



NGA FERMA NË TRYEZË • FARM TO FORK

Raport mbi perceptimin e konsumatorit për Sigurinë Ushqimore

Përgatitur nga **Msc. Migena Kalthi**, Eksperte
Bazuar në 576 përgjigje
23 korrik – 15 gusht 2026

*Ushqim i sigurt
për një të ardhme
më të shëndetshme*



Projekti “Shoqëria Civile në Veprim për Përpjekje të Koordinuara për Sigurinë Ushqimore dhe Mbrojtjen e Konsumatorit”, zbatuar nga Qendra Konsumatori Shqiptar (QKSH) dhe ANTTARC, me mbështetjen financiare të Bashkimit Evropian.



Siguria ushqimore shtrihet përgjatë të gjithë zinxhirit, nga ferma në tryezë (*Farm to Fork*).

Siguria ushqimore është një komponent thelbësor i mbrojtjes së konsumatorit dhe ndikon drejtpërdrejt në shëndetin, mirëqenien dhe besimin e konsumatorëve në treg. Në Shqipëri, garantimi i aksesit në ushqime të sigurta dhe cilësore kërkon jo vetëm një kuadër rregullator dhe

institucional efektiv, por edhe konsumatorë të informuar dhe të ndërgjegjësuar, të aftë të bëjnë zgjedhje të përshtatshme dhe të identifikojnë rreziqet e mundshme.

Përgatitur nga: Msc. Migena Kalthi, Eksperte

Raporti bazohet në pyetësin e hartuar në kuadër të projektit “*Shoqëria Civile në Veprim për Përpjekje të Koordinuara për Sigurinë Ushqimore dhe Mbrojtjen e Konsumatorit*”, i zbatuar nga Qendra **Konsumatori Shqiptar (QKSH)** dhe **ANTTARC**, me mbështetjen e Bashkimit Evropian në Shqipëri.

Hyrje

Për këtë arsye, kuptimi i mënyrës se si konsumatorët e perceptojnë sigurinë ushqimore është i rëndësishëm për identifikimin e sfidave që ndikojnë në vendimet e tyre të përditshme lidhur me blerjen dhe konsumin.

Metodologjia e ndjekur konkludon në një anketim online mbi perceptimin e konsumatorëve. Qëllimi i pyetësit është mbledhja e informacionit nga qytetarët mbi perceptimet, përvojat dhe sjelljen e konsumatorëve në lidhje me mbrojtjen e konsumatorit, duke përfshirë ndërgjegjësimin e tyre për të drejtat e konsumatorit, aksesin në informacion, si dhe cilësinë dhe sigurinë e produkteve dhe shërbimeve.

Gjetjet e pyetësit, falë analizimit të rreth **576 përgjigjeve**, përbëjnë një bazë të rëndësishme për të kuptuar se si konsumatorët e perceptojnë sigurinë ushqimore dhe se si këto perceptime lidhen me zgjedhjet e tyre të përditshme, si dhe me besimin e tyre në sistemet e ngritura për mbrojtjen e konsumatorit.

Rezultatet kontribuan në përgatitjen e këtij raporti analitik dhe në hartimin e rekomandimeve që synojnë forcimin e mbrojtjes së konsumatorit dhe sigurisë ushqimore në Shqipëri, në përputhje me qasjen “*Nga ferma në tryezë*” (*Farm to Fork*).

Mbrojtja e konsumatorit dhe perceptimi mbi sigurinë ushqimore në Shqipëri

Shqyrtimi i koncepteve, literaturës dhe parimeve

Mbrojtja e konsumatorit lidhet me marrëdhënien ndërmjet konsumatorëve dhe tregtarëve dhe me mekanizmat ligjorë dhe institucionalë që synojnë të garantojnë të drejtat e konsumatorëve gjatë blerjes dhe përdorimit të mallrave dhe shërbimeve. Nga këndvështrimi i konsumatorit, kjo mbrojtje përfshin të drejtën për të marrë informacion të saktë dhe të qartë, aksesin në produkte dhe shërbime të sigurta e cilësore, trajtimin e drejtë,

mundësinë për të bërë zgjedhje të informuara, si dhe aksesin në mekanizma efektivë për paraqitjen e ankesave, zgjidhjen e mosmarrëveshjeve dhe marrjen e dëmshpërblimit.

Efektiviteti i sistemit të mbrojtjes së konsumatorit nuk përcaktohet vetëm nga ekzistenca e legjislacionit dhe institucioneve përgjegjëse, por edhe nga shkalla në të cilën konsumatorët janë të informuar për të drejtat e tyre dhe kanë mundësi t'i ushtrojnë ato në praktikë¹. Një kuadër ligjor i konsoliduar nuk garanton në vetvete mbrojtje efektive nëse konsumatorët nuk kanë informacion të mjaftueshëm mbi të drejtat që gëzojnë, nuk dinë se ku dhe si të paraqesin një ankesë, ose nuk kanë besim në mekanizmat institucionalë të ofruar.

Në këtë kontekst, zhvillimi i tregjeve dhe ndryshimi i modeleve të konsumit kanë krijuar sfida të reja që lidhen me transparencën, aksesin në informacion, sigurinë e produkteve, praktikën tregtare dhe besimin e konsumatorëve. Këto sfida e bëjnë të nevojshme jo vetëm ekzistencën e mekanizmave individualë të mbrojtjes, por edhe mekanizma që mundësojnë mbrojtjen e interesave kolektive të konsumatorëve. Në këtë drejtim, Direktiva (BE) 2020/1828 e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit, datë 25 nëntor 2020, për veprimet përfaqësuese për mbrojtjen e interesave kolektive të konsumatorëve, përfaqëson një zhvillim të rëndësishëm të kuadrit evropian², duke parashikuar mekanizma për veprime përfaqësuese dhe masa korigjuese në rastet e cenimit të interesave kolektive të konsumatorëve.

Në kuadër të këtij studimi, perceptimi dhe përvoja e konsumatorëve përbëjnë elemente të rëndësishme për vlerësimin e funksionimit praktik të sistemit të mbrojtjes së konsumatorit. Në veçanti, niveli i raportimit të rasteve në të cilat konsumatorët kanë hasur produkte që i kanë konsideruar të pasigurta mund të shërbejë si një tregues për identifikimin e problematikave të perceptuara në treg dhe për vlerësimin e nevojës për përmirësimin e informimit, mekanizmave të ankesave, mbikëqyrjes dhe masave të mbrojtjes së konsumatorëve.

Kuadri ligjor dhe institucional për mbrojtjen e konsumatorit në Shqipëri

Mbrojtja e konsumatorit në Shqipëri është zhvilluar paralelisht me transformimet politike dhe ekonomike të vendit pas viteve 1990. Gjatë kësaj periudhe u krijuan gradualisht struktura dhe organizata të dedikuara për informimin, përfaqësimin dhe mbrojtjen e konsumatorëve³, duke hedhur bazat e një sistemi më të strukturuar të mbrojtjes së të drejtave të tyre.

Ky sistem synon të krijojë një marrëdhënie të drejtë ndërmjet konsumatorëve dhe tregtarëve, përmes garantimit të informacionit të saktë, sigurisë së produkteve, transparencës në marrëdhëniet tregtare dhe mundësisë për të kërkuar zgjidhje në rast të cenimit të të drejtave. Efektiviteti i mbrojtjes, megjithatë, lidhet edhe me aftësinë e konsumatorëve për të njohur dhe ushtruar të drejtat e tyre, si dhe me funksionimin praktik të mekanizmave