

Datë, 20 Tetor 2021

RAPORT i Studimit Pyetsorëve

Bashkia PUKË

Projekti: PRO – CONSUMERS, A Step Further Towards EU Requirements

Qëllimi

Aktualisht, Studies and Development Center (SCD) po zbaton projektin “PRO – CONSUMERS, A Step Further Towards EU Requirements”. Qëllimi i përgjithshëm i projektit është të kontribuojë në forcimin dhe rritjen e kapaciteteve të organizatave të shoqërisë civile dhe aktorëve të tjerë përkatës lokalë për të qenë më të përgjegjshëm dhe kompetent ndaj mbrojtjes së konsumatorit, transparent dhe efektiv për të kontribuar ndaj politikave të BE-së që lidhen me mbrojtjen e konsumatorit, përmes një ndërveprimi më efikas të shtetit/institucioneve publike në sektorin e mbrojtjes së konsumatorit.

Zonëveprimi i këtij projekti janë: Bashkitë Pukë, Pogradec dhe Gjirokastër.

Studimit i tregut të mbrojtjes së konsumatorit ngrihet kryesisht mbi perceptimin e konsumatorit mbi performancën e tregut ndaj mbrojtjes së konsumatorit. Ai është ndërtuar me anë të pyetësorëve gjysmë të strukturuar me pyetje dhe intervista të zhvilluara me përfaqësuesit e organeve të përfshira dhe do të synojë palët e interes si ne vijim: i) konsumatorët individualë; ii) bizneset, tregtarët individual, shoqatat e konsumatorëve/tregtare; iii) autoritetet e zbatimit.

Metodologjia

Pyetësorët dhe intervistat e shpërndara në zonat e veprimi të synuara përbëhen nga dy pjesë. Pjesa e parë përmban pyetje të përgjithshme për të përcaktuar karakteristikat e tre target grupeve të synuara: pra, konsumatorit individual, biznesit / tregtarit individual/ shoqatës së konsumatorëve/tregtare dhe autoritetit zbatues.

Pjesa e dytë fokusohet te njohuritë e përgjithshme mbi të intervistuarin, ku parashtrihen 6-7 pyetje secila me disa nën-pyetje, ku qëllimi kryesor është të kuptohet sesa njohuri ka secili prej grupeve të synuara (identifikuar në seksionin e parë) në lidhje me perceptimin e konsumatorit mbi performancën e tregut ndaj mbrojtjes së konsumatorit, politikave dhe iniciativat e ndërmarra në lidhje me mbrojtjen e konsumatorit dhe sigurisë së ushqimit si dhe politikave evropiane të ndërmarra në lidhje me këtë sektor.

Rezultatet dhe analizat e pyetësorëve

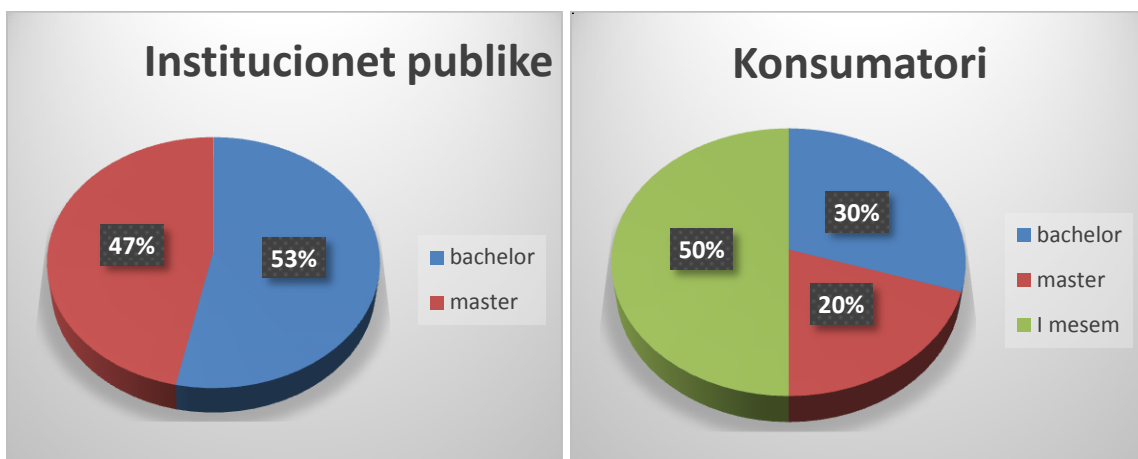
Të dhëna mbi të anketuarit

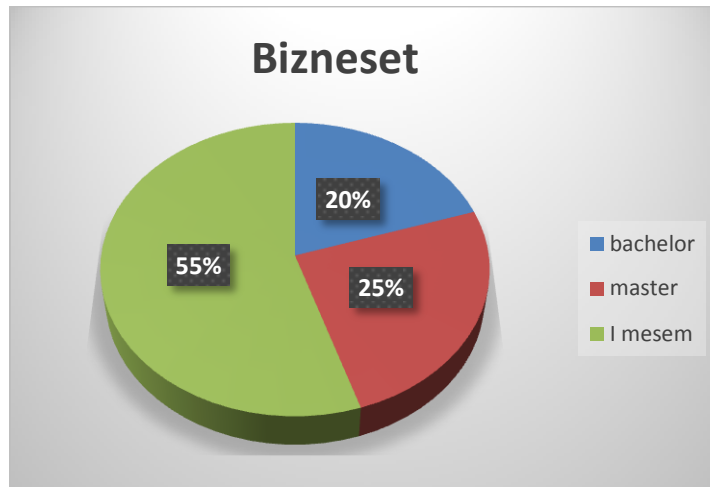
Pjesa e parë paraqet një informacion të përgjithshëm që ka të bëjë me përcaktimin e targetgrurit të të anketuarve.

Në total janë për Bashkinë Pukë: 81 pyetësorë dhe intervista,

Karakteristikat e pjesëmarrësve në këto pyetësorë kanë qënë si më poshtë:

- Gra 50% dhe burra 50%
- Arsimi: pjesa më e madhe e të intervistuarëve në Institucionet publike kishin arsim të lartë Bachelor 53% dhe Master 47%; Konsumatorët: pjesa më e madhe ishin me arsim të mesëm (50%), pastaj me arsim të lartë Bachelor 30% dhe Master 20%; për Bizneset pjesa më e madhe e të intervistuarëve ishin me arsim të mesëm (55%), pastaj me arsim të lartë Master 25% dhe Bachelor 20% (referohu grafikëve si më poshtë).



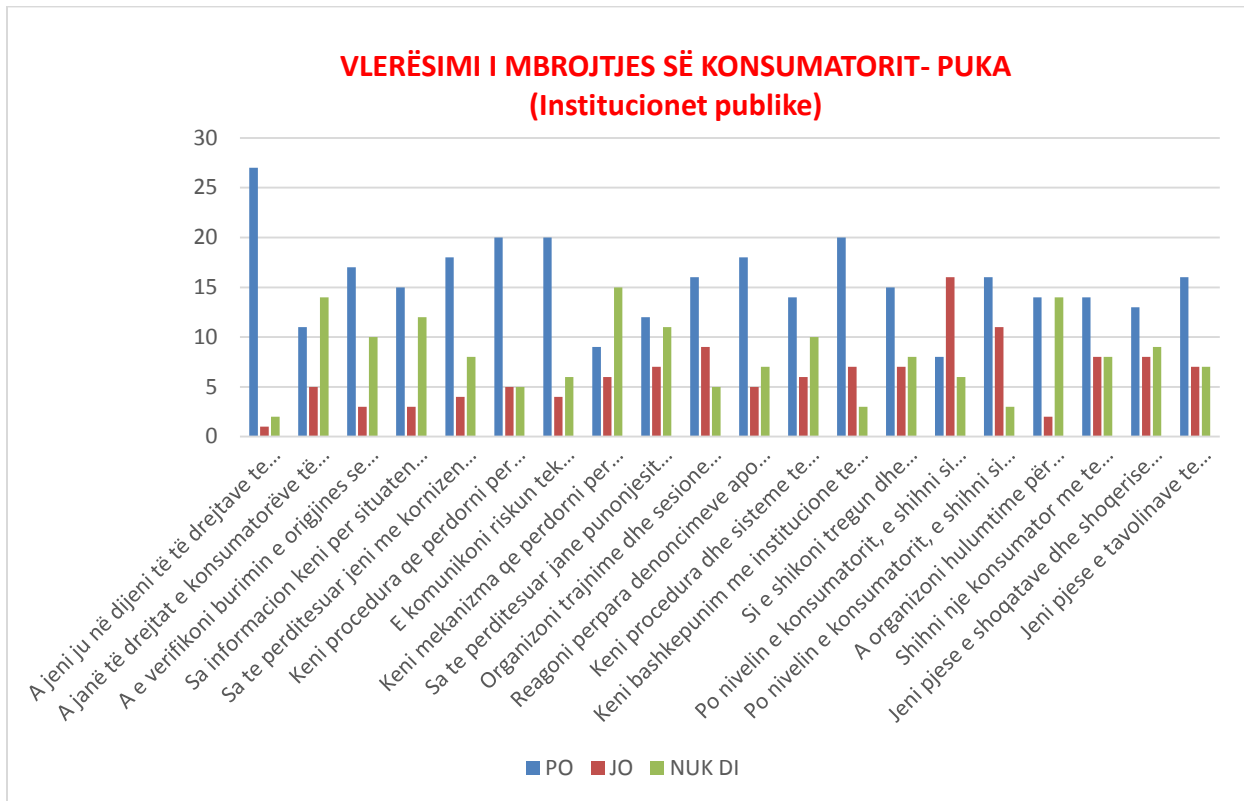


- Moshë mesatare e të intervistuarve ishte nga 41-50 vjeç.

Pjesa e dytë e pyetësorëve është konceptuar në 3 seksione me gjithësej 50-55 pyetje për secilin prej target grupeve të përfshira për secilën bashki, të cilat do të ndihmojnë në analizën e pyetësorëve.

Seksioni I (pyetja 1 me 11 nën-pyetjeve): Me anë të këtyre pyetjeve kërkohet të merret një vlerësim në lidhje me perceptimin që kanë institucionet publike/ bizneset/ konsumatorët mbi performancën e tregut ndaj mbrojtjes së konsumatorit. Të intervistuarit nga të trija grupet e synuara janë përgjigjur si më poshtë:

- **PUKA:** Sipas grafikut më poshtë, **Vlerësimi i përgjithshëm për mbrojtjen ndaj konsumatorit** për institucionet publike është në përgjithësi pozitiv.



