



Një projekt i Agjencisë Zvicerane
për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

METODOLOGJIA¹

“INDEKSI I KONSUMATORIT VENDOR”

MAJ 2020

¹ “Ky botim u realizua nga Qendra “Konsumatorit Shqiptar” në kuadër të projekti “Indeksi i Konsumatorit Vendor”, me mbështetjen financiare të LëvizAlbania, një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim, SDC.

Mendimet dhe opinionet e shprehura në të i përkasin autorëve realizues dhe nuk përkojnë domosdoshmërisht me qëndrimet e donatorit.”



Një projekt i Agjencisë Zvicerane
për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

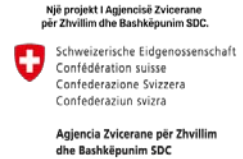
Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

Hyrje

Metodologjia e Indeksit të Konsumatorit Vendor (IKV) është konceptuar në katër këndvështrime në zbatimin e tij, kjo për të qenë më e prekshme, më e matshme dhe më e arritshme nga të gjithë qytetarët dhe për të pasur më shumë ndikim në ndryshimin e situatës aktuale në nivel vendor në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve. Katër këndvështrimet mbi të cilat është konceptuar IKV qëndrojnë si më poshtë:

- Këndvështrimi teorike – praktik;
- Këndvështrimi vlerësues dhe ndërgjegjësues;
- Këndvështrimi për rritjen e kapaciteteve;
- Këndvështrimi hulumtues e shkencor.

Nisur nga katër këndvështrimet e sipërpërmendura është bërë ndarja e aktiviteteve që do të realizohen gjatë harkut kohor 12 mujor të zbatimit të projektit IKV. Para se të parashtrijmë metodologjinë e ndarë sipas katër këndvështrimeve, le të parashtrijmë disa nga të dhënat sasiore të IKV, mjaft të rëndësishme për ecurinë e projektit dhe për arritjen e qëllimit të tij që në fund të fundit qëndron në ndërgjegjësimin e qytetarëve dhe aktivizimin e tyre, në kuadër të realizimit të drejtave të tyre në nivel vendor:



Zbatimi

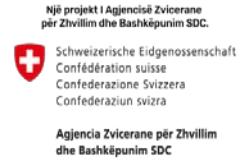
Përfituesit/target grupet e synuara nga IKV janë:

- Qytetarët;
- Shoqëria Civile;
- Gazetarët;
- Organizatat Jofitimprurëse të Shoqërisë Civile (OSHC);
- Organizatat Jofitimprurëse që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve jo vetëm në nivel qendror por edhe në nivel vendor;
- Ekspertë të ndryshëm që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve dhe jo vetëm;
- Akademikët.

Përfituesit indirekt të synuar nga IKV:

Si rezultat i ndikimit të drejtëpërdrejtë të IKV në target grupet e sipërpërmendura, do të ketë dhe përfituesë indirekt nga zbatimi në terren i IKV-së, të cilët edhe pse nuk janë në vijën e parë të ndërhyrjes së projektit, përsëri luajnë një rol të rëndësishëm për përhapjen e informacionit dhe aktivizimin e qytetarëve si fillim në nivel vendor e më pas në nivel qendror. Target grupet indirekte të prekura nga realizimi i projektit do të jenë:

- Stafet e bashkive;
- Stafet e institucioneve shtetërore që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve në nivel qendror por që kanë lidhje dhe me realizimin e funksioneve të bashkive në nivel vendor, si:
 - Agjencia për Mbështetjen e Vetëqeverisjes Vendore;
 - Këshilli i Konsultimit Qendror dhe Vetëqeverisje Vendore ;
 - Autoriteti Kombëtar i Ushqimit;
 - Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve;
 - Inspektorati Shtetëror i Mbikëqyrjes së Tregut



- Enti Rregullator i Ujit;
- Enti Rregullator i Energjisë;
- Inspektorati Shtetëror Shëndetësor;
- Autoriteti i Konkurrencës;
- Autoriteti i Mbikëqyrjes Financiare;
- Agjencia e Mbrojtjes së Mjedisit;
- Agjencia Kombëtare e Barnave dhe Pajisjeve Mjekësore;
- Instituti i Shëndetit Publik etj.

Shtrirja e territoriale:

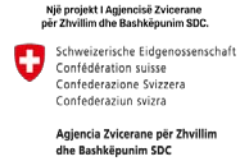
Shtrirja territoriale e projektit do të jetë në nivel:

- Qendror;
- Vendor.

Shtrirja territoriale e IKV ashtu si vërehet është nga njëra anë në të gjithë vendin dhe nga ana tjetër në secilën prej 61 bashkive të vendit, për një periudhë kohore prej 12 muaj. Kjo do të thotë që në fokus do të jenë të gjithë përfituesit, kudo që ata ndodhen dhe nuk do të ketë fokus përqendrimin në bashkitë kryesore të vendit dhe kryesisht ato të qendrës së Shqipërisë, ku fokusohet pjesa më e madhe e projekteve dhe veprimeve për aktivizimin e shoqërisë civile.

