

BANKA E SHQIPËRISË

Metodologjia e Vrojtimeve të Harmonizuara të Besimit

përditësuar në qershor 2021¹

Ermelinda Kristo²

¹ Ky rishikim përfshin publikimin për herë të parë të rezultateve të marra nga vërtetimet e besimit të kryera me frekuencë mujore.

² Banka e Shqipërisë, Departamenti i Politikës Monetare, Zyra e Parashikimit Afatshkurtër. Falënderoj zj. Liljana Boçi dhe zj. Alma Kondi, Instituti i Statistikave Shqiptare (INSTAT), për kontributin dhe bashkëpunimin e ngushtë gjatë procesit të përzgjedhjes dhe aplikimit të praktikave më të mira metodologjike të vërtetimeve, një pjesë e të cilave janë shpjeguar në pjesën e dytë të këtij materiali.

Përmbajtja

I.	Hyrje	4
II.	Metodologjia e vrojtimeve të besimit	6
III.	Treguesit e besimit dhe prezantimi i rezultateve	12
IV.	Ndryshimet metodologjike pas përfshirjes në Programin e Harmonizimit	14
	Referenca	19
	Aneks 1. Pyetësorët e Harmonizuar	20
	Aneks 2. Klasifikimi i aktiviteteve ekonomike për VBB	30
	Aneks 3. Trajtimi i vlerave ekstreme në pyetjet sasiore	32

Shkurtime:

BE – Bashkimi Evropian

BSH – Banka e Shqipërisë

INSTAT – Instituti i Statistikave

KE – Komisioni Evropian

TB – Tregues Besimi

TNE – Treguesi i Ndjesisë Ekonomike

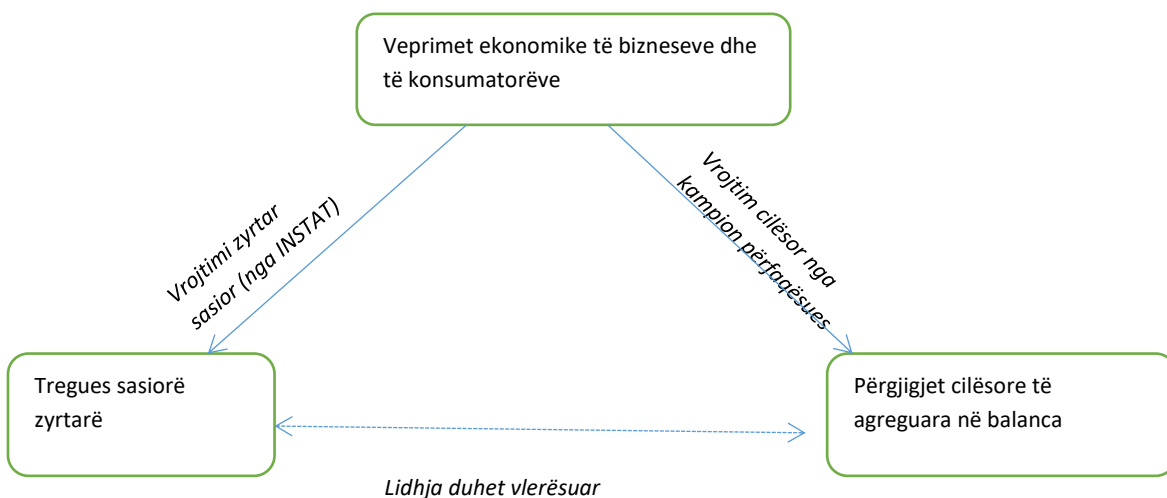
VBB – Vrojtimi i Besimit të Biznesit

VBK – Vrojtimi i Besimit të Konsumatorit

RSN – Regjistri Statistikor i Ndërmarrjeve

I. Hyrje

Qëllimi i këtij materiali është të paraqesë aspektet metodologjike të vrojtimeve të besimit të biznesit dhe të konsumatorit të harmonizuara me metodologjinë e vendeve të Bashkimit Evropian. Vrojtimet e besimit mbledhin fakte dhe informacione për kushtet e bizneseve dhe gjendjen e individëve bazuar në opinionin e tyre (në ndryshim nga vrojtimet klasike, të cilat mbledhin fakte nëpërmjet shifrave). Treguesit e marrë nga vrojtimet e besimit njihen si informacion cilësor, në ndryshim nga informacioni sasior i marrë nga vrojtimet tradicionale (sasiore). Këta tregues plotësojnë setin e informacionit të marrë nga llogaritë kombëtare. Informacioni i marrë nga vrojtimet e besimit konsiderohet i vlefshëm edhe për vendet e zhvilluara e me cilësi të lartë të llogarive kombëtare, sepse: (i) japin një informacion të shpejtë për gjendjen e ekonomisë; (ii) kanë informacion mbi aspekte të cilat nuk mbulojnë nga statistikat zyrtare; (iii) nuk rishikohen. Në figurën më poshtë paraqitet, në mënyrë skematike, lidhja midis dy matjeve: rezultateve nga matjet tradicionale sasiore dhe atyre nga vrojtimet e besimit.



Burimi: Përshtatur nga *Cunningham* (1997)³.

Rezultatet e marra nga vrojtimet e besimit janë të vlefshme nëse ato paraprijnë zhvillimet në treguesit sasiorë zyrtarë. Nëse aspektet e sjelljes së bizneseve dhe të konsumatorëve të matura nëpërmjet vrojtimeve të besimit kanë një lidhje të mirë dhe shpjegojnë treguesit përkatës nga statistikat zyrtare, atëherë të dhënat e vrojtimeve konsiderohen të vlefshme për t'u përdorur (P.sh.: prirja për të konsumuar

³ Cunningham, A. (1997): "Quantifying survey data", Banka e Anglisë, Buletini Tremujor, Artikull, Gusht 1997.

e konsumatorëve lidhet pozitivisht me konsumin e popullatës nga llogaritë kombëtare; prirja e bizneseve për të kryer investime me serinë e investimeve zyrtare etj.).

Fillimi i vrojtimeve të besimit në vendet e zhvilluara daton në vitet 1920, fillimisht të organizuara nga shoqëri tregtare dhe më vonë edhe nga institucione statistikore dhe banka qendrore. Ndër vrojtimet më të hershme të besimit të biznesit janë ato të organizuara nga Konfederata e Industrive Britanike, Instituti për Kërkime Ekonomike (IFO) në Gjermani dhe Instituti Kombëtar i Statistikave dhe Studimeve Ekonomike (INSEE) në Francë⁴. Sa i përket konsumatorëve, vrojtimi i parë që synoi të maste ndjesinë apo besimin e tyre u zhvillua në Shtetet e Bashkuara të Amerikës në vitin 1946⁵.

Në Bankën e Shqipërisë vrojtimet e besimit kanë filluar të organizohen që prej vitit 2002, në bashkëpunim me Institutin e Statistikave (INSTAT) dhe fillimisht me asistencën e IFO. Prej tyre është përftuar informacion i rëndësishëm për të kuptuar më mirë zhvillimet ekonomike. Rezultatet e vrojtimeve të besimit janë përdorur për të plotësuar informacionin e marrë nga statistikat zyrtare në analizat periodike të BSH-së. Informacioni nga balancat e veçanta apo të kombinuara nga vrojtimet përdoret si lëndë e parë për modelet e parashikimit afatshkurtër të rritjes ekonomike. Informacioni në lidhje me ecurinë e çmimeve nga bizneset dhe nga konsumatorët janë përdorur për të analizuar natyrën dhe ecurinë e pritjeve të inflacionit në ekonomi. Së fundi, informacioni mikro i marrë nga vrojtimet e besimit ka shërbyer për ndërtimin e treguesve të matjes së pasigurisë ekonomike. Duke filluar nga muaji maj i vitit 2016, vrojtimet e besimit kryhen me frekuencë mujore dhe me metodologji të unifikuar me atë të Komisionit Evropian.

Në Bankën e Shqipërisë, cilësia e informacionit të marrë nga vrojtimet e besimit është analizuar periodikisht. Studimet empirike kanë vërtetuar vlefshmërinë e informacionit të marrë nga vrojtimet e besimit në vite⁶. Duke filluar nga muaji maj i vitit 2016, ato kryhen nën programin e Komisionit Evropian për harmonizimin e tyre në vendet anëtare dhe candidate. Synimi i këtij programi është të përafrojë metodologjitë e vendeve të ndryshme me praktikat më të mira të kryerjes së vrojtimeve të besimit. Informacioni i grumbulluar në këtë mënyrë është i krahasueshëm dhe mund të përdoret për të studiuar gjendjen ciklike të ekonomive të vendeve të ndryshme.

⁴ OECD, 2003: "Business Tendency Surveys: A Handbook"

⁵ Universiteti i Michigan, Vrojtimi i Konsumatorëve, "Përshkrimi i Vrojtimit", <https://data.sca.isr.umich.edu/survey-info.php>

⁶ Shih Çeliku dhe Shtylla (2007) "Vrojtimi i besimit të biznesit: aspekte metodologjike dhe analizë ekonomike e rezultateve"; Lama dhe Istrefi (2007) "Besimi konsumator dhe ekonomia shqiptare – një urë e re informacioni"; Kristo (2010) "Treguesit e besimit, përdorimi i informacionit prej tyre dhe sinkronizimi me vendet e BE-së; Kristo dhe Hoxholli (2019) "Ciklet e biznesit në optikën e treguesve të besimit".

