

Datë, 20 Tetor 2021

RAPORT i Studimit Pyetsorëve

Bashkia GJIROKASTËR

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 Gjirokastrë, Pogradec dhe Pukë.

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 interesit si në 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 veprimit 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 në njohuritë e përgjithshme mbi të intervistuarin, ku parashtrohen 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, politikat dhe iniciativat e ndërmarra në lidhje me mbrojtjen e konsumatorit dhe sigurisë së ushqimit si dhe politikat 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.

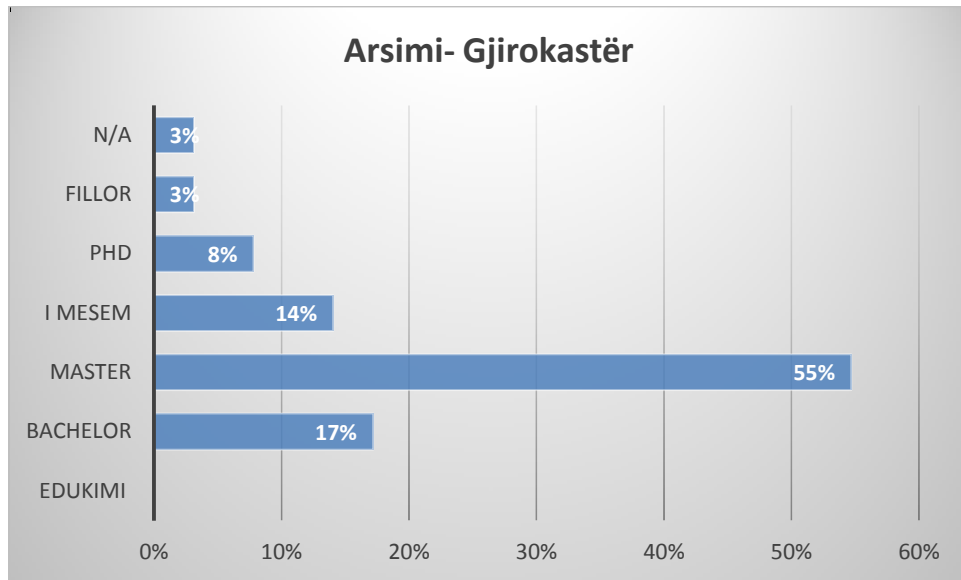
Në total janë për Bashkinë Gjirokastrë: 64 pyetësorë dhe intervista,

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

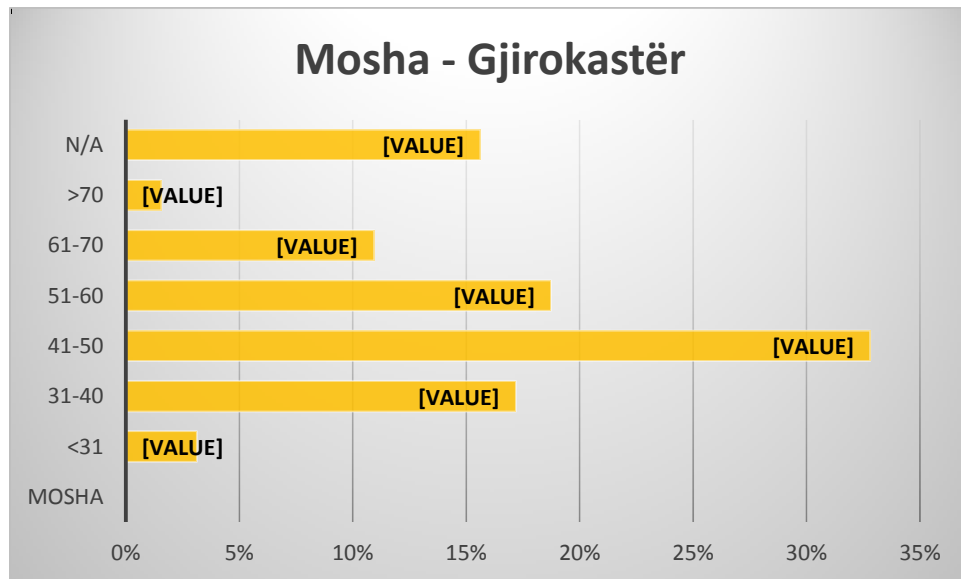
- Gjinia: 61% e të intervistuarve në këtë bashki janë gra dhe 39% burra



- Arsimi i të intervistuarve në këtë bashki është kryesisht i lartë: 17% Bachelor dhe 55% Master.



- Moshë kryesore e të intervistuarve, e deklaruar është ajo midis 51-60 vjeç. Një pjesë jo e vogël (16%) nuk kanë deklaruar moshën e tyre.

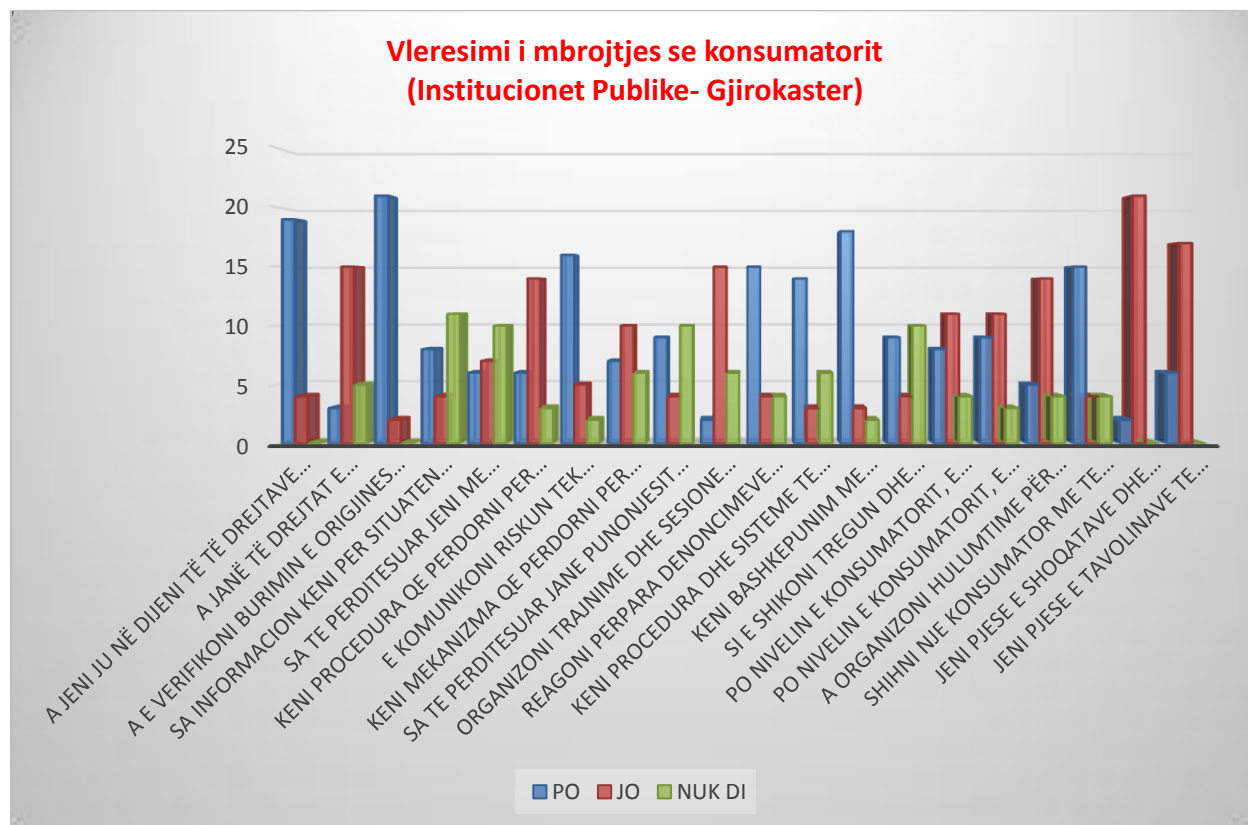


Pjesa e dytë e pyetësorëve është konceptuar në 3 seksione me gjithësej 50-55 pyetje për secilin prej target grupeve të përfshira për secilën bashki, të cilat do të ndihmojnë në analizën e pyetësorëve.

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:

- **GJIROKASTRA:** Sipas grafikut më poshtë, **Vlerësimi i përgjithshëm për mbrojtjen ndaj konsumatorit** për institucionet publike është i ndarë midis një vlerësimi **pozitiv** dhe vlerësimi negativ.



Graf. 1/a

Siç vihet re ga grafiku 1/a më lart, duket qartë se të intervistuarit e këtij target grupi duket se nuk kanë një informacion të gjerë mbi situatën e përgjithëshme reale të tregut në zonën e tyre. Pyetjes se **Sa informacion keni për situatën reale të tregut dhe mallrave që tregtohen?** Të intervistuarit janë përgjigjur **35% PO, 17% JO, 48% NUK DI**

Duket se mungon informacioni edhe për sa i përket përditëzimeve me kuadrin ligjor dhe qasjen e politikave të BE-së në lidhje me mbrojtjen ndaj konsumatorit, mekanizmave të kontrollit dhe të ndërgjegjësimi të tregut dhe problematikave të ngjashme.