Graf. 1/a

Nga grafiku 1/a më lart, duket qartë se të intervistuarit e këtij target grupi e shohin nivelin e konsumatorit si të ndërgjegjësuar dhe aspak indiferent. Pyetjes **A e shihni nivelin e konsumatorit, si të ndërgjegjësuar?** të intervistuarit janë përgjigjur **PO 53%, JO 37%, Nuk e di 10%**, gjithashtu pyetjes **A e shihni nivelin e konsumatorit, si indiferent?** të intervistuarit janë përgjigjur **PO 27%, JO 53%, Nuk e di 20%**.

Në lidhje me mekanizmat e përdorur për ushtrimin e kontrollit të tregut nga institucionet publike (sipas grafikut më lart, pyetjes a **Keni mekanizma që përdorni për ushtrimin e kontrollit të tregut?**) të intervistuarit janë përgjigjur **PO 20%, JO 30%, Nuk e di 50%**).

Megjithatë në pyetjen tjetër **A ka procedurat dhe sistemet e ngritura për të adresuar një denoncim apo ankesë** të intervistuarit janë përgjigjur **PO 47%, JO 20%, Nuk e di 33%**. Pothuajse i njëjti vlerësim dhe në lidhje me pyetjen **A organizoni hulumtime për perceptimin e klientëve?** - të intervistuarit janë përgjigjur **PO 47%, JO 7%, Nuk e di 47%**.

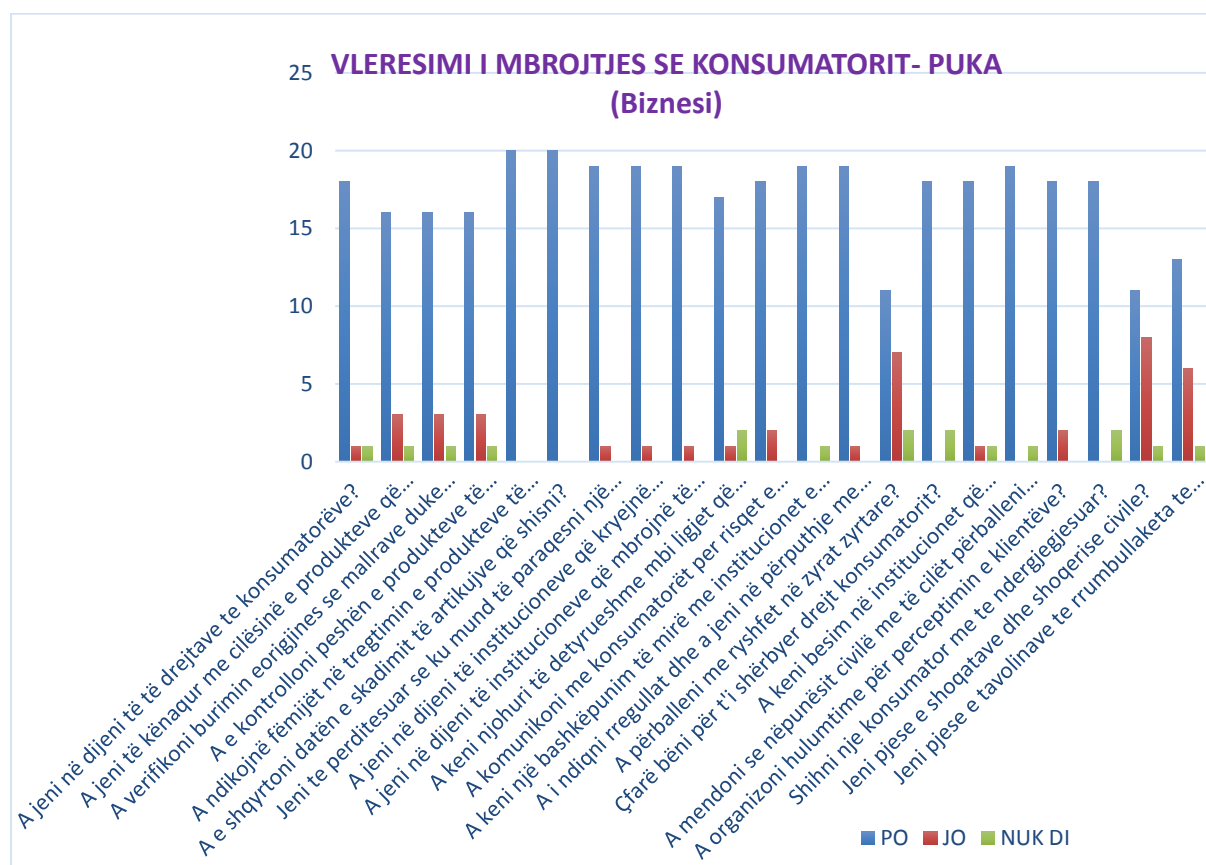
Pyetjes **Sa të përditësuar janë punonjësit tuaj me qasjen e Bashkimit Evropian për këto problematika?** Përgjigjet ishin **PO 40%, JO 23%, Nuk e di 37%**).

Bazuar në të dhënat e analizës, duket se jemi në kushtet kur ky target grup lipset të përditësohet më shumë në lidhje me informacionin rreth mekanizmave për kontrollin e tregut, procedurave për adresimin e një aknese apo denoncimi si dhe hulumtimeve të tregut për mbrojtjen ndaj konsumatorit.

Gjithashtu duhet një informacion më i gjerë rreth qasjes së Bashkimit Evropian për mbrojtjen ndaj konsumatorit si dhe gjetja e mekanizmave të duhura për shpërndarjen dhe përcjelljen e këtij informacioni në mënyrë sa më të saktë dhe të plotë e në masë sa më të madhe, pasi siç vihet re, të intervistuarit që nuk janë të përditësuar janë 23% dhe ata që as nuk janë fare në dijeni 37%.

Edhe pse një pjesë e madhe të të intervistuarëve kanë në dijeni dhe janë të përditësuar për politikën e institucioneve/autoriteteve të brendshme dhe politikave të BE-së për mbrojtjen ndaj konsumatorit (kemi një vlerësim të përgjithshëm pozitiv), përsëri ka ende punë për të bërë, për të patur kështu përmirësime të ndjeshme dhe për të reduktuar shifrat jo të kënaqëshme.

Vlerësimi i mbrotjes së konsumatorit nga pikëpamja e Biznesit dhe Konsumatorit janë si më poshtë:



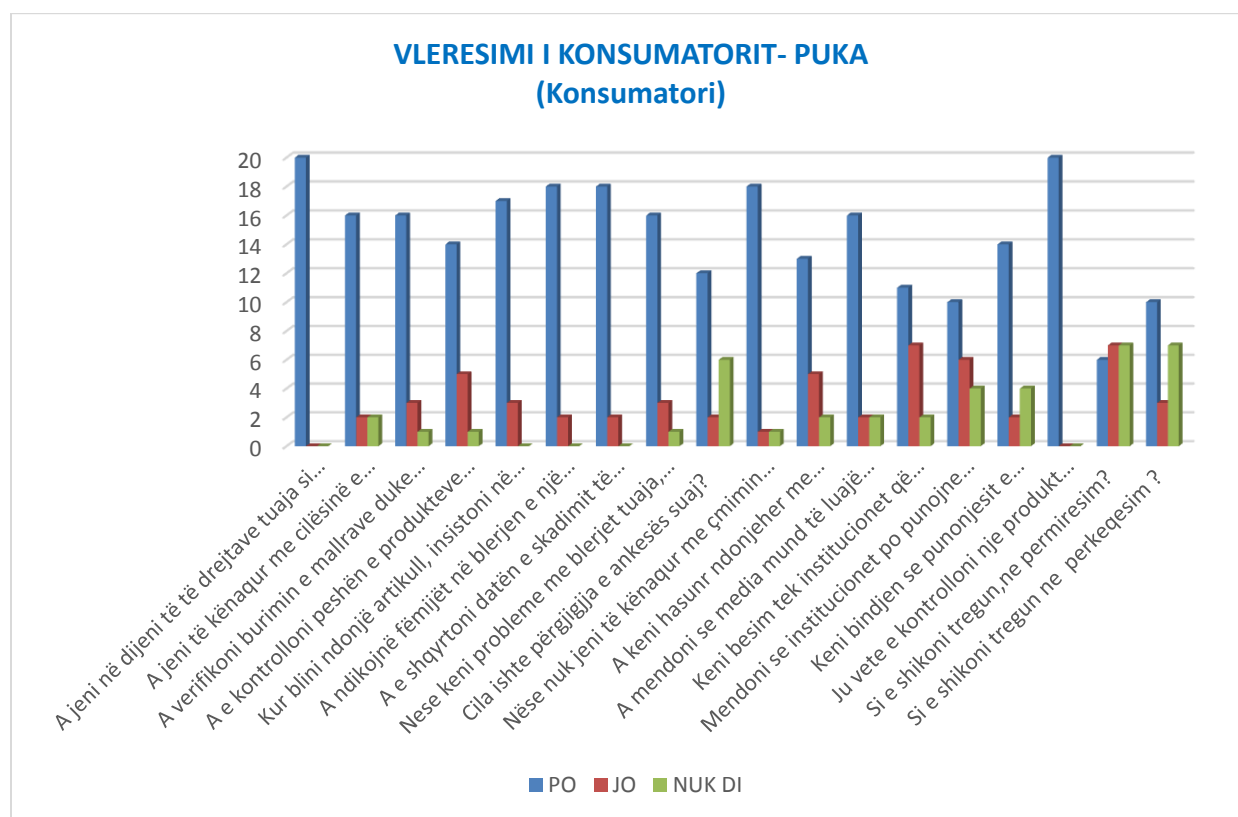
Graf. 1/b

Nga grafiku 1/b vihet re se të intervistuarit nga rradhët e Biznesit në këtë bashki japin një vlerësim përgjithësues pozitiv ndaj mbrojtjes së konsumatorit.

Duket të kemi disa vlera relativisht të larta (siç vihet re nga grafiku) në lidhje me faktin se **A përballeni me ryshfet në zyrat zyrtare?**, të intervistuarit janë përgjigjur **PO 55%**, kundrejt **JO 35%** dhe **Nuk e di 10%**).

Gjithashtu vihet re një nevojshmëri që ka biznesi për të qënë **pjesë e tryezave të rrumbullakëta të organizuara nga institucionet**, për të patur një shkëmbim më të madh informacioni midis institucioneve dhe biznesit sepse, paçka vlerësimit pozitiv të shumicës së të intervistuarëve me **66% PO**, në grafik nuk janë për t'u nënvlerësuar vlerat **30% JO** dhe **4% Nuk e di**, po ashtu dhe nevojshmëria që ka ky target grup të marrë pjesë dhe të shkëmbejë më shumë informacion me **shoqata dhe shoqeri civile** në lidhje me mbrojtjen e konsumatorit, (sipas grafikut jemi në shifra **PO 55%**, kundrejt **JO 40%** dhe **5% Nuk e di**.) Pra dhe këtu duhet punuar më shumë për të bërë të mundur që të gjithë aktorët aktiv ndaj mbrojtjes së konsumatorit të takohen e shkëmbejnë ide/iniciativa/informacion midis tyre

Përsa i përket konceptit të vlerësimit që vetë Konsumatori ka në lidhje me mbrojtjen ndaj tij dhe sigurisë ushqimore, të dhënat nga pyetësorët (Graf. 1/c) tregojnë se:



Graf. 1/c

Të intervistuarit japin një vlerësim të përgjithshëm pozitiv për mbrojtjen ndaj konsumatorit (**74% PO, 15% JO, 11% Nuk di**), megjithatë ka disa vlera të larta për ata që ose nuk janë fare të bindur ose nuk kanë informacionin e duhur duke qëndruar në një raport pothuajse 50% me 50%.