Materiali më poshtë vijon me shpjegimin e karakteristikave metodologjike të vrojtimit të besimit (pjesa e dytë), me përshkrimin e treguesve të besimit të llogaritur dhe prezantimin e tyre (pjesa e tretë) dhe me ndryshimet kryesore që solli përfshirja e BSH-së në programin e harmonizimit të KE-së (pjesa e katërt). Pyetësorët e detajuar që përdoren për këto vrojtme, si dhe aspekte të tjera më teknike të metodologjisë, paraqiten në katër anekset e këtij materiali.

II. Metodologjia e vrojtimit të besimit

Si në çdo vrojtim tjetër, karakteristikat kryesore të vrojtimit të besimit janë: *pyetësorët*, zgjedhja e *kampionit* përfaqësues të popullatës, mënyra se *si do të mbledhet informacioni* dhe, së fundmi, *agregimi* dhe paraqitja e rezultateve. Në dallim nga vrojtimit tradicionale sasiore, të gjitha hapat e vrojtimit të besimit kryhen më shpejt. Kjo sepse natyra cilësore e pyetjeve e bën më të lehtë dhënien e përgjigjes nga bizneset apo individët. Gjithashtu, procesi i grumbullimit të informacionit dhe agregimi i tij në tregues sasiore është një proces relativisht më i thjeshtë në krahasim me vrojtimit sasiore. Në vijim do të trajtohen karakteristikat kryesore të vrojtimit të besimit.

Pyetësorët. Një nga karakteristikat kryesore të ndërtimit të pyetësorit të vrojtimit të besimit është thjeshtësia e tij. Plotësimi i tij nga bizneset dhe konsumatorët kryhet në një kohë shumë më të shkurtër se sa plotësimi i një pyetësi sasiore. Pothuajse të gjitha pyetjet e VBB-së dhe VBK-së jepen me alternativa përgjigjeje. Pyetjet e VBB-së japin, në përgjithësi, tre alternativa përgjigjeje (*pozitive, neutrale, negative*), ndërsa konsumatorët duhet të zgjedhin një nga pesë alternativat e pyetjeve të përfshira në VBK (*shumë pozitive, pozitive, neutrale, negative, shumë negative*). Lista e plotë e pyetjeve sipas pyetësorëve për çdo sektor paraqitet në aneksin 1. Në pjesën e katërt të materialit shpjegohen ndryshimet e ndodhura në pyetësorët pas procesit të kalimit në programin e harmonizimit.

Metoda e intervistës. Pjesëmarrja në vrojtim është vullnetare. Cilësia e rezultateve varet shumë nga dëshira e bizneseve dhe konsumatorëve për të marrë pjesë. Për të rritur shkallën e përgjigjes janë marrë disa masa:

- (i) Metoda e plotësimit të pyetësorit është intervistë e drejtpërdrejtë midis intervistuesit të INSTAT-it dhe konsumatorit ose përfaqësuesit të biznesit. Kjo shpejton procesin e marrjes së përgjigjeve dhe mundëson sqarimin e paqartësive që mund t'u lindin të intervistuarve;

- (ii) Për vrojtimin e besimit konsumator, për çdo familje të përfshirë në zgjedhje, vendosen 4 të tjera rezervë në të njëjtën njësi primare zgjedhjeje. Këto shërbejnë si zëvendësuese të familjes së parë të zgjedhur, në rastet kur ajo refuzon të përgjigjet apo kur nuk gjendet kontakti. Kjo redukton në minimum numrin e pyetësorëve pa përgjigje (*unit non response*);
- (iii) Intervistuesit, të cilët kryejnë intervistat në terren, trajnohen lidhur me pyetësin, natyrën e informacionit që ai kërkon, si dhe mënyrën më të mirë të marrjes së përgjigjes. Intervistuesit, në përgjithësi, synojnë të marrin përgjigje për të gjitha pyetjet e pyetësit, duke ulur kështu numrin e pyetjeve pa përgjigje (*item non response*);
- (iv) Për intervistuesit përgatitet një udhëzues i hollësishëm që shpjegon çdo pyetje dhe përmban një numër telefoni për çdo paqartësi që mund të dalë gjatë fazës së intervistimit në terren;
- (v) Në fund të çdo pyetësi vendoset lidhja e faqes së internetit ku bizneset mund të gjejnë analizën dhe rezultatet më të fundit të publikuara në faqen e internetit të BSH-së;
- (vi) Herë pas here përgatiten broshura informuese, të cilat dërgohen pranë bizneseve së bashku me pyetësin e radhës. Në këto broshura ofrohet informacion më i detajuar për sektorin ku operon biznesi.

Popullata dhe baza e zgjedhjes (*frame*). Saktësia e rezultateve të marra nga vrojtimit e besimit varet shumë nga ndërtimi i kampionit dhe përdorimi i listave sa më të plota të bizneseve dhe të konsumatorëve. Lista e bizneseve që shërben si popullatë për VBB-në është Regjistri Statistikor i Ndërmarrjeve (RSN) i INSTAT-it. Regjistri përfshin të gjitha njësitë ligjore të regjistruara pranë Qendrës Kombëtare të Regjistrimit dhe pranë Organeve Tatimore.

Tabela 1 liston informacionin e popullatës për katër vrojtimit e bizneseve bazuar në RSN e vitit 2018, e përpiluar nga ekspertët e metodologjisë pranë INSTAT-it. Kolona e dytë tregon numrin e bizneseve të regjistruar në total për secilin sektor. Në kolonën e tretë paraqiten vetëm bizneset që operojnë në sektorin shtetëror dhe kjo shërben si baza e zgjedhjes së kampionit (baza e zgjedhjes para përjashtimit). Përpara se të kryhet zgjedhja rastësore e ndërmarrjeve, nga baza e zgjedhjes përjashtohen paraprakisht bizneset me më pak se 5 të punësuar, për sektorët e industrisë dhe të shërbimeve, dhe me më pak se 2 të punësuar për sektorët e ndërtimit dhe të tregtisë. Kjo shërben si baza e zgjedhjes pas përjashtimit (*procesi cut-off*).

Tabelë 1: Të dhëna të përgjithshme të popullatës, bazës së zgjedhjes dhe kampionit (në nr. biznesesh)

Sektori	Popullata (nr. biznesesh të regjistruar në RSN)	Baza e zgjedhjes para përrjashtimit	Baza e zgjedhjes pas përrjashtimit	Kampioni
Industri	7,970	7,968	2,373	426
Ndërtim	4,726	4,707	2,783	209
Shërbime	48,367	48,259	5,650	346
Tregti me pakicë	37,149	37,149	13,137	421

Për **industrinë**, baza e zgjedhjes pas përrjashtimit përbën 30% të numrit të ndërmarrjeve, përfaqëson 94% të xhiros totale të sektorit dhe ka të punësuar 88% të totalit të punonjësve.

Për **ndërtimin**, në bazën e zgjedhjes pas përrjashtimit janë përrfshirë 59% e ndërmarrjeve, të cilat përfaqësojnë 99% të xhiros dhe 98% të të punësuarve të sektorit të ndërtimit.

Baza e zgjedhjes së vrojtimit të **shërbimeve** përrfshin vetëm 12% të totalit të ndërmarrjeve në këtë sektor, duke treguar për shkallën e lartë të fragmentimit. Këto ndërmarrje nga ana tjetër përfaqësojnë 82% të xhiros dhe 65% të të punësuarve në sektorin e shërbimeve.

Së fundmi, në sektorin e **tregtisë**, numri i bizneseve në bazën e zgjedhjes përbën 35% të të gjithë popullatës nga RSN (gjithë sektori i tregtisë). Këto biznese zënë një peshë 91% sipas vlerës së shtuar dhe 70% sipas numrit të të punësuarve.

Lista e konsumatorëve, e cila shërben si popullatë për VBK-në, është marrë nga të dhënat e Regjistrimit të Përgjithshëm të Popullsisë dhe Banesave të vitit 2011. Ky regjistër përrmban numërimin e plotë të të gjithë individëve dhe banesave. Në 1 janar 2021, popullsia mbi 15 vjeç, e cila shërben si popullata e VBK-së, konsiston në 2,829,741 individë.

Kampionimi. Teorikisht, njihen disa metoda për nxjerrjen e rezultateve të një popullate të caktuar. Mënyra më e drejtpërdrejtë është mbledhja e të dhënave për të gjithë individët brenda popullatës që vrojtohet. Në praktikë, vrojtimi i të gjithë popullatës është një metodë e kushtueshme dhe kërkon shumë kohë. Në përrgjithësi, metodat e tjera të vrojtimit nxjerrin nga popullata në shqyrtim një nënpopullatë apo kampion “përfaqësues”. Rezultatet e nxjerra nga kampioni përrafrojnë rezultatet për gjithë popullatën. Dy metodat kryesore për të ndërtuar një kampion janë: metoda qëllimore (*purposive sample*) dhe metoda rastësore (*random sampling*). Në rastin e vrojtimeve të besimit të BSH-së, kampioni zgjidhet nëpërrmjet zgjedhjes rastësore, pasi ajo bën të mundur nxjerrjen e rezultateve “më përfaqësuese” për popullatën, pa

qenë e nevojshme të bëhen supozime. Në rastin e VBK-së, kampioni është ndërtuar me qëllim që të përfaqësojë të gjithë konsumatorët mbi 15 vjeç. Për VBB-në, kampioni i ndërtuar përfaqëson pothuajse të gjitha bizneset e regjistruara në Regjistrin Statistikor të Ndërmarrjeve të INSTAT-it. Më shumë detaje mbi popullatën e përfaqësuar nga VBB-ja jepen në aneksin 2.