Elementi gjinor dhe moshor:

Në të gjithë aktivitetet dhe veprimtaritë, që do të realizohen nga IKV do të mbahet në konsideratë të lartë respektimi i elementit gjinor për të realizuar gjithëpërfshirjen dhe gjithashtu do të ketë një përfshirje të gjerë të qytetarëve duke filluar nga mosha 18 vjeç e lartë. Kjo nënkupton një shtrirje të prekshme dhe të matshme nga të gjithë, qoftë nga mosha e re ashtu dhe nga qytetarë, të cilët kanë vite që përballen me problematika të ndryshme në nivel vendor në



kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve. Nga sa më sipër, mund të parashtrijmë se projekti do të ketë një shtrirje “gjithëmoshore”.

Elementi mediatik:

Media është e përfshirë jo vetëm në të gjithë zbatimin e projektit, por ka dhe një fazë të projektit të dedikuar posaçërisht për të si Fushata “Konsumatori Vendor”, e cila do të ketë në thelbin e saj vetëm mediat dhe rrjetet sociale për ndërgjegjësimin në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor.

Promovimi në rrjetet sociale i të gjithë aktiviteteve dhe produkteve të krijuara nga IKV është pikësynimi kryesor i qendrës në zbatimin e projektit. Në arritjen e vizibilitetit të projektit do të përdoren të gjithë mekanizmat e njohur nga mediat duke filluar nga:

- Mediat televizive: programe televizive të strukturuar në emisione informuese ose intervista në kuadër të IKV, qofshin këto TV kombëtare ose lokale me shtrirje në veri, jug dhe qendër të vendit. Në këtë fazë do të realizohen 15 dalje në media në kuadër të IKV dhe ndërgjegjësimit qytetar në reagimin në nivel vendor për mbrojtjen e konsumatorëve.
- 1 video e realizuar në kuadër të IKV dhe shpërndarja e saj në të gjitha mediat dhe rrjetet sociale.
- Media e shkruar dhe radio.
- Aktivizimi në terren nëpërmjet shpërndarjes së 4 broshurave, të cilat do t'i kundrejtohen të gjithë aktorëve të shoqërisë civile, në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivelin vendor dhe aktivizimin e tyre për përfshirjen e bashkive në riorganizimin dhe funksionimin, në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve, ashtu si kërkohet nga legjislacioni në fuqi.
- Facebook, duke përdorur faqen e qendrës që funksionon tashmë prej vitesh dhe adds e krijuar nga facebook për promovimin e eventeve të ndryshme.



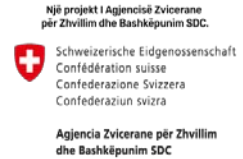
- Instagram duke përdorur faqen e qendrës, që funksionon tashmë prej vitesh dhe adds e krijuar nga instagram për promovimin e eventeve të ndryshme.
- Tëitter dhe rrjetet e tjera sociale të disponueshme.

Fuqizimi larg qendrës:

Ne kërkojmë fuqizimin larg Tiranës, Durrësit dhe Elbasanit që janë bashki ku janë fokusuar pjesa më e madhe e projekteve për aktivizimin e shoqërisë civile dhe për këtë ne kemi krijuar një trekëndësh Korçë-Shkodër-Vlorë për fuqizimin e organizatave jofitimprurëse në këto bashki dhe njëkohësisht në mënyrë indirekte, fuqizimin e qytetarëve/ konsumatorëve të cilët arrihen nga këto organizata si rezultat i projekteve që zbatojnë.

E rëndësishme është të theksohet se projektet e realizuar në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel qendror janë të pakta për të mos thënë inekzistent, akoma më shumë theksohet kjo problematikë në nivel vendor dhe nga ana tjetër qëndron një tjetër problematikë, ku në Shqipëri veprojnë vetëm 6 organizatat jofitimprurëse për mbrojtjen e konsumatorëve, ku vetëm 2 prej tyre janë aktive në mbrojtjen e konsumatorëve. Pikërisht në kuadër të sa më sipër IKV është i rëndësishëm në realizimin e tij jo vetëm në bashkitë qendrore, por dhe në bashkitë e tjera të vendit. Në këtë mënyrë kemi një fuqizim qytetar në dy drejtime nga qendra drejt “periferisë” ku qendra ndan eksperiencën e saj në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve mqs në bashkinë e Tiranës struktura për mbrojtjen e konsumatorëve tashmë ekziston dhe nga periferia drejt qendrës, ku periferia paraqet problematika që qendra në punën e saj të përditshme nuk i ka hasur apo nuk ka arritur që ti jap një zgjidhje.

Le të parashtrijmë tashmë këndvështrimet mbi të cilat është ndërtuar metodologjia dhe ndërthurja e tyre me indikatorët sasiorë e cilësorë të IKV.



I. Këndvështrimi teorik – praktik

Këndvështrimi teorike-praktik është i ndarë në disa etapa, të cilat të detajuara janë si më poshtë:

- **Etapa e grumbullimit të dokumentacionit ligjor dhe financiar:** Grumbullimi i dokumentacionit ligjor dhe financiar nga ana e bashkive, në lidhje me gjendjen e mbrojtjes konsumatorëve në 61 bashkitë e vendit dhe masat përkatëse të marra nga bashkitë në kuadër të respektimit të detyrimeve ligjore të përcaktuara nga legjislacioni në fuqi në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve. – Për secilën bashki informacioni i synuar dhe i mundshëm për t’u grumbulluar do të variojë nga vendime të Këshillit Bashkiak, Vendime të Kryetarit të Bashkisë për organigramën/organizimin e bashkisë, vendimet të Këshillit Bashkiak për funksione dhe standarte të miratuara në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor, vendime të Kryetarit të Bashkisë për organizimin dhe funksionimin e bashkisë me fokus kryesor mbrojtjen e konsumatorëve sipas ligjit 9902/2008 “Për mbrojtjen e konsumatorëve” dhe përcaktimeve të veçanta të ligjit nr.139/2015 “Për vetëqeverisjen vendore” dhe ligjeve të tjera që veprojnë të ndërthurura me ligjin organik(ligji nr.139/2015). Grumbullimi i dokumentacionit ligjor dhe financiar do të bëhet nëpërmjet:

- **Portaleve:** Portalit pyetshtetin.al.
- **Faqeve zyrtare:** Faqeve zyrtare të secilës bashki.
- **Me postë:** Për bashkitë të cilat nuk kanë një faqe zyrtare apo persona kontakti online do të vijohet me dërgimin postar të kërkesave. Nga kontrolli i kryer 16 nga 61 bashki nuk kanë faqe zyrtare dhe kontakt zyrtar por funksionojnë vetëm nëpërmjet faqeve të facebook-ut. Pas kontaktit me facebook për marrjen e kontaktit, do të bëhet dhe kërkimi i informacionit zyrtar nëpërmjet postës.
- **Takime me përfaqësues të bashkive:** Për bashkitë të cilat nuk i përgjigjen asnjë prej formave të komunikimit të mësipërm do të vijohet me takime të drejtëpërdrejta në ambientet e bashkive. Këto takime do të shërbejnë jo vetëm për



Një projekt i Agjencisë Zvicerane
për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

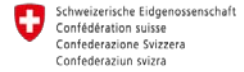
Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

marrjen e informacionit të kërkuar nga IKV, por dhe ndërgjegjësimit të bashkive për marrjen e masave ligjore të kërkuara nga legjislacioni në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve.

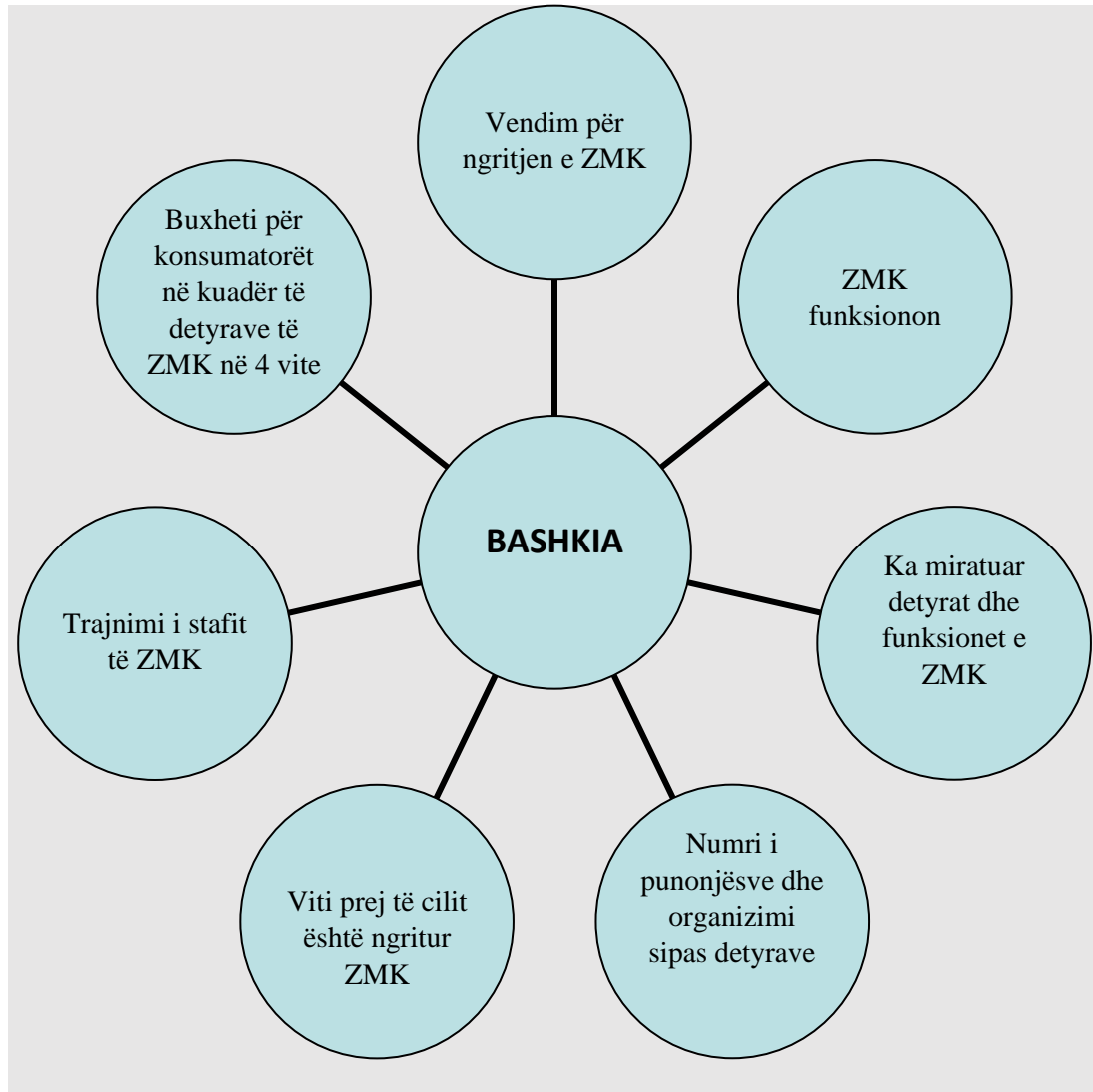
- **Analizimi dhe hartimi:** Analizimi i dokumentacionit, informacionit dhe të dhënave të grumbulluara për të bërë të mundur krijimin e dosjeve për secilën bashki në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve. Ky analizim do të na sjellë një pasqyrim të qartë të gjendjes së bashkive dhe do të krijojë statistika të rëndësishme për hartimin e rekomandimeve, ku secila bashki duhet të ndërhyjë për të pasur një institucion sa më pranë konsumatorëve që nënkupton realizimin e plotë të parimit bazë të vetëqeverisjes vendore, që është parimi i subsidiaritetit që do të thotë një qeverisje vendore sa më pranë qytetarëve dhe për qytetarët. Në realizimin e analizës do të ndërthurren indikatorët sasiorë me ato cilësorë të grumbulluar. Indikatorët cilësorë do të qëndrojnë si më poshtë:



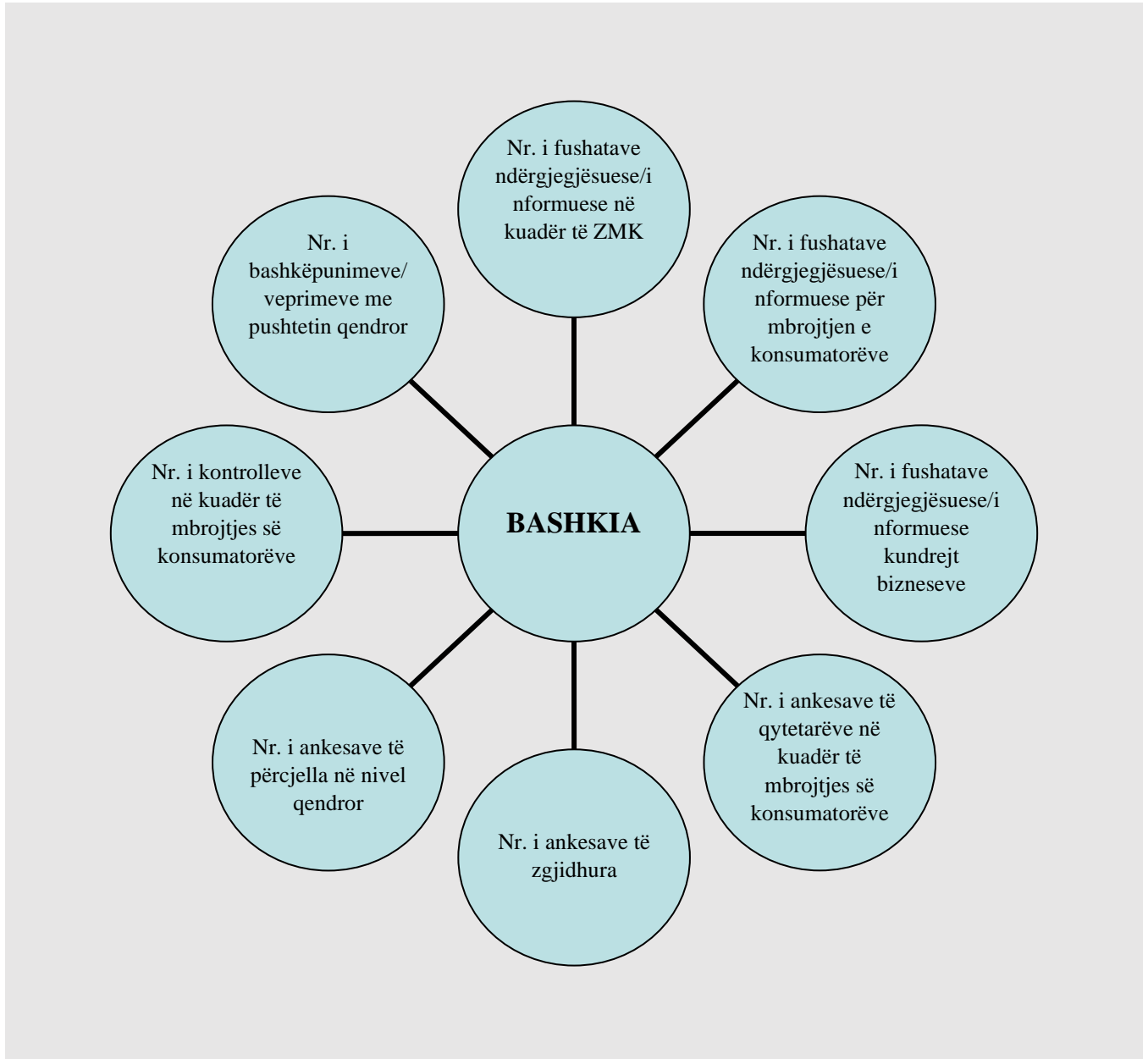
Një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



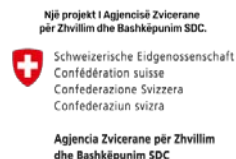
Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC



Indikatorët sasiorë do të qëndrojnë si më poshtë:



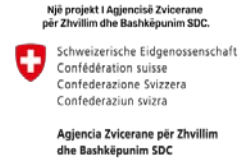
- **Pasaportat e Bashkive:** Krijimi i pasaportave për 61 bashkitë mbi gjendjen e mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor dhe krijimi i një renditje hierarkike me bashkinë “më të mirë” deri tek ajo “më pak e mira”. Për 61 bashkitë do të hartohen rekomandime



ligjore e financiare për përmirësimin e situatës në praktikë dhe realizimin e ndërhyrjeve të duhura nga bashkitë për të përmirësuar gjendjen e mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor. Nga ana tjetër bashkia më e mirë do t'i jepet një çmim simbolik për realizimin e detyrimeve ligjore në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor dhe ky fakt do të promovohet në rrjetet sociale e media për të shërbyer dhe për bashkitë e tjera të cilat nuk kanë përmbushur detyrimet ligjore. Renditja hierarkike do të realizohet duke u mbështetur në tabelën e vlerësimit të mëposhtëm, ku do të vlerësohen indikatorët cilësorë dhe sasiorë të grumbulluar, dokumentacionin, informacionit, të dhënat etj.

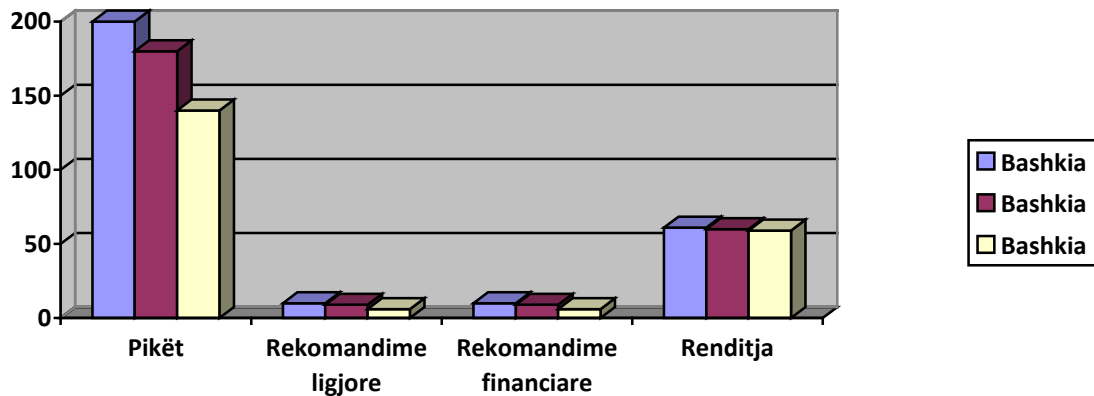
I. INDIKATORËT	Pikët max	Pikët e marra	Totali	Shënime	Rekomandime
I.1 INDIKATORËT CILËSORË					
I.1.1 Vendim për ngritjen e ZMK ²	20		200		
I.1.2 ZMK funksionon	20				
I.1.3 Ka miratuar detyrat dhe funksionet e ZMK	10				
I.1.4 Numri i punonjësve dhe organizimi sipas detyrave	10				
I.1.5 Viti prej të cilit është ngritur ZMK	10				
I.1.6 Trajnimi i stafit të ZMK	10				
I.1.7 Buxheti për konsumatorët në kuadër të detyrave të ZMK në 4 vite	20				
I.2 INDIKATORËT SASIORË					
I.2.1 Nr. i fushatave ndërgjegjësuese/informuese në kuadër të funksionimit të ZMK	15				
I.2.2 Nr. i fushatave ndërgjegjësuese/informuese për	15				

² ZMK – Zyra e Mbrojtjes së Konsumatorëve.

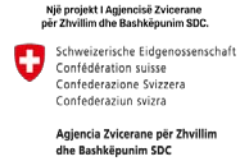


mbrojtjen e konsumatorëve			
I.2.3 Nr. i fushatave ndërgjegjësuese/informuese kundrejt bizneseve	10		
I.2.4 Nr. i ankesave të qytetarëve në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve	15		
I.2.5 Nr. i ankesave të zgjidhura	15		
I.2.6 Nr. i ankesave të përcjella në nivel qendror	10		
I.2.7 Nr. i kontrolleve në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve	10		
I.2.8 Nr. i bashkëpunimeve/veprimeve me pushtetin qendror	10		

Renditja hierarkike e bashkive do të parashtrohet në diagramën hierarkike të bashkive³ në kuadër të Indeksit të Konsumatorit Vendor:



³ Diagrama e paraqitur është shembull pasqyrues dhe do të plotësohet me të dhënat e grumbulluara.