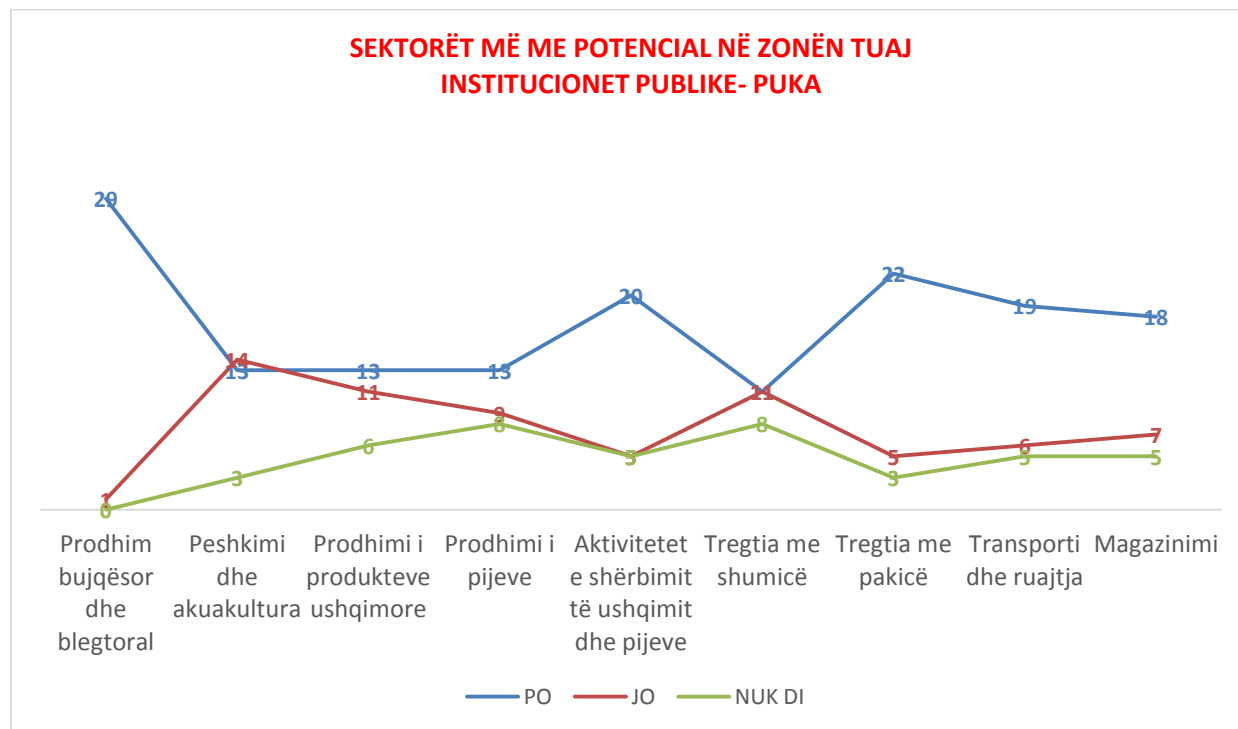
Pyetjes se a keni **besim ndaj institucioneve që garantojnë tregun** të intervistuarit janë përgjigjur **55% PO** kundrejt **35% JO** dhe **10% Nuk e di**.

Pyetjes **Mendoni se institucionet po punojne si duhet?** të intervistuarit janë përgjigjur **50% PO** kundrejt **30% JO** dhe **20% Nuk e di**. Pra siç shihet, duhet punuar më shumë që ky raport të shkoj drejt vlerësimit pozitiv.

Gjithashtu vihet re se një pjesë e mirë e të intervistuarëve të cilët nuk dinë mirë nëse **tregu në lidhje me mbrotjen e konsumatorit është në përmirësim ose përkeqësim?** Përgjigjet ndaj pyetjes **Në përkeqësim?** janë **50% PO** ndaj **15% JO** dhe **35% Nuk e di** dhe përgjigjet ndaj pyetjes **Në përmirësim?** janë **30% PO** ndaj **35% JO** dhe **35% Nuk e di**. Paqartësia e të intervistuarëve duhet të na shtyjë që të punojmë më shumë në drejtim të gjetjes së mënyrës së duhur për të shpërndarë dhe përcjellë informacione sa më të sakta dhe të plota në masë të gjerë lidhje me kushtet e tregut rreth mbrotjes së konsumatorit. Konsumatori, si një prej aktorëve kryesorë në politikat e mbrotjes së tij, duhet të jetë plotësisht i qartë për kushtet e tregut, për politikat që mbrojnë atë dhe sigurinë e ushqimit.

Seksioni II – (pyetjet 2, 5, 6) - përcakton se sa njohuri kanë grupet e synuara në lidhje me sektorët më me potencial, për aktorët më me impakt dhe idetë më të shumta në lidhje me mbrotjen e konsumatorit në zonën e tyre përkatëse.

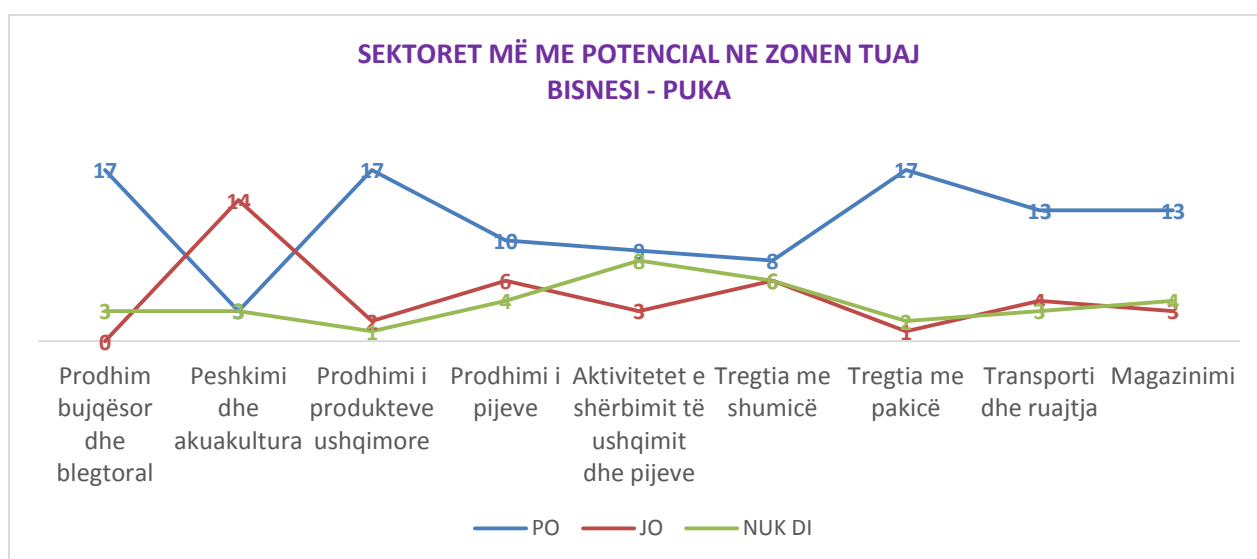
Në zgjedhjen e **sektorëve më me rëndësi (pyetja 2)** të trija grupet e synuara kanë dhënë përgjigje si më poshtë (shiko grafikët në vazhdim).



Graf. 2/a

Dhe përkatësisht sektorët më të rëndësishëm sipas rradhës së rëndësisë për institucionet publike (graf. 2/a) janë:

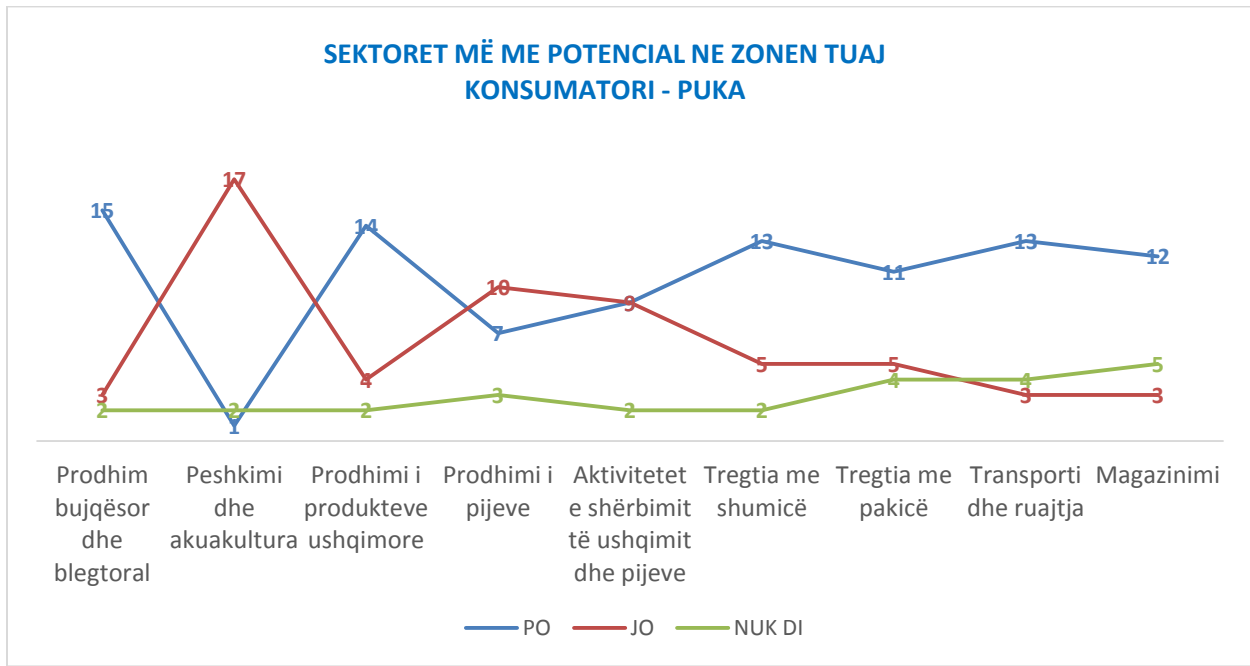
- | | |
|--|------------|
| 1. Prodhim bujqësor dhe blegtoral | 97% |
| 2. Tregtia me pakicë | 73% |
| 3. Aktivitetet e shërbimit të ushqimit dhe pijeve | 67% |
| 4. Transporti dhe ruajtja | 63% |
| 5. Magazinimi | 60% |
| 6. Peshkimi dhe akuakultura | 43% |
| 7. Prodhimi i produkteve ushqimore | 43% |
| 8. Prodhimi i pijeve | 43% |