Në praktikën më të mirë të metodologjive të vrojtimit të besimit sugjerohet që, përpara se të vijohet me zgjedhjen rastësore, popullata të ndahet në grupe apo shtresa me karakteristika të përbashkëta, p.sh. me madhësi të përafërt. Arsyeja për këtë ndarje është se varianca brenda shtresave është më e vogël se varianca e gjithë popullatës. Kjo e bën më eficiente metodën e zgjedhjes rastësore, duke siguruar një vlerësim më të saktë rreth treguesit të popullatës. Për ndarjen e popullatës në disa shtresa përdoren tregues të tjerë zyrtarë të njohur për popullatën e vrojtuar. Zgjedhja e rastit aplikohet mbi secilën nga këto shtresa. Për bizneset, shtresat zgjidhen duke përdorur dy kritere: madhësinë dhe aktivitetin ekonomik. Për ndarjen sipas madhësisë është përdorur numri i të punësuarve për çdo biznes, bazuar në informacionin e marrë nga Regjistri i Bizneseve. Për ndarjen sipas aktivitetit ekonomik u përdor klasifikimi i bizneseve të regjistruara në regjister sipas Nomenklaturës së Veprimtarive Ekonomike Rev.2. Në përputhje me praktikën më të mirë, shpërndarja e bizneseve në shtresa është kryer duke përdorur shpërndarjen Neyman (*Neyman optimum allocation*), bazuar në numrin e të punësuarve. Në rastin e konsumatorëve, kriteret për zgjedhjen e shtresave janë gjeografia dhe densiteti i rajonit ku bëjnë pjesë.

Mbledhja e informacionit. Pyetësorët plotësohen pranë bizneseve dhe familjarëve midis datës 1 dhe 15 të çdo muaji. Intervistuesit trajnohen periodikisht dhe në rastin kur në pyetësor përfshihen pyetje të reja. Procesi i hedhjes së të dhënave në databazë, kontrolli, peshimi dhe agregimi përfundon 5 deri 7 ditë pune para mbarimit të muajit. Para se t'i nënshtrohet procesit tjetër, atij të agregimit, pyetjet sasiore i nënshtrohen procesit të identifikimit dhe pastrimit nga vlerat ekstreme (*outlier*). Metoda e përdorur për këtë proces shpjegohet në aneksin 3.

Agregimi. Informacioni cilësor i marrë nga vrojtimet e besimit kthehet në sasior (kuantifikohet), nëpërmjet procesit të agregimit. Procesi i agregimit bëhet në tre nivele kryesore, duke filluar me çdo pyetje (balanca neto), pastaj në nivel sektori (treguesit e besimit) dhe më në fund në nxjerrjen e një treguesi përfaqësues për të gjithë ekonominë (treguesi i ndjesisë ekonomike).

Në nivelin e parë të agregimit, përgjigjet e bizneseve dhe të konsumatorëve kuantifikohen nëpërmjet balancës neto. Kjo është diferenca midis bizneseve/konsumatorëve që raportojnë përmirësim me ata që raportojnë keqësim. Balanca merr vlera brenda intervalit -100 deri 100 pikë përqindje. Megjithatë në

rastin e bizneseve atyre u kërkohet që të raportojnë ndryshimet krahasuar me një tremujor më parë, seritë e VBB-së shfaqin sjellje sezonale. Testet statistikore sugjerojnë për prani të sezonalitetit edhe në seritë e VBK-së. Për këtë arsye, seritë nga vrojtimit rregullohen për sezonalitet. Metoda e përdorur për rregullimin sezonal është *Census X12* (një nga paketat e rregullimit sezonal e inkorporuar në programin statistikor *Eviews*).

Pasi agregohen në nivelin e parë, balancat neto kalojnë në procesin e vlerësimit, për të parë sa informative janë. Balancat më të vlefshme, ato që kanë lidhjen më të fortë lineare me serinë e referencës, agregohen në nivel sektori për të përfshirë Treguesit e Besimit. Gjatë kalimit në programin e harmonizimit u ndryshuan disa nga balancat formuese të treguesve të besimit. Sqarime të mëtejshme lidhur me këto ndryshime do të gjeni në pjesën IV. Së fundmi, të gjitha balancat e zgjedhura për të ndërtuar treguesit e besimit të sektorëve agregohen përsëri në nivel ekonomie.

Peshimi. Përgjigjet e **konsumatorëve** peshohen vetëm një herë, pasi ka përfunduar faza e plotësimit të pyetësorit dhe mbledhja e të dhënave. Kriteret e peshimit janë zona gjeografike, mosha e individit, gjinia dhe madhësia e popullatës/dendësia. Arsyeja e peshimit, në rastin e VBK-së, është se një pjesë e karakteristikave të konsumatorëve nuk dihen në kohën e ndërtimit të kampionit, si p.sh. gjinia apo mosha.

Për **bizneset**, peshimi kryhet në dy faza. Peshimi i fazës së parë reflekton strukturën e kampionit, ndërsa peshimi i fazës së dytë reflekton strukturën e ekonomisë. Në fazën e dytë, peshat janë në proporcion me peshën relative të degëve të caktuara të ekonomisë. Duke përdorur terminologjinë e manualit të OECD-së, peshat e fazës së parë quhen peshat e zgjedhjes, ndërsa peshat e fazës së dytë quhen peshat e madhësisë.

Peshat e zgjedhjes janë e anasjella e probabilitetit të përfshirjes së një biznesi në kampion. Në rastin e ndërmarrjeve të mëdha, ku probabiliteti i përfshirjes është 1, rrjedhimisht edhe pesha është 1. Peshat e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme janë më të mëdha se 1, duke qenë se probabiliteti i zgjedhjes është më i vogël se 1. Sa më e madhe është një shtresë (*stratë*), aq më i vogël është probabiliteti i përfaqësimit të një ndërmarrjeje dhe aq më e madhe është pesha që do t'i vihet kësaj ndërmarrjeje. Pra në kampionin e ndërtuar, ndërmarrja në grupin më të madh ka peshën e zgjedhjes më të madhe. Në një farë mënyre, përgjigjja e saj do të përfaqësojë përgjigjen edhe të të gjitha ndërmarrjeve të tjera brenda asaj shtrese. Nëse kampioni do të ishte zgjedhja e rastit e thjeshtë, jo e shtresëzuar, të gjitha bizneset do të kishin të njëjtin probabilitet përfaqësimi dhe pesha e tyre do të ishte e barabartë.

Peshat e madhësisë, në mënyrë ideale, duhet të vareshin nga natyra e pyetjes, e cila do të agregohet, dhe të llogariteshin në nivel biznesi. P.sh. pyetjet për prodhimin duhen peshuar me vlerën relative të prodhimit që ka biznesi i pyetur, pyetjet për punësimin me numrin e të punësuarve etj. Në praktikë, kjo është një mënyrë e kushtueshme dhe praktikisht e pamundur. Ajo çfarë rekomandohet në praktikë është përdorimi i informacionit të jashtëm dhe të agreguar në disa grupe apo nëndegë të ekonomisë. Për këtë është përdorur informacioni nga të dhënat e xhiros nga Anketa Strukturore e Ndërmarrjeve.

Në mënyrë të përmbledhur, agregimi i rezultateve të bizneset jepet nga formula standarde *Horvitz-Thompson* (HT):

$$a. Y^{HT} = \frac{1}{W} \sum_{i \in p} \frac{w_i}{\pi_i} y_i$$

Ku Y^{HT} është vlerësimi HT i popullatës për treguesin Y ; p është zgjedhja; π_i është probabiliteti i përfshirjes, w_i është pesha bazuar në madhësinë e njësisë, W është pesha e popullatës (totali i peshave të madhësisë së të gjitha njësive të përfshira në popullatë).

Në fazën e parë të peshimit, përgjigjet e secilit biznes dhe konsumator peshohen në nivel individual për të arritur në një vlerësim të popullatës, duke përdorur *peshat e zgjedhjes* ($\frac{1}{\pi_i}$). Këto pesha rishikohen çdo muaj dhe rishpërndahen në rast se ka biznese të cilat nuk janë përgjigjur. Pesha e bizneseve që nuk është përgjigjur rishpërndahet te ndërmarrjet e përgjigjura, brenda shtresës fillestare ku ato janë përzgjedhur. Pra, pesha fillestare $\frac{1}{\pi_i}$ rillogaritet. Në një fazë të dytë, përgjigjet e bizneseve peshohen përsëri, për të reflektuar më mirë strukturën e ekonomisë, duke përdorur *peshat e madhësisë* (w_i). Peshimi i fazës së dytë bëhet për të llogaritur tregues në nivele më të larta agregimi (në nivel të parë dhe të dytë të kodit NVE Rev.2). Grupimeve me xhiron më të madhe u caktohet një peshë më e madhe gjatë mesatarizimit të vlerësimeve për të arritur në treguesin e agreguar⁷. Pra pesha e madhësisë bie në formulën më lart dhe përdoret vetëm në nivel më të lartë agregimi (w_i në formulën më lart është 1).

⁷ Peshat llogariten bazuar në statistikën zyrtare të vlerës së xhiros së bizneseve nga të dhënat e Anketës Strukturore pranë Ndërmarrjeve.

