



Republika e Kosovës
Republika Kosova-Republic of Kosovo
Qeveria-Vlada-Government
Ministria e Tregtisë dhe Industrisë
Ministarstvo Trgovine i Industrije-Ministry of Trade and Industry

PROGRAMI
PËR MBROJTJEN E KONSUMATORIT
2021 – 2025

PRISHTINË
2020

PËRMBAJTJA

HYRJE	4
Vizioni.....	4
Qëllimi dhe politikat.....	4
Kapitulli I.....	6
1.1. Historiku i të drejtave themelore të konsumatorit	6
1.2. Të drejtat dhe obligimet e konsumatorëve	7
Kapitulli II.....	12
2. PARIMET DHE ORIENTIMET E PROGRAMIT 2021-2025	12
2.1. Politika për mbrojtjen e konsumatorit në Kosovë	13
2.2. Baza ligjore për mbrojtjen e konsumatorit në Kosovë	14
Kapitulli III	20
3. KORNIZA INSTITUCIONALE, PËRGJEGJËSITË DHE PRIORITETET	20
3.1. Kuvendi, Qeveria dhe Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI).....	20
3.2. Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit.....	20
3.3. Strategjitë Qeveritare.....	21
3.4. Përgjegjësitë tjera institucionale	23
3.5. Adresimi i problemeve – Ankesat e konsumatorëve	24
3.6. Këshilli dhe Programi për Mbrojtjen e Konsumatorëve.....	25
3.7. Zbatimi i Programit për Mbrojtjen e Konsumatorit 2016-2020	26
3.8. Inspektoratet shtetërore dhe Rregullatorët e shërbimeve publike	30
3.9. Shoqatat për Mbrojtjen e Konsumatorëve	31
3.10. Organet e nivelit lokal.....	31
Kapitulli IV	32
4. SYNIMET E PROGRAMIT 2021 – 2025.....	32
4.1. Detyrat dhe fushat me prioritet në zbatimin e programit 2021 - 2025	34
4.2. Zhvillimi i kapaciteteve administrative – Ministria e Tregtisë dhe Industrisë	34
4.3. Zhvillimi i infrastrukturës legislative – Ministria e Tregtisë dhe Industrisë	37
4.4. Shërbimet e Energjisë – Zyra e Rregullatorit të energjisë (ZRRE)	43
4.5. Shërbimet e ujit – Autoriteti Rregullator për shërbimet e ujit (ARRU)	46

4.6.	Komunikimet Elektronike dhe Postare – Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare (ARKEP)	48
4.7.	Shërbimet financiare – Banka Qendrore e Kosovës (BQK).....	53
4.8.	Cilësia e produkteve ushqimore – Autoriteti i Ushqimit dhe Veterinarisë (AUV)	56
4.9.	Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve për Konsumatorë – Ministria e Drejtësisë	59
4.10.	Përkrahja nga bizneset – Oda Ekonomike e Kosovës.....	61
Kapitulli V		64
5.	NGRITJA E VETËDIJES SË KONSUMATORËVE	64
5.1.	Promovimi	65
5.2.	Prania <i>online</i> në internet	67
5.3.	Transmetimet & Gazetaria: TV, Radio dhe gazetat	71
5.4.	Organizimet reale	72
5.5.	Aktivitetet e përbashkëta me partnerët ndërkombëtarë	73
5.6.	Aktivitetet edukuese që synojnë konsumatorët e moshës së re	73
5.7.	Sondazhet publike.....	73
5.8.	Kurrikulat arsimore.....	76
Kapitulli i VI.....		77
6.	MBËSHTETJA DHE BASHKËPUNIMI ME SHOQATAT PËR MBROJTJEN E KONSUMATORIT	77
KONKLuzion		778
Aneks 1 – Sondazhi – Gjendja e mbrojtjes së konsumatorit 2020		79
Aneks 2 – Ligjet dhe aktet nenligjore në MTI – 2021-2025 2.....		103
Aneks 3 – Rekomandime nga projekti ‘FMG’ i BE-s		103

HYRJE

Vizioni, qëllimi dhe politikat e mbrojtjes së konsumatorit

Vizioni

Konsumatorë të fuqizuar, të sigurt dhe me besim në treg të ndershëm, të sigurt dhe konkurrues, ku ata mund të marrin pjesë në mënyrë aktive, duke ushtruar të drejtat dhe fuqinë e tyre të zgjedhjes së mirë-informuar.

Qëllimi dhe politikat

Programi për Mbrojtje të Konsumatorëve është dokument i rëndësishëm, i cili në qendër të tij vë konsumatorët, ndërsa si pikë reference Ligjin për Mbrojtjen e Konsumatorit.

Ky Program ka për qëllim fuqizimin e konsumatorit për rol aktiv në treg, që ushtron të drejtat dhe fuqinë e tij/saj të zgjedhjes së mirë-informuar në blerjen e mallrave dhe shërbimeve të pranuar.

Politikat e mirëfillta të hartuara dhe të zbatuara për mbrojtjen e konsumatorëve i mundësojnë atyre të bëjnë zgjedhje të mirë-informuara, duke ndikuar pozitivisht në krijimin e një konkurrence të ndershme dhe rritje të qëndrueshme. Programi synon që konsumatorët të fuqizohen dhe të luajnë rol aktiv në treg, gjë që kërkon forcimin e besimit të konsumatorëve në blerjen e mallrave dhe shërbimeve.

Ky Program synon rregullimin e shërbimeve në mënyrë efektive dhe transparente, në pajtim me praktikën e mira Evropiane, të cilat sigurojnë që ofruesit e shërbimeve të japin shërbime kualitative, të qëndrueshme dhe me çmime të përballueshme në tërë Kosovën, duke pasur parasysh ruajtjen e mjedisit dhe mbrojtjen e shëndetit publik.

Programi për Mbrojtje të Konsumatorëve ka si prioritet strategjitë ndërsektoriale, t'i fuqizojë konsumatorët në Republikën e Kosovës, të mbrojnë interesat ekonomike të konsumatorëve të çështjet e sigurisë, zgjedhjes, cilësisë, çmimit, larmisë, disponueshmërisë, etj., të ofrojë për konsumatorët mbikëqyrje bashkëkohore dhe transparencë të tregut, si dhe të mbrojnë konsumatorët efektivisht nga rreziqet dhe kërcënimet të cilët ata nuk mund t'i trajtojnë e zgjidhin në mënyrë individuale.

Fuqizimi i konsumatorëve nuk është vetëm një e drejtë, por ka të bëjë me krijimin e një mjedisi të përgjithshëm që i mundëson atyre të shfrytëzojnë këto të drejta dhe të përfitojnë prej tyre, që do të thotë krijim i një sistemi në të cilin ata mund të mbështeten dhe që u garanton sigurinë e mallrave dhe shërbimeve, por dhe mbrojtjen efektive të interesave të tyre ekonomike, kur këta vihen në rrezik.

Gjithashtu Programi ka për qëllim garantimin e qarkullimit të lirë të produkteve të sigurta në treg me të njëjtat kërkesa teknike me ato evropiane, që është bazë për çdo politikë të konsumatorëve dhe një nga liritë themelore të përcaktuara në Traktatin e Funksionimit të BE-së, si dhe një nga masat e parashikuara në këtë Program.

Ky Program do t'i kushtojë këtyre rëndësi të veçantë, pasi që nga njëra anë, globalizimi i zinxhirit të prodhimit e bën më të vështirë identifikimin e produkteve të pasigurta, ndërsa nga ana tjetër, krizat ekonomike mund të çojnë në fokusimin e konsumatorëve dhe bizneseve tek çmimet më të ulëta, me rrezikun që aspektet e sigurisë të humbin rëndësinë, duke rritur kështu hapësirën për produkte false dhe të pasigurta. Prandaj, duhet pasur parasysh hartimin dhe zbatimin efektiv të një kuadri të fortë ligjor, sepse rrit besimin e konsumatorëve në treg, gjë që sjell edhe rritjen e blerjeve, e që përfundimisht është motori i rigjenerimit të ekonomisë.

Hartimi dhe zbatimi i politikave për krijimin e një mjedisi të përgjithshëm ligjor dhe institucional, i cili i garanton konsumatorëve mbrojtjen e shëndetit, sigurisë dhe interesave ekonomikë, përmirësimin e edukimit, informimit dhe ndërgjegjësimin, mbështetjen për zbatim efektiv të të drejtave të tyre, me qëllim fuqizimin e konsumatorëve dhe rritjen e besimit të tyre për kryerjen e blerjeve të mallrave dhe shërbimeve në treg, duke e bërë tregun të punojë për të mirën e tyre.

Programi për Mbrojtjen e Konsumatorëve 2021-2025 është i një rëndësie të veçantë për Qeverinë e Kosovës, ngase përmes tij, MTI-ja synon avancimin e mbrojtjes së konsumatorëve, në raport me shëndetin publik, ambientin dhe tregun. Ky program përmban qëllimet strategjike dhe objektivat në sferën e mbrojtjes së konsumatorëve.

Programi ndërthen në vete edhe prioritetet si dhe masat adekuate, të cilat, në faza të caktuara të zbatimit të tij, duhet t'i ndërmarrë me përkushtim shoqëria kosovare me synim të zhvillimit të mëtejshëm dhe të avancimit të të arriturave, rrjedhimisht të sukseseve, në planin e sendërtimit të obligimeve kushtetuese dhe ligjore.

Në mënyrë që një vend sikurse Kosova të arrijë gatishmërinë të jetë pjesë e tregut të përbashkët të Bashkimit Evropian, duhen krijuar mekanizma që do të vërtetonin besimin e merituar nga konsumatorët në tregun e brendshëm, përmes rregullave të qarta dhe zbatimit të ligjit.

Në kuadër të Marrëveshjes së Stabilizim-Asocimit midis Kosovës dhe Bashkimit Evropian, një nga përgjegjësitë kryesore që duhen realizuar përgjatë këtij procesi është edhe përafrimi i legjislacionit kosovar me atë të BE-së (*Acquis communautaire*).

Qeveria e Republikës së Kosovës duhet të sigurojë bashkëpunim të vazhdueshëm dhe efektiv me Këshillin për Mbrojtjen e Konsumatorit, nëpërmjet përfshirjes së saj në aktivitetet trajnuese, në procesin e konsultimeve për hartimin e politikave kombëtare/strategjive, iniciativave ligjore, shkëmbimit të informacioneve, pjesëmarrjes reciproke në aktivitetet përkatëse, etj.

Kapitulli I

NJOFTIM I PËRGJITHSHËM

Dihet se sipas dispozitave të Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorëve, konsumator është çdo person fizik që blen dhe përdor mallra ose shërbime për plotësimin e nevojave të veta, si dhe jo për qëllime që janë të lidhura me veprimtari tregtare, apo rishitjen e atyre mallrave.

Mbrojtja e konsumatorëve, për çdo shtet a shoqëri të organizuar, jo vetëm që është një sferë dhe problematikë me rëndësi të veçantë, por edhe komponentë relevante me ndikim të përhershëm në ecuritë dhe kahet e zhvillimit ekonomik e shoqëror. Kështu, angazhimi i faktorëve kompetentë në avancimin e pozitës dhe të drejtave të konsumatorëve do të thotë jo vetëm shlyerje e një detyrimi ligjor dhe institucional, por edhe qytetërues dhe human.

Mbrojtja e konsumatorëve, së këndejmi, ka të bëjë me krijimin e një ambienti të sigurt, rrjedhimisht të një garancie shoqërore, se të gjithë produktet dhe artikujt që ata dëshirojnë t'i blejnë, për nevojat ekskluzive të tyre dhe të familjeve të tyre, janë cilësore dhe të sigurta.

Mbrojtja e konsumatorëve nënkupton edhe mbrojtjen e drejtë, të plotë, gjithëpërfshirëse dhe adekuate të të drejtave të konsumatorëve, si në sferën e arsimimit, edukimit, informimit, por edhe në sfera të tjera, si dhe nga shkaqe, ndikime, veprime mashtruese, substanca dhe faktorë të ndërlikuar, të cilët në përditshmërinë e konsumatorit, kanë potencial të rrezikojnë dhe dëmtojnë jetën, shëndetin, ambientin dhe familjen e tij.

Shkalla e zhvillimit të të drejtave të konsumatorëve parimisht është rrjedhojë dhe rezultat i një shkalle të caktuar në rrethana dhe ambient të caktuar të zhvillimit të gjithmbarshëm ekonomik dhe social të një vendi, që do të thotë është karakteristikë e vendeve të zhvilluara dhe demokratike.

1.1. Historiku i të drejtave themelore të konsumatorit

Kur bëhet fjalë me prodhimet komerciale të prodhuesit, respektivisht në raport me produktet me defekte/të dëmtuara apo reklamimeve mashtruese, mesi i shekullit njëzet, më konkretisht vitet e gjashtëdhjeta, dihet të kenë shënuar fillimin e hapave konkretë në procesin e mbrojtjes së konsumatorëve.

I gjithë procesi kishte filluar më 15 mars 1962, kur asokohe Presidenti i Shteteve të Bashkuara, John F. Kennedy, kishte mbajtur fjalimin në njërën prej seancave të Kongresit të Shteteve të Bashkuara, ku për herë të parë (nga ndonjë politikan i këtij niveli) lartësohen të drejtat themelore të konsumatorëve (bazë e ligjeve të mëvonshme kundruall të drejtave të konsumatorëve) në relacion me katër shtyllat bazë: të drejtën mbi sigurinë; të drejtën për t'u informuar; të drejtën për të zgjedhur; dhe të drejtën për të dëgjuar.

Më vonë, përmes Udhëzuesit për Mbrojtjen e Konsumatorëve, Kombet e Bashkuara vendosën t'i zgjerojnë këto të drejta themelore, duke ua shtuar edhe katër shtylla (e drejta për përmbushjen

e nevojave themelore; e drejta për kompensim; e drejta për edukim; si dhe e drejta për një ambient të shëndoshë), ku pas kësaj apo si rezultat, Konsumatori Ndërkombëtar (Federata ndërkombëtare e OJQ-ve), si autoriteti i vetëm i pavarur global për të drejtën e konsumatorit, vendosi t'i miratojë këto të drejta, si akt apo statut bazë kundruall të drejtës së konsumatorit, si dhe njëkohësisht, e shpalli 15 marsin (në shenjë respekti) si Ditën Ndërkombëtare për të Drejtën e Konsumatorit.

Mbrojtja e konsumatorëve paraqet një fushë jashtëzakonisht dinamike edhe në Bashkimin Evropian, që miraton shumë shpesh masa të reja, e kjo paraqet arsye të mjaftueshme për veprimin e përbashkët të të gjitha autoriteteve kombëtare (qeveritare dhe joqeveritare) në sferën e mbrojtjes së konsumatorëve.

I gjithë historiku i mbrojtjes së konsumatorit në BE fillon me nënshkrimin e Traktatit nga shtetet përfaqësuese për themelimin e Bashkimit Evropian, në Romë, në vitin 1957, ku si rrjedhojë, në fund të vitit 1973, miratohet edhe Karta Evropiane për Informimin dhe Mbrojtjen e Konsumatorëve, respektivisht të drejtat e tyre për: mbrojtjen nga rreziqet e jetës; mbrojtjen e shëndetit dhe pronës gjatë pranimit të produkteve/shërbimeve në treg; mbrojtjen juridike dhe mbështetjen shtetërore; informimin dhe edukimin; bashkimin në shoqata me qëllim të mbrojtjes së interesave të tyre; përfaqësimin në trupat vendimmarrëse mbi të drejtat dhe interesat e konsumatorëve.

Brenda këtyre parimeve, deri më sot Komuniteti Evropian ka arritur të krijojë legjislacion të pasur mbi mbrojtjen e konsumatorëve, gjithherë në pajtim me trendët zhvillimorë të kohës, rrethanat e krijuara, nevojat, kërkesat dhe interesat e konsumatorëve, si dhe gatishmërinë dhe pajtimin për progres nga shtetet anëtare të BE-së.

Pikërisht këto vite, pra vitet e shtatëdhjeta të shekullit të kaluar, njihen për shënimin e përparimit të dukshëm, ku përpos tjerash, politika për mbrojtjen e konsumatorëve zyrtarizohet si politikë e Bashkimit Evropian. Traktati i Amsterdamt (1979) vijimisht përcaktoi themelet e të drejtave elementare të mbrojtjes së konsumatorëve, si pjesë përbërëse e politikës të shteteve anëtare të BE-së.

Në një klimë të përgjithshme pozitive dhe kreative, veçanërisht në vendet e BE-së, mbrojtja e konsumatorëve pastaj avancohet dhe zhvillohet edhe në planin ndërkombëtar. Pikërisht duke u bazuar në këtë frymë dhe Rezolutën nr. 39/248, më datën 9.04.1985, Asambleja e Përgjithshme e Organizatës së Kombeve të Bashkuara dihet të ketë miratuar Udhëzimin mbi mbrojtjen e konsumatorëve, i cili u jep qeverive korniza dhe mundësi për hartimin dhe zbatimin e politikave dhe legjislacionit gjegjësisht për mbrojtjen e konsumatorëve.

1.2. Të drejtat dhe obligimet e konsumatorëve

Të drejtat e konsumatorit mund të kufizohen në raste të jashtëzakonshme, më qëllim të mbrojtjes së interesit dhe sigurisë të përgjithshme të shtetit, mjedisit jetësor dhe shëndetit njerëzor, por jo në atë mënyrë që konsumatorët i vë në pozitë të pabarabartë. Brenda këtij koncepti, parimet themelore mbi të cilat ndërtohen dhe zbatohen politikat për mbrojtjen e konsumatorëve në

Bashkimin Evropian, të drejtat themelore të konsumatorëve, gradualisht dhe me kalimin e kohës, kanë arritur shtrirje në kuadër të shumë platformave, sikurse:

1. E drejta për të mbrojtur jetën, shëndetin, mjedisin dhe interesat ekonomikë të konsumatorit;
2. E drejta për informim dhe edukim të konsumatorit;
3. E drejta për të përfaqësuar interesat e tyre;
4. E drejta e organizimit në shoqata të konsumatorit për të mbrojtur interesat e tyre;
5. E drejta për t'u ankuar;
6. E drejta e mbrojtjes ligjore;
7. E drejta për kompensim, në raste të caktuara edhe për dëmshpërblim;
8. E drejta për shfrytëzimin e shërbimeve publike;
9. E drejta për të marrë shërbime në gjuhën e kuptueshme për konsumatorin.

Në kontekst të këtyre të drejtave, më poshtë janë dhënë shpjegime se çfarë nënkuptojnë secila:

1. ***E drejta e interesave ekonomikë*** – konsiston nga “e drejta e zgjedhjes së lirë” dhe “e drejta për plotësimin e nevojave bazë”. Kështu fillimisht, “e drejta e zgjedhjes së lirë” midis ofertave të produkteve nënkupton që konsumatorit duhet t'i ofrohet apo të ketë shumëllojshmëri të opsioneve të ofruara nga kompani të ndryshme, nga të cilat ai mund të zgjedhë. Në këtë drejtim, Qeveria duhet të ndërmarrë shumë hapa për të siguruar disponueshmërinë e një mjedisi të shëndetshëm dhe të hapur për konkurrencë, nëpërmjet legjislacionit.
2. ***E drejta për plotësimin e nevojave bazë*** është arritur vetëm në vitin 1985, kur Kombet e Bashkuara, përmes një udhëzuesi të veçantë, i zgjeruan të drejtat, duke hartuar gjithsej tetë udhëzime për të drejtat themelore të konsumatorëve. Me këtë rast, e drejta e konsumatorëve kundruall interesave ekonomikë parasheh edhe plotësimin e nevojave bazë të konsumatorëve. Në përgjithësi, kjo e drejtë nënkupton që njerëzit duhet të kenë qasje në të mirat themelore/esenciale, mallra e shërbime, ushqim adekuat, veshje, strehim, kujdes shëndetësor, arsimim, shërbime publike, ujë e kanalizim.
3. ***E drejta e konsumatorëve në prodhime të sigurta*** – Për formalizmin e kësaj të drejte, kontributin kryesor atëbotë e kishte manifestuar Qeveria federale e Shteteve të Bashkuara, respektivisht Komisioni për Sigurinë Ushqimore të Konsumatorëve, organizatë me juridiksion mbi mijëra produkte komerciale, kompetencë kjo që mundëson përcaktimin e standardeve të performancës dhe kërkon testimin e produkteve dhe vënien e etiketave paralajmëruese. BE-ja ka nxjerrë ligje për të ndihmuar konsumatorët, për t'i siguruar ata që prodhimet e blera janë të sigurta. Siguria e ushqimit është e bazuar mbi parimin që duhet të përfshihet i gjithë zinxhiri, “zinxhiri ushqimor” për të garantuar sigurinë. Ligjet evropiane të sigurisë së ushqimit mes tjerash i parashohin edhe procedurat: se si fermerët duhet të prodhojnë ushqimin; si përpunohet ushqimi; çfarë ngjyrosje dhe aditivësh mund të përdoren në to; si dhe, si shitet ai ushqim si produkt i gatshëm për treg.
4. ***E drejta e konsumatorëve në prodhime të sigurta*** – përfshin edhe të drejtën për ambient të shëndoshë, gjë që paraqet mundësinë e zgjedhjes për të jetuar dhe punuar në një mjedis jo-kërcënues për mirëqenien, në kohën aktuale dhe për gjeneratat e ardhshme. Gjithsesi,

vlen të përmendet që vetëdijesimi i shoqërisë në raport me shpejtësinë, peshën dhe pasojat tjera negative kundruall degradimit të mjedisit nuk mund të thuhet se ka avancuar aq sa duhet përgjatë kohës së hartimit të marrëveshjeve për të garantuar adresimin e brengave mjedisore.

5. ***E drejta e ankesës*** – Kjo e drejtë paraqet mundësinë e konsumatorëve për të shprehur ankesat dhe shqetësimet e tyre rreth produkteve dhe shërbimeve, në atë mënyrë që çështja të trajtohet në mënyrë efikase dhe me përgjegjësi, në aspektin pozitiv. Njëkohësisht, ata duhet të jenë të përgatitur për t'u ballafaquar me palët që kanë ofruar produkte a shërbime për konsumatorët në kundërshtim me ligjin e zbatueshëm. Qytetari konsumator e kërkon të drejtën për t'u ankuar edhe përmes organizatave nacionale joqeveritare, agjenda e së cilave parasheh mbrojtjen e të drejtave dhe interesave të konsumatorëve.

Të drejtën për të parashtruar ankesë e ka çdo konsumator, i cili pretendon se të drejtat e tij janë shkelur nga prodhuesit, tregtarët apo ofruesit të tjerë të shërbimeve. Kjo e drejtë paraqet mundësinë e konsumatorëve për të shprehur pakënaqësitë dhe shqetësimet e tyre rreth produkteve dhe shërbimeve, në atë mënyrë që çështja të trajtohet në mënyrë efikase dhe me përgjegjësi, në aspektin pozitiv. Njëkohësisht, ata duhet të jenë të përgatitur për t'u ballafaquar me palët që kanë ofruar produkte a shërbime për konsumatorët në kundërshtim me ligjin e zbatueshëm.

6. ***E drejta e konsumatorëve për kompensim dhe qasje praktike*** – E drejta për korrigjim paraqet mundësinë e konsumatorëve për pretendim të drejtë ligjor dhe shqyrtim/zgjidhje të paanshme, duke përfshirë kompensimet për shtrembërim të ofertës, mallra të cilësisë së ulët apo shërbime të pakënaqshme.
7. ***E drejta e konsumatorëve për informim, arsimim/edukim dhe vetëdijesim*** – Informimi i konsumatorëve është jo vetëm modalitet relevant dhe një komponentë me ndikim në fushën e vetëdijesimit dhe edukimit të konsumatorëve, por edhe e drejtë themelore e tyre, të cilën, ndër të tjera, shteti është i obliguar me Kushtetutë dhe me ligje që t'ua sigurojë dhe garantojë. Informimi i mirë i konsumatorëve është jo vetëm në dobi të tyre, por edhe të mbarë shoqërisë. Informimi i drejtë dhe i vazhdueshëm, mbi të gjitha krijon një shkallë më të madhe të besimit si ndaj prodhuesit ose ofruesit të shërbimeve, pra tregut, po ashtu edhe ndaj shtetit dhe shoqërisë konsumuese.

Ekziston dallim i qartë midis edukimit-arsimimit dhe informimit të konsumatorëve. Derisa arsimimi ka të bëjë me procesin e arritjes së diturive dhe aftësive për t'i kuptuar dhe menaxhuar në mënyrë dhe nivel adekuat resurset konsumuese dhe për të ndërmarrë hapa përkatës, informimi ka të bëjë më të dhënat e produkteve të veçanta, që ndikojnë në vendimin për të blerë e konsumuar ose jo atë lloj produkti. Arsimimi dhe edukimi i konsumatorëve janë me peshë parësore dhe kritike për përdorimin efektiv të informimit të konsumatorëve, si komponentë relevante e mbrojtjes së tyre. Burimet relevante të informimit të konsumatorëve janë informatat parësore, aktuale dhe të nevojshme nga mediat; format e ndryshme të organizimit profesional, resortial, sindikal, literatura; kontaktet me institucionet, shoqërinë civile, këshillimore; seminarët, simpoziumet, konferencat, tryezat dhe tribunat. Në anën tjetër, edukimi dhe arsimi do të duhej të ishte

pjesë e mësimi që nga institucionet parashkollore e deri tek ato universitare dhe pasuniversitare. Edukata qytetare, me modul të veçantë/kurrikulë për të drejtat dhe kujdesin në mbrojtje të konsumatorëve, duhet të ofrohet në shkolla fillore dhe të mesme. Temat kryesore të këtij komponenti janë: Konceptet themelore të konsumit, konsumatorit dhe politikave të mbrojtjes së konsumatorëve; Roli i Qeverisë dhe institucioneve tjera kompetente në mbrojtjen e konsumatorëve; Të drejtat e konsumatorit si të drejta njerëzore; Roli dhe rëndësia e vetëdijes dhe përgjegjësisë sociale e morale kundrejt mbrojtjes dhe realizimit të të drejtave të konsumatorëve sipas legjislacionit etj.

8. ***E drejta e konsumatorëve për t'u dëgjuar dhe bashkuar/lobuar*** – Interesi i konsumatorit për t'u dëgjuar dhe bashkuar është interes gjithëshoqëror, me shtrirje, peshë dhe efekte pozitive shumëdimensionale për të mirën e vendit. Kjo e drejtë reflekton në vetëdijesimin e qytetarit konsumator, por edhe në partneritetin tij me shtetin. Konsumatorit nuk i takon vetëm të blejë dhe harxhojë, të jetë indiferent, sositës i rrjedhave, ecurive dhe proceseve zhvillimore. Ai duhet të jetë aktiv, kontribues, bashkëpunues në mbrojtjen e pozitës së tij.
9. ***Të drejtat tjera*** – Këtu ngërthehen të drejtat në relacion me ecuritë teknologjike apo bashkëkohore, që duhet të respektohen si e drejtë aktuale, si: E drejta në zgjedhje, dituri dhe diversitet kulturor; E drejta e parimit të “neutralitetit teknik” (që mbron të drejtat e konsumatorëve në ambientin digjital); E drejta në leverdi nga inovacionet teknologjike (nga teknologjitë e reja); E drejta në ndërveprueshmëri të përmbajtjes së mjeteve teknike (CD-të, etj.); E drejta e mbrojtjes së privatësisë, si dhe e drejta për të mos u inkriminuar.
10. ***Obligimet dhe përgjegjësitë e konsumatorit*** – Konsumatori nuk është i liruar nga obligimet dhe përgjegjësitë në këtë fushë. Nga ai kërkohet të jetë i vëmendshëm në vazhdimësi, se çfarë produktesh blen dhe konsumon për vete dhe për familjen e tij, si dhe të përcjellë ecuritë zhvillimore të ekonomisë së tregut. Nga konsumatori kërkohet të jetë i vetëdijesuar, informuar, arsimuar dhe i kujdesshëm, në mënyrë që të mos jetë viktimë e abuzimeve, rrezikimit të shëndetit ose formave të tjera të keqpërdorimeve të mundshme në treg.

Mbrojtja e konsumatorëve në vazhdimësi është e përcaktuar edhe në ligjet dhe praktikat më të mira të BE-së, të pasqyruara në dhjetë parimet e mbrojtjes së konsumatorit. Këto parime, në relacion me mbrojtjen e konsumatorëve, pasqyrojnë fundamentin burimor, i cili pastaj shndërrohet në akte juridike të BE-së, që faktikisht mbrojnë secilin qytetar të shteteve anëtare si konsumator, pa marrë parasysh se ku vepron, punon apo ndodhet ai/ajo. Parimet themelore për mbrojtjen e konsumatorëve të BE-së, paraqesin:

1. ***Blej çka të duash, ku të duash:*** ... përveç kur e ndalon ligji (p.sh., blerja e armëve, drogës...); ligjet e BE-së u japin të drejtë konsumatorëve që të blejnë pa u brengosur se me t'u kthyer në vendet e tyre do të duhen të paguajnë doganë apo TVSH shtesë.
2. ***Nëse nuk funksionon, ktheje mbrapa:*** Sipas ligjeve të BE-së, nëse një produkt i blerë nuk është në pajtim me marrëveshjen e bërë nga blerësi me shitësin në kohën e blerjes, ai mund të kthehet, për t'u riparuar apo zëvendësuar. Si alternativë, mund të kërkohet zbritja e çmimit, apo rimbursimi i tërësishëm i të hollave të blerësit. Kjo aplikohet edhe deri në dy vjet pasi të jetë pranuar produkti. Për gjashtë muajt e parë pas dorëzimit të produktit, barra

e dëshmisë bie mbi shitësin – jo mbi konsumatorin – në mënyrë që ai/ajo të dëshmojë se produkti i shitur ishte konform kontratës së shitjes.

3. **Standarde të larta të sigurisë për ushqimin dhe të mirat e konsumatorit:** Ligjet e BE-së parashohin ndihmesën dhe sigurinë e konsumatorëve kundruall prodhimeve të blera. Siguria e ushqimit bazohet mbi parimin e tërësisë së “zinxhirit ushqimor” që duhet të garantojë sigurinë (si prodhohet; përpunohet; çfarë ngjyrosje/aditivë mund t’i shtohen; si dhe si të shitet i gatshëm për treg). Ligjet e BE-së për sigurinë e mallrave të tjerë të konsumit (lodrat, kozmetika, pajimet elektrike etj.) gjithashtu parashohin rregulla të veçanta.
4. **Dini se çka hani:** Detajet e plota mbi përbërësit që përdoren në produktin ushqimor duhet të jepen në etiketë, së bashku me detajet tjera si p.sh., ngjyrosje, konservues, ëmbëlsues dhe aditivë të tjerë kimikë të përdorur. Në rast se një përbërës ka strukturë apo natyrë që konsumatorëve eventuale mund t’u shkaktojë p.sh., alergji, atëherë kjo duhet të shënohet në etiketën e po atij artikulli. Ligji i BE-së po ashtu iu mundëson konsumatorëve të dinë nëse ushqimi është i modifikuar gjenetikisht apo përmban në vete përbërës të këtij lloji.
5. **Kontratat duhet të jenë të favorshme për konsumatorin:** Ligjet e BE-së ndalojnë lloje të caktuara të kushteve të kontratave të pafavorshme për konsumatorin.
6. **Nganjëherë konsumatorët edhe mund të ndërrojnë mendjen:** Ligji i BE-së mbron edhe nga shitjet abuzive në prag ose derë më derë, si dhe blerjen përmes internetit. Ekziston parimi i përgjithshëm se kontrata e tillë mund të anulohet brenda shtatë ditësh pune, me përjashtim të kontratave të sigurimeve apo blerjeve me çmime tejet të ulëta.
7. **Lehtësimi i krahasimit të çmimeve:** Ligji i BE-së kërkon nga supermarketet që t’u japin (konsumatorëve) çmimin e njësisë së mallit.
8. **Konsumatorët nuk duhet të çorientohen:** Reklamimi që i çorienton apo mashtron konsumatorët është i ndaluar sipas legjislacionit të BE-së. Kompanitë huadhënëse apo ato që japin kartela kreditore, sipas ligjit të BE-së, duhet të japin detajet e plota me shkrim për çfarëdo marrëveshjeje kredie të aranzhuar (përfshijë informata mbi interesin, kohëzgjatjen e marrëveshjes dhe formën e anulimit).
9. **Mbrojtja gjatë kohës kur jeni në pushime:** Sipas ligjeve të BE-së, operuesit e paketave duhet të kenë aranzhime të gatshme që t’i kthejnë klientët në shtëpitë e tyre, në rast se ata bankrotojnë gjatë kohës kur klientët janë në pushime. Ato po ashtu duhet të ofrojnë kompensim, në rast se pushimet nuk janë në përputhje me atë që është premtuar në broshurën e marketingut.
10. **Kompensimet efektive për mosmarrëveshjet përtej kufirit:** Konsumatorët duhet të kenë të drejtë të kërkojnë kushte e oferta më të mira kudo në Evropë. Rrjeti Evropian i Qendrës së Konsumatorëve është një rrjet panevropian që promovon besimin e konsumatorëve përmes këshillave për qytetarët, të drejtat e tyre në BE dhe që i ndihmon ata të zgjidhin mosmarrëveshjet eventuale.

Kapitulli II

2. PARIMET DHE ORIENTIMET E PROGRAMIT 2021-2025

Parimet themelore mbi të cilat ndërtohen dhe zbatohen politikat për mbrojtjen e konsumatorëve në Bashkimin Evropian, janë bazë kryesore orientuese e programit 2021-2025 për mbrojtjen e konsumatorëve. Bashkimi Evropian, si organizatë rajonale e avancuar, veçanërisht si treg i lirë dhe ndër tregjet më të mëdha në botë, duke pasur në konsideratë serioze dinamikën zhvillimore ekonomike brenda dhe jashtë strukturës së saj, mbrojtjes së konsumatorëve i ka kushtuar vëmendje parësore.

Në këtë drejtim kjo organizatë ka krijuar dhe proklamuar edhe parimet e veçanta, mbi të cilat, nëpërmjet akteve të ndryshme juridike, duke përfshirë edhe dhjetëra direktiva, realizohet e gjithnjë e më tepër avancohet niveli dhe cilësia e mbrojtjes së konsumatorëve evropianë. Gjithsesi duhet theksuar këtu domosdoshmëria që institucionet kosovare t'i përvetësojnë këto parime, ndërsa dispozitat e nevojshme të direktivave të Bashkimit Evropian, ndërkohë, t'i inkorporojë brenda ligjeve tona ashtu që duke i plotësuar kriteret e nevojshme dhe duke arritur standardet bashkëkohore, humane dhe demokratike, të arrijmë që si shtet sa më parë të bëhemi anëtar i Bashkimit Evropian.

Në radhë të parë, kjo është në të mirën dhe leverdinë e qytetarëve tanë, por edhe për shkak të synimeve dhe përpjekjeve tona serioze dhe të vazhdueshme për integritet evropian dhe euroatlantike. Parimet dhe orientimet e programit 2021-2025, në përputhje me parimet dhe orientimet themelore mbi të cilat ndërtohen dhe zbatohen politikat për mbrojtjen e konsumatorëve në Bashkimin Evropian, janë:

1. ***Parimi i prioritetit:*** nënkupton përparësinë e pakontestueshme të të drejtës së konsumatorit. Nevojat, kërkesat dhe interesat e tij duhen trajtuar e zgjidhur me prioritet nga autoritetet zbatuese të politikave, për faktin që kemi të bëjmë me çështjet më vitale të popullsisë së vendit.
2. ***Parimi i bashkëpunimit, koordinimit, përgjegjësisë dhe llogaridhënies:*** nënkupton përfshirjen, angazhimin, bashkëpunimin dhe koordinimin e përhershëm dhe shumëdimensional të të gjithë faktorëve dhe subjekteve që merren me problematikën e konsumatorëve.
3. ***Parimi i mbikëqyrjes efikase dhe efektive:*** nënkupton kontrollin e vazhdueshëm cilësor, profesional dhe institucional.
4. ***Parimi i gjithëpërfshirjes:*** nënkupton angazhimin, koordinimin dhe bashkëpunimin e gjithë faktorëve dhe autorëve ligjërish kompetentë, por edhe të atyre që duke pasur motiv, vullnet dhe interes, marrin pjesë aktive në avancimin e sferës së mbrojtjes së konsumatorit. Ato subjekte janë: organizmat institucionalë qendrorë dhe lokalë, shoqatat dhe asociacionet e biznesit, ato të shoqërisë civile që merren me mbrojtjen e konsumatorëve, etj.

5. **Parimi i parandalimit:** Ky parim realizohet përmes masave të përgjithshme dhe të veçanta parandaluese nga ana e organeve kompetente për zbatimin e politikave të mbrojtjes së konsumatorëve. Parimi në fjalë ka për qëllim që përmes rrugëve ligjore, masave efikase dhe të përhershme, të parandalojë rrezikimin e shëndetit dhe jetës së konsumatorëve. Kontrollimi i mallrave dhe shërbimeve duhet të jetë i organizuar dhe i planifikuar mirë dhe në kohën e duhur për arsye të parandalimit të rrezikut të jetës, shëndetit dhe të mirëqenies sociale të konsumatorëve, të ruajtjes së një tregu korrekt, të ekuilibruar dhe prosperues, por edhe të ruajtjes së natyrës dhe ambientit të pastër, që është i garantuar edhe me Kushtetutë.

2.1. Politika për mbrojtjen e konsumatorit në Kosovë

Përpos parimeve themelore të mbrojtjes së konsumatorëve të Bashkimit Evropian, ky program mbështetet gjithashtu mbi bazën kushtetuese dhe ligjore; obligimet e shtetit; obligimet dhe përgjegjësitë e prodhuesve, tregtarëve dhe ofruesve të tjerë të shërbimeve; si dhe aktivitetet e shoqërisë civile në mbrojtjen e konsumatorëve.

Shteti dhe institucionet e Kosovës janë të obliguara me Kushtetutë dhe me ligje që të kujdesen për sendërtimin e plotë të të drejtave të konsumatorit. Në këtë kontekst, mbrojtja e konsumatorëve paraqet edhe kategori kushtetuese, në kuptimin që Kushtetuta e Republikës së Kosovës, me dispozitat e paragrafit 3 dhe 7 të nenit 119, në mënyrë precize dhe shprehimisht garanton mbrojtjen e konsumatorit.

Të gjitha politikat e përmendura në këtë program, në një formë apo shkallë tjetër i ngarkojnë dhe obligojnë ministritë, agjencitë, organet dhe institucionet tjera që në tërësi t'i zbatojnë dispozitat ligjore, të cilat kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit.

Është imperativ i vazhdueshëm, detyrë dhe përgjegjësi e institucioneve kosovare që të bëjnë më tepër në ndryshimin e gjendjes dhe përshpejtimin e zhvillimit sa më cilësor dhe përmbajtësor të mbrojtjes së konsumatorit në të ardhmen. Këto përpjekje dhe aktivitete, në mënyrë shumë-dimensionale dhe të koordinuara me të gjithë autorët dhe faktorët kompetentë dhe me interes, duhet të bëhen në vazhdimësi, si dhe të ndërmerren masa avancuese në përputhje të plotë me prioritetet dhe dinamikën e prezantuar më poshtë në këtë program.