Graf. 2/b

Sektorët më të rëndësishëm sipas rradhës së rëndësisë për biznesin (graf. 2/b) janë:

- | | |
|---|------------|
| 1. Prodhim bujqësor dhe blegtoral | 85% |
| 2. Prodhimi i produkteve ushqimore | 85% |
| 3. Tregtia me pakicë | 85% |
| 4. Transporti dhe ruajtja | 65% |
| 5. Magazinimi | 65% |
| 6. Prodhimi i pijeve | 50% |
| 7. Aktivitetet e shërbimit të ushqimit dhe pijeve | 45% |
| 8. Tregtia me shumicë | 40% |

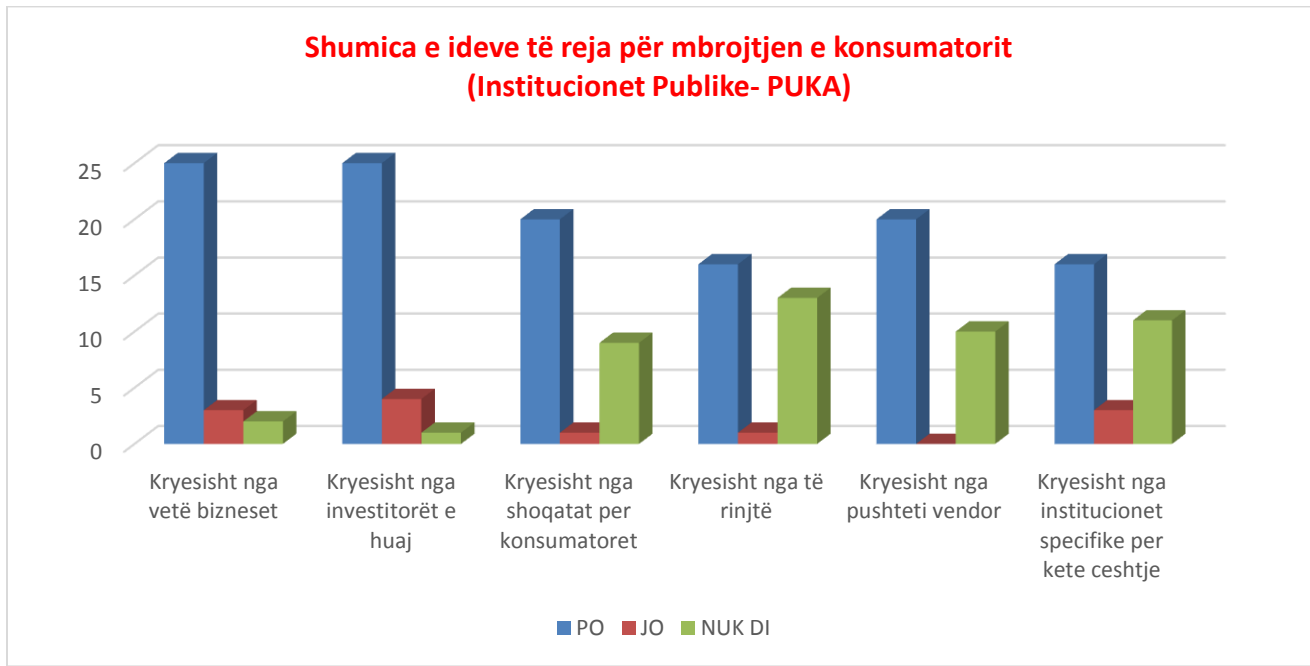


Graf. 2/c

Sektorët më të rëndësishëm sipas rradhës së rëndësisë për të intervistuarit në rradhët e konsumatorëve (Graf. 2/c) janë:

- | | |
|---|------------|
| 1. Prodhim bujqësor dhe blegtoral | 75% |
| 2. Prodhimi i produkteve ushqimore | 70% |
| 3. Tregtia me shumicë | 65% |
| 4. Transporti dhe ruajtja | 65% |
| 5. Magazinimi | 60% |
| 6. Tregtia me pakicë | 55% |
| 7. Aktivitetet e shërbimit të ushqimit dhe pijeve | 45% |
| 8. Prodhimi i pijeve | 35% |

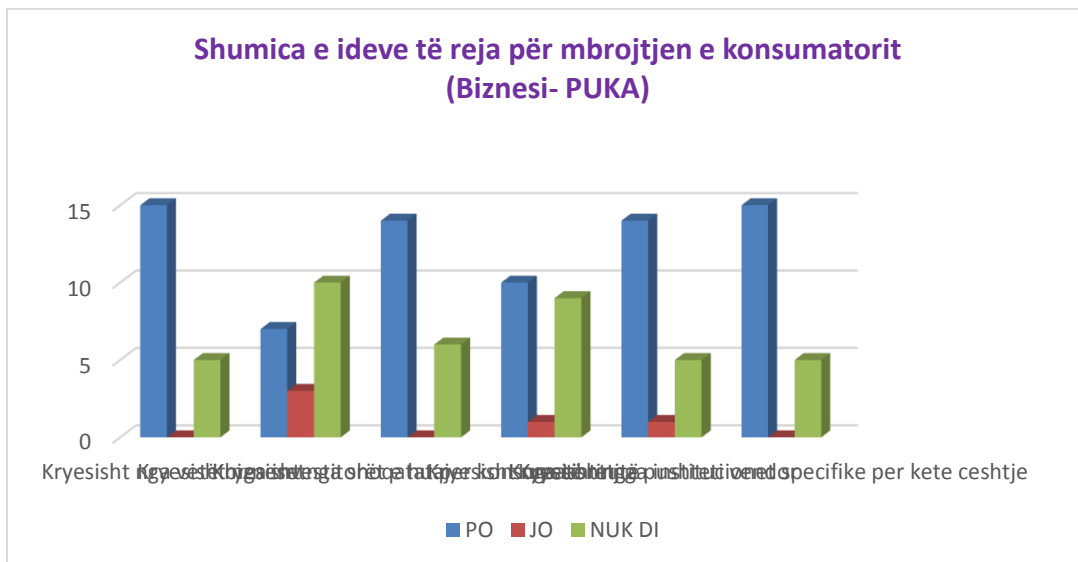
Ndërsa përsa i përket **ideveve më të shumta për mbrotjen e konsumatorit (pyetja 5)** të trija grupet e synuara kanë dhënë përgjigje 9im ë poshtë (shiko grafikët në vazhdim).



Graf. 3/a

Sipas të intervistuarëve të grupit Institucione publike, këto ide vijnë kryesisht:

- nga vetë bizneset dhe nga investitorët e huaj (83%)
- nga shoqatat për konsumatorët dhe nga pushteti vendor (67%)
- nga të rinjtë dhe nga institucionet specifike për këtë çështje (53%)



Graf. 3/b

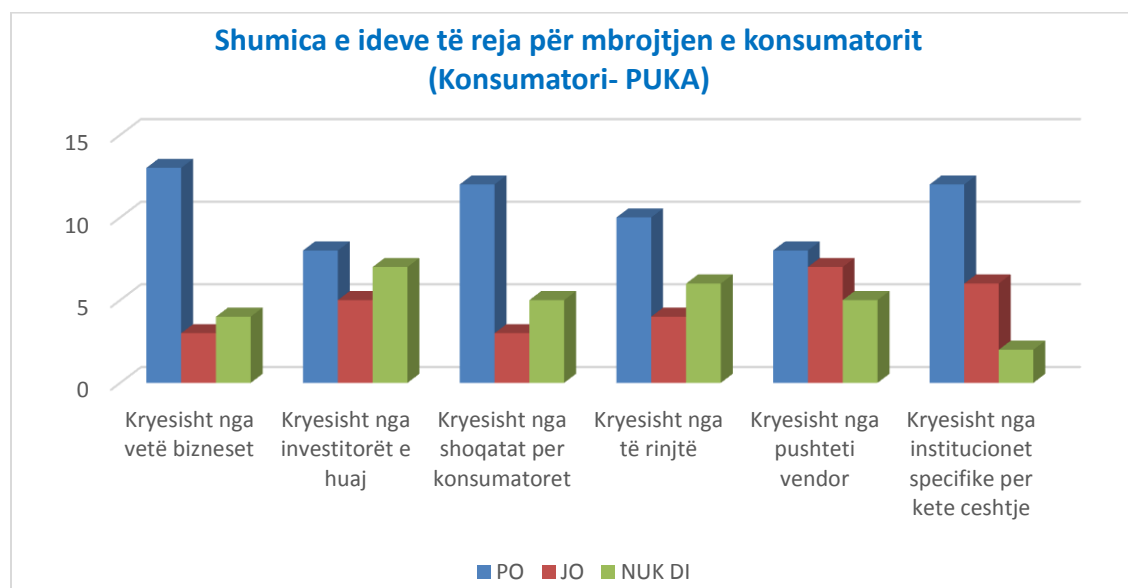
Sipas të intervistuarëve të grupit Biznesi, këto ide vijnë kryesisht:

- nga vetë bizneset dhe nga institucionet specifike për këtë çështje (75%)
- nga shoqatat për konsumatorët dhe nga pushteti vendor (70%)
- nga të rinjtë (50%) dhe

- nga investitorët e huaj (35%)

Përsa i përket ideve nga të rinjtë dhe investitorëve të huaj- përqindja më e madhe e përgjigjeve ka qënë **Nuk e di** dhe përkatësisht me **45%** dhe **50%**. Siç vihet re, ka ende punë për të bërë për të patur kështu përmirësime të ndjeshme dhe për të reduktuar sa më shumë 45% dhe 50%. Për këtë target grup, nevojitet më shumë informacion dhe shkëmbim idesh mes të rinjve dhe sektorit të biznesit – një prej aktorëve kryesorë të impaktit ndaj mbrojtjes së konsumatorit. Gjithashtu duhet të ketë informacion dhe në lidhje me investitorët e huaj në qasjen e tyre për mbrojtjen ndaj konsumatorit.

