

**SHTYLLA I
LEGJISLACIONI SHQIPTAR**

Mbrojtja e Konsumatorit në Shqipëri

Nga Av. Alma Sinanaj

Inspektore, Autoriteti Shqiptar i Konkurrencës, Drejtoria e Mbikëqyrjes dhe Hetimit të Tregut

I. ABSTRAKTI

Mbrojtja e konsumatorit në Shqipëri është një koncept relativisht i ri. Shoqata e parë për mbrojtjen e konsumatorit u themelua që në 15 Mars 1990, në ditën ndërkombëtare të mbrojtjes së konsumatorit, në një periudhë që përkonte me fillimin e ndryshimeve të sistemit politik në Shqipëri, por përpara se të institucionalizoheshin politikat e mbrojtjes së konsumatorit. Me nënshkrimin e Marrëveshjes së Stabilizim Asociimit në vitin 2006, vendi ynë, ndër të tjera, është angazhuar në harmonizimin e legjisllacionit me *acquis communautaire* si dhe në bashkëpunimin për harmonizimin e standardeve të mbrojtjes së konsumatorit me ato Europiane. Ky artikull ka si synim paraqitjen e, zhvillimit dhe perspektivave të politikave të mbrojtjes së konsumatorit në Republikën e Shqipërisë. Më konkretisht artikulli shtjellon zhvillimin historik të konceptit të mbrojtjes së konsumatorit pas viteve 1990; shfaqjen dhe zyrtarizimin e shoqatave të mbrojtjes së konsumatorit; kodifikimin e rregullave në legjisllacionin primar dhe sekondar në fushën e mbrojtjes së konsumatorit në RSH; ndërveprimin midis institucioneve të tjera, si p.sh autoriteti i konkurrencës dhe shoqatave që kanë në qendër të tyre mbrojtjen e konsumatorit.

FJALËT KYÇE: Politikat e konsumatorit, Shoqatat e konsumatorit, Acquis Communautaire, standarde.

SHKURTIMET

AKU	Autoriteti Kombëtar i Ushqimit
BE	Bashkimi European
DPM	Drejtoria e Përgjithshme e Meteorologjisë dhe e Kalibrimit
DPS	Drejtoria e Përgjithshme e Standardizimit
ISHMT	Inspektorati Shtetëror për Mbikëqyrjen e Tregut
KMK	Komisioni i Mbrojtjes së Konsumatorëve
LMK	Ligji nr. 9902, më 17.4.2008 “Për mbrojtjen e konsumatorit” i ndryshuar”
MSH	Ministria e Shëndetësisë
MTI	Ministrit të Ministrisë së Transportit dhe Infrastrukturës
MZHETS	Ministria e Zhvillimit Ekonomik, Turizmit, Tregëtisë dhe Sipërmarrjes
ONMK	Organizata Ndërkombëtare e Mbrojtjes së Konsumatorit
SMK	Spektori i Mbrojtjes së Konsumatorit
SHKSH	Shoqata e Konsumatorit Shqiptar
ZAM	Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve
ZMK	Zyra për Mbrojtjen e Konsumatorëve

II. ETAPAT KRYESORE TË ZHVILLIMIT TË SË DREJTËS SË KONSUMATORIT NË BOTË

“Nëse nga njëra anë bollëku i produkteve e pakëson nevojën e veprimtarisë rregullatore, nga ana tjetër po ky bollëk e nxit atë. Përpara shpikjes së automjeteve nuk shtrohej problemi i sigurisë së automjeteve dhe as nevoja për të vendosur kufirin e shpejtësisë në autostrada, kontrolle të trafikut urban apo rregullat për drejtimin e automjetit në gjendje të dehur”. Në mënyrë të ngjashme “komunikimet moderne kanë nxitur krijimin e një sistemi të ri rregullash. Së fundmi, ka lindur nevoja gjithmonë e më urgjente për të mbrojtur konsumatorin nga mesazhet mashtruese ose dukshëm të pandershme”¹.

Origjinën antike të konsumatorit e gjejmë që në mesjetë, tek kritikën që Tomas Akin-i, Martin Luter-i dhe Xhon Kalvin-i, i kanë bërë praktikave jo të ndershme të tregtisë së asaj epoke, duke u bërë kështu mbrojtësit e parë të konsumatorit, një fenomen kaq në modë i ditëve të sotme. Mbrojtja e konsumatorit në kuptimin modern është fenomen i këtij shekulli dhe qëllimi i pohimit dhe konfirmimit të tij është përforcimi i të drejtave dhe pushtetit të konsumatorit kundrejt botës së biznesit. Nga këndvështrimi institucional tre janë mënyrat e mbrojtjes së konsumatorit: iniciativat/politikat e qeverisë, kuadri ligjor respektiv si dhe vetë aktorët e tregut nëpërmjet konkurrencës së ndershme dhe mekanizmave të vetërregullimit².