Shteti dhe institucionet kompetente të tij kanë po aq obligim që t'i mbrojnë edhe prodhuesit, tregtarët dhe ofruesit e shërbimeve, ku kjo detyrë institucionale e organeve dhe organizmave shtetërorë më tepër ka të bëjë me subjektet të cilat me produktet e tyre, sjelljet e mira dhe kualitetin e shërbimeve të ofruara në mënyrë korrekte kryejnë obligimet ligjore, si ndaj shtetit, ashtu edhe ndaj konsumatorëve. Kështu pastaj, prodhuesit, tregtarët dhe ofruesit e shërbimeve, krahas strukturave institucionale, kanë dhe duhet të kenë vëmendjen, kujdesin, respektin dhe përgjegjësinë ndaj konsumatorëve.

Është i veçantë dhe me peshë roli, aktivitetet dhe rëndësia e subjekteve të ndryshme të shoqërisë civile në sferën e mbrojtjes së konsumatorit. Aktualisht, zëri i shoqatave të konsumatorëve në Kosovë ende nuk është në nivelin që qytetarët e saj do të dëshironin ta dëgjonin. Kjo do të thotë se asociacionet civile nuk janë organizuar dhe as strukturuar sa e si duhet deri tani

në Kosovë. Meqë Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit mundëson zgjerimin e rrjetit të shoqatave të ndryshme për mbrojtjen e konsumatorit, do të jetë e nevojshme që shoqëria civile, në të ardhmen edhe përmes programit, respektivisht nëpërmjet bartësve të zbatimit të tij në praktikë, të ndihmohet me projekte të ndryshme dhe në forma e modalitete të tjera, për t'u organizuar më mirë dhe për të funksionuar në një mënyrë shumë më aktive në fushën e mbrojtjes së konsumatorit.

Bazuar në të gjithë indikatorët dhe sondazhet relevante, në vrojtimit dhe konstatimet, respektivisht përvojat disavjeçare të inspektorateve në terren, mediave elektronike dhe të shkruara, si dhe të vetë qytetarëve dhe shoqërisë civile në përgjithësi, mbrojtja e konsumatorëve kërkon aktivitete dhe përkushtim të shtuar.

2.2. Baza ligjore për mbrojtjen e konsumatorit në Kosovë

Në të kaluarën, nga aspekti i mbrojtjes së konsumatorëve, Kosova ka përvojë modeste. Pas vitit 1999, gradualisht ka filluar aktiviteti legjislativ i institucioneve kosovare, së bashku me ato ndërkombëtare, në hartimin e normave dhe rregullimin e materies së mbrojtjes së konsumatorëve. Përndryshe, kjo fushë tejet e rëndësishme për çdo qytetar të Kosovës aktualisht rregullohet me më shumë se 30 ligje (përfshirë akte tjera nënligjore). Aktet ligjore me të cilat normohet kjo materie do të elaborohen më detajisht në shtrirjen vijuese të këtij programi.

Rregullimi i fushës ligjore të mbrojtjes së konsumatorit në Kosovë në raport me shkëmbimet tregtare ka filluar vetëm në vitin 2004, respektivisht nën qeverisjen e përkohshme të UNMIK-ut, përmes Ligjit 2004/17 për Mbrojtjen e Konsumatorit, duke u bazuar mbi:

1. Rregulloren nr. 2001/9, të datës 15 maj 2001, për Kornizën Kushtetuese mbi Vetëqeverisjen e Përkohshme në Kosovë (Kreu 5.1 (ç), 5.7, 9.1, 9.3.3, 11.2),
2. Rregulloren nr. 1999/1, të datës 25 qershor 1999, mbi autorizimet e Misionit të Përkohshëm të OKB-së në Kosovë, të plotësuar me Rregulloren e UNMIK-ut nr. 1999/24, të datës 12 dhjetor 1999, mbi Ligjin e aplikueshëm në Kosovë, me qëllim të mbrojtjes së konsumatorit në tregun e lirë në Kosovë.

Plotësim-ndryshimi i Ligjit 2004/17 është bërë në vitin 2009 (Ligji nr. 03/L-131), në kohën kur mbrojtja e konsumatorit ishte ende zyrë/pjesë e Departamentit të Tregtisë në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë. Qëllimi kryesor i këtij ndryshimi ishte themelimi i Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit.

Me ndryshimet e mëtejme të Ligjit 2004/17, përmes Ligjit 04/L-121 përgjatë vitit 2012, dihet të jenë paraparë një sërë plotësimesh, posaçërisht në raport me detyrimet e shitësit, prodhuesit dhe furnizuesit, respektivisht, ligji aktual prek fusha të reja konkrete krahas të drejtës së konsumatorit, sikurse: shitja në aksion, zbritja e çmimeve, shitja në tregje të hapura dhe mallrave me defekte; shërbimeve publike; pagesat; kontratat; shërbimet financiare; kushtet e padrejta; praktikat tregtare; reklamimet; shitblerja përmes internetit; informimi dhe edukimi; zgjidhja e mosmarrëveshjeve dhe mbrojtja kolektive.

Po ta vështrojmë dhe analizojmë gjendjen e mbrojtjes së konsumatorit nga aspekti i infrastrukturës legjislative, duke pasur parasysh të gjitha dimensionet, edhe kohën relativisht të

shkurtër dhe rrethanat tejet të vështira të transicionit dhe konsolidimit, mund të konstatojmë se kjo infrastrukturë ka shërbyer si një bazë e mirë për avancimin e mëtejshëm të gjendjes së mbrojtjes së pozitës dhe të drejtave kushtetuese dhe ligjore të qytetarit kosovar, rrjedhimisht të konsumatorit, përmes ligjit aktual në fuqi 06/L-034 të miratuar në vitin 2018.

Ligji aktual në fuqi (06/L-034) rregullon edhe më tutje këtë fushë krahas dy shtyllave kryesore, sikurse harmonizimin me legjislacionin aktual të BE-së, si dhe ligjeve nacionale që ndërlidhen me mbrojtjen e konsumatorit, posaçërisht me atë të Inspektoratit të Tregut, përkatësisht në raport me trajtimin e ankesave. Plotësimet tjera të rëndësishme në Ligjin 06/L-034 ndërlidhen me Këshillin për Mbrojtjen e Konsumatorit, siç vijon: shtimi i anëtarëve të Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit nga fusha të ndryshme të institucioneve publike dhe ekspertët e pavarur nga shoqëria civile; takimet e Këshillit parashihen në baza dymujore, ndërsa raportimi i Këshillit bëhet në baza vjetore.

Harmonizimi me legjislacionin aktual të BE-së, ndër tjera, prioritet kryesor ka pasur të gjitha direktivat (aktuale) të cilat rregullojnë fushën e mbrojtjes së konsumatorit në BE në relacion me relacionet tregtare, si dhe mbi të cilat bazohet Ligji aktual për Mbrojtjen e Konsumatorit, sikurse:

1. 97/7/EC për mbrojtjen e konsumatorëve lidhur me kontratat në distancë;
2. 98/6/EC për mbrojtjen e konsumatorit në tregues të çmimeve të produkteve të ofruara për konsumatorë;
3. 98/27/EC për Urdhëresat për mbrojtjen e interesave të konsumatorëve;
4. 1999/44/EC për disa Aspekte të veçanta lidhur me shitjen e mallrave të konsumit dhe garancive shoqëruese;
5. 2002/65/EC për Marketingun në distancë të shërbimeve ndaj konsumatorit;
6. 2005/29/EC për Praktikën e padrejta komerciale të biznesit ndaj konsumatorit në tregun e brendshëm;
7. 2006/114/EC për Reklamat mashtruese dhe krahasuese;
8. 2008/48/EC për Marrëveshjet kreditore për konsumatorët;
9. 1999/34/EC, për Përafrimin e ligjeve, rregulloreve dhe dispozitave administrative të Shteteve Anëtare lidhur me detyrimet për produkte të dëmtuara;
10. 2011/83-EU ‘Direktiva për të Drejtat e Konsumatorit’.

Përmes Ligjit për marrëdhëniet e detyrimeve (Ministria e Drejtësisë), si dhe Ligjit për Turizëm dhe Shërbime Turistike (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë), mbulohen edhe dy Direktiva të tjera të BE-së të cilat rregullojnë fushën e mbrojtjes së konsumatorit në raport me relacionet tregtare (kontratën dhe garancinë), konkretisht:

1. Direktiva mbi përgjegjësinë për produktet e dëmtuara – 85/374/ECC
2. Direktiva mbi paketat turistike (udhëtimet, pushimet dhe tureve) – 90/314/ECC

Me tutje, infrastruktura e cilësisë në lidhje me mbrojtjen e konsumatorit në Kosovë përbëhet nga një sërë ligjesh të cilat ndërlidhen direkt apo indirekt me zbatimin e Ligjit nr. 06/L-034 (2012) për Mbrojtjen e Konsumatorit, sikurse:

1. Ligji për Kërkesa Teknike dhe Vlerësim të Konformitetit;
2. Ligji për Standardizimin;
3. Ligji për Metrologji;
4. Ligji për Tregtinë e Brendshme;

5. Ligji për Tregti me Jashtë;
6. Ligji për Sigurinë e Përgjithshme të Produkteve;
7. Ligji për Turizëm;
8. Ligji për Inspektoratin dhe Mbikëqyrjen e Tregut;
9. Ligji për Inspektoratin Shëndetësor;
10. Ligji për Inspektimin Sanitar;
11. Ligji për Inspektimin e Arsimit;
12. Ligji për Inspektoratin e Produkteve të Ndërtimit;
13. Ligji për Inspektoratin e Mjedisit;
14. Ligji për Ushqimin;
15. Ligji për Administratën Tatimore dhe Procedurat;
16. Ligji për Sigurinë dhe Shëndetin në Punë;
17. Ligji për Parandalimin dhe Luftimin e Sëmundjeve Ngjitëse;
18. Ligji për Mbrojtjen e Mjedisit;
19. Ligji për Bankën Qendrore të Kosovës;
20. Ligji për Komisionin e Pavarur të Mediave dhe Transmetimit;
21. Ligji për Kontrollin e Duhanit;
22. Ligji për Parandalimin dhe Kontrollin e Integruar të Ndotjes;
23. Ligji për Arsimin në Komunat e Republikës së Kosovës;
24. Ligji për Transportin Rrugor;
25. Ligji për Aviacionin Civil;
26. Ligji për Rregullatorin e Energjisë;
27. Ligji për Komunikimet Elektronike;
28. Ligji për Rregullatorin për Ujësjetellës dhe Mbeturina;
29. Ligji për Arbitrazhin; etj.

Zgjedhja Alternative e Mosmarrveshjeve (ZAM)

Kur kemi të bëjmë në përgjithësi me infrastrukturën legjislative aktuale në Kosovë, duhet të përmendet fakti se është kryer një punë mjaft e madhe në adresimin e zbatimit të plotë të të drejtave të konsumatorëve. Por, vlen të ceket se në Kosovë ende nuk ka të zhvilluar sistem të plotë të njohur si “Zgjidhje Alternative të Mosmarrëveshjeve” (ZAM) në lidhje me mbrojtjen e konsumatorit, që do ishte në përputhje me rekomandimet ekzistuese të Komisionit Evropian.

ZAM ofron alternativë më të shpejtë dhe më të lirë kundrejt sistemit gjyqësor, në rastet kur mosmarrëveshjet nuk mundën të zgjidhen drejtpërdrejt ndërmjet konsumatorit dhe biznesit, apo nëpërmjet procedurës administrative (inspektorateve kompetente). Disponueshmëria e ZAM konsiderohet se do të forconte edhe më shumë besimin dhe mbrojtjen e konsumatorit.

ZAM merr përsipër zgjidhjen e mosmarrëveshjeve pa iu nënshtuar procedurës gjyqësore, sikurse përmes arbitrazhit, ndërmjetësimit ose negocimit. Procedurat e ZAM-së janë zakonisht më pak të kushtueshme dhe më të shpejta. Ato po përdoren gjithnjë e më shumë në mosmarrëveshjet që përndryshe do të rezultonin në çështje gjyqësore, përfshirë mosmarrëveshjet për dëmtime personale.

Një nga arsyet kryesore që palët mund të preferojnë procedurat ZAM është sepse, ndryshe nga rastet kontestimore nëpër Gjykata, procedurat e ZAM-së shpesh janë më bashkëpunuese dhe i mundësojnë palëve të kuptojnë pozicionet e njëra-tjetrës. ZAM gjithashtu i mundëson palëve të dalin me zgjidhje më kreative, të cilën gjykata mund të mos ketë mundësi juridike ta vendosë.

Qëllimi është që përmes ZAM të arrihet një nivel më i lartë i mbrojtjes së konsumatorit, e kështu të kontribuohet edhe në funksionimin e mirëfilltë të tregut të brendshëm, duke siguruar që konsumatorët mundën, në baza vullnetare, të paraqesin ankesa kundër tregtarëve tek subjektet që janë të paanshme, njëherësh ofrojnë pavarësi, procedura alternative, transparente, efektive, të shpejta dhe të drejta për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve. Ky koncept nuk paragjykon legjislacionin kombëtar që e bën të detyrueshëm pjesëmarrjen në procedura të tilla, me kusht që legjislacioni i tillë të mos i pengojnë palët nga ushtrimi i të drejtave të tyre të qasjes në sistemin gjyqësor.

Përkundër faktit se deri me tani, Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve midis konsumatorëve dhe tregtarëve nuk është praktikuar ndonjëherë në Kosovë, procesi i ndërmjetësimitka një traditë më të gjatë në Kosovë, pasi është praktikuar gjatë historisë në të drejtën zakonore. Dallimi kryesor është tek roli i ndërmjetësuesit, i cili tradicionalisht ka pasur autoritet mbi palët, ndërsa ndërmjetësit janë ndjekur nga palët.

Ndryshe nga ai tradicional, ndërmjetësimi modern është i përqendruar për të rregulluar të ardhmen midis palëve, e jo të kaluarën, e cila mund të trajtohet vetëm në nivelin që shërben për të rregulluar të ardhmen. Kështu, ndërmjetësimi modern në Kosovë rregullohet me Ligjin për ndërmjetësim nr. 03/L-057, i cili përcakton kufijtë themelorë të procedurave të ndërmjetësimit në Kosovë. Udhëzimet kryesore të Ligjit përcaktojnë ndërmjetësimin si mekanizëm zyrtar të zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve në Kosovë, ku njëherësh përcaktohet edhe organi i nivelit të vendit që është përgjegjës për të monitoruar zhvillimin dhe rregullimin e funksionimit të duhur të ndërmjetësimit (Komitetin e Ndërmjetësimit).

Procesi zyrtar i ndërmjetësimit të këtillë në Kosovë lejohet të zbatohet vetëm nga ndërmjetësuesit e certifikuar, emrat e të cilëve figurojnë në faqen zyrtare të Ministrisë së Drejtësisë. Ndërmjetësuesve kombëtarë, përmes aktit nënligjor, u lejohet trajnimi nga organizata donatore ndërkombëtare si USAID, UNDP dhe një grup i OJQ-ve të pranishme në shkallë vendi që janë aktivë në fushën e ndërmjetësimit. Ndërmjetësuesit pas trajnimit certifikohen nga Komiteti Kombëtar i Ndërmjetësimit.

Praktikisht, ndërmjetësimi brenda kornizës aktuale ligjore në Kosovë ka filluar nga viti 2011, konkretisht kur përmes disa akteve nënligjore që rregullojnë fushën dhe sigurohet një mbështetje më e lartë e organizatave ndërkombëtare, apo më konkretisht kur USAID, UNDP dhe Qendra e Berlinit për Ndërmjetësim Integrues financuan hapjen e qendrave të ndërmjetësimit në shtatë qendra në Kosovë, përkatësisht Prishtinë, Prizren, Pejë, Gjakovë, Gjiilan, Ferizaj dhe Mitrovicë. Në të njëjtën kohë, ata ofruan trajnime me ekspertë të jashtëm të cilët çuan në certifikimin e ndërmjetësuesve në Kosovë. USAID mbështeste qendrat e ndërmjetësimit në Pejë, Gjiilan dhe Prizren; UNDP në Prishtinë, Ferizaj dhe Gjiilan; Ndërsa CSSP në Mitrovicë.

Ndërmjetësit marrin tarifa për aktivitetet e tyre, që paguhën nga palët kur vullnetarisht drejtohen në ndërmjetësim, ndërsa, kur çështjet referohen nga gjykatat dhe prokurorët, tarifat e

ndërmjetësuesve mbulohen nga këto institucione. Përpos kësaj, në Prishtinë ekziston edhe një organ koordinues i ndërmjetësimit që koordinon punën e përgjithshme të të gjitha qendrave rajonale të ndërmjetësimit në Kosovë. Rastet që trajtohen nga kjo strukturë e organizatës janë të natyrave të ndryshme dhe referohen nga gjykatat, prokuroria ose kur palët drejtohen në këto qendra.

Institucion tjetër aktiv në fushën e ndërmjetësimit është OJQ ‘Partnerët e Kosovës’ (qendër për menaxhimin e konflikteve), me përvojë të gjatë në ndërmjetësim. Shërbimet kanë të bëjnë me ndërmjetësime familjare, pronë, biznes, gjakmarrje apo mosmarrëveshjeve të tjera. Qendra parasheh një tarifë të vogël për ndërmjetësimin profesional të mosmarrëveshjeve. Kjo organizatë pjesërisht përfshihet në proceset jozyrtare (joformale) të ndërmjetësimit midis palëve. Partnerët Kosova është anëtar i Rrjetit të Partnerëve për Ndryshim Demokratik dhe gjithashtu anëtar i Forumit të Ndërmjetësimit të Evropës Juglindore, njëherë Qendër e Ndërmjetësimit e Licencuar Ndërkombëtarisht në Kosovë.

Arbitrazhi, në kuadër të zgjidhjeve alternative të mosmarrëveshjeve në Kosovë, është prapë i mbështetur kryesisht nga USAID. Dy institucione arbitrazhi në kuadër të Odave Ekonomike janë mbështetur nga USAID: Tribunali i Përhershëm i Arbitrazhit të Kosovës (në kuadër të Odës Ekonomike të Kosovës) dhe Qendra e Arbitrazhit që është operative në kuadër të Qendrës për Zgjedhjen Alternative të Kontesteve (në kuadër të Odës Ekonomike Amerikanë).

Të dyja këto institucione merren me çështjet tregtare, kur palët drejtohen vullnetarisht tek ata, ose përmes palëve kur në klauzola kontrate, ata vendosin qendrat e arbitrazhit si institucione për zgjidhjen e ndonjë mosmarrëveshje të mundshme në të ardhmen. Asnjë qendër tjetër zyrtare e arbitrazhit nuk dihet aktualisht të operojë në Kosovë. Është për t’u potencuar se brenda këtyre institucioneve, shërbejnë edhe arbitra të huaj e ndërkombëtarë, si dhe që këto qendra të arbitrazhit kanë marrëveshje me shtete të ndryshme dhe organizata ndërkombëtare. Palët që përdorin shërbimet e këtyre qendrave paguajnë tarifa të caktuara për seancë arbitrazhi, si dhe varen nga vlerësimi monetar i mosmarrëveshjeve midis palëve.

Nëse bëjmë një vlerësim të arbitrazhit në Kosovë, mund të shohim se ai ka një histori të aplikimit dhe se ka evoluar me kalimin e kohës, ndërsa si institucion është krijuar pas vitit 2008. Arsyeja kryesore për këtë thuhet të jetë vetëdija e ulët e palëve për arbitrazhin dhe iniciativa e ulët e gjykatave për t’i referuar arbitrazhit një numër më të madh çështjesh, kjo përkundër faktit se shumica e çështjeve të arbitrazhit të dëshmuara nga Ministria e Drejtësisë referohen nga gjykatat dhe prokurorët. Prandaj niveli i referimeve konsiderohet të jetë i ulët, duke pasur parasysh faktin se sistemi gjyqësor i Kosovës dhe gjykatat janë të mbingarkuara me çështje.

Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit) është organi përgjegjës për hartimin e kornizës ligjore për fushën e zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve për Konsumatorë, duke u bazuar në prioritetet e Qeverisë së Kosovës, respektivisht Programit të Miratuar Qeveritar për Mbrojtjen e Konsumatorit (2016-2020), si dhe qëllimit për t’i adresuar problemet praktike që shfaqen, njëherësh duke ofruar zgjidhje të thjeshtë, të shpejtë dhe me kosto të ulët jashtë gjykatës për mosmarrëveshjet midis konsumatorëve dhe tregtarëve.

Me datë 07 Shtator 2020, me numër të protokollit 5974, Sekretari i Përgjithshëm i MTI-së formoi grupin punues për hartimin e draftit fillestar të Koncept-Dokumentit në Fushën e Zgjidhjeve Alternative për Konsumatorë. Ky koncept-dokument është përfshirë edhe në listën e Koncept Dokumenteve për vitin 2020.

Qëllimi i këtij Koncept-Dokumenti ishte që të propozojë opsionin më adekuat për të adresuar problemin kryesor të identifikuar nga grupi punues, problem ky që krijon vështirësi në funksionimin e lirë të tregut dhe mbrojtjen e konsumatorit. Përmes transpozimit të Direktivës 2013/11 EU (Direktiva për ZAM të konsumatorëve), si dhe Rregullores (EU) Nr. 524/2013 (Rregullore për konsumatorët në Shkëmbime Elektronike), qëllimi përfundimtar është të arrihet një nivel më i lartë i mbrojtjes së konsumatorit, njëherësh të kontribuohet në funksionimin e mirëfilltë të tregut të brendshëm, duke siguruar që konsumatorët të mundën, në baza vullnetare, të paraqesin ankesa kundër tregtarëve tek subjektet që ofrojnë pavarësi, paanshmëri, procedura alternative, transparente, efektive, të shpejta dhe të drejta për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve.

Harmonizimi i kësaj direktive dhe rregulloreje të BE-së nuk paragjykon legjislacionin vendor, që e bën të detyrueshëm pjesëmarrjen në procedura të tilla, me kusht që legjislacioni i tillë të mos i pengojë palët nga ushtrimi i të drejtës së tyre të qasjes në sistemin gjyqësor.

Duke u mbështetur mbi konstatimin e nxjerrë nga autoritetet kompetente të Ministrisë së Drejtësisë përgjatë vitit 2020 (konkretisht gjatë procesit të hartimit të koncept-dokumentit për ZAM), është vendosur që kjo kompetencë, pra nxjerja e akteve normative në lidhje me ZAM, i përket Ministrisë së Drejtësisë.

Kapitulli III

3. KORNIZA INSTITUCIONALE, PËRGJEGJËSITË DHE PRIORITETET

3.1. Kuvendi, Qeveria dhe Ministria e Tregtisë dhe Industrisë (MTI)

Në bazë të Kushtetutës së Republikës së Kosovës, Kuvendi është institucion ligjvënës, i zgjedhur drejtpërdrejt nga populli. Kuvendi njëherësh mbikëqyr punën e Qeverisë dhe të institucioneve tjera publike, të cilat në bazë të Kushtetutës dhe ligjeve i raportojnë Kuvendit.

Ministria e Tregtisë dhe Industrisë është organi kompetent i Qeverisë së Kosovës që rregullon organizimin dhe funksionimin e strukturës përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorëve. Ministria e Tregtisë dhe Industrisë ka hartuar Rregulloren nr. 29/2012, për organizimin e brendshëm dhe sistematizimin e vendeve të punës të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, me të cilën është themeluar Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorëve. Ndër synimet kryesore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë në krijimin e politikave të mirëfillta për mbrojtjen e konsumatorit janë:

- Hartimi i programeve, respektivisht strategjive për mbrojtjen e konsumatorit, ku si rezultat, se fundmi është hartuar edhe Programi për mbrojtjen e konsumatorit 2016-2020.
- Përafrimi i legjislacionit vendor me atë evropian, duke filluar nga Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit, pastaj edhe ligjeve të tjera që në një mënyrë apo tjetër rregullojnë fushën e mbrojtjes së konsumatorit;
- Ngritja e vetëdijesimit të konsumatorëve në lidhje me të drejtat e tyre;
- Krijimi i një kuadri administrativ efikas në bashkëpunim me shoqatat për mbrojtjen e konsumatorëve, për adresimin e çështjeve të ndryshme që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit, siç janë, pranimi i ankesave, adresimi i tyre dhe këshillimi i konsumatorëve.

3.2. Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit

Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorëve, nën ombrellën e Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, bart përgjegjësinë e koordinimit të punëve mes palëve të interesit, brenda kryesisht katër fushave/përgjegjësi kryesore:

- Koordinimin e politikave përmes Këshillit dhe respektivisht “Programit për Mbrojtjen e Konsumatorëve”;
- Hartimi dhe zbatimi i legjislacionit primar dhe sekondar nga fusha e mbrojtjes së konsumatorëve;
- Fushata informuese për vetëdijesim të konsumatorëve mbi të drejtat e tyre
- Administrimi i ankesave, si trup koordinues midis konsumatorit dhe trupave zbatuese të Ligjeve përkatëse për mbrojtjen e konsumatorit (inspektorateve kompetente).

Referuar Rregullores 09/2012 (Për riorganizimin dhe sistemimin e vendeve të punës në MTI), respektivisht Ligjit aktual për Mbrojtjen e Konsumatorit 06/L-34, bartës kryesor për hartimin e politikave dhe legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit në Kosovë është Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit në kuadër të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, respektivisht, duke

iu referuar kryesisht rekomandimeve që dalin nga ‘Programi i Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit’, ku pretendohet të përfshihen të gjitha rekomandimet nga palët e interesit.

3.3. Strategjitë Qeveritare

Qëllimi kryesor i politikës për mbrojtjen e konsumatorit nga Qeveria e Kosovës është përmirësimi i gjendjes në fushën e mbrojtjes së konsumatorit, si parakusht për funksionimin e lirë të tregut, mbrojtjen e konsumatorit dhe mundësimin e konkurrencës së drejtë. Përmes avancimit të kornizës ligjore, synohet të arrihet përputhshmëri më e lartë me standardet dhe praktikën e Bashkimit Evropian. Kjo politikë kontribuon në përmbushjen e prioritetëve të reformave ekonomike dhe institucionale që burojnë nga dokumentet strategjike, përkatësisht ndërlidhja me dokumente relevante, sikurse:

DPSA (Dialogu i Procesit të Stabilizim-Asociimit – Mars 2012) – Gjatë viteve të fundit, marrëdhëniet mes Republikës së Kosovës dhe Bashkimit Evropian kanë përparuar vazhdimisht, siç pasqyrohet në Dialogun e Rregullt të Procesit të Stabilizim-Asociimit (DPSA), që funksionon që nga viti 2005, si dhe synon realizimin e perspektivës së vendit për anëtarësim në BE. Rekomandimet (sfidat) nga Komisioni Evropian, referuar raportit të fundit (Mars 2015), DPSA për Departamentin e Mbrojtjes së Konsumatorit, mes tjerash, ka përcaktuar edhe të hartohet Programi për Mbrojtjen e të drejtave të Konsumatorit për periudhën 2021-2025 (K4-2020).

MSA (Marrëveshja e Stabilizim-Asociimit) – Në formën e vet si vazhdim i DPSA-së, MSA-ja reflekton finalizimin e suksesshëm të negociatave mes Kosovës dhe BE-së përmes kësaj marrëveshje të finalizuar në maj të vitit 2014, respektivisht korrik 2014, me parafimin e saj nga ana e Kryenegociatorëve. Ratifikimi i MSA-së nga ana e institucioneve të BE-së dhe përmbajtja/nënshkrimi nga ana e autoriteteve të Kosovës dhe BE-së është kryer në vitin 2015. Referuar kësaj marrëveshje, në mënyrë të drejtpërdrejtë apo tërthorazi, me këtë rast po përmendim:

Neni 1 i marrëveshjes – fillimisht duke u nisur nga vetë synimet e përgjithshme të marrëveshjes. Pastaj, në mënyrë ma specifike edhe në kreun IV të marrëveshjes (‘Përafrimi i ligjit të Kosovës me Acquis të BE-së, Zbatimi i Ligjit dhe Rregullave të Konkurrencës’), konkretisht pastaj nenin 81, ku shprehimisht ceket mbrojtja e konsumatorit, mbështetur në parimet vijuese: politika për mbrojtjen aktive të konsumatorëve, në përputhje me të drejtën e BE-së, duke përfshirë rritjen e informimit dhe zhvillimit të organizatave të pavarura në Kosovë; harmonizimin e legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorit në Kosovë me atë ekzistues në BE; mbrojtjes efikase ligjore për konsumatorët në mënyrë që të përmirësohet cilësia e mallrave të konsumit dhe ruajtjen e standardeve të duhura të sigurisë; monitorimin e rregullave nga autoritetet kompetente dhe siguri i qasjes së kompensimit përkatës ligjor në rastet e mosmarrëveshjeve; shkëmbimi i informatave mbi produktet e rrezikshme.

Plani Kombëtar për harmonizimin e Acquis – Zbatimi i MSA-së kërkon reforma më gjithëpërfshirëse të sistemit ekonomik dhe politik në Republikën e Kosovës. Këto reforma dhe harmonizimi i legjislacionit vendas me Acquis të BE-së do të kërkojnë angazhimin e të gjitha institucioneve në Kosovë. Procesi i përmbushjes së detyrimeve për përshtatje me kushtet për anëtarësim apo asociim do të jetë që nga fillimi i lidhur me procesin e rregullimit të sistemit të

përgjithshëm kundrejt kritereve për anëtarësim të plotë. Për të arritur këtë objektiv, është e nevojshme të zhvillohet një kornizë e përgjithshme strategjike kombëtare për integrimin në BE, për të arritur gradualisht përafrimin me BE-në në të gjitha nivelet. Në këtë aspekt, Qeveria e Kosovës ka përgatitur Programin Kombëtar të Republikës së Kosovës për Aproximin e Acquis të Bashkimit Evropian (PKAA). Fushëveprimi i tij parashihet të jetë shumë më i gjerë sesa dokumentet aktuale strategjike qeveritare deri më tani. PKAA parashihet si dokument i gjerë gjithëpërfshirës dhe udhëzues i Qeverisë së Republikës së Kosovës në procesin e saj të anëtarësimit evropian, duke filluar nga zbatimi i MSA-së, e duke vazhduar me qëllimin për të aplikuar për statusin e vendit kandidat, e deri tek anëtarësimi përfundimtar i vendit në BE. PKAA në vete përmban edhe një kapitull të veçantë që lidhet me aspektin e mbrojtjes së konsumatorit, më konkretisht, kapitulli 28: Mbrojtja e Konsumatorit dhe Shëndetit. Me datën 23.07.2015, u mbajt takimi i radhës për hartimin e PKAA-së, ku me këtë rast u shpалosën objektivat në raport me miratimin e Acquis të BE-së për të drejtat e konsumatorit, pra plotësimi i legjislacionit kosovar në përputhje me Direktivat Evropiane lidhur me mbrojtjen e konsumatorëve.

Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit – Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit, i cili ka kaluar procesin e miratimit (periudha 2016 – 2020), ka paraparë implementimin efektiv të legjislacionit, respektivisht transpozimin e të gjitha direktivave evropiane që kanë të bëjnë me Mbrojtjen e Konsumatorit.

Tabela: Objektivat relevante të Qeverisë për Mbrojtjen e Konsumatorit

Qëllimi i politikës	Emri i dokumentit përkatës të planifikimit (burimi)
Strategjik - Zhvillimi i mëtejshëm i Mbrojtjes së Konsumatorit dhe Infrastrukturës së Cilësisë	<i>Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit (2016 – 2020)</i> <i>MSA, PKAA, PVPQ, PKZMSA</i> <i>Strategjia për Zhvillimin e Sektorit Privat 2019-2021</i>
Specifik - Përafrimi i legjislacionit të Kosovës me atë të BE-së në fushën e Mbrojtjes së Konsumatorit.	<i>Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit 2016 -2020</i> <i>MSA, PKAA, PVPQ, PKZMSA</i>
Specifik - Ngritja e kapaciteteve në fushën e Mbrojtjes së Konsumatorit.	<i>Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit 2016 -2020</i> <i>MSA, PKAA, PVPQ, PKZMSA</i>
Specifik – Ngritja e vetëdijes për Mbrojtjen e Konsumatorit dhe infrastrukturën e cilësisë.	<i>Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit (2016 – 2020)</i> <i>MSA, PKAA, PVPQ, PKZMSA</i> <i>Strategjia për Zhvillimin e Sektorit Privat 2019-2021</i>

3.4. Përgjegjësitë tjera institucionale

Përpos hartimit të politikave dhe krijimit të bazës ligjore, përgjegjësitë e tjera institucionale, veç tjerash, janë si vijon:

1. **Informimi dhe edukimi i konsumatorëve** – Në kuadër të aktiviteteve për informim dhe edukim të konsumatorëve, dihet të jenë ndërmarrë aksione të ndryshme (kryesisht në vazhden e aktiviteteve nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit), qoftë përmes fushatave për vetëdijesim, po ashtu përmes komunikimit publik. Gjithsesi, duke pasur parasysh të gjitha angazhimet dhe aktivitetet, shumë prej tyre sikurse janë paraqitur në vijim, pretendohet që në të ardhmen koordinimi mes institucioneve të jetë më i fortë, në mënyrë që mbrojtja e konsumatorit të zhvillohet paralelisht në të gjitha sferat e mundshme.
2. **Aktivitet e informimit dhe edukimit** – Nëse merret parasysh mbrojtja e konsumatorëve si një fushë shumëdisiplinare që përfshin një gamë të gjerë të fushave, atëherë mund të konstatojmë se numri i aktiviteteve të kryera në këtë drejtim ka mundur të jetë më i lartë. Gjithsesi, kur kemi të bëjmë me fushën e informimit, Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorëve dihet të jetë angazhuar në një mori aktivitetsesh, sikurse janë:
 - Organizimi i rregullt vjetor i Javës së Konsumatorit, gjithëherë në bashkëpunim me organet tjera relevante që ndërlidhen me mbrojtjen e konsumatorit, siç janë; Inspektoratet Shtetërore; Autoriteti Rregullator për Komunikime Elektronike dhe Postare (ARKEP); Zyra e Rregullatorit për Energji, Zyra e Rregullatorit për Ujë dhe Mbeturina, Banka Qendrore e Kosovës (BQK), Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë (AUV), si dhe organizatat e shoqërisë civile që merren me mbrojtjen e konsumatorit;
 - Pjesëmarrja në debate të ndryshme televizive;
 - Krijimi i spoteve publicitare televizive dhe emetimi i tyre në televizionet nacionale;
 - Transmetimi i mesazheve informuese lidhur me të drejtat e konsumatorit nëpërmjet radiove të ndryshme;
 - Përcjellja e SMS-ve informues për të gjithë konsumatorët në Kosovë;
 - Organizimi i tryezave lidhur me ngjarjet aktuale.

Sa i përket edukimit të konsumatorit, ndonëse në përbërje të vogël të numrit të të punësuarve, Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorëve ka arritur të realizojë aktivitetet sikurse:

- Organizimin e ligjëratave në shkollat fillore, të mesme dhe universitete, nëpër qendrat kryesore të Kosovës;
- Organizimin e debateve publike nëpër komuna, përfshirë të gjitha përkatësitë etnike në Kosovë.

Njëra nga mënyrat më efikase për ngritjen e vetëdijesimit dhe informimit të vazhdueshëm të konsumatorëve dihet komunikimi publik. Në këtë drejtim, viteve të fundit, institucionet publike në përgjithësi janë munduar të zbatojnë qasje më efikase sa i përket komunikimit me publikun. Komunikimi me publikun në Kosovë sot realizohet përmes metodave të ndryshme, nga më të shpeshtat dihen materialet apo broshurat informuese, si dhe përmes mediave elektronike, mjet ky i cili tashmë zë vend të rëndësishëm në arritjen e objektivave sa i përket komunikimit me konsumatorin.

Përmes materialeve promovuese, zakonisht synohet që të përcillet mesazh apo informacion i caktuar të konsumatorët. Në këtë drejtim, Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit gjatë kësaj periudhe pesëvjeçare ka shtypur dhe shpërndarë me qindra mijëra fletëpalosje, broshura, fletore, stilolapsa. Po ashtu, dihet të jenë ideuar dhe shtypur edhe posterë të formave dhe madhësive nga më të ndryshmet në raport me mbrojtjen e konsumatorit, duke mos kursyer ekspozimet e tyre në të gjitha qendrat kryesore të Kosovës.

Përpos që dihet të ketë postuar informata e broshura nga më të ndryshmet në faqe interneti, Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit ka postuar edhe produkte jo-ushqimore të cilësuar si të rrezikshme për përdorim të konsumatorëve në llogarinë zyrtare të Departamentit në *Facebook*, ku përmes së cilit, e përpos tjerash, Departamenti gjithashtu komunikon me konsumatorë nëse ata eventualisht kërkojnë ndonjë këshillë apo kanë për të shprehur ndonjë shqetësim/ankesë për të paraqitur.

Nga aspekti i publikimeve elektronike, inspektoratet, rregullatorët dhe të gjithë autoritetet tjera përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorit, gjithashtu dihet të kenë publikuar informacione, si për nga siguria e produkteve, ashtu edhe sa u përket shërbimeve që iu ofrohen konsumatorëve.

