



**REPUBLIKA E SHQIPËRISË**  
**AUTORITETI I MBIKËQYRJES FINANCIARE**

**STRATEGJIA**  
**PËR**  
**EDUKIM DHE PËRFSHIRJE FINANCIARE**  
**2023 – 2027**

Gusht 2023

## **PËRMBAJTJA**

1	Hyrje .....	3
2	Edukimi dhe Përfshirja Financiare në Tregjet nën Mbikëqyrje .....	5
3	Qëllimi dhe Objektivat e Strategjisë.....	6
4	Roli i AMF-së në Edukim dhe Përfshirje Financiare .....	7
5	Grupet e Synuara dhe Prioritetet .....	8
6	Kanalet e Komunikimit .....	15
7	Treguesit Matës.....	15

## 1 Hyrje

Edukimi financiar po bëhet gjithnjë e më i rëndësishëm, duke marrë në konsideratë zhvillimet në tregjet financiare, avancimin e shpejtë teknologjik dhe përhapjen e informacionit. Rritja e kulturës financiare lehtëson kuptueshmërinë dhe qasjen në shërbimet dhe produktet financiare, si dhe përmirëson vendimmarrjen e individëve dhe bizneseve për investimet e tyre në tregjet financiare. Përmirësimi i aftësive dhe njohurive financiare ndikon në rritjen e pjesëmarrjes së tyre në jetën ekonomike, sociale, si dhe në rritjen e mirëqenies së tyre financiare dhe besueshmërisë të rregullatorit.

Organizata për Zhvillim dhe Bashkëpunim Ekonomik (OECD) i ka kushtuar vëmendje të veçantë zhvillimit të kulturës financiare në botë. Sipas terminologjisë së përdorur nga OECD, edukimi financiar mund të përkufizohet si *"procesi me anë të të cilit konsumatorët financiarë/ investitorët përmirësojnë kuptimin e tyre për produktet financiare, konceptet dhe rreziqet dhe se përmes informacionit, udhëzimit dhe/ose këshillimeve objektive ata zhvillojnë aftësitë dhe besimin për t'u bërë më të vetëdijshëm për rreziqet financiare dhe për të bërë zgjedhje të informuara, për të ditur ku të shkojnë për ndihmë, dhe për të ndër marrë veprime të tjera efektive për të përmirësuar mirëqenien e tyre financiare"*.

Zhvillimi i kulturës financiare dhe edukimi i konsumatorit në Shqipëri është bërë më së shumti në formën e iniciativave të shkëputura nga aktorë të ndryshëm të tregut financiar në vend. Aktivitetet informuese financiare janë fokusuar në zhvillimet në nivel makroekonomik, dhe më pak kanë ndikuar konsumatorin final apo investitorin individual që përpiqet të hyjë dhe të përfshihet në tregjet financiare. Mediat tradicionale, sidomos ato me profil ekonomik luajnë një rol të rëndësishëm në pasqyrimin e zhvillimeve ekonomike në vend, por ende i kushtojnë pak vëmendje konsumatorit/investitorit individual. Elementë të veçantë të kulturës financiare, gjejnë pasqyrim të kufizuar në programet mësimore, sidomos në nivelin para universitar.

Edukimi dhe përfshirja financiare ndikojnë në sjelljen financiare të individëve. Studimet kanë vlerësuar se një vit shkollimi rrit probabilitetin e pjesëmarrjes në tregun financiar nga 7% në 8%<sup>1</sup>. Individët që nuk kanë njohuri financiare kanë më pak gjasa të marrin pjesë në tregjet financiare.

Strategjia e Edukimit dhe Përfshirjes Financiare 2023-2027 është konceptuar duke marrë në konsideratë nevojën për informim dhe edukim financiar të konsumatorit/investitorit për tregjet nën mbikëqyrje dhe rritjen e kulturës financiare në vend. Duke pasur në vëmendje risitë që prodhojnë në treg veprimtaritë financiare, me informacione jo gjithmonë lehtësisht të kuptueshme nga publiku, Autoriteti ka vlerësuar nevojën që konsumatori/investitori shqiptar të marrë informacionin e duhur mbi produktet e ndryshme financiare të ofruara dhe të mësojë mbi përfitimet apo rreziqet që paraqesin ato.

---

<sup>1</sup> Burimi: Harvard Business School (<http://www.afii.es/EO/FinancialLiteracy.pdf>)

Autoriteti i Mbikëqyrjes Financiare (AMF) e vlerëson si një nga prioritetet e punës së tij informimin dhe edukimin e vazhdueshëm të investitorit/konsumatorit në tregjet nën mbikëqyrje. Edukimi financiar është element kyç për rritjen e besimit të konsumatorit dhe forcimin e integritetit të tregjeve financiare, për të mbështetur zhvillime të qëndrueshme, të sigurta dhe për forcimin e stabilitetit financiar të tregjeve nën mbikëqyrje.

Ky dokument strategjik hartohet në bazë të prioriteteve institucionale të përcaktuara në Strategjinë 5-vjeçare të Autoritetit 2023-2027, ku “Mbrojtja e interesave të konsumatorëve dhe investitorëve, rritja e përfshirjes financiare dhe edukimi financiar”, janë pjesë e objektivave kryesorë të Autoritetit.