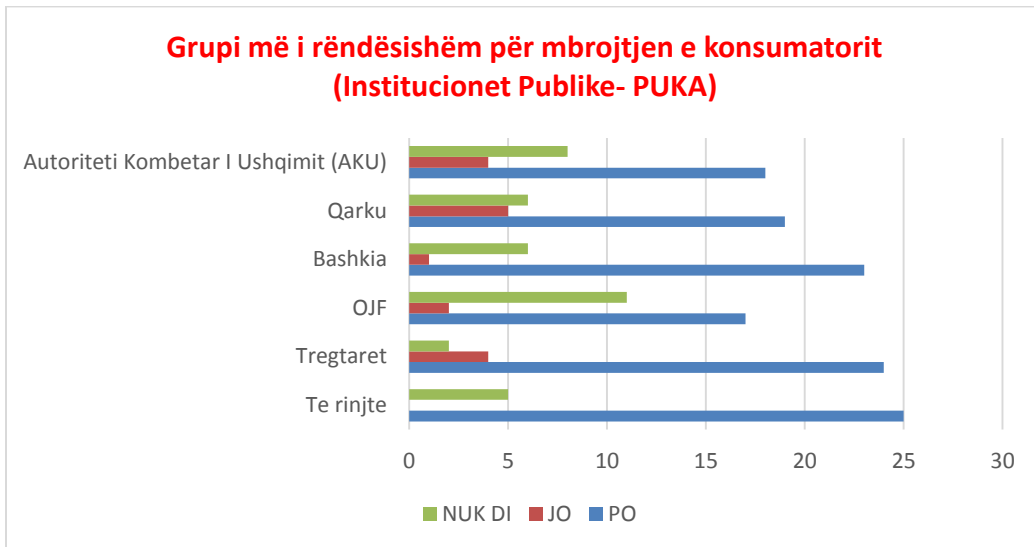
Vlerësimi i grupit të Konsumatorit në lidhje me pyetjen se nga vijnë **idevetë më të shumta për mbrotjen e konsumatorit**, rezulton sa më poshtë (Graf. 3/c):



Graf. 3/c

- kryesisht nga vetë bizneset (65%)
- nga shoqatat për konsumatorët dhe nga institucionet specifike për këtë çështje (60%)
- nga të rinjtë (50%) dhe
- nga investitorët e huaj dhe nga pushteti vendor (40%)

Në lidhje me **aktorët më të rëndësishëm në mbrotjen e konsumatorit (pyetja 6)** të trija grupet e synuara kanë dhënë përgjigje si më poshtë (shiko grafikët në vazhdim).

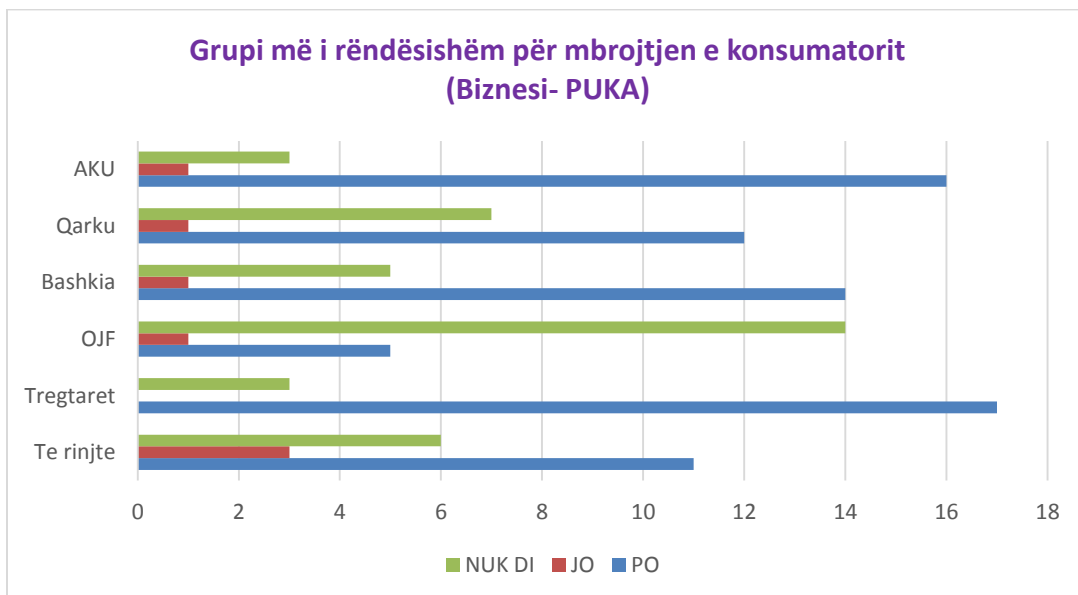


Graf. 4/a

Përkatësisht, për institucionet publike, aktorët sipas rradhës së rëndësisë janë:

1. Të rinjtë 83%
2. Tregtarët 80%
3. Bashkia 77%
4. Qarku 63%
5. Autoriteti Kombëtar i Ushqimit (AKU) 60%
6. OJF 57%

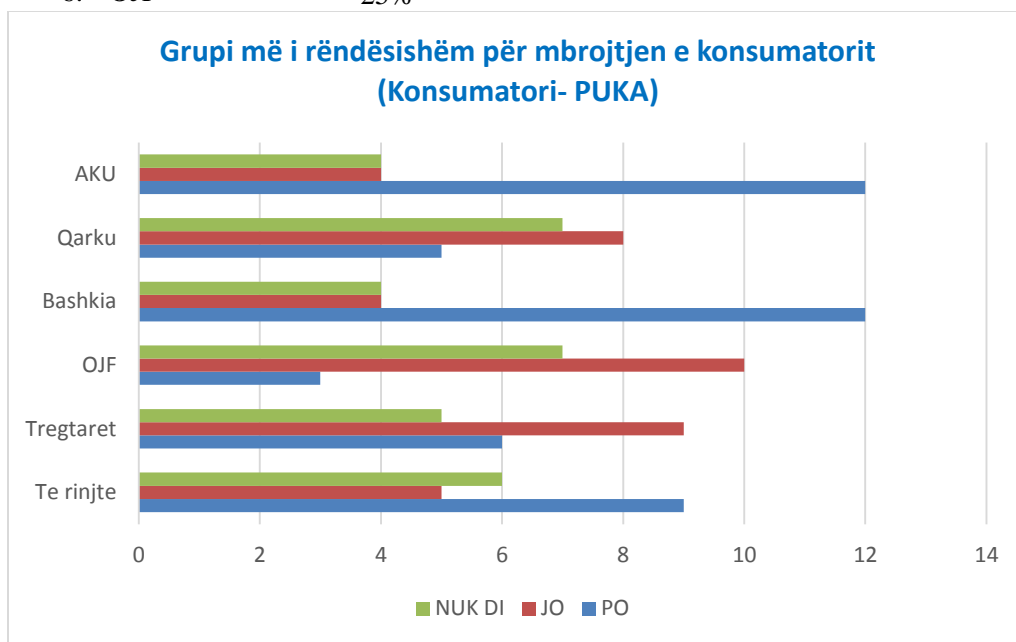
Për biznesin kemi rezultatet e mëposhtme, sipas grafikut 4/b:



Graf. 4/b

Të intervistuarit nga rradhët e Biznesit kanë vlerësuar sipas shkallës së rëndësisë aktorët më të rëndësishëm për mbrojtjen e kosumatorit:

1. Tregtarët	85%
2. AKU	80%
3. Bashkia	70%
4. Qarku	60%
5. Të rinjtë	55%
6. OJF	25%



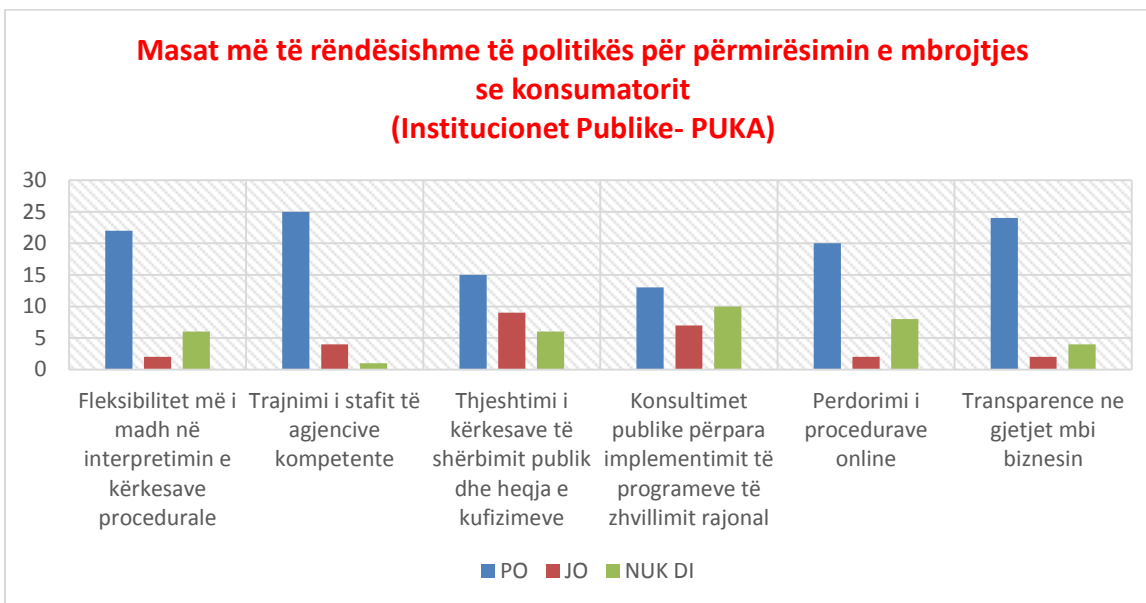
Graf. 4/c

Vlerësimi më i lartë sipas konsumatorit, në lidhje me aktorët më të rëndësishëm për mbrojtjen e konsumatorit sipas graf. 4/c janë:

1. AKU	60%
2. Bashkia	60%
3. Të rinjte	45%
4. Tregtarët	30%
5. Qarku	25%
6. OJF	15%

Seksioni III- (pyetjet 3-4) Në këtë seksion nëpërmjet pyetjeve dhe nënpyetjeve kërkojmë të dimë se sa njohuri kanë grupet e synuara në lidhje me politikat dhe iniciativat e ndërmarra në lidhje me përmirësimin e mbrojtjen e konsumatorit dhe sigurisë së ushqimit në zonën e tyre përkatëse.

Në zgjedhjen e **masave më me rëndësi të politikës për përmirësimin e mbrojtjes së konsumatorit (pyetja 3)** të trija grupet e synuara kanë dhënë përgjigje si më poshtë (shiko grafikët në vazhdim).