III. Treguesit e besimit dhe prezantimi i rezultateve

Si rezultat i procesit të agregimit dhe të peshimit të rezultateve, përfitohen pesë tregues besimi, të cilët përmbledhin besimin e secilit sektor të vrojtuar si dhe një tregues i vetëm, treguesi i ndjesisë ekonomike, i cili përmbledh besimin e të gjithë agjentëve në ekonomi. Treguesi i besimit të industrisë (TBI) aktualisht formohet si mesatare e thjeshtë aritmetike e balancave të *prodhimit*, *porosive të reja* dhe *porosive nga eksportet*, përkatësisht pyetjet 1, 2 dhe 3 të pyetësori i industrisë. Treguesi i besimit në ndërtim (TBN) është mesatarja aritmetike e *aktivitetit ndërtues* dhe *porosive të reja* (pyetja 1 dhe 3 e pyetësorit të ndërtimit). Treguesi i besimit të shërbimeve (TBSH) është mesatarja aritmetike e *gjendjes së biznesit* dhe e *kërkesës* (pyetja 1 dhe 2 e pyetësorit të shërbimeve). Treguesi i besimit në tregti (TBT) është mesatarja aritmetike e balancave të *gjendjes së biznesit* dhe pritjeve për *punësimin* (pyetja 1 dhe 5 e pyetësorit të tregtisë). Treguesi i besimit të konsumatorëve (TBK) është mesatarja aritmetike e balancave të pritjeve për *gjendjen financiare*, pritjet për *gjendjen e ekonomisë*, situatën e *blerjeve të mëdha* dhe pritjeve për to (pyetjet 2, 4, 8 dhe 9 të pyetësori i konsumatorëve). Së fundmi, të gjitha balancat e pyetjeve të përfshira në TB si më lart përdoren përsëri për të ndërtuar Treguesin e Ndjesisë Ekonomike (TNE).

Kombinimi optimal i pyetjeve të cilat ndjekin më mirë serinë e referencës dhe si pasojë, përfshihen në llogaritjen e Treguesve të Besimit, mund të ndryshojë me kalimin e kohës. Komisioni Evropian thekson rëndësinë e kontrollit periodik të informacionit që përmbajnë Treguesit e Besimit⁸. Kriteri për zgjedhjen e balancave përbërëse të treguesve të besimit sipas sektorëve është: lidhje e fortë lineare midis treguesve të balancave të rregulluara për sezonalitet me serinë e referencës. Seria e referencës është një tregues sasior i ecurisë së sektorit, si p.sh. rritja e prodhimit të brendshëm bruto për sektorin e industrisë ose rritja e konsumit privat për vrojtimin e konsumatorëve. Fortësia e lidhjes matet nga koeficienti i korrelacionit midis secilës balancë dhe serisë së referencës të çdo sektori. Rishikimi më i fundit i treguesve të besimit është kryer para pesë viteve (në prill 2017), kur u ndryshuan disa prej balancave përbërëse. Në tabelën 3 përmbledhen balancat përbërëse të treguesve të besimit para dhe pas procesit të rishikimit në muajin maj 2021.

⁸ Komisioni Evropian, Udhëzues për përdoruesit, 2015: “*The joint harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys*”.

Tabela 2: Ndryshimi i balancave përbërëse të treguesve të besimit

Nr.	Balancat e TB para rishikimit	Balancat e TB nga maj 2021
Industri		
1	Prodhimi (p.1)	Prodhimi (p.1)
2	Porositë e reja (p.2)	Porositë e reja (p.2)
3	Gjendja e inventarëve (p.4)	Porositë e reja nga eksportet (p.3)
Ndërtim		
4	Prodhimi (p.1)	Prodhimi (p.1)
5	Kontratat porositëse (p.3)	Kontratat porositëse (p.3)
Shërbime		
6	Gjendja e biznesit (p.1)	Gjendja e biznesit (p.1)
7	Kërkesa (p.2)	Kërkesa (p.2)
Tregti		
8	Gjendja e biznesit (p.1)	Gjendja e biznesit (p.1)
9	Pritjet për punësim (p.5)	Pritjet për punësim (p.5)
Konsumatorët		
10	Pritje për gjendjen financiare (p.2)	Pritje për gjendjen financiare (p.2)
11	Pritje për gjendjen e përgj.ekonomike (p.4)	Pritje për gjendjen e përgj. ekonomike (p.4)
12	Blerje të mëdha (p.8)	Blerje të mëdha (p.8)
13	Balanca të ardhura/shpenzime (p.12)	Pritje për blerje të mëdha (p.9)

Faza e fundit e agregimit është formimi i treguesit TNE. Para se të mesatarizohen për të formuar TNE-në, këto balanca edhe standardizohen. Seria e TNE-së llogaritet si mesatarja e peshuar e balancave të standardizuara. Llogaritja e peshave për sektorët bazohet në peshën që ka vlera e shtuar e secilit në PBB. Për ta bërë më të lehtë interpretimin dhe paraqitjen grafike, TNE ka mesataren afatgjatë 100 dhe devijim standard 10^9 . TNE=100 do të thotë një vështrim i qëndrueshëm për ecurinë e ekonomisë. TNE>100 do të thotë një vështrim optimist për aktivitetin ekonomik. TNE<100 do të thotë një vështrim pesimist për aktivitetin ekonomik.

Prezantimi i rezultateve të vrojtimit të besimit kryhet duke pasur parasysh disa lloje përdoruesish të tyre. Një analizë e përgjithshme e rezultateve publikohet periodikisht në faqen e internetit të BSH-së, rreth një javë pas muajit për të cilin kryhet vrojtimi. Në të analizohen zhvillimet kryesore të treguesve të besimit dhe të balancave formuese të tyre. Ecuria e treguesve të besimit jepet grafikisht dhe krahasohet me

⁹ Mënyra e llogaritjes së TNE-së është e ngjashme me atë të përdorur nga Komisioni Evropian. Më shumë mbi treguesit e ndryshëm të agreguar që ndërtohen në BSH paraqitet në artikullin “Treguesit e besimit, përdorimi i informacionit prej tyre dhe sinkronizimi me vendet e BE-së”, Buletini i Bankës së Shqipërisë, 6M-2 2010.

mesataret historike përkatëse, duke e bërë më të lehtë interpretimin e rezultateve. Për ata studiues, gazetarë apo studentë, të cilët kërkojnë të dhëna më të detajuara, publikohen në format *Excel*-i seritë kohore të treguesve të besimit dhe të balancave të detajuara, të rregulluara dhe të parregulluara për sezonalitet.

IV. Ndryshimet metodologjike pas përfshirjes në Programin e Harmonizimit

KE-ja, duke filluar nga viti 1961, organizon një program për harmonizimin e Vrojtimit të Besimit të Biznesit dhe Vrojtimin e Besimit të Konsumatorit në vendet anëtare dhe candidate të Bashkimit Evropian¹⁰. Vrojtimi i parë i harmonizuar ishte vrojtimi i industrisë në vitin 1962 dhe që atëherë, programi është zgjeruar si në sektorët që mbulon ashtu edhe në vendet pjesëmarrëse. Aktualisht, programi i harmonizimit mbulon pesë sektorët kryesorë ekonomikë (industri, ndërtim, shërbime, tregti dhe konsumatorët) në 27 vendet e Bashkimit Evropian, si dhe në 4 vendet candidate: Shqipëri, Maqedoni, Mal i Zi dhe Serbi.

Qëllimi kryesor i programit të harmonizimit është të mbledhë informacion për gjendjen ciklike të ekonomive të vendeve anëtare dhe candidate për anëtarësim në Bashkimin Evropian. Ai synon të bëjë të mundur krahasimin e rezultateve të vrojtimit të besimit ndërmjet vendeve të ndryshme. Produktet e këtij programi janë mjete të rëndësishme për mbikëqyrjen ekonomike të BE-së, si dhe shërbejnë për harmonizimin sa më të mirë të politikave ekonomike. Metodologjia e KE-së është përdorur nga OECD-ja për të përcaktuar një metodologji standarde për kryerjen e vrojtimit edhe në vendet e tjera anëtare të OECD-së. Duke filluar nga viti 1991, KE-ja, në bashkëpunim me OECD-në, ka përpiluar udhëzime dhe rekomandime të praktikave më të mira për kryerjen e vrojtimit të besimit.

Institucionet që do të kryejnë vrojtimit e harmonizuara zgjidhen nëpërmjet një ftese për aplikim nga KE-ja dhe mbështeten me anë të një granti, i cili financon deri në 50% koston totale të kryerjes së vrojtimit. Të dhënat e mbledhura nga vrojtimit e harmonizuara të besimit mbeten në pronësi të institucionit që i kryen ato, por KE-ja ka të drejtën që paralelisht t'i përdorë këto të dhëna. BSH-ja, pasi mori ftesën nga KE-ja, aplikoi në muajin tetor të vitit 2015. Faza e aplikimit për të marrë pjesë në programin e KE-së për Harmonizimin e VB përfundoi me sukses dhe BSH-ja, me nënkontraktor INSTAT-in, u shpall fituese në janar

¹⁰ Komisioni Evropian, 2006: *"The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys"*, Special Report No5, European Economy.

të vitit 2016. Duke filluar nga muaji maj i vitit 2016, BSH-ja në bashkëpunim me INSTAT, do të vijojë të organizojë këto vrojtime nën programin e KE-së për Harmonizimin e Vrojtimeve të Besimit Konsumator dhe të Biznesit për vendet anëtare dhe candidate të BE-së.

