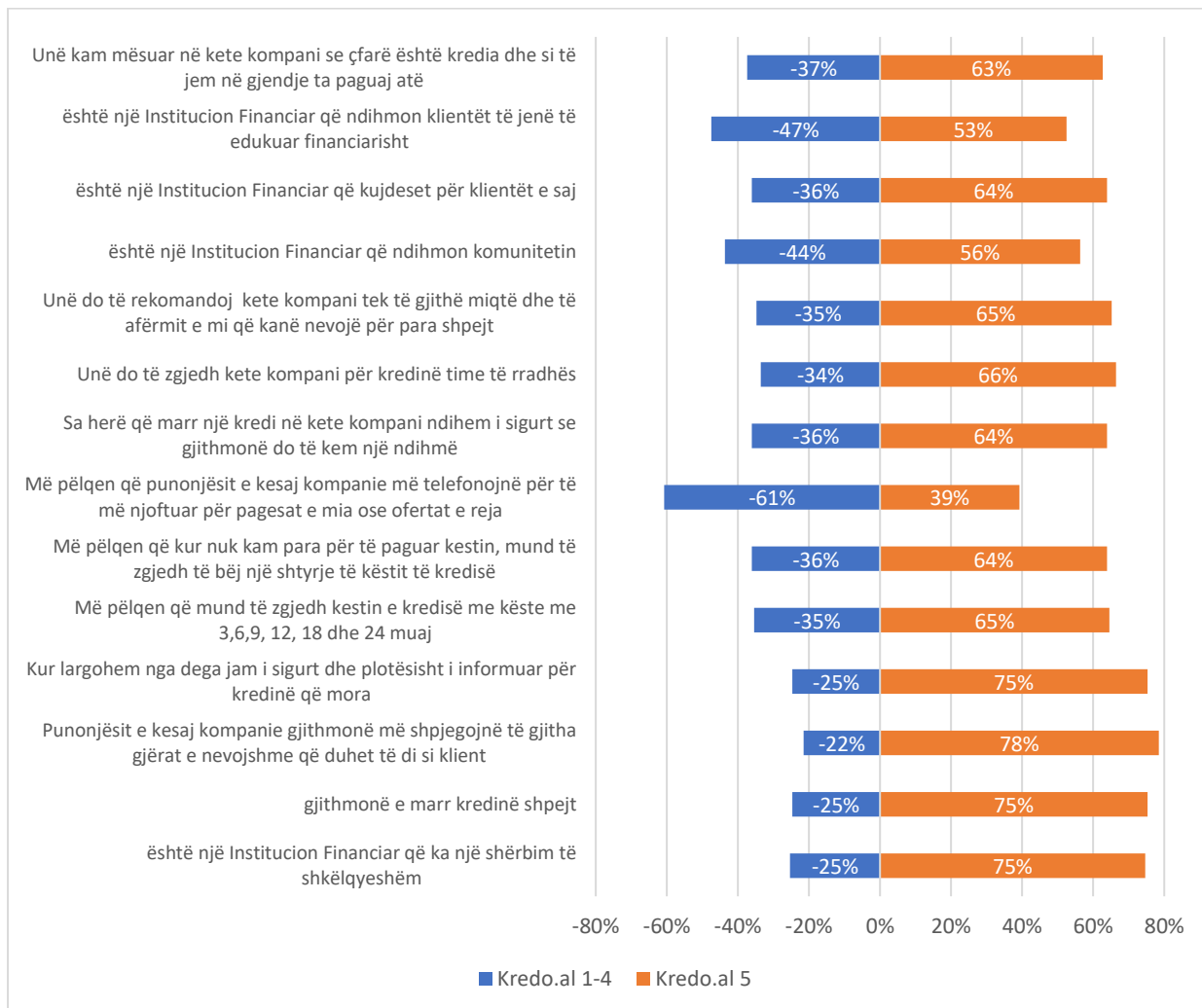
Pikat e forta të IuteCredit Albania janë dhënia e informacionit të duhur tek klientët, ata ikin të sigurtë kur largohen nga ambientet e këtij institucioni, shpejtësia e dhënies së kredisë dhe shërbimi në degë. Gjithashtu klienti e vlerëson kontaktin që punonjësit kanë me ta dhe informacioni që i japin. Ndërkohë IuteCredit Albania duhet të bëjë më shumë për edukimin financiar si dhe të bëjë më shumë për komunitetin.

NOA



Pikat e forta të NOA janë dhënia e informacionit të duhur tek klientët, shpejtesia e dhënies së kredisë dhe shërbimi në degë. Gjithashtu klienti e vlerëson kontaktin që punonjësit kanë me ta dhe informacioni që i japin. Ndërkohë NOA duhet të bëjë më shumë për edukimin financiar si dhe të bëjë më shumë për komunitetin, si dhe te japi mundësi më fleksibël për kohëzgjatjen e kredisë.

Kredo.al



Pikat e forta të Kredo.al janë dhënia e informacionit të duhur tek klientët, shpejtësia e dhënies së kredisë dhe shërbimi në degë, dhënia e informacionit të duhur tek klientët, ata ikin të sigurtë kur largohen nga ambientet e këtij institucioni. Gjithashtu klienti e vlerëson kontaktin që punonjësit kanë me ta dhe informacioni që i japin. Ndërkohë Kredo.al duhet të bëjë kujdes pasi klientët mendojnë se ata kontaktohen shumë shpesh nga kjo kompani.

PËRFUNDIME

1. Për gati gjysmën e të ardhurave të të anketuarve mbetën të pandryshuara gjatë pandemisë, megjithatë për mbi 40% të të anketuarve të ardhurat e të anketuarve u ulën.
2. Ka shumë pasiguri për të ardhmen - 40% e të anketuarve nuk janë në gjendje të parashikojnë nivelin e tyre të ardhshëm të fitimeve. Por mbi gjysma e të anketuarve janë optimistë dhe besojnë se të ardhurat e tyre ose do të rriten ose do të vazhdojnë të jenë të njëjta.
3. Një e treta e të anketuarve jetojnë në mënyrë modeste dhe mund të përballojnë vetëm shpenzimet bazë të jetesës.
4. Shumica dërrmuese e të anketuarve nuk kursejnë, edhe ata që kanë të ardhura të mjaftueshme për të bërë blerje të shtrenjta.
5. Shumica e të anketuarve nuk planifikojnë shpenzime të mëdha në 6 muajt e ardhshëm, si mobilie, vetura apo rinovim shtëpie. Por ka një segment prej rreth 20% të të anketuarve që planifikojnë të marrin kredi për të financuar plane të tilla. 10% e tjerë nuk mund të përballojnë realizimin e këtyre planeve, qoftë edhe me një kredi.
6. Përkundrazi, blerja e pajisjeve elektroshtëpiake dhe pajisjeve të vogla shtëpiake është e vetmja kategori e blerjeve që planifikohen nga mbi 90% e të anketuarve, megjithëse pjesa më e madhe do të financojë shpenzimet nga të ardhurat korente ose kursimet.
7. Bankat janë burimi kryesor i kredisë, por institucionet jobankare janë në vendin e dytë. Huazimi nga familja, miqtë apo burime joformale është shumë i rrallë.
8. Në përgjithësi, të anketuarit kanë mendim të mirë për shërbimet e IFJB-ve të përfshira në këtë studim.