Graf. 5/a

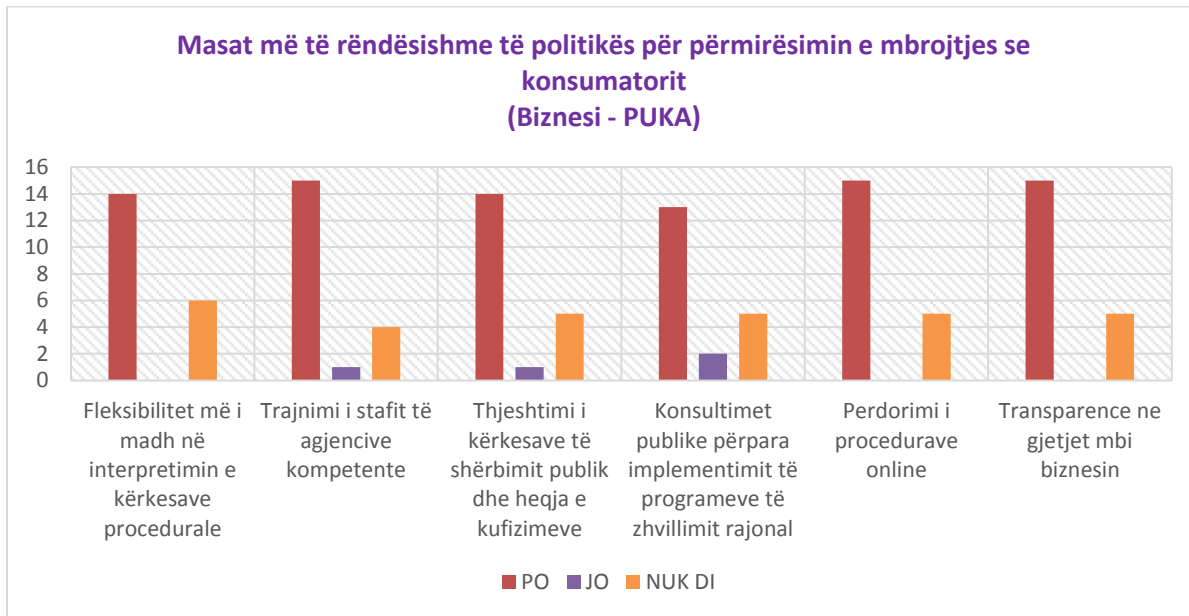
Të gjitha masat e rradhitura në këtë pyetje kanë marrë një vlerësim të përgjithshëm pozitiv nga të intervistuarit e grupit të Institucioneve Publike ku tre vlerësimet më të larta (siç shihet edhe nga grafiku 5/a) është për:

Trajnimin e stafit të agjencive kompetente (83%), i ndjekur nga

Transparenca në gjetjet mbi biznesin (80%) dhe

Fleksibiliteti më i madh në interpretimin e kërkesave procedurale (73%)

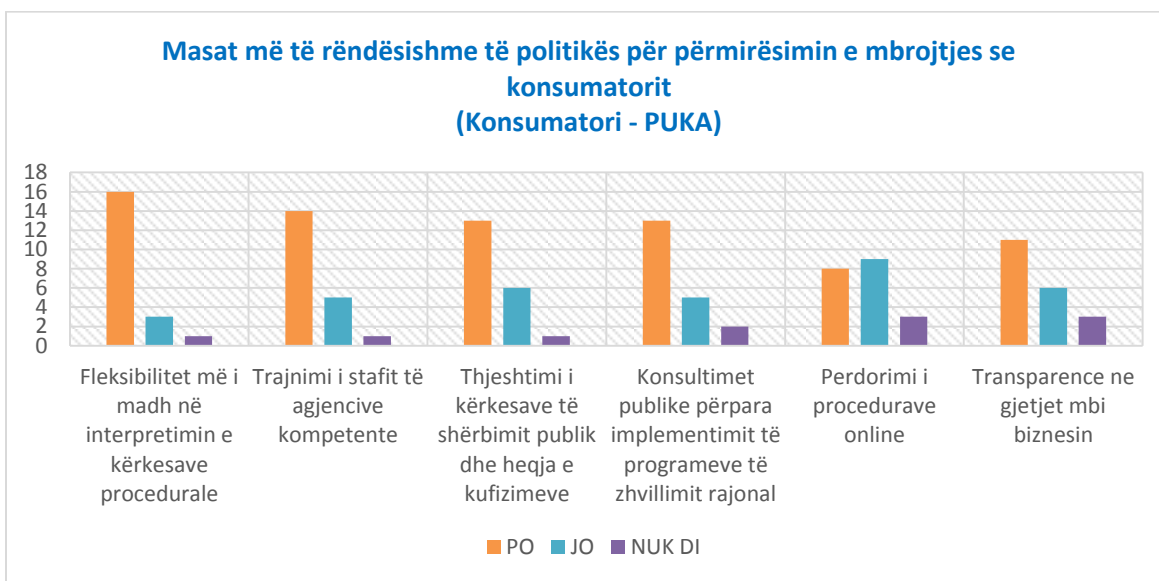
Nga rezultatet, sipas grafikut 5/a, vihet re se kemi një pjesë të të intervistuarëve që për **Konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal** janë përgjigjur me **43% PO, 23% JO** dhe **33% Nuk di** - ku pjesa më e madhe e të intervistuarëve (56%) deklarojnë se ose nuk bëhen fare këto konsultime publike (23%) ose ata nuk janë fare në dijeni për to (33%). Duket se jemi në kushtet kur ky target grup duhet të përditësohet më shumë në lidhje për konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal për mbrojtjen ndaj konsumatorit dhe për të gjetur mënyrën e duhur për të përmirësuar ndjeshëm situatën dhe për të reduktuar shifrat 23% dhe 33%.



Graf. 5/b

Këtu po ashtu jemi pothuajse në të njëjtën situatë: përgjithësisht ka një vlerësim pozitiv të përgjithshëm më të lartë dhënë nga të gjithë të intervistuarit e Biznesit dhe përkatësisht:

- **Trajnimi i stafit të agjencive kompetente, Përdorimi i procedurave online dhe Transparencë në gjetjet mbi biznesin kanë marrë të njëjtin vlerësim - 75% Po.**
- **Fleksibilitet më i madh në interpretimin e kërkesave procedural dhe Thjeshtimi i kërkesave të shërbimit publik dhe heqja e kufizimeve - 70% Po**
- **Konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal- 65% Po**



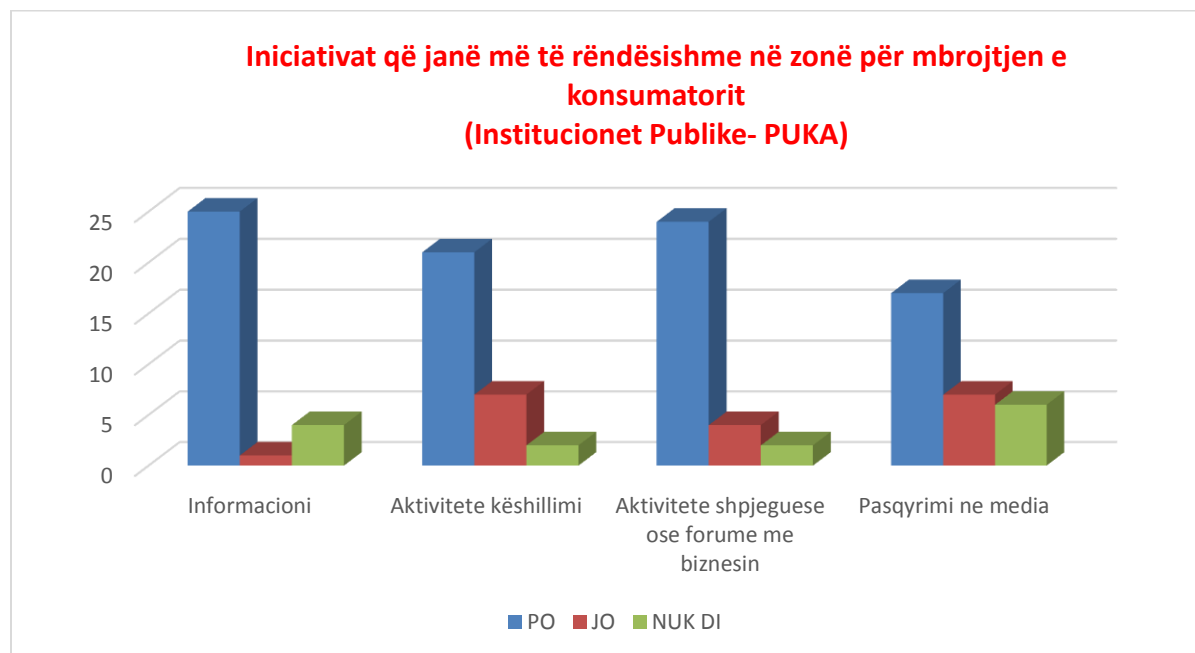
Graf. 5/c

Përgjithësisht vlerësimi i dhënë nga të gjithë të intervistuarit të grupit të Konsumatorit është përgjithësisht pozitiv dhe përkatësisht:

- **Fleksibilitet më i madh në interpretimin e kërkesave procedurale - 80%**
- **Trajnimi i stafit të agjencive kompetente - 70%**
- **Thjeshtimi i kërkesave të shërbimit publik dhe heqja e kufizimeve dhe Konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal - 65%**
- **Transparencë në gjetjet mbi biznesin - 55%**

Siç vihet re nga grafiku 5/c, vlerësimin më të ulët për nga rëndësia rezultojnë ta ketë vetëm “Përdorimi i procedurave online” me vlerësimin **40% PO, 45% JO, 15% Nuk e di**; për këtë arsye mendojmë se duhet punuar më shumë për dhënie të një informacioni më të gjerë për rëndësinë e këtyre procedurave si masa të rëndësishme për politikën e mbrojtjes së konsumatorit.