Strategjia e AMF-së për Edukimin dhe Përfshirjen Financiare për periudhën 2023-2027, paraqet vizionin e Autoritetit për edukimin financiar dhe rritjen e përfshirjes financiare në tregjet nën mbikëqyrje. Nëpërmjet këtij dokumenti synohet hartimi i një strategjie edukimi më gjithëpërfshirëse në drejtim të grupeve të synuara dhe zbatimi i saj në bashkëpunim edhe me institucione të tjera, apo grupe të interesit në tregjet financiare. Në nivel kombëtar, zgjerimi i edukimit financiar në një masë më të gjerë të popullatës, kërkon një përpjekje të sinkronizuar dhe në përshtatje me nevojat dhe kulturën e vendit.

Strategjia e AMF-së për Edukim dhe Përfshirje Financiare është në bashkërendim me draft dokumentin për Strategjinë Kombëtare të Edukimit dhe Përfshirjes Financiare (SKEPF), të hartuar me mbështetjen e Bankës Botërore. Nëpërmjet këtij dokumenti synohet që të gjitha institucionet dhe palët e interesuara të bashkëpunojnë për një strategji të edukimit financiar në nivel kombëtar, duke u organizuar në një strukturë ndërinstitucionale, me objektiva dhe program të koordinuar nismash, me qëllim rritjen e kulturës dhe përfshirjes financiare në fushat që ato mbulojnë. AMF është pjesë e grupit ndërinstitucional duke u përfaqësuar në Komitetin Drejtues, Komitetin e Ekspertëve dhe grupet teknike të punës për zbatimin e Strategjisë Kombëtare të Edukimit dhe Përfshirjes Financiare.

AMF mbështet këtë nismë të përbashkët ndërinstitucionale dhe angazhohet në drejtim të rritjes së kulturës financiare në vend. Strategjia e AMF-së për Edukimin dhe Përfshirjen Financiare i shërben objektivit të SKEPF, duke e përshtatur atë për tregjet financiare jobankare nën mbikëqyrjen e Autoritetit.

Strategjia për edukimin financiar për periudhën e ardhshme 5-vjeçare, përcakton objektivat e Autoritetit dhe ka për qëllim të mbështesë zhvillimin e mëtejshëm të tregjeve nën mbikëqyrje në mënyrë të sigurt, transparente dhe efikase, për të lehtësuar qasjen në produktet financiare.

## 2 Edukimi dhe Përfshirja Financiare në Tregjet nën Mbikëqyrje

Totali i aseteve në tregjet nën mbikëqyrjen e Autoritetit ka shënuar rritje të vazhdueshme ndër vite dhe në fund të vitit 2022 arriti në rreth 96 miliardë lekë. Nga pikëpamja e aseteve, tregu më i madh për t'u mbikëqyrur vijon të jetë tregu i fondeve të investimeve, i cili përbën rreth 49% të totalit të tregjeve nën mbikëqyrje. Tregu i sigurimeve, në fund të vitit 2022, shënoi rritje të të ardhurave me 9.21 %, duke arritur në rreth 21 miliardë lekë. Tregu i fondeve të pensionit privat ka vijuar tendencën në rritje, si në vlerën e aseteve neto, duke u rritur me 24.32%, ashtu edhe në numrin e anëtarëve të tij, megjithatë mbetet një treg me potencial për zhvillim.

Përfshirja e punëmarrësve në skemat private të pensionit, e nxitur nga ligji i ri për fondet private të pensionit, i përfaqëzuar me Direktivën IORP II të Komisionit Evropian, pritet të ndikojë në zgjerimin e mëtejshëm të tregut, si dhe në rritjen e aksesit në skemat private të pensionit.

Ligji nr. 62/2020, datë 14.05.2020 “Për Tregjet e Kapitalit” ka krijuar dimensione të reja për ndërlidhjen me tregjet globale, të favorizuar nga zhvillimet teknologjike në industrinë e shërbimeve financiare. Digjitalizimi i mëtejshëm i shërbimeve të investimit do të sjellë jo vetëm diversifikim të mundësive për investitorët vendas dhe zgjerim të mëtejshëm të tregut, por gjithashtu do të rrisë aksesin në shërbimet financiare, nëpërmjet përfshirjes së drejtpërdrejtë në instrumente të listuara dhe tregtuara në tregjet e njohura ndërkombëtare.

Rritja e vazhdueshme e tregjeve dhe zhvillimi i tyre me produkte të reja te një numër më i madh i popullsisë, nënvizon nevojën për edukim financiar të publikut. Rritja e përfshirjes financiare të individëve dhe bizneseve, mund të mbështetet përmes avancimit me sigurimet gjithëpërfshirëse, krijimit të produkteve të reja që i përshtaten nevojave të konsumatorit dhe investitorit, lehtësimit të aksesit në shërbimet e investimeve nëpërmjet digjitalizimit, përfshirjes së të punësuarve në skemat e fondeve private të pensionit, etj. Rritja e aksesit dhe mbulimi me siguri i kategorive me të ardhura të ulëta dhe të mesme, është thelbësore për rritjen e përfshirjes financiare në sigurime (*inclusive insurance*). Falë qasjes më të madhe në shërbimet financiare, individët mund të menaxhojnë më mirë nevojat e tyre të përditshme, të kapërcejnë më lehtë ngjarjet e papritura dhe të angazhohen në planifikim afatgjatë, përmes kursimeve dhe investimeve.

Produktet e investimeve dhe shërbimet financiare po bëhen më komplekse, ndaj edukimi financiar është bërë një domosdoshmëri për individin e thjeshtë, pasi sektori financiar po zgjeron shumëllojshmërinë e produkteve financiare, kanalet e shpërndarjes po diversifikohen dhe po hyjnë në treg ofrues të rinj të shërbimeve financiare. Kjo kërkon që individët, të jenë të edukuar nga ana financiare, për të maksimizuar përfitimet dhe minimizuar rreziqet e mundshme, që lidhen me vendimmarrjet e tyre financiare.