Përfshirja e Vrojtimeve të Besimit të Shqipërisë në Programin e Harmonizimit ka këto **përparësi**:

(i) Baza e të dhënave me frekuencë mujore pasurohet, pasi me standardin e ri të kërkuar nga KE-ja, vrojtimet e besimit kryhen me frekuencë mujore dhe jo më tremujore;

(ii) Metodologjia e zgjedhjes së kampionit të bizneseve dhe të konsumatorëve është përmirësuar më tej, duke zgjedhur një prej varianteve të sugjeruara në praktikat e kryerjes së vrojtimeve të besimit;

(iii) Rezultatet e vrotimit peshohen në mënyrë që kampioni i zgjedhur të përfaqësojë më mirë strukturën e popullsisë së bizneseve dhe të konsumatorëve në studim;

(iv) Përafrimi më i mirë me metodologjinë e vendeve të tjera të BE-së do të mundësojë analiza krahasuese mbi sinkronizimin e cikleve të biznesit.

BSH-ja e ka përshtatur gradualisht në vite metodologjinë me atë të KE-së. Megjithatë, pjesëmarrja në program solli disa ndryshime. Ndryshimet kryesore që sjell përfshirja në Programin e KE-së, janë:

(I) frekuenca me të cilën kryhen vrojtimet rritet (nga 4 në 12 herë në vit);

(II) pyetësorët harmonizohen plotësisht me pyetësorët e KE-së;

(III) metodologjia përafrohet edhe më shumë me rekomandimet dhe praktikat më të mira të KE-së.

Si pasojë e pikës dy më lart, disa seri kohore të treguesve të vrotimit të biznesit nuk do të vijnë të publikohen, pasi pyetësi i ri nuk i përfshin pyetjet përkatëse. Njëkohësisht, seri të reja do të fillojnë të ndërtohen, si për bizneset ashtu edhe për konsumatorët, të bazuara në pyetje të reja të përfshira në pyetësorët e VBB-së dhe VBK-së. Në tabelën 3 janë paraqitur të përmbledhura ndryshimet kryesore që kanë ndodhur në pyetësorët e bizneseve, pas kalimit në programin e harmonizimit. Në pyetësorët e VBK-së, baza e krahasimit për pyetjet do të jetë vjetore (ishte tremujore)¹¹. Përveç ndryshimit të bazës

¹¹ Gjykohet që ndryshimi në mënyrën se si formulohet pyetja (duke kërkuar krahasime vjetore) nuk do të sjellë shprehje të serive kohore të treguesve që merren nga VBK-ja, pasi analiza të mëparshme kanë treguar se bizneset dhe konsumatorët mbajnë parasysh një periudhë më të gjatë krahasimi kur japin përgjigjet (pavarësisht se u kërkohet

krahasuese, pyetësi i ri i VBK-së do vijojë të përmbajë pyetjet e mëparshme (pyetjet 1 deri 12, aneksi 1). Pyetjet 13 deri 15 janë pyetje të reja të shtuara pyetësorit të VBK-së.

Një pjesë e pyetjeve të VBB-së, të cilat nuk janë pjesë e pyetësorit të harmonizuar, do të përfshihen në pyetësorët me frekuencë tremujore¹². Zgjedhja e muajve ku do të përfshiheshin korrespondon me kohën në të cilën vrojtimet me frekuencë tremujore kryheshin para procesit të harmonizimit. Pyetjet e shtuara janë pyetjet mbi gjendjen financiare të bizneseve, normën e shfrytëzimit të kapaciteteve (në sektorët e ndërtimit, shërbimit dhe tregtisë) dhe pritjet për inflacionin në të ardhmen.

Tabelë 3: Krahasimi i pyetësorëve para dhe pas harmonizimit

Sektori i industrisë	
Pyetësi i vjetër	Pyetësi i harmonizuar
-Ecuria e ekonomisë, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja e biznesit, aktuale dhe e pritur	
-Faktorët që kufizojnë aktivitetin	-Faktorët që kufizojnë prodhimin (P8)
-Kërkesa, aktuale dhe e pritur	
-Eksportet, aktuale dhe e pritur	-Porositë nga eksportet, aktuale dhe pritje (P3+P12)
-Prodhimi, aktual dhe i pritur	-Prodhimi, aktual dhe pritje (P1+P5)
-Inventarët, aktual dhe të pritur	-Inventarët, aktual (P4)
-Çmimet e prodhimit, aktual dhe të pritur	-Çmimet e prodhimit, pritje (P6)
-Niveli i punësimit, aktual dhe i pritur	-Niveli i punësimit, pritje (P7)
-Paga, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja financiare	-Gjendja financiare (P18)
-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve	-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve (P13)
-Kapaciteti aktual, vlerësim cilësor	-Kapaciteti aktual, vlerësim cilësor (P9)
-Porositë në krahasim me normalen, aktuale dhe pritje	-Porositë në krahasim me normalen (P2)
-Muaj prodhimi i siguar	-Muaj prodhimi i siguar (P10)
-Faktorët që kufizojnë shfrytëzimin e kapaciteteve	
-Kufizimet financiare, mënyrat	
-Pritjet për inflacionin	-Pritjet për inflacionin (P17)
	-Pozita konkurruese në tregun vendas (P14)

të bëjnë krahasime tremujore). Analiza e rezultateve të cilat kryhen për të nxjerrë në pah periudhën e krahasimit jep rezultate të ngjashme me analizat e kryera nga vendet e BE-së për treguesit e vrojtimeve të besimit.

¹² Në muajt mars, qershor, shtator dhe dhjetor.

	-Pozita konkurruese në tregjet e huaja, brenda BE (P15)
	-Pozita konkurruese në tregjet e huaja, jashtë BE (P16)
	-Porositë, krahasim tremujor (P11)
Sektori i ndërtimit	
Pyetësi i vjetër	Pyetësi i harmonizuar
-Ecuria e ekonomisë, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja e biznesit, aktuale dhe e pritur	
-Faktorët që kufizojnë aktivitetin	-Faktorët që kufizojnë aktivitetin (P2)
-Kërkesa, aktuale dhe e pritur	
-Prodhimi, aktual dhe i pritur	-Aktiviteti ndërtues, aktual (P1)
-Inventarët, aktual dhe të pritur	
-Çmimet e prodhimit, aktual dhe të pritur	-Çmimet, pritje (P5)
-Niveli i punësimit, aktual dhe i pritur	-Niveli i punësimit, aktual dhe i pritur (P8+P4)
-Paga, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja financiare aktuale	-Gjendja financiare aktuale (P10)
-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve	-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve (P8)
-Kapaciteti aktual, vlerësim cilësor	
-Porositë në krahasim me normalen, aktuale dhe pritje	-Porositë, aktuale (P3)
-Muaj prodhimi i siguruar	-Muaj prodhimi i siguruar (P6)
-Faktorët që kufizojnë shfrytëzimin e kapaciteteve	
-Kufizimet financiare, mënyrat	
-Pritjet për inflacionin	-Pritjet për inflacionin (P7)
Sektori i shërbimeve	
Pyetësi i vjetër	Pyetësi i harmonizuar
-Ecuria e ekonomisë, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja e biznesit, aktuale dhe e pritur	-Gjendja e biznesit, aktuale (P1)
-Faktorët që kufizojnë aktivitetin	-Faktorët që kufizojnë aktivitetin (P7)
-Kërkesa, aktuale dhe e pritur	-Kërkesa, aktuale dhe e pritur (P2+P3)
-Çmimet e prodhimit, aktual dhe të pritur	-Çmimet, pritje (P6)
-Niveli i punësimit, aktual dhe i pritur	-Niveli i punësimit, aktual dhe i pritur (P4+P5)
-Paga, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja financiare aktuale	-Gjendja financiare aktuale (P11)
-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve	-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve (P10)
-Kapaciteti aktual, vlerësim cilësor	

-Muaj shërbimi i siguruar	
-Faktorët që kufizojnë shfrytëzimin e kapaciteteve	
-Kufizimet financiare, mënyrat	
-Pritjet për inflacionin	-Pritjet për inflacionin (P9)
	-Mundësi për të rritur volumnin e aktivitetit (P8)
Sektori i tregtisë	
Pyetësi i vjetër	Pyetësi i harmonizuar
-Ecuria e ekonomisë, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja e biznesit, aktuale dhe e pritur	-Gjendja e biznesit, aktuale dhe pritje (P1+P4)
-Faktorët që kufizojnë aktivitetin	
-Kërkesa, aktuale dhe e pritur	
-Çmimet, aktual dhe të pritur	-Çmimet, pritje (P6)
-Niveli i punësimit, aktual dhe i pritur	-Niveli i punësimit, aktual dhe pritje (P10 + P5)
-Paga, aktuale dhe e pritur	
-Gjendja financiare	-Gjendja financiare (P9)
-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve	-Norma e shfrytëzimit të kapaciteteve (P8)
-Kapaciteti aktual, vlerësim cilësor	
-Muaj shërbimi i siguruar	
-Faktorët që kufizojnë shfrytëzimin e kapaciteteve	
-Kufizimet financiare, mënyrat	
-Pritjet për inflacionin	-Pritjet për inflacionin (P7)
-Inventarët, aktual dhe të pritur	-Inventari i produkteve, aktuale (P2)
	-Porositë me furnizuesit, pritje (P3)

Për sa i përket ndryshimeve në metodologjinë e zgjedhjes së kampionit, ndryshimi kryesor është kalimi nga një zgjedhje qëllimore (*purposive sampling*) në një zgjedhje probabilitare (*probability sampling*). Siç u shpjegua në pjesën e dytë të këtij materiali, metodat probabilitare lejojnë nxjerrjen e konkluzioneve për popullatën e vrojtuar. Më tej, procesi i peshimit të rezultateve bazuar në karakteristikat e zgjedhjes siguron përfaqësim më të mirë të popullatës të bizneseve dhe të konsumatorëve. Në rastin e bizneseve, peshimi i fazës së dytë merr në konsideratë edhe peshat e madhësisë, duke përfaqësuar më mirë strukturën e ekonomisë.