II. Këndvështrimi vlerësues dhe ndërgjegjësues.

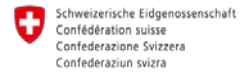
➤ **Sondazhi online:** Hartimi e një sondazhi online për qytetarët dhe anëtarët e tjerë të shoqërisë civile, si ekspertët, akademikët, organizatat jofitimprurëse etj. në lidhje me të drejtat konsumatore dhe ndërgjegjësimin e konsumatorëve për mbrojtjen e të drejtave të tyre. Sondazhi do të realizohet online duke bërë të mundur arritjen në çdo moment e në çdo vend i të gjithë personave që kanë dëshirë në plotësimin e tij. Ai do të promovohet në faqen zyrtare të qendrës dhe do të shpërndahet nëpërmjet postimeve online të herëpashershme në rrjetet sociale në të cilat qendra ka vite që vepron. Sondazhi do të jetë i ndarë në disa seksione, ku do të maten njohuritë e konsumatorëve, informacioni që gëzojnë për bashkinë në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor, informacioni që disponojnë për institucionet shtetërore dhe mekanizmat mbrojtës të tyre, problematikat që hasin konsumatorët në nivel vendor dhe çfarë kërkojnë ata për të përmirësuar gjendjen e konsumatorit shqiptar nga bashkitë në të cilat ata jetojnë. Gjithashtu, sondazhi do të ketë të dhëna në lidhje me moshën, gjininë dhe vendndodhjen për të pasur një pasqyrë sa më të gjerë të qytetarëve dhe gjendjes së mbrojtjes së konsumatorëve. Mendojmë se sondazhi do të plotësohet nga:

- **1000 qytetarë;**
- **300 ekspertë, akademikë etj;**
- **100 organizata jofitimprurëse të shoqërisë civile që veprojnë në vend, pra jo vetëm ato që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve, që janë 6 në vend.**

➤ **Të dhënat dhe fushata “Konsumatori Vendor Reagon!”:** Grumbullimi i të dhënave të përfituara nga sondazhi i realizuar, për të përgatitur fushatën “Konsumatori Vendor Reagon!” në bazë të nevojave dhe problematikave të evidentuara nga konsumatorët dhe aktorët e tjerë të shoqërisë civile, ku duhet patjetër ndërhyrja dhe ndërgjegjësimi qytetar



Një projekt i Agjencisë Zvicerane
për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



Agjencia Zvicerane për Zhvillim
dhe Bashkëpunim SDC

dhe i institucioneve për të ndryshuar situatën dhe përmirësimin e saj në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve.

- **Fushata “Konsumatori Vendor Reagon!”**- Fushata “Konsumatori Vendor Reagon!” do të ketë në fokus të saj mediat dhe rrjetet sociale dhe do të ketë një shtrirje shumë të gjerë kohore për gati një muaj. Realizimi i fushatës nëpërmjet rrjeteve sociale dhe mediave do të përmbajë:

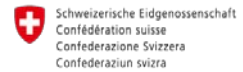
- 4 broshura,
- 1 video,
- 15 dalje në media.

Theksojmë faktin se dalja në media do të përfshirë jo vetëm mediat kombëtare, por dhe mediat lokale, ku do të pasqyrohen të dhënat e evidentuara dhe masat që duhet të merren nga bashkitë për përmirësimin e situatës dhe fuqizimin e konsumatorëve në nivel vendor.

- **Reagimi konsumator:** Sondazhi dhe fushata “Konsumatori Vendor Reagon!” do të ndihmojë nxitjen e konsumatorëve dhe reagimin e tyre. Reagimet qytetare të konvertuara në problematika do të ndiqen nëpërmjet Klinikave të Ligjit. Në synojmë ndjekjen e të paktën 61 praktikave strategjike të shpërndara në të gjithë vendin, pra 1 praktikë për çdo bashki, duke marrë në konsideratë faktin se ne kemi realizuar ndërgjegjësimin qytetar në të gjithë bashkitë. Kjo është një shifër minimale që ne synojmë të arrijmë sepse ndërgjegjësimi do të rris qytetarët aktiv nga njëra anë dhe problematikat e evidentuara si rezultat i informacionit të marrë. Ne parashikojmë ndjekjen e problematikave strategjike të evidentuara edhe pse mendojmë se shifra do të jetë më e madhe se 61 qytetarë në 61 bashkitë e vendit. Për të bërë të mundur ndjekjen do të bëjmë adresimin e çështjeve të ndryshme ndaj Klinikave të Ligjit që veprojnë në vend, të cilat mund të ndjekin problematikat e parashtruara dhe që kanë nevojë për zgjidhje administrative edhe pas përfundimit të projektit “IKV”.



Një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



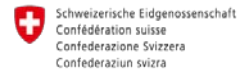
Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC

III. Këndvështrimi për rritjen e kapaciteteve

- **Shoqëria civile dhe aktorët e saj:** Identifikimi i aktorëve të shoqërisë civile që do të marrin pjesë në trajnim, jo vetëm në rang vendi, por dhe të ndarë në veri, lindje dhe perëndim për 3 bashki Korçë, Vlorë dhe Shkodër. Gjithashtu, realizimi i një takimi me organizatat jofitimprurëse të shoqërisë civile që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve për diskutimin e mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor, angazhimin e tyre dhe gjendjen e organizatave të tjera jofitimprurëse në lidhje me mbrojtjen e konsumatorëve. Realizimi i një takimi me organizatat jofitimprurëse për diskutimin e mbrojtjes së konsumatorëve dhe angazhimin e tyre në këtë aspekt në të shkuarën dhe në të ardhmen pas ndërgjegjësimit të realizuar nga IKV.
- **Trajnimi i shoqërisë civile:** Organizimi i 3 trajnimeve me përfaqësues të shoqërisë civile (OJF, ekspertë, mësuesë, akademikë, dhomat e tregtisë dhe industrisë, të rinjtë etj.) që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve dhe jo vetëm, për njohjen dhe ndërgjegjësimin për ekzistencën e mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor. Trajnimi do të realizohet në 3 bashki të ndryshme të vendit duke fuqizuar shoqërinë civile jashtë Tiranës, në trekëndëshin Shkodër, Vlorë dhe Korçë duke grumbulluar përfaqësues të shoqërisë civile. Trajnimet do të realizohen duke bërë të mundur ndërthurjen të praktikës dhe teorisë, ku gjatë trajnimit do të krijohen fokus grupe, ku pjesëtarë e fokus grupeve do të paraqesin problematikat e hasura dhe të trajnuarit në bazë të trajnimit të përfituar do të paraqesin zgjidhjen për to. Këto trajnime do të realizojnë tre shtylla të rëndësishme: Informimi; Ndërgjegjësim dhe Veprim në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor.