### 3 Qëllimi dhe Objektivat e Strategjisë

Objektivat e Strategjisë së Autoritetit për edukim dhe përfshirje financiare përcaktohen në bazë të misionit, vizionit dhe vlerave organizative të institucionit, në linjë me zhvillimet dhe sfidat kryesore të tregjeve financiare nën mbikëqyrje me fokus edukimin dhe përfshirjen financiare të grupeve të synuara për periudhën e ardhshme pesëvjeçare.

Gjatë hartimit të Strategjisë për Edukim dhe Përfshirje Financiare për periudhën 2023-2027, janë konsideruar nevojat për edukim financiar, si dhe dinamikat dhe zhvillimet aktuale në tregjet nën mbikëqyrje.

Në Dokumentin Politik “Për Krijimin e një Mjedisi Mundësues për Zhvillimin e Tregjeve të Kapitalit në Shqipëri, 2023-2027”, miratuar me Vendimin Nr. 266, datë 27.04.2023 të Këshillit të Ministrave, janë adresuar gjithashtu edhe çështje që lidhen me rritjen e besimit të investitorit vendas në tregjet e kapitalit dhe sigurimin e edukimit financiar për investitorët dhe emetuesit.

Autoriteti do të synojë një qasje më të gjerë të publikut në produktet financiare me qëllim menaxhimin më të mirë të financave personale dhe zbutjes së rreziqeve përmes rritjes së besimit në institucionet financiare në vend. Një program i mirëhartuar aktivitetesh për edukimin financiar në zbatim të kësaj strategjie, do t’i vijë në ndihmë konsumatorit/investitorit financiar që të arrijë përfitime personale dhe rrjedhimisht përfitime për shoqërinë në tërësi.

Autoriteti do të vijojë të ketë si objektiv kryesor edukimin dhe trajnimin në vazhdimësi të profesionistëve të tregjeve nën mbikëqyrje, që do t’i shërbejnë rritjes së cilësisë së shërbimit dhe mbrojtjes më të mirë të interesave të konsumatorit dhe investitorit. Ky objektiv lidhet edhe me dinamikën e shpejtë të zhvillimit të tregjeve me përfshirjen e FinTech në botën financiare. Duke iu përgjigjur zhvillimeve në fushën e tregut të kapitaleve, përparimit teknologjik në fushën e shërbimeve financiare të bazuara në regjistrat e shpërndarë, Autoriteti do të bashkëpunojë me shoqatat e profesionistëve të këtyre tregjeve për të krijuar module trajnimi për profesionistët në bazë të kërkesës dhe nevojave.

Në ditët e sotme, ndryshimet klimatike janë një sfidë e përbashkët, me ndikim edhe në sistemin financiar, ndaj kërkohet ndërveprim dhe iniciativa jo vetëm në nivel institucional, por edhe më gjerë. Roli i sektorit financiar është i rëndësishëm për një ekonomi të qëndrueshme, si dhe identifikimin e kushteve bazë për krijimin e një ekosistemi, që nxit financa të qëndrueshme dhe të gjelbra. Autoriteti, do të ndërmarrë një sërë nismash që synojnë rritjen e ndërgjegjësimit për efektet financiare dhe ekonomike të ndryshimeve klimatike dhe rreziqet që lidhen me to, për t’i bërë faktorët mjedisorë pjesë integrale të politikave financiare dhe për të ndryshuar sjelljen financiare të investitorit shqiptar drejt përfshirjes së produkteve të gjelbra në portofolin e tij të investimeve.

Objekivi themelor i kësaj Strategjie buron nga objektivat e Autoritetit të përcaktuara në ligj. Gjatë zbatimit të kësaj strategjie, do të jetë gjithashtu në fokus, përmirësimi i sistemit të

ankesave për konsumatorët dhe investitorët dhe pasurimi i faqes zyrtare të AMF me informacione të dedikuara për publikun, etj. Transparenca dhe komunikimi me publikun mbeten në vëmendje të Autoritetit, duke synuar kanalet e reja të komunikimit, mediave tradicionale dhe sociale dhe formave të tjera të komunikimit jo mediatik në grupe më të vogla të synuara.

Strategjia 5-vjeçare për Edukim dhe Përfshirje Financiare 2023-2027, përcakton disa objektiva të rëndësishme, me qëllim që konsumatori/investitori:

- Të thellojë njohuritë për tregun e sigurimeve, të kapitalit dhe produktet e pensioneve, si dhe rreziqet e lidhura me to;
- Të rrisë besimin tek institucionet financiare, të cilat rregullohen dhe mbikëqyren nga Autoriteti;
- Të marrë vendime financiare të shëndosha dhe të bazuara në informacion të plotë, të saktë dhe të qartë; dhe
- Të përfshihet në produktet që ofrojnë tregjet e kapitalit, të sigurimeve dhe të pensionit privat.

Qëllimi i kësaj strategjie është që në një të ardhme të afërt produktet financiare, si sigurimet vullnetare, fondet private të pensioneve, fondet e investimit apo instrumentet financiarë të tregut të kapitaleve, të mos mbeten thjesht informacione apo mekanizma financiarë të largët, por të shndërrohen në pjesë të jetës ekonomike të individëve e bizneseve. Një konsumator i edukuar është edhe nxitës i mirëfunksionimit dhe zhvillimit të tregjeve financiare.