Referenca

Cunningham, A. (1997): *“Quantifying survey data”*, Banka e Anglisë, Buletini Tremujor, Artikull, Gusht 1997

Çeliku dhe Shtylla (2007) *“Vrojtimi i besimit të biznesit: aspekte metodologjike dhe analizë ekonomike e rezultateve”*

OECD, 2003: *“Business Tendency Surveys: A Handbook”*

Lama dhe Istrefi (2007) *“Besimi konsumator dhe ekonomia shqiptare – një urë e re informacioni”*

Metani dhe Kristo (2019): *“Rregullimi sezonal i serive kohore të vrojtimit mjorë të besimit”*, Revista Ekonomike 6M 1 – 2019, fq.5

Komisioni Evropian, Udhëzues për përdoruesit, 2015: *“The joint harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys”*

Komisioni Evropian, 2006: *“The Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys”*, Special Report No5, European Economy

Kristo (2010) *“Treguesit e besimit, përdorimi i informacionit prej tyre dhe sinkronizimi me vendet e BE-së”*

Kristo dhe Hoxholli (2019) *“Ciklet e biznesit në optikën e treguesve të besimit”*, Revista Ekonomike 6M2 – 2019, fq.19

Aneks 1. Pyetësorët e Harmonizuar

A. Sektori i industrisë

Pyetje mujore

1. Si ka qenë prodhimi në firmën tuaj gjatë tre muajve të kaluar?

1. Është rritur

2. I njëjtë

3. Është ulur

2. Si i vlerësoni porositë (kontratat porositëse) aktualisht?

1. Mëse mjaftueshëm (mbi normalen)

2. Mjaftueshëm (normal për sezonin)

3. Jo mjaftueshëm (nën normalen)

3. Si i vlerësoni porositë nga eksportet (kontratat porositëse) aktualisht?

1. Mëse mjaftueshëm (mbi normalen)

2. Mjaftueshëm (normal për sezonin)

3. Jo mjaftueshëm (nën normalen)

4. Nuk ka aktivitet eksporti

4. Si e vlerësoni inventarin e produkteve tuaja të përfunduara?

1. Shumë i lartë (mbi normalen)

2. I mjaftueshëm (normal për sezonin)

3. Shumë i ulët (nën normalen)

5. Si e prisni ecurinë e prodhimit në firmën tuaj gjatë tre muajve të ardhshëm?

1. Do të rritet

2. Do të mbetet e njëjtë

3. Do të ulet

5.1. Ecuria e situatës së biznesit tuaj në të ardhmen është:

1. E lehtë të parashikohet;

2. Relativisht e lehtë të parashikohet;

3. Relativisht e vështirë të parashikohet;

4. E vështirë të parashikohet.

6. Si prisni se do të ndryshojnë çmimet e produkteve që prodhoni gjatë tre muajve të ardhshëm?

1. Do të rriten

2. S' do të ndryshojnë

3. Do të bien

7. Si prisni se do të ndryshojë niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë tre muajve të ardhshëm?

1. Do të rritet

2. S' do të ndryshojë

3. Do të ulet

Pyetje tremujore

8. Cilët janë faktorët kryesorë që aktualisht po kufizojnë prodhimin tuaj? (mund të zgjidhni më shumë se 1 alternativë)

1. Asnjë

- 2. Kërkesë e pamjaftueshme
- 3. Mungesë në forca pune
- 4. Mungesë e materialeve dhe/ose makineri
- 5. Kufizime financiare
- 6. Të tjera, specifikoni _____

9. Duke marrë parasysh kërkesën aktuale dhe pritjet për kërkesën në muajt e ardhshëm, si e vlerësoni kapacitetin aktual të prodhimit?

- 1. Më se i mjaftueshëm
- 2. I mjaftueshëm
- 3. Aspak i mjaftueshëm

10. Sa muaj prodhim keni të mbuluar ju me kontratat aktuale porositëse?

Prodhimi ynë është i sigurtuar për _____muaj

11. Si kanë ndryshuar porositë (kontratat porositëse) gjatë tre muajve të kaluar?

- 1. Janë rritur
- 2. Njësoj
- 3. Janë ulur

12. Si prisni të ndryshojnë porositë (kontratat porositëse) gjatë tre muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rriten
- 2. Do të mbeten njësoj
- 3. Do të ulen

13. Në çfarë mase po e shfrytëzoni aktualisht kapacitetin tuaj prodhues?

_____ në % të kapacitetit të plotë

14. Si ka ndryshuar pozita juaj konkurruese në tregun vendas gjatë tre muajve të kaluar?

- 1. Është përmirësuar
- 2. E pandryshuar
- 3. Është keqësuar

15. Si ka ndryshuar pozita juaj konkurruese në tregjet e huaja brenda BE gjatë tre muajve të kaluar?

- 1. Është përmirësuar
- 2. E pandryshuar
- 3. Është keqësuar

16. Si ka ndryshuar pozita juaj konkurruese në tregjet e huaja jashtë BE gjatë tre muajve të kaluar?

- 1. Është përmirësuar
- 2. E pandryshuar
- 3. Është keqësuar

17. Sa e prisni inflacionin në vend pas 12 muajsh?

_____ %

18. Si ka qenë gjendja financiare e firmës tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Më e mirë
- 2. E njëjtë
- 3. E përkeqësuar

B. Sektori i ndërtimit

Pyetje mujore

1. Si ka qenë aktiviteti juaj ndërtues gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Është rritur
- 2. Ka mbetur njësoj
- 3. Është ulur

2. Cilët janë faktorët kryesorë që kufizojnë aktivitetin tuaj ndërtues? (mund të zgjidhni më shumë se 1 alternativë)

- 1. Asnjë
- 2. Kërkesë e pa mjaftueshme
- 3. Kushtet atmosferike
- 4. Mungesë në forca pune
- 5. Mungesë në materiale dhe/ose makineri
- 6. Kufizime financiare
- 7. Të tjera, specifikoni _____

3. Si i vlerësoni porositë (kontratat porositëse) aktualisht?

- 1. Mëse mjaftueshëm (mbi normalen)
- 2. Mjaftueshëm (normal për sezonin)
- 3. Jo mjaftueshëm (nën normalen)

4. Si prisni të ndryshojë niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rritet
- 2. S' do të ndryshojë
- 3. Do të ulet

4.1. Ecuria e situatës së biznesit tuaj në të ardhmen është:

- 1. E lehtë të parashikohet;
- 2. Relativisht e lehtë të parashikohet;
- 3. Relativisht e vështirë të parashikohet;
- 4. E vështirë të parashikohet.

5. Si prisni të ndryshojnë çmimet që ju do të vendosni gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rriten
- 2. S' do të ndryshojnë
- 3. Do të bien

Pyetje tremujore

6. Nëse punoni me kohëzgjatje normale, sa muaj punë mbulonit, me punën që keni aktualisht në dorë dhe punën e kontraktuar?

numri i muajve _____

7. Sa e prisni inflacionin në vend pas 12 muajsh? _____%

8. Në çfarë mase po e shfrytëzoni aktualisht kapacitetin tuaj prodhues?

_____ në % të kapacitetit të plotë

9. Si ka ndryshuar niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Është rritur
- 2. Ka mbetur njësoj
- 3. Është ulur

10. Si ka qenë gjendja financiare e firmës tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Më e mirë
- 2. E njëjtë
- 3. E përkeqësuar

C. Sektori i shërbimeve

Pyetje mujore

1. Si ka qenë ecuria e biznesit tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Është përmirësuar (rritur)
- 2. E njëjtë
- 3. Është keqësuar (ulur)

2. Si ka ndryshuar kërkesa (xhiro) për shërbimet e kompanisë tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Është rritur
- 2. E njëjtë
- 3. Është ulur

3. Si prisni të ndryshojë kërkesa (xhiro) për shërbimet e kompanisë tuaj gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rritet
- 2. Do të mbetet njësoj
- 3. Do të ulet

3.1. Ecuria e situatës së biznesit tuaj në të ardhmen është:

- 1. E lehtë të parashikohet
- 2. Relativisht e lehtë të parashikohet
- 3. Relativisht e vështirë të parashikohet
- 4. E vështirë të parashikohet

4. Si ka ndryshuar niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Është rritur
- 2. E njëjtë
- 3. Është ulur

5. Si e prisni se do të ndryshojë niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rritet
- 2. S' do të ndryshojë
- 3. Do të ulet

6. Si mendoni se do të ndryshojnë çmimet që ju do të vendosni gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rriten
- 2. S' do të ndryshojnë
- 3. Do të bien