Ngjarja e parë e cila shënon fillimin e politikave në favor të konsumatorit është normativa “*Antitrust*” (Akti Sherman) e vitit 1890, e cila nuk ishte menduar dhe krijuar me qëllim mbrojtjen e konsumatorit, por për të mbrojtur tregtinë e vogël dhe prodhimin artizanal nga superfuqia e monopolistëve dhe nga përqendrimi i industrive të mëdha. Sherman Akt-i, në fakt, përjashtonte të gjitha veprimet të cilat kishin tendencën të krijonin një përfitim nga një situatë monopoli. Në pjesën e parë Sherman Akt-i ndalonte të gjitha praktikat të cilat kufizonin kushtet e konkurrencës (si p.sh. kontrollim mbi çmimet) ndërsa në pjesën e dytë u ndalonte ndërmarrjeve, të cilat kishin monopol mbi një sektor të tregut, ta shtrinin këtë monopol edhe në sektorë të tjerë³. Realizimi i këtyre politikave i jepte konsumatorit mundësinë e zgjedhjes së një game më të gjerë produktesh si dhe mundësonte krijimin e një konkurrence të drejtë për artizanët dhe tregtarët e vegjël. Këto politika sjellin domosdoshmërisht diversifikimin e politikave të çmimeve nga e cila përfitojnë drejtpërsëdrejti konsumatorët.

Më 15 mars 1962 presidenti amerikan John F. Kennedy, ka thënë “*konsumatorët si përkufizim na përfshijnë të gjithë ne. Janë grupi më i madh ekonomik, të cilët ndikojnë dhe ndikohen nga pothuajse çdo veprim ekonomik publik dhe privat. Megjithatë, ata janë i vetmi grup i rëndësishëm, zëri i të cilëve nuk dëgjohet aq shpesh... shpall katër të drejtat themelore të konsumatorit: (i) e drejta e sigurisë, (ii) e drejta e informimit, (iii) e drejta e zgjedhjes, (iv) e drejta për tu dëgjuar”⁴.*

¹ John Keneth Galbraith “Shoqëria e mirë”, 1995.

² “Sjellja konsumatore“, Artan Xh. Duka, 1999

³ Mbrojtja e konsumatorëve : historia, instrumenetet dhe teknikat e aktualizimit. Shitja e të mirave të konsumit, Riccardo di Martino, 2007.

⁴ <http://www.cftc.mw/index.php/2013-12-16-09-56-37/press-releases/67-press-statement-world-consumer-rights-day-2014.html>

Në kujtim të kësaj ngjarje, kjo ditë festohet si Dita Botërore e të Drejtave të Konsumatorit, që ka si qëllim kryesor vënien në dukje të të drejtave të konsumatorit në marrëdhëniet ndërmjet konsumatorëve dhe ndërmarrjeve. Me punën e saj pesëdhjetë vjeçare ONMK i ka zgjeruar deri në **tetë** të drejtat themelore të konsumatorit⁵. Edhe Komisioni Europian feston 15 marsin si “*Dita e konsumatorit Europian*” si një mjet për të diskutuar dhe promovuar mundësitë e ofruara për konsumatorët nga anëtarësimi në BE.

Sot mbrojtja e konsumatorit është një fenomen mbarë-botëror. Kjo sepse në çdo vend tashmë publiku reason në një mënyrë ose në tjetrën për të mbrojtur të drejtat e tij si blerës. Për vendet e zhvilluara mbrojtja e konsumatorit është ngjarje e përditshme, ndërsa në vendet në zhvillim shpesh herë injorohet ose shmanget. Vendet në zhvillim duhet të përpiqen që gjatë zhvillimit të tyre të adoptojnë modele të qëndrueshme konsumi të cilat mbrojnë konsumatorin, duke u kujdesur të respektojnë parimin e përgjegjësisë së përbashkët (prodhues; tregtues etj) por specifike, sipas aktivitetit të kryer. Në këtë kontekst gjatë miratimit të politikave dhe legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorit për vendet në zhvillim, duhet të merren në konsideratë situatat dhe nevojat e veçanta të këtyre vendeve. Gjithashtu, në zhvillimin e politikave për mbrojtjen e konsumatorit duhet marrë në konsideratë roli pozitiv i universiteteve dhe instituteve të studimit, publikë dhe privatë⁶.

“*Qendra Franko-Gjermane për Mbrojtjen e Konsumatorit*” ka qenë projekti Europian për krijimin e Qendrës Europiane të Konsumatorit, e cila është themeluar në vitin 2003⁷. Mbrojtja, interesat dhe siguria e konsumatorit janë nga objektivat kryesorë të BE-së për të bërë të mundur përmirësimin e jetës së qytetarëve europian. Pas më shumë se 20 vitesh nga themelimi i kësaj Qendre, mund të thuhet se konsumatorët europian duhet të jenë në gjendje të përdorin me efikasitet të drejtat e tyre në mënyrë të tillë që tregjet të jenë në funksion të konsumatorëve dhe jo konsumatorët në funksion të tregjeve. Më saktësisht, tregjet duhet t’i lejojnë konsumatorëve të bëjnë tregti të mirë⁸. Vlen të përmendet si parim i përgjithshëm se synimi i BE-së në lidhje me mbrojtjen e konsumatorëve është përmirësimi i mëtejshëm i zbatimit të legjislacionit, dhe përforsimi i bashkëpunimit me autoritetet kombëtare por edhe me subjektet e interesuara⁹.