Arritja e objektivave të strategjisë do të realizohet nëpërmjet zbatimit të planit të aktiviteteve, i cili hartohet dhe rishikohet çdo vit, në varësi të prioriteteve, dinamikave të zhvillimit dhe përbën bazën për përgatitjen e programeve vjetore të punës.

#### **4 Roli i AMF-së në Edukim dhe Përfshirje Financiare**

Autoriteti i Mbikëqyrjes Financiare kontribuon në nxitjen e qëndrueshmërisë dhe zhvillimin e sigurt të tregjeve financiare nën mbikëqyrje duke luajtur një rol proaktiv në funksion të mirërregullimit dhe zhvillimit të këtyre tregjeve. Ndër objektivat parësorë të Autoritetit është mbrojtja e interesave të konsumatorit dhe investitorit. Veprimtaria e Autoritetit përqendrohet në zbatimin e kërkesave të sjelljes së tregut, të cilat konsiderohen të rëndësishme për zhvillim të qëndrueshëm në afatgjatë, duke siguruar mbrojtje të konsumatorit dhe investitorit.

AMF bashkëpunon me aktorë të ndryshëm, si agjenci qeveritare, institucione arsimore dhe organizata të mbrojtjes së konsumatorëve, për të zhvilluar dhe zbatuar iniciativa për edukimin financiar. Këto iniciativa përfshijnë krijimin e materialeve edukative, trajnimin e

profesionistëve të tregjeve nën mbikëqyrje të licencuar nga AMF, mbajtjen e seminareve dhe organizimin e fushatave të edukimit financiar në të gjithë vendin. Në këtë kuadër, gjatë vitit 2022, Autoriteti organizoi dy konferenca ndërkombëtare të nivelit të lartë, në funksion të rritjes së ndërgjegjësimit dhe edukimit të publikut për tregjet e kapitalit dhe financat e gjelbra.

Gjithashtu, nëpërmjet hartimit të kuadrit ligjor AMF siguron se, profesionistët e tregjeve nën mbikëqyrje janë të pajisur me njohuritë dhe kompetencat e nevojshme për të përmbushur detyrat e tyre.

Autoriteti, në partneritet me Bankën e Shqipërisë kontribuon në Strategjinë Kombëtare të Edukimit Financiar SKEPF, e cila është përpjekja e parë gjithëpërfshirëse dhe e koordinuar institucionalisht për të promovuar edukimin financiar dhe rritjen e përfshirjes financiare, mirëqenies dhe qëndrueshmërisë për individët shqiptarë, familjet, ndërmarrjet mikro, të vogla dhe të mesme (NMVM) dhe ekonominë në përgjithësi<sup>2</sup>.

AMF bashkëpunon me Ministrinë e Arsimit dhe institucione të tjera për përfshirjen e edukimit financiar në kurrikulën kombëtare. Me përfshirjen e temave financiare në kurrikulat e shkollave, AMF synon t'i pajisë të rinjtë me aftësi dhe njohuri thelbësore financiare.

AMF gjatë zbatimit të kësaj strategjie, do të bashkëpunojë me Bankën e Shqipërisë dhe institucione të tjera në vend, sa i përket nismave në funksion të edukimit financiar dhe rritjes së ndërgjegjësimit të publikut. Angazhimi dhe bashkëpunimi ndërinstitucional janë garanci për të ndërtuar një platformë të qëndrueshme me aktivitete të koordinuara, me qëllim ndërgjegjësimin e publikut dhe shtrirjen më të gjerë të kulturës financiare në vend.

Duke promovuar në mënyrë aktive edukimin financiar, AMF synon të fuqizojë individët për të bërë zgjedhje të shëndosha financiare, për të rritur mirëqenien e tyre financiare dhe për të kontribuar për një shoqëri më të edukuar financiarisht.

## **5 Grupet e Synuara dhe Prioritetet**

Produktet dhe shërbimet që ofrohen nga tregjet financiare jobankare synojnë ti shërbejnë si publikut të gjerë, por edhe disa grupeve më specifike të popullsisë, me karakteristika të veçanta. Në kuadër të kësaj strategjie, nëpërmjet aktiviteteve të ndryshme do të arrihen dhe ndikohen, grupet e synuara sipas aktiviteteve edukuese, si më poshtë:

- Korporatat dhe institucionet e qeverisjes vendore;
- Punonjësit në sektorin publik dhe privat;
- Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme
- Studentët në shkolla dhe universitete;
- Profesionistë në tregjet nën mbikëqyrje.

---

<sup>2</sup> World Bank Inputs to the Albanian National Financial Education Strategy 2022-2025



Këto grupe do të targetohen për t'u informuar dhe edukuar financiarisht mbi produkte të ndryshme të sigurimit, të fondeve të investimeve, të fondeve të pensioneve private, apo tregjet e kapitalit. Grupet e synuara do të detajohen sipas karakteristikave të tyre specifike për të siguruar përfshirje më të madhe në produktet financiare.

### **Korporatat dhe institucionet e qeverisjes vendore**

Tregu i kapitaleve ofron një alternativë të re financimi për kompanitë shqiptare, të ndryshme nga financimet tradicionale. Sektori bankar mbetet si një ndër burimet kryesore të kreditimit të ekonomisë dhe sektorit privat në veçanti në vendin tonë. Kreditimi nga bankat dhe fitimet e mbajtura apo fondet e brendshme janë prej vitesh burimi kryesor i financimit të ndërmarrjeve në Shqipëri. Ndërkohë që kërkesa për kredi vijon të jetë e lartë, duket se bizneset në Shqipëri nuk kanë arritur të shfrytëzojnë tregjet e kapitalit për nevojat e financimit të tyre. Prandaj kompanitë private dhe shtetërore do të ishin kandidatë potencialë shumë të mirë për listim në Bursë, pasi janë operatorë me nevojat e vazhdueshme financimi.