Pyetje tremujore

7. Cilët janë faktorët kryesorë që kufizojnë biznesin tuaj? (mund të zgjidhni më shumë se 1 alternativë)

- 1. Asnjë
- 2. Kërkesë e pa mjaftueshme
- 3. Mungesë e fuqisë punëtore
- 4. Mungesë në hapësira dhe/ose pajisje

5. Kufizime financiare
 6. Të tjera, specifikoni _____

8. Nëse kërkesa rritet, keni mundësi të rrisni volumin e aktiviteti tuaj me burimet aktuale që keni?

1. Po
 2. Jo

Nëse po, sa? _____%

9. Sa e prisni inflacionin në vend pas 12 muajsh?

_____%

10. Në çfarë mase po e shfrytëzoni aktualisht kapacitetet tuaja?

_____ në % të kapacitetit të plotë

11. Si ka qenë gjendja financiare e firmës tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

1. Më e mirë
 2. E njëjtë
 3. E përkeqësuar

D. Sektori i tregtisë

Pyetje mujore

1. Si ka qenë ecuria e biznesit tuaj (shitjet) gjatë 3 muajve të kaluar?

1. Është përmirësuar (rritur)
 2. E njëjtë
 3. Është keqësuar (ulur)

2. Si paraqitet inventari i produkteve që aktualisht keni?

1. Shumë i lartë (mbi normalen)
 2. I mjaftueshëm (normal për sezonin)
 3. Shumë i ulët (nën normalen)

3. Si prisni të ndryshojnë porositë me furnizuesit gjatë 3 muajve të ardhshëm?

1. Do të rriten
 2. Do të mbeten njësoj
 3. Do të ulen

4. Si prisni të ndryshojë ecuria e biznesit tuaj (shitjet) gjatë 3 muajve të ardhshëm?

1. Do të përmirësohen (rriten)
 2. Do të mbeten njësoj
 3. Do të keqësohen (ulen)

4.1. Ecuria e situatës së biznesit tuaj në të ardhmen është:

1. E lehtë të parashikohet
 2. Relativisht e lehtë të parashikohet
 3. Relativisht e vështirë të parashikohet
 4. E vështirë të parashikohet

5. Si prisni të ndryshojë niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rritet
- 2. S'do të ndryshojë
- 3. Do të ulet

6. Si mendoni se do të ndryshojnë çmimet që ju do të vendosni gjatë 3 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rriten
- 2. S'do të ndryshojnë
- 3. Do të bien

Pyetje tremujore

7. Sa e prisni inflacionin në vend pas 12 muajsh?

_____ %

8. Në çfarë mase po e shfrytëzoni aktualisht kapacitetet tuaja?

_____ në % të kapacitetit të plotë

9. Si ka qenë gjendja financiare e firmës tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Më e mirë
- 2. E njëjtë
- 3. E përkeqësuar

10. Si ka ndryshuar niveli i punësimit në firmën tuaj gjatë 3 muajve të kaluar?

- 1. Është rritur
- 2. Ka mbetur njësoj
- 3. Është ulur

E. Pyetëtori i konsumatorëve

Pyetje mujore

1. Si ka ndryshuar situata financiare e familjes suaj gjatë 12 muajve të fundit?

- 1. Është përmirësuar shumë
- 2. Është përmirësuar
- 3. Nuk ka ndryshuar
- 4. Është keqësuar
- 5. Është keqësuar shumë
- 9. Nuk e di

2. Si prisni të ndryshojë situata financiare në familjen tuaj gjatë 12 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të përmirësohet shumë
- 2. Do të përmirësohet
- 3. Nuk do të ndryshojë
- 4. Do të keqësohet
- 5. Do të keqësohet shumë
- 9. Nuk e di

2.1. Situata financiare e familjes tuaj në të ardhmen është:

- 1. E lehtë të parashikohet;
- 2. Relativisht e lehtë të parashikohet;
- 3. Relativisht e vështirë të parashikohet;
- 4. E vështirë të parashikohet;
- 9. Nuk e di.

3. Si ka ndryshuar situata e përgjithshme ekonomike në vend gjatë 12 muajve të kaluar?

- 1. Është përmirësuar shumë
- 2. Është përmirësuar
- 3. Nuk ka ndryshuar
- 4. Është keqësuar
- 5. Është keqësuar shumë
- 9. Nuk e di

4. Si prisni të ndryshojë situata e përgjithshme ekonomike në vend gjatë 12 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të përmirësohet shumë
- 2. Do të përmirësohet
- 3. Nuk do të ndryshojë
- 4. Do të keqësohet
- 5. Do të keqësohet shumë
- 9. Nuk e di

5. Si mendoni se kanë ndryshuar çmimet gjatë 12 muajve të fundit?

- 1. Janë rritur shumë → kalo te pyetja 5.1.A
- 2. Janë rritur në mënyrë të moderuar → kalo te 5.1.A
- 3. Janë rritur pak → kalo te → kalo te pyetja 5.1.A
- 4. Pothuajse të pandryshuar → kalo te pyetja 6
- 5. Janë ulur → kalo te pyetja 5.1.B
- 9. Nuk e di → kalo te pyetja 6

5.1. Nëse përgjigjja e pyetjes 5 është 1, 2, 3 ose 5, sa për qind mendoni se janë rritur/ulur çmimet e konsumit gjatë 12 muajve të kaluar?

- A. Rritur me ____% ose
- B. Ulur me ____%

6. Në krahasim me 12 muajt e kaluar, si mendoni se do të ndryshojnë çmimet e konsumit në vend në 12 muajt e ardhshëm?

- 1. Do të rriten shumë shpejt → kalo te pyetja 6.1.A
- 2. Do të rriten me të njëjtin ritëm → kalo te 6.1.A
- 3. Do të rriten me ritëm më të ulët → kalo te 6.1.A
- 4. Do të ngelen të pandryshuar → kalo te 7
- 5. Do të ulen → kalo te 6.1.B
- 9. Nuk e di → kalo te 7

6.1. Nëse përgjigjja e pyetjes 6 është 1, 2, 3, ose 5, sa% mendoni se do të rriten/ulen çmimet e konsumit gjatë 12 muajve të ardhshëm?

- A. Do të rriten me ____% ose B. Do të ulen me ____%

7. Si mendoni se do të ndryshojë numri i personave të papunë në vend gjatë 12 muajve të ardhshëm?

- 1. Do të rritet shumë
- 2. Do të rritet pak
- 3. Nuk do të ndryshojë
- 4. Do të ulet pak
- 5. Do të ulet shumë
- 9. Nuk e di

8. Duke pasur parasysh situatën e përgjithshme ekonomike, a mendoni se tani është koha më e mirë për të bërë blerje në shuma të mëdha (si për shembull, mobilie, elektro-shtëpiake etj.)?

- 1. Po, tani është momenti i duhur
- 2. Nuk është as momenti i duhur as momenti i gabuar
- 3. Jo, nuk është momenti i duhur
- 9. Nuk e di

9. Krahasuar me 12 muajt e fundit, planifikoni të bëni më shumë apo më pak blerje në shuma të mëdha (si për shembull, mobilie, elektro-shtëpiake etj.)?

- 1. Shumë më shumë
- 2. Pak më shumë
- 3. Pothuaj të njëjtën sasi
- 4. Pak më pak
- 5. Shumë më pak
- 9. Nuk e di

10. Duke pasur parasysh situatën e përgjithshme ekonomike në vend, a mendoni se tani është:

- 1. Moment shumë i mirë për të kursyer;
- 2. Moment mjaftueshëm mirë për të kursyer;
- 3. Moment jo i mirë për të kursyer;
- 4. Moment shumë i keq për të kursyer;
- 9. Nuk e di.

11. Gjatë 12 muajve të ardhshëm, sa e mundshme do të jetë të kurseni?

- 1. Shumë e mundshme
- 2. E mundshme
- 3. E pamundur
- 4. Krejtësisht e pamundshme
- 9. Nuk e di

12. Cila nga fjalitë e mëposhtme përshkruan më mirë gjendjen aktuale financiare të familjes suaj?

- 1. Po kursejmë shumë
- 2. Po kursejmë pak
- 3. Po mundohemi të përballojmë shpenzimet me të ardhurat që kemi
- 4. Na duhet të përdorim kursimet për të përballuar shpenzimet
- 5. Po marrim borxh
- 9. Nuk e di

Pyetje tremujore

13. Sa mundësi ka të blini një makinë gjatë 12 muajve të ardhshëm?

- 1. Shumë e mundshme
- 2. E mundshme

- 3. E pamundur
- 4. Krejtësisht e pamundur
- 9. Nuk e di

14. A keni në plan të blini ose të ndërtoni një shtëpi gjatë 12 muajve të ardhshëm (për të jetuar vetë ju, një anëtar i familjes, si shtëpi pushimi, për ta dhënë me qira etj.)?

- 1. Po, me siguri
- 2. E mundshme
- 3. Ka shumë mundësi që jo
- 4. Jo
- 9. Nuk e di

15. Sa mundësi ka që të shpenzoni shuma të mëdha për përmirësime ose rinovim në shtëpinë tuaj gjatë 12 muajve të ardhshëm?

- 1. Shumë e mundshme
- 2. E mundshme
- 3. E pamundur
- 4. Krejtësisht e pamundur
- 9. Nuk e di

Të dhëna të përgjithshme

A. E ardhura mesatare mujore e familjes suaj:

(ju lutem vendosni një vlerë të përafërt)

- 1. -----Lek në muaj → kalo tek pyetja C
- 9. Nuk e di → kalo tek pyetja B

B. Zgjidhni njërin nga intervalet e të ardhurave ku futet e ardhura mesatare mujore e familjes suaj.

- 1. 0 – 18 000 lekë
- 2. 18 001 – 35 000 lekë
- 3. 35 001 – 87 000 lekë
- 4. Më shumë se 87 000 lekë

C. Gjinia e personit që iu përgjigj pyetësorit:

- 1. Mashkull;
- 2. Femër.