III. ETAPAT E ZHVILLIMIT TË SË DREJTËS SË KONSUMATORIT NË SHQIPËRI

Në Shqipërinë e para viteve ’90, nuk shtrohej pyetja dhe nuk njihet koncepti i të drejtave të konsumatorit si një e drejtë themelore e individit. Me ndryshimet e sistemit në ’90-tën, tregu i brendshëm u liberalizua për konsumin dhe tregtinë e lirë të produkteve dhe shërbimeve. Në këto kushte, lindën edhe marrëdhëniet ndërmjet tregtarit dhe konsumatorit (si pjesa e dobët e kësaj marrëdhënie). Ashtu siç është përmendur më sipër, më 15 mars 1990 u themelua shoqata e parë e mbrojtjes së konsumatorit e cila ka

⁵ (i) e drejta për të përmbushur nevojat themelore, (ii) e drejta e sigurisë dhe e shëndetit dhe e jetës, (iii) e drejta e informimit, (iv) e drejta e zgjedhjes, (v) e drejta për tu dëgjuar, (vi) e drejta e dëmshpërblimit, (vii) e drejta e edukimit, (viii) e drejta për të jetuar në një mabient të shëndetshëm.

⁶ United Nations Guidelines for Consumer Protection (as expanded in 1999), 2003.

⁷ 1993-2013 Europe for consumers – is it about you? 20th anniversary of the European Consumer Centres/ Strasburg, 2013

⁸ 1993-2013 Europe for consumers – is it about you? 20th anniversary of the European Consumer Centres/ Strasburg, 2013

⁹ 1993-2013 Europe for consumers – is it about you? 20th anniversary of the European Consumer Centres/ Strasburg, 2013.

zhvilluar për shumë vite funksione edukative dhe informuese mbi të drejtat e konsumatorit si dhe ka ushtruar veprimtari për mbrojtjen e konsumatorit shqiptar. Ndërsa në vitin 1991 Shqipëria aderoi në ONMK.

Ndër vite janë themeluar shoqata të reja për mbrojtjen e konsumatorit (si p.sh SHKSH, ZMK Konsumatori në fokus). Veprimtaria e tyre është zhvilluar përkrah procesit të tranzicionit ekonomik të vendit. Këto shoqata të cilat janë përhapur në të gjithë territorin e vendit, kanë zhvilluar një rol kyç në informimin dhe mbrojtjen e të gjithave kategorive të konsumatorit (urban dhe rural)¹⁰. Veprimtaria e këtyre shoqatave ka qenë gjithashtu e rëndësishme sepse për shumë vjet ato kanë funksionuar si i vetmi organizim për mbrojtjen e interesave të konsumatorëve dhe edukimin e tyre deri në krijimin me ligj të organit shtetëror kompetent për mbrojtjen e konsumatorit, në vitin 2009.

Shoqatat e mbrojtjes së konsumatorit, bashkëpunojnë me KMK-në për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve të konsumatorëve me ndërmjetësim ose me përfaqësim në procese gjyqësore. Gjatë këtyre procedurave shoqatat asistojnë konsumatorët me informacione dhe këshillime ligjore si dhe i përfaqësojnë ata në negociatat për zgjidhjen e mosmarrëveshjeve. Sipas revistës së shoqatës për mbrojtjen e konsumatorit, SHKSH, “Zëri i konsumatorit”, numri mesatar i ankesave të depozituara në gjykatë nga shoqatat e mbrojtjes së konsumatorëve i kalon pesëmbëdhjetëmijë çdo vit. Shoqatat kanë kryer gjithashtu aktivitete promovuese të të drejtave të konsumatorit nëpërmjet programeve shkollore, fushatave publicitare, broshurave, eventeve dhe publikimeve¹¹, sondazheve, blogjeve etj.

Duhet pranuar se janë bërë hapa përpara në modernizimin e e kuadrit ligjor shqiptar për mbrojtjen e konsumatorit të orientuar drejt harmonizimit me *l’acquis communautaire*. E megjithatë konsumatori shqiptar ndihet ende i pambrojtur në shumë aspekte, për shembull përsa i përket zbatimit të legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit jemi ende në hapat e para. Është e dukshme se kuadri ligjor ka nevojë për politika qeveritare dhe institucionale të mirë-organizuar me qëllim zbatimin e tyre dhe përkthimin në praktika të mirëfillta tregtare të cilat kanë një impakt real në mbrojtjen e të drejtave të konsumatorit. Duke pasur parasysh se konsumatorët luajnë një rol të rëndësishëm në funksionimin e ekonomisë, del në pah edhe rëndësia e madhe e zbatimit real të mbrojtjes së të drejtave të konsumatorit. Aktualisht është krijuar një sistem institucional qeveritar për mbrojtjen e konsumatorit, i parashikuar me ligj. Sistemi institucional i mbrojtjes së konsumatorit është i organizuar në tre njësi kryesore (i) Sektori i Mbrojtjes së Konsumatorit në Drejtorinë e Tregut të Brendshëm të MZHETS-së; (ii) Komisioni për mbrojtjen e konsumatorit dhe (iii) Inspektoriati Shtetëror për Mbikëqyrjen e Tregut.

Për një vend si Shqipëria, i cili karakterizohet nga një ekonomi tregu me dimensione të vogla, aktualizimi i politikave të mbrojtjes së konsumatorit nuk është i ngjashëm me vendet më ose shumë më tepër të zhvilluar. “Çdo qeveri duhet të përcaktojë parimet bazë për mbrojtjen e konsumatorit në përputhje me kushtet ekonomike, sociale dhe ambientale të vendit dhe me kërkesat e popullatës”¹², pra

¹⁰ Kategoritë e konsumatorëve dallohen nga demografia, adminsitrimin e burimeve familjare, koha e limituar, shih Consumer policy Toolkit OECD 2013.