Avantazhet që burojnë nga tregjet e kapitalit janë të shumta. Listimi në Bursë shoqërohet me kriteret e përcaktuara qartë, çka do të konsiderohej prestigj lidhur me imazhin e kompanive. Disa nga avantazhet e emetimit të obligacioneve me ofertë publike nga ana e kompanive shqiptare janë:

- Diversifikimi i burimeve të financimit të kompanive;
- Akses në kapital përmes emetimit të titujve të rinj;
- Rankim më i lartë dhe reputacion më i mirë i kompanive;
- Rritje e likuiditetit;
- Ulje e kostove të financimit;
- Furnizim i tregut financiar me instrumente financiare etj.

Ndonëse, së fundmi, ka pasur zhvillimet pozitive, ku për herë të parë Bordi i Autoritetit miratoi prospektin e një subjekti financiar jo bankë për emetimin e obligacioneve me ofertë publike, sërish tregu i kapitaleve vijon të jetë i fokusuar në emetimin e titujve të Qeverisë dhe obligacioneve me ofertë private, kjo edhe për shkak të ndërjegjësisimit të ulët të kompanive për forma të tjera të financimit edhe përmes ofertës publike.

Në këto kushte, mungesë në edukimin financiar vihet re jo vetëm tek investitori, por edhe tek vetë emetuesit. Kompanitë ende nuk e konsiderojnë këtë formë financimi, edhe pse tregu shqiptar i kapitaleve tashmë ofron të gjithë infrastrukturën e nevojshme ligjore, atë të tregtimit dhe pas tregtimit, duke i mundësuar listimin në Bursë kompanive shqiptare me tregues financiarë të shëndetshëm.

Për sa më sipër, edukimi i emetuesve duhet të jetë në fokus, pasi në momentin që këto biznese kuptojnë plotësisht alternativat e reja të financimit, ato do të jenë në gjendje të bëjnë një analizë të kostove dhe përfitimeve që rrjedhin nga listimi, duke marrë një vendim të mirë për

mbarëvajtjen e biznesit të tyre. Përmes aktiviteteve informuese të edukimit financiar në kuadër të kësaj strategjie, synohet ndërgjegjësimi i kompanive për avantazhet që ofron tregu i kapitaleve, si një formë e re financimi për to.

Gjithashtu, tregu shqiptar i kapitaleve ka nevojë për larmishmëri instrumentesh financiare në funksion të diversifikimit të portofolit të investitorit. Obligacionet e qeverisjes vendore do të ishin një instrument me interes për financimin e projekteve të ndryshme nga ana e institucioneve të qeverisjes vendore. Për këtë arsye, aktivitetet informuese synojnë të përfshijnë edhe institucionet e qeverisjes vendore, si grup i synuar dhe si emetues potencial të obligacioneve të qeverisjes vendore.

### **Punonjësit në sektorin publik dhe privat**

Sipas treguesve të publikuar nga INSTAT, numri i të punësuarve në sektorin shtetëror për vitin 2022, bazuar në numrin e kontribuesve në sigurimet shoqërore është: 184,396 punonjës në sektorin publik dhe 532,031 punonjës<sup>3</sup> në sektorin privat.

Në **sektorin publik** përfshihen të gjitha aktivitetet ekonomike dhe sociale që janë në ngarkim të administratës, ndërmarrjeve dhe institucioneve publike. Sipas informacionit të publikuar nga INSTAT<sup>4</sup>, klasifikimi i sektorit publik përfshin: (i) Qeverinë Qendrore; (ii) Qeverinë Lokale; (iii) Fondet e Sigurimeve; (iv) Ndërmarrjet Publike Jofinanciare; (v) Ndërmarrjet Publike Financiare; (vi) Banka Qendrore, si edhe organizma të Qeverisë Qendrore, Extra-Buxhetore, dhe organizma të Qeverisë Lokale, Extra-Buxhetore. Klasifikimi i bërë nga INSTAT, si dhe përcaktimi i konceptit të sektorit publik kanë shërbyer si bazë për formimin e nëngrupeve brenda këtij grupi të synuar.

Projeksioni i popullsisë sipas grupmoshave ndër vite tregon një ecuri të qëndrueshme të përqindjes së popullsisë që i takon grupmoshës 15-64 vjeç, e cila është grupmosha e punës. Zhvillimet demografike theksojnë nevojën e rritjes së pjesëmarrjes së individëve të kësaj grupmoshe në skemat e pensioneve private, përfshirjen e tyre në sigurimet vullnetare dhe në fondet e investimeve, si alternativa investimi.