Pyetjes **Sa të përditesuar jeni me kornizën rregullatore dhe risite ligjore për mbrojtjen e konsumatorit?** Përgjigjet janë **PO 26%, JO 30%, Nuk e di 43%** dhe po ashtu pyetjes **“A janë të drejtat e konsumatorëve të ditura nga të gjitha grupet e interesit?** Të intervistuarit janë përgjigjur **PO 13%, JO 65%, Nuk e di 22%**

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 30%, JO 43%, Nuk di 26%** situatë e ngjashme dhe për pyetjen: **A keni procedura që përdorni për ndërgjegjësimin e tyre?** Përgjigjet kanë qënë **PO 26%, JO 61%, Nuk e di 13%**;

Pyetjes se **Sa te përditësuar janë punonjësit tuaj me qasjen e Bashkimit Evropian për këto problematika?** të intervistuarit janë përgjigjur **PO 39% JO 18% Nuk e di 43%**

Bazuar në të dhënat e analizës, duket se jemi në kushtet kur ky target grup lipset të përditësohet më shumë në lidhje me qasjen e 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 18% dhe ata që as nuk janë fare në dijeni 43%.

Nuk ka qënë pozitiv, nga ana e të intervistuarëve, as vlerësimi i performancës së tregut dhe operatorëve të biznesit. Pyetjes Si e shikoni tregun dhe performancën e operatoreve të biznesit? Të intervistuarit janë përgjigjur 39% pozitiv, 17% jo pozitiv dhe 43% të tyre duket se nuk janë fare në dijeni.

Vihet re se gjithashtu se një pjesë e mirë e të intervistuarëve nuk dinë mirë **nëse shohin një nivel konsumatori më indiferent apo më të ndërgjegjësuar**. Përgjigjet ndaj pyetjes **Më indiferent?** janë **35% PO** ndaj **48% JO** dhe **17% Nuk e di** dhe përgjigjet ndaj pyetjes **Më të ndërgjegjësuar?** janë **39% PO** ndaj **48% JO** dhe **13% 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 mbrojtjes së konsumatorit.

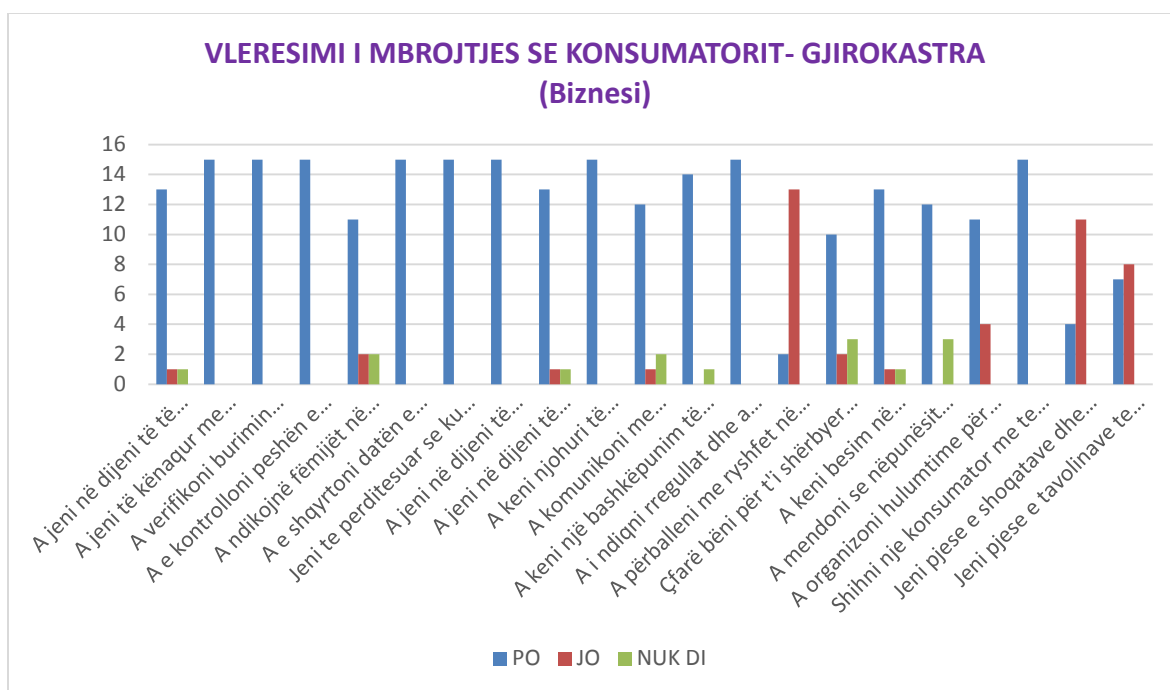
Këto të dhëna konfirmohen dhe nga rezultatet e pyetjeve të mëposhtme ku kuptohet se mungojnë tryezat e rrumbullakëta mes aktorëve kryesorë, pram es institucioneve publike, bizneseve dhe konsumatorëve.

Pyetjeve **A jeni pjese e shoqatave dhe shoqerise civile?** të intervistuarit janë përgjigjur qartë **9% PO, 91% JO**, gjithashtu pyetjes A jeni pjesë e tavolinave të rrumbullakëta të organizuara nga institucionet e ndryshme? të intervistuarit janë përgjigjur gjithashtu qartë **26% PO, 74% JO**.

Kjo duket se reflektohet në përgjigjet e pyetjes: **A organizoni trajnime dhe sesione informative të vazhdueshme për të përditësuar stafin tuaj?** të intervistuarit janë përgjigjur **9% PO, 65% JO** dhe **26% Nuk e di**.

Për këtë target grup duket se ka ende punë për të bërë, për të patur kështu përmirësime të ndjeshme dhe për të reduktuar shifrat jo të kënaqëshme. 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.

Vlerësimi i mbrojtjes së konsumatorit nga pikëpamja e Biznesit dhe Konsumatorit është si më poshtë:



Graf. 1/b

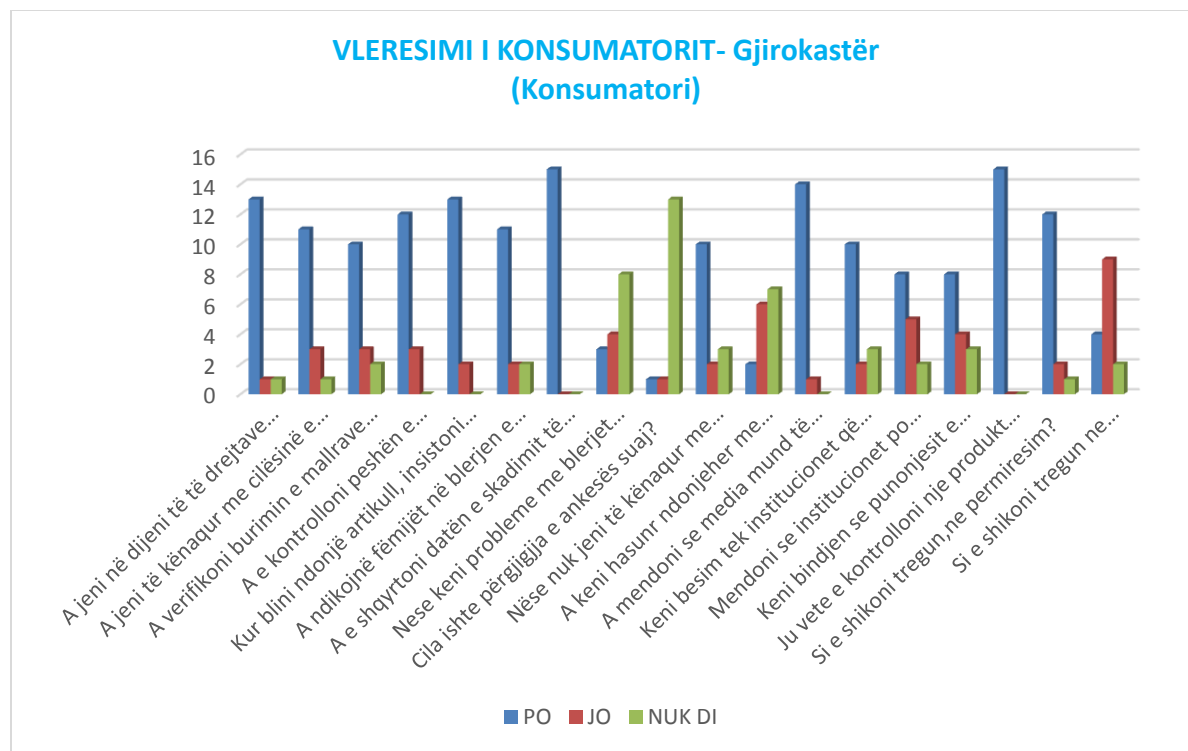
Nga grafiku 1/b vihet re se të intervistuarit nga rradhët e Biznesit në këtë bashki japin një vlerësim përgjithësues pozitiv ndaj mbrojtjes së konsumatorit, përfshi dhe vlerësimin ndaj pyetjes **A përballeni me rryshfet në zyrat zyrtare?**, të intervistuarit janë përgjigjur **PO 13%**, kundrejt **JO 87%**. Vlerësim mjaft pozitiv.

Megjithatë, përveç vlerësimeve pozitive, 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. Pyetjes **A jeni pjesë e tryezave të rrumbullakëta të organizuara nga institucionet?** të intervistuarit nga rradhët e biznesit janë përgjigjur **PO 47%** dhe **JO 53%**.

Vlen të theksohet se jemi në të njëjtat kushte dhe për pyetjen: **Jeni pjesë e shoqatave dhe shoqerise civile?** - të intervistuarit janë përgjigjur **PO 27%**, kundrejt **JO 73%**. Pra dhe këtu ka një domosdoshmëri për të marrë dhe qënë pjesë e shoqatave dhe shoqërive civile në mënyrë që të shkëmbehet më shumë informacion mes aktorëve kryesorë që kanë lidhje direkt ose indirekt me mbrojtjen e konsumatorit, në mënyrë që të punohet 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 megjithatë ka disa vlera të larta për ata që ose nuk janë fare të bindur ose nuk kanë informacionin e duhur.

Pyetjes se a keni **Nëse keni probleme me blerjet tuaja, dini se ku të drejtoheni për tu ankuar?** të intervistuarit janë përgjigjur **20% PO** kundrejt **27% JO** dhe **53% Nuk e di**.