¹¹“ Zëri i konsumatorit”, revistë e shoqatës për mbrojtjen e konsumatorit (SHKSH) e publikuar në 1991-2007.

¹² United Nations Guidelines for Consumer Protection (as expanded in 1999), 2003.

edhe qeveria shqiptare duhet të përshtatet me kushtet reale të tregut dhe të ekonomisë për të aktualizuar një politikë të mbrojtjes më afër konsumatorit dhe nevojave të tij. Ndërsa legjislatori shqiptar ka qenë i kujdesshëm në parashikimet e të drejtave të konsumatorit, praktika e zbatimit të këtyre të drejtave ka qenë gjithsesi e dobët.

Gjithashtu duhet vlerësuar se është propozuar një sistem i ri për zgjidhjet e mosmarrëveshjeve në avantazh të konsumatorëve, në kuadrin e skemave të zgjidhjes alternative të mosmarrëveshjeve (ZAM)¹³. Ky propozim i ri legjislativ synon t'u sigurojë konsumatorëve një zgjidhje alternative përveç rrugës gjyqësore (e cila ka kosto më të larta dhe ndonjëherë merr tepër kohë). Mosmarrëveshjet ndërmjet tregtarëve dhe konsumatorëve në shumë raste lindin edhe për vlera të vogla dhe në të tilla raste ato neglizhohen nga konsumatorët duke pasur parasysh që ndjekja në gjykata apo institucione të tjera mund të harxhojë kohë.

Funksionimi i sistemit të ndërmjetësimit do të ndihmojë në zgjidhjen e këtyre rasteve dhe do të ndikojë në zbatimin më të mirë të ligjit duke plotësuar sistemin institucional të nevojshëm në mbrojtje të konsumatorëve. ZAM ka për qëllim të sigurojë që skemat ZAM të jenë në dispozicion në të gjithë sektorët, për të gjitha mosmarrëveshjet ndërmjet konsumatorëve dhe tregtarëve. *“Këto skema ZAM duhet të respektojnë disa parime, në linjë me parashikimet në legjislacionin europian, të tilla si: cilësia, transparenca, paanësia dhe efektiviteti. Konsumatorët duhet të informohen për ekzistencën e një skeme ZAM gjatë transaksioneve të blerjes”* dhe kjo përgjegjësi bie mbi shitësin ose ofruesit e shërbimit.¹⁴

IV. ANALIZA E KUADRIT LIGJOR SHQIPTAR

Zbatimi efektiv i rregullave për mbrojtjen e konsumatorit arrihet kryesisht nëpërmjet bashkëpunimit ndërmjet autoriteteve dhe organeve përgjegjëse për zbatimin e legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorit; informimit dhe edukimit mbi të drejtat e konsumatorit, dhe zgjidhjen e mosmarrëveshjeve¹⁵. Meqenëse prioriteti kombëtar kryesor i Shqipërisë është aderimi në BE, vendi ynë është angazhuar në një program ambicioz reformash, për të përshtatur legjislacionin dhe institucionet e tij me ato të BE-së, dhe për të përmbushur në këtë mënyrë, kriteret e anëtarësimit të cilat kërkojnë përshtatjen me standardet Europiane (*acquis communautaire*). Mbrojtja e konsumatorit është një element kryesor i ‘*acquis communautaire*’ dhe një kusht për aderimin në BE. Nënshkrimi i marrëveshjes së Stabilizim Asociimit mes Shqipërisë dhe BE-së në vitin 2006 ka pasur si rezultat një përforcim të përpjekjeve për të futur politikën e mbrojtjes së konsumatorit në Shqipëri. Një vit më vonë, qeveria miratoi dokumentin e parë mbi mbrojtjen e konsumatorit: “Strategjinë Ndërsektoriale për mbrojtjen e konsumatorit dhe mbikëqyrjen e tregut, për Periudhën 2007-2013”¹⁶. U hodhën kështu bazat për krijimin e politikave të mbrojtjes së konsumatorit dhe u parashikuan një numër masash që kishin për qëllim miratimin në Shqipëri të legjislacionit të BE-së si dhe përshtatjen e institucioneve kompetente për zbatimin e ligjit¹⁷. Dokumenti i dytë strategjik i miratuar nga Shqipëria në këtë fushë është “Strategjia Ndërsektoriale për

¹³ Vlerësimi i ndikimit rregullator, Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve ADR me konsumatorët, GIZ, Dhjetor 2015.

¹⁴ Strategjia Ndërsektoriale 2020, fq 36.

¹⁵ www.europa.eu Speech Relying on the Single Market for the future of Europe, Brussels, 28 february 2013.

¹⁶ https://shqetiweb.org/wp-content/uploads/2014/05/strategjia_per_mbrojtjen_e_konsumatorit.pdf

¹⁷ <http://kmk.ekonomia.gov.al>, faqja e Komisionit për mbrojtjen e konsumatorit.

mbrojtjen e konsumatorëve dhe mbikëqyrjen e tregut 2020”¹⁸, miratuar në Këshillin e Ministrave në Shtator 2015¹⁹. “Strategjia synon hartimin dhe zbatimin e politikave për krijimin e një mjedisi të përgjithshëm ligjor dhe institucional që i garanton konsumatorëve mbrojtjen e shëndetit, të sigurisë dhe interesave ekonomike, përmirësimin e edukimit, informimit dhe ndërgjegjësimit, mbështetjen për një 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 ta”²⁰.

Përveç strategjive ndërsektoriale të përmendura më sipër, të cilat përbëjnë politikat qeveritare të mbrojtjes së konsumatorit, ekziston kuadri ligjor i mbrojtjes së konsumatorit i cili përcakton të drejtat e konsumatorit dhe detyrimet e aktorëve të tregut në këtë fushë.

Së pari, janë dy grupe dispozitash të Kodit Civil të RSH-së²¹ të cilët rregullojnë nga njëra anë përgjegjësinë e prodhuesit (nenet 628 – 634) dhe nga ana tjetër reklamata mashtruese (nenet 635-637). Këto dispozita përcaktojnë në mënyrë të përgjithshme përgjegjësinë civile të prodhuesit për defektet e produkteve që nxjerr në treg si dhe përgjegjësinë civile të personit, në ushtrimin e veprimtarisë së tij/të saj tregtare që kryen një njoftim mashtrues në lidhje me natyrën, origjinën, madhësinë, çmimin etj., të produkteve që ai/ajo ofron.

Së dyti, ekziston legjislati i posaçëm për mbrojtjen e konsumatorit dhe përkatësisht Ligji nr. 9902, datë 17.4.2008 “Për mbrojtjen e konsumatorit” i ndryshuar²². Ky ligj përfshin të gjitha llojet e marrëdhënieve ndërmjet tregtarëve dhe konsumatorëve, që kanë të bëjnë me mallrat e konsumatorëve apo me shërbimet. Si parim, dispozitat e Ligjit 9902 nuk zbatohen, kur ekzistojnë dispozita të tjera ligjore për fusha përkatëse, të cilat japin trajtime më të favorshme për mbrojtjen e të drejtave të konsumatorëve. Ligji 9902 përcakton në mënyrë të detajuar të drejtat themelore të konsumatorit që janë:

- i. e drejta e mbrojtjes së shëndetit, të ambientit dhe sigurisë së jetës;
- ii. e drejta e mbrojtjes së interesave ekonomike;
- iii. e drejta e ankimimit;
- iv. e drejta e dëmshpërblimit;
- v. e drejta e edukimit;
- vi. e drejta e informimit;
- vii. e drejta e përdorimit të shërbimeve publike;
- viii. e drejta e mbrojtjes juridike;
- ix. e drejta e organizimit në shoqata ose bashkime për mbrojtjen e interesave të konsumatorëve; dhe
- x. e drejta e përfaqësimit në organet vendimmarrëse.

¹⁸ <http://kmk.ekonomia.gov.al/ep-content/uploads/2015/11/Strategjia-e-Mbrojtjes-se-Konsumatoreve-dhe-Mbik%C3%ABqyrjes-se-Tregut.pdf>

¹⁹ Vendim i Këshillit të Ministrave Nr. 753, datë 16.09.2015 “Për miratimin e strategjisë ndërsektoriale për mbrojtjen e konsumatorit dhe mbikëqyrjen e tregut 2020”

²⁰ Strategjia Ndërsektoriale 2020, fq 33.

²¹ Miratuar me ligj nr.7850, 29.7.1994 ndryshuar me ligjet nr.8536/1999, ligj nr.8781/2001 dhe ligj nr.17/2012.

²² I ndryshuar me ligjin nr. 10444, il 14.07.2011 “Mbi disa ndryshime në ligjin nr. 9902, il 17.4.2008”; dhe me ligjin nr. 10444, il 14.07.2011 “Mbi disa ndryshime në ligjin nr. 9902, il 17.4.2008” dhe me Ligj Nr. 15/2013 “Për disa ndryshime në ligjin nr. 9902, il 17.4.2008” Për mbrojtjen e konsumatorëve”, i ndryshuar.

Krahas ligjit të posaçëm për mbrojtjen e konsumatorit ekziston edhe Ligji nr. 10480, datë 17.11.2011 “Mbi sigurinë e përgjithshme të produkteve jo ushqimore²³”, i harmonizuar me direktivën 2001/95/CE lidhur me sigurinë e përgjithshme të produkteve. Ligji 10480 krijon bazën ligjore për mbikëqyrjen e tregut. Të dy ligjet e sipërpërmendura, janë normat parësore për politikën e mbrojtjes së konsumatorit. Për më tepër, në zbatim të tyre janë miratuar disa akte nënligjore për fushën e sigurisë së përgjithshme të produkteve²⁴.

Një fushë shumë e rëndësishme për konsumatorin është edhe fusha e prodhimit të produkteve ushqimore. Siguria ushqimore rregullohet me legjislacion të veçantë dhe mbikëqyrjet nga organe të posaçme. Ligji nr. 9863, datë 28.1.2008 “Për Ushqimin”, dhe i harmonizuar me *acquis communautaire* është ligji kuadër në fushën e sigurisë ushqimore. Ky ligj ka për qëllim të pakësojë, eliminojë ose parandalojë rreziqet për shëndetin e konsumatorit përmes tre masave themelore: vlerësimit të riskut; menaxhimit të riskut dhe komunikimit të riskut në fushën e ushqimeve dhe ushqimeve për kafshët, mbrojtjes së bimëve inputeve bujqësore, etj. Institucioni përgjegjës për mbikëqyrjen e sigurisë ushqimore në Shqipëri është AKU-ja²⁵.

Akte të tjera ligjore dhe nën ligjore, të sektorëve të ndryshëm përmbajnë dispozita që synojnë të mbrojnë konsumatorët nga sjellja arbitrare e tregtarëve. Disa prej tyre janë si më poshtë:

- i. Ligji nr. 68, datë 21.06.2012 “Për informacionin e konsumit të energjisë dhe burimeve të tjera të produkteve me ndikim në energji”;
- ii. Ligji nr. 9918, datë 19.5.2008 “Për komunikimet elektronike në RSH”, i ndryshuar;
- iii. Ligji nr. 97/2013 “Për mediat audiovizive në RSH”
- iv. Urdhri i Ministrit të Ministrisë së Transportit dhe Infrastrukturës (MTI) i vitit 2011, që miraton Rregulloren “Për përgjegjësinë e transportuesit ajror në lidhje me transportin ajror të pasagjerëve dhe bagazheve të tyre”.

Siç u tha edhe më sipër, konsumatori shqiptar gëzon të drejtën për të përdorur produkte të sigurt të cilët nuk dëmtojnë shëndetin, jetën dhe ambientin. Në këtë kontekst prodhuesit janë të detyruar të ofrojnë në treg vetëm prodhime të sigurt. Përveç parashikimeve të ligjeve mbi sigurinë e përgjithshme të produkteve jo ushqimore, Strategjia Ndërsektoriale 2013 ka parashikuar lidhjen me Sistemin e Shkëmbimit të Shpejtë të Informacionit për produktet e dëmshme (RAPEX) dhe krijimin e strukturave në nivel qeveritar ose jo qeveritar.

²³ Ky ligj ofron bazën ligjore për mbikëqyrjen e tregut dhe për VKM të cilat transferojnë legjislacionin sektorial të produkteve nga Ministria e Ekonomisë në ministrinë e linjës.

²⁴ VKM nr. 263, datë 3.4.2013 “Për përcaktimin e çakmakëve rezistentë ndaj fëmijëve dhe çakmakëve me modele imituese, tërheqës ndaj fëmijëve”, transponon plotësisht Vendimin e Komisionit Evropian 2006/502/EC të datës 11 Maj 2006.

VKM nr. 440, datë 22.5.2013 “Për produktet që përmbajnë dimetilfumarat”, transponon plotësisht Vendimin e KE nr. 2009/251/EC.

VKM Nr. 441, datë 22.5.2013 “Për Imitimet e rrezikshme”, transponon plotësisht Direktivën 87/357/EEC.

²⁵ <http://aku.gov.al/>

V. KUADRI INSTITUCIONAL DHE ZBATIMI I SË DREJTËS SË KONSUMATORIT NË SHQIPËRI

Struktura institucionale për mbrojtjen e konsumatorit shqiptarë është e përbërë nga tre njësi të cilat kanë një mision të përbashkët por funksionojnë në mënyrë të decentralizuar. Ato koordinojnë veprimtarinë e tyre në zbatim të ligjit për MK. Institucionet përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorit në RSH janë:

- i. Struktura përgjegjëse për mbrojtjen e konsumatorit në MZHETS është Sektori i Mbrojtjes së Konsumatorit në Drejtorinë e Tregut të Brendshëm. Ky sektor është përgjegjës për formulimin e politikave dhe legjislacionit mbi çështjet e mbrojtjes së konsumatorit, si dhe për të përcaktuar instrumentet rregullatore që garantojnë zbatimin e politikave dhe legjislacionit;
- ii. Komisioni për mbrojtjen e konsumatorit, i cili ka filluar të funksionojë në maj të vitit 2009. Ky institucion është i përbërë nga 5 anëtarë dhe zhvillon rolin e monitoruesit të zbatimit të politikave të mbrojtjes së konsumatorit si dhe është struktura kryesore zbatuese e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit. Komisioni është organ vendimmarrës me kompetenca në marrjen e masave administrative në rast të shkeljes së legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit;
- iii. Inspektorati Shtetëror për Mbikëqyrjen e Tregut²⁶ i cili ka për mision garantimin e sigurisë së produkteve për konsumatorët, të vendosura në treg, nëpërmjet aktiviteteve mbikëqyrëse sipas legjislacionit përkatës në fuqi. ISHMT-ja është, gjithashtu, përgjegjëse për të monitoruar respektimin e të drejtave të pronësisë intelektuale.

Gjatë periudhës së saj të funksionimit KMK-ja ka shqyrtuar shkeljet e dispozitave të kuadrit ligjor për mbrojtjen e konsumatorëve, në lidhje me çështje të tilla si: praktikat e padrejta tregtare; publicitet çorientues, kushte të padrejta në kontratat standarde të konsumatorëve; mënyrën e faturimit të telefonisë fikse dhe të dorëzimit të faturave tek konsumatorët; mospërfshirjen e TVSH-së në çmimet e ofrimit të shërbimeve; kushte të padrejta në kontratat e kredive bankare; ankesat e konsumatorëve kundrejt operatorëve për shërbimet e furnizimit me energji elektrike, ujë dhe telekomunikacionit; mospërputhjen e shërbimit të ofruar me kushtet e kontratave të universiteteve private²⁷, etj. KMK-ja ushtron edhe funksionin e edukimit dhe ndërgjegjësimit të konsumatorit në lidhje me tema të tilla si: (i) të drejtat [e konsumatorit](#); (ii) [kontratat e shitjes së mallrave konsumatore dhe garancive shoqëruese](#); (iii) [praktikat e padrejta tregtare](#); (iv) [kushtet e padrejta në kontrata](#); (v) [paketat e udhëtimit](#); (vi) [kreditë konsumatore](#).

ISHMT-ja është struktura përgjegjëse për mbikëqyrjen e tregut të produkteve të destinuara për konsumatorët, sipas legjislacionit për sigurinë e përgjithshme të produkteve joushqimore dhe legjislacionit për tregtimin e mbikëqyrjen e tregut të produkteve joushqimore, për të gjitha produktet, shërbimet apo grup-produktet joushqimore, si dhe për inspektimin e veprimtarive turistike, sipas

²⁶ Krijuar me VKM Nr. 36, datë 20.1.2016 “Për krijimin, organizimin dhe funksionimin e inspektoratit shtetëror të mbikëqyrjes së tregut”

²⁷ Strategjia ndërsektoriale 2020.

legjislacionit për turizmin²⁸. ISHMT-ja është, gjithashtu, përgjegjëse për inspektimin e zbatimit të kërkesave të detyrueshme ligjore në fushën e: i) mbrojtjes së konsumatorëve, sipas përcaktimit të LMK-së; ii) mbrojtjes së pronësisë industriale, sipas përcaktimit të legjislacionit për pronësinë industriale; iii) garantimit të mbrojtjes dhe të respektimit të të drejtave të autorit dhe të drejtave të tjera të lidhura me to, sipas përcaktimit të legjislacionit për të drejtat e autorit dhe të drejtat e tjera të lidhura me to; iv) inspektimit meteorologjik, sipas legjislacionit për metrologjinë; v) etiketimit për konsumin e energjisë dhe burimeve të tjera të produkteve me ndikim në energji, sipas përcaktimit të legjislacionit për informacionin e konsumit të energjisë dhe burimeve të tjera të produkteve me ndikim në energji; v) kontrollin e detergjenteve të vendosura në treg sipas dispozitave të ligjit për detergjentet; vi) inspektimin e veprimtarive turistike, sipas dispozitave të ligjit për turizmin.

Siç është përmendur më sipër, është propozuar një sistem i ri për zgjidhjet e mosmarrëveshjeve në avantazh për konsumatorët, në fushën e ZAM-ve²⁹. Ky propozim i ri legjislativ synon t'i sigurojë konsumatorëve një zgjidhje alternative përveç rrugës gjyqësore, veçanërisht i dobishëm për mosmarrëveshjet në lidhje me shumën të vogël parash. Propozimi i krijimit të skemave ZAM ka si qëllim të shtrihet gradualisht në të gjithë sektorët dhe për të gjitha mosmarrëveshjet ndërmjet tregtarëve dhe konsumatorëve. Megjithatë ky projekt është ende në proces dhe aktet ligjore dhe nën-ligjore për realizimin e tij nuk janë akoma të plotë. Aktualisht ankesat e konsumatorëve merren dhe trajtohen nga KMK-ja. Nëpërmjet faqes zyrtare të KMK-së ofrohet edhe sistemi i ankesave online të konsumatorëve³⁰ duke shkurtuar kështu afatet administrative për këta të fundit.

Edhe rezultatet e sondazhit “Zëri i konsumatorëve”, të financuar nga USAID-i në kuadër të programit “Monitorimi, mbikëqyrja e tregut dhe mbrojtja e konsumatorit” sugjerojnë se³¹: (i) prezenca e shtetit në mbrojtjen e konsumatorit ka qenë “e ulët” për 35 % të të intervistuarve; “e mesme” për 32% dhe “e munguar” për 18%; (ii) puna e bërë nga nëpunësit e njësisë për mbrojtjen e konsumatorit ka qenë “e ulët” për 31 % të të intervistuarve; “e mesme” për 25% dhe e munguar për 24%; (iii) ekzistenca e korrupsionit në sistemin e mbikëqyrjes së tregut ka qenë “e lartë” për 42 % të të intervistuarve; “e mesme” për 32% dhe “e ulët” për 14% .

Nga raporti i monitorimit të Strategjisë ndërsektoriale 2013³² ka rezultuar se i vetmi progres, për mbrojtjen e konsumatorit dhe mbikëqyrjen e tregut është arritur në fushën ligjore, me miratimin e kuadrit ligjor. Përsa i përket zbatimit të ligjit në mënyrë të përmbledhur situata rezulton si vijon:

- i. aktiviteti i mbikëqyrjes së tregut ka qenë minimal pasi është zhvilluar nga inspektorët e ministrive dhe sektorëve specifikë (me krijimin e Inpektoriatit të lartë Shtetëror pritet që ky aspekt pritet të përmirësohet ndjeshëm);

²⁸ Vendim i KM, Nr.36, Date: 20.01.2016.

²⁹ Vlerësimi I ndikimit rregullator, Zgjidhja Alternative e Mosmarrëveshjeve ADR me konsumatorët, GIZ Dhjetor 2015.

³⁰ <http://kmk.ekonomia.gov.al/index.php/ankesa/>

³¹ <http://www.slideserve.com/rhea/sondazh-zeri-i-konsumatoreve-ne-diten-nderkombetare-te-konsumatoreve>

³² Dokumenti është vendosur në dispozicion nga Zyra për mbrojtjen e konsumatorit.

- ii. vendimet e Komisionit për mbrojtjen e konsumatorit kanë qenë të pakta;
- iii. edukimi mbi të drejtat e konsumatorit është futur në sistemin shkollor të mesëm dhe universitar dhe janë zhvilluar një sërë seminaresh dhe tryeza pune mbi këtë temë.

VI. KONKLUZIONE DHE REKOMANDIME

Mbrojtja e të drejtave të konsumatorit në Shqipëri, realizohet nga politikat qeveritare, kuadri ligjor, dhe zbatimi i tyre nga ana strukturave shtetërore për mbrojtjen e konsumatorit, aktorët e tregut apo shoqatat për mbrojtjen e konsumatorit. Deri më sot janë bërë hapa përpara për adoptimin e kuadrit ligjor në harmoni me *l'acquis communautaire*. Megjithatë kuadri ligjor dhe institucional duhet të përforcohet dhe legjislacioni duhet të zbatohet nga institucione të mirë-organizuar duke dhënë ndikim edhe në formimin e praktikave të mira tregtare në këtë aspekt.

Vlen të përmendet se roli i shoqatave të konsumatorëve ka qenë shumë i rëndësishëm dhe aktiv që në fillim të viteve 1990, ndërsa me nënshkrimin e MSA-së mes Shqipërisë dhe BE-së, mbrojtja e konsumatorit ka marrë edhe më shumë rëndësi dhe është krijuar një kuadër ligjor i ri i orientuar drejt përshtatjes me legjislacionin europian në këtë fushë. Gjithashtu janë krijuar edhe strukturat institucionale përkatëse për mbrojtjen e konsumatorit.

Nga tërësia e funksionimit të kuadrit institucional dhe ligjor në fushën e mbrojtjes së konsumatorit vërehet se edhe pse në fushën e përshtatjes dhe harmonizimit të legjislacionit shqiptar me atë të BE-së janë bërë hapa shumë pozitive përpara, sërish ngelet shumë për t'u përmirësuar në kuadrin institucional. Organet dhe institucionet përgjegjëse janë relativisht të reja dhe me eksperience të pakët në fushën e mbrojtjes së konsumatorit. Si rrjedhojë duhet të synohet në konsolidimin e eksperiencës së tyre duke nxitur bashkëpunimin edhe me institucione të tjera të cilat kanë në qendër të fokusit të tyre konsumatorin si p.sh Autoriteti i Konkurrencës. Një bashkëpunim i këtyre institucioneve do të çonte në politika të cilat synojnë mbikëqyrjen e tregut dhe tregtarëve duke mos i lënë ata të abuzojnë me pushtetin e tyre ndaj konsumatorit, duke e mbrojtur këtë të fundit

Nga një vështrim i përgjithshëm krahasues me kuadrin ligjor Europian, në legjislacionin tonë mungojë ende parashikime për: (i) mënyra të veçanta për komunikimin publicitar ndaj konsumatorit; (ii) kodin e sjelljes; (iii) tregtinë elektronike; (iv) ofrimin e shërbimeve publike; (v) iniciativat kolektive të dëmshpërblimit të konsumatorëve (class action).

Me të gjithë tendencën pozitive të legjislacionit të mbrojtjes së konsumatorit ka ende vend për përmirësime përsa i përket parashikimeve të reja në përputhje të plotë me dispozitat e BE-së. Në fakt duhet vlerësuar hartimi i Strategjisë së re 2014-2020 për Mbrojtjen e Konsumatorit dhe Mbikëqyrjes së Tregut, i cili vendos në qendër të tij konsumatorët dhe synon fuqizimin e tyre duke u dhënë një rol aktiv në treg.

Më shumë hapësirë, i duhet dhënë edukimit të qytetarëve mbi të drejtat e tyre si konsumatorë dhe mbi instrumentet që kanë për të ushtruar këto të drejta, me anë të fushatave informuese të përhapura në të gjithë territorin e RSH-së, me mjete tradicionale të informimit (p.sh TV, radio) ose me anë të rrjeteve



sociale, në mënyrë që informacioni të jetë lehtësisht i arritshëm nga publiku. Historitë e suksesit të mbrojtjes së konsumatorit nga Autoritetet e Konkurrencës e të vendeve europiane si Italia dhe Holanda, mund të përshtaten dhe të zbatohen edhe në Shqipëri në të ardhmen. Meqenëse siç u tha më sipër, në Shqipëri organet dhe institucionet përgjegjëse janë relativisht të reja dhe me eksperience të pakët në fushën e mbrojtjes së konsumatorit, duhet nxitur bashkëpunimi dhe me institucione të tjera të cilat kanë në qendër të fokusit të tyre konsumatorin si p.sh Autoriteti i Konkurrencës.