**Sektori privat** njihet si segmenti i ekonomisë kombëtare, i kontrolluar dhe i menaxhuar nga individë apo ndërmarrje private. Sipas INSTAT<sup>5</sup> në fund të vitit 2022, rezultojnë mbi 500 mijë

---

<sup>3</sup> Faqja zyrtare e INSTAT

<https://www.instat.gov.al/al/temat/tregu-i-pun%C3%ABs-dhe-arsimi/t%C3%AB-dh%C3%ABna-administrative-t%C3%AB-tregut-t%C3%AB-pun%C3%ABs/#tab2>

<sup>4</sup> Faqja zyrtare e INSTAT

[file:///F:/Materiale/Downloads/lista-e-institucioneve-publike-2021\\_.pdf](file:///F:/Materiale/Downloads/lista-e-institucioneve-publike-2021_.pdf) publikuar me 13 shtator 2022., si edhe <https://www.instat.gov.al/al/temat/ekonomi-dhe-financ%C3%AB/llogarit%C3%AB-komb%C3%ABtare-gdp/#tab2>

<sup>5</sup> Faqja zyrtare e INSTAT

[https://www.instat.gov.al/media/11346/anketa-tremujore-e-forcave-t%C3%AB-pun%C3%ABs-t4-2022\\_.pdf](https://www.instat.gov.al/media/11346/anketa-tremujore-e-forcave-t%C3%AB-pun%C3%ABs-t4-2022_.pdf)

punonjës në sektorin privat, të cilët janë grup potencial i synuar për edukim dhe përfshirje financiare. Kanalet më efektive për shpërndarjen e informacionit dhe edukimit financiar për këtë grup të synuar konsiderohen komunikimet në vendet e punës, pasi mund të arrihet një numër i madh individësh me të njëjtat interesa. Ky kanal efektiv komunikimi shoqërohet edhe me përfitime në kosto, nga ekonomia e shkallës.

Kjo Strategji i konsideron punonjësit e sektorit privat dhe atij publik, si grup të rëndësishëm dhe me rol kyç në rritjen e edukimit financiar dhe në përfshirjen financiare të popullatës. Për punonjësit e sektorit publik dhe privat do të synohet promovimi i produkteve financiare jobankare specifike në përputhje me nevojat e tyre, ku më të përshtatshme konsiderohen:

- Përfshirja në skemat e pensioneve private;
- Zgjerimi i pjesëmarrjes dhe përfshirjes në sigurimet vullnetare;
- Pjesëmarrja në fondet e investimeve/tregun e kapitalit, si një alternativë/formë kursimi;
- Ndërmjetësimi dhe roli i tij në sigurime.

Zbatimi i suksesshëm i aktiviteteve për edukim dhe përfshirje financiare për këtë grup të synuar, kërkon koordinim dhe bashkëpunim ndërmjet subjekteve që ushtrojnë veprimtarinë në tregjet nën mbikëqyrje dhe shoqatave profesionale, apo dhomave të tregtisë të sektorëve përkatës të ekonomisë.

### **Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme**

Zhvillimi i një sektori privat dinamik, i përqendruar në Ndërmarrjet e Vogla dhe të Mesme (NVM-të) dhe krijimi i një kulture të sipërmarrjes, është shtyllë e rëndësishme për ekonominë. Kjo ndodh kryesisht sepse NVM-të njihen si krijuese vendesh pune, të ardhurash dhe me kontribut në zhvillimin dhe rritjen e ekonomisë, novacionin dhe konkurrencën. Ndonëse ndërmarrjet e vogla dhe të mesme luajnë një rol thelbësor në ekonomi. Ato janë të pambrojtura dhe më pak të qëndrueshme ndaj krizave financiare. Ato janë më të ekspozuara ndaj luhatjeve të të ardhurave nga aktiviteti, dhe nuk janë në gjendje të përballojnë efektet e krizave për një kohë të gjatë.

Bazuar në kategorizimin e INSTAT, kategoria e ndërmarrjeve të vogla e të mesme (NVM) përfshin ato ndërmarrje, ku punësohen më pak se 250 persona dhe ndërmarrje e vogël quhet një ndërmarrje, ku punësohen 10-50 persona<sup>6</sup>. Nga të dhënat e publikuara nga INSTAT në vitin

---

<sup>6</sup> Faqja zyrtare e INSTAT Ndërmarrjet ku punësohen më pak se 10 persona quhen mikrondërmarrje. Burimi: [rc-ndermarrjet-e-vogla-te-mesme-asn\\_esms\\_format\\_al\\_final.pdf \(instat.gov.al\)](https://www.instat.gov.al/rc-ndermarrjet-e-vogla-te-mesme-asn_esms_format_al_final.pdf)



shpërndarjes së tyre. Konsiderohet e rëndësishme të vendosen ura bashkëpunimi dhe marrëveshje me agjencitë dhe shoqatat e përzgjedhura, për të vendosur mbi mënyrat e bashkëpunimit.

### **Studentët në shkolla dhe universitete**

Edukimi financiar është një interes i përbashkët kombëtar i autoriteteve publike, organizatave, subjekteve private, popullsisë dhe për këtë nevojitet që edukimi financiar të fillojë që në moshën e shkollës dhe të promovohet në mënyrë aktive gjatë gjithë jetës. Autoriteti vlerëson rëndësinë e krijimit të një mjedisi mësimor në shkollat e mesme dhe në universitete, ku informacionet financiare të përfshihen jo vetëm në kurrikula, por të shoqërohen edhe me aktivitete edukuese të veçanta për tregjet financiare jobankare.

Autoriteti, në realizimin e objektivit për mbrojtjen e interesave të konsumatorit/investitorit, i ka kushtuar një vëmendje të veçantë të rinjve në shkolla të mesme dhe universitete, duke i konsideruar ata jo vetëm si konsumatorë, por edhe si investitorë të së nesërme.

Të rinjtë e shkollave të mesme dhe universiteteve kanë qenë grup i synuar edhe në strategjinë e mëparshme të edukimit financiar. Autoriteti ka organizuar në vitet 2018 dhe 2019 dy konferenca kombëtare me punime të studentëve lidhur me tregjet financiare jobankare nën mbikëqyrjen e AMF-së, si edhe leksione të hapura me studentë në disa universitete publike e private në vend.