Konsumatori, si një prej aktorëve kryesorë në politikat e mbrojtjes së tij, duhet të jetë plotësisht i qartë për kushtet e tregut, për politikat që mbrojnë atë dhe sigurinë e ushqimit. 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 në lidhje me mbrojtjen ndaj konsumatorit.

Vlen i njëjti reflektim edhe në lidhje me pyetjen: **A keni hasunr ndonjeherë në produkte të fallsifikuara apo të kopjuara?** të intervistuarit janë përgjigjur **13% PO** kundrejt **40% JO** dhe **47% Nuk e di**. Paçka një vlerësimi pozitiv ku **40% e të intervistuarëve shprehen se NUK kanë hasunr ndonjeherë në produkte të fallsifikuara apo të kopjuara**, përsëri vihet re një nevojshmëri

për përmirësimin e vlerësimit 47% të atyre personave nga rradhët e Konsumatorit, të cilët janë në dyshim (*pra ose nuk kanë njohuri, ose nuk janë të bindur*).

Gjithashtu vlen të përmenden rezultatet e pyetjeve si më poshtë:

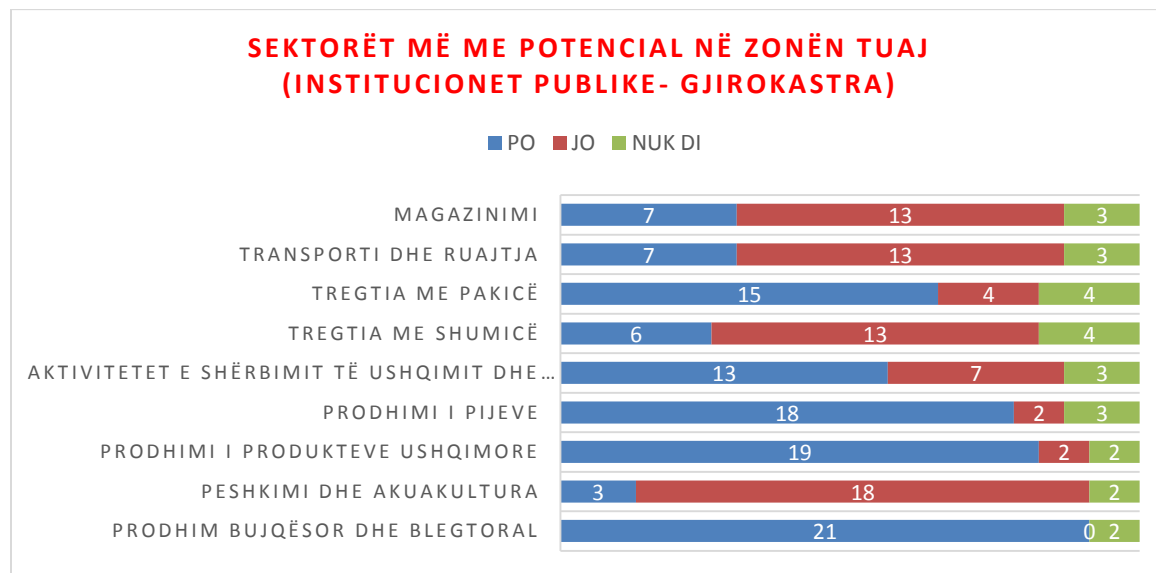
Pyetjes **Mendoni se institucionet po punojnë si duhet?** të intervistuarit janë përgjigjur **53% PO** kundrejt **33% JO** dhe **13% Nuk e di**.

Dhe pyetjes **Keni bindjen se punonjësit e institucioneve janë të aftë për detyrën e tyre?** të intervistuarit janë përgjigjur **53% PO** kundrejt **27% JO** dhe **20% Nuk e di**.

Siç shihet nga rezultatet, duhet punuar më shumë që ky raport të shkojë i tëri drejt vlerësimit pozitiv dhe kjo mund të arrihet nëpërmjet shkëmbimeve të informacioneve dhe një transparence më të madhe midis aktorëve kryesor që ndikojnë në mbrojtjen e konsumatorit.

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 mbrojtjen 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).

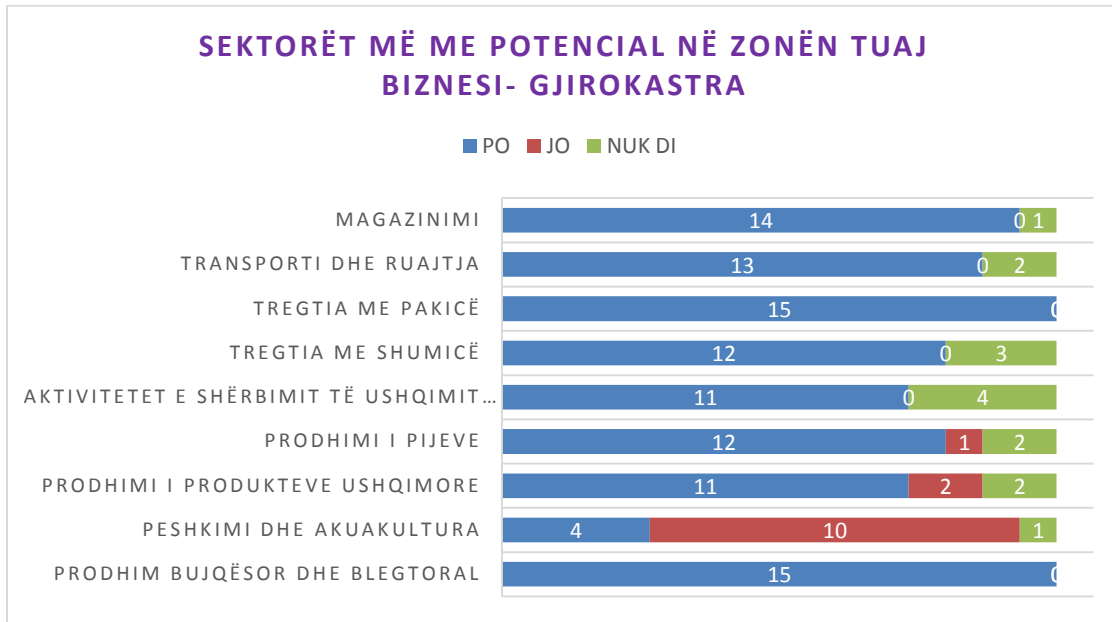


Graf. 2/a

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

1. **Prodhim bujqësor dhe blegtoral** 91%
2. **Prodhimi i produkteve ushqimore** 83%
3. **Prodhimi i pijeve** 78%
4. **Tregtia me pakicë** 65%

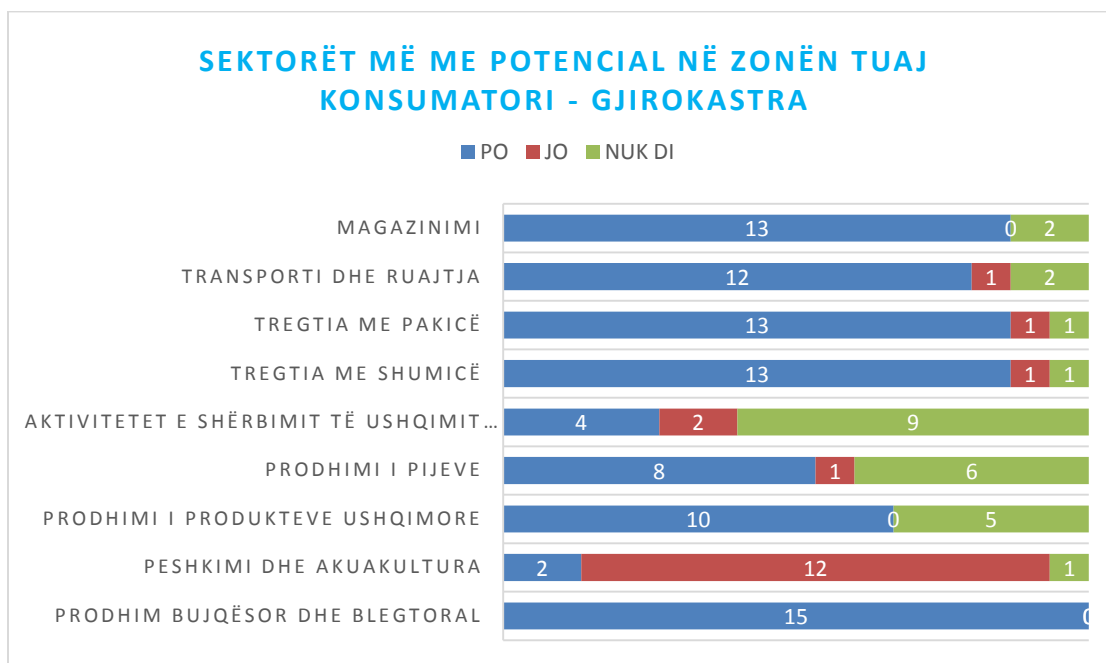
5. Aktivitetet e shërbimit të ushqimit dhe pijeve	57%
6. Transporti dhe ruajtja dhe Magaznimi	30%
7. Tregtia me shumicë	26%
8. Peshkimi dhe akuakultura	13%



Graf. 2/b

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

- 1. Prodhim bujqësor dhe blegtoral** **100%**
- 2. Tregtia me pakicë** **100%**
- 3. Magaznimi** **93%**
- Transporti dhe ruajtja 87%
- Prodhimi i pijeve dhe Tregtia me shumicë 80%
- Prodhimi i produkteve ushqimore dhe Aktivitetet e shërbimit të ushqimit dhe pijeve 73%
- Peshkimi dhe akuakultura 23%



Graf. 2/c

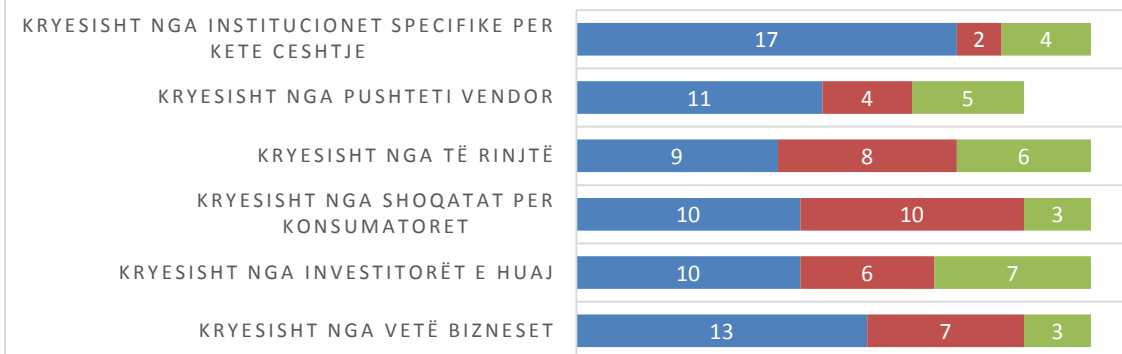
Sektorët më të rëndësishëm sipas rradhës së rëndësisë për të intervistuarit në rradhët e konsumatorëve (Graf. 2/c) janë:

- | | |
|--|------|
| 1. Prodhim bujqësor dhe blegtoral | 100% |
| 2. Tregtia me shumicë dhe Tregtia me pakicë dhe Magazini | 87% |
| 3. Transporti dhe ruajtja | 80% |
| 4. Prodhimi i produkteve ushqimore | 67% |
| 5. Prodhimi i pijeve | 53% |
| 6. Aktivitetet e shërbimit të ushqimit dhe pijeve | 27% |
| 7. Peshkimi dhe akuakultura | 13% |

Ndërsa përsa i përket **ideveve më të shumta për mbrotjen e konsumatorit (pyetja 5)** të trija grupet e synuara kanë dhënë përgjigje 10im ë poshtë (shiko grafikët në vazhdim).

SHUMICA E IDEVE TË REJA PËR MBROJTJEN E KONSUMATORIT (INSTITUCIONET PUBLIKE - GJIROKASTRA)

■ PO ■ JO ■ NUK DI



Graf. 3/a

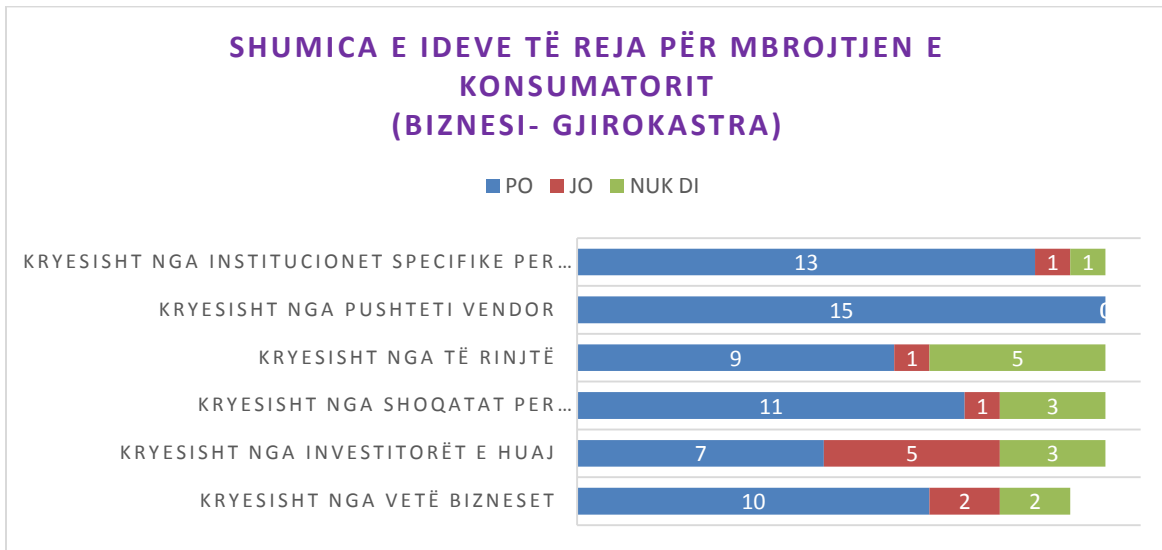
Sipas të intervistuarëve të grupit Institucione publike, këto ide vijnë kryesisht:

- nga institucionet specifike për këtë çështje 74%
- nga vetë bizneset 57%
- nga pushteti vendor 48%

Përsa i përket ideve nga të rinjtë, shoqata për konsumatorët dhe nga investitorët e huaj përqindja më e madhe e përgjigjeve ka qënë **JO** dhe **Nuk e di** dhe përkatësisht:

- idetë nga të rinjtë me 26% dhe 30%
- nga shoqata për konsumatorët me 43% dhe 13%, dhe
- nga investitorët e huaj me 35% dhe 26%.

Siç vihet re, ka ende punë për të bërë për të patur kështu përmirësime të ndjeshme dhe për të reduktuar sa më shumë vlerësimet jo positive. Për këtë target grup, nevojitet më shumë informacion dhe shkëmbim idesh mes të rinjve, shoqatat për mbrojtjen e konsumatorëve dhe institucioneve publike – të gjithë 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.

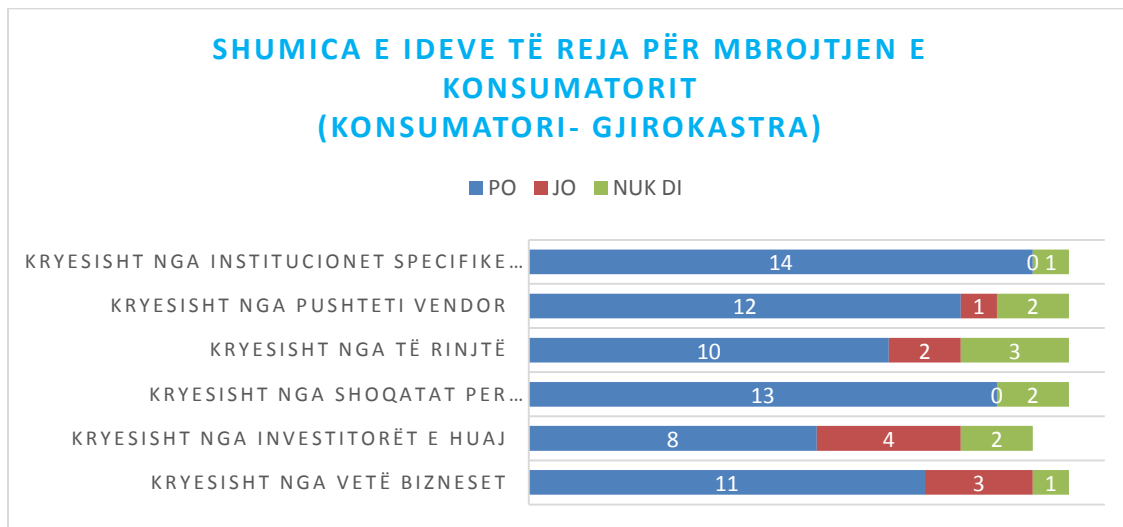


Graf. 3/b

Sipas të intervistuarëve të grupit Biznesi (graf. 3/b), këto ide vijnë kryesisht:

- nga pushteti vendor 100%
- nga institucionet specifike për këtë çështje 87%
- nga shoqatat për konsumatorët 73%

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):

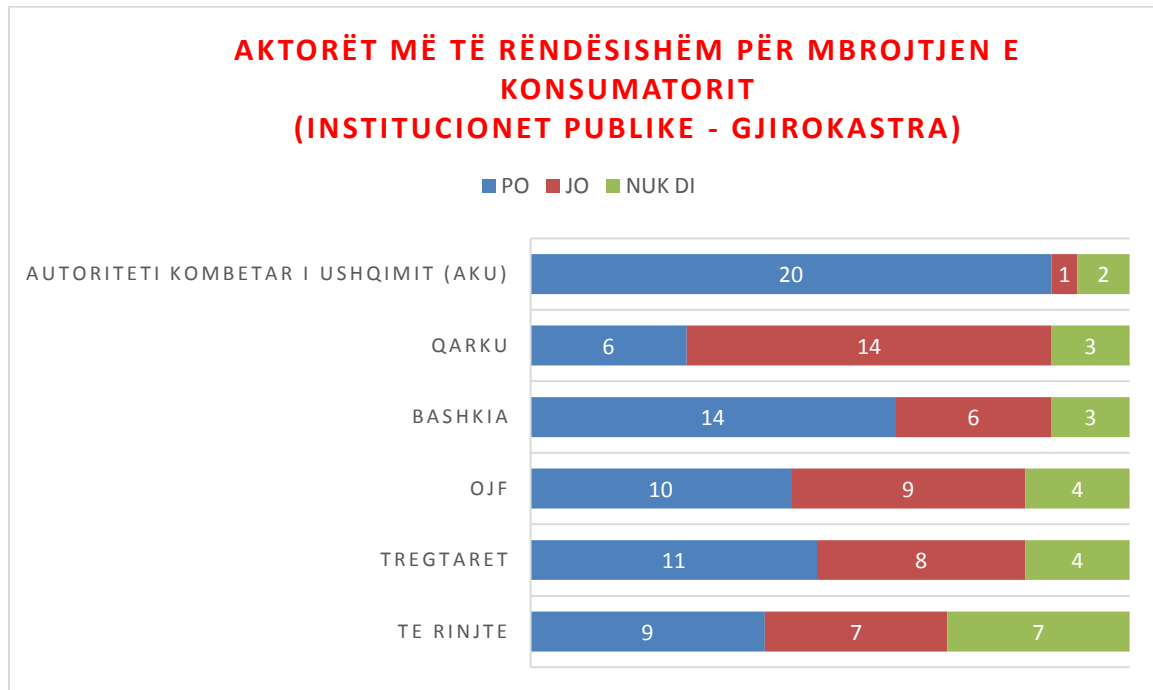


Graf. 3/c

- nga institucionet specifike për këtë çështje 93%
- nga shoqatat për konsumatorët 87%
- nga pushteti vendor 80%

- kryesisht nga vetë bizneset 65%

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

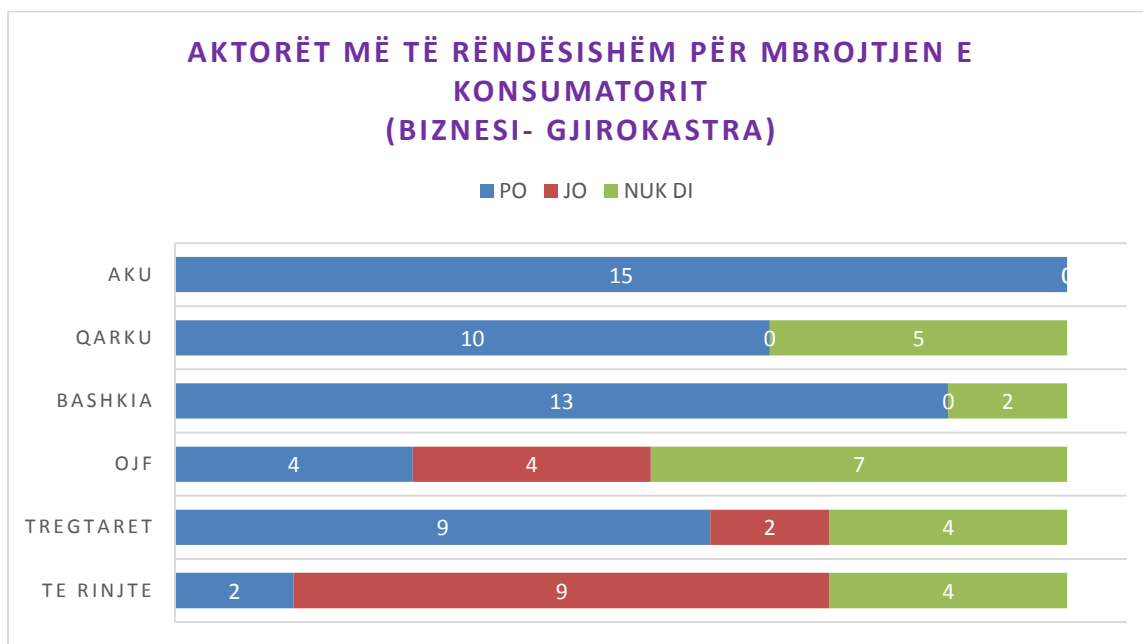


Graf. 4/a

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

- 1. Autoriteti Kombetar i Ushqimit (AKU)** **87%**
- 2. Bashkia** **61%**
- 3. Tregtaret** **48%**
- 4. OJF** **43%**
- 5. Te rinjte** **39%**
- 6. Qarku** **26%**

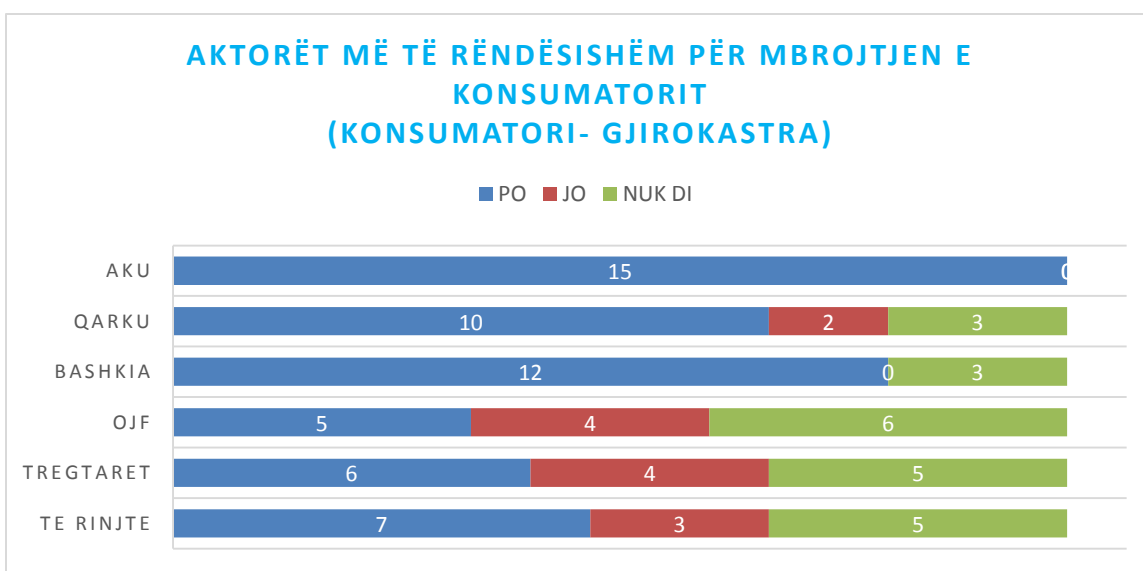
Për biznesin kemi rezultatet e mëposhtme, sipas grafikut 4/b:



Graf. 4/b

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

- | | |
|--------------|------|
| 1. AKU | 100% |
| 2. Bashkia | 87% |
| 3. Qarku | 67% |
| 4. Tregtarët | 60% |
| 5. OJF | 27% |
| 6. Të rinjtë | 13% |



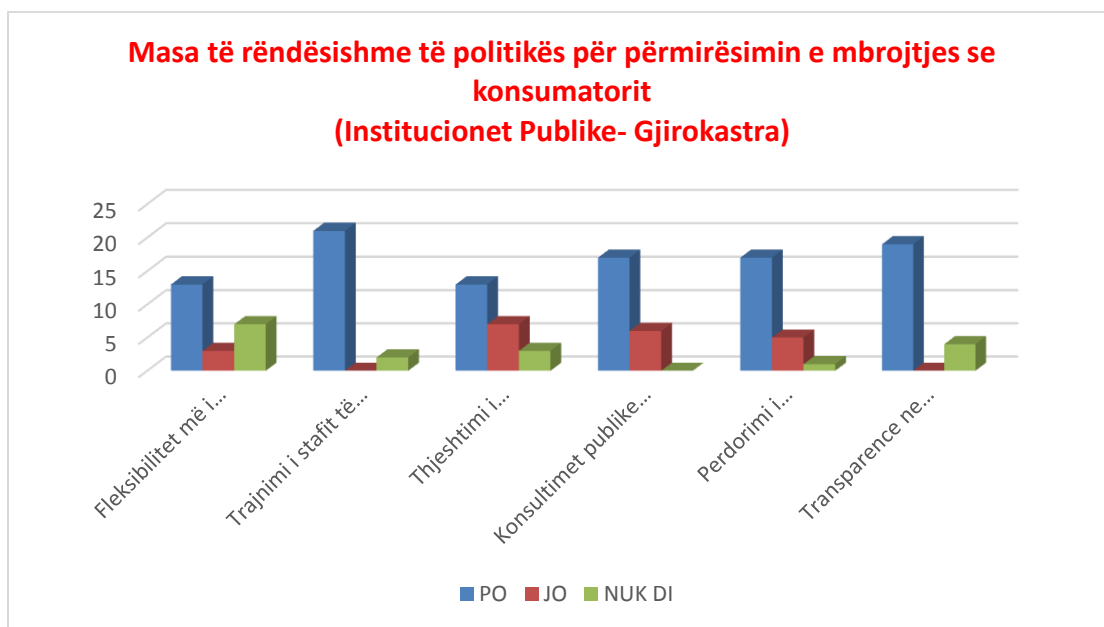
Graf. 4/c

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

1. AKU	100%
2. Bashkia	80%
3. Qarku	67%
4. Të rinjte	47%
5. Tregtaret	40%
6. OJF	33%

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 mbrojtjes së 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

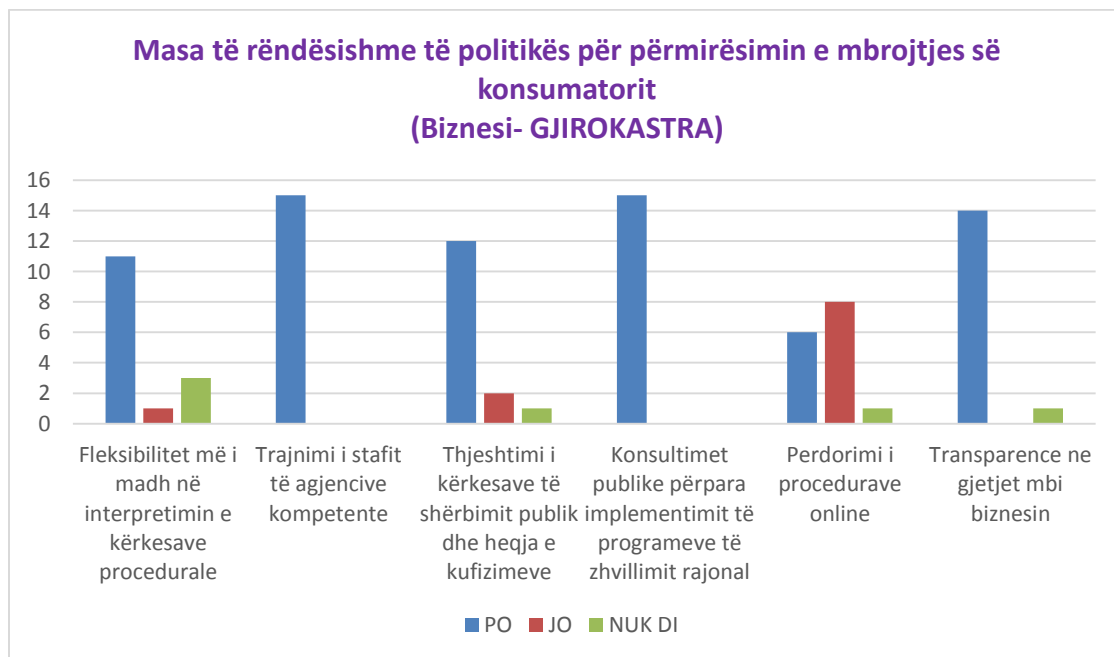
Të gjitha masat e radhitura në këtë pyetje kanë marrë një vlerësim të përgjithshëm pozitiv nga të intervistuarit e grupit të Institucioneve Publike ku tre vlerësimet më të larta (siç shihet edhe nga grafiku 5/a) janë për:

- **Trajnimin e stafit të agjencive kompetente** (91%), i ndjekur nga
- **Transparenca në gjetjet mbi biznesin** (83%) dhe

- **Konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal dhe Përdorimi i procedurave online (74%)**

Nga rezultatet, sipas grafikut 5/a, vihet re se kemi një pjesë të të intervistuarëve që masën **Fleksibilitet më i madh në interpretimin e kërkesave procedurale** e kanë vlerësuar me **57% PO, 13% JO dhe 30% Nuk di** dhe masën **Thjeshtimi i kërkesave të shërbimit publik dhe heqja e kufizimeve** janë përgjigjur me **57% PO, 30% JO dhe 13% Nuk di**

Pra, vihet re se një pjesë e mirë e të intervistuarëve (43% e tyre) ose nuk i preferojnë masat ose nuk kanë fare informacion për këto masa të rëndësishme. Për këtë arsye, mendojmë se, duhet punuar më shumë për dhënien e një informacioni më të gjerë për rëndësinë e këtyre procedurave si masa të rëndësishme për politikën e mbrojtjes së konsumatorit, në mënyrë që të përmirësojmë ndjeshëm situatën dhe për të reduktuar shifrat 30% dhe 13%.

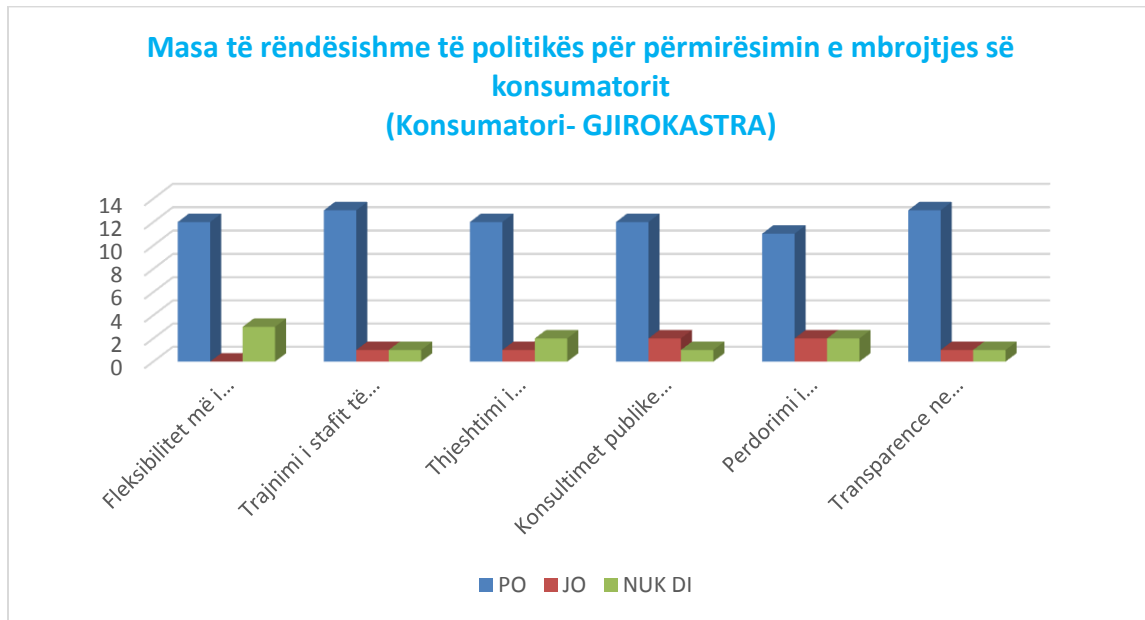


Graf. 5/b

Siç shihet dhe nga rezultatet e grafikut 5/b, Biznesi ka vlerësuar si masa më të rëndësishme:

- **Trajnimi i stafit të agjencive kompetente dhe Konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal (100% Po)**
- **Transparencë në gjetjet mbi biznesin (93% Po)**
- **Thjeshtimi i kërkesave të shërbimit publik dhe heqja e kufizimeve (80% Po)**
- **Fleksibilitet më i madh në interpretimin e kërkesave procedural dhe (73% Po)**

Vlerësimin më të ulët për nga rëndësia rezulton ta ketë vetëm “Përdorimi i procedurave online” me vlerësimin **40% PO, 53% JO, 7% Nuk e di**; - në këtë drejtim duhet punuar më shumë për të dhënë një informacion më të gjerë rreth kësaj mase dhe për rëndësinë e saj.

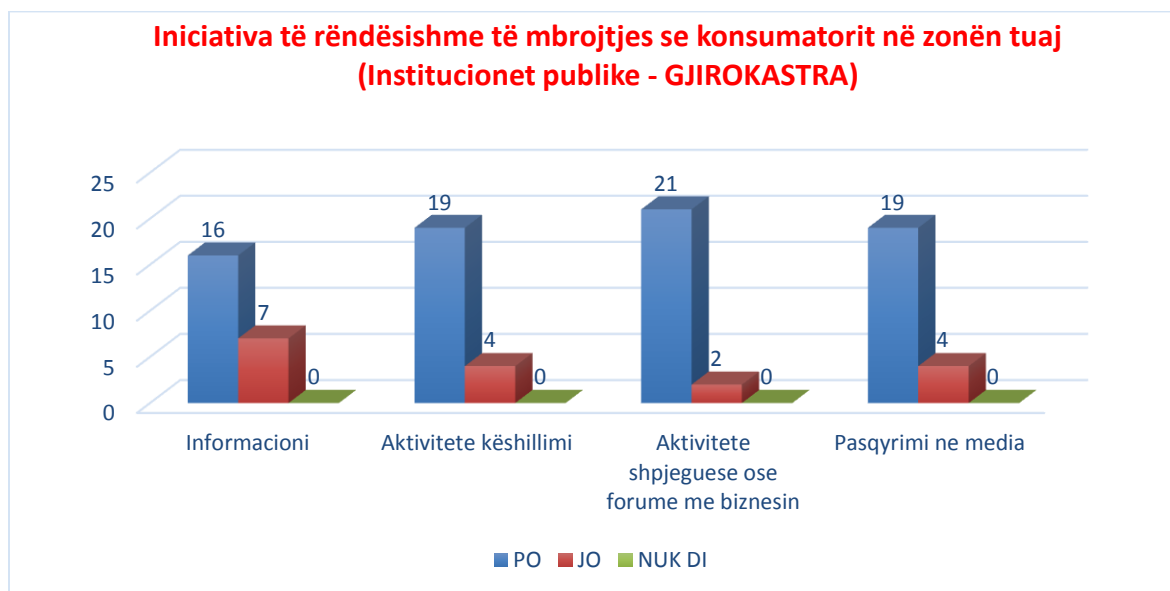


Graf. 5/c

Përgjithësisht vlerësimi i dhënë nga të gjithë të intervistuarit të grupit të Konsumatorit është pozitiv dhe përkatësisht (renditur sipas rradhës së vlerësimit):

- **Trajnimi i stafit të agjencive kompetente dhe Transparencë në gjetjet mbi biznesin - 87% Po**
- **(1) Fleksibilitet më i madh në interpretimin e kërkesave proceduriale, (2) Thjeshtimi i kërkesave të shërbimit publik dhe heqja e kufizimeve dhe (3) Konsultimet publike përpara implementimit të programeve të zhvillimit rajonal 80% Po**
- **Përdorimi i procedurave online - 65% Po**

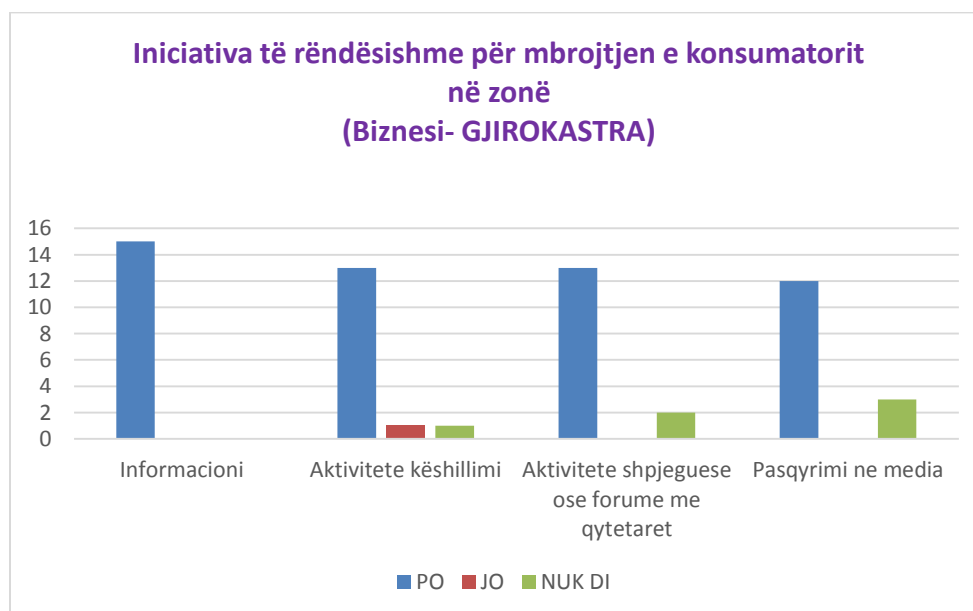
Në zgjedhjen e **iniciativave më të rëndësishme të mbrojtjes së konsumatorit në zonë (pyetja 4)** kemi përgjigjet e të trija grupeve të interesit si më poshtë (shiko grafikët në vazhdim):



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. **Aktivitetet shpjeguese ose forume me biznesin - 91%**
2. **Aktivitetet këshillimi dhe Pasqyrimi në media - 83%**
3. **Informacioni - 70%**



Graf. 6/b

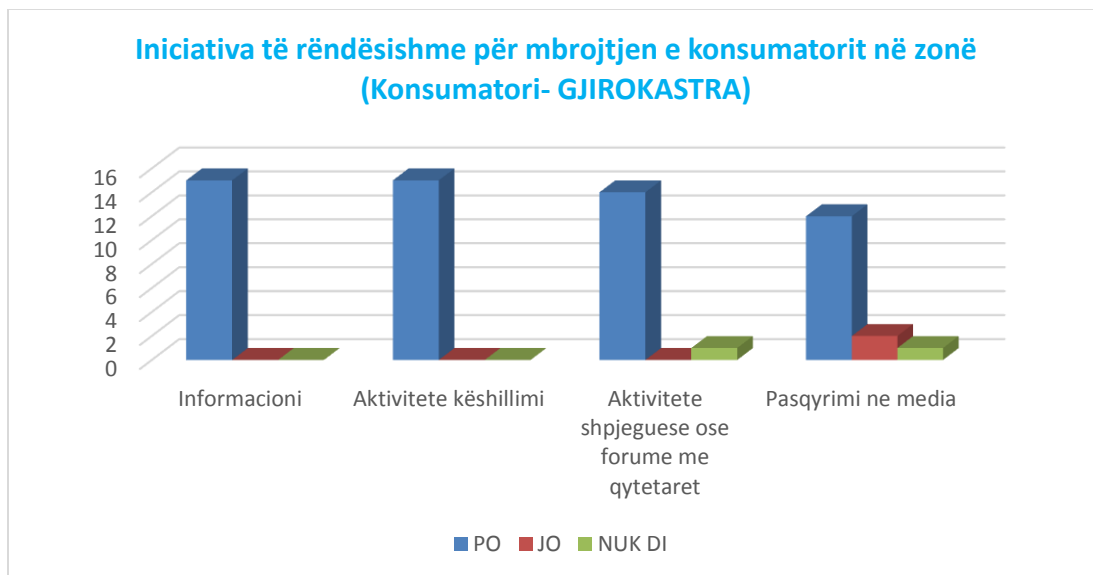
Të intervistuarit nga Biznesi ndërkohë kanë vlerësuar shumë pozitivisht të gjitha **iniciativat e rradhitura për nga rëndësia për mbrojtjen** e konsumatorit dhe përkatësisht:

1. Informacioni 100%

2. Aktivitete këshillimi dhe Aktivitete shpjeguese ose forume me qytetarët 87%

3. Pasqyrimi ne media 80%

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:

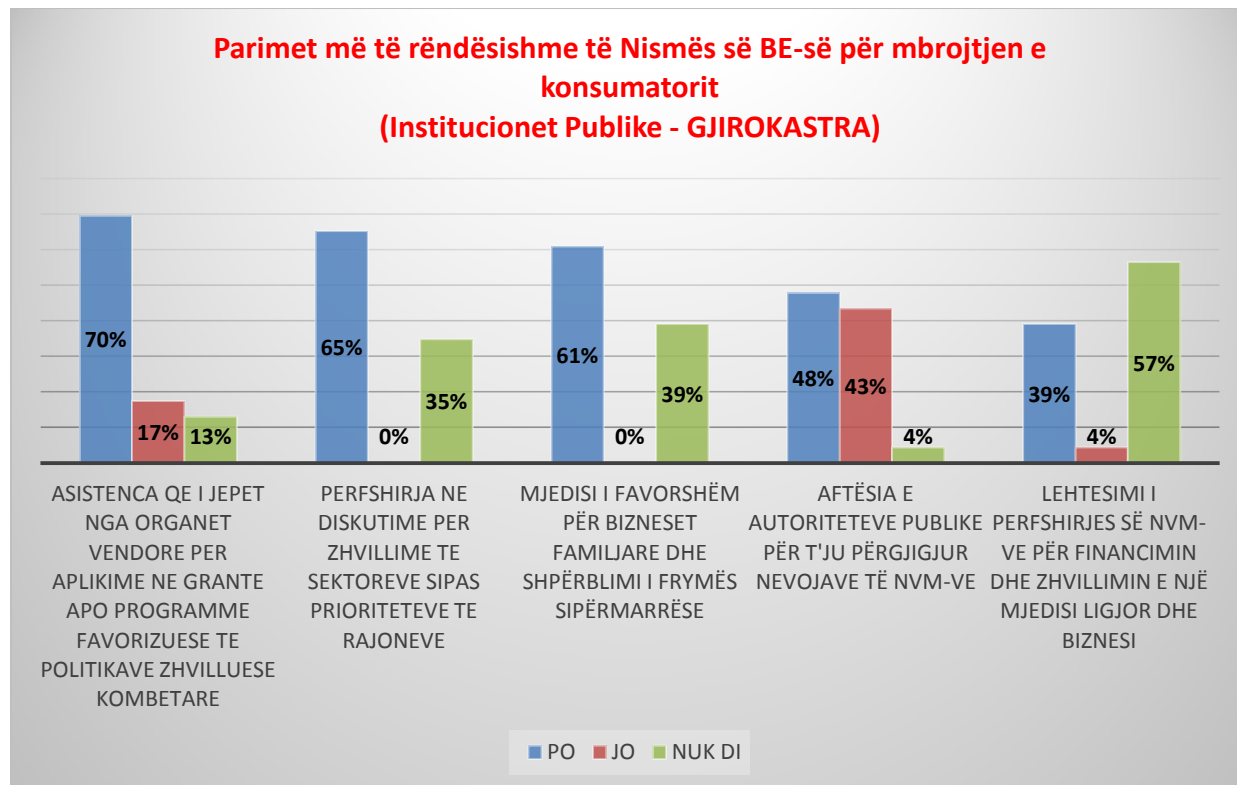
Informacioni 100%

Aktivitete këshillimi 100%

Aktivitete shpjeguese ose forume me qytetarët 93%

Pasqyrimi ne media 80%

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.



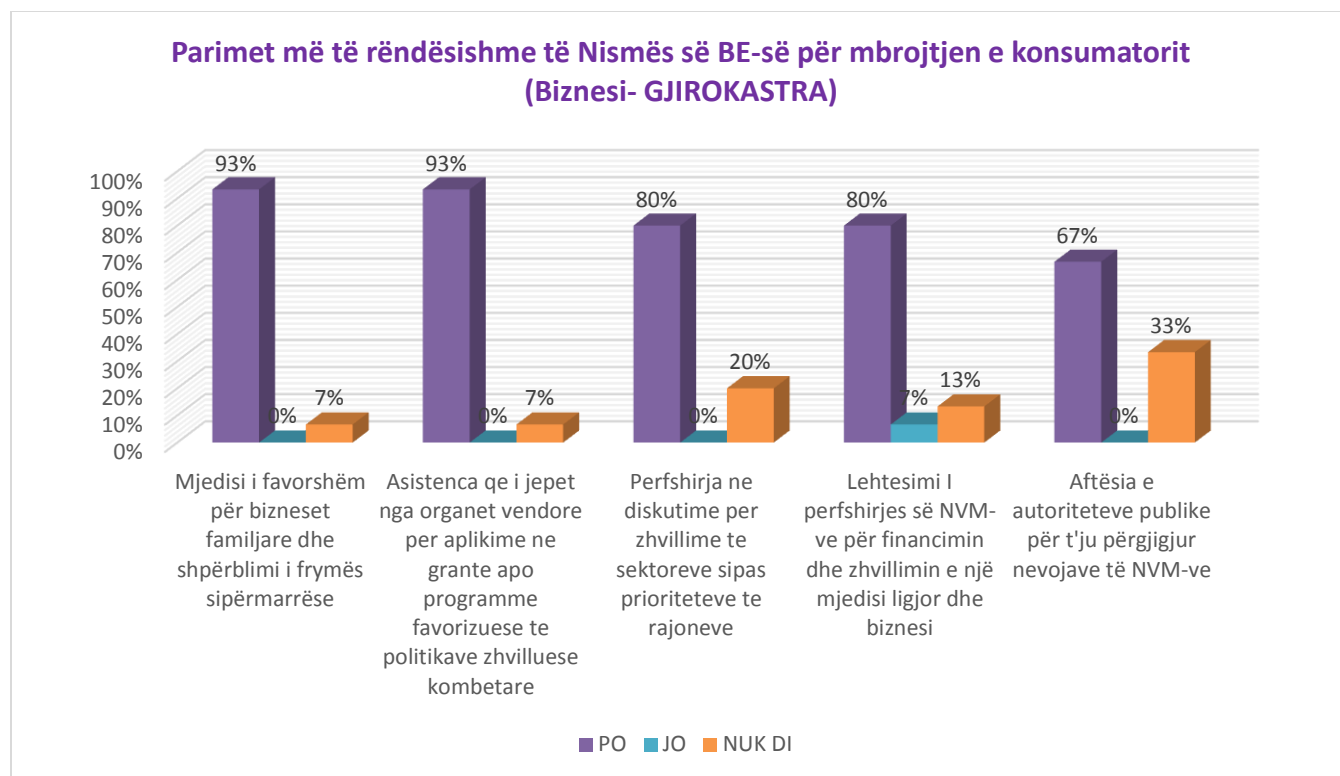
Graf. 7/a

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. **Asistenca që jepet nga organet vendore për aplikime në grante apo programe favorizuese të politikave zhvilluese kombëtare:** 70% Po, 17% Jo, 13% Nuk di
2. **Përfshirja në diskutime për zhvillime të sektorëve sipas prioriteteve të rajoneve:** 65% Po, 0% Jo, 35% Nuk di.
3. **Mjedisi i favorshëm për bizneset familjare dhe shpërblimi i frymës sipërmarrëse:** 61% Po, 0% Jo, 39% Nuk di
4. **Aftësia e autoriteteve publike për t'ju përgjigjur nevojave të NVM-ve:** 48% Po, 43% Jo, 4% Nuk di
5. **Lehtësimi i përfshirjes së NVM-ve për financimin dhe zhvillimin e një mjedisi ligjor dhe biznesi:** 39% Po, 4% Jo dhe 57% Nuk di

Rezultatet e dala janë përgjithësisht pozitive, megjithatë përsëri ka ende punë për të bërë, sidomos për të *reduktuar* 39%-57% 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 **Mjedisi i favorshëm për bizneset familjare dhe shpërblimi i frymës sipërmarrëse (39% Nuk di)** dhe **Lehtësimi i përfshirjes së NVM-ve për financimin dhe zhvillimin e një mjedisi ligjor dhe biznesi (57% Nuk di)**. Por edhe për reduktimin e rezultateve të tjera jo të kënaqshme të parimeve të tjera, të cilat edhe pse vlerësuar sit ë rëndësishme nga shumica e të intervistuarëve, ka përsëri një pjesë të tyre që nuk kanë informacionin e mjaftueshëm për të bërë një vlerësim pozitiv ose negativ (ref. grafikut më sipër).

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:

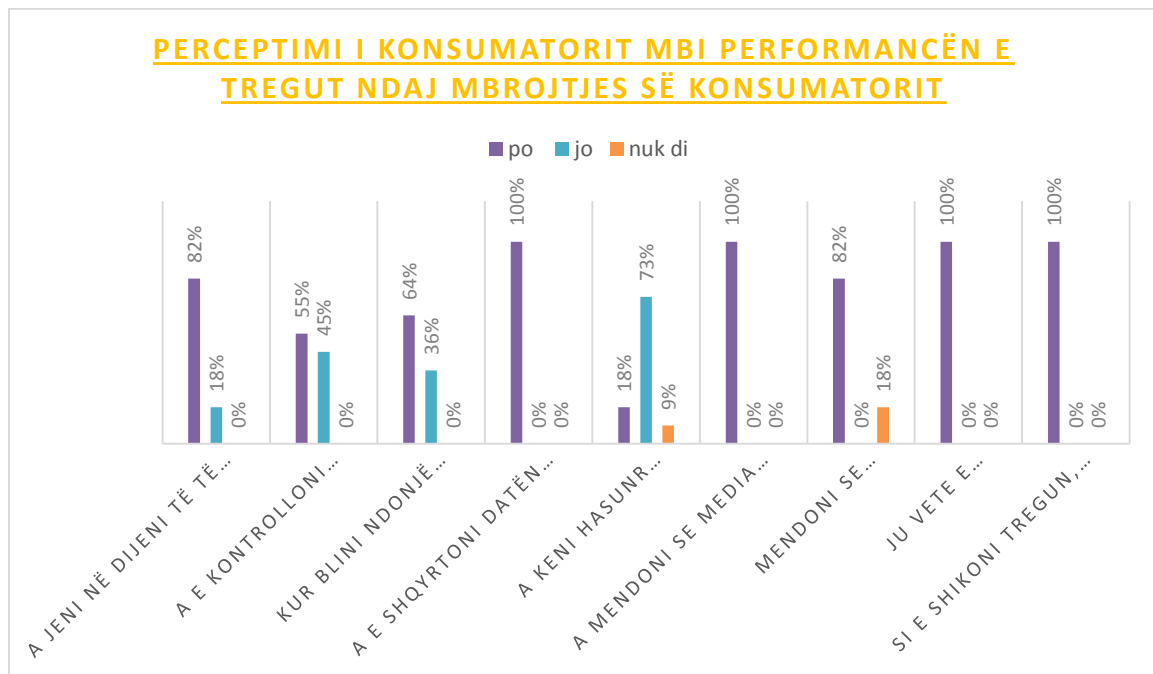
1. **Mjedisi i favorshëm për bizneset familjare dhe shpërblimi i frymës sipërmarrëse:** 93% PO, 0% JO, 7% Nuk di
2. **Asistenca që jepet nga organet vendore për aplikime në grante apo programe favorizuese të politikave zhvilluese kombëtare** – 93% PO, 0% JO, 7% Nuk di

3. **Përfshirja në diskutime për zhvillimin e sektoreve sipas prioriteteve të rajoneve** – vlerësuar me 80% PO, 0% JO, 20% Nuk di
4. **Lehtësimi i përfshirjes së NVM-ve për financimin dhe zhvillimin e një mjedisi ligjor dhe biznesi** - 80% PO, 7% JO, 13% Nuk di
5. **Aftësia e autoriteteve publike për t'ju përgjigjur nevojave të NVM-ve** - 67% PO, 0% JO, 33% Nuk di

Këto rezultate të dala janë përgjithësisht pozitive, megjithatë përsëri duke theksuar faktin që duhet bërë më shumë punë në këtë drejtim, sidomos për të *reduktuar shifrat e 20%-33%* 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.

Rezultat e intervistave në bashkinë GJIROKASTËR

Intervistat e zhvilluara në bashkinë Gjirokastrë 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 pozitive)

Vlerësimi mbi përgjegjësinë dhe ndërgjegjshmërinë e konsumatorit: Pozitiv

1. *A jeni në dijeni të të drejtave tuaja si konsumatorë?* **82% Po, 9% Jo**
2. *A e shqyrtoni datën e skadimit të artikujve që blini?* **100% Po, 0% Jo**
3. *Ju vete e kontrolloni një produkt përpara se ta blini?* **100% Po 0% Jo**

4. Kur blini ndonjë artikull, insistoni në një faturë? 64% Po, 36% Jo (*)
5. A e kontrolloni peshën e produkteve të përmendura në artikuj? 55% Po, 45% Jo (*)

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

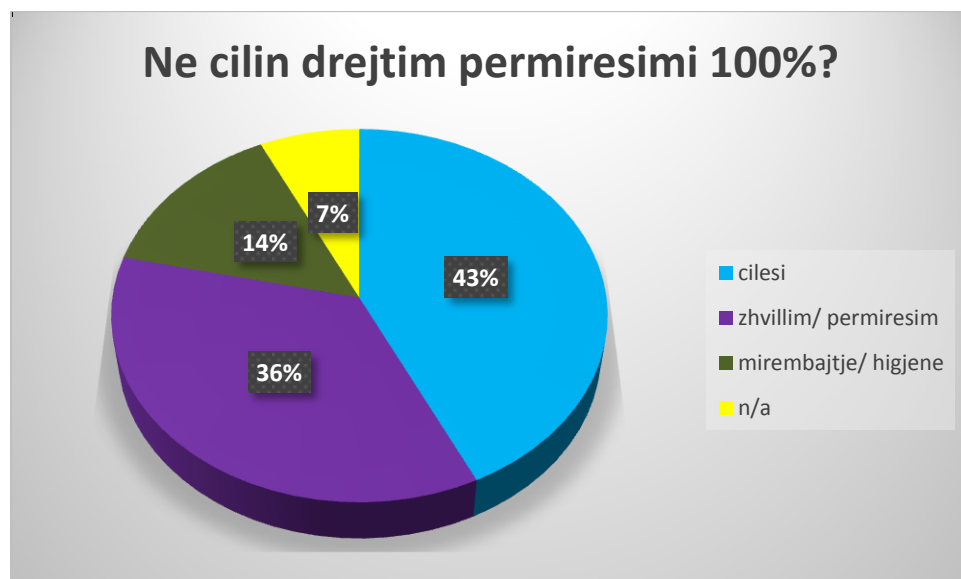
Vlerësimi ndaj institucioneve dhe mediave për rolin e tyre ndaj mbrojtjes së konsumatorit:

Pozitiv

1. A mendoni se media mund të luajë një rol të rëndësishëm në rritjen e ndërgjegjësimit të konsumatorit? **100% Po, 0% Jo**
2. Mendoni se institucionet po punojnë si duhet? **82% Po, 18% Jo**

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

1. A keni hasur ndonjëherë me produkte të falsifikuara apo të kopjuara? **18% Po, 73% Jo, 9% Nuk e di**
2. Si e shikoni tregun, në përmirësim? **100% Po, 0% Jo**
3. Nëse po ose jo, në ç'drejtim?



Banorët e intervistuar në këtë bashki kanë vlerësuar pozitivisht (100%) përmirësimin e tregut duke dhënë opinionet e tyre se në ç'drejtim kanë ndodhur këto përmirësime.

Përgatiti:

Vilma Kolpea

Eksperte Ekonomie