3.5. Adresimi i problemeve – Ankesat e konsumatorëve

Në relacion me adresimin e ankesave të konsumatorëve (në raste kur ata pretendojnë se u shkelen të drejtat e tyre), përmes Departamentit për Mbrojtjen e konsumatorëve, që nga hartimi i programit (periudha 2016-2020) e këndej, pranimi i ankesave dhe komunikimi me konsumatorë pretendohet të jetë avancuar në mënyrë të konsiderueshme. Fillimisht po përmendim faktin se, përderisa në vitin 2016, përmes Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit ishin adresuar gjithsejtë 197 ankesa, në vitin 2020 ky numër është pesëfishuar, apo ka pasur ngritje rreth 500% (pra, përgjatë vitit 2020 janë adresuar afërsisht rreth 1000 ankesa). Kjo ka ndodhur kryesisht si rezultat i punës brenda këtij departamentit. Më konkretisht:

1. Fillimisht, të gjithë konsumatorëve iu është dashur që të paraqiten fizikisht në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë për të paraqitur ankesat. Përderisa sot, përmbi 90% të ankesave dhe këshillimeve realizohen përmes platformës elektronik (faqes së internetit të Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit);
2. Nga viti 2009 deri në vitin 2013, thirrjet kanë mundur të realizohen vetëm nga operatorët me pagesë, mirëpo në mënyrë që konsumatorit t'i lehtësohet edhe më tej mënyra e paraqitjes së ankesave, fillimisht është funksionalizuar numri pa pagesë për konsumatorë, të cilët duan të parashtrojnë ankesë përmes të gjithë operatorëve telefonikë;
3. Thuajse për çdo vit (që nga viti 2015), rreth 900.000 konsumatorë të operatorit telefonik “Vala” janë informuar përmes mesazheve telefonike që mund të kenë qasje pa pagesë në numrin 0800-11000, ku mund të këshillohen për të drejtat e tyre si konsumatorë, ndërsa në vitin 2016, 450.000 konsumatorë tjerë të operatorit IPKO-s, gjithashtu janë njoftuar përmes mesazheve telefonike, ku mund të adresojnë problemet e tyre nëse përballen me ndonjë

shkelje si konsumatorë kundruall gjitha fushave, ku mund t'i hasin ato. Pra janë zhvilluar fushata masive në informimin e konsumatorëve në këtë drejtim;

4. Gjatë periudhës pesëvjeçare, dihet të jenë pranuar mijëra thirrje telefonike nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit, si dhe dihet të jenë trajtuar përmbi 3000 ankesa në total;
5. Është përmirësuar edhe databaza për klasifikimin e ankesave sipas fushave, ku mund të realizohet lehtë kategorizimi i tyre;
6. Që nga viti 2015, përmes një platforme të re elektronike, konsumatorëve u është mundësuar që të ankohen online (formë elektronike) nëpërmes faqes zyrtare të internetit të Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit. E njëjta (faqe elektronike) iu është nënshtruar dy herë (2017 dhe 2019) përmirësimit për qasje më të lehtë dhe drejtpërdrejt nga ana e konsumatorit, njëherë Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit;
7. Që nga viti 2014, ankesat pranohen edhe përmes rrjetit social *Facebook*, llogarisë zyrtare për mbrojtjen e konsumatorit;
8. Është konsoliduar edhe më shumë trajtimi i ankesave tek autoritetet (inspektoratet) relevante. Në këtë drejtim, të gjitha ankesat të cilat pranohen në kuadër të departamentit përcillen tek autoritetet përkatëse për shqyrtimin e tyre;
9. Falë takimeve dhe komunikimeve të vazhdueshme mes autoriteteve përkatëse, është krijuar një mekanizëm mjaft efikas sa i përket shkëmbimit të informacioneve lidhur me ankesat e konsumatorëve;
10. Përgjithësisht, dihet të jetë arritur një përmirësim i theksuar sa i përket qasjes së konsumatorit tek autoritetet përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorit, respektivisht të zgjidhjes së problemeve të tyre kundruall ofruesve të produkteve dhe shërbimeve.

3.6. Këshilli dhe Programi për Mbrojtjen e Konsumatorëve

Puna e Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorëve është publike dhe ndër tjera, është e përcaktuar me Ligjin për Mbrojtjen e Konsumatorëve, ku gjithashtu potencohet se ai:

- Paraqet organ këshillues lidhur me politikat për mbrojtjen e konsumatorit;
- Posedon Sekretarinë që kryen punët teknike për Këshillin;
- Funkcionon në bazë të Rregullores së punës, të cilën e harton vetë Këshilli;
- Harton Programin për Mbrojtjen e Konsumatorëve dhe i raporton ministrit të MTI-së mbi zbatimin e Programit për Mbrojtjen e Konsumatorëve, mbështet ndryshimet në legjislacion dhe rregulloret ekzistuese;
- Merr pjesë në krijimin e politikës për mbrojtjen e konsumatorëve dhe i raporton Qeverisë së Kosovës për rastet e shkeljeve kolektive të të drejtave të konsumatorëve;
- Dorëzon raportin vjetor Qeverisë Kosovës përmes ministrit të MTI-së.

Qeveria e Republikës së Kosovës, me propozim të ministrit të MTI-së, emëron anëtarët e Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Këshilli për Mbrojtjen e Konsumatorëve, përmes Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, i dorëzon raportin vjetor Qeverisë së Kosovës. Gjithashtu, me propozim të Ministrit/es, Qeveria miraton Programin për Mbrojtjen e Konsumatorëve.

Brenda kornizave sikurse figurojnë më lart, Këshilli për Mbrojtjen e Konsumatorëve përbën instrument të rëndësishëm për rregullimin e tregut, mbrojtjen e konsumatorëve. Aktualisht, Këshilli për Mbrojtjen e Konsumatorit përfaqësohet nga shtatëmbëdhjetë anëtarë, të emëruar nga Qeveria, si dhe kryesohet nga përfaqësuesi i MTI-së, me mandat pesëvjeçar, konkretisht:

1. Përfaqësuesi i Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorëve – MTI (njëherësh kryesues i Këshillit);
2. Një përfaqësues nga Inspektorati i Tregut – MTI;
3. Një përfaqësues nga OJQ – ‘LENS’;
4. Një përfaqësues nga Shoqata (OJQ) ‘Konsumatori’;
5. Një përfaqësues nga Oda Ekonomike e Kosovës (asociacion i bizneseve);
6. Një përfaqësues nga Aleanca Kosovare e Bizneseve (asociacion i bizneseve);
7. Një përfaqësues nga Agjencia Ushqimore dhe Veterinës;
8. Një përfaqësues nga Banka Qendrore e Kosovës;
9. Një përfaqësues nga Autoriteti i Rregullatorit për Ujë dhe Mbeturina;
10. Një përfaqësues nga Zyra e Rregullatorit për Energji;
11. Një përfaqësues nga Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare;
12. Një përfaqësues nga Komisioni i Pavarur për Media;
13. Një përfaqësues nga ‘OJQ – MTSD.O.O’;
14. Një përfaqësues nga Instituti Kombëtar i Shëndetësisë Publike të Kosovës;
15. Një përfaqësues nga ‘OJQ - Lëvizja Fol’
16. Një përfaqësues nga ‘Kallxo.com’ (organizatë për raportimin e shkeljeve dhe korrupsionit)
17. Një përfaqësues nga organizata ‘GAP’ (organizate për hulumtimin e shkeljeve qeveritare)

Këshilli për Mbrojtjen e Konsumatorit mban takime të rregullta dy-mujore, ku bisedohen tema lidhur me zbatimin e Programit për Mbrojtjen e Konsumatorëve, aktualitetet sa i përket tregut në Kosovë, si dhe dukuritë negative me të cilat konsumatorët përballen.

3.7. Zbatimi i Programit për Mbrojtjen e Konsumatorit 2016-2020

Përgjegjësia kryesore e Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit është hartimi dhe monitorimi i Programit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Vizioni i programit 2016-2020 të Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit ishte “fuqizimi i konsumatorit”, me idenë e përforcimit të besimit në një treg të ndershëm e konkurrues, në të cilin ata (konsumatorët) marrin pjesë aktive, duke ushtruar të drejtat dhe fuqinë e tyre të zgjedhjes së mirë-informuar.

Politikat kryesore të programit 2016-2020 u trajtuan në kontekstin e “zhvillimit të mëtutjeshëm të mbrojtjes së konsumatorëve”, në këtë kontekst:

1. Harmonizimi i mëtutjeshëm i legjislacionit
2. Forcimi dhe zhvillimi i mëtutjeshëm i kapaciteteve administrative

3. Informimi dhe edukimi i konsumatorëve – Vetëdijesimi i qytetarit konsumator, si obligim juridiko-ligjor, institucional, zyrtar, profesional dhe etik, në realizim të përbashkët të projekteve.

Sa i përket objektivit të parë (Harmonizimi i mëtutjeshëm i legjislacionit), zbatimi i Programit për Mbrojtjen e Konsumatorit 2016-2020 është arritur në masë të konsiderueshme.

Sa i përket objektivave të harmonizimit të mëtutjeshëm të legjislacionit, të paraparë nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit, ato janë arritur në përpikëri, ndërsa kjo konsiderohet si arritje e madhe. Arsyeja e parë për hartimin e Projektligjit (Ligji aktual për Mbrojtjen e Konsumatorit – 06/L-34) është adresimi i nevojës për përafrimin e ligjit ekzistues për mbrojtje të konsumatorit me legjislacionin e BE-së, në përputhje me kërkesat e Marrëveshjes së Stabilizim-Asocimit dhe Planit të Zbatimit të kësaj marrëveshjeje. Me harmonizimin e Ligjit me këto direktiva, konsiderohet të jenë plotësuar të gjitha kërkesat e MSA-së, pra jemi në nivel të njëjtë me organizmat evropianë dhe ndërkombëtarë në lidhje me mbrojtjen e konsumatorëve. Në këtë drejtim, ky projektligj është në harmoni me aktet ligjore të BE-së sikurse në vijim:

1. Kushtet e padrejta në kontratë (Direktiva 93/13);
2. Treguesit e çmimeve mbi produktet e ofruara (Direktiva 96/6);
3. Shitja e mallrave të konsumit dhe garancive ndërlidhëse (Direktiva 1999/44);
4. Tregtimi i shërbimeve financiare në distancë (Direktiva 2002/65);
5. Praktikrat e padrejta tregtare (Direktiva 2005/29);
6. Marrëveshjet e kredive të konsumit (Direktiva 2008/48);
7. Kohëndarja e përdorimit të pushimit me afat, të produktit të pushimit afatgjatë, të rishitjes dhe shkëmbimit (Direktiva 2008/122);
8. Masat e përkohshme gjyqësore për mbrojtjen e interesave të konsumatorit (Direktiva 2009/22);
9. Të drejtat e konsumatorit në raport me kontratat (Direktiva 2011/83).

Tutje, në bazë të Ligjit aktual për Mbrojtjen e Konsumatorit nr. 06/L-34, janë parapar gjithsej 13 Udhëzime Administrative, prej të cilëve janë fuzionuar, respektivisht hartuar dhe miratuar të gjitha këto Udhëzime Administrative që janë kompetencë e Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit, të parapara me këtë Ligj, konkretisht 6 Udhëzime Administrative, respektivisht:

1. Te drejtat e konsumatorëve – sipas neneve 39, 44 dhe 48;
2. Kreditë konsumuese – sipas nenit 86;
3. Produktet afatgjata – sipas neneve 104 dhe 108;
4. Trajtimi i ankesave – sipas nenit 117;
5. Mbrojtja Kolektive – sipas nenit 127;
6. Hartimi i Logos për Mbrojtjen e Konsumatorit – Neni 137.

Në raport me Ligjet dhe direktivat për fuqizimin e kompetencave të MTI-së (kryesisht komponentë të infrastrukturës së cilësisë) si Agjencitë e Standardizimit, Akreditimit dhe Metrologjisë, si dhe Departamenteve të Tregtisë, Industrisë dhe për Rregullimin e Tregut të Naftës, aktualisht (sipas parashikimit) janë realizuar/nuk janë realizuar:

1. Agjencia e Standardizimit – Nuk është realizuar: Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit nr. 03/L-144 për Standardizim;

2. Agjencia e Metrologjisë – Është realizuar Rregullorja mbi instrumentet matëse; Rregullorja mbi instrumentet jo-automatike të peshimit (NAWI);
3. Drejtoria e Akreditimit – Është hartuar ligji i ri për Akreditimin;
4. Departamenti i Tregtisë – Janë realizuar: Ligji për anti-Damping; Ligji për masat mbrojtëse; Ligji në Importe për tregti me jashtë;
5. Departamenti i Industrisë – Janë realizuar: UA Qeveritare për autorizimin e trupave të vlerësimit të konformitetit; UA Qeveritare për njohjen e dokumenteve të huaja për konformitet; Rregullorja mbi pajisjet e tensionit të ulët; Rregullorja mbi pajtueshmërinë elektromagnetike; Rregullorja mbi sigurinë e ashensorëve; Rregullorja mbi pajisjet e gazit.
6. Departamenti i Rregullimit të Tregut të Naftës dhe për Mallra Strategjike – Nuk janë realizuar: Projektligji për tregti me naftë, produkte të naftës dhe karburante të ripërtërishme përmes; Udhëzimit Administrativ për lejet; Udhëzimit Administrativ për përdorimin e karburanteve; Plotësim-ndryshimi i Udhëzimit Administrativ për karburante; Zbatimi i Udhëzimit Administrativ për mënyrën e autorizimit të trupave për vlerësim të konformitetit.

Së fundmi, në raport me ligjet dhe Direktivat nga institucionet relevante, sikurse janë paraparë përmes Programit 2016-2020, kemi një situatë si vijon:

1. Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë – Janë realizuar: Funkcionalizimi i plotë të gjitha zyrave rajonale dhe integrimi i inspektorëve komunalë në AUV, për siguri dhe cilësi të ushqimit, me qëllim të koordinimit më efikas të punëve; Zgjerimi i fushës së akreditimit të Laboratorit të Ushqimit dhe Veterinarisë që vepron në kuadër të AUV, mundësisht edhe me akreditim ndërkombëtar
2. Autoriteti i Ushqimit dhe Veterinarisë – Janë realizuar: Plotësim-ndryshimi i Ligjit për Ushqimin nr. 03/L-016; Plotësim-ndryshimi i Ligjit për Veterinari nr. 2004 /11; Hartimi i akteve nënligjore që rrjedhin nga Ligji për Ushqimin dhe rregulloret e Pakos Higjienike, që kanë të bëjnë me sigurinë dhe cilësinë e ushqimit, deklarin, prezantimin dhe vlerat nutritive të ushqimit.
3. Ministria e Arsimit – Nuk është realizuar: Hartimi i udhëzuesve për mësimdhënës lidhur me temën “Mbrojtja e konsumatorit”; Hartimi i kurrikulave mësimore për shkollat fillore dhe të mesme me temën “Mbrojtja e konsumatorit”;
4. Ministria e Drejtësisë – Hartimi i kodit civil të Kosovës (një nga komponentët kryesorë të Kodit Civil është Ligji për marrëdhëniet detyimore, që rregullon aspektet e garancisë së produkteve për konsumatorë).
5. Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare – Janë realizuar: Miratimi i Rregullores për përmbajtjen e kontratës, publikimin e informacionit dhe mbrojtjen e interesave tjera të konsumatorit;
6. Zyra e Rregullatorit për Energji – Janë realizuar: Rishikimi dhe plotësimi i mundshëm i rregullës për zgjidhjen e ankesave dhe kontesteve në sektorin e energjisë; Rishqyrtimi i standardeve të kualitetit të furnizimit dhe shërbimit me energji elektrike;
7. Zyra e Rregullatorit për Ujësjellës dhe Mbeturina – Janë realizuar: Zbatimi i Ligjit 03/L-086 për veprimtaritë e ofruesve të shërbimeve të ujësjellësit, kanalizimeve dhe mbeturinave; Hartimi i Rregullores për Mbrojtjen e Konsumatorit; Rishqyrtimi i rregullave për Komisionin Këshillues të Konsumatorëve; Rishqyrtimi i rregullave për Kartën e

Konsumatorëve; Rishqyrtimi i Rregullave për standardet minimale të ofruesve të shërbimeve të ujit; Themelimi i Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorëve.

8. Banka Qendrore e Kosovës – Janë realizuar: Inicimi dhe kontribuimi në rishikimin dhe plotësimin e Ligjit për Bankat; Kontribuimi në përgatitjen e Ligjit për Institucionet Mikrofinanciare dhe Institucioneve Financiare Jo-bankare; Rishikimi dhe plotësimi i procedurës së trajtimit të ankesave; Kontribuimi në rishikimin dhe plotësimin e Ligjit për Sigurimet; Inicimi dhe kontribuimi në rishikimin dhe plotësimin e Ligjit për Fondet Pensionale; Rishikimi dhe plotësimi i rregulloreve të fondeve pensionale; Hartimi i rregulloreve të mbrojtjes së shfrytëzuesve të shërbimeve financiare.

Kur behet fjalë për objektivin e dytë të programit 2016 – 2020, konkretisht “Forcimi dhe zhvillimi i mëtutjeshëm i kapaciteteve administrative”, në rend të parë, është paraparë zgjerimi i Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit, njëherë Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Në raport me Departamentin për Mbrojtjen e Konsumatorit, ky objektiv asnjëherë nuk është realizuar, kryesisht për faktin se ndryshimi i tillë do mund të bëhej vetëm përmes ndryshimit të Rregullores 09/2012 për Organizimin e brendshëm dhe sistemit të vendeve të punës, në bazë të së cilës funksionon Ministria e Tregtisë dhe Industrisë. Krejt këto përkundër faktit se ndryshimi i tillë i Rregullores është iniciuar disa herë, ku asnjëherë nuk ka munguar propozimi nga ana e DMK-së, gjithëherë në bazë të Programit të miratuar qeveritar për mbrojtjen e Konsumatorit 2016-2020.

Sa i përket zhvillimit të kapaciteteve të mëtutjeshme administrative të Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit, lirisht mund të cilësojmë se ky objektiv është arritur edhe përtej parashikimit. Përndryshe, në përbërje të Këshillit aktualisht janë gjithsej 18 anëtarë, përfaqësues nga palët kryesore të mbrojtjes së konsumatorit nga institucionet publike dhe shoqata që kanë ndikim në këtë fushe. Pra, kemi një balancim mes sektorit publik dhe OJQ-ve si asnjëherë më parë.

Në raport me objektivin e tretë të programit 2016-2020, konkretisht “Informimi dhe edukimi i konsumatorëve (vetëdijësimi i qytetarit konsumator, si obligim juridiko-ligjor, institucional, zyrtar, profesional dhe etik, në realizim të përbashkët të projekteve)”, janë zhvilluar një sërë aktivitete, gjithëherë e çdo vit varësisht nga buxheti dhe kapacitetet.

Për të kuptuar më shumë se sa të suksesshme kanë qenë këto aktivitete, konkretisht mund të merren statistikatat e vetë Departamentit. Në rend të parë, duke filluar me rritjen graduale të numrit të ankesave (rritje me 500% të ankesave në vitin 2020, krahasuar me vitin 2016). Për më shumë, Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit (mbështetur kryesisht nga projekti ‘Tregti e Lirë e Mallrave’ të BE-s në MTI), përgjatë këtyre viteve ka realizuar dy anketa, konkretisht në vitin 2018, ndërsa së fundmi edhe në vitin 2020. Rezultatet e sondazhit të fundit janë paraqitur në Aneksin 1 të këtij dokumenti.

Në analizën e zbatimit të Programit 2016-2020, do të renditim disa nga shkaqet kryesore për zbatimin jo të plotë të tij, siç janë:

- Mungesa e koordinimit në aktivitete të parapara me program;
- Mungesa e mekanizmave matës se në çfarë mase po zbatohet ky program;
- Mungesa e mjeteve financiare;
- Mungesa e koordinimit të duhur të kompetencave mes qeverisë qendrore dhe asaj lokale.
- Mungesa e koordinimit të aktiviteteve me shoqërinë civile.

Moszbatimi i Programit 2016-2020, për shkaqet përkatëse sikurse figurojnë më lart, ka qenë dhe vazhdon të jetë pasojë e mungesës së koordinimit të mirëfilltë midis dikastereve relevante, që njëkohësisht do të duhej të shërbenin si njësi matëse e zbatimit të programit, por edhe të kontribuonin në raportime të mirëfillta periodike, sikurse ishte e paraparë.

3.8. Inspektoratet shtetërore dhe Rregullatorët e shërbimeve publike

Inspektoratet përkatëse kanë për kompetencë të inspektojnë standardet e tregtimit të mallrave dhe të cilësisë së shërbimeve që ofrohen nga subjektet ekonomike në territorin e Republikës së Kosovës, duke mbikëqyrur edhe rreziqet ndaj konsumatorëve.

Inspektorati i Tregut (IT) në Republikën e Kosovës funksionon në kuadër të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë, duke qenë përgjegjës për mbikëqyrjen e zbatimit të legjislacionit në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve, sigurisë së produkteve dhe shërbimeve, tregtimit të naftës dhe derivateve të naftës, parandalimit të praktikave të padrejta tregtare, luftimit të ekonomisë joformale, shërbimeve hoteliere dhe turistike etj. Qëllim kryesor i Inspektoratit të Tregut është të punojë në përputhje me legjislacionin në fuqi, në mënyrë që të ndihmohen bizneset, organizatat dhe konsumatorët. Inspektorati i Tregut veprimtarinë e ushtron sipas Ligjit nr. 04/L-186 për Inspektoratin dhe Mbikëqyrjen e Tregut, si dhe ka zyrën e tij qendrore në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë, si dhe zyrat në të gjitha komunat e Republikës së Kosovës, me gjithsej 120 inspektorë të tregut. Inspektorati i Tregut është përgjegjës për mbikëqyrjen e zbatimit të 15 ligjeve dhe mbi 30 akteve nënligjore, si dhe direktivave dhe të qasjes së re dhe globale të Bashkimit Evropian, të transpozuar nga MTI.

Në mungesë të qendrave këshilluese për konsumatorët, pjesë e detyrave dhe përgjegjësi të Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorëve është edhe koordinimi i drejtpërdrejtë i punëve me autoritete kompetente (Inspektorate shtetërore për mbikëqyrjen e tregut dhe Rregullatorë të shërbimeve publike, në raport me llojet dhe kategoritë e ankesave të parashtruara nga ana e konsumatorëve). Në këtë drejtim, Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorëve ka arritur të krijojë kontakte të rregullta me të gjitha ato institucione, respektivisht trupat inspektuese që kanë të bëjnë me mbrojtjen e të drejtës së konsumatorëve. Me këtë rast mund të përmendim ato në vijim:

1. Inspektorati i Tregut - përfshi Metrologjinë (Ministria e Tregtisë dhe Industrisë);
2. Inspektorati për Ushqim dhe Veterinari (Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë);
3. Inspektorati Shëndetësor (Ministria e Shëndetësisë)
4. Inspektorati për Produkte Medicinale (Agjencia për Produkte Medicinale – Ministria e Shëndetësisë)
5. Inspektorati Tatimor (Administrata Tatimore – Ministria e Financave);
6. Inspektorati për Transport (Ministria e Infrastrukturës);
7. Inspektorati për Aviacionin Civil (Autoriteti/Departamenti i Aviacionit Civil – Ministria e Infrastrukturës);
8. Inspektorati i Mjedisit (Ministria e Mjedisit dhe Planifikimit Hapësinor);
9. Inspektorati Arsimor (Departamenti i Punës – Ministria e Arsimit);
10. Komisioni i Pavarur për Media (Institucion i Pavarur – raporton Parlamentin);

11. Banka Qendrore e Kosovës (raporton Parlamentit);
12. Zyra e Rregullatorit për Energji;
13. Autoriteti Rregullator i Komunikime Elektronike dhe Postare;
14. Autoriteti Rregullator për shërbimet e ujit;
15. Gjykata Themelore -Departamenti për Çështje Ekonomike.

3.9. Shoqatat për Mbrojtjen e Konsumatorëve

Shoqatat për mbrojtjen e konsumatorëve janë organizata jopolitike, jofitimprurëse dhe joqeveritare, të cilat janë formuar me qëllim të ofrimit të ndihmës për qytetarët kosovarë në mbrojtjen e të drejtave dhe interesave të konsumatorëve. Në bazë të Ligjit nr. 04/L-57 për Lirinë e Asociimit në Organizatat Joqeveritare, rregullohet mënyra e themelimit, regjistrimi, statusi ligjor si dhe shuarja e tyre.

Ekzistojnë disa shoqata të cilat merren me çështjet e të drejtës së konsumatorit, e disa nga to, përgjatë viteve 2016-2020, kanë arritur të realizojë disa projekte të rëndësishme vetëdijesuese kundruall mbrojtjes së konsumatorit, sikurse fushata vetëdijesuese në formë të: klipeve televizive, dokumentarë për mbrojtjen e konsumatorit, broshura, si dhe organizimin e tryezave të rrumbullakëta të vetëdijesimit me tema të ndryshme dhe që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorëve dhe realizimin e të drejtave të tyre.

3.10. Organet e nivelit lokal

Në kuadër të ofrimit të shërbimeve komunale, rol të rëndësishëm në mbrojtjen e konsumatorit luan edhe qeverisja lokale, ku brenda saj operojnë inspektorët kompetentë për adresimin e problemeve të konsumatorëve. Një ndihmesë e theksuar nga organet lokale është edhe ofrimi i hapësirave apo zyrave për hapjen e këshillimoreve për konsumatorë (sikurse në Kaçanik, Ferizaj, Podujeve, Prizren apo Pejë). Përmes hapjes së këtyre këshillimoreve nëpër komuna, tani është e mundur që konsumatorët të informohen më hollësisht për çështjet që lidhen me të drejtat e tyre. Sidoqoftë, ende është i domosdoshëm bashkëpunimi i afërt mes qeverisjes qendrore dhe asaj lokale si dhe koordinimi i aktiviteteve të përbashkëta nga fusha e mbrojtjes së konsumatorit.

Rol i rëndësishëm i organeve kompetente të nivelit lokal është edhe mbështetja në organizimin e tryezave, debateve në kuvendet komunale, po ashtu në funksion të edukimit të konsumatorëve nevojitet mbështetje në organizimin e ligjëratave në shkollat fillore dhe të mesme.

Kapitulli IV

4. SYNIMET E PROGRAMIT 2021 – 2025

Synim dhe qëllim themelor i politikave të mbrojtjes së konsumatorëve është përmirësimi i vazhdueshëm i kualitetit të jetës të të gjithë qytetarëve të Republikës së Kosovës. Këto politika duhet të jenë në përputhje të plotë me kërkesat e konsumatorëve tanë, por edhe në pajtim me rrethanat, specifikat dhe mundësitë tona institucionale dhe gjithë-shoqërore, politikat në fjalë duhet që në vazhdimësi të harmonizohen me standardet më të avancuara evropiane, gjithnjë duke pasur synim mbrojtjen e konsumatorëve.

Sipas Programit për Mbrojtjen e Konsumatorit 2021 – 2025, detyrë kryesore e sektorit publik është të sigurojë kushte dhe kornizën e duhur dhe të përshtatshme mbi fuqizimin e konsumatorit, funksionimin e shoqatave për konsumatorë, përkrahjen e fushave sikurse hartimi i kornizës ligjore, promovimi dhe vetëdijesimi.

Gjithsesi, e mbi të gjitha, Programi për Mbrojtjen Konsumatorit 2021-2025 konsiderohet si partneritet publiko-privat (ku të dy sektorët varen nga njeri-tjetri), vendimtar në fuqizimin e mbrojtjes së konsumatorit, ku përfaqësuesve të shoqatave të konsumatorëve, iu është ofruar gjithherë mundësia e mirëfilltë për të shfaqur shqetësimet, rekomandimet dhe arsyetimin e tyre.

Qëllimi kryesor i politikës së mbrojtjes së konsumatorit është përmirësimi i vazhdueshëm i cilësisë së jetës së të gjithë qytetarëve të Republikës së Kosovës në përputhje me standardet e vendeve të Bashkimit Evropian në mënyrë që të mbrojnë interesat ekonomike dhe të promovojë rëndësinë e shëndetit dhe sigurisë së konsumatorit.

Synimet e Programit 2021-2025 janë:

SYNIMET	MASAT
- Të sigurojë sundimin e ligjit, demokracinë dhe shoqërinë civile - Harmonizimi i mëtejshëm i legjislacionit me legjislacionin e Bashkimit Evropian	- Propozimi i masave ligjore dhe të tjera në mënyrë që të sigurohet një nivel i lartë i mbrojtjes së interesave ekonomike, shëndetit, sigurisë, dinjitetit dhe të drejtave të konsumatorit - Shoqatat e mbrojtjes së konsumatorit – e drejta për t'u përfaqësuar në procesin e vendimmarrjes
- Krijimi i kushteve për zgjidhje efektive të problemeve të perceptuara në fushën e mbrojtjes së konsumatorit	- Futja e masave të përshtatshme për mbrojtjen e konsumatorit (inspektimi, gjykatat, arbitrazhi) me qëllim zgjidhjen e mosmarrëveshjeve ndërmjet konsumatorëve dhe tregtarëve, ofruesve të shërbimeve dhe prodhuesve para gjykatës së rregullt

	- Thjeshtimi i procedurës për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorit para gjykatave
- Ngritja e vetëdijes së konsumatorit për pozicionin dhe forcën e tyre reale në treg	- Mbështetje për krijimin e shoqatave dhe qendrave këshilluese për mbrojtjen e konsumatorit - Hartimi dhe zbatimi i edukimit të konsumatorit - Zbatimi i njohurive themelore për detyrimet, të drejtat dhe mbrojtjen e konsumatorit në programet arsimore shkollore të arsimit fillor dhe të mesëm
- Sigurimi i mbështetjes për konsumatorë në ushtrimin e të drejtave të tyre	- Sigurimi i bashkëpunimit efektiv midis organeve qeveritare dhe të gjitha institucioneve kompetente për zbatimin e politikës së mbrojtjes së konsumatorit - Krijimi i një rrjeti këshillues për zhvillimin e bashkëpunimit të tyre të ndërsjellë
- Ndërlidhja e të gjithë palëve të mbrojtjes së konsumatorit	- Prezantimi i një sistemi qendror informacioni
- Forcimi i pozitës së konsumatorëve në treg, ngritja e vetëdijes së konsumatorit për të drejtat dhe rolin e tyre në ekonominë e tregut	- Përcjellja e informacionit, këshillimit dhe sistemeve të edukimit
- Mbrojtja e shëndetit dhe sigurisë së konsumatorit	- Krijimin e një sistemi për informimin e konsumatorëve në lidhje me sigurinë e produkteve në treg - Zhvillimi i rregulloreve teknike për kërkesat teknike për produktet që sigurojnë një nivel të lartë të shëndetit dhe sigurisë së konsumatorit - Bashkëpunimi i të gjitha organeve të administratës shtetërore në garantimin e mbrojtjes së shëndetit dhe sigurisë së konsumatorit
- Sigurimi i informacionit dhe informimi i publikut për të drejtat e konsumatorit në Republikën e Kosovës	- Planifikimi i aktiviteteve promovuese në të gjitha nivelet dhe inkurajimi i aktivitetit mediatik

4.1. Detyrat dhe fushat me prioritet në zbatimin e programit 2021 - 2025

Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit rregullon mbrojtjen e të drejtave themelore të konsumatorit gjatë blerjes së produkteve dhe shërbimeve, si dhe formave të tjera të blerjes së produkteve dhe shërbimeve në treg, përmes së drejtës për të mbrojtur interesat ekonomike të konsumatorëve, të drejtës së mbrojtjes nga rreziku për jetën, shëndetin dhe pronën, mbrojtje efektive ligjore të konsumatorëve, të drejtën për të informuar dhe edukuar konsumatorët, të drejtën për të bashkuar konsumatorët në mënyrë që të mbrojnë interesat e tyre, të drejtën për të përfaqësuar konsumatorët dhe pjesëmarrja e barabartë e përfaqësuesve të konsumatorëve në punën e organeve që merren me çështje me interes të konsumatorit.

Mbrojtja e konsumatorit është e nevojshme për të siguruar funksionimin e duhur të ekonomisë së tregut, për të siguruar mbikëqyrjen e tregut dhe, përveç kësaj, për të rregulluar marrëdhëniet kontraktuale midis konsumatorëve dhe tregtarëve, të cilat mbrojnë interesat ekonomike të konsumatorëve, personave fizikë, si një palë në disavantazh në treg. Është e rëndësishme të theksohet se Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit, identifikon organet kompetente të mbrojtjes së konsumatorit, që mbrojnë të drejtat dhe interesat e konsumatorëve dhe mënyrën e ushtrimit të të drejtave, nëse konsumatori beson se është dëmtuar.

Pas miratimit dhe zbatimit të Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorit, u identifikua nevoja për të forcuar nivelin e mbrojtjes së konsumatorit, veçanërisht (por jo vetëm) në fushat e interpretimit dhe zbatimit të këtij ligji, sikurse: Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit dhe respektivisht Inspektoratet kompetente shtetërore dhe/apo zyrat e rregullatorëve shtetëror, si institucione kompetente për zbatimin e Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Në këtë kontekst fushat e mëposhtme konsiderohen si fusha prioritare:

1. Zhvillimi i kapaciteteve administrative – Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit;
2. Zhvillimi i infrastrukturës legjislative – Ministria e Tregtisë dhe Industrisë;
3. Shërbimet e Energjisë – Zyra e Rregullatorit të Energjisë;
4. Shërbimet e ujit – Autoriteti Rregullator i Ujit;
5. Komunikimet Elektronike dhe Postare – Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare;
6. Shërbimet financiare – Banka Qendrore e Kosovës
7. Cilësia e produkteve ushqimore – Autoriteti i Ushqimit dhe Veterinarisë;
8. Zgjidhja Alternative e Kontesteve për Konsumatorë – Ministria e Drejtësisë;
9. Përkrahje nga bizneset – Oda Ekonomike e Kosovës;
10. Ngritja e vetëdijes së Konsumatorëve – Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit në MTI
11. Mbështetje dhe Bashkëpunim me Shoqata për Mbrojtjen e Konsumatorit.

4.2. Zhvillimi i kapaciteteve administrative – Ministria e Tregtisë dhe Industrisë

Tregtia, si aktivitet, luan rol kyç në zhvillimin ekonomik. Sot, ky aktivitet përballlet me sfida të mëdha, të tilla si rritja e konkurrencës në tregun e brendshëm, futja e teknologjive të reja, respektivisht nevoja për të ofruar shërbime të reja dhe format e shitjes, duke u bazuar në zhvillimin e veprimit elektronik (e-biznesit) dhe mbi globalizimin e përgjithshëm.

Zhvillimi i ardhshëm i mbrojtjes së konsumatorit brenda kësaj veprimtarie do të varet kryesisht në përshtatjen e saj në kushte të reja, si në tregjet globale, njashtu ato rajonale dhe lokale. Zgjerimi i legjislacionit parashihet të sigurojë zhvillimin e një tregtie të papengueshme, njëkohësisht të përafërt me nivelin e zhvillimit të ekonomisë në vende të tjera dhe me kushte të barabarta kundruall veprimtarive tjera ekonomike.

Në raport me Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë, aktualisht parashihen dy aktivitete kryesore për zhvillimin e mëtutjeshëm të mbrojtjes së konsumatorit, për tu qëndruar besnik zhvillimeve globale të tregtisë dhe industrisë. Në rrethana aktuale, konsiderojmë se është i domosdoshëm zhvillimi i kapaciteteve administrative.

Kur bëhet fjalë për fuqizimin e mëtutjeshëm të kapaciteteve administrative, duke pasur parasysh kapacitetet aktuale të limituara kundruall kuadrove profesionale të përqendruar drejtpërdrejt mbi të drejtat e konsumatorit, Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit 2021-2025, parimisht është i përqendruar apo pretendon mundësinë e rritjes së kapaciteteve njerëzore dhe profesionale në po këto institucione, me këtë rast sikurse kur kemi të bëjmë me Departamentin për Mbrojtjen e Konsumatorit;

Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit paraqet një fushë relativisht të re në shtetin e ri të Kosovës, respektivisht departamenti i fundit i krijuar nga fundi i vitit 2012, në kuadër të institucionit të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë. Kjo kryesisht ka qenë rezultat i rrethanave dhe kërkesave të reja të kohës. Në gjendjen aktuale, struktura e Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit ka përbërje prej tre zyrtarësh administrativë, respektivisht sipas renditjes në vijim:

- Udhëheqësit të Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit;
- Një zyrtari të lartë për Mbrojtjen e Konsumatorit, si dhe;
- Një zyrtari për Mbrojtjen e Konsumatorit.

Në relacion me detyrat dhe përgjegjësitë e departamentit ato renditen sikurse në vijim:

- Paraqet propozime për hartimin dhe zhvillimin e politikës shtetërore për mbrojtjen e konsumatorëve;
- Përgatit dhe shqyrton aktet ligjore dhe masave të tjera rregulluese, që lidhen me mbrojtjen e konsumatorit;
- Bashkërendon politikat dhe veprimtaritë për mbrojtjen e konsumatorit me Ministrinë dhe institucionet e tjera shtetërore, si dhe merr masa bashkërenduese për zbatimin e dokumenteve strategjike në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve;
- Bashkëpunon me organet qendrore e vendore për mbrojtjen e konsumatorëve;
- Bashkëpunon me shoqatat e konsumatorëve dhe mbështetja e veprimtarive të shoqatave;
- Zhvillon sisteme të trajtimit të ankesave të konsumatorëve dhe mjeteve alternative për zgjidhjen mosmarrëveshjeve;
- Bashkëpunon dhe shkëmben përvoja me institucionet analoge, evropiane dhe ndërkombëtare;
- Zhvillon fushata ndërgjegjësimi, sensibilizimi dhe njoftimi për konsumatorëve.

Duke pasur parasysh që detyrat dhe përgjegjësitë e departamentit për mbrojtjen e konsumatorit kërkojnë njohurinë dhe kapacitetet, respektivisht, duke njohur faktin se kemi të bëjmë me një fushë relativisht të gjerë, e cila në suaza normale kërkon përkushtim të respektueshëm dhe dinjitoz

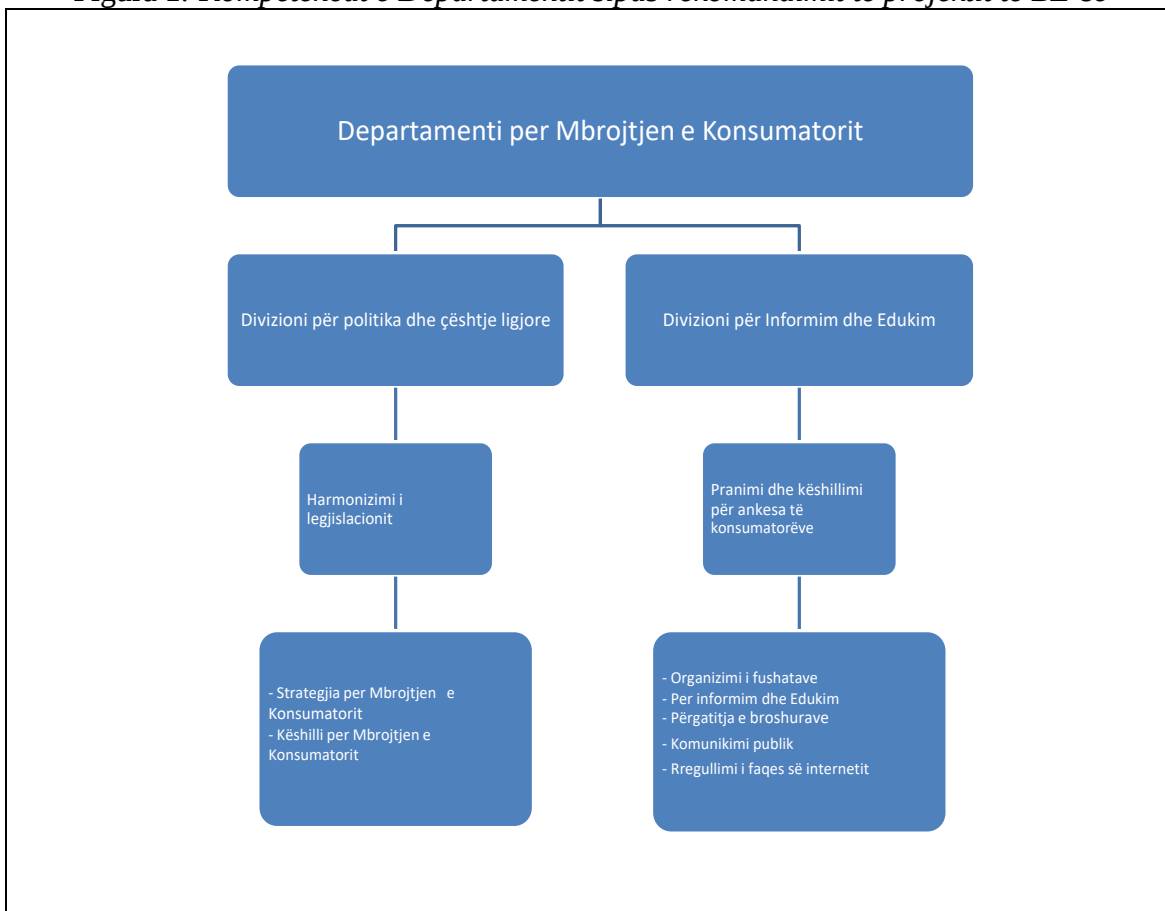
brenda çdo shteti apo shoqërie, atëherë, si hap i parë, është e nevojshme rritja e kapaciteteve njerëzore administrative në kuadër të po këtij departamenti.