D. Mosha e personit që iu përgjigj pyetësorit:

- 1. 16-29 vjeç;
- 2. 30-49 vjeç;
- 3. 50-64 vjeç;
- 4. 65+ vjeç.

E. Edukimi i personit që iu përgjigj pyetësorit:

- 1. 8-vjeçar ose më pak;
- 2. Arsimit mesëm;
- 3. Arsimit të lartë ose më shumë.

F. Statusi në tregun e punës:

- 11. Drejtues dhe specialistë;
- 12. Teknikë dhe asistentë të specializuar;
- 13. Nëpunës zyrash dhe punonjës të shërbimeve;
- 14. Punonjës të kualifikuar të bujqësisë dhe artizanë;
- 15. Punonjës në industri, montues dhe punëtor;
- 21. Të papunë;
- 22. Në pension, në paaftësi;
- 23. Angazhime të tjera (student, të tjera);
- 9. Nuk e di.

G. Lloji i punës së personit:

- 1. Punë me kohë të plotë;
- 2. Punë me kohë të pjesshme.

Aneks 2. Klasifikimi i aktiviteteve ekonomike për VBB

Tabelë 1: Klasifikimi sipas shtresave e ndërmarrjeve të sektorit të industrisë.

Kodi NACE	Përshkrim
10	Përpunimi i produkteve ushqimore
11	Prodhimi i pijeve
12	Prodhimi i produkteve të duhanit
13	Përpunimi i tekstileve
14	Konfeksioni i veshjeve
15	Prodhimi i lëkurës dhe produkteve prej lëkure
16	Prodhimi i drurit dhe produkteve prej tij, përveç mobilieve
17	Prodhimi i letrës dhe produkteve prej letre
18	Shtypshkrimi dhe rigrupimi i mediave të regjistruara
19	Përpunimi i koksit dhe rafineria e nënprodukteve të naftës
20	Prodhimi i kimikateve dhe produkteve kimike
21	Përpunimi i produkteve farmaceutike dhe preparateve farmaceutike
22	Prodhimi i produkteve të kauçukut dhe plastikës
23	Prodhimi i produkteve minerale jometalike
24	Metalurgjia
25	Prodhimi i produkteve metalikë të fabrikuar
26	Prodhimi i produkteve optikë, elektronikë, kompjuterikë
27	Prodhimi i pajisjeve elektrike
28	Prodhimi i makinerive dhe pajisjeve
29	Prodhimi i mjeteve të transportit
30	Prodhimi i mjeteve të tjera të transportit
31	Prodhimi i mobilieve
32	Industri të tjera
33	Riparimi dhe instalimi i makinerive dhe pajisjeve
Klasifikimi sipas MIG (Grupet Kryesore Industriale)	
CDUR	Mallra të qëndrueshme konsumi

CNDU	Mallra jo të qëndrueshme konsumi
FOBE	Industria ushqimore
CONS	Mallra konsumi
INTM	Mallra të ndërmjetëm
IVE	Mallra investimi

Tabelë 2: Klasifikimi sipas shtresave e ndërmarrjeve të sektorit të ndërtimit.

Kodi NACE	Përshkrim
41	Ndërtimi i ndërtesave
42	Punime inxhinjerike
43	Punime të specializuara ndërtimi

Tabelë 3: Klasifikimi sipas shtresave e ndërmarrjeve të sektorit të shërbimeve.

Kodi NACE	Përshkrim
49	Transporti tokësor dhe me tubacione
50-52	Transport ujor, ajror dhe magazinim
53	Aktivitete të postës dhe korriere
55-56	Akomodim, shërbime ushqimi dhe pije
58-60	Aktivitete publikimi, filma, programi dhe shpërndarje
61	Telekomunikacion
62-63	Shërbime të teknologjisë së informacionit
68	Aktivitete të pasurive të paluajtshme
69-72	Aktivitete juridike, kontabilitetit, drejtimit të ndërmarrjeve, arkitekturore dhe inxhinjerike
72-74	Kërkim dhe zhvillim shkencor, publicitet dhe të tjera profesionale
77-82	Aktivitete të marrjes me qira, të punësimit, agjenci udhëtimi, administrim zyrash
90-94	Aktivitete krijuese, biblioteka, lojëra fati, sportive
95-96	Riparim i kompjuterëve dhe artikuj personalë

Tabelë 4: Klasifikimi sipas shtresave e ndërmarrjeve të sektorit të tregtisë.

Kodi NACE	Përshkrim
45	Tregtia me shumicë dhe pakicë dhe riparimi i automjeteve
473	Tregtia me pakicë e karburantit
47	Tregtia me pakicë

Aneks 3. Trajtimi i vlerave ekstreme në pyetjet sasiore

Pyetësorët e VB-së përmbajnë, në përgjithësi, pyetje cilësore. Bizneset dhe konsumatorët i përgjigjen duke zgjedhur njërën nga kategoritë e specifikuar. Në pyetësorin e VBK-së, duke filluar nga muaji maj, janë shtuar dy pyetje sasiore, ato të pritjeve të inflacionit¹³. Përgjigjet e tyre janë lënë të hapura dhe i lihet në dorë konsumatorit të vendosë një shifër, sa e vlerëson inflacionin aktual dhe sa e pret atë në të ardhmen. Gjatë fazës së përpunimit të përgjigjeve, u vu re se seria e pritjeve të matura nga vrojtimi i parë (i muajit maj) duhej pastruar nga vlerat ekstreme. Këto vlera ekstreme sillnin ndryshime të mëdha në mesataret e serive të pritjeve të inflacionit. Përpara përpunimit të mëtejshëm u vendos që përgjigjet e kësaj pyetjeje të pastrohen nga vlerat ekstreme.

Trajtimi klasik i gjetjes së vlerave ekstreme (dhe më pas eliminimit të tyre) bazohet në një interval rreth mesatares së observimeve: p.sh *mesatare +/- konstante*devijim standard*. Kjo është një formulë e cila bazohet në shpërndarjen normale dhe *konstantja* është një numër që mund të marrë vlera 2, 2.5 ose 3, në varësi se sa konservatorë duam të tregohemi¹⁴. U vu re se, në rastin tonë, kjo metodë nuk mund të përdorej pasi shpërndarja e vlerave të inflacionit të perceptuar dhe atij të pritur nuk kishin shpërndarje normale, por asimetrike e të zhvendosur pozitivisht (djathtas). Në rastin e shpërndarjeve asimetrike të dyja vlerat, si mesatarja ashtu edhe devijimi standard, janë shumë të ndjeshme ndaj vlerave ekstreme, pikërisht ato të cilat synojnë t'i identifikojnë.

Në literaturë rekomandohet që atëherë kur shpërndarja nuk është simetrike, mesatarja të zëvendësohet me medianën (MED) dhe devijimi standard me devijimin absolut nga mediana (MAD). Të dyja këto statistika kanë avantazhin që janë më pak të ndjeshme ndaj vlerave ekstreme dhe madhësisë së zgjedhjes. Për të përcaktuar vlerat e intervalit rreth medianës, MAD shumëzohet me një konstante, *k* e cila mat sa të shpërndara janë observimet,¹⁵ $k = (Q3+Q1-2MED)/(Q3-Q1)$, ku Q1 dhe Q3 janë vlerat e kuartil të parë dhe të tretë. Kjo merr vlerat nga -1 në 1, në varësi të asimetrisë pozitive apo negative.

Në përfundim, para agregimit të mëtejshëm të pyetjes mbi pritjet inflacioniste, konsiderohen vetëm ato përgjigje të cilat janë brenda intervalit:

$$\{ \text{MED} - 2.91 (1 - k) \text{ MAD} \quad \text{MED} + 2.91 (1 + k) \text{ MAD} \}$$

Në ato raste kur shpërndarja mund të jetë normale, mediana është e barabartë me mesataren dhe vlera e konstantes së përdorur merr vlerën 0. Pra intervali i përcaktimit të vlerave ekstreme kthehet në formulën klasike: *mesatare +/-1.96*devijim standard*.

¹³ VBB-ja ka gjithashtu një pyetje sasiore, atë mbi normën e shfrytëzimit të kapaciteteve në krahasim me kapacitetin e plotë, por trajtimi i vlerave ekstreme është më i lehtë, pasi nga vetë natyra e pyetjes, përgjigjet janë brenda intervalit 0 deri në 100%. Për të shmangur luhatshmërinë nga njëri tremujor në tjetrin që mund të vijë si pasojë e ndodhjes së vlerave ekstreme, lihen jashtë agregimit përgjigjet për normën e shfrytëzimit të kapaciteteve nën 10% për industrinë, ndërtimin dhe shërbimet dhe nën 20% për tregtinë.

¹⁴ Leyes, C. et.al (2013): “*Detecting outliers: Do not use standard deviation around the mean, use absolute deviation around the median*”.

¹⁵ Kjo është e njëjta vlerë e cila është përdorur edhe nga INSTAT gjatë fazës së pastrimit të të dhënave të Vrojtimit të Standardit të Jetesës nga vlerat ekstreme.