Një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC

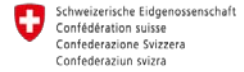
- **Trajnimi i gazetarëve:** Trajnimi i 30 gazetarëve për njohjen më mirë të problematikave në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor. Trajnimi do të përfshijë ndërthurjen e teorisë me praktikën për të ndërgjegjësuar aktivizimin dhe reagimin e gazetarëve shqiptarë në përcjelljen e problematikave të qytetarëve dhe konstatimeve të gjetura prej vetë tyre. Nëpërmjet këtyre trajnimeve ne synojmë të ndërgjegjësojmë qytetarët për aktivizim dhe rritjen e nivelit të informimit, duke bërë të mundur që në një kronikë të realizuar prej tyre të konstatohet problematika, të kërkohet reagimi qytetar dhe ai zyrtar i institucioneve dhe të jepet dhe zgjidhja konkrete për problematikën e hasur nga qytetarët apo dhe nga vetë gazetarët.

- **Ndërgjegjësimi qytetar dhe aktivizimi:** Realizimi nga Qendra “Konsumatori Shqiptar” i trajnimeve në dy target grupe: aktorë të ndryshëm të shoqërisë civile e gazetarët dhe në tre bashki si Korca, Shkodra dhe Vlora do të bëjë të mundur ngritjen e rrjetit të ndërgjegjësimit qytetar në të gjithë vendin dhe aktivizimin e tyre. Ashtu si parashtrohet dhe nga skema, ndërgjegjësimi qytetar dhe aktivizimi i tyre do të realizohet në këto drejtime nëpërmjet:
 - Trajnimeve të realizuara;
 - Kontaktit me OJF-të që veprojnë në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve;
 - Kontaktit me OJF-të e tjera partnere të QKSH;
 - Kontaktit dhe lëvizjes në terren në bashkitë që nuk i përgjigjen korrespondencës tonë (kontakt nga QKSH i qytetarëve dhe OJF lokale);
 - Kontaktit nga qytetarët dhe aktorët e tjerë të shoqërisë civile të QKSH si rezultat i ndikimit të Fushatës “Konsumatori Vendor Reagon!”.

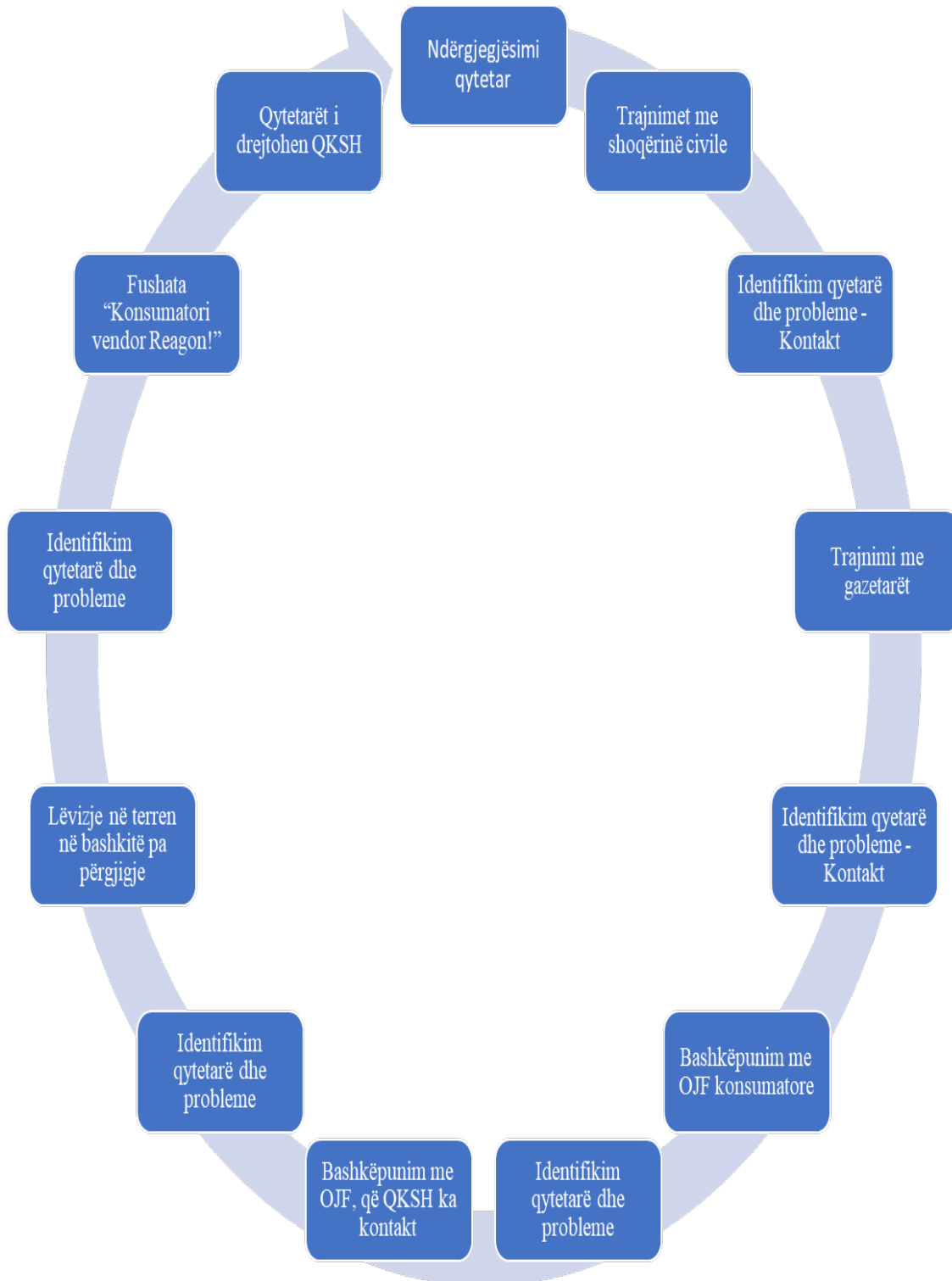
Qendra do të bëjë të mundur kanalizimin e të gjitha ankesave, kërkesave në kuadër të realizimit të iniciativave qytetare/peticioneve për t’ia kundërtuar Kryetarëve dhe Këshillave Bashkiak përkatës. Ndërgjegjësimi qytetar do të realizohet sipas skemës së mëposhtme:



Një projekt i Agjencisë Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC.



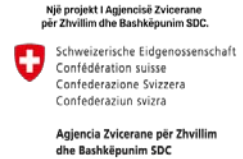
Agjencia Zvicerane për Zhvillim dhe Bashkëpunim SDC





IV. Këndvështrimi hulumtues e shkencor

- Organizimi, sintetizimi i informacionit dhe të dhënave të grumbulluara nga intervistat, mediat sociale, fokus grupet e organizuara, aktivitetet, trajnimet dhe përqaqja e të dhënave me informacionin zyrtarë dhe legjisllacionin në fuqi në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor. Nga ana tjetër do të parashtrihen modele suksesi nga vendet e rajonit apo të Bashkimit Evropian në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve në nivel vendor dhe këto modele do të thjeshtëzohen për të qenë të zbatueshëm nga bashkitë e vendit.
- **Manuali “Konsumatori Vendor Reagon!”:** Përgatitja e manualit “Konsumatori Vendor Reagon!”, në shërbimet në infrastrukturë dhe shërbime publike (ujësjellës-kanalizime; ujërat e ndotura; rrugët vendore; transport; parkim; ndërtimi dhe mirëmbajtja e ndërtesave arsimore, emergjenca civile etj.); shërbimet sociale (krijimin dhe administrimin e shërbimeve sociale, në nivel vendor, për shtresat në nevojë, personat me aftësi të kufizuara, fëmijët, gratë, gratë kryefamiljare, gratë e dhunuara, viktima të trafikut, nëna apo prindër me shumë fëmijë, të moshuarit etj.; ndërtimin dhe administrimin e qendrave e banesave sociale); në kulturë, sport dhe shërbime argëtuese; mbrojtjen e mjedisit; bujqësi, zhvillimi rural, pyje dhe kullota publike, natyrë dhe biodiversiteti; zhvillimin ekonomik vendor; sigurinë publike; funksionet e deleguara nga pushteti qendror kundrejt vendorit.
- **Raporti i IKV:** Hartimi i raportit për IKV me informacionin dhe dokumentacionin e grumbulluar, praktikat e ndjekura dhe sukseset e arritura. Parashtrimi i ecurisë së projektit me indikatorët sasiorë dhe cilësor të përmbushur sipas qëllimeve të vendosura në fillim të projektit.



- **Promovimi:** Promovimi i dokumenteve të prodhuar në rrjetet sociale që qendra disponon prej vitesh dhe organizimi i konferencave me të pranishëm aktorët të ndryshëm të shoqërisë civile dhe institucioneve shtetërore që veprojnë në fushën e mbrojtjes së konsumatorëve.
- **Vijueshmëria:** Ndjekja hap pas hapi e një prej zyrave të hapura për mbrojtjen e konsumatorëve në një prej bashkive të vendit. Pasqyrimi në rrjetet sociale të procedurës dhe hapave të ndërmarra nga bashkia për të qenë shembull për bashkitë e tjera, të cilat nuk kanë një zyrë për mbrojtjen e konsumatorëve.
- **Raportim.** Këtë vit Strategjia Ndërsektoriale për Mbrojtjen e Konsumatorëve e Mbikëqyrjen e Tregut 2014-2020, ka përfunduar dhe pritet hartimi i strategjisë së re në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve si nivel qendror dhe në nivel vendor, do të raportojmë të dhënat e administruara nga projekti në kuadër të përmbushjes së detyrimeve ligjore nga bashkitë në kuadër të mbrojtjes së konsumatorëve ndaj Ministrisë së Financave dhe Ekonomisë për të pasur një pasqyrë të qartë të gjendjes dhe përcaktimin e qëllimeve për objektivat që do të realizohen nga bashkitë në kuadër të strategjisë së re që pritet të hartohet.