Çështja e ngritjes dhe zhvillimit të kapaciteteve administrative të departamentit për mbrojtjen e konsumatorit nuk po trajtohet për herë të parë në këtë program. Kjo çështje është parashikuar gjerësisht edhe në Programin për Mbrojtjen e Konsumatorit 2016-2020, si diçka që nuk u realizua asnjëherë, përkundër insistimit nga ana e Departamentit kurdoherë që ka pasur iniciativë rreth hartimit të ‘Rregulloreve të reja për Ristrukturimit dhe Sistemit të Vendeve të punës në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë’.

Duke pasur parasysh rëndësinë dhe vlerat kur kemi të bëjmë me të drejtën e konsumatorit, çështje e cila u elaborua mjaft sidomos në dy kapitujt e parë të këtij programi, rekomandimet e programit IPA të Bashkimit Evropian (*Instrument for pre-accession assistance* – Instrumenti për Ndihmën para Aderimit), Projektit “Mbështetje për Lëvizjen e Lirë të Mallrave” gjithashtu sugjerojnë rritjen e numrit dhe forcimin e kompetencave të punonjësve brenda Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Në këtë drejtim, fillimisht, parashihet që departamenti të ketë dy divizione të mirëfillta:

1. Divizioni për hartimin dhe zbatimin e politikave dhe legjislacionit
2. Divizioni për promovimin e vetëdijesimit dhe shqyrtimin e ankesave

Figura 1: Kompetencat e Departamentit sipas rekomandimit të projektit të BE-së



4.3. Zhvillimi i infrastrukturës legjislative – Ministria e Tregtisë dhe Industrisë

Mungesa e legjislacionit ose mospërshtatja e rregulloreve ekzistuese ndaj kushteve të reja të biznesit mund të përbëjë më tutje një pengesë të konsiderueshme në zhvillimin e tregtisë dhe të zhvillimit të përgjithshëm ekonomik në Kosovë. Në këtë kontekst, përpos ligjeve tjera që afektojnë drejtpërdrejt fushën e tregtisë aktuale dhe me rëndësi të veçantë, tash e disa vite shohim zhvillimin e tregtisë elektronike.

Përveç atyre çështjeve të vogla të përfshira brenda ligjit aktual për mbrojtjen e konsumatorit, fusha e tregtisë elektronike (e-tregtia), aktualisht në Kosovë, vazhdon të jetë kryesisht e pambuluar dhe aktualisht duhet të parashihet si parësore. E-tregtia paraqet praktikën më të shpeshtë të kryerjes së punëve në botën moderne, që përmbledh të shumtën e shtyllave të jetës shoqërore si; tregtare, bankare, shëndetësore, drejtësisë... Pra, si një nga llojet e aktiviteteve të biznesit, e-biznesi mbulon gjithë gamën e transaksioneve tregtare, të cilat kryhen plotësisht ose pjesërisht, përfshirë; reklamimet dhe promovimet, marrëdhëniet mes tregtarëve, aktivitetet e shkëmbimeve, blerjet elektronike dhe mbështetjet e proceseve biznesore, sikurse pjesërisht edhe dërgesat përmes Internetit – një sistem të hapur të komercializimit që është paraqitur si lloj i tregtisë elektronike.

Projektligji për tregtinë elektronike është pjesë e planit të punës për periudhën e ardhshme dyvjeçare (2021-2022). Nevoja që të kemi një ligj të vetëm për tregti elektronike vjen si rezultat i rekomandimeve të OECD-së dhe GIZ-së. Për më tepër, tregtia elektronike trajtohet në Protokollin Shtese 6 të CEFTA-s ku tashme implementohet përmes dokumentit MAP në kuadër të Zonës Ekonomike Rajonale – MAP/REA (Fakti se Kosova është anëtare e CEFTA-s dhe dokumenti MAP/REA është një dokument për të cilin janë pajtuar Kryeministrat e 6 vendeve të Ballkanit Perëndimor). Për më shumë:

1. Tregtia elektronike përfshin çdo transaksion monetar duke përfshirë blerjen dhe shitjen e mallrave dhe shërbimeve të bëra me ndihmën e mediave elektronike. Është një nën-grup i gjere i e-bizneseve, i cili përfshin proceset e biznesit që kryhen në mënyrë elektronike dhe bizneset që ekzistojnë online (në internet). Prandaj, tregtia elektronike ka të bëjë kryekëput me tregtinë, duke përfshirë transaksionet në tregun e brendshëm si dhe tregtinë ndërkufitare. Në këtë aspekt, një ligj për tregtinë elektronike është në thelb një ligj që rregullon një lloj të veçantë të tregtisë që në masë të madhe është atribut i MTI-së për Mbrojtjen e Konsumatorit.
2. Rekomandimi që doli nga takimi i Grupit Punues në lidhje me hartimin e një Ligji për Tregtinë Elektronike është në përputhje me konkluzionet që janë dhënë nga hulumtimet nga institucionet e pavarura. Edhe pse Ligji Nr. 04/L-094 për Shërbime të Shoqërisë Informatike, datë 02.04.2012, përfshin elemente të rëndësishme të transaksioneve elektronike, ka shumë fusha në lidhje me rregullimin e tregtisë elektronike që nuk janë të mbuluara nga ky ligj. Në këtë drejtim, OECD ka ardhur në përfundim se "Kosova duhet të zhvillojë kornizën ligjore dhe infrastrukturën e nevojshme për të stimuluar tregtinë elektronike. Korniza ligjore gjithëpërfshirëse për të mbështetur tregtinë elektronike ende duhet të zhvillohet."

3. Gjithashtu, projekti i GIZ-së në kuadër të CEFTA-s, pas një rishikimi gjithëpërfshirës të të gjithë legjislacionit përkatës, ka arritur në përfundim se "ka mungesë të legjislacionit të tregtisë elektronike në Kosovë" dhe rekomandojnë "miratimin e ligjeve mbi tregtinë elektronike si Lex specialis në përputhje me Direktivën e Tregtisë Elektronike të KE-se" (CPF III 2018-13 "Report on Legislation and policy Measures in the sector of E-commerce in CEFTA Region". Annex 13).
4. Direktiva e KE-së për Tregtinë Elektronike (2000/31/EC) e cila është baza e Ligjit Nr. 04/L-094, është tashme 20 vite e vjetër! Që nga ajo kohë, teknologjia dhe praktikat e biznesit kanë përjetuar një transformim dramatik me implikime të rëndësishme për kryerjen e tregtisë elektronike që përfshin mallrat dhe shërbimet. Si pasojë, rregullimi i tregtisë elektronike në të gjithë botën ka evoluar vazhdimisht në mënyrë që të adresojë çështje të reja të cilat janë në zhvillim. Në këtë drejtim, në Dokumentin Udhëzues për shembull, Presidenti i Komisionit Evropian, është zotuar që të përmirësojë rregullat e përgjegjësisë dhe të sigurisë së Unionit për platformat, shërbimet dhe produktet digjitale, me një Paketë të re të Shërbimeve Digjitale, për të modernizuar rregullat në fuqi që nga viti 2000. Kosova duhet të ndjehet nga afër zhvillimet në këtë drejtim, në procesin e modernizimit të legjislacionit të saj.
5. Evolucionin e rregullimit të tregtisë elektronike është qartësisht i dukshëm në rastin e Bashkimit Evropian, i cili ka miratuar një numër rregulloresh të reja që nga viti 2000, ndërsa vazhdon të konsiderojë rregulloret e reja. Në lidhje me këtë, për shembull, Komisioni ka propozuar rregulla të reja për kontratat digjitale, të cilat aktualisht janë duke u diskutuar nga Parlamenti dhe Këshilli. Komisioni po punon gjithashtu për të krijuar një kornizë moderne për të drejtat e autorit në BE, e cila do të lejojë më shumë qasje ndërkufitare në përmbajtje në internet, duke e bërë më të thjeshtë licencimin për transmetimet në internet. BE-ja ka miratuar rregulloret e reja për marrëdhëniet platformë online - biznes, duke vendosur një kornizë të harmonizuar për transparencën minimale dhe të drejtat e dëmshpërblimit, duke mbrojtur kompanitë që varen nga platformat online për të arritur deri të konsumatorët dhe duke mbrojtur kështu potencialin e inovacionit të platformave. Këto rregulla të reja të BE-së kanë filluar të zbatohen me 12 Korrik 2019. Për më tepër, BE-ja ka miratuar rregulla të rishikuara të mbrojtjes së konsumatorit që hyjnë në fuqi në vitin 2020 dhe gjithashtu kanë miratuar një rregull të ri për Geoblocking, i cili ka hyrë në fuqi më 3 Dhjetor 2018. Për më tepër, rregullat e reja të BE-së për TVSH-në për shitjet në internet të mallrave dhe shërbimeve do të hyjnë në fuqi në vitin 2021, ndërsa rregullat e reja mbi shërbimet e ofrimit të paketave ndërkufitare në internet janë në fuqi që nga Maji i vitit 2018, me të cilat synohet garantimi dhe konkurrenca e çmimeve. Së fundmi, duhet të theksohen zhvillimet e rëndësishme që kanë ndodhur në vitet e fundit në lidhje me mbrojtjen e të dhënave dhe privatësinë, të cilat duhet të përfshihen në modernizimin e kornizës ligjore të Kosovës që rregullon tregtinë elektronike.
6. Në kontekstin e zhvillimeve të reja në rregullimin e tregtisë elektronike në BE të paraqitura më lart dhe duke marrë parasysh zotimet dhe angazhimet e Kosovës në MSA për të harmonizuar legjislacionin e saj me Acquis të BE, e bën qartësisht evidente se zhvillimet legjislative në Kosovë janë absolutisht të nevojshme.

Përgjithësisht, edhe siguria e produktit ka për qëllim mbrojtjen e konsumatorëve ndaj lëndimeve të shkaktuara nga produktet, me ç'rast potencohet që produktet sipas udhëzimit për përdorim nuk duhet të shkaktojnë dëm të përdoruesit përgjatë shfrytëzimit sipas përshkrimit.

Për të siguruar lëvizjen e lirë të mallrave dhe sigurinë e prodhimit në treg, Kosova së pari ka filluar me procesin e harmonizimit të legjislaturës me legjislaturën e Bashkimit Evropian. Lidhur me këtë, çështja e sigurisë së produktit kundruall mbrojtjes së jetës dhe shëndetit të konsumatorit paraqet subjekt të Ligjit 04/L-78 (2012) për Sigurinë e Përgjithshme të Produkteve. Monitorimi i zbatimit të këtij ligji, sikurse edhe implementimi i direktivave të reja evropiane për harmonizimin e fushës së sigurisë së produktit, paraqet pjesë të aktiviteteve për të siguruar mbrojtjen e konsumatorëve në tregun kosovar në një afat të shkurtër.

Për më shumë, në kuadër të programit 'Tregti e Lirë e Mallrave', që ka të bëjë me ndihmën teknike të ofruar nga Bashkësia Evropiane për të arritur shkallën e përgatitjes kundruall procesit të 'stabilizim-asocimit', objektivi prioritar paraqet aspekti legjislativ, respektivisht harmonizimi i ligjeve me ato të Bashkësisë Evropiane, konkretisht 'siguria e produktit' me peshë dhe vlerë të veçantë sidomos kur bëhet fjalë për 'Infrastrukturën e Cilësisë'

Duke pasur parasysh rëndësinë e veprimtarive të standardizimit në Sistemin Evropian të legjislacionit teknik dhe për të siguruar sigurinë e produktit dhe mbrojtjen e konsumatorit, është shumë e rëndësishme të sigurohen interesat e konsumatorëve në aktivitetet e standardizimit në të gjitha nivelet (kombëtare, evropiane dhe ndërkombëtare). Prandaj, është e nevojshme që të merren masat përmes së cilave konsumatorëve në Republikën e Kosovës në rend të parë u mundësohet monitorimi i ngjarjeve në këto nivele (kombëtare, evropiane dhe ndërkombëtare) në kuadër të fushave që kanë të bëjnë me interesat e tyre, por edhe të marrin pjesë në mënyrë aktive në krijimin e standardeve kombëtare.

Në këtë kontekst nga Bashkimi Evropian duhet kërkuar përsheptimi i agjendës për mbrojtjen e konsumatorit në Republikën e Kosovës (të cilën BE e ka vënë agjendë për vitin 2017);

Përmes këtij programi duhet propozuar/kërkuar që në Ligjin për Standardizim, nga veprimi vullnetar të kthehet në të detyrueshëm.

Duke pasur parasysh rolin e akreditimit në zbatimin e legjislacionit kundruall masave të reja teknike, parashihet si e nevojshme marrja e masave për t'u mundësuar konsumatorëve në Republikën e Kosovës monitorimin e punës të Shërbimit Kombëtar të Akreditimit. Sistemi i laboratorëve të akredituar garanton besueshmërinë e rezultateve të testit të produkteve në treg, njëherësh edhe si parakusht për njohjen e këtyre rezultateve në tregun ndërkombëtar.

Akreditimi paraqet mjet ndërkombëtarisht të njohur në relacion me aftësitë profesionale dhe teknike të laboratorëve dhe njëkohësisht për të siguruar besimin në rezultatet e punës së tyre, kurse për produktin në relacion me konsumatorët siguron besimin në sigurinë dhe cilësinë e produkteve në treg.

Në kuadër të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë më herët është hartuar strategjia për zhvillimin e sektorit privat. Në këtë strategji, pos tjerash, janë paraparë edhe disa veprime lidhur me sigurinë e produkteve industriale jo-ushqimore, sikurse mbi sigurinë e produkteve industriale jo-ushqimore, ku ndër të tjera është paraparë:

- Ngritja e vetëdijes së konsumatorëve, respektivisht që përveç tjerash: Të ketë një sistem efektiv mbi adresimin e ankesave; Përgjatë periudhës 2013-2015, të shtohen tryezat, debatet dhe publikimet lidhur me ngritjen e vetëdijesimit dhe mbrojtjen e konsumatorit.
- Mbikëqyrja e tregut, përkatësisht produkteve industriale që qarkullojnë në tregun vendor, ku përveç tjerash: Deri në fund të vitit 2014, të arrihet harmonizimi me legjislacionin relevant të BE-së, për Inspektoratin e Tregut dhe mbrojtjen e konsumatorit; Gjatë periudhës 2013-2015, të punohet në ngritjen e bashkëpunimit, duke menduar në atë ndërinstitucional, rajonal, me sektorin privat dhe shoqërinë civile.

Ligjet e BE-së për sigurinë e mallrave të konsumit (lodrat, kozmetikën, pajimet elektrike etj.) janë po aq të rrepta. Po qe se një kompani zbulon se ka lëshuar në shitje prodhime jo të sigurta, ka obligim ligjor që të informojë autoritetet e shteteve të prekura në BE. Nëse produkti paraqet rrezik të madh, kompania duhet të organizojë tërheqjen e prodhimit nga qarkullimi.

Në kuadër të sigurisë së produkteve joushqimore, ekziston rrjeti rajonal për shkëmbim të informacioneve për produkte të rrezikshme. Pjesë e këtij rrjeti rajonal janë Kosova, Shqipëria, Serbia, Mali i Zi, Bosnjë e Hercegovina dhe Maqedonia. Ky projekt është iniciuar nga organizata gjermane GIZ, me qëllim të rritjes së kontrollit në treg sa i përket sigurisë së produkteve. Deri më tani janë shkëmbyer dhjetëra informacione lidhur me produktet e rrezikshme. Po ashtu, janë mbajtur disa trajnime të përbashkëta për mënyrën e identifikimit të produkteve të cilat potencialisht mund të jenë të rrezikshme.

Së fundmi, kur kemi të bëjmë me infrastrukturën legjislative aktuale në Kosovë, duhet të përmendet fakti se, është e nevojshme që gjithashtu të adresohen vështirësitë konkrete që hasen në relacion me zbatimin e plotë të së drejtës së konsumatorëve. Kështu p.sh. nga fusha e mbikëqyrjes së tregut, aktivitete specifike janë kryer për disa kategori të produkteve. Gjithsesi, për një numër të madh të produkteve mungon mbikëqyrja për shkak të mungesës së standardeve, fondeve të pamjaftueshme për testim ose kompetencës ligjore të Inspektoratit Shtetëror.

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë për transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë

Bartësit	Objektivat	Kohëzgjatja	Burimet mundshme financiare
			Viti:
Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit	1. Ngritja e Kapaciteteve Administrative të Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit – formimi i dy divizioneve, mes tjerash, sikurse	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë

	parashihet edhe përmes këtij Programi dhe Programit 2016-20; 2. Pjesmarrje ne Organizmat kyqe nderkombetare, sikurse UNCTAD dhe ICPEN. 3. Ndryshimi i Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorit për qëllim të: Harmonizimit me ligjet dhe rregulloret e tjera që kanë të bëjnë me fushën dhe çështjet e mbrojtjes së konsumatorit, respektivisht sjellja në harmonizim me plotësimin e direktivave ekzistuese të BE-s, dhe/apo Direktivave të tjera reja të Bashkimit Evropian, prej se kur është miratuar Ligji 06/L-034 për mbrojtjen e konsumatorit mes tjerash: 85/374/EEC; 2002/65; 2008/122/EC; 2011/83/EU; 2013/11 / EU; 524/2013; 93/13; 1999/44; 1005/29/EC; 2008/48/EC; 2009/22; 90/314/EEC		
Agjencia e Standardizimit	Ligji për ndryshimin dhe plotësimin e Ligjit nr. 03/L-144 për Standardizim	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë
Agjencia e Metrologjisë	Ligji Nr. 04/L-154 Për Punimet nga Metalet e Çmuara	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë
Drejtoria e Akreditimit	Hartimi i ligjit të ri për akreditim	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë
Departamenti i Tregtisë	Projektligji për Tregti Elektronike	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë
Departamenti i Industrisë	1. Hartimi i koncept-dokumentit për mbikëqyrjen e tregut dhe pajtueshmërinë e produkteve, si dhe për njohjen reciproke të mallrave që tregtohen në BE; 2. Hartimi dhe miratimi i koncept-dokumentit për Sigurinë e Përgjithshme të Produkteve; 3. Ndryshimi dhe plotësimi i Ligjit Nr.06/L-041 për kërkesat teknike për	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë

	produkte dhe vlerësim të konformitetit (pjesa e mbikëqyrjes së tregut dhe njohjen Reciproke të Mallrave) - (transpozimi i rregulloreve të BE-së 2019/1020 dhe 2019/515). 4. Hartimi dhe miratimi i Ligjit për Sigurinë e Përgjithshme të Produkteve (transpozimi i Direktivës 2001/95/EC). 5. Hartimi i tre (3) Udhëzimeve Administrative sipas kërkesave të Ligjit për Sigurinë e Përgjithshme të Produkteve (DIC). 6. Hartimi i pesë (5) Udhëzimeve Administrative për 5 grupe të produkteve të ndërtimit. (DIC).		
Departamenti i Turizmit	Hartimi dhe miratimi i Projektligjit për Turizëm dhe Shërbime Turistike (ku mes tjerash parashihet edhe plotësimi i Direktivës Evropiane për Paketa Turistike)	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë
Departamenti i Rregullimit të Tregut të Naftës dhe për Mallra Strategjike	Zbatimi i Ligjit për tregti me naftë, produkte të naftës dhe lëndë të ripërtërishme përmes: 1. Udhëzimit Administrativ për lejet; Udhëzimit Administrativ për përdorimin e karburanteve Plotësim-ndryshimi i Udhëzimit Administrativ për karburante Zbatimi i Udhëzimit Administrativ për mënyrën e autorizimit të trupave për vlerësim të konformitetit.	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë
Inspektorati i Tregut	1. Projektligji për Inspektime (si ligj horizontal që do të vlejë për të gjitha inspektimet). 2. Transpozimi i Rregullores (BE) 2019/1020 për mbikëqyrjen e tregut dhe pajtueshmërinë e produkteve (duke zëvendësuar Rregulloren e BE 765/2008)	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Tregtisë dhe Industrisë

Informacion me i hollësishëm rreth Ligjeve dhe akteve nënligjore në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë parashirohet në Aneksin 2.

4.4. Shërbimet e Energjisë – Zyra e Rregullatorit të energjisë (ZRRE)

Sigurimi i standardeve adekuate në aspektin e shërbimeve të furnizimit me energji është elementi kryesor i mbrojtjes së konsumatorëve. Për këtë qëllim, Zyra e Rregullatorit për Energji, bazuar në legjislacionin në fuqi, ka rolin e përcaktuesit të standardeve të kualitetit të furnizimit dhe shërbimit me energji si dhe rëndësi të veçantë u kushton procedurave të ndërlidhura me mbrojtjen e konsumatorëve. Këto procedura, përveç mbrojtjes së konsumatorëve, kanë për qëllim edhe përmirësimin e performancës së kompanive përgjegjëse në relacion me konsumatorët e tyre. Në këtë aspekt, në relacion me programin e konsumatorit 2021-2025, Zyra e Rregullatorit Energjetik parashihet si bartës i përgjegjësisë kryesore kur bëhet fjalë për ekspozimin dhe zbatimin e legjislacionit primar dhe atij sekondar.

Zyra e Rregullatorit të Energjisë (ZRRE) është agjenci e pavarur, e themeluar nga Kuvendi i Republikës së Kosovës, sipas neneve 119.5 dhe 142 të Kushtetutës së Republikës së Kosovës. Kompetencat, detyrat dhe funksionet e ZRRE-së janë të përcaktuara në Ligjin për Rregullatorin e Energjisë nr. 05/L-084, ku përfshihen: krijimi dhe funksionimi efikas, transparent dhe jo-diskriminues i tregut të energjisë; përcaktimi i kriterëve dhe kushteve për dhënien e licencave për kryerjen e aktiviteteve në fushën e energjisë; përcaktimi i kriterëve dhe kushteve për dhënien e autorizimeve për ndërtimin e kapaciteteve të reja; monitorimi dhe përkujdesja për përmirësimin e sigurisë së furnizimit me energji; caktimi i kriterëve dhe kushteve të arsyeshme për veprimtaritë energjetike në bazë të metodologjisë tarifore; monitorimi dhe parandalimi i krijimit të pozitës dominuese dhe praktikave jo-konkurruese nga ndërmarrjet e energjisë, si dhe zgjidhja e ankesave dhe kontesteve në sektorin e energjisë.

Aktivitetet rregullatore kanë ndikim të madh për konsumatorët. Në përgjithësi, kjo nuk ka të bëjë vetëm me tarifat/çmimet kur konsumatori direkt apo pothuajse në mënyrë të menjëhershme përjeton ndikimin e vendimeve të rregullatorit por edhe me zhvillimin e procedurave lidhur me trajtimin e ankesave dhe çështjeve të tjera në interes për konsumatorët, e të cilat janë të efektshme vetëm kur konsumatorët janë në dijeni të tyre. Si organ i pavarur, ZRRE nxjerr rregulla për garantimin e konkurrencës së ndershme dhe informatave për konsumatorët lidhur me të drejtat e tyre, legjislacionin aktual, kontratën e re dhe procedurat e zgjidhjes së ankesave dhe kontesteve.

Për këtë qëllim, Zyra e Rregullatorit për Energji që në vitin 2006, ka aprovuar Rregullën për Kushtet e Përgjithshme të Furnizimit me Energji, dhe Rregullën mbi Procedurën për Zgjidhjen e Kontesteve në Sektorin e Energjisë si dhe rregullat dhe procedurat tjera të cilat kanë për qëllim përcaktimin e të drejtave dhe detyrimeve të të licencuarve si dhe konsumatorëve. Këto rregulla dhe procedura janë plotësuar në vitin 2017 bazuar në kërkesat e dalura nga ligjet e sektorit të energjisë si dhe pakos së tretë të Direktivave të Energjisë të Komisionit Evropian e që kanë të bëjnë me fushën e mbrojtjes së konsumatorëve.

ZRRE, në strukturën e vet organizative, ka të krijuar edhe Departamentin për Mbrojtjen e Konsumatorëve, i cili ndër aktivitetet kryesore ka monitorimin dhe zbatimin e rregullave dhe procedurave të cilat rregullojnë cilësinë e shërbimeve të ofruara nga ndërmarrjet e energjisë si dhe mbrojtjen e konsumatorëve. Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorëve është përgjegjës për shqyrtimin dhe zgjidhjen e ankesave dhe mosmarrëveshjeve ndërmjet konsumatorëve dhe ndërmarrjeve të energjisë, operatorëve të sistemit dhe ndërmarrjeve të energjisë, dhe ndërmjet

ndërmarrjeve të energjisë. Në kryerjen e detyrave dhe përgjegjësi të tij, ky departament bashkëpunon me të gjitha institucionet dhe organizatat që përfaqësojnë konsumatorët.

Aktivitetet kryesore të ZRRE-së lidhur me konsumatorët e energjisë janë:

- Informimi dhe edukimi i konsumatorëve mbi të drejta dhe detyrimet e tyre;
- Monitorimi i zbatimit të legjislacionit primar si dhe sekondar të aprovuar nga Bordi i ZRRE-së;
- Shqyrtimi dhe harmonizimi i procedurave të të licencuarve në përputhje me legjislacionin në fuqi;
- Pjesëmarrja në aktivitetet e ndryshme të institucioneve dhe organizatave të ndryshme që merren me mbrojtjen e interesave të konsumatorëve;
- Sigurimi i konsumatorëve për trajtim të drejtë dhe jo-diskriminues gjatë furnizimit me energji elektrike nga furnizuesit, si dhe të kenë qasje të hapur në informata nga furnizuesi;
- Sigurimi i marrëdhënieve kontraktuese transparente me furnizuesin;
- Mundësimi i paraqitjes së ankesave sipas dispozitave të Rregullores mbi procedurat e zgjidhjes së kontesteve në sektorin e energjisë, kundër çdo akti të paligjshëm ose anashkalimi nga ana e furnizuesit;
- Zbatimi dhe zhvillimi i një fushate ndërgjegjësimi për mbrojtjen e konsumatorëve;
- Bashkëpunimi me grupe të ndryshme për mbrojtjen e konsumatorëve;
- Publikimi i informacioneve të duhura dhe instruksioneve për konsumatorët në gazetën ditore si dhe faqen elektronike të ZRRE-së.

Duke pasur parasysh zhvillimin e tregut të energjisë elektrike si me shumicë ashtu edhe me pakicë, pra të drejtën e konsumatorëve për ndërrimin e furnizuesit të energjisë elektrike, ZRRE në vitin 2017 ka aprovuar Rregullin për Ndërrimin e Furnizuesit si dhe Udhëzuesin për Liberalizimin e Tregut të Energjisë Elektrike. ZRRE për këtë qëllim ka bërë licencimin e tetë operatorëve për furnizim me energji elektrike si dhe është duke krijuar Mjetin për Krahësimin e Çmimeve. Mjeti për Krahësimin e Çmimeve është një platformë online e konceptuar për të ndihmuar konsumatorët në krahasimin e çmimeve të energjisë në një treg të hapur si dhe për të ndihmuar rregullatorin në përmirësimin e komunikimit dhe edukimin e konsumatorëve për çështjet që lidhen me hapjen e tregut të energjisë elektrike me pakicë.

Sa i përket cilësisë së standardeve të shërbimit të energjisë elektrike, ZRRE në vitin 2019 ka aprovuar rregullën për Standardet e Cilësisë të Shërbimit të Energjisë Elektrike. Qëllimi i Rregullës për Cilësinë e Standardeve të Shërbimit të Energjisë Elektrike është të përcaktoj treguesit e cilësisë së shërbimit të energjisë elektrike për konsumatorët, lidhur me shërbimet e ofruara, furnizimin e pandërprerë të energjisë elektrike dhe cilësinë e tensionit.

Sa i përket mbrojtjes së konsumatorëve në nevojë, ZRRE ka iniciuar së bashku me Ministrinë e Punës dhe Mirëqenies Sociale krijimin e një grupi punues për hartimin e politikave për mbrojtjen e konsumatorëve në nevojë. Ky grup tashmë është krijuar, dhe aktivitetet e tij janë mbështetur nga NARUC dhe Banka Botërore. Grupi është i orientuar drejt përpilimit të një dokumenti që do të përmbante propozime rreth politikave për të mbrojtur konsumatorët në nevojë, dhe dorëzimin e tij për miratim nga Qeveria e Kosovës.

Ankesat e konsumatorëve në ZRRE

Të drejtën për të parashtruar ankesë në Zyrën e Rregullatorit për Energji e ka çdo konsumator kundër të licencuarve, në lidhje me shërbimet e ofruara, nga të licencuarit. Po ashtu çdo furnizues dhe operator i sistemit është përgjegjës për mbrojtjen e konsumatorëve të vet, duke bërë adresimin e ankesave në lidhje me çdo veprim, mospërfillje ose shkelje të bëra nga vet furnizuesi apo operatori i sistemit, si dhe duke bërë përpjekje të arsyeshme për të zgjidhur këto ankesa. Të gjitha ankesat duhet të përmbajnë informacion të përgjithshëm në lidhje me konsumatorin, arsyet e parashtrimit të ankesës, veprën, mospërfilljen apo shkeljen e supozuar të bëra nga furnizuesit apo operatorët e sistemit që ofrojnë këto shërbime të konsumatori. Afati për shqyrtimin e ankesës nga ana e furnizuesit do të jetë tridhjetë (30) ditë kalendarike, mirëpo nuk do të tejkaloj afatin përfundimtar prej tre (3) muaj nga data e pranimin dhe regjistrimit të ankesës për raste më të ndërlikuara.

Konsumatori mund të apelojë në Rregullator vendimet që merren nga furnizuesi apo operatori i sistemit. Konsumatorët/aplikuesit mund të parashtrojnë ankesë në Departamentin për Mbrojtjen e Konsumatorëve të Rregullatorit, brenda afatit prej pesëmbëdhjetë (15) ditësh kalendarike nga data e pranimin të vendimit, apo nga data kur afati përfundimtar për shqyrtim të ankesës nga furnizuesi ose operatorët e sistemit ka kaluar. Parashtrimi i ankesës në ZRRE mund të bëhet:

- Në mënyrë fizike, personalisht ose nga i autorizuari i tij;
- Përmes postës elektronike së zakonshme si dhe elektronike;

Zyra e rregullatorit për Energji në faqen e saj elektronike ka të vendosur aplikacionin për ankesa, adresën elektronike ku ankesa mund të dërgohet si dhe të gjitha procedurat e tjera të cilat shpjegojnë në mënyrë të qartë mënyrën e parashtrimit të ankesës në ZRRE.

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë mbi transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit në Zyrën e Rregullatorit të Energjisë

Bartësit	Objektivat	Kohë zgjatj a	Burimet e mundshme financiare
			Viti:
Zyra e Rregullatorit për Energji	1.Rishikimi dhe plotësimi i mundshëm i rregullës për zgjidhjen e ankesave dhe kontesteve në sektorin e energjisë; 2. Rishqyrtimi i standardeve të kualitetit të furnizimit dhe shërbimit me energji elektrike.	2016 / 2020	Burimet e rregullta buxhetore të Zyrës së Rregullatorit për Energji

4.5. Shërbimet e ujit – Autoriteti Rregullator për shërbime të ujit (ARRU)

Autoriteti Rregullator për Shërbimet e Ujit (ARRU) është rregullator i pavarur ekonomik për rregullimin e veprimtarive të ofruesve të shërbimeve të ujit në Kosovë. Autoriteti Rregullator për Shërbime të Ujit është themeluar me 26 nëntor 2004 dhe vepron në bazë të Ligjit Nr. 05/L -042 për Rregullimin e Shërbimeve të Ujit.

Roli i Autoritetit Rregullator për Shërbimet e Ujit është që të sigurojë ofrimin e shërbimeve cilësore, eficiente dhe të sigurta, në baza jo-diskriminuese, për tërë konsumatorët në Kosovë, duke pasur parasysh mbrojtjen e mjedisit dhe të shëndetit publik.

Misioni i Autoritetit Rregullator për Shërbimet e Ujit është të sigurojë rregullimin e shërbimeve të ujit në mënyrë efektive dhe transparente në pajtim me praktikën e mira Evropiane të cilat sigurojnë që ofruesit e shërbimeve të ujit të ofrojnë shërbime kualitative, të qëndrueshme dhe me çmime të përballueshme në tërë Kosovën, duke pasur parasysh ruajtjen e mjedisit dhe mbrojtjen e shëndetit publik.

Autoriteti Rregullator për Shërbimet e Ujit udhëhiqet nga Drejtori dhe Zëvendësdrejtori, të cilët zgjidhen nga Kuvendi i Republikës së Kosovës.

Në pajtim me Ligjin Nr. 05/L -042, për punën e vet, ARRU i përgjigjet Kuvendit të Kosovës. Çdo vit ARRU i dorëzon Kuvendit të Republikës së Kosovës Raportin Vjetor të Punës për aprovim.

Autoriteti Rregullator për Shërbimet e Ujit financohet nga Buxheti i Republikës së Kosovës, në pajtim me Ligjin për Menaxhimin e Financave Publike dhe Përgjegjësitë. Autorizimet dhe përgjegjësitë e ARRU përfshijnë:

- Licencimin e ofruesve të shërbimeve dhe mbikëqyrjen e zbatimit të kushteve të përcaktuara me licencë të shërbimit;
- Përcaktimin e tarifave të shërbimit për ofruesit e shërbimeve, duke siguruar që tarifat të jenë të drejta dhe të arsyeshme dhe të mundësojnë qëndrueshmërinë financiare të ofruesve të shërbimeve;
- Vendosjen e standardeve të shërbimit dhe mbikëqyrjen e zbatimit nga ofruesit e shërbimeve të këtyre standardeve.

Niveli i shërbimeve që ofruesit e shërbimeve janë të obliguar t'i plotësojnë me rastin e ofrimit të shërbimeve të ujësjellësit dhe ujërave të zeza është përcaktuar në Kosovë, Qëllimi primar i rregullativës ekonomike është që në kushtet e shërbimeve të monopolit, çfarë janë shërbimet publike të ujësjellësit dhe ujërave të zeza, interesat e konsumatorëve të mbrohen nga abuzimi potencial. Rregullimi i shërbimeve të konsumatorëve është me rëndësi për të siguruar se ofruesit e shërbimeve janë të përgjegjshëm ndaj konsumatorëve dhe kanë një qasje e cila ka në fokus konsumatorët.

Ankesat e Konsumatorëve

Komisioni për Zgjedhjen e Ankesave është themeluar nga Autoriteti në pajtim me nenin 5, të Rregullores Nr. 09/2019 për Zgjidhjen e Ankesave të Konsumatorëve dhe vepron në formën e organit, në kuadër të Departamentit për Çështje Ligjore dhe Licencim, që zgjidh ankesat e konsumatorëve dhe është organ përfundimtar në procedurën administrative. Komisioni është profesional dhe i pavarur në trajtimin e ankesave dhe vendimmarrjen e tij.

Të drejtën për të parashtruar ankesë tek Komisioni i Autoritetit Rregullator për Shërbime të Ujit e ka çdo konsumator, i cili pretendon se të drejtat e tij janë shkelur nga ofruesi i shërbimeve, me veprim, mosveprim apo keqadministrim gjatë ofrimit të shërbimeve.

Ankesa e palës mund të parashtrohet brenda tridhjetë (30) ditëve nga dita kur pala është njohur me aktin nga ofruesi i shërbimeve.

Në rast se konsumatori ka parashtruar ankesë dhe ofruesi i shërbimit nuk ka marrë asnjë veprim, atëherë ankesa mund të parashtrohet tek Komisioni i Autoritetit Rregullator për Shërbime të Ujit, por jo më herët se shtatë (7) ditë dhe jo më vonë se dy (2) muaj pas skadimit të afatit për njoftimin e aktit administrativ.

Ankuesi mund të dorëzojë ankesën tek Komisioni i Autoritetit si në vijim:

- Në mënyrë fizike, personalisht ose nga i autorizuari i tij;
- Përmes postës së zakonshme apo rekomande.

Ankuesi duhet të plotësojë formularin e ankesës, që gjendet në faqen e internetit të Autoritetit Rregullator për Shërbime të Ujit, i cili duhet të përmbajë të gjitha të dhënat e kërkuara.

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë mbi transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit në Zyrën e Rregullatorit të Ujit

Bartësit	Objektivat	Kohëzgjatja	Burimet mundshme financiare
			Viti:
Autoriteti Rregullator për Shërbime të Ujit	1. Zbatimi i Ligjit Nr.05/L -042 për Rregullimin e Shërbimeve të Ujit dhe i Rregullores nr. 09/2019 për Zgjidhjen e Ankesave të Konsumatorëve 2.Krijimi i mjedisit të favorshëm ligjor, rregullator, dhe hartimi i dokumenteve për përmirësimin e vazhdueshëm në fushën e	2021 / 2025	Burimet e rregullta buxhetore të Autoritetit Rregullator për Shërbime të Ujit.

	rregullimit të veprimtarisë të të gjithë ofruesve të shërbimeve të ujit. 3.Mbrojtja e të drejtave të konsumatorëve dhe zbatimi i ligjshmërisë dhe vendimmarrjes për shërbimet e ofruara nga ofruesit e shërbimeve të ujit		
--	---	--	--

4.6. Komunikimet Elektronike dhe Postare – Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare (ARKEP)

Çështjet kryesore të cilat mbulohen në fushën e komunikimeve elektronike janë: ofrimi i shërbimeve brezgjere me shpejtësi sa më të madhe, në një afat sa më të shpejtë kohorë, me siguri të lartë dhe me çmime të arsyeshme për konsumatorët, ofrimi i shërbimeve universale, planifikimi dhe vlerësimi i brezave frekuencore me rëndësi të posaçme ekonomike, si dhe siguria e rrjeteve dhe shërbimeve publike të komunikimeve elektronike.

Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare, sipas nenit 142, të Kushtetutës së Republikës së Kosovës, është themeluar si institucion i pavarur nga Kuvendi i Kosovës, që të rregullojë marrëdhëniet shoqërore në sektorin e komunikimeve elektronike dhe shërbimeve postare, ARKEP funksionin e vet e kryen bazuar në Ligjin nr. 04/L-109 për Komunikimet Elektronike dhe Ligjin nr. 06/L-038 për Shërbimet Postare, si dhe bazuar në Politikat e Zhvillimit të Sektorit të Komunikimeve Elektronike “Agjenda Digjitale për Kosovën 2013–2020” dhe Politikat Strategjike të Shërbimit Postar në Republikën e Kosovës 2013-2017.

ARKEP është person juridik, publik, i vetë-financuar, jofitimprurës, i pavarur, i cili bën rregullimin e aktiviteteve të komunikimeve elektronike dhe atyre postare, duke përfshirë mbrojtjen e të drejtave të konsumatorit.