Studentët dhe nxënësit e shkollave të mesme janë një grup i synuar i rëndësishëm për edukim financiar. Nëngrupe më specifike të këtij grupi do të jenë nxënësit e shkollave të mesme dhe profesionale në qytetet kryesore të vendit, studentët e fakulteteve të ekonomisë, fakulteteve juridike, studentët e Shkollës së Magjistraturës dhe të Shkollës së Avokatisë.

Lidhur me këtë grup të synuar vlerësohen të nevojshme aktivitete në disa drejtime, që lidhen kryesisht me çështjet e mëposhtme:

- Përshtatja e programeve mësimore me zhvillimet dinamike në tregjet financiare jobankare në vend. Sipas Strategjisë Kombëtare të Arsimit 2021-2026 “...Kurrikulat nuk u janë përshtatur me shpejtësi ndryshimeve socio-ekonomike dhe zhvillimeve të tregut, për pasojë, ato nuk kanë qenë gjithmonë efektive dhe se ... hendeku teori-praktikë në formimin e studentëve është një tjetër problematikë që krijon vështirësi për përfshirjen e tyre në tregun e punës.”<sup>8</sup>;
- Zhvillimi i kompetencave të të nxënës gjatë gjithë jetës, duke i lidhur më mirë programet mësimore dhe përmirësimin e aftësive ekzistuese me nevojën e të rinjve për të marrë vendime financiare të shëndetshme për të ardhmen;

---

<sup>8</sup> “Strategjia Kombëtare e Arsimit 2021-2026, Tiranë prill 2021”, faqe 30  
<https://arsimi.gov.al/wpcontent/uploads/2021/05/Draft-Strategjia-per-Arsimin-2021-2026.pdf>

- Rritja e përfshirjes së të rinjve në tregjet financiare;
- Aftësia për të përvetësuar zhvillimet digjitale dhe zotërimi i njohurive të reja në fushën e teknologjisë së informacionit nga të rinjtë (edhe ata në nivelin parauniversitar) janë elemente të rëndësishëm për përfshirjen e tyre në tregjet e kapitalit, pasi tregtimi në to kërkon njohuri të mira financiare.

Autoriteti synon të forcojë bashkëpunimin me Ministrinë e Arsimit dhe Sportit, me qëllim përfshirjen më të gjerë të koncepteve financiare në kurrikulat shkollore dhe bashkërendimin e punës në drejtim të organizimit të programeve edukuese. AMF do të bashkëpunojë me institucione të tjera që veprojnë në këtë fushë dhe janë pjesë e rrjetit Rrjetit Shqiptar për Edukimin Financiar (ANFE).

### **Profesionistët e tregjeve nën mbikëqyrje**

Profesionistët e tregjeve nën mbikëqyrje janë individë të pajisur me dijet e nevojshme profesionale që ushtrojnë veprimtarinë e tyre në tregjet nën mbikëqyrjen e Autoritetit. Përfshirja e këtyre profesionistëve në strategjinë e edukimit, do t'i mundësojë atyre të marrin ekspertizë dhe udhëzime të vlefshme dhe të përmirësojnë njohuritë e tyre në fushat specifike financiare. AMF do t'i kushtojë një vëmendje të veçantë edukimit të profesionistëve të tregjeve, duke i trajnuar dhe njohur ata me risitë e kuadrit rregullator, aktet e reja nënligjore, bazën ligjore të përafuar me direktivat, si dhe me përditësimin e njohurive të tyre me zhvillimet më të reja dhe ato teknologjike, përdorimin e programeve digjitale në fushat përkatëse, etj.

Për realizimin e trajnimeve për profesionistët e tregjeve, AMF harton çdo vit një plan të detajuar trajnimesh, si për ata që kërkojnë të hyjnë për herë të parë në këtë profesion, ashtu edhe për profesionistët e licencuar tashmë, që duan të përditësojnë njohuritë e tyre. Për këtë AMF: (i) identifikon objektivat për secilin nga nëngrupet e synuara; (ii) harton kurrikulën; (iii) zhvillon dhe harton paketën e materialeve të trajnimit; (iv) kryen trajnimin duke ofruar edhe mbështetje në vazhdimësi; (v) vlerëson ndikimin duke analizuar komentet/feedback e mbledhura nga pjesëmarrësit; (vi) përshtat dhe përmirëson strategjinë për të adresuar çdo nevojë të identifikuar bazuar në rezultatet e vlerësimit.

Me grupet e profesionistëve të licencuar, AMF ka krijuar partneritet dhe bashkëpunim të qëndrueshëm. Si pjesë e kësaj Strategjie, AMF synon të bashkëpunojë me ta duke i përfshirë në grupet e trajnerëve që mund të përcjellin informacione tek grupet e tjera të synuara nga kjo Strategji, siç mund të jenë studentët, apo punonjësit në fusha të tjera, jofinanciare. Ato do të jenë kështu promovues të zhvillimeve dhe njohurive të reja financiare, të sjelljes dhe qëndrimit ndaj investimit.