Në zgjedhjen e **iniciativave më të rëndësishme të mbrojtjes së konsumatorit në zonë (pyetja 4)** kemi përgjigjet e të trija grupeve të interesit si më poshtë (shiko grafikët në vazhdim):



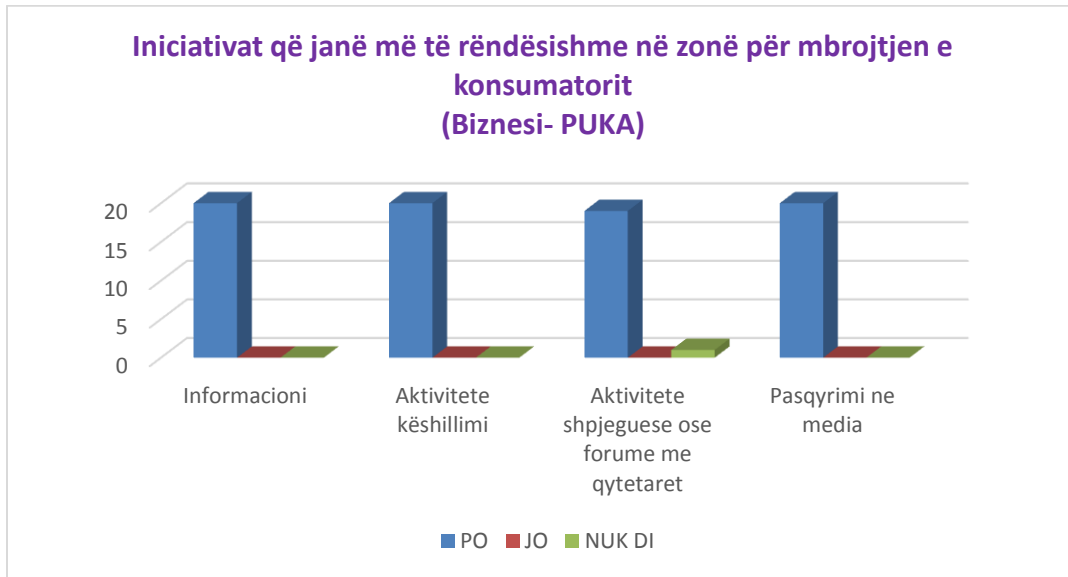
Graf. 6/a

Të intervistuarit nga Institucionet publike, siç shihet qartë dhe nga grafiku 6/a, kanë vlerësuar pozitivisht të gjitha **iniciativat e rradhitura për nga rëndësia për mbrojtjen e konsumatorit** dhe përkatësisht:

1. **Informacioni - 83%**
2. **Aktivitete shpjeguese ose forume me biznesin - 80%**

3. Aktivitete këshillimi - 70%

Më pak vlerësim për nga rëndësia ka marrë **pasqyrimi në media** me **57% Po**, **23% Jo** dhe **20% nuk e di**. Lipset një informacion më i gjerë në lidhje me këtë iniciativë për të reduktuar vlerën e 20%



Graf. 6/b

Të intervistuarit nga Biznesi ndërkohë kanë vlerësuar shumë pozitivisht të gjitha **iniciativat e rradhitura për nga rëndësia për mbrojtjen e konsumatorit** dhe përkatësisht:

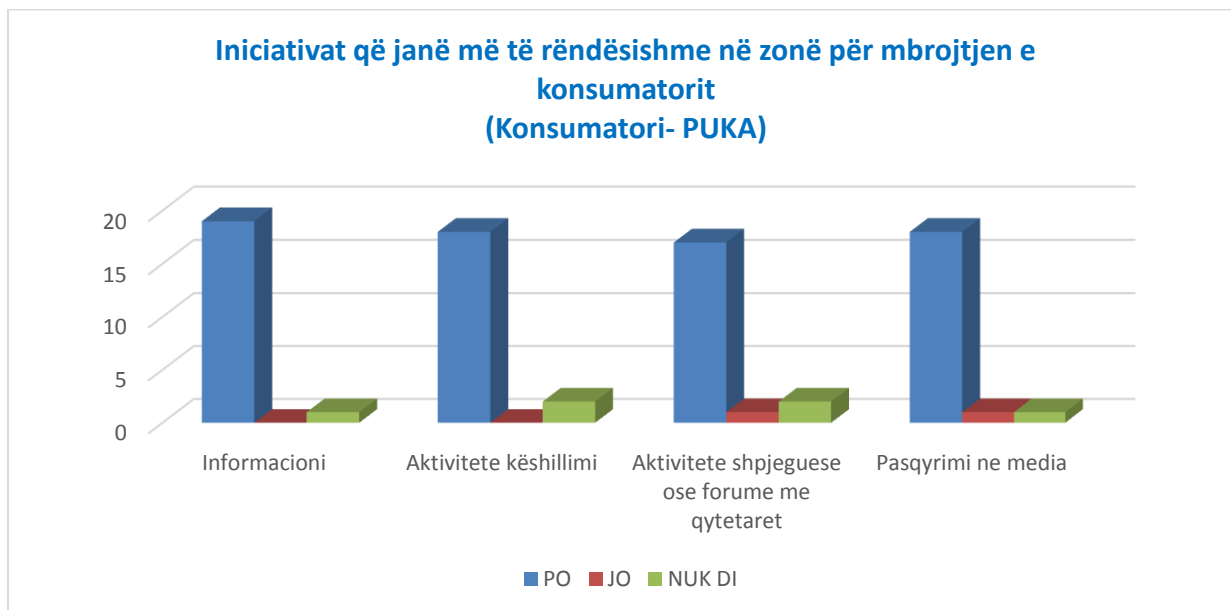
Informacioni 100%

Aktivitete këshillimi 100%

Pasqyrimi ne media 100%

Aktivitete shpjeguese ose forume me qytetarët 95%

Dhe të intervistuarit nga rradhët e Konsumatorëve kanë patur një vlerësim shumë pozitiv në lidhje me iniciativat.



Graf. 6/c

Vlerësimet, (siç shihet nga grafiku 6/c më lart) për nga **rëndësia për iniciativat për mbrojtjen e konsumatorit** janë përkatësisht:

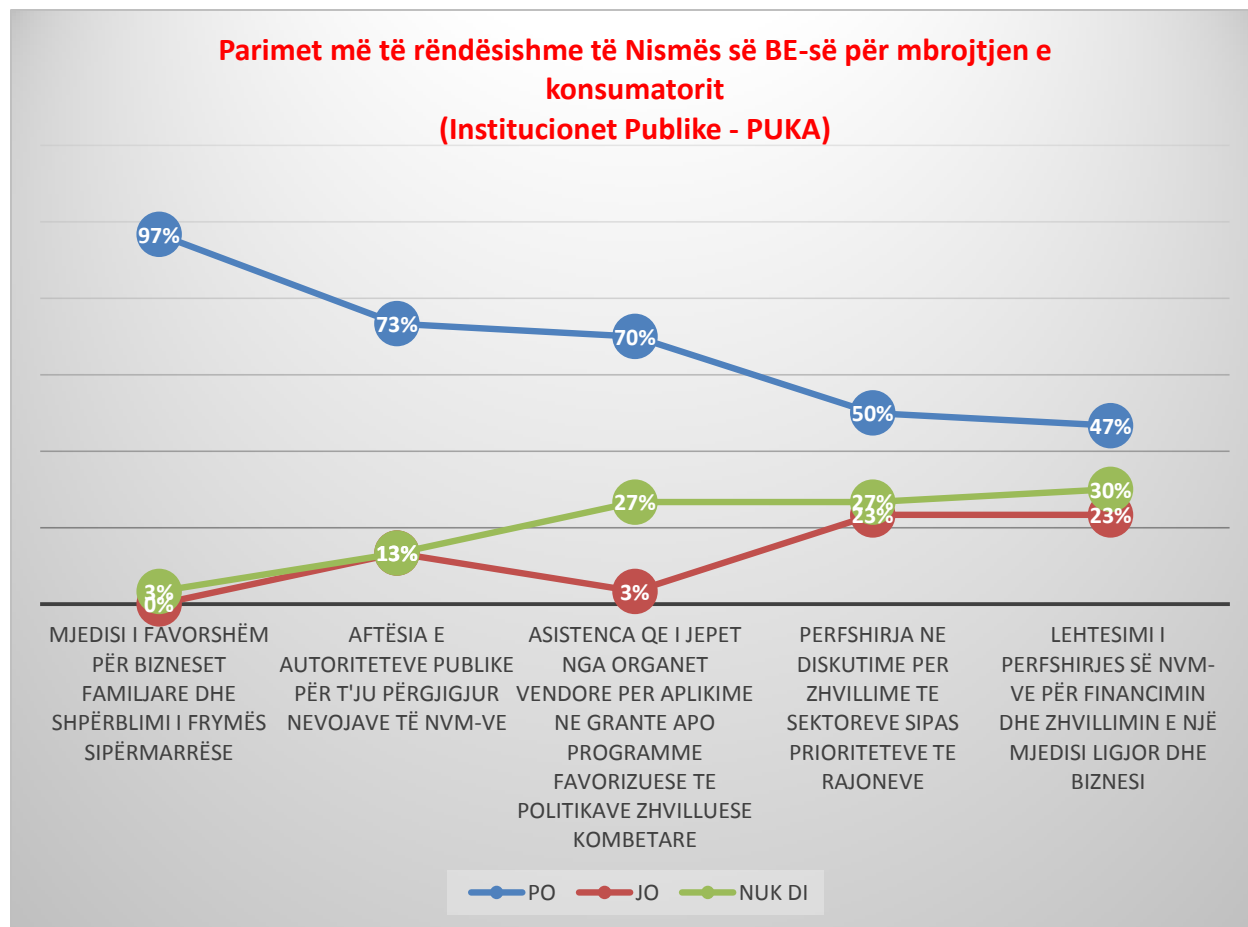
Informacioni 95%

Aktivitete këshillimi 90%

Pasqyrimi ne media 90%

Aktivitete shpjeguese ose forume me qytetarët 85%

Seksioni IV – (pyetja 7, me 5 nën-pyetje) - përcakton se sa njohuri kanë grupet e synuara në lidhje me parimet më të rëndësishme evropiane të ndërmarra në lidhje me sektorin e mbrojtjes ndaj konsumatorit dhe sigurisë së ushqimit.



Graf. 7/a

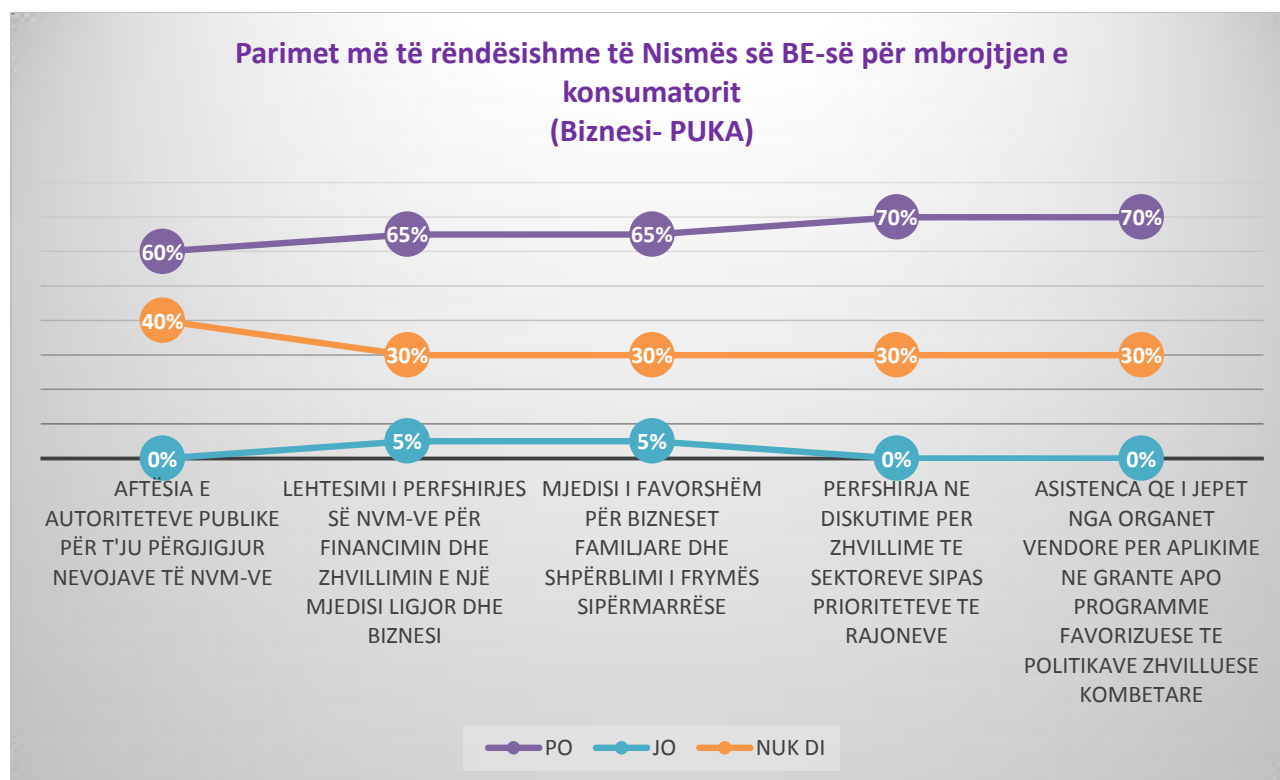
Siç shihet qartë dhe nga grafiku, një pjesë e mirë e të intervistuarëve nga Institucionet publike, kanë njohuri të mira në lidhje me parimet që duhet të përfshijë Nisma e BE-së për mbrojtjen ndaj konsumatorit, prandaj *pyetjes 7* “**Zgjidhni parimet më të rëndësishme të Nismës së BE-së për mbrojtjen e konsumatorit në zonën tuaj**” të intervistuarit kanë zgjedhur (rradhitur sipas rëndësisë), parimet e mëposhtme në vlerat:

- 1. Mjedisi i favorshëm për bizneset familjare dhe shpërblimi i frymës sipërmarrëse: 97% Po, 0% Jo, 3% Nuk di**
- 2. Lehtësimi i përfshirjes së NVM-ve për financimin dhe zhvillimin e një mjedisi ligjor dhe biznesi: 73% Po, 13% Jo dhe 13% Nuk di**
- 3. Asistenca që jepet nga organet vendore për aplikime në grante apo programe favorizuese të politikave zhvilluese kombëtare: 70% Po, 3% Jo, 27% Nuk di**

4. **Përfshirja në diskutime për zhvillime të sektorëve sipas prioriteteve të rajoneve:** 50% *Po*, 23% *Jo*, 27% *Nuk di*.
5. **Aftësia e autoriteteve publike për t'ju përgjigjur nevojave të NVM-ve:** 47% *Po*, 23% *Jo*, 30% *Nuk di*

Rezultatet e dala janë përgjithësisht pozitive, megjithatë përsëri ka ende punë për të bërë, sidomos për të *reduktuar* 27%-30% e të intervistuarëve që rezultojnë se nuk kanë njohuri mbi disa nga parimet që duhet të përfshijë Nisma e BE-së për mbrojtjen ndaj konsumatorit, përkatësisht **Përfshirja në diskutime për zhvillime të sektorëve sipas prioriteteve të rajoneve** (23% *Jo*, 27% *Nuk di*) dhe **Aftësia e autoriteteve publike për t'ju përgjigjur nevojave të NVM-ve** (23% *Jo*, 30% *Nuk di*).

Ndërkohë në pyetësorët drejtuar target grupit të Biznesit, lidhur me të njëjtën çështje, patëm këto rezultate (ref. grafikut 7/b).



Graf. 7/b

Pjesa më e madhe e të intervistuarëve nga rradhët e Biznesit, kanë njohuri mjaft të mira në lidhje me parimet që duhet të përfshijë Nisma e BE-së për mbrojtjen ndaj konsumatorit. **Pyetjes 7 “Zgjidhni parimet më të rëndësishme të Nismës së BE-së për mbrojtjen e konsumatorit në zonën tuaj”** të intervistuarit kanë zgjedhur (rradhitur sipas rëndësisë), parimet e mëposhtme:

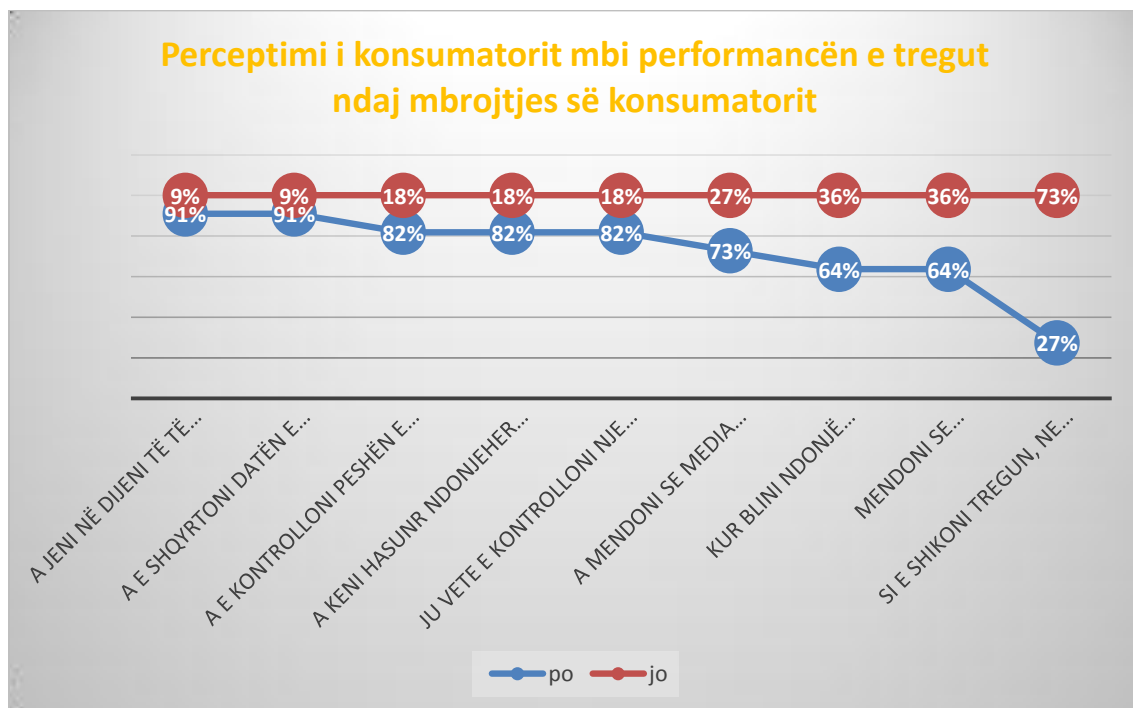
1. **Asistenca që jepet nga organet vendore për aplikime në grante apo programme favorizuese të politikave zhvilluese kombëtare** – 70% *PO*, 0% *JO*, 30% *Nuk di*

2. **Përfshirja në diskutime për zhvillimin e sektoreve sipas prioriteteve të rajoneve –** vlerësuar me 70% PO, 0% JO, 30% Nuk di
3. **Mjedisi i favorshëm për bizneset familjare dhe shpërblimi i frymës sipërmarrëse:** 65% PO, 5% JO, 30% Nuk di
4. **Lehtësimi i përfshirjes së NVM-ve për financimin dhe zhvillimin e një mjedisi ligjor dhe biznesi -** 65% PO, 5% JO, 30% Nuk di
5. **Aftësia e autoriteteve publike për t'ju përgjigjur nevojave të NVM-ve -** 60% PO, 0% JO, 40% Nuk di

Këto rezultate të dalta janë përgjithësisht pozitive, megjithatë përsëri duke theksuar faktin që duhet bërë më shumë punë në këtë drejtim, sidomos për të *reduktuar shifrat e 30%-40%* e të intervistuarëve që rezultojnë se nuk kanë njohuri mbi parimet që duhet të përfshijë Nisma e BE-së për mbrojtjen ndaj konsumatorit.

Rezultat e intervistave në bashkinë PUKË

Intervistat e zhvilluara në bashkinë Pukë në lidhje me perceptimin e konsumatorit mbi performancën e tregut ndaj mbrojtjes së konsumatorit dhe sigurisë së ushqimit, kemi këto rezultate:



Siç vihet re dhe nga grafiku, kemi një rezultat të përgjithshëm pozitiv, me një vlerësim të pyetjeve (renditur sipas vlerave të përgjigjeve positive)

Vlerësimi mbi përgjegjësinë dhe ndërgjegjshmerinë e konsumatorit: Pozitiv

1. A jeni në dijeni të të drejtave tuaja si konsumatorë? **91% Po 9% Jo**
2. A e shqyrtoni datën e skadimit të artikujve që blini? **91% Po 9% Jo**
3. A e kontrolloni peshën e produkteve të përmendura në artikuj? **82% Po 18% Jo**
4. Ju vete e kontrolloni nje produkt perpara se ta blini? **82% Po 18% Jo**
5. Kur blini ndonjë artikull, insistoni në një faturë? **64% Po 36% Jo (*)**

(*) *Për t'u përmirësuar ndërgjegjshëmria e konsumatorit në kërkimin e llogarisë në lidhje me blerjet, cilësinë e produkteve që blejnë dhe konsumojnë.*

Vlerësimi ndaj institucioneve dhe mediave për rolin e tyre ndaj mbrojtjes së konsumatorit: Pozitiv

1. A mendoni se media mund të luajë një rol të rëndësishëm në rritjen e ndërgjegjësimit të konsumatorit? **73% Po 27% Jo**
2. Mendoni se institucionet po punojnë si duhet? **64% Po 36% Jo (**)**

(**) *Për t'u përmirësuar ndarja e informacioneve në lidhje me punën e institucioneve lokale për mbrojtjen e konsumatorit dhe sigurisë së udhëqimit.*

Vlerësimi i tregut në lidhje me cilësinë, mirëmbajtjen e produkteve dhe reflektimit të cilësisë së produkteve tek çmimet: Negativ

1. A keni hasur ndonjëherë me produkte të fallsifikuara apo të kopjuara? **82% Po, 18% Jo**
2. Si e shikoni tregun, në përmirësim? **27% Po, 73% Jo**
3. Nëse po ose jo, në ç'drejtim?



Banorët e intervistuar në këtë bashki kanë vlerësuar negativisht (70%) cilësinë e produkteve të tregtuara dhe një mos-reflektim të kësaj cilësie tek çmimet, pasi sipas tyre, produktet e tregtura

janë të një cilësie të dobët dhe kanë çmime të larta kundrejt 30% të tyre, të cilët kanë vlerësuar tregun si të përmirësuar si në pikëpamje të çmimeve ashtu dhe cilësisë.

Përgatiti:

Vilma Kolpea

Eksperte Ekonomie