ARKEP udhëhiqet nga Bordi i përbërë nga pesë (5) anëtarë, njëri prej të cilëve është Kryetar. Mandati i anëtarëve të Bordit është pesë (5) vjeçar dhe i pavarur në marrjen e vendimeve. Kryetari, udhëheqë takimet dhe aktivitetet e bordit, dhe merr përgjegjësinë për administrimin e ARKEP.

Gjendja aktuale e tregut të Komunikimeve Elektronike

Sa i përket pasqyrës së tregut të komunikimeve elektronike, numri i përdoruesve aktivë¹ të telefonisë mobile në fund të vitit 2019 arritur shifrën mbi 2.073 milion krahasuar me 1.966 milion

¹Bëhet fjalë për përdoruesit aktivë, pra ata përdorues që kanë përdorur një shërbim me pagesë së paku një herë brenda 3 muajve. Kjo është përcaktuar me vendimin Nr. 22 të Autoritetit (ART Nr. Prot. 045/1/10, dt. 15/06/2010).

sa ishte në fund të vitit 2018, gjersa numri i përdoruesve të shërbimeve të internetit (Qasje Fikse) në fund të vitit 2019 arriti në 356.5 mijë përdorues gjersa në fund të vitit 2018 ka qenë 328.2 mijë (ritje prej 9%).

Norma e penetrimit (përdorues për 100 banorë) në fund të vitit 2019 në segmentin e telefonisë mobile ishte 114% krahasuar me 108.2% në fund të vitit 2018, ku numri i përdoruesve me qasje brezgjërë (*broadband*) 3G dhe 4G në pajisjet mobile të mençura (smartphone) ka arrit në 1.3 milion. Shërbimet e ofruara nga rrjetet fikse, qasja broadband në Internet shënoi rritje të ndjeshme (me 19%) ndërsa numri i përdoruesve të telefonisë fikse këtë vit shënoi rënie prej 5.9%.

Evoluimi i teknologjisë i referuar si konvergjenca teknologjike dhe sjelljeve të përdoruesve si konsumatorë të shërbimeve të komunikimeve elektronike në drejtim të kërkesës në rritje për qasje në Internet kanë bërë që shtytësi kryesor për zhvillimin e rrjetave fikse të jetë qasja broadband në Internet ku nga indikatorët dhe të dhënat nga pjesa e raportit të pasqyrës së tregut vërehen se në përgjithësi të gjithë operatorët dhe ofruesit e shërbimeve kanë shënuar rritje të numrit të përdoruesve krahasuar me vitin 2018.

Nga të dhënat e Autoritetit, vërejmë se rrjetat fikse dhe mobile kanë pasur zgjerim dhe zhvillim të konsiderueshëm gjatë vitit 2019 ku vetëm në rrjetat mobile dhe fikse janë regjistruar rreth 36.2 milion euro investime të reja dhe se zgjerimi i rrjetave ka ndodh në dy kahe; investimet në rrjetet bazë/bërthamë (core network) dhe rrjetin e qasjes duke rritur proporcionin dhe kapacitetet e fibrave optike dhe se vërehet tendenca drejt rrjetave IP dhe shërbimeve që mundësojnë këto rrjete (si qasja broadband) por që përfshijnë edhe mundësitë e përdorimit të shërbimeve telefonike, nëpërmjet platformave të ndryshme VoIP, të cilat vazhdojnë të regjistrojnë përdorim të rritur dhe të lartë jo vetëm në rrjetet fikse por edhe ato mobile.

Tarifat e shërbimeve të komunikimeve elektronike (mobile, fikse dhe të qasjes në internet) krahasuar me vitin paraprak, rezultojnë me tendencë të reduktimit të tyre, ku nga krahasimet vërehet se reduktime të ndjeshme janë bërë nga ana e operatorëve në veçanti me ofrimin shërbimeve në pako të ndryshëm në të cilën përfshihen minuta komunikimi dhe qasje në internet kundrejt një tarife fikse.

Të hyrat nga shërbimet telekomunikuese për vitin 2019 kapin shifrën prej 153 milionë euro, që në krahasim me vitin 2018, del që të hyrat nga sektori kanë shënuar rënie prej 12.7%. Operatorët e telefonisë mobile dhe ofruesit e shërbimeve të internetit vazhdojnë të zotërojnë pjesën më të madhe të tregut të komunikimeve elektronike me rreth 80% të të ardhurave. Vetëm të hyrat e operatorëve mobilë përbëjnë rreth 60% të të ardhurave të gjithë tregut, duke u përcjellë nga ofruesit e shërbimeve të internetit me 18.9%, televizioni kabllor 15%, ndërsa operatorët fiks zotërojnë rreth 6.2%.

Në bazë të dhënave të përpunuar nga Autoriteti, për periudhën janar – dhjetor 2019, krahasuar me periudhën e njëjtë të vitit 2018, rezulton se kemi një rënie të numrit të përgjithshëm të volumit të dërgesave postare në vlerën; 11.69 %, përderisa Posta e Kosovës SH.A., ka rënie të theksuar të volumit të dërgesave postare në vlerën prej 15.13%, ndërsa operatorët privatë kanë një rritje të lehtë në vlerën e 2.31%. Operatori publik postar Posta e Kosovës SHA, mbulon tregun e

përgjithshëm të shërbimeve postare me 77.15 %, kurse operatorët privatë janë të përfaqësuar në vlerën 22.85% të tregut të përgjithshëm.

Ndërsa indikatorët e tregut të shërbimeve postare në vitin 2019, krahasuar me vitin 2013, tregojnë po ashtu një rënie të volumit të përgjithshëm të dërgesave postare në vlerën 26.35 %, kjo si rrjedhojë e rënies së numrit të dërgesave të Postës Direkte (Reklamave) ku kemi një rënie të vazhdueshme. Nga numri i përgjithshëm i dërgesave postare, rreth 80.81% janë letër-dërgesa postare, ndërsa rreth 19.19% janë dërgesa të koli-postës ose pako postare. Nga numri i përgjithshëm i dërgesave, rreth 81.45% e dërgesave postare të pranuar dhe shpërndara në trafikun e brendshëm, pra janë postë vendore, ndërsa rreth 18.55% janë postë ndërkombëtare, pra dërgesa që janë dërguar dhe janë pranuar nga trafiku ndërkombëtar.

Edhe përkundër rënies së numrit të përgjithshëm të dërgesave postare në vitin 2019, krahasuar me vitin 2018, Sektori i Shërbimeve Postare ka të evidentuar një rritje të theksuar të të hyrave të përgjithshme në vlerën 17,52%, përderisa Posta e Kosovës SH.A., ka një rritje në vlerën 8.17%, ndërsa operatorët privatë kanë pasur një rritje të theksuar të hyrave, në vlerë prej 26.06%. Ndërsa krahasuar me vitin 2014, sektori postar ka rritje në vlerën prej 59.76%.

Nisur nga rrethanat e njohura ku sektori i komunikimeve elektronike karakterizohet nga dinamika e lartë e ndryshimeve dhe inovacionit, e detyron Autoritetin si rregullator nacional që në vazhdimësi të përgatitet për tu përballuar me sfidat e reja me të cilat do të ballafaqohet edhe më shumë në një të ardhme të afërt, kryesisht menduar këtu në konvergjencën digjitale të telekomunikacioneve dhe transmetimeve audio-vizuale.

Autoriteti, si institucion që rregullon një treg dinamik me zhvillim të shpejt, në përputhje me dispozitat e ligjit dhe *Agjendën Digjitale* për Kosovën, po punon që në vazhdimësi të krijohen kushte sa më të mira për operatorët dhe konsumatorët.

Me qëllim të mbrojtjes së konsumatorit ARKEP:

- Implementon akte ligjore dhe miraton akte nënligjore për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorëve, si dhe bënë monitorimin e implementimit të këtyre akteve
- Përmes liberalizimit të tregut, u ofron konsumatorëve më shumë zgjedhje dhe kualitet më të lartë të shërbimeve, çmime më të ulëta dhe mbulueshmëri më të madhe në tërë territorin e Republikës së Kosovës.
- Harton udhërrëfyes për të drejtat dhe obligimet e konsumatorëve, të cilat publikohen në faqen e internetit të ARKEP-it
- Njofton konsumatorët me kohë për zhvillimet dhe ndryshimet në sektorin e Komunikimeve Elektronike,
- Monitoron dhe inspekton ofruesit e shërbimeve të Komunikimeve Elektronike dhe atyre postare
- Shqyrton ankesat e konsumatorëve dhe zgjidh mos-marrëveshjet në mes ofruesve të shërbimeve dhe konsumatorëve

Me qëllim të mbrojtjes së konsumatorit, ARKEP ka miratuar legjislacionin sekondar si në vijim:

1. Rregullorja nr. 38 për Kontratat, Transparencën dhe Publikimin e Informatave dhe Masave të tjera Mbrojtëse për Përdoruesit Fundorë për Ofrimin e Rrjeteve dhe Shërbimeve Publike të Komunikimeve Elektronike (022/B/18, 19 prill 2018) - Kjo Rregullore përcakton termat dhe kushtet, të cilat duhet t'i përmbajë kontrata për ofrimin e rrjeteve dhe/ose shërbimeve të komunikimeve elektronike të disponueshme për publikun. Rregullorja gjithashtu përcakton masat për të rritur transparencën dhe publikimin e informacionit në dobi të konsumatorëve dhe përdoruesve tjerë fundor;
2. Rregullorja nr. 36 për Kualitetin e Shërbimeve të Komunikimeve Elektronike (16 prill 2018) - Kjo rregullore përcakton; parametrat e kualitetit për shërbimet e komunikimeve elektronike të ofruara nga operatorët në tregun e shitjeve me pakicë, rregullat për vlerat e deklaruar të parametrave të kualitetit së shërbimit, raportet e dorëzuara dhe publikuara, kërkesat për matjet e parametrave dhe raportin vjetor të kualitetit të publikuar nga Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare;
3. Rregullorja nr. 39 për Shërbimet Universale në Komunikimet Elektronike (4 korrik 2018); *Qëllimi i kësaj Rregulloreje është përcaktimi i fushëveprimit të shërbimeve universale, i kërkesave të cilësisë së shërbimit, procedurës dhe kushteve për ofrimin e shërbimit të tillë, procedurës, kushteve dhe rasteve për imponimin e detyrimeve të shërbimeve universale për ofruesit e shërbimeve të komunikimeve elektronike.*
4. Rregullorja nr. 33 për Bartjen e numrave për para-paguesit e shërbimeve publike të komunikimeve elektronike (043/B/17, 26 qershor 2017) - Kjo Rregullore përcakton termat dhe kushtet, të cilat duhet të plotësohen nga operatorët e rrjeteve dhe/ose shërbimeve publike të komunikimeve elektronike për të ofruar mundësinë e bartshmërisë së numrit. Kjo rregullore gjithashtu përcakton masat për të realizuar lehtë dhe shpejtë procesin e kalimit më të mirë të parapaguesit ndërrues. *Qëllimi i kësaj rregulloreje është garantimi i zbatimit të bartshmërisë së numrave nga të gjithë operatorët, të cilët ofrojnë shërbime të komunikimeve elektronike mobile dhe/ose fikse si dhe krijimin e kushteve më të mira për rritjen dhe mbrojtjen e konkurrencës.*

Me qëllim të mbrojtjes së konsumatorëve, ARKEP ka themeluar një Komision për zgjidhjen e ankesave të konsumatorëve. Sidoqoftë, sfida mbetet rritja e numrit të stafit dhe krijimi i një departamenti brenda ARKEP për mbrojtjen e konsumatorëve.

ARKEP ka hartuar Udhëzues me qëllim të njoftimit të parapaguesve të shërbimeve të komunikimeve elektronike mobile lidhur me tarifat e reja të rregulluara të roamingut në mes të Kosovës dhe vendeve të Ballkanit Perëndimor (BP) si dhe të drejtat që ata kanë.

Tarifat e reja të roamingut, të cilat aplikohen nga data 01 Korrik 2019 vlejnë për vendet e BP si në vijim: Shqipëri, Maqedoni Veriore, Malin e Zi, Bosnjë dhe Hercegovinën, si dhe Serbinë.

Nga data 01 Korrik 2019 tarifat e roamingut (thirrjet, SMS dhe të dhëna/internet) në mes Republikës së Kosovës dhe vendeve të BP janë zbritur ndjeshëm deri në eliminimin e plotë që do të ndodh më datë 01 Korrik 2021.

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë mbi transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit në ARKEP

Bartësit	Objektivat	Kohë zgjatja	Burimet e mundshme financiare
			Viti:
Autoriteti Rregullator i Komunikimeve Elektronike dhe Postare	1. Hartimi dhe miratimi i legjislacionit primar dhe sekondar në fushën e komunikimeve elektronike; 2. Miratimi dhe fillimi i zbatimit të Strategjisë së re digjitale të Kosovës (2021-2030); 3. Hapja e brezave frekuencore me vlerë të posaçme ekonomike për ofrimin e shërbimeve IMT; 4. Implementimi i bartshmërisë së numrave; 5. Heqja e tarifave të Roamingut me shtetet e Ballkanit Perëndimor (WB6) dhe zvogëlimi i tarifave të Roamingut me shtetet e BE-së; 6. Nxitja e konkurrencës në tregun e komunikimeve elektronike brezgjërë, për të ngritur efikasitetin e rregullimit të tregut dhe për të bërë përpjekje që të gjithë banorëve të Kosovës të u sigurohet qasje në internet me shpejtësi më të lartë;	2016 / 2020	Burimet e rregullta buxhetore të Autoritetit Rregullator të Komunikimeve Elektronike dhe Postare .

4.7. Shërbimet financiare – Banka Qendrore e Kosovës (BQK)

Me termin Shërbime financiare nënkuptohet cilido shërbim që ofrojnë institucionet financiare të licencuara/regjistruara në kuadër të veprimtarisë së tyre financiare, qoftë të shërbimeve bankare, të sigurimeve, pensioneve.

Në fazat e para të vendosjes së shërbimeve financiare, autoritetet e Kosovës kanë qenë të fokusuar kryesisht në zhvillimin e tregut financiar me një vëmendje të kufizuar ndaj mbrojtjes së konsumatorit. Megjithatë, me rritjen e sektorit financiar të Kosovës dhe faktin që konsumatorët me mundësi më të vogla financiare filluan të përdorin më shumë shërbime financiare, vëmendja ka filluar të drejtohet edhe të mbrojtja e tyre.

Në të gjitha politikat lidhur me sektorin financiar dhe ndërveprimin e saj me konsumatorët, BQK-ja do të ndjekë katër objektiva të ndërlidhura me Strategjinë e BQK-së.

Të gjitha politikat e propozuara të sektorit financiar në fushat e mbrojtjes së konsumatorit dhe zhvillimit të aftësive financiare do të synojnë mbështetjen e këtyre objektivave të ndërlidhura: i) përfshirja, zgjerimi i qëndrueshëm dhe zhvillimi i shëndoshë i sektorit financiar, ii) stabiliteti i sektorit financiar, iii) integriteti i të gjithë ofruesve të shërbimeve financiare, dhe iv) mbrojtja e konsumatorëve, duke u siguruar se ata janë trajtuar në mënyrë të drejtë.

Në kuadër të fushëveprimit të punës së vet lidhur me mbrojtjen e konsumatorit, BQK në vitin 2014 ka funksionalizuar edhe Divizionin për shqyrtimin e ankesave, ku aktualisht vërehet përmirësim i dukshëm në trajtimin e ankesave nga ky Divizion.

Bazat juridike dhe institucionale për një mbrojtje të shëndetshme të konsumatorëve tanimë janë vendosur qoftë në kuadër të BQK-së si autoritet licencues, rregullues dhe mbikëqyrës, qoftë edhe kuadër të institucioneve financiare, të cilat operojnë në Kosovë.

Avancimi i kuadrit ligjor si proces i vazhdueshëm do të ndikojë edhe më tej në rritjen e cilësisë së mbrojtjes së konsumatorëve në fushën e shërbimeve financiare. BQK në Strategjinë e saj 2015-2019, ka vendosur objektiva që në kuadër të kompetencave të saj të miratojë dhe azhurnojë aktet juridike si dhe të kontribuojë në nxjerrjen e akteve ligjore, në mënyrë që të avancohet kualiteti dhe kuantiteti i kornizës ligjore. Përveç avancimit të kuadrit ligjor, do të forcohet edhe më tej mbikëqyrja e implementimit të kuadrit ligjor nga ana e institucioneve financiare. Baza juridike dhe zbatimi i saj janë komponentë të pandashme në mbrojtjen e konsumatorit. Kjo ndikon në rritjen e transparencës nga ana e institucioneve financiare dhe zgjerimin e informacioneve për produktet financiare që pashmangshëm ndikojnë në rritjen e cilësisë së produkteve financiare të ofruara.

Gjithashtu, BQK ka ndërmarrë hapa konkretë në funksion të edukimit financiar të shfrytëzuesve të shërbimeve financiare, ndërsa synon zhvillimin e mëtutjeshëm të këtij funksioni, me qëllim të krijimit të kulturës së mirëfilltë financiare, që u ndihmon të gjitha palëve të interesit për të marrë vendime të duhura. Aftësia e konsumatorëve për të kuptuar informacionin financiar duhet të forcohet edhe në bashkëpunim me të gjitha palët e interesit. Kjo synohet të arrihet përmes zgjerimit të aktiviteteve për vetëdijesimin e konsumatorëve të shërbimeve financiare për të drejtat e tyre, të cilin BQK synon ta arrijë përgjatë kësaj periudhe.

Avancimi i kornizës ligjore, rritja e transparencës dhe veprimtarisë së institucioneve financiare si dhe zhvillimi i mëtutjeshëm funksionit të edukimit financiar të konsumatorëve - shfrytëzuesve të shërbimeve bankare dhe financiare janë fusha në të cilat Banka Qendrore e Kosovës do të përqendrojë shumicën e aktiviteteve të saj në periudhën e ardhshme katërvjeçare në kuadër të zbatimit të politikave të mbrojtjes së konsumatorit.

Në kuadër të fushëveprimit të punës së këtij institucioni lidhur me mbrojtjen e konsumatorit, BQK në vitin 2014, ka funksionalizuar edhe Divizionin për shqyrtimin e ankesave, i cili tashmë është zgjeruar sikundër dhe numri i kërkesave për shqyrtim të ankesave është rritur bazuar në rritjen e vetëdijes qytetare për të realizuar këtë të drejtë të tyre.

Po ashtu në vitin 2017 është funksionalizuar Divizioni për Edukimi Financiar dhe Komunikim, në kuadër të Departamentit për Marrëdhënie me Jashtë. Në të njëjtin vit është aprovuar edhe Programi për Edukimit Financiar, i cili shërben si bazë për realizimin e aktiviteteve të edukimit financiar, me qëllim të zgjerimit dhe zhvillimit të njohurive financiare për qytetarët e Kosovës, në mënyrë që të jenë të aftë të mbrojnë të drejtat e tyre, të marrin vendime të duhura dhe të jenë të mirinformuar lidhur me financat e tyre personale, si dhe të kenë raporte të përgjegjshme me institucionet financiare.

BQK si autoritet licencues, rregullues dhe mbikëqyrës punon vazhdimisht në përmirësimin e bazës ligjore dhe ofrimin e rekomandimeve për përmirësimin e shërbimeve në industrinë financiare.

Avancimi i kuadrit ligjor si proces i vazhdueshëm do të ndikojë edhe më tej në rritjen e cilësisë së mbrojtjes së konsumatorëve në fushën e shërbimeve financiare. Në Planin Strategjik të saj për vitet 2019-2021, BQK ka vendosur objektiva që në kuadër të kompetencave të saj të miratojë dhe azhurnojë aktet juridike si dhe të kontribuojë në nxjerrjen e akteve ligjore, në mënyrë që të avancohet kualiteti dhe efikasiteti i kornizës ligjore. Përveç avancimit të kuadrit ligjor, do të forcohet edhe më tej mbikëqyrja e implementimit të kuadrit ligjor nga ana e institucioneve financiare. Baza juridike dhe zbatimi i saj janë komponentë të pandashme në mbrojtjen e konsumatorit. Kjo ndikon në rritjen e transparencës nga ana e institucioneve financiare dhe zgjerimin e informacioneve për produktet financiare.

Ngritja e transparencës, informimi, edukimi dhe komunikimi me publikun janë mënyra përmes të cilave BQK do të vazhdojë të ndikojë të publiku në marrjen e vendimeve të duhura financiare. BQK është vazhdimisht aktive përmes ndërmarrjes së aktiviteteve konkrete, realizimit të projekteve specifike për target grupe të ndryshme, përgatitjes së materialeve edukative apo realizimit të bashkëpunimeve të ndryshme.

Me qëllim të krijimit të kulturës financiare që në moshën e re, projekte konkrete janë realizuar për ciklin e ulët të shkollave fillore dhe shumë shpejt pritet që tek të gjitha shkollat fillore në vend të shpërndahen Libra edukativë për klasat I deri V përfshirë edhe nxënësit e të gjitha komuniteteve në Kosovë. BQK dhe MASH janë të përkushtuar të vazhdojnë punën e përbashkët për përfshirjen e Edukimit Financiar në kurrikulat edhe në nivelet tjera shkollore.

BQK gjithashtu ka iniciuar projektin për ndërtimin e platformës për krahasimin e normave të interesit, i cili synon rritjen e transparencës dhe krahasueshmërisë së çmimeve ndërmjet pjesëmarrësve financiar të tregut në Kosovë, me qëllimin kryesor të përkrahjes së konsumatorëve të sektorit financiar.

Realizimi i aktiviteteve edukative bëhet duke shënjestruar grupe të ndryshme me projekte përkatëse, materiale edukative përkatëse dhe përmes kanaleve përkatëse të komunikimit. Njëra ndër kanalet e komunikimit është platforma e edukimit financiar www.edukimifinanciar.org, e cila ka numër të konsiderueshëm të vizitorëve dhe në vazhdimësi azhurnohet me informata e materiale për të gjitha grup-moshat e publikut. Bazuar në politikat, rolin dhe funksionin e saj në mbarëvajtje të sektorit financiar në vend dhe mirëqenien e shfrytëzuesve të këtij sektori, përkatësisht konsumatorëve financiarë BQK-ja do të zotohet në përmbushjen e objektivave të saj të ndërlidhura me Planin Strategjik.

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë mbi transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit në Bankën Qendrore të Kosovës

Bartësit	Objektivat	Kohë zgjatja	Burimet e mundshme financiare
			Viti:
Banka Qendrore e Kosovës	1. Avancimi i kornizës rregullative në fushën e mbrojtjes së shfrytëzuesve të shërbimeve financiare dhe harmonizimi i rregullativës vendore me direktivat evropiane; 2. Rishikimi dhe plotësimi i rregullës së brendshme të trajtimit të ankesave; 3. Avancimi i rolit të BQK-së në fushën e mbrojtjes dhe edukimit të shfrytëzuesve të shërbimeve financiare përmes kryerjes së ekzaminimeve tek institucionet financiare me fokus në transparencën e kushteve kontraktuale si dhe mirësjelljen në biznes.	2016 / 2020	Burimet e rregullta buxhetore të Bankës Qendrore të Kosovës.

4.8. Cilësia e produkteve ushqimore – Autoriteti i Ushqimit dhe Veterinarisë (AUV)

Kontrollet zyrtare paraqesin gjithashtu pjesën integrale të sigurisë dhe cilësisë së ushqimit. Ligji për Ushqimin dhe Ligji për Veterinari, janë ligjet bazë që përcaktojnë aktivitetet dhe kompetencat e autoriteteve inspektuese për kontroll të ushqimit.

Në mënyrë që të arrihen masa më efektive të kontrollit zyrtar, ekzistojnë gjithashtu kompetencat dhe detyrat e organeve kompetente kundruall kontrolleve zyrtare, ku për qëllime të kontrolleve zyrtare parashihet marrja dhe analizimi mostrave, respektivisht nevoja për të siguruar qasje në rezultatet e testimit të cilësisë. Për këtë arsye, parashihet si e nevojshme edhe futja e një sistemi të menaxhimit të cilësisë në laboratorët kundruall zbatimit të kontrollit zyrtar, respektivisht për të zhvilluar dhe nxitur akreditimet laboratorike në përputhje me standardet ndërkombëtare, evropiane dhe vendore. Në disa nga ligjet (sikurse ai për Akreditim), janë të përcaktuara kërkesat që duhet të plotësohen nga ana e laboratorëve testues dhe laboratorëve referentë, detyrimet e tyre, si dhe mënyrën e financimit të kostos së analizës. Në relacion me ushqimet vendore apo të importuara që përbën një rrezik serioz dhe të menjëhershëm për shëndetin e njeriut, është e nevojshme të reagohet shpejt dhe në mënyrë efektive për të eliminuar rreziqet. Për këto shkaqe dhe të tjera, përmes dispozitave ligjore duhet elaboruar masat, varësisht shkallës së kërcënimit kundruall parandalimit ose eliminimit të rrezikut për shëndetin e njeriut.

Sot, qytetari-konsumatori paraqet shtyllë të rëndësishme të informimit në sistemin e kontrollit zyrtar të ushqimit. Organizimi i qytetarëve përmes shoqërisë civile, dhënia e informatave, debatet, përgjegjësia e palëve për informim të konsumatorit, për rreziqet eventuale nga ushqimi, kanë ndikuar në ngritjen e performancës dhe përgjegjësinë e autoriteteve të kontrollit. Në këtë kontekst, BE sugjeron dhe obligon si formë standardi në kuadrin e HACCP-së, që t'i mundësohet qytetarit konsumator përcjellja e gjithë procesit të prodhimit.

Përmes themelimit të Agjencisë së Ushqimit dhe Veterinarisë, është arritur realizimi i dispozitave themelore të Ligjit të Ushqimit, në këtë mënyrë, kontribut në arritjen e një niveli të lartë të mbrojtjes së konsumatorëve, respektivisht ngritjen e besimit të konsumatorët. Agjencia parashihet që gjithashtu të ofrojë këshillat shkencore dhe teknike të nevojshme për politikën dhe legjislacionin në fushën e ushqimit dhe veterinarisë.

Detyrë e agjencisë është që të mbrojë jetën dhe shëndetin e njerëzve, duke siguruar nivel të lartë të ushqimit të sigurt, përfshirë edhe ushqimin e kafshëve, shëndetin e kafshëve, përkujdesjen ndaj kafshëve si edhe cilësinë dhe sigurinë e ushqimit me prejardhje bimore dhe shtazore. Për të mbrojtur shëndetin dhe jetën e njerëzve, agjencia është kompetente për kontrollimin, verifikimin dhe inspektimin e ushqimit dhe lëndës së parë në të gjitha nivelet e zinxhirit ushqimor.

Përveç rolit të saj qendror në vlerësimin, komunikimin dhe menaxhimin e rrezikut, agjencia kryen veprimtari të tjera që lidhen me analizën e riskut. Një nga këto aktivitete është shkëmbimi interaktiv i informatave dhe opinioneve kundruall rreziqeve me autoritetet kompetente, për të krijuar një vlerësim të përbashkët ndaj rreziqeve. Agjencia, gjithashtu, ka autoritetin për të koordinuar procesin e aktiviteteve të menaxhimit të rrezikut të kryera nga ministritë përkatëse, në veçanti aktivitetet lidhur me inspektimin e sigurisë së ushqimit dhe ushqimit për kafshë. Kjo

agjenci, nëpërmes laboratorëve të autorizuar, testues dhe referentë, realizon kontrollin zyrtar të produkteve ushqimore në aspektin e sigurisë dhe cilësisë.

Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë, si organ mbikëqyrës të punës së saj, ka Bordin drejtues të Agjencisë, në kuadër të së cilit, njëri nga anëtarët përfaqëson shoqatat për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorit. Ky bord, përveç tjerash është përgjegjës për mbikëqyrjen e strategjisë afatgjate, të propozuar nga kryeshefi i Agjencisë, pas konsultimit me ministritë përkatëse dhe Këshillin shkencor, duke siguruar që politikat e përcaktuara për sigurinë dhe cilësinë e ushqimit të jenë në përputhje me nevojat e qytetarëve dhe standardet ndërkombëtare. Bordi drejtues, gjithashtu është përgjegjës mbi miratimin e raportit vjetor të aktiviteteve të agjencisë, propozimin e programeve të punës, raportin financiar, si dhe mbi propozim-buxhetin e agjencisë.

Zhvillimi institucional dhe krijimi i kuadrit ligjor dhe rregullator në fushën e sigurisë ushqimore ka qenë dhe vazhdon të jetë një prioritet i rëndësishëm për Qeverinë e Kosovës. Konsumatorit duhet t'i sigurohen prodhime të cilësisë së mirë dhe të sigurta. Për të garantuar mbrojtjen e shëndetit të konsumatorëve duhet siguruar funksionimi efektiv i çdo hallke në zinxhirin ushqimor.

Ky princip është i vlefshëm pavarësisht nga fakti nëse ushqimet prodhohen në Kosovë apo importohen nga vende të tjera. Një politikë efikase e sigurisë ushqimore duhet të njohë natyrën komplekse të prodhimit të këtyre ushqimeve si dhe vlerësimin e monitorimit të rreziqeve mbi shëndetin e njerëzve. Për këtë arsye Qeveria e Kosovës ka pasur dhe ka në vëmendjen e saj forcimin e kontrollit dhe të monitorimit të ushqimeve që prodhohen dhe tregtohen në tregun e Kosovës të destinuara për konsum njerëzor si dhe të ushqimeve që përdoren për kafshë.

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë mbi transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit tek Autoriteti i Ushqimit dhe Veterinarisë

Bartësit	Objektivat	Kohë zgjatja	Burimet e mundshme financiare
			Viti:
Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë	1. Projektligji për Ushqimin 2. Udhëzimi Administrativ për Deklarimet Shëndetësore 3. Udhëzimi Administrativ për Suplementet Ushqimore 4. Ngritja ose zhvillimi i kapaciteteve; Rritja e numrit të Inspektorëve Sanitarë, Veterinarë dhe Fito-sanitarë	2016 / 2020	Burimet e rregullta buxhetore të Qeverisë së Kosovës , konkretisht të AUV.

	5. Vetëdijesimi i konsumatorit; • Mbetet roli i Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit nga MTI 6. Mbështetje dhe bashkëpunim me shoqërinë civile • Vetëdijesimi i Operatorëve të Biznesit Ushqimor lidhur me qasjen konstruktive me konsumatorin, pranimin e ankesave si të arsyeshme, gjurmueshmërinë e përbashkët mes autoritetit me OBU-në dhe prodhuesit. 7. Trajtimi i ankesave • Trajnimi i inspektorëve Sanitar, Veterinar dhe Fito sanitar në trajtimin e ankesave, mënyrën e raportimit në sistemin elektronik. 7. Objektiva shtesë: • Ndërtimi i objekteve për zyrat rajonale në 6 rajone, duke pasur si objektiv kryesor centralizimin e Inspektoratit qendror dhe komunal, siç e parasheh Ligji për Ushqimin, e i cili ligj është në procedurë të plotësim-ndryshimit, duke u harmonizuar gjithmonë me rregullat dhe praktikat e BE.		
--	--	--	--

4.9. Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve për Konsumatorë – Ministria e Drejtësisë

Siç u cek edhe më lart me fjalë të ngjashme apo të tjera, pjesë e detyrave dhe përgjegjësi për mbrojtjen e konsumatorit është edhe koordinimi i punëve mes institucioneve ndërlidhëse kompetente në raport me zbatimin dhe të drejtën e konsumatorit.

Nga aspekti i infrastrukturës më të gjerë legjislativë, ekziston një bazë e mirë për avancimin e mëtejshëm të gjendjes në relacion me mbrojtjen e pozitës dhe të drejtave kushtetuese dhe ligjore të qytetarit kosovar. Në këtë drejtim, institucionet kompetente mbi legjislativin që parashihet të influencojë direkt apo indirekt zbatimin e të drejtës së konsumatorit, rrjedhimisht objektivat përmes së cilëve pretendohet përmirësimi i gjendjes aktuale përgjatë pesëvjeçarit të ardhshëm janë pasqyruar në tabelën e mëposhtme.

Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve (ZAM) ka të bëjë me proceset dhe teknikat e zgjedhjeve të kontesteve, si një mjet për palët e papajtuara për të ardhur në një marrëveshje para procesit gjyqësor. ZAM paraqet term kolektiv për mënyrat e zgjidhjes së mosmarrëveshjeve mes palëve, me (ose pa) ndihmën e një pale të tretë.

Kur flasim për botën perëndimore, ZAM dihet të ketë manifestuar pranim të gjerë tek publiku i përgjithshëm dhe profesioni ligjor përgjatë viteve të fundit. Në fakt, disa nga gjykatat u kërkojnë palëve të gjejnë mbështetje përmes çfarëdo lloji të ZAM, zakonisht ndërmjetësim, përpara trajtimit gjyqësor të rasteve. Për më tepër, Direktiva Evropiane për Ndërmjetësim (2008) parashikon edhe shprehimisht ndërmjetësimin si "të detyrueshëm", duke lënë të nënkuptohet se pjesëmarrja është e detyrueshme (edhe pse jo detyrimisht zgjidhja duhet të arrihet gjithherë përmes ndërmjetësimit).

Rritja e popullaritetit të ZAM-së vjen kryesisht rezultat i ngarkesës/rritjes së numrit të lëndëve në gjykatat e rregullta, perceptimit se ZAM shkakton më pak shpenzime sesa procesi gjyqësor, preferenca e konfidencialitetit dhe nga fuqia më e madhe e palëve në përzgjedhjen e individëve vendimmarrës kundruall mosmarrëveshjeve.

ZAM zakonisht është manifestuar përmes tribunaleve formale dhe jo-formale, si dhe proceseve ndërmjetësuese formale dhe jo-formale. Tribunali dihet të ketë formën klasike formale. Procesit klasik formal ndërmjetësues i referohet ndërmjetësimit nga/para ndërmjetësuesit (individual apo panel) të përcaktuar nga gjykata. Metodat klasike joformale janë proceset shoqërore, referime tek autoritetet joformale dhe ndërmjetësimi. Dallimi kryesor mes proceseve formale dhe joformale është: Pritja për procedurë gjyqësore, si dhe mungesa e një strukture formale për aplikimin e procedurës.

Zgjidhja alternative e kontesteve përgjatë historisë dihet të jetë prezantuar në tre forma:

1. Metodat në formë të zgjidhjes së mosmarrëveshjeve jashtë mekanizmave zyrtarë gjyqësorë;
2. Metodat joformale e mbështetjes tek (varësisë nga) mekanizmat zyrtarë gjyqësorë;
3. Metodat e pavarura, sikurse programet e ndërmjetësimit dhe *ombudsmanët* brenda organizatave.

Për më tepër, tradita e këtyre mënyrave të zgjidhjes së mosmarrëveshjeve shpesh dallon midis kulturave, gjithsesi ekzistojnë elemente të përbashkëta të cilat e justifikojnë gjithë sistemin. Përgjithësisht, ZAM mund të ndahet në të paktën katër lloje: negociim; ndërmjetësim; ligj bashkëpunues, si dhe arbitrazh.

Konsumatorët shpesh zgjedhin përdorimin e opsioneve të ndryshme, varësisht nevojave dhe rrethanave me të cilat ballafaqohen, sikurse:

1. Negocimi – paraqet pjesëmarrjen në mënyrë vullnetare dhe me këtë rast nuk parashihet nevoja për palën e tretë kundruall arritjes së zgjedhjes.
2. Ndërmjetësimi – parasheh ndërmjetësimin nga pala e tretë, e cila ndihmon zgjedhjen e problemit, shpesh duke sugjeruar rezolucionin (njohur si ‘propozim i ndërmjetësuesit’), por nuk iu imponon atë palëve.
3. Ligji bashkëpunues – parasheh që secila palë të ketë përfaqësuesin/avokatin i cili ofron procesin e rezolutës brenda termave specifik të kontratës. Palët arrijnë pajtimin me ndihmën e avokateve (të trajnuar mbi proceset) dhe ekspertëve paraprakisht të pajtimit reciprok. Askush nuk e imponon rezolutën mes palëve. Gjithsesi, procesi paraqet formalitet si variant në kuadër të sistemit gjyqësor.
4. Arbitrazhi – bazohet mbi pjesëmarrjen vullnetare, nën prezencën e palës së tretë (si gjyqtar privat) i cili imponon një rezolutë.

Në raport me zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve të konsumatorëve në Republikën e Kosovës, aktualisht paraqitet si e nevojshme ndërhyrja e mirëfilltë në funksionalizimin e proceseve të këtij lloji, kjo parimisht si rezultat i ngarkesës me të cilën është duke u ballafaquar sistemi aktual gjyqësor i Kosovës (dhe jo vetëm në raport me konsumatorin). Eksperienca e vendeve rajonale, sidomos atyre të cilat e kanë ndjekur rrugën e njëjtë përgjatë procesit të stabilizim/asociimit drejt Bashkimit Evropian, na ofrojnë një mundësi për të krahasuar, respektivisht se si duhet të procedohet më tutje për të siguruar qasje të mirëfilltë kundruall funksionalizimit të këtyre mundësive.

Për shembull, kemi rastin e shtetit të Kroacisë, ku format/mundësitë e ndryshme të qasjes së konsumatorëve aktualisht ka arritur një shkallë të konsolidimit të respektueshëm si rezultat i angazhimit shumëvjeçar. Aktualisht dihet të ekzistojnë katër qendra shërbimi këshilluese (të drejtura nga organizata joqeveritare të mbështetura financiarisht nga Qeveria), pranë të cilave ankesat mund të procedohen para se t’i nënshtrohen një kontesti paragjyqësor (i njohur përgjithësisht si “zgjidhja jashtëgjyqësore e kontesteve”), që funksionon në kuadër të Odës Ekonomike, respektivisht pranë apo nën mbikëqyrjen e ‘trupave të pavarur’ (persona/trupa të kualifikuar për pajtimin), apo përfaqësues nga *Ombudspersoni*. Takimi me këtë rast mund të organizohet në qoftë se ekziston vullneti nga të dyja palët (pas kontakteve nga ndërmjetësuesi), gjithherë nën prezencën e personit të pajtimit, me ç’rast pajtimi i arritur pastaj dihet të ketë bazë ligjore. Siç u përmend edhe më lart, nëse procesi nuk zgjidhet në këtë formë, pastaj mund të iniciohet procesi gjyqësor pranë dhomës adekuate të gjykimit.