## 6 Kanalet e Komunikimit

Për të arritur tek grupet e synuara, është e rëndësishme që të përdoren kanalet e duhura dhe të përshtatshme të komunikimit. Bazuar në karakteristikat dhe specifikat e çdo grupi të synuar, do të zgjidhen metodologji, mënyra, kanale dhe mjete të ndryshme për arritjen e objektivave të Strategjisë. Disa nga kanalet e komunikimit që do të përdoren janë:

- Komunikim i drejtpërdrejtë në grupe të vogla gjatë aktiviteteve si: seminare, *workshops*, prezantime, me stafin e burimeve njerëzore të ndërmarrjeve/shoqërive të synuara, organizim i një dite të hapur pranë institucioneve;
- Komunikimi *online* nëpërmjet faqes së internetit të Autoritetit, portaleve *online* nëpërmjet videove, grafikave vizuale, spote dhe filmime të shkurtra, etj.;
- Webinar-et, si një mënyrë e mirë komunikimi për të arritur një audiencë të madhe me kosto të ulët, pasi mund të regjistrohen për t'i riparë në çdo kohë;
- Mediat sociale: Platformat e mediave sociale si Facebook, Twitter dhe LinkedIn mund të përdoren për të shpërndarë informacionin e edukimit financiar tek një audiencë e gjerë;
- Komunikimi nëpërmjet mediave tradicionale si: botime, fletëpalosje, prezantime televizive, etj.;
- Konferencat me pjesëmarrje të gjerë, audiencë të spikatuara, të targetuara dhe me ekspertizë profesionale.

## 7 Treguesit Matës

Për të siguruar efektivitetin e programeve të informimit dhe edukimit financiar është e rëndësishme të matet ndikimi i aktiviteteve të realizuara. Treguesit matës janë instrumente, të cilët përdoren për të vlerësuar performancën, progresin dhe suksesin e aktiviteteve. Për qëllime të kësaj Strategjie do të përdoren kryesisht tregues të matshëm, të drejtpërdrejtë, statistikorë. Tregues të tjerë për vlerësimin e ecurisë dhe ndikimit të aktiviteteve mund të jenë edhe tregues cilësorë, jo të drejtpërdrejtë, të cilët edhe pse nuk shprehen në shifra, përfshihen në treguesit e tendencave afatgjata.

Në vijim listohen disa tregues që përdoren për të matur aktivitetet, në kuadër të kësaj strategjie:

### **Treguesit statistikorë të ndikimit të aktiviteteve dhe normat e pjesëmarrjes**

Këtu përfshihen tregues të drejtpërdrejtë sasiorë, të cilët mund të maten sipas secilit aktivitet të organizuar. Të tillë mund të jenë:

- Numri i aktiviteteve të organizuara. Ky tregues mund të ndahet dhe detajohet me tej, sipas tipologjive të aktiviteteve dhe grupeve të synuara, duke matur aktivitetet

e zhvilluara për secilin grup të synuar, përgjatë një viti, si edhe gjatë zbatimit të Strategjisë;

- Numri i pjesëmarrësve në trajnime/aktivitete të ndryshme/konferenca. Treguesi pasqyron numrin e përfituesve drejtpërdrejtë nga aktivitetet e zhvilluara për secilin grup të synuar, përgjatë një viti, si edhe gjatë zbatimit të Strategjisë;
- Numri i trajnerëve të trajnuar (ToT), të cilët do të mundësojnë përcjelljen e mesazheve, informacionit, komunikimit, etj., tek grupet e synuara;
- Ndryshimet përgjatë një viti në numrin e individëve pjesëmarrës në skemat e fondeve të pensioneve private. Ky tregues është i ndikuar edhe nga faktorë të tjerë, por do të konsiderohet si tregues për matjen e ndikimit në rastet kur AMF organizon aktivitete lidhur me pensionet private;
- Ndryshimet përgjatë një viti në numrin e individëve pjesëmarrës në skemat e fondeve të investimeve. Ky tregues është i ndikuar edhe nga faktorë të tjerë, por do të konsiderohet si tregues për matjen e ndikimit në rastet kur AMF organizon aktivitetet lidhur me fondet e investimeve;
- Ndryshimet përgjatë një viti në numrin e policave të sigurimit vullnetar. Ky tregues është i ndikuar edhe nga faktorë të tjerë, por do të konsiderohet si tregues për matjen e ndikimit në rastet kur AMF organizon aktivitetet lidhur me sigurimet vullnetare;
- Prezenca mediatike e përfaqësuesve të AMF-së në programe televizive, në mediat tradicionale dhe në rrjetet sociale të lidhura me mediat kryesore.

### **Tregues të tjerë të ndikimit të aktiviteteve**

- Njohuritë dhe aftësitë. Ky indikator mat nivelin e njohurive dhe aftësive të fituara nga individët që marrin pjesë në aktivitetet e edukimit financiar dhe mund të matet përmes vlerësimeve ose anketave para dhe pas aktivitetit;
- Ndryshimi i sjelljes. Ky indikator mat ndryshimet në sjelljen financiare, si rezultat i aktiviteteve të edukimit financiar. Matet përmes anketimeve;
- Komentet, reagimet dhe pëlqyeshmërit. Ky indikator mat nivelin e reagimit dhe llojin e këtij reagimi të individëve që marrin pjesë në aktivitetet e edukimit financiar. Matet përmes anketave ose fokus grupeve. Ai mund të matet edhe si tregues në faqen *online* të AMF-së dhe në rrjetet sociale.

Me qëllim arritjen e objektivave të strategjisë, AMF harton planin e aktiviteteve, i cili rishikohet çdo vit dhe përbën bazën për përgatitjen e programit të punës, duke përcaktuar aktivitetet vjetore për t'u zbatuar. Zbatimi i planit të aktiviteteve do të jetë një proces i vazhdueshëm, i cili do të rishikohet në varësi edhe të zhvillimeve të tjera institucionale.