Përkundër faktit të nevojës për një sistem paragjyqësor të këtij lloji në Republikën e Kosovës, forma e vetme e qasjes në raport me zgjidhjen alternative të kontesteve është ajo e formës biznesit me biznes (pra jo e llojit konsumator-me-biznes) pranë dhomës së veçantë në kuadër të Odës

Ekonomike të Kosovës. Mbingarkimi i sistemit gjyqësor si dhe inspektorateve kompetente në tregun (dhe jo vetëm) e Kosovës parashtron nevojë të domosdoshme angazhimi rreth krijimit të strukturave të nevojshme në relacion me zgjidhjen alternative të kontesteve të të gjitha formave. Në këtë drejtim, Departamenti, në koordinim me Këshillin për Mbrojtjen e Konsumatorit, përgjatë periudhës për sa parashihet të zgjasë Programi për Konsumatorë (2016-2020), do të bëjë të gjitha përpjekjet e nevojshme për krijimin apo të paktën iniciimin e çështjes së konsumatorit në këtë drejtim. Në formën e vet (direkt apo indirekt) kjo çështje ndërlidhet edhe me vetë njërin nga synimet kryesore të këtij programi, respektivisht fuqizimin e bashkëpunimit me OJQ-të. Kjo edhe duke u mbështetur mbi vetë arsyen e domosdoshme të fuqizimit të përfaqësuesve në formë shoqatash joqeveritare. Përderisa nuk ekzistojnë kapacitetet sikurse figuron më lart, çështja e ankesave mund të lihet si çështje brendshme e institucionit publik (sikurse figuron propozimin e ri të organigramit – pjesë e divizionit për informim dhe edukim).

Tabela: Detyrat, bartësit dhe periudha e paraparë mbi transpozimin e objektivave dhe masave që kanë të bëjnë me mbrojtjen e konsumatorit tek institucioni i Ministrisë së Drejtësisë

Bartësit	Objektivat	Kohëzgjatja	Burimet e mundshme financiare
			Viti:
Ministria e Drejtësisë	1. Plotësimi i Ligjit për Ndërmjetësim - Transpozimi i Direktivës dhe respektivisht Rregullores së BE-s mbi zgjidhjen alternative të kontesteve. 2. Ligji për të Drejtat e Detyrimeve – Plotësimi i Direktivave të BE-s në relacion me Produktet e Dëmtuara, dhe respektivisht rregullimi i aspekteve të garancisë së produkteve për konsumatorë.	2016 / 2020	Burimet e rregullta buxhetore të Ministrisë së Drejtësisë

4.10. Përkrahja nga bizneset – Oda Ekonomike e Kosovës

Në periudhën nga 2021 deri më 2025, Oda Ekonomike e Kosovës planifikon aktivitetet e mëposhtme në fushën e mbrojtjes së konsumatorit:

1. **Ndërgjegjësimi i publikut** – Oda Ekonomike e Kosovës, si një nga bartësit e zbatimit të mbrojtjes së konsumatorit, informon dhe arsimon vazhdimisht anëtarët e saj mbi domosdoshmërinë e mbrojtjes së konsumatorit, një arritje e rëndësishme e civilizimit dhe një simbol i një shoqërie demokratike.

Kështu, kompanitë anëtare të Odës Ekonomike të Kosovës informohen kryesisht për propozimet e reja, por edhe zgjidhjet ligjore nga fusha të ndryshme e posaçërisht në fushën e mbrojtjes së konsumatorit, të gjitha me qëllim që të ndihmojnë zbatimin e këtyre dispozitave ligjore në biznesin e kompanive. Duhet theksuar rëndësia e arsimimit të kompanive, si dhe punonjësve të sistemit të Odës Ekonomike të Kosovës në fushën e mbrojtjes së konsumatorit, i cili kryhet në bashkëpunim me ministritë e gjegjëse, me qëllim të rritjes së informimit dhe ofrimit të zgjidhjeve konkrete për anëtarët e komunitetit të biznesit Kosovar.

2. ***Siguria e ushqimit dhe cilësia e ushqimit*** – Oda Ekonomike e Kosovës do të zbatojë vazhdimisht një numër aktivitete që rrisin nivelin e informacionit të kompanive dhe konsumatorëve, për të siguruar gjurmueshmërinë, sigurinë dhe cilësinë e ushqimit në të gjithë zinxhirin ushqimor, në përputhje me “Acquis Communautaire” në fushën e sigurisë ushqimore dhe cilësisë së ushqimit, duke siguruar kështu gjurmueshmërinë e konsumatorëve dhe ushqimin e shëndetshëm në të gjithë zinxhirin, nga fusha deri në tryezë.
3. ***Tregtia*** – Funkzioni kryesor dhe primar i tregtisë përfshin furnizimin e popullatës me produkte/shërbime të përshtatshme, respektimin e konsumatorëve ose nevojat e tyre, duke u përpjekur të drejtohet nga parimet e politikës së mbrojtjes së konsumatorit. Përmes bashkëpunimit të vazhdueshëm me ministritë gjegjëse, Oda Ekonomike e Kosovës do të përpiqet të kontribuojë në kushte më të mira për kryerjen e aktiviteteve tregtare, si dhe në një nivel më të lartë të mbrojtjes së konsumatorit.
4. ***Pasuri të paluajtshme*** – Oda Ekonomike e Kosovës ka një rol aktiv që ende planifikon të luajë në fushën e ndërmjetësimit të pasurive të patundshme përmes autoritetit publik që ka, për organizimin e provimit profesional në bashkëpunim me Ministrinë e Zhvillimit Ekonomik për vlerësuesit e pasurive të patundshme, mbajtjes së librit të adresave dhe “Regjistrin e Vlerësuesve të Pasurive të Paluajtshme” dhe për të ofruar trajnime për vlerësuesit e pasurive të paluajtshme me qëllim të ngritjes së nivelit të cilësisë së punës së vlerësuesve gjë që ndikon drejtpërdrejt në mbrojtjen e interesave të konsumatorit.

Posaçërisht është e rëndësishme të theksohet se libri i adresave dhe regjistri janë publik, dhe të disponueshëm në Internet, në faqen e internetit të Odës Ekonomike të Kosovës, në të cilën kanë të drejtë të gjithë që të kenë qasje dhe në këtë mënyrë i lejohe konsumatorëve të marrin shërbim më të mirë dhe siguri më të madhe ligjore.

5. ***Shërbimet financiare*** – Oda Ekonomike e Kosovës, në mënyrë të pavarur ose në bashkëpunim me palët kryesore të interesit në zbatimin e edukimit financiar në Republikën e Kosovës (Ministria e Financave, BQK, Agjencia, Ministria për Pushtetin Lokal dhe ministritë tjera, fakultete dhe institucione të tjera) dhe anëtarët e shoqatave profesionale, do të ndërmarrë aktivitete të përshtatshme që synojnë mbrojtjen e konsumatorëve të shërbimeve financiare. Aktivitetet do të përqendrohen kryesisht në ngritjen e nivelit të edukimit financiar të konsumatorëve dhe bizneseve (veçanërisht ndërmarrjet e vogla dhe të mesme), duke përdorur avantazhet krahasuese të Odës Ekonomike të Kosovës përmes rrjetit të Odave Rajonale në 7 qytetet e Kosovës, për të ofruar edukim financiar në të gjitha pjesët e Kosovës e meqenëse Institucionet financiare janë anëtarë të Odës Ekonomike të

Kosovë përmes Shoqatës së bankave të Kosovës, mund të mbulojë të gjitha llojet e shërbimeve financiare përmes trajnimeve.

6. **Arbitrazhi** – Me qëllim të organizimit të një arbitrazhi të përhershëm, kompetent për zgjidhjen e kontesteve të biznesit në mes të anëtarëve të Odës Ekonomike të Kosovës dhe në mes të anëtarëve dhe personave tjerë juridik ose fizik, e duke u bazuar në ligjin Nr.2004/7 për Odën Ekonomike të Kosovës, Kuvendi i Republikës së Kosovës me datën 24 Qershor 2011 ka miratuar “Rregullat e Arbitrazhit të Kosovës”. Në bazë të këtyre rregullave, Institucioni i cili administron procedurën e arbitrazhit në kuadër të Odës Ekonomike të Kosovës është Tribunali i përhershëm i Arbitrazhit. Po ashtu, rregullat institucionale të Arbitrazhit janë hartuar në pajtim me dispozitat e Ligjit Nr. 02/L-075 për Arbitrazhin.

Tribunali i Përhershëm i Arbitrazhit (“TPA”) paraqet një institucion të ristrukturuar, i cili ka evoluar nga gjykata e arbitrazhit pranë Odës Ekonomike të Kosovës (OEK). Legjislacioni në fuqi, përkatësisht Ligji Nr. 2004/7, për Odën Ekonomike të Kosovës, autorizon në mënyrë shprehimore OEK-un që të ofrojë shërbime e arbitrazhit.

Arbitrazhi është procedurë e cila ditëve të tashme globalisht dominon në kontestet në mes të bizneseve. Kontestet më të komplikuar dhe me vlera më të mëdha zgjidhen nga tribunalet e arbitrazheve nëpër botë.

Procedura e arbitrazhit është transparente dhe ofron mjete të kontrollit të procedurës nga palët. Procedura është e paraparë me rregullat e arbitrazhit. Palët në procedurë duhet ta kenë klauzolën e arbitrazhit në kontratë. Si përparësi kryesore të arbitrazhit ndaj gjykatave shtetërore konsiderohen: (i) fleksibiliteti; (ii) efikasiteti në kohë dhe shpenzime; (iii) plotfuqishmëria e vendimit të arbitrazhit dhe (iv) konfidencialiteti i procedurës dhe vendimeve. Vendimet janë të plotfuqishme.

Oda Ekonomike e Kosovës përmes informimit të bizneseve rreth mundësisë të shfrytëzimit të këtij Tribunali, pretendon të ndikojë në përsheptimin e zgjidhjeve të problemeve, përfitimit në kohë dhe zvogëlimit të shpenzimeve të bizneseve.

Kapitulli V

5. NGRITJA E VETËDIJES SË KONSUMATORËVE

Vetëdijesimi i konsumatorëve – Të kuptuarit e rreziqeve, problemeve, kanosjeve, dëmeve, veprimeve negative dhe me pasoja shpeshherë të pariparueshme, të cilat varen nga disa faktorë influencues ose edhe vendimmarrës, do të thotë të kesh potencial dhe vetëdije për rëndësinë dhe konsekuencat që mund të rezultojnë nga fenomenet e sipërpërmendura. Andaj, për t'u vetëdijësuar, jo vetëm qytetarët-konsumatorë, por edhe shoqëria jonë, kërkohet kohë, investime dhe resurse të burimeve të ndryshme.

Vetëdijesimi i konsumatorëve duhet të merret dhe trajtohet me shumë kompetencë dhe angazhim serioz e të vazhdueshëm, si nga institucionet profesionale, po ashtu edhe nga ana e bartësve të këtij programi, si një faktor, modalitet dhe komponentë tejet me rëndësi dhe me efekte të pritshme pozitive në sensibilizimin, aktivizimin dhe mobilizimin e sa më shumë qytetarëve – konsumatorë në çështjet e mbrojtjes së të drejtave dhe interesave të tyre në Kosovë. Institucionet kompetente për zbatimin e dispozitave kushtetuese dhe ligjore për mbrojtjen e konsumatorëve, kanë për detyrë që edhe për qëllim të zbatimit të këtij programi, të bëjnë plane të veçanta veprimi, për ndërgjegjësimin e plotë dhe të vazhdueshëm të konsumatorëve kosovarë.

Në përgjithësi, përgjatë viteve të fundit, dihet të ketë pasur një përmirësim krahas ndërgjegjësimit të publikut mbi të drejtat e konsumatorit në Kosovë, kjo ka ndikuar gjithashtu nga disa prej aktiviteteve të ndërmarra nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit në MTI. Megjithatë, njohuritë e konsumatorëve për të drejtat e tyre janë ende relativisht të ulëta dhe ky program synon të ndërtohet, nga realizimi i një pune relativisht të mirë në ngritjen e vetëdijes gjatë viteve 2021-26, si dhe përmes një planifikimi që përmbledh një sërë aktiviteteve të mëtejshme përgjatë periudhës 2021-26. Këto aktivitete mund të përkufizohen në tre kategori:

- Aktivitetet afatshkurtra – për zbatimin e hershëm, apo aktivitete ato të cilat në parim mund të kryhen menjëherë, duke iu referuar rrethanave aktuale në Kosovë;
- Aktivitet afatmesme – për zbatim më të vonshëm përgjatë periudhës 2016-20, apo aktivitete të cilat kërkojnë më shumë kohë që të paraqiten, fillimisht duke iu përkushtuar aktiviteteve paraprake të cilat parashikojnë ndryshimet dhe zhvillimet e mundshme në praktikën ndaj konsumatorit dhe të shitjeve me pakicë në Kosovë;
- Opsionet aspiruese, të cilat paraqesin vështirësi për t'u zbatuar plotësisht brenda afatit kohor, por të cilat paraqesin të ashtuquajturat 'praktika më të mira'.

Këtu parashihen të gjitha aktivitetet e përzgjedhura për rritjen e ndërgjegjësimit përgjatë periudhës 2016-20, duke i përkufizuar ato në tri kategori. I gjithë ky informacion pastaj është përmbledhur brenda një tablele sikurse figuron në faqen 30. Qëllimi i tematikës së këtij plani është që ai të jetë shumëdimensional, d.t.th, të përfshijë lloje të ndryshme të aktiviteteve që shenjestrojnë profilin sa më të gjerë të konsumatorëve. Sipas këtij programi, aktivitetet e parapara përgjatë periudhës 2021-2025 parashihen sikurse në vijim:

1. Promovimi;
2. Prania *online* në internet;
3. Transmetimet & Gazetaria: TV, Radio dhe gazetat;
4. Ngjarjet e “botës reale”
5. Aktivitetet arsimore që synojnë konsumatorët e moshës së re
6. Aktivitetet e përbashkëta me partnerë ndërkombëtarë
7. Sondazhet publike
8. Kurrikulat arsimore

5.1. Promovimi

Në rastin konkret me promovim nënkuptohet aktivitetet sikurse në vijim:

1. Video promovimi,
2. Mesazhet tekstuale (SMS),
3. Reklamimi në internet përmes banerave të ndryshëm,
4. Përmes materialeve të printuara.

Video-promovimi – përgjithësisht dihet si mënyrë efektive e përcjelljes së mesazheve drejt një numri të gjerë të konsumatorëve pranues. Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit edhe më parë ka përdorur videot promovuese, por qëllimi aktual është që të zgjerohet praktika e këtij lloji promovimi. P.sh, një përmbajtje e njëjtë mund të përdoret mbi disa platforma të ndryshme promovuese, sikurse:

- reklamat komerciale në televizion;
- Në faqen e internetit të Ministrisë;
- Në faqet online që gëzojnë shikueshmëri të lartë (p.sh *YouTube*);
- Përmes mediumeve sociale.

Tradicionalisht, përmbajtja e një video promovuese me kualitet të mirë dihet të jetë mjaft e shtrenjtë për t'u realizuar, kjo sidomos krahas shpenzimeve shtesë në raport me operatorët televizivë ose video-platformat online. Megjithatë, me avancimin e teknologjisë është ulur dukshëm edhe kostoja e prodhimit të videove, gjegjësisht përfitimet e mundshme nga arritja e një audiencë të gjerë e bëjnë video-promovimin një alternativë të mirë përgjatë periudhës së programit.

Përmbajtja e videove promovuese duhet të jetë e shkurtër, e thuktë dhe në temë. Realizimet e cilësisë së lartë janë të rëndësishme në aspektin e promovimeve televizive, meqë shikuesit televizivë presin një gjë të tillë. Forma alternative e realizimeve kundruall videove promovuese ‘shtëpiake’ (buxhet i ulët) do të merret gjithashtu parasysh, kjo sidomos në kuptimin e përdorimit të tyre më pak formal, si p.sh., kur bëhet fjalë mbi promovimin përmes mediumeve sociale. Gjithsesi, të gjitha video-promovimet parashihen të jenë kompetente dhe të dinjitetshme, d.t.th., mbresëlënëse, por jo me shkëlqim të veçantë sikurse kur bëhet fjalë për reklamat luksoze. Materiali promovues i këtij lloji parashihet të jetë interesant, por jo dekorativ.

I gjithë promovimi vizual përfiton nga etiketimi efektiv. Prandaj, parashihet gjithashtu fokus i veçantë në krijimin e një brendi të qartë vizual për Departamentin e Mbrojtjes së Konsumatorëve, fillimisht përmes një logoje të përshtatshme.

Çështjet që adresohen nëpërmjet promocionit duhet të ndjekin temat kyçe të identifikuar në materialin e ri të portalit (sikurse figuron më poshtë) dhe iniciativat që parashihet të lancohen gjatë periudhës.

Duke pasur parasysh se video-promovimet kërkojnë shpenzime, është e rëndësishme të matet efektiviteti i tyre. Përveç mekanizmave të përgjithshme të diskutuara në kapituj tjerë (p.sh., rezultatet nga thirrjet/ankesat dhe sondazhi), video-promovimi identifikohet edhe me forma tjera të masave matëse, sikurse përmes shifrave mbi shikueshmërinë e televizionit transmetues, numrit të vizitave në portal dhe ‘klikimeve’ në faqe të ndryshme interneti (p.sh *YouTube*).

SMS (mesazhet tekstuale) – Ky lloj promovimi, në efekt veç se është përdorur mjaft nga ana e Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorëve. P.sh, në vitin 2019, dihet të jenë dërguar tekst-mesazhe të 900.000 konsumatorë, të evidencuar si përdoruesit më të mëdhenj të këtij lloji komunikimi në Kosovë. Çka më shumë, aktivitetet e këtij lloji dihet të kenë rezultuar gjithëherë në një rritje të menjëhershme të thirrjeve të pranuar në Departamentin për Mbrojtjen e Konsumatorit. Më konkretisht, vetëm përgjatë vitit 2014, rezultat i përcjelljes e më shumë se 900.0000 mesazheve SMS konsumatorëve përmes operatorit të telefonik “Vala”, ka rezultuar në vetëdijesim serioz në relacion apo kur bëhet fjalë për thirrjet për të paraqitur shkeljet ndaj të drejtës së konsumatorit. Promovime të ngjashme me anë të SMS-ve, parashihet të ndërmerren edhe përgjatë periudhës 2021-2025, përmes ofruesve të ndryshëm të shërbimeve telefonike në Kosovë.

Promovimi përmes reklamave në internet – Gati si gjithkund në botë, përdorimi i shërbimit internetit në Kosovë, ka shënuar një ngritje të shpejtë në numrin e përdoruesve përgjatë dekadave të fundit. Konkretisht në Kosovë, si përdorues të internetit dihen afërsisht tre të katërtat e popullsisë. Për këtë arsye, promovimi në faqet e frekuentuara të internetit është paraparë si metodë potencialisht e mirë e rritjes së ndërgjegjësimit të konsumatorëve.

Promovimi përmes “banerëve” konkretisht ka të bëjë me shfaqjen dinamike të reklamës në faqe të ndryshme interneti përgjatë përdorimit nga palët e treta, konkretisht përmes futjes së një linku të klikueshëm që të lidhë drejt me faqen e reklamuesit. Ndërsa sa i përket rezultatit nga aktiviteti pastaj, për këtë lloj promovimi, është lehtë të llogaritet gjithashtu numri aktual i "klikimeve" nga pala e tretë.

Përfitim shtesë (më pak i prekshëm), me këtë rast paraqet gjithashtu ndërgjegjësimi mbi të ashtuquajtur “brend”, kjo për ata përdorues të cilët e shohin reklamën, por nuk vendosin të klikojnë mbi të.

Vëmendje e kujdesshme parashihet t’i kushtohet përzgjedhjes së portaleve të synuara para pasimit të reklamave përmes banerave. Veçanërisht, si mundësi të mirë mbi vendosjen e banerave promovuese paraqesin portalet informative në Kosovë. Çështje tjera të rëndësishme parashihet të shqyrtohen në detaje dhe të vendoset mbi to përgjatë rrjedhës apo në kohën e duhur, sikurse:

- Promovimi të plasohet përmes një grafike të thjeshtë apo animacionet/videot të prodhohen në mënyrë profesionale?
- Në cilat portale përdoruesit duhet të drejtohen?

- Të synohen portalet individuale të specifikuara për të plasuar materialin promovues apo duhet angazhim specialistësh për promovim mbi shpërndarjen e banerave brenda një rrjeti më të shpërhapur apo në një varg faqesh?

Faktorët kryesorë në arritjen e këtyre vendimeve do të jenë buxheti dhe përshtatshmëria e qëllimit me kohën.

Materialet e printuara – Avancimi i internetit dhe komunikimit elektronik ka shkaktuar një rënie në prodhimin dhe përdorimin e materialeve të printuara promovuese. Ky trend parashikohet të vazhdojë, ndërkaq prodhimi i sasive të mëdha të fletushkave të shtypura parashihet përgjithësisht si sekondare në vitet vijuese.

Në rastin aktual, nuk përjashtohet prodhimi i planifikuar i kartave të vogla në formë fletushkash. Kjo formë e promovimit dihet të jetë përdorur në mënyrë efektive nga ana e Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorëve në të kaluarën, p.sh., sikurse kemi rastin me fletushkën e përgjithshme që promovon shërbimet e Departamentin për Mbrojtjen e Konsumatorit, apo edhe në relacion me kartën për këshilla kundruall asaj se si të përdoren ushqimet në një mënyrë të sigurt. Këto fletushka, nëse i marrim t'i analizojmë, prezantohen si të shkurtra (përmbledhura në kontekst), të thukëta dhe të punuara kryesisht nga materiali i kartonit, që i bën ato më të qëndrueshme krahas referimit të tyre nga ana e konsumatorëve brenda një periudhe më të gjatë kohore. Pavarësisht popullaritetit të madh të rrjetit të internetit, duhet të kihet parasysh se një pakice të konsiderueshme të konsumatorëve nuk u ofrohet qasja në internet, dhe kjo formë e promovimit paraqet një nga mënyrat për t'i arritur ata.

Fletushkat dhe kartat promovuese parashihet të prodhohen sipas nevojës dhe paraqesin subjekt brenda kapaciteteve buxhetore përgjatë kohës. Ato pretendohet të shpërndahen përmes një varg metodash, sikurse me gazeta, revista apo materiale tjera të shtypura që marrin shtrirje të gjerë; ngjarjet e botës reale përgjatë kontakteve me konsumatorët.

Format tjera të promovimit – Janë konsideruar gjithashtu forma tjera të promovimit, por që aktualisht nuk parashihen si parësore kundruall aktiviteteve për ndërgjegjësim. Nga këto të fundit aktualisht mund të veçohen, të tipit të ashtuquajtur *bill-bord* dhe radio promovimet. Përvoja nga e kaluara në Kosovë, sugjeron që këto lloj promovimesh mund të jenë më pak efektive sesa metodat e përzgjedhura më lart. Gjithsesi, përzgjedhja e tyre mund të rishqyrtohen me ndryshimin e rrethanave.

5.2. Prania online në internet

Prania e fuqishme në internet është jetike për suksesin e çdo organizate moderne. Për Departamentin e Mbrojtjes së Konsumatorit, konsiderohen tre aspekte kryesore që janë: përmbajtja në portalin e Ministrisë; qasja e përdoruesve nga telefonat mobilë; shfrytëzimi i medimeve sociale.

Portali i Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit (DMK/MTI) – Forma e dizajnit dhe përmbajtja e materialeve në një portal zyrtar paraqet një nga elementet vendimtare kundruall

besueshmërisë se publikut ndaj çdo organizate. Portali i DMK-së tashmë dihet të ofrojë informacione praktike për konsumatorët, p.sh., sikurse mbi të drejtat themelore të konsumatorit, mundësinë e ankesës përmes formës elektronike (online), video incizime këshillëdhënëse, marrjen e këshillave, si dhe parashtrimin e ankesave etj.

Duke u mbështetur mbi bazën e asaj çka është krijuar deri më tani, në vitet vijuese parashihet zgjerimi i informacionit në masë më të madhe krahas atij i cili qarkullon aktualisht në portalin e ministrisë. Më konkretisht, fillimisht parashikohet të adresohen të drejtat elementare të konsumatorit, me ç'rast, pretendohet krijimi i një sërë udhëzuesish ("e-fletëpalosjeve"), përmes se cilëve do të shtjellohen edhe më tema të veçanta krahas mbrojtjes së konsumatorit. Në rend të parë, këta udhëzues, parashihet të luajnë rolin përmbledhës apo të përgjithshëm krahas temave të përzgjedhura (niveli i parë/i lartë), kurse pastaj, të plotësohen prapë me një sërë udhëzuesish tjerë (nivelit të dytë) që përmbajnë detaje më të thelluara krahas temave të përzgjedhura, p.sh. sikurse ajo që figuron në tabelën e mëposhtme.

Niveli	Titulli	Përmbajtja
Niveli i parë	Të drejtat e konsumatorëve gjatë blerjes së mallrave	Hyrje e përgjithshme: e drejta e garancisë; e drejta që mallrat të mos përshkruhen në mënyrë të gabuar etj.
Niveli i dytë	Blerja e mallrave përmes internetit	E drejta për informim gjatë blerjes në internet, e drejta për anulim në afat prej 14 ditësh etj.
Niveli i dytë	Mallrat e rrezikshme	Informacione të hollësishme lidhur me sigurinë e mallrave etj.
Niveli i dytë	Praktikat e padrejta tregtare gjatë shitjes së mallrave	Veprimet mashtruese, lëshimet, praktikat agresive tregtare etj.

Tabela e mësipërme paraqet vetëm ilustrim, kurse vendimet krahas temave përmbledhëse dhe strukturës përmbajtjesore mbi të drejtat e konsumatorit parashihet të merren pas një shqyrtimi të kujdesshëm të opsioneve. Shembull konkret kur kemi të bëjmë me temat përmbledhëse ("nivelit të lartë") paraqesin parimet e Kombeve të Bashkuara apo Ligjet e BE-së për mbrojtjen e konsumatorit. Opsion tjetër mund të jetë strukturimi rreth temave me të cilat ndërlidhen shumica e ankesave të pranuara, sikurse kur kemi të bëjmë me garancitë mbi produktet, sigurinë ushqimore, çmimet etj.

Përfshirja e materialit shtesë në portalin e të Ministrisë parashihet të rrisë ndjeshëm shërbimin e ofruar për konsumatorët lidhur me të drejtat e tyre. Hollësi mbi temat e përzgjedhura do të mund të shtohet në mënyrë sistematike/ vazhdueshme përgjatë gjithë kohës krahas informacionit që do të jetë në dispozicion. Kjo parashihet t'u mundësojë konsumatorëve që të njoftohen me të drejtat e tyre para se të blejnë produkte dhe shërbime, si dhe çfarë duhet të bëjnë kur gjërat nuk shkojnë mirë përgjatë shkëmbimeve tregtare. Nga ana tjetër, zyrtarëve nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit do t'u ofrohet gjithashtu mundësia t'i "drejtojnë" konsumatorët të cilët kërkojnë ndihmën përmes linjës së ankesave, që ata t'i referohen gjithashtu informacionit në portal, kjo për t'ua lehtësuar referimin kundruall këshillave të ofruara përmes telefonit.

Së fundi, portali ministror i mbrojtjes së konsumatorit parashihet që gjithashtu t'u nënshtrohet dy ndryshimeve tjera të rëndësishme:

1. Përfshirja e një e-mail adrese të përgjithshme për konsumatorët që ata ta përdorin për të bërë një ankesë ose raportojnë/adresojnë problemet. Kjo parashihet të ofrojë mundësi shtesë për konsumatorin krahas ankimimeve përmes telefonit. Për më shumë, forma elektronike sot dihet si praktika më e mirë e komunikimit me konsumatorët. Lidhur me këtë, vetë direktiva e BE-së 2000/31/EC për tregtinë elektronike, e parasheh si të detyrueshme që të gjitha bizneset në kuadër të Bashkësisë Evropiane, të kenë gjithashtu prezencë në internet përmes faqes së internetit.
2. Krijimi i formave alternative kundruall fushatave me specifika të veçanta. Iniciativa parasheh dizajnimin e informacionit të përmbledhur kundruall rrethanave specifike të ndodhive të ndryshme. Me këtë rast parashihet që gjithashtu të krijohen URL (*uniform resource locator*) të thjeshtëzuara kundruall formave *online*, kjo për të asistuar sadopak këtë lloj praktike.

Përmirësimi i qasjes përmes telefonit mobil – Konsumatorët bashkëkohorë, përgjithësisht janë duke shmangur qasjen e internetit përmes kompjuterit tradicional (*desktop*, *laptop*) dhe po përqendrohen më shumë në pajisje, si telefona mobil dhe të ashtuquajtura tableta. Në mënyrë që një organizatë të jetë sa më efektive përmes internetit, vetë portali duhet të ketë një qasje sa më të lehtë përmes pajisjeve në lëvizje, veçanërisht tele-mobilëve. Portali i cili reflekton mirë përmes laptopit, jo domosdo duket mirë edhe përmes një telefoni mobil, ku thjesht mund të shihet vetëm pjesërisht apo versioni jo i plotë i portalit për shkak të ekranit të vogël, gjë që shpesh irriton përdoruesit e internetit.

Edhe pse kjo mundësi (qasja përmes portaleve telefonike) është mundësuar tash e disa vite, ekzistojnë mënyra përmes së cilave, përmbajtja e portalit mund të përmirësohet dhe të jetë edhe më joshës për përdoruesit e mobil-internetit, konkretisht:

- Në formën e vet, kjo parashihet si ideale pasi që qasja në portal do të ishte me efekt të plotë përmes të dy pajisjeve (mobil dhe desktop). Problemet e mundshme me këtë qasje përfshijnë kostot e konfigurimit dhe shpesh pamundësia e qasjes apo gjetjes së portalit shkas i nën-domenit nga ana e aparatit mobil.
- Aplikimi i të ashtuquajturit "dizajn reaktiv", lloj portali që përshtatet automatikisht me dizajnim pajisjes së përdorur. Vështirësitë që ndërlidhen me këtë opsion pastaj mund të jenë: kostoja, politika organizative dhe efektet zinxhirore/anësore shkas i ndryshimeve të përhershme në portal.
- Krijimi i një aplikacioni që dihet të paraqesë metodë efektive dhe shumëpërdorur. Gjithsesi, një aplikacion i këtij lloji i projektuar dobët, do të refuzohej nga përdoruesit, apo që parashihet të jetë efektive kundruall ndryshimeve në përmbajtje, p.sh., informacion mbi ligjet e reja etj.

Opsioni i përmirësimit të përvojës së përdoruesve mobilë parashihet të përqendrohet kryesisht tek përparësitë dhe dobësitë lidhur me përvojën e përdoruesve; shpenzimet; politikat e ministrisë. Lidhur me këtë, aktorët gjegjës dhe specialistët e IT-së parashihet të konsultohen dhe më pastaj të merret vendim se si do të procedohet tutje.

Përdorimi i mediave sociale – Në një afat të shkurtër prej vetëm disa viteve, mediat sociale kanë arritur të bëhen pjesë e jetës së miliona njerëzve në mbarë botën. Edhe në Kosovë po përjetohet i njëjti realitet, rast konkret, afërsisht 80% e popullatës dihen të kenë qasje në mediumin ‘Facebook’. Në relacion me mbrojtjen e konsumatorit, prezenca në internet, parasheh në të ardhmen, gjithashtu përdorimin e mediave sociale sikurse *Facebook* dhe *Twitter*, duke mos përjashtuar mediat tjera sociale.

Përdorimi i *Facebook* nga një institucion qeveritar nuk parashihet si një mjet që mund të përdoret aq kollaj (për vetë faktin se suksesi i këtij mediumi mbështetet mbi një stil jo-aq-formal). DMK veç se e ka arritur suksesin në *Facebook*. Ndërsa prej tash e tutje, DMK/MTI do të pretendojë të gjejë një baraspeshë të përshtatshme, fillimisht të jetë edhe me interesant, të ketë qasje të lehtë dhe të jetë relaksues nga njëra anë, njëkohësisht në nivel të përshtatshëm të seriozitetit, që reflekton dinjitetin e një institucioni shtetëror. Kjo nuk paraqet sfidë të lehtë, por duke pasur parasysh rëndësinë e *Facebook* në jetën e përditshme të kosovarëve kundruall internetit, ky objektivi duhet të realizohet.

Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit veçse ka krijuar qasje në Facebook, ku shpesh rezultojnë mijëra "pëlqime" kundruall spostimeve të ndryshme (sidomos kur kemi të bëjmë me produktet të rrezikshme që qarkullojnë në treg) dhe ku konsumatorët mund të kontaktojnë Departamentin për pyetje dhe ankesa. Qasje në *Facebook* parashihet të zhvillohet edhe më shumë, kjo duke lancuar apo përmes edhe iniciativave të reja. *Facebook* parashihet të organizohet në atë mënyrë që të bashkëveprojë plotësisht me përmbajtjen e portalit të Ministrisë dhe burimet tjera varësisht rrethanave.

Iniciativë e re në *Facebook* do të konsiderohet e ashtuquajtura *on-line* (linjë të drejtpërdrejtë) apo edhe “chat” (siç njihet më mirë në rrethet ndërkombëtare), si diçka që nuk është arritur deri më tani, edhe pse është paraparë përmes programit 2016-2020.

Mënyra më e mirë për realizimin e kësaj forme komunikimi do të ishte duke u bazuar mbi "tema specifike", kjo duke promovuar kohërat dhe datat e përcaktuara mbi ngjarjet përmes mediave sociale dhe kanaleve tjera. Ky lloj komunikimi do t'i mundësonte Departamentit qasje me konsumatorët përmes dy formave: kur bëhet fjalë për pjesëmarrësit aktivë, konkretisht kur bëhet fjalë për komentet dhe pyetjet, përpara se t'u ofrohen përgjigje për kureshtjen; si dhe kur bëhet fjalë për konsumatorë të ashtuquajtur pasivë, të cilët shohin dhe lexojnë përmbajtjen e “chat-it” por nuk përfshihen në debat.

Një nga rreziqet e përdorimit të mediave sociale është anonimiteti i përdoruesve, me ç'rast mund të rezultojë në postime të paarsyeshme (kritike apo abuzive). Trajtimi i postimeve të tilla duhet të parashihet, si dhe ndaj komenteve në faqet zyrtare të internetit kur bëhet fjalë për mbrojtjen e konsumatorit në përgjithësi.

Aspekte tjera mbi strategjinë e Facebook-ut përfshijnë:

- Përdorimi i *Facebook* si mjet analitik kundruall interesimit (vështrimeve, vizitave, vlershimeve...);
- Përdorimi i fotove, videove, grafikëve, ilustrimeve dhe materialeve tjera për të plotësuar përmbajtjen e teksteve;

- "Orët të bërit biznes", verifikimi i faqes me këtë rast gjithashtu do të duhej të publikohet, respektivisht koha e rregullt monitorimit brenda kësaj kohe;
- Çdo abuzim nga përdoruesit e kësaj forme të trajtohet menjëherë.
- Konsiderimi i përdorimit të "etiketimeve" (*tagging*) dhe ndërveprime tjera me organizata dhe përdoruesit e tjerë të *Facebook*.

Përdorimi i rrjetit *Twitter* në Kosovë, është shumë më i ulët krahas atij *Facebook*. Parashihet se vetëm 7% e popullsisë janë përdorues të këtij rrjeti. Gjithsesi, ashtu si në vende të tjera, *Twitter* kryesisht përdoret nga politikanë, gazetarë dhe analistë, si dhe nga përdorues e rinj të internetit. Prandaj, parashihet si e rëndësishme për një organizatë që të jetë e pranishme gjithashtu edhe në *Twitter*.

Krijimi i qasjes *Twitter* në internet do të trajtohet si çështje shumë e rëndësishme. Fillimisht kjo do të përdoret për promovimin e aktiviteteve të ndryshme, p.sh., për ngjarjet si java e konsumatorit, apo edhe postimin e vegëzave përmes të ashtuquajturve cicërime (*tweets*) drejt informacioneve më të detajuar në faqe interneti. Vëmendje e veçantë do të duhet t'i jepej vegëzës që të lidh me *Facebook*-un, përmes softueri të specializuar sikurse kur kemi të bëjmë me atë të njohur si '*Hot-suite*'. Me kalimin e kohës pastaj, do të merret parasysh përdorimi sistematik i *Twitter*-it.

Përdorimi i *Twitter*-it përmban sfidat e veta, tipike kur ka të bëjë me mediume sociale, p.sh., kur bëhet fjalë me abuzuesit e rrjetit (njohur si "*trolling*"), apo specifike, p.sh., postimin e mesazheve përmbi 140 karaktere. Procedura specifike duhet të parashihen përgjatë implementimeve, gjithëherë duke u përshtatur rrethanave të kohës.

Mediat sociale të formave të tjera – Ekziston gamë e gjerë e portaleve tjera të njohura si medie sociale, të njohura si *Instagram*, *Pinterest*, *Tumblr* etj. Megjithatë, faza aktuale nuk parashikon krijimin e prezencës në ndonjërin prej tyre. Vlera e kompensimit nga këto aktivitete duket të jetë e pamjaftueshme aktualisht. Përqendrimi mbi performancën e në një ose dy mediave lidere aktualisht parashihet më e rëndësishme. Gjithsesi, duke pasur parasysh natyrën e shpejtë të ndryshimeve brenda rrjeteve të mediave sociale, ky vendim do të jetë përherë në gjendje rishikimi, respektivisht me mundësi ndryshimi varësisht rrethanave "esenciale" kundruall mediave sociale përgjatë periudhës së programit.

5.3. Transmetimet & Gazetaria: TV, Radio dhe gazetat

Këto lloj mediash tradicionale ende arrijnë të një pjesë e madhe e popullatës së Kosovës, në baza ditore. Është e rëndësishme për konsumatorët që përmes këtyre lloj promovimesh, të vazhdohet edhe më tutje, në mënyrë të mirëfilltë publikimi i ngjarjeve me interes për konsumatorët, njëkohësisht aktivitet e Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Zyrtarët e Departamentit do të jenë të gatshëm t'u përgjigjen kërkesave për informacion dhe intervistave nga mediat në mënyrë të menjëhershme, njëkohësisht të zhvillojnë marrëdhënie të shëndosha me transmetues dhe gazetarë.

Televizioni – TV-ja dihet si mjaft e popullarizuar në Kosovë, përveç se është përdorur për të promovuar të drejtat e konsumatorëve në të kaluarën (intervista, lajme, programe të ndryshme javore). Parashihen aktivitete të mëtutjeshme të veprimeve të ngjashme edhe në të ardhmen, kjo gjithëherë në relacion me iniciativat nga ana e kompanive televizive, posaçërisht kur bëhet fjalë për zgjerimin e programeve që prekin konsumatorin - p.sh., krijimi i programeve dedikuar drejtpërdrejt konsumatorëve do të mbështet dhe inkurajohet.

Radio – Ajo që është thënë për programet televizive vlen gjithashtu edhe për radio. Për më tepër, do të tentohet që përmes kompanive radiofonike të organizohen një ose më shumë programe (programe radiofonike), ku konsumatorëve përmes thirrjeve telefonike, do t'u ofrohen këshilla mbi problemet e tyre të konsumit, ose të shtjellohen çështje tjera me interes.

Gazetat-shtypi – Rëndësia e shtypit është në rënie e sipër. Gjithsesi, kjo formë e komunikimit arrin të një numër i konsiderueshëm i popullatës, sidomos tek ata që nuk përdorin internetin dhe që shpesh dihen si të harruar nga bizneset dhe politikëbërësit. Duhet kërkuar mundësi për inkurajimin e gazetave që të publikojnë artikuj me rëndësi për konsumatorë. Fokusimi do të jetë kryesisht në publikimin e artikujve të hartuar nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit.

Gazetat që posedojnë portale arrijnë të një audiencë më e gjerë dhe për këtë, do të sigurohet që versionet e shtypura të arrijnë gjithëherë të konsumatorët edhe përmes formës elektronike (*online*). Konsiderohet se shfrytëzimi i portaleve *online* do të mund të realizohet përmes kushtëzimit përgjatë blerjes se hapësirave në versionet e shtypura. Mundësi të kësaj natyre do të shqyrtohen dhe monitorohen me afërsisht gjatë gjithë kohës.

5.4. Organizimet reale

Përveç aktiviteteve virtuale dhe transmetuese, vëmendje do t'i kushtohet edhe kontaktit ballë për ballë me konsumatorët dhe palët e interesit. Aktivitetet e këtij lloji dihen si të suksesshme deri më tani, prandaj pretendohet të mbesin pjesë e planit për rritjen e ndërgjegjësimit të konsumatorit, për shembull:

- Ngjarjet promovuese në hapësirat publike – "stendat" në sheshet e qytetit dhe vendet tjera me frekuencë të lartë të njerëzve;
- Tryezat e rrumbullakëta – për të sjellë së bashku palët e interesit për informim dhe diskutim mbi çështjet e konsumatorit.

Vëmendje shtesë parashihet t'i kushtohet zgjerimit të këtyre aktiviteteve jashtë hapësirave publike (gjithëherë nën prezencën e konsumatorëve), sikurse kur kemi të bëjmë me supermarketet apo edhe qendra tregtare. Stendat promovuese mund të vendosen në hyrje/dalje, ose edhe brenda supermarketeve gjatë ngjarjeve siç është 'Java e Konsumatorit'. Ky lloj ndërgjegjësimi do të kërkojë bashkëpunim të plotë me supermarketet e përfshira, ku fillimisht do të diskutohet në detaje me këto biznese, me ç'rast pronarëve të këtyre supermarketeve u shpjegohet se bashkëpunimi i tyre do t'u demonstrojë konsumatorëve që ata mbështesin të drejtat e konsumatorit dhe se supermarketi në fjalë është një vend i besueshëm për të blerë. Në qoftë se realisht arrihet bashkëpunimi i kësaj natyre, kjo do të mundësojë gjithashtu promovimin (përmes banerave, flajerave...) e punës së Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit.

5.5. Aktivitetet e përbashkëta me partnerët ndërkombëtarë

Kosova tashmë është anëtare aktive e ICPEN (Rrjetit Ndërkombëtar për Zbatimin dhe Mbrojtjen e Konsumatorit) dhe Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit ka shfrytëzuar tashmë iniciativa ndërkombëtare për promovimin e të drejtave të konsumatorit brenda Kosovës, p.sh., aktivitetet mbi ‘Ditën Ndërkombëtare të Konsumatorit’ zhvilluar në muajin mars.

Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit parasheh të kryejë punë të ngjashme me agjencitë partnere të ICPEN dhe institucionet e BE-së. Ky departament gjithashtu do të shikojë mundësinë e krijimit të lidhjeve bilaterale me agjenci të tjera në rajon (Kroaci, Shqipëri, Mal të Zi), rrjedhimisht duke promovuar këto aktivitete pastaj brenda Kosovës në cilësinë e ndërgjegjësimit.

5.6. Aktivitetet edukuese që synojnë konsumatorët e moshës së re

Çdo strategji për ngritjen e vetëdijes së konsumatorit duhet të inkurajojë masa për edukimin e popullatës rinore. Disa nga aktivitetet e theksuara më lart sikurse aktivitetet rreth medimeve sociale kontribuojnë në këtë qëllim. Masa të tjera të cilat synojnë konsumatorët e moshës së re parashihet të shqyrtohen përafërsisht në të ardhmen. Konkretisht, pasi që një gjë e tillë nuk është e lehtë të arrihet shumë shpejt, këto lloj aktivitete konsiderohen më shumë si propozim afatgjatë. Gjithsesi, ekziston opinion i përgjithshëm mbi atë se përfitimet nga angazhimi i suksesshëm i adoleshentëve do të mundësojë progres të vlefshëm në Kosovë, në relacion me periudhën 2021-26. Mundësitë janë:

- Hartimi i programeve mbi lojërat ‘pyetje-përgjigje’ (kuiz) për konsumatorë adoleshentë. Ky aktivitet do të mund të promovohet përmes shkollave, të cilat njëkohësisht do të kenë mundësinë të jenë pjesë e garave. Përgatitja për konkurse do të rezultojë me ngritjen e njohurive të rinjtë për të drejtat e tyre të konsumit, rrjedhimisht mbi efikasitetin e përgjithshëm. Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit do të ketë mundësinë të ofrojë materiale për të informuar garuesit, njëkohësisht zyrtarët e departamentit të vizitojnë shkollat dhe të zhvillojnë bisedime me grupe e nxënësish.
- Përpjekja për të krijuar standard të rregullt në programin mësimor në shkollat fillore mbi të drejtat e konsumatorit. Kjo do të duhej të rezultojë në një të arritur shumë të gjerë në mesin e të rinjve.

5.7. Sondazhet publike

Anketat mund të realizohen në forma të ndryshme. Shpesh preferohet angazhimi i ndonjë agjencie të specializuar (njohur si metodë e kushtueshme), kjo kryesisht për të siguruar besueshmërinë e shifrave dhe procesit. Gjithsesi, ekziston mundësia tjetër, ajo përmes një softueri më pak të kushtueshëm, përmes se cilit aktivitetet do të mund të kryhen brenda zyrave të departamentit.

Kjo e fundit për sondazhet dihet më pak formale dhe e besueshme krahas atyre të realizuara nga kompanitë e specializuara, për vetë mundësinë e shtrembërimit të shifrave reale. Prapëseprapë,

ato (shifrat) mund të jenë shumë të vlefshme në dhënien e informacionit krahas ndryshimeve, mbi ide të reja, si dhe për të bërë krahasimet (kjo edhe në qoftë se shifrat nuk janë plotësisht të rregullta rezultat i procesit, respektivisht tendencat mund të identifikohen në qoftë se sondazhet kryhen në të njëjtën mënyrë).

Arsye tjetër e realizimit të anketave me publikun është edhe informimi i publikut mbi problemet me të cilat konsumatorët ballafaqohen vazhdimisht. Statistika dhe raportet narrative të përgatitura lidhur me ankesat e pranuar nga Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit do të vazhdojnë të jenë burimi kryesor i informatave të tilla. Por, kjo do të mund të plotësohet me të dhëna nga anketat që synojnë identifikimin e problemeve të konsumatorit.

Vëmendje e detajuar parashihet t'i kushtohet programit për realizimin e anketave me publikun, i cili vlerëson efektivitetin e aktiviteteve të Departamentit për Mbrojtjen e Konsumatorit, përpilon të dhënat për problemet e hasura nga ana e konsumatorëve, si dhe njohuritë e tyre për të drejtat që konsumatori posedon.

Tabela: Përmbledhje aktiviteteve vetëdijesuese

Aktiviteti	Seksioni	Periudha kohore	Matja*
Video reklama në TV	1	Afatshkurtër	Shifrat e shikueshmërisë së TV
Reklamimi i videove në portalin e Ministrisë	1	Afatshkurtër	Klikimet në portale
Reklamimi i videove në “TV në internet”	1	Afatmesme	Klikimet në portale
Reklamimi i videove përmes mediave sociale	1	Afatshkurtër	Klikimet në portale
Reklamimi përmes SMS-ve	1	Afatshkurtër	Numri i mesazheve të dërguar
Reklamimi në “Banerat” në Internet	1	Afatmesme	Klikimet në portale, “shkalla e klikimeve”
Materialet e shtypura reklamuese	1	Afatshkurtër	Numri i kartave të shpërndara
Përfshirja udhëzimeve përmbledhëse të "nivelit të lartë", në portalin e Ministrisë	2	Afatmesme	Klikimet në portale
Publikimi i materialeve udhëzues të "nivelit 2" në portal	2	Aspirohet	Klikimet në portale
Adresa elektronike kontaktuese në portal	2	Afatshkurtër	Numri i emailave të pranuar
Format kontaktuese në portal me URL të shkurtër	2	Afatshkurtër	Numri i formave të përfunduara
Përmbajtja e portalit me version për telefona mobil	2	Afatmesme	

Realizimi i llogarisë në Facebook	2	Afatshkurtër	Ndër-veprimet e llogarisë, "pëlqimet"
Realizimi i bisedave (chat) në Facebook	2	Afatmesme	Numri i pjesëmarrësve
Konfigurimi dhe fillimi i përdorimit përzgjedhës në llogarinë Twitter	2	Afatmesme	Numri i pasuesve të tweet dhe re-tweets
Përdorimi i rregullt i faqes Twitter, si një çështje rutinë.	2	Aspirohet	Numri i pasuesve, tweets dhe retweets
Pjesëmarrja në programet televizive	3	Afatshkurtër	Shifrat e shikueshmërisë-TV
Përpjekje për të rregulluar dhe marrë pjesë në programet radiofonike me thirrje të drejtpërdrejta	3	Afatmesme	Numri i pjesëmarrësve, shifrat e dëgjuesve
Artikujt e gazetave	3	Afatmesme	Numri i lexuesve
Organizimi i stendave promovuese në vende publike për fushatat	4	Afatshkurtër	Numri i konsumatorëve me të cilët është biseduar
Qasja në supermarkete me qëllim të punës së përbashkët promovuese	4	Afatmesme	Numri i konsumatorëve me të cilët është biseduar
Pjesëmarrja në ngjarjet ndërkombëtare të konsumatorëve	5	Afatshkurtër	
Shqyrtimi i angazhimit të përbashkët me partnerët rajonalë në fushatat sensibilizuese.	5	Afatmesme	
Organizimi i kuizit për nxënësit	6	Aspirohet	Numri i pjesëmarrësve të kuizit, spektatorët
Përpjekja për të futur të drejtat e konsumatorit në Kurrikulat shkollore	6	Aspirohet	Numri i nxënësve që ndjekin mësimin në të drejtat e konsumatorëve
Shqyrtimi i angazhimit të një kompanie për hulumtimin e tregut për vlerësimin e efektivitetit të rritjes së ndërgjegjësimit dhe për identifikimin e problemeve të konsumatorit	7	Afatmesme	Numri i të anketuarve
Kryerja e sondazheve "në shtëpi" për vlerësimin e efektivitetit të rritjes së ndërgjegjësimit dhe për identifikimin e problemeve të konsumatorit	7	Afatmesme	Numri i të anketuarve

* Përveç numrit relativ të thirrjeve dhe ankesave të pranura dhe informacioneve nga anketat publike, të cilat vlejnë për të gjitha aktivitetet.

5.8. Kurrikulat arsimore

Kurrikulat arsimore parashihen edhe përmes Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorit, ku mes tjerash parashihet edhe hartimi i udhëzuesve për mësimdhënës lidhur me temën “Mbrojtja e konsumatorit”, si dhe hartimi i kurrikulave mësimore për shkollat fillore dhe të mesme me temën “Mbrojtja e konsumatorit”.

Në përputhje me dispozitat ligjore të Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorit (konkretisht Neni 137 i Ligjit), Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit 2021-2025 parasheh:

1. Ministria e Arsimit shkencës dhe Teknologjisë obligohet të fillojë hartimin e kurrikulave të arsimit fillor, të mesëm dhe universitar, duke përfshirë njohuritë themelore që lidhen me mbrojtjen e konsumatorit.
2. Ministria i propozon dhe e mbështet Ministrinë e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë të fillojë përgatitjen e programeve arsimore, kurrikulave dhe trajnimin e mbrojtjes së konsumatorit në kuadër të programit mësimor.
3. Ministria, në bashkëpunim me Ministrinë e Arsimit, Shkencës dhe Teknologjisë dhe shoqatat e mbrojtjes së konsumatorit, duhet të promovojë fuqishëm të drejtat e konsumatorit në të gjitha nivelet e institucioneve arsimore.
4. MTI do të marrë pjesë në aftësimin dhe ngritjen e kapaciteteve të shoqatave të mbrojtjes së konsumatorit në përmbushjen e detyrimeve të përcaktuara me këtë nen.

Kapitulli i VI

6. MBËSHTETJA DHE BASHKËPUNIMI ME SHOQATAT PËR MBROJTJEN E KONSUMATORIT

Siç është përmendur në njërin prej kapitujve më lart, kur kemi të bëjmë me shoqatat për mbrojtjen e konsumatorit, lirisht mund të thuhet se në realitetin aktual, përpos OJQ-së ‘Konsumatori’, aktualisht nuk ekziston ndonjë përfaqësues tjetër në formë OJQ-je që merret ekskluzivisht me të drejtën e konsumatorit (përfshirë ato që merren me programe tjera, do të thotë, OJQ-të që nuk merren ekskluzivisht me mbrojtjen e të drejtës së konsumatorit).

Gjithsesi, nga përvojat e vendeve rajonale dhe (prapë) me rekomandim të Programit të Bashkimit Evropian IPA (*Instrument for pre-accession assistance* – Instrumenti për Ndihmë para Aderimit), në mungesë të financimit nga sektori privat, respektivisht kur bëhet fjalë për forcimin dhe ngritjen e kapaciteteve administrative të shoqatave në bashkëpunim me sektorin publik, respektivisht përmes fuqizimit të bashkëpunimit.

Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit, gjegjësisht MTI, do të tentojë në vazhdimësi të angazhohet në partneritet institucional me OJQ-të kosovare të cilat veprojnë në të mirën e konsumatorit, posedojnë një rekord afatgjatë dhe performancë të rregullt, posedojnë kapacitete dhe kompetenca të mjaftueshme, njohuri të konsiderueshme kundruall fushës dhe afinitetit me shoqërinë kosovare.

Partneritetet e kësaj forme synojnë *sinergjinë* e njohurive, kompetencave dhe kapaciteteve, njohurinë dhe përvojën më të gjerë në mënyrë që të arrihen qëllimet strategjike të bashkëpunimit kombëtar kosovar krahas të drejtës së konsumatorit.

Departamenti për Mbrojtjen e Konsumatorit do të angazhohet për inkurajimin e të interesuarve për angazhimin e tyre rreth aktivizimit sektorial të mbrojtjes së konsumatorit. Në këtë drejtim do të mbështesë OJQ-të për sensibilizimin e të interesuarve për aktivizim në sektorët e ndryshëm të kauzës, të drejtave e obligimeve, interesave dhe dinjitetit të qytetarit konsumator.

Bazuar në përvojën e tyre në punën e programit, OJQ-ve kosovare do t’u ofrohet mundësia e bashkëpunimit që të kontribuojnë në edukimin e konsumatorit kosovar, rritjen e ndërgjegjësimit mbi mbrojtjen e konsumatorit, forcuar debatet kombëtare dhe ndërkombëtare, kundruall çështjeve tjera humanitare.

KONKLUZION

Përmes këtij Programi për Mbrojtjen e Konsumatorit, përcaktohen kornizat e prioriteteve të politikës shtetërore kundruall mbrojtjes së konsumatorit për periudhën 2021 – 2025, si një nga parakushtet përgjatë procesit të stabilizim-asocimit në Bashkimin Evropian. Sigurimi i funksionimit të duhur të ekonomisë së tregut, varet nga zhvillimi i një infrastrukture administrative në relacion me mbikëqyrjen e tregut dhe zbatimin e ligjeve të kësaj fushe. Zhvillimi i një dialogu të hapur me të gjitha grupet e interesit në shoqërinë kosovare, për të siguruar qartësi, qëndrueshmërinë e veprimit dhe të kuptuarit në përcaktimin e interesave të konsumatorëve në nivel kombëtar paraqet qëllimin sfidën e radhës për Republikën e Kosovës. E gjithë kjo parashihet të arrihet përmes angazhimeve të mëtejshme mbi harmonizimin e mundësive dhe interesave kombëtare. Pra, kështu i gjithë procesi varet nga vullneti i gjithë sektorëve kryesorë të kompetencës së departamenteve të qeverisë në procesin e përshtatjes me standardet e BE-së, përmes edukimit të burimeve njerëzore në formë të shërbimit civil, si dhe gjyqësorit kundruall një publiku të informuar dhe të vetëdijesuar mirë.

Suksesi i zbatimit të këtij programi, para së gjithash, do të varet nga gatishmëria e të gjithë bartësve kryesorë kundruall mbrojtjes së konsumatorëve në kryerjen e detyrave të përcaktuara dhe respektimin e afateve të mësipërme.

Aneks 1

GJENDJA AKTUALE E MBROJTJES SË KONSUMATORIT NË KOSOVË

\$Q1. Në 12 muajt e fundit, a keni blerë ndonjë send apo keni pranuar ndonjë shërbim?					
		Përgjigjet		Përqindja e rasteve	
		N	Për qind		
Q1 ^a	Përmes Internetit	492	38.3%	45.6%	
	Tel. mobil	142	11.0%	13.1%	
	Tel. fiks	68	5.3%	6.4%	
	Postë	110	8.6%	10.2%	
	Asnjë	471	36.7%	43.7%	
Totali		1283	100.0%	119.0%	
a. Grup dikotomik tabular me vlerën 1.					
Q2. Thatë që keni blerë diçka përmes internetit, telefonit ose postës nga një shitës/ofrues. Mund të na thoni se sa keni shpenzuar gjithsej për mallra dhe shërbime që keni blerë përmes internetit, telefonit ose postës në 12 muajt e fundit, edhe nëse është një shumë e përafërt.					
	N	Minimum	Maksimum	Mesatare	Devijimi Std.
Në Euro	601	5	2200	140.34	223.427
N Valide (sipas listës)	601				
\$Q3 3. Gjatë 12 muajve të kaluar, a ju ka ndodhur ndonjë nga situatat e mëposhtme me rastin e blerjes përmes internetit, telefonit ose postës, në Kosovë ose diku tjetër?					
		Përgjigjet		Përqindja e rasteve	
		N	Për qind		
Q3 ^a	Vonesë në dorëzimin e blerjes nga një shitës/ofrues me lokacion në Kosovë	169	24.1%	27.8%	
	Ju keni blerë diçka nga një shitës/ofrues me lokacion në Kosovë dhe nuk iu është dorëzuar sendi i blerë.	66	9.5%	10.9%	
	Vonesë në dorëzimin e diçkaje të blerë nga një shitës/ofrues me lokacion në një vend të BE-së	43	6.2%	7.1%	

	Keni blerë diçka nga një shitës/ofrues me lokacion jashtë vendit dhe nuk iu është dorëzuar sendi i blerë.	30	4.3%	5.0%	
	Ju keni dashur të blini diçka nga një shitës/ofrues jashtë vendit por shitësi nuk e ka dorëzuar ose shitur në Kosovë	70	10.1%	11.6%	
	Asnjëra	321	45.9%	53.0%	
Totali		700	100.0%	115.3%	
4. Duke menduar përgjithësisht në lidhje me blerjen e mallrave ose shërbimeve nga shitësit/ofruesit që janë me lokacion diku tjetër përveç Kosovës, ju lutem tregoni deri në çfarë mase pajtoheni ose nuk pajtoheni me secilën nga deklaratat e mëposhtme.					
	Pajtohem plotësisht	Disi pajtohem	Disi nuk pajtohem	Nuk pajtohem aspak	
Ju jeni në gjendje të blini mallra dhe shërbime duke përdorur një gjuhë tjetër	24.3%	21.5%	9.4%	44.8%	
Në 12 muajt e ardhshëm, mendoni të bëni blerje jashtë vendit me vlerë më të lartë se sa vlera e shpenzuar në 12 muajt e fundit	10.9%	27.4%	17.0%	44.6%	
Ju nuk jeni të interesuar të bëni transaksion ndërkufitar në 12 muajt e ardhshëm	15.0%	21.8%	20.1%	43.0%	
5. Duke marrë parasysh gjithçka që keni blerë javën e kaluar, a kanë pasur ndikim çështjet mjedisore të ndonjë produkti apo shërbimi në zgjedhjen tuaj?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	282	26.2	26.2	26.2
	Jo	796	73.8	73.8	100.0
	Totali	1078	100.0	100.0	

6. Duke marrë parasysh gjithçka që keni blerë javën e kaluar, a ka ndikuar vendi i origjinës së ndonjë produkti apo shërbimi në zgjedhjen tuaj?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	491	45.6	45.6	45.6
	Jo	587	54.4	54.4	100.0
	Totali	1078	100.0	100.0	
7. Kur mendoni për të gjitha produktet jo-ushqimore aktualisht në treg në Kosovë, a mendoni se ...?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Në thelb të gjitha produktet janë të sigurta	135	12.6	12.9	12.9
	Një numër i vogël i produkteve janë të pasigurta	182	16.8	17.2	30.1
	Një numër i konsiderueshëm i produkteve janë të pasigurta	244	22.6	23.2	53.3
	Varet nga produkti (SPONTANISHT)	493	45.7	46.7	100.0
	Totali	1054	97.7	100.0	
Mungon	DK/NA	24	2.3		
Totali		1078	100.0		
8. Kur mendoni për të gjitha produktet ushqimore aktualisht në treg në Kosovë, a mendoni se...?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Në thelb të gjitha produktet janë të sigurta	135	12.5	12.7	12.7
	Një numër i vogël i produkteve janë të pasigurta	214	19.8	20.2	32.9
	Një numër i konsiderueshëm i produkteve janë të pasigurta	337	31.3	31.8	64.7
	Varet nga produkti (SPONTANISHT)	375	34.7	35.3	100.0
	Totali	1061	98.4	100.0	

Mungon	DK\NA	17	1.6		
Totali		1078	100.0		
9.Në 12 muajt e kaluar, a keni hasur ndonjë problem kur keni blerë diçka (PRODUKT OSE SHËRBIM) në Kosovë?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	273	25.3	25.3	25.3
	Jo	805	74.7	74.7	100.0
	Totali	1078	100.0	100.0	
\$Q10. Në cilin sektor është/ishin operatorët?					
		Përgjigjet		Përqindja e rasteve	
		N	Për qind		
Q10 ^a	Shitje me pakicë	185	57.1%	67.8%	
	Taksi	9	2.7%	3.2%	
	Operatorët e telefonisë	42	13.0%	15.4%	
	Shërbime për vetura	15	4.6%	5.4%	
	Përfaqësitë / shitësit e veturave	7	2.1%	2.4%	
	Restorant	22	6.9%	8.2%	
	Turizmi (Hotele, bujtina, ..)	3	0.9%	1.0%	
	Të tjera	41	12.7%	15.1%	
Totali		324	100.0%	118.7%	
a. Grupi i dikotomisë i paraqitur në tabelë në vlerën 1.					
\$Q11. A ju ka ndodhur ndonjë nga shembujt e paraqitur më poshtë në 12 muajt e fundit?					
		Përgjigjet		Përqindja e rasteve	
		N	Për qind		
Q11 ^a	Keni hasur në reklama, deklarata ose oferta komerciale të pakërkua (thirrje pa zgjedhje, postë elektronike spam, SMS komerciale, etj.)	266	17.8%	24.7%	

	Ju keni hasur në reklama, deklarata ose oferta çorientuese ose mashtruese	280	18.8%	26.0%	
	Ju i jeni përgjigjur një reklame ose oferte që doli të ishte çorientuese ose mashtruese	69	4.6%	6.4%	
	Keni hasur në reklama, deklarata ose oferta mashtruese	219	14.7%	20.3%	
	I jeni përgjigjur një reklame ose oferte që doli të ishte mashtruese	114	7.7%	10.6%	
	Keni hasur në deklarata të ekzagjeruara ose mashtruese në lidhje me efektet e dobishme të produkteve për mjedisin	70	4.7%	6.5%	
	Asnjëra	475	31.8%	44.0%	
Totali		1493	100.0%	138.5%	

a. Grupi i dikotomisë i paraqitur në tabelë në vlerën 1.

--	--	--	--	--	--

12.Sa jeni të informuar për ligjin e ri për të drejtat e konsumatorit që ka hyrë në fuqi në korrik 2018?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Shumë i/e informuar - e kam lexuar atë në detaje	30	2.8	2.8	2.8
	Disi i informuar - Unë di disa nga të drejtat e reja	282	26.2	26.2	29.0
	Pak i informuar - Unë di vetëm për ekzistencën e tij	307	28.5	28.5	57.5
	Nuk jam informuar fare - kurrë nuk kam dëgjuar për të	458	42.5	42.5	100.0
	Totali	1078	100.0	100.0	

13. Sa shpesh hasni produkte me etiketa që nuk janë në gjuhën tuaj amtare?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
--	--	-----------	----------	------------------	----------------------

Valide	Në baza ditore	181	16.8	17.8	17.8
	Javore	213	19.7	21.0	38.8
	Mujore	141	13.1	13.9	52.8
	Rrallëherë	353	32.7	34.9	87.6
	Asnjëherë	125	11.6	12.4	100.0
	Totali	1012	93.9	100.0	
Mungon	DK/NA	66	6.1		
Totali		1078	100.0		

14. Të supozojmë se keni porositur një produkt përmes postës, telefonit ose Internetit. Mendoni se keni të drejtë ta ktheni produktin që keni porositur 4 ditë pas pranimit të tij, si dhe të merrni paratë prapa, pa dhënë ndonjë arsye?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	278	25.8	29.4	29.4
	Jo	669	62.0	70.6	100.0
	Totali	947	87.8	100.0	
Mungon	Nuk e di / Nuk kam përgjigje	131	12.2		
Totali		1078	100.0		

15. Të supozojmë që frigoriferi i ri, të cilin e keni blerë 18 muaj më parë, prishet pa fajin tuaj, ndërsa nuk keni paguar garanci tregtare me afat më të gjatë. A keni të drejtë ta riparoni ose ta ndërtoni atë falas?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	282	26.2	27.8	27.8
	Jo	731	67.8	72.2	100.0
	Totali	1013	94.0	100.0	
Mungon	Nuk e di / Nuk kam përgjigje	65	6.0		
Totali		1078	100.0		

16. Të supozojmë që keni marrë në postë dy DVD edukative, bashkë me një faturë prej 20 eurosh për produkte që nuk i keni porositur. A jeni i detyruar të paguani faturën?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
--	--	-----------	----------	------------------	----------------------

Valide	Po	47	4.3	4.5	4.5
	Jo	986	91.5	95.5	100.0
	Totali	1033	95.8	100.0	
Mungon	Nuk e di / Nuk kam përgjigje	45	4.2		
Totali		1078	100.0		

17. Në 12 muajt e kaluar, keni hasur ndonjë problem me rastin e blerjes në Kosovë?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	258	23.9	23.9	23.9
	Jo	820	76.1	76.1	100.0
	Totali	1078	100.0	100.0	

18. Në përgjithësi, keni qenë të kënaqur me mënyrën se si është trajtuar ankesa juaj nga shitësi / ofruesi / prodhuesi?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	671	62.3	62.3	62.3
	Jo	407	37.7	37.7	100.0
	Totali	1078	100.0	100.0	

\$Q19. Cila ishte arsyeja/arsyet kryesore për mos-parashttrimin e ankesës?

		Përgjigjet		Përqindja e rasteve	
		N	Për qind		
Q19 ^a	Shumat e përfshira ishin shumë të vogla	178	14.3%	16.5%	
	"Nuk keni ditur si dhe ku të ankoheni"	233	18.8%	21.6%	
	"Nuk ishit të sigurt për të drejtat tuaja si konsumator"	100	8.1%	9.3%	
	"Keni menduar se do të zgjaste shumë"	115	9.3%	10.7%	
	"Ju u përpoqët të ankoheni për probleme të tjera në të kaluarën por nuk ishit të suksesshëm"	111	8.9%	10.3%	

	"Ju nuk jeni ankuar tek shitësi / ofruesi, por keni shkuar direkt tek një palë e tretë (shoqata e konsumatorit, avokat, arbitrazh, ndërmjetësim, organ pajtimi, në gjykatë)"	11	0.9%	1.1%	
	Të tjera	491	39.6%	45.6%	
Total		1240	100.0%	115.0%	

Q19 Të tjera (ju lutem specifikoni)

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
	Përpos produkteve në tregje që nuk janë shqiptare, nuk kam hasur ndonjë problem tjetër, prandaj nuk jam ankuar	1	0.1	0.1	54.4
	Nuk e dija ku ta bëja ankesën	1	0.1	0.1	54.5
	Nuk e di	17	1.6	1.6	56.1
	Nuk dua të ankohej	6	0.6	0.6	56.7
	Gjithmonë ankohej kur ka nevojë	3	0.2	0.2	56.9
	jam ankuar por portali më ka bllokuar, nuk më kanë lejuar ta verifikoj produktin pa e parë së pari	1	0.1	0.1	57.0
	Unë konsumoj vetëm produkte vendore dhe jam shumë i kënaqur	1	0.1	0.1	57.2
	Unë kisha probleme me blerjet në treg dhe nuk mund të ankoheja sepse ishte fqinji im dhe ai fajësoi punëtorët e tij për problemin tim	1	0.1	0.1	57.3
	Kam hequr dorë dhe që atëherë kam vendosur të mos blej gjera në internet dhe fatkeqësisht produktet vendase nuk kanë cilësi dhe jam e detyruar të blej produkte të huaja	1	0.1	0.1	57.4
	Jam ankuar dhe ata e kanë zgjidhur problemin tim	6	0.6	0.6	58.0

	Jam ankuar të menaxheri	1	0.1	0.1	58.2
	Nuk jam ankuar	5	0.5	0.5	58.7
	Unë blej vetëm produktet vendore dhe jam shumë i kënaqur, prandaj nuk kam nevojë të ankojem	1	0.1	0.1	58.8
	E kam kthyer produktin	1	0.1	0.1	59.0
	Unë zakonisht blej në internet dhe nuk kam pasur ndonjë problem	1	0.1	0.1	59.1
	Më kishin bllokuar	1	0.1	0.1	59.2
	Nuk isha e informuar se mundja	1	0.1	0.1	59.3
	Ishta I kënaqur	7	0.6	0.6	59.9
	Ishte situatë e komplikuar	1	0.1	0.1	60.0
	Ishte shumë vonë	1	0.1	0.1	60.2
	Ankesat e mia nuk u morën parasysh	1	0.1	0.1	60.3
	Ankesat e mia do të injoroheshin	1	0.1	0.1	60.4
	S'ka përgjigje	14	1.3	1.3	61.7
	Nuk ka	199	18.4	18.4	80.1
	Nuk ia vlen	7	0.6	0.6	80.8
	Punëtorët nuk duhet fajësuar	1	0.1	0.1	80.9
	Nuk ka siguri	1	0.1	0.1	81.1
	Nuk ka pasur nevojë	203	18.8	18.8	99.9
	Në kemi arritur një marrëveshje me shitësin dhe kemi zgjidhur problemin së bashku	1	0.1	0.1	100.0
	Totali	491	100.0	100.0	
Q20. Për secilin nga pohimet e mëposhtme, ju lutem tregoni nëse pajtoheni me të apo jo, në Kosovë.					
	Pajtohem plotësisht	Disi pajtohem	Disi nuk pajtohem	Nuk pajtohem aspak	

...është lehtë të zgjidhen mosmarrëveshjet me shitësit/ofruesit përmes organit të arbitrazhit, ndërmjetësimit ose pajtimit (keqfunksionimi i mallrave, vonesa \ mosdorëzimi, e	26.4%	37.8%	16.0%	19.8%	
...është lehtë të zgjidhen mosmarrëveshjet me shitësit/ofruesit përmes gjykatave	17.8%	34.1%	22.4%	25.7%	
... i besoni organizatave të pavarura të konsumatorëve për të mbrojtur të drejtat tuaja si konsumator	25.2%	43.9%	15.4%	15.6%	
...ju u besoni autoriteteve publike për të mbrojtur të drejtat tuaja si konsumator	25.3%	38.8%	15.8%	20.0%	
...ju mendojnë se jeni të mbrojtur në mënyrë adekuate nga masat ekzistuese për të mbrojtur konsumatorët	22.7%	43.1%	15.0%	19.2%	
...në përgjithësi, shitësit/ofruesit në Kosovë respektojnë të drejtat tuaja si konsumator	24.8%	47.8%	15.2%	12.2%	
... keni ndryshuar sjelljen tuaj të konsumatorit si rezultat i një historie mediatike (p.sh. ndërrimi i dyqanit ose produktit)	16.5%	40.1%	18.7%	24.7%	
...ju rregullisht shikoni / dëgjoni programe TV ose radio në lidhje me çështjet e konsumatorit	16.1%	29.7%	20.8%	33.4%	

21. E keni kontaktuar Departamentin për mbrojtjen e konsumatorit për të zgjidhur ndonjë çështje?

		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
Valide	Po	38	3.6	3.6	3.6
	Jo	1040	96.4	96.4	100.0

	Totali	1078	100.0	100.0	
22. Pse nuk e keni kontaktuar Departamentin për mbrojtjen e konsumatorit?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
	Nuk di si t'i kontaktoj	177	16.4	17.1	17.1
	Asnjëherë nuk kam pasur nevojë t'i kontaktoj	717	66.5	68.9	86.0
	Nuk mendoj se ata mund ta zgjidhin problemin tim	146	13.5	14.0	100.0
	Totali	1040	96.4	100.0	
Mungon	999	38	3.6		
Totali		1078	100.0		
23. Si e keni kontaktuar Departamentin për mbrojtjen e konsumatorit?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
	Përmes telefonit (08001 1000)	29	2.7	75.3	75.3
	Faqe interneti https://konsumatori.rks-gov.net/	2	0.1	4.1	79.3
	Postës elektronike	3	0.2	6.6	86.0
	Vizitë personale	5	0.5	14.0	100.0
	Totali	38	3.6	100.0	
Mungon	999	1040	96.4		
Totali		1078	100.0		
24. A ishit të kënaqur me rezultatin?					
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative
	Po	16	1.5	42.1	42.1
	Jo	22	2.1	57.9	100.0
	Totali	38	3.6	100.0	
Mungon	999	1040	96.4		
Totali		1078	100.0		

	1. Në 12 muajt e fundit, keni blerë ndonjë mall ose shërbim përmes...?								
	Po	Jo		EU27					
Internetit	15.2%	84.8%		56% Po					
Tel. mobil	5.2%	94.8%							
Tel. fiks	6.2%	93.8%		13%					
Postës	3.9%	96.1%		20%					
Statistika përshkruese									
	N	Minimum	Maksimum	Mesatare	Devijim Std.		EU AVG		
2. Ju thatë se keni blerë diçka përmes internetit, me telefon ose postë nga një shitës / ofrues. Ju lutem më tregoni sa keni shpenzuar gjithsej për mallra dhe shërbime që keni blerë me internet, telefon ose postë në 12 muajt e fundit, edhe nëse është një shumë e përafërt.	201	8	1000	81.89	149.479		638.4		
N Valide (sipas listës)	201								
3. Gjatë 12 muajve të kaluar a ju ka ndodhur ndonjë nga situatat e mëposhtme me rastin e blerjes përmes internetit, telefonit ose postës, në Kosovë ose diku tjetër? - vonesë në dorëzimin e sendit të blerë nga një shitës/ofrues i vendosur në Kosovë									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	86	8.0	41.7	41.7		20.0		
	Jo	120	11.2	58.3	100.0		80.0		

	Totali	206	19.1	100.0					
Mungon	N/A	869	80.9						
Totali		1075	100.0						
Keni blerë diçka nga një shitës/ofrues i vendosur në Kosovë dhe nuk iu është dorëzuar fare									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	17	1.6	8.5	8.5		5.0		
	Jo	188	17.5	91.5	100.0		95.0		
	Totali	206	19.1	100.0					
Mungon	N/A	869	80.9						
Totali		1075	100.0						
Vonesë në dorëzimin e sendit të blerë nga një shitës/ofrues me lokacion në ndonjë vend të BE-së									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	54	5.0	26.3	26.3		4.0		
	Jo	152	14.1	73.7	100.0		95.0		
	Totali	206	19.1	100.0					
Mungon	N/A	869	80.9						
Totali		1075	100.0						
Keni blerë diçka nga një shitës/ofrues jashtë vendit dhe nuk iu është dorëzuar fare									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	37	3.5	18.1	18.1		18.0		
	Jo	168	15.7	81.9	100.0		81.0		
	Totali	206	19.1	100.0					

Mungon	N/A	869	80.9						
Totali		1075	100.0						
Keni dashur të blini diçka nga një shitës/ofrues jashtë vendit, por shitësi nuk ka dorëzuar ose shitur në Kosovë									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	49	4.5	23.7	23.7				
	Jo	157	14.6	76.3	100.0				
	Totali	206	19.1	100.0					
Mungon	N/A	869	80.9						
Totali		1075	100.0						
4. Duke menduar përgjithësisht në lidhje me blerjen e mallrave ose shërbimeve nga shitësit/ofruesit me lokacion diku jashtë Kosovës, ju lutem më tregoni deri në çfarë mase pajtoheni ose nuk pajtoheni me secilën nga deklaratat e mëposhtme.									
	Pajtohem plotësisht	Disi pajtohem	Disi nuk pajtohem	Nuk pajtohem aspak			EU27		
Ju jeni në gjendje të blini mallra dhe shërbime duke përdorur një gjuhë tjetër	40.1%	22.5%	17.5%	19.9%			22.0%	28.0%	18.0%
Në 12 muajt e ardhshëm, mendoni të bëni blerje jashtë vendit me vlerë më të lartë se sa vlera e shpenzuar në 12 muajt e fundit	10.3%	17.6%	47.4%	24.8%			5.0%	13.0%	23.0%
Ju nuk jeni të interesuar të bëni transaksion ndërkufitar në 12 muajt e ardhshëm	14.8%	30.6%	30.7%	24.0%			28.0%	15.0%	20.0%

5. Duke marrë parasysh gjithçka që keni blerë javën e kaluar, a kanë pasur ndikim çështjet mjedisore të ndonjë produkti apo shërbimi në zgjedhjen tuaj?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	220	20.5	20.5	20.5		29.0		
	Jo	855	79.5	79.5	100.0		69.0		
	Total	1075	100.0	100.0					
6. Duke marrë parasysh gjithçka që keni blerë javën e kaluar, a ka ndikuar vendi i origjinës së ndonjë produkti apo shërbimi në zgjedhjen tuaj?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	252	23.4	23.4	23.4				
	Jo	823	76.6	76.6	100.0				
	Total	1075	100.0	100.0					
7. Kur mendoni për të gjitha produktet jo-ushqimore aktualisht në treg në Kosovë, a mendoni se...?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Në thelb të gjitha produktet janë të sigurta	119	11.0	12.7	12.7		12.0		
	Një numër i vogël i produkteve janë të pasigurta	358	33.3	38.3	51.0		56.0		
	Një numër i konsiderueshëm i produkteve janë të pasigurta	340	31.7	36.4	87.4		25.0		

	Varet nga produkti [Nuk shkruan]	118	10.9	12.6	100.0		4.0		
	Totali	935	86.9	100.0					
Mungon	DKINA	140	13.1				3.0		
Totali		1075	100.0						
8. Kur mendoni për të gjitha produktet ushqimore aktualisht në treg në Kosovë, a mendoni se....?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Në thelb të gjitha produktet janë të sigurta	94	8.7	9.9	9.9		19.0		
	Një numër i vogël i produkteve janë të pasigurta	264	24.6	27.8	37.7		55.0		
	Një numër i konsiderueshëm i produkteve janë të pasigurta	415	38.6	43.7	81.4		22.0		
	Varet nga produkti [Nuk shkruan]	177	16.4	18.6	100.0		2.0		
	Total	950	88.4	100.0					
Mungon	DKINA	125	11.6				2.0		
Totali		1075	100.0						
9.Në 12 muajt e kaluar, a keni hasur në ndonjë problem kur keni blerë diçka (PRODUKT OSE SHËRBIM) në Kosovë?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	197	18.3	18.3	18.3				
	Jo	878	81.7	81.7	100.0				

	Totali	1075	100.0	100.0					
10.Nëse përgjigjeni “Po” më lart, në cilin sektor ishte/ishin operatorët ...? [Lejohen përgjigje të shumëfishta].							EU27		
		Përgjigjet		Përqindja e rasteve					
		N	Për qind						
\$P10_multi ^a	Shitje me pakicë	107	35.1%	54.1%					
	Taksi	47	15.5%	23.9%					
	Operatorët e telefonisë	52	17.2%	26.5%					
	Shërbime për vetura	23	7.5%	11.5%					
	Përfaqësitë / shitësit e veturave	17	5.5%	8.5%					
	Restorant	39	12.8%	19.7%					
	Turizmi (Hotele, shtëpi pritjeje (bujtinë), ..)	20	6.5%	10.0%					
Totali		304	100.0%	154.3%					
a. Grupi i dikotomisë i paraqitur në tabelë në vlerën 1.									
11. A ju ka ndodhur ndonjë nga shembujt e paraqitur më poshtë në 12 muajt e fundit?									
		Përgjigjet		Përqindja e rasteve					
		N	Për qind			EU27			
\$P11_multi ^a	Keni hasur në reklama, deklarata ose oferta komerciale të pakërkua (thirrje pa zgjedhje, postë elektronike spam, SMS komerciale, etj.)	275	42.6%	87.9%		68			
	Ju keni hasur në reklama, deklarata ose oferta çorientuese ose mashtruese	117	18.2%	37.6%		46			

	Ju i jeni përgjigjur një reklame ose oferte që doli të ishte çorientuese ose mashtruese	145	22.5%	46.5%		18			
	Keni hasur në deklarata të ekzagjeruara ose mashtruese në lidhje me efektet e dobishme të produkteve për mjedisin	107	16.6%	34.2%		32			
Totali		644	100.0%	206.2%					
a. Grupi i dikotomisë i paraqitur në tabelë në vlerën 1.									
12.Sa jeni të informuar për ligjin e ri për të drejtat e konsumatorit që ka hyrë në fuqi në korrik të vitit 2018?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative	EU27			
Valide	Shumë i/e informuar - Unë e kam lexuar atë në detaje	17	1.5	1.5	1.5				
	Disi i informuar - Unë di disa nga të drejtat e reja	84	7.8	7.8	9.3				
	Pak i informuar - Unë di vetëm për ekzistencën e tij	461	42.9	42.9	52.2				
	Nuk jam informuar fare - kurrë nuk kam dëgjuar për të	514	47.8	47.8	100.0				
	Totali	1075	100.0	100.0					
13. Sa shpesh hasni produkte me etiketa që nuk janë në gjuhën tuaj amtare?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative				
Valide	Në baza ditore	405	37.7	40.5	40.5				

	Javore	203	18.9	20.3	60.9				
	Mujore	114	10.6	11.4	72.3				
	Rrallëherë	181	16.9	18.2	90.5				
	Asnjëherë	95	8.9	9.5	100.0				
	Totali	999	93.0	100.0					
Mungon	Nuk e di / Nuk kam përgjigje	76	7.0						
Totali		1075	100.0						
14. Në 12 muajt e kaluar, a keni hasur ndonjë problem me rastin e blerjes në Kosovë?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	223	20.8	20.8	20.8		17.0		
	Jo	852	79.2	79.2	100.0				
	Totali	1075	100.0	100.0					
15. Në përgjithësi, keni qenë të kënaqur me mënyrën se si është trajtuar ankesa e juaj nga shitësi/ofruesi/prodhuesi?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	287	26.7	27.4	27.4		57.0		
	Jo	762	70.9	72.6	100.0				
	Totali	1049	97.6	100.0					
Mungon	3	26	2.4						
Totali		1075	100.0						
16. Cila ishte arsyeja/arsyet kryesore për mos-parashttrimin e ankesës? [Mundësisht, përgjigje të shumëfishta].									
		Përgjigjet		Për qind të rasteve					
		N	Për qind			EU27			

\$P16_multi ^a	1.Shumat e përfshira ishin shumë të vogla	244	20.6%	24.4%		42			
	Nuk keni ditur si dhe ku të ankoheni	313	26.4%	31.3%		10			
	Nuk ishit të sigurt për të drejtat tuaja si konsumator	151	12.7%	15.1%		11			
	Keni menduar se do të zgjaste shumë	257	21.7%	25.7%		27			
	Ju u përpoqët të ankoheni për probleme të tjera në të kaluarën por nuk ishit të suksesshëm	104	8.8%	10.4%		11			
	Ju nuk jeni ankuar tek shitësi / ofruesi, por keni shkuar direkt tek një palë e tretë (shoqata e konsumatorit, avokat, arbitrazh, ndërmjetësim, organ pajtimi, në gjykatë)	115	9.7%	11.5%		6			
Totali		1184	100.0%	118.5%					
a. Grupi i dikotomisë i paraqitur në tabelë në vlerën 1.									
17. Për secilën nga pohimet e mëposhtme, ju lutem tregoni nëse jeni dakord apo jo. Në Kosovë është lehtë të zgjidhen mosmarrëveshjet me shitësit/ofruesit përmes një organi arbitrazhi, ndërmjetësimi ose pajtimi (keqfunksionimi i mallrave, vonesa/mosdorëzimi, etj.)									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	238	22.2	31.1	31.1		12.0		
	Disi pajtohem	223	20.7	29.1	60.2		40.0		
	Disi nuk pajtohem	172	16.0	22.5	82.7		24.0		
	Nuk pajtohem aspak	133	12.4	17.3	100.0		12.0		
	Totali	766	71.3	100.0					

Mungon	DKNA	309	28.7						
Totali		1075	100.0						
...është e lehtë të zgjidhen mosmarrëveshjet me shitësit/ofruesit përmes gjykatave									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative				
Valide	Pajtohem plotësisht	93	8.6	12.6	12.6		9.0		
	Disi pajtohem	310	28.8	42.1	54.7		23.0		
	Disi nuk pajtohem	183	17.0	24.9	79.6		30.0		
	Nuk pajtohem aspak	150	14.0	20.4	100.0		15.0		
	Totali	736	68.5	100.0					
Mungon	DKNA	339	31.5						
Totali		1075	100.0						
...ju u besoni organizatave të pavarura të konsumatorëve për të mbrojtur të drejtat tuaja si konsumator									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	100	9.3	13.3	13.3		21.0		
	Disi pajtohem	268	24.9	35.6	48.9		51.0		
	Disi nuk pajtohem	256	23.8	34.0	82.9		16.0		
	Nuk pajtohem aspak	128	11.9	17.1	100.0		7.0		
	Totali	753	70.0	100.0					
Mungon	DKNA	322	30.0				5.0		
Totali		1075	100.0						
...ju i besoni autoriteteve publike për të mbrojtur të drejtat tuaja si konsumator...									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	107	9.9	14.0	14.0		15.0		

	Disi pajtohem	272	25.3	35.8	49.8		47.0		
	Disi nuk pajtohem	224	20.9	29.5	79.4		24.0		
	Nuk pajtohem aspak	157	14.6	20.6	100.0		11.0		
	Totali	760	70.7	100.0					
Mungon	DKINA	315	29.3				3.0		
Totali		1075	100.0						
...ju mendoni se jeni të mbrojtur në mënyrë adekuate nga masat ekzistuese për të mbrojtur konsumatorët									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	115	10.7	15.0	15.0		12.0		
	Disi pajtohem	272	25.3	35.6	50.5		46.0		
	Disi nuk pajtohem	239	22.3	31.3	81.8		28.0		
	Nuk pajtohem aspak	139	12.9	18.2	100.0		10.0		
	Totali	765	71.1	100.0					
Mungon	DKINA	310	28.9				4.0		
Totali		1075	100.0						
...në përgjithësi, shitësit/ofruesit në Kosovë respektojnë të drejtat tuaja si konsumator									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	101	9.4	13.2	13.2		10.0		
	Disi pajtohem	279	25.9	36.4	49.6		56.0		
	Disi nuk pajtohem	239	22.2	31.2	80.8		25.0		
	Nuk pajtohem aspak	148	13.7	19.2	100.0		7.0		
	Totali	767	71.3	100.0					
Mungon	DKINA	308	28.7				3.0		
Totali		1075	100.0						

...ju keni ndryshuar sjelljen tuaj të konsumatorit si rezultat i një historie mediale (p.sh. ndërrimi i dyqanit ose produktit)									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	111	10.3	14.5	14.5		12.0		
	Disi pajtohem	284	26.4	37.1	51.5		23.0		
	Disi nuk pajtohem	233	21.7	30.5	82.0		34.0		
	Nuk pajtohem aspak	138	12.9	18.0	100.0		22.0		
	Totali	767	71.3	100.0					
Mungon	DKNA	308	28.7				3.0		
Totali		1075	100.0						
...ju rregullisht shikoni / dëgjoni programet në TV ose radio në lidhje me çështjet e konsumatorit									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Pajtohem plotësisht	108	10.1	14.4	14.4		15.0		
	Disi pajtohem	252	23.5	33.7	48.1		40.0		
	Disi nuk pajtohem	244	22.7	32.6	80.6		29.0		
	Nuk pajtohem aspak	145	13.5	19.4	100.0		14.0		
	Totali	750	69.7	100.0					
Mungon	DKNA	325	30.3				2.0		
Totali		1075	100.0						
18. A e keni kontaktuar Departamentin për mbrojtjen e konsumatorit për të zgjidhur ndonjë çështje?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	29	2.7	2.7	2.7				
	Jo	1046	97.3	97.3	100.0				
	Totali	1075	100.0	100.0					

19.Pse nuk e keni kontaktuar Departamentin për mbrojtjen e konsumatorit?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Nuk di si t'i kontaktoj	208	19.3	19.9	19.9				
	Asnjëherë nuk kam pasur nevojë t'i kontaktoj	515	47.9	49.2	69.1				
	Nuk mendoj se ata mund ta zgjidhin problemin tim	323	30.0	30.9	100.0				
	Totali	1046	97.3	100.0					
Mungon	Sistemi	29	2.7						
Totali		1075	100.0						
20. Si e keni kontaktuar Departamentin për mbrojtjen e konsumatorit?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Përmes telefonit	20	1.9	69.0	69.0				
	Faqe interneti/ Postës elektronike	6	0.6	20.3	89.3				
	Vizitë personale	3	0.3	10.7	100.0				
	Totali	29	2.7	100.0					
Mungon	Sistemi	1046	97.3						
Totali		1075	100.0						
21. A ishit të kënaqur me rezultatin?									
		Sa shpesh	Për qind	Përqindja valide	Përqindja kumulative		EU27		
Valide	Po	25	2.3	85.4	85.4				
	Jo	4	0.4	14.6	100.0				
	Totali	29	2.7	100.0					
Mungon	Sistemi	1046	97.3						
Totali		1075	100.0						

Aneks 2

LIGJET DHE AKTET NËNLIGJORE NË MTI – 2021-2025

I. Lista e akteve ligjore në fushën e Infrastrukturës së Cilësisë (Mbrojtja e Konsumatorëve) që parashihet të nxirren në vitin 2021

1. Projektligji për Inspektime (si ligj horizontal që do të vlejë për të gjitha inspektimet);
2. Ligji Nr. 04/L-154 Për Punimet nga Metalet e Çmuara;
3. Ligji Nr. 2004/5 Për Tregtinë me Naftë dhe Derivate të Naftës në Kosovë (Gazeta zyrtare e Institucioneve të Përkohshme të Vetëqeverisjes Kosovë Nr. 3/01 Gusht);
4. Ligji Nr. 04/L-176 Për Turizmin;
5. Ligji nr. 04/L-005 (2011) për Tregtinë e Brendshme;
6. Ligji nr. 04/L-048 (2011) për Tregti me Jashtë;
7. Ligji Nr. 04/L – 026 për Markat Tregtare (Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës, Nr. 10/24 Gusht 2011);
8. Ligji Nr. 05/L-05 Për Dizajnin Industrial (Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës, Nr. 40/31 Dhjetor 2015); dhe
9. Ligji Nr. 04/L – 029 Për Patenta (Gazeta zyrtare e Republikës së Kosovës, Nr. 12/29 Gusht 2011).

II. Lista e akteve nënligjore që parashihet të nxirren në vitin 2021

1. Rregullorja për Materialet Referente (neni 11, paragrafi 5, i Ligjit për Metrologji);
2. Udhëzimi Administrativ për Formën dhe Dimensionet e Shenjave Verifikuese (neni 21, paragrafi 2, i Ligjit për Metrologji);
3. Miratimi i Udhëzimit Administrativ për Caktimin e Kushteve për Vendosjen e Dyerve dhe Dritareve në Treg. (Në pajtim me nenin 55, paragrafët 4-6, të Ligjit nr. 06/L-033 për Produkte të Ndërtimit) (Mars);
4. Miratimi i Rregullores për Pajisjet me Gaz (Regulation (EU) 2016/426) (Mars);
5. Hartimi i Udhëzimit Administrativ për Caktimin e Kushteve për Vendosjen në Treg të Pllakave për Tarracë për Përdorim të Jashtëm dhe të Brendshëm. (Në pajtim me nenin 55, paragrafët 4-6, të Ligjit nr. 06/L-033 për Produkte të Ndërtimit) (Qershor);

6. Hartimi i Udhëzimit Administrativ për Caktimin e Kushteve për Vendosjen në Treg të Produkteve për Izolim Termik për Ndërtesa - Produkte të Fabrikua (EPS) Polistireni të Bymyer. (Në pajtim me nenin 55, paragrafët 4-6, të Ligjit nr. 06/L-033 për Produkte të Ndërtimit) (Shtator);
7. Udhëzimi Administrativ për Paraqitjen Grafike, Dimensionet e Shenjave të Verifikimit dhe Karakteristikat e Certifikatës së verifikimit;
8. Udhëzim Administrativ për Caktimin e Tarifave për Akreditim;
9. Udhëzim Administrativ për Përcaktimin e Procedurave për Miratimin e Tipit për Mjetet Matëse Ligjërish të Kontrolluara;
10. Udhëzim Administrativ Për Mjetet Matëse Ligjore;
11. Udhëzim Administrativ Për Autorizimin e Subjektit Juridik për Riparimin dhe Përgatitjen e Mjeteve Matëse Ligjore për Verifikim;
12. Rregullore Për Njësitë Matëse;
13. Rregullore Për Organizimin e Brendshëm dhe Sistematizimin e Vendeve të Punës të Drejtorisë së Përgjithshme të Akreditimit të Kosovës në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë;
14. Rregullore Për Organizimin e Brendshëm dhe Sistematizimin e Vendeve të Punës të Agjencisë së Metrologjisë së Kosovës në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë;
15. Rregullore Për Organizimin e Brendshëm dhe Sistematizimin e Vendeve të Punës në Inspektoratin e Tregut; dhe
16. Rregullore Për Organizimin e Brendshëm dhe Sistematizimin e Vendeve të Punës të Agjencisë Kosovare e Standardizimit në Ministrinë e Tregtisë dhe Industrisë.

Aneks 3

REKOMANDIM MBI ROLIN E OJQ-VE TË KONSUMATORËVE NË PROGRAMIN PËR MBROJTJEN E KONSUMATORIT 2021-2025

Nga projekti i BE-s

MBËSHTETJE PËR LËVIZJEN E LIRË TË MALLRAVE - KOSOVË

Ky projekt është financuar nga Bashkimi Evropian dhe menaxhohet nga Zyra e BE-së në Kosovë
EuropeAid/138567/DH/SER/XK

Rekomandim për Programin për Mbrojtjen e Konsumatorit 2021-2025

Implementuar nga:

IBF International Consulting (IBF) nga Belgjika, udhëheqës i konsorciumit me:

Shoqatën Spanjolle për Standardizim (UNE) nga Spanja

Instituti Slloven i Cilësisë dhe Metrologjisë (SIQ) nga Sllovenia

Bashkëpunimi i Jashtëm nga Irlanda Veriore (NI-CO), nga MB

Ky publikim është krijuar me mbështetjen financiare të Bashkimit Evropian. Përmbajtja e tij është përgjegjësi e vetme e konsorciumit implementues dhe nuk pasqyrojnë detyrimisht pikëpamjet e Bashkimit Evropian.

Përmbledhje ekzekutive

Ky dokument ofron një kontribut për Programin e Mbrojtjes së Konsumatorit, duke u përqëndruar në rolin e OJQ-ve dhe mënyrës së përmirësimit të përfaqësimit të tyre në politikat e mbrojtjes së konsumatorit.

Dokumenti analizon ndryshimin në vetëdijesimin e konsumatorëve, bazuar në 2 anketa të kryera me mbi 1.000 konsumatorë, në vitin 2018 dhe atë 2020. Ai përshkruan ndryshimet në Këshillin e Mbrojtjes së Konsumatorit, si dhe në ambientin e OJQ-ve në periudhën e mbuluar nga Programi aktual i Mbrojtjes së Konsumatorëve (2016-2020)

Ky dokument rendit një sërë rekomandimesh për Programin vijues të Mbrojtjes së Konsumatorit (2021-2025), ashtu që:

- Të përmirësohet korniza ligjore;
- Të rritet vetëdija e konsumatorëve;
- Të përmirësohet pjesëmarrja e OJQ-ve për konsumatorë në Këshillin e Mbrojtjes së Konsumatorit;
- Të përmirësohet roli i OJQ-ve në mbrojtjen e konsumatorit.

Hyrje

Në thelb, nevoja për mbrojtjen e konsumatorit rrjedh nga pabarazia e fuqisë, informatave dhe resurseve midis konsumatorëve dhe tregtarëve, gjë që i vë konsumatorët në disavantazh. Mbrojtja e konsumatorit synon të adresojë këtë dështim të tregut. Tregtarët i njohin mirë produktet dhe shërbimet e tyre, por konsumatorët individualë me pakicë mund ta kenë të vështirë ose të kushtueshme të sigurojnë informata të mjaftueshme për blerjet e tyre. Për më tepër, edhe kur merren të gjitha informatat përkatëse, këto mund të jenë të vështira të përpunohen, kuptohen e vlerësohen.

Konsumatorët që fuqizohen me informata e të drejta themelore - si dhe që janë të vetëdijshëm për përgjegjësitë e tyre - janë burim i rëndësishëm të disiplinës së tregut në sistemin ekonomik, si dhe shtyjnë tregtarët të konkurrojnë duke ofruar produkte dhe shërbime të dobishme, si dhe të shpalosin informacionin në mënyrë më transparente. Në anën tjetër, kjo promovon besimin e konsumatorit dhe angazhimin me tregun. Rritja e besimit të konsumatorit si dhe konkurrenca e tregut janë elementet kryesore për zhvillimin ekonomik në Kosovë.

Prapavija: Politika e mbrojtjes së konsumatorëve në Kosovë 2016-2020

Mbrojtja e Konsumatorit ka shënuar përparim të fuqishëm gjatë 5 viteve të fundit. Ligji i ri kornizë për mbrojtjen e konsumatorit është hartuar dhe publikuar më 2018. Ka pasur po ashtu përmirësim të dukshëm në vetëdijesimin dhe perceptimin e konsumatorëve. Pastaj, Këshilli i Konsumatorëve që u zgjerua ofroi një platformë për dialog me palët e interesit.

Zhvillimi Ligjor

Ligji i ri për Mbrojtjen e Konsumatorëve (LMK), aprovuar më 21 maj 2018, si dhe shpallur më 14 Qershor 2018, transponon Direktivat e BE-së të renditura në Nenin 1, paragrafi 2 i LMK-së, përkatësisht:

- Direktiva 93/13/EEC për kushtet e padrejta në kontratat e konsumatorit;
- Direktiva 98/6/EC për paraqitjen e çmimeve në produkte të ofruara për konsumatorë;
- Direktiva 1999/44/EC për disa aspekte të shitjes së mallrave të konsumit dhe garancitë përkatëse;
- Direktiva 2002/65/EC lidhur me tregtimin në distancë të shërbimeve financiare të konsumit;
- Direktiva 2005/29/EC për praktikën e padrejta tregtare;
- Direktiva 2008/48/EC për marrëveshjet kreditore për konsumatorë;
- Direktiva 2008/122/EC për kontratat me kohë-ndarje, produkte pushimore afatgjate; kontratat e rishitjes dhe shkëmbimit;
- Direktiva 2009/22/EC për masat e përkohshme për mbrojtjen e interesave të konsumatorëve;
- Direktiva 2011/83/EU për të drejtat e konsumatorit.

Direktiva 85/374/EEC për përgjegjësinë për produkte me defekt, Direktiva 2013/11/EU për zgjidhjen alternative të mosmarrëveshjeve për konsumatorët, Rregullorja 524/2013 për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve në internet për konsumatorë, Direktiva 2014/17/EU për marrëveshjet e kredive hipotekare dhe Direktiva 2015/2302 mbi paketat e udhëtimit dhe aranzhmanet e ndërlidhura të udhëtimit, nuk janë transpozuar në legjislacionin e Kosovës me anë të LMK-së.

Ligji është zbatuar përmes publikimit të disa akteve nënligjore:

- Udhëzimi Administrativ (MEPTINIS) nr. 01/2020 për mirëmbajtjen e regjistrit elektronik të kërkesave kolektive të finalizuara me aktgjykim të prerë (Publikuar: 23.04.2020);
- Udhëzimi Administrativ (MTI) nr. 05/2019 për përcaktimin e formularëve standardë të informimit për konsumatorët e kontratave me kohë-ndarje dhe kontratave përkatëse (Publikuar: 05.06.2019);
- Udhëzimi Administrativ (MTI) nr. 01/2019 për përcaktimin e formës, përmbajtjes dhe përdorimit të flamurit në origjinën e produktit (Publikuar: 19.02.2019);
- Udhëzimi Administrativ (BQK) mbi formularin standard të informatave në kontratat e kredisë (Publikuar: 18.01.2019);
- Udhëzimi Administrativ (MTI) nr. 20/2018 për përcaktimin e formës, përmbajtjes dhe përdorimit të flamurit në origjinën e produktit (Publikuar: 31.12.2018);
- Udhëzimi Administrativ (MTI) nr. 18/2018 për formularin e informatave, kohën dhe procedurat e zbatimit për tërheqjen nga kontratat në distancë dhe jashtë objektit afarist (Publikuar: 19.12.2018);
- Vendimi i Qeverisë për përbërjen e Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit (Publikuar 3.12.2018);
- Udhëzimi Administrativ (MTI) nr. 13/2018 mbi procedurat e trajtimit të ankesave nga Departamenti i mbrojtjes së konsumatorit (Publikuar: 12.11.2018);
- Udhëzimi Administrativ (MTI) nr. 12/2018 për përcaktimin e formës, përmbajtjes dhe përdorimit të logos së Departamentit të mbrojtjes së konsumatorit (Publikuar: 22.10.2018).

Rekomandimet, Objektivat dhe Treguesit Kyç të Performancës

- Të përditësohet legjislacioni për përputhshmëri me Acquis të BE-së: Tregues Kyç i Performancës: të përditësohet Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit, që të jetë në përputhje me EU/2131/2019, të përditësohet Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit për pajtueshmëri me legjislacionin e miratuar së voni në BE

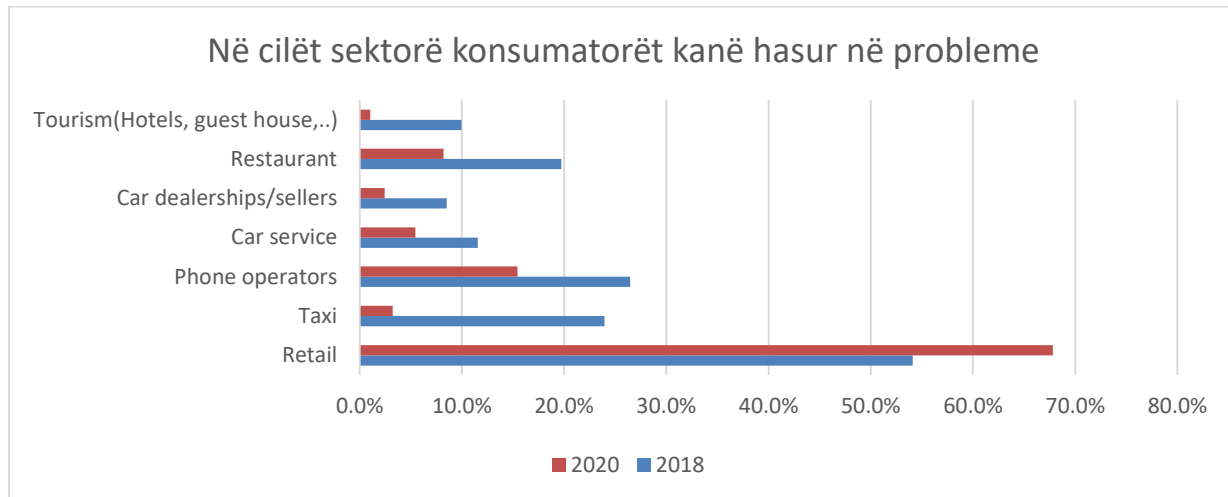
Vetëdijesimi i Konsumatorëve 2018-2020

Dy anketa janë kryer lidhur me vetëdijesimin e konsumatorëve për të drejtat e tyre, më 2018 dhe më 2020, me gjithsej 1.075 konsumatorë. Anketat pasqyrojnë barometrin e konsumatorit të BE-së. Kjo ka mundur edhe vlerësimin e prirjeve, por edhe krahasimin me shifrat e BE-së.

1. Gjithnjë e më shumë konsumatorë blejnë në internet.
Gjithnjë e më shumë blerje po bëhen në internet: më 2018, vetëm 15% e konsumatorëve kishin porositur diçka në internet në 12 muajt e fundit. Deri më 2020, kjo shifër ishte trefishuar, në 45.6%.

2. Konsumatorët kosovarë tregojnë më shumë besim në treg.

Në vitin 2018, 36% e konsumatorëve besonin se një numër i konsiderueshëm i produkteve jo-ushqimore në Kosovë janë të pasigurt. Kjo shifër tani është 23%, e afërt me perceptimin e konsumatorëve të BE-së (25%). Mungesa e besimit në produktet ushqimore ka rënë nga 44% në 32% (22% në BE).



Besimi i konsumatorëve tek tregtarët u rrit nga 50% në 73%, duke tejkaluar shifrën 66% në BE. Besimi i konsumatorit në kapacitetin e autoriteteve publike për ekzekutimin e të drejtave të tyre ka qëndruar në 63%, ndërsa besimi që OJQ-të e konsumatorëve mbrojnë të drejtat e tyre është rritur nga 51% në 68%, duke arritur pothuajse nivelin e BE-së (72%).

3. Konsumatorët e Kosovës kanë kujdes për atë që blejnë.

Zgjedhja e blerjeve për 26% të konsumatorëve preket nga ndikimi mjedisor i mallrave ose shërbimeve (nga vetëm 20% në 2018). Edhe më e befasishme është që 46% e konsumatorëve janë ndikuar nga vendi i origjinës së produktit, krahasuar me vetëm 24% në 2018. Sidoqoftë, 38% e konsumatorëve ende hasin në etiketa informatash që nuk janë në gjuhën e tyre, në baza javore. Derisa kjo shifër ka rënë nga shifra masive prej 61%, është akoma një numër i lartë e i papranueshëm.

4. Konsumatorët kosovarë ende janë të painformuar për të drejtat e tyre.

Në vitin 2018, qytetarët e Kosovës morën ligj të ri për mbrojtjen e konsumatorit, i cili u dha shumë nga të drejtat e njëjta që gëzojnë konsumatorët e BE-së. Por edhe 2 vjet pas hyrjes në fuqi, konsumatorët janë ende mjaft të pavetëdijshëm për të drejtat e tyre.

42% e konsumatorëve as nuk e dinë që ligji ekziston. Ka edhe më keq, konsumatorët ende nuk dinë për të drejtat e tyre sipas ligjit. Kur pyeten nëse mund të kthejnë mallrat që kanë blerë në internet 4 ditë pas dorëzimit, 70% thonë jo. Në fakt, konsumatorët kanë të drejtë të kthejnë mallrat dhe të marrin paratë e tyre deri në 14 ditë pas dorëzimit. Kur pyeten nëse konsumatori mund të kthejë një frigorifer që është prishur 18 muaj pas blerjes, 72% mendojnë që jo. Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorit vendos garancinë e detyrueshme 2-vjeçare për shitësin.

Rekomandimet, Objektivat dhe Treguesit Kyç të Performancës (TKI)

- Të vazhdohet monitorimi i Vetëdijesimit të Konsumatorëve;
- Tregues Kyç i Performancës: të kryhet së paku 1 barometër i konsumatorit, një anketë me +1,000 konsumatorë;
- Të rritet vetëdija e konsumatorëve për të drejtat e tyre;
- Tregues Kyç i Performancës: të iniciohen 3 fushata madhore për informimin e konsumatorëve për të drejtat e tyre sipas Ligjit për Mbrojtjen e Konsumatorit. Duke marrë parasysh suksesin e fushatës 2020, mediat sociale do të ishin kanali më i mirë;
- Të rritet zbatueshmëria dhe mbikëqyrja e blerjeve në internet;
- Tregues Kyç i Performancës: të iniciohet 1 fushatë për vetëdijesim për të drejtat e konsumatorëve gjatë blerjeve në internet. Të hartohet një politikë për agjencitë përkatëse të zbatimit të ligjit (telekomi, inspektoratet, doganat) për vëzhgimin e tregut në internet.

OJQ-të përfaqësuese të konsumatorit në Kosovë 2016-2020: rritja e OJQ-ve

Përfshirja e organizatave kombëtare të konsumatorëve në politikëbërjen e BE-së është me rëndësi për krijimin e legjislacionit më të mirë dhe më efektiv për mbrojtjen e konsumatorit. Qëllimi i organizatave kombëtare të konsumatorëve është të sigurojnë që konsumatorët të jenë të vetëdijshëm për të drejtat e tyre dhe të jenë në gjendje t'i gëzojnë ato. Një tjetër qëllim është përfaqësimi i konsumatorëve të BE-së në krijimin e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit.

Me zbatimin e programit 2016-2020, Kosova ka shënuar rritje mbresëlënëse të numrit të organizatave të njohura të konsumatorëve. Organizatës fillestare, KONSUMATORI, i janë bashkuar të tjera, si LENS, GAP, FOL dhe KALLXO. Këto të fundit janë OJQ, të cilat shpesh e kanë zanafillën në gazetarinë hulumtuese, institute monitoruese të mediave ose avokimin për qytetarë, që tashmë bëjnë tranzicionin e natyrshëm drejt mbrojtjes së konsumatorëve. Një e mëvonshme si organizatë, INDEP, nuk ka arritur ende statusin e njohjes .

KONSUMATORI është OJQ-ja e vetme e përqendruar vetëm në mbrojtjen e konsumatorit. Me të tjerat, nuk është ende e qartë nëse ata do ta kenë mbrojtjen e konsumatorit si aktivitet themelor. Ajo që është megjithatë e qartë, është mungesa e kapacitetit, gjë që në një anë tjetër, lidhet me mungesën e mjeteve.

Kapaciteti ka të bëjë me një numër karakteristikash që e bëjnë organizatën të jetë profesionale, e aftë për të kryer detyra thelbësore, siç janë këshillat dhe informatat për konsumatorë, hulumtimi dhe avokimi, ose përfaqësimi. Këtu përfshihen edhe sistemi i qeverisjes, nëse janë hartuar strategji e plane pune, numri i stafit, llojet dhe numri i anëtarëve ose abonuesve, etj.

Kjo ka të bëjë me kapacitetin e një organizate për të ndikuar në rezultatet e politikave dhe tregjeve në interes të konsumatorit, kryesisht përmes pjesëmarrjes domethënëse në procesin e politikëbërjes dhe aktiviteteve të avokimit dhe fushatës që janë vendimtare.

Një çështje tjetër kritike është përfaqësueshmëria. Asnjë nga organizatat e mësipërme nuk ka ndonjë bazë përfaqësimi të anëtarësisë, ndërsa ka pak mundësi që një organizatë e bazuar në tarifa anëtarësie të arrijë të jetë e vetë-qëndrueshme në Kosovë: qytetarët janë më pak të gatshëm të regjistrohen për t'u bashkuar me një organizatë, e aq më pak të paguajnë kuota anëtarësie.

Por, anëtarësia është vetëm një metrikë e përfaqësueshmërisë. Vetëdijesimi i publikut, avokimi dhe prania në media është një mënyrë tjetër për të matur përfaqësueshmërinë. Efektiviteti dhe ndikimi i avokimit është i vështirë të vlerësohet.

Metrika më e përshtatshme për Kosovën është ndërveprimi në media sociale. OJQ-të e konsumatorëve janë aktive dhe të pranishme në mediat sociale, ashtu si edhe qytetarët e Kosovës. Ndërveprimi i drejtpërdrejtë me qytetarë dhe të dhënat e tyre janë tregues i qartë dhe objektiv i përfaqësueshmërisë.

Politikat e konsumatorëve dhe mbrojtja e tyre nuk janë luks, janë mjete të rëndësishme për rritjen e besimit të konsumatorit, për të përmirësuar konkurrencën dhe për të ndihmuar rimëkëmbjen e ekonomisë.

Objektivat dhe Treguesit Kyç të Performancës (TKI)

- Të mbështeten dhe t'i kërkohet OJQ-ve të hartojnë e dorëzojnë një plan vjetor të punës në këshillin e mbrojtjes së konsumatorit.
Tregues Kyç i Performancës: publikimi i 5 planeve vjetore të punës nga anëtarët e OJQ-ve të konsumatorëve në Këshillin e Konsumatorëve gjatë periudhës 2021-2025.
- Të mbështeten OJQ-të për pjesëmarrje në organizimin vjetor të Ditës Botërore për Mbrojtjen e Konsumatorit, më 15 mars.
Tregues Kyç i Performancës: pjesëmarrja dhe iniciativat vetanake nga OJQ-të konsumatore gjatë 5 Ditëve Botërore të Drejtave të Konsumatorëve 2021-2025.
- Të rritet përfaqësueshmëria përmes ndërveprimit në media sociale, anëtarësimit të drejtpërdrejtë, vetëdijesimit publik ose pranisë në media.
Tregues Kyç i Performancës: rritja e numrit të ndërveprimeve në media sociale midis OJQ-ve dhe qytetarëve.
- Rritja e interesimit të mediave në çështjet lidhur me konsumatorin, veçanërisht publikimi dhe programimi i vetëdijesimit për të drejtat e konsumatorit, janë të nevojshme.
Tregues Kyç i Performancës: rritja e artikujve dhe programeve për çështjet e konsumatorëve në media kombëtare, programe të posaçme për të drejtat e konsumatorit, të paktën 4 deklarata shtypi nga OJQ-të.
- OJQ-të duhet të angazhohen që në fillim në procesin e hartimit të rregulloreve. Rregullat për angazhimin e OJQ-ve jo vetëm që duhet t'u sigurojnë atyre mundësi të mjaftueshme për të shprehur interesat e konsumatorëve, por edhe duhet të jenë mjaftueshëm fleksibile për të mundësuar kontribute më praktike (dhe më pak legaliste) që shumë specialistë mund të ofrojnë. Kjo mund të bëhet përmes Këshillit për Mbrojtjen e Konsumatorit.
Tregues Kyç të Performancës: OJQ-të ftohen të japin komente për secilin akt ligjor që propozohet.
- OJQ-të duhet të rrisin njohuritë e tyre për legjislacionin për konsumatorë për të qenë partnerë efektivë. Për të qenë në gjendje të ndihmojnë efektivisht grupet e shënjestruara për çështje të drejtave të konsumatorit, OJQ-të duhet të rrisin vetëdijen e tyre për mënyrën se si funksionon sistemi dhe si grupet e shënjestruara nga ta mund të përfitojnë nga produktet dhe shërbimet.
Tregues Kyç të Performancës: rregullatorët organizojnë 3 trajnime dhe punëtori për OJQ-të për çështje specifike të lidhura me të drejtat e konsumatorit

Këshilli për Mbrojtjen e Konsumatorit

Këshilli për Mbrojtjen e Konsumatorit është organ këshillues për politikat e mbrojtjes së konsumatorit. Ky është platformë dialogu ndërmjet rregullatorëve, politikëbërësve, akademikëve, konsumatorëve dhe përfaqësuesve të biznesit.

LMK, neni 132.6, parasheh që "Këshilli funksionon në bazë të rregullores së punës, të cilën e harton Këshilli". Ky dokument ofron një sërë rekomandimesh për procedurën e hartimit të një Këshille ose Opinioni zyrtar të Këshillit.

Këshilli fillimisht kishte 7 anëtarë:

- Dy përfaqësues nga MTI, një nga Departamenti i Mbrojtjes së Konsumatorit (gjithashtu kryetar i këshillit) dhe një nga Inspektorati i Tregut;
- Një ekspert i pavarur (përfaqësues i OJQ-së 'LENS');
- Një përfaqësues i Shoqatës (OJQ) 'Konsumatori';
- Dy përfaqësues nga shoqatat e biznesit: një nga Oda Ekonomike e Kosovës dhe një nga Aleanca e Bizneseve;
- Një përfaqësues nga Agjencia e Ushqimit dhe Veterinarisë;

Në dhjetor të vitit 2018, anëtarësia u zgjerua në 15 dhe u ofrua më tutje për 17 anëtarët e tanishëm:

Anëtari	Kategoria
Departamenti i Mbrojtjes së Konsumatorit në MTI	Institucion Publik
Institucioni Kombëtar i Shëndetit Publik në Kosovë	Shëndetësi
Konsumatori	OJQ
Oda Ekonomike e Kosovës	OJQ
Inspektorati i Tregut i MTI-së	Institucion Publik
Agjencia e Ushqimit dhe Veterinës	Autoritet
Banka Qendrore e Kosovës	Institucion Publik
Aleanca e Bizneseve të Kosovës	OJQ
Zyra e Rregullatorit për Energji	Rregullator
Komisioni i Pavarur për Media	Rregullator
Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare	Rregullator
Autoriteti Rregullativ i Shërbimeve të Ujit	Rregullator
GAP	OJQ
Lëvizja FOL	OJQ
LENS	OJQ
MTSD	OJQ
Kallxo.com	OJQ

Rekomandimet, Objektivat dhe Treguesit Kyçë të Performancës

- Të përmirësohet ndërveprimi i OJQ-ve me palët e interesit, të përforcohet anëtarësia e OJQ-ve, si dhe bashkëpunimi aktiv në Këshillin e Mbrojtjes së Konsumatorit.
Tregues Kyç i Performancës: të regjistrohet pjesëmarrja e përfaqësuesve të OJQ-ve në takimet e Këshillit. Dorëzimi i rekomandimeve të OJQ-ve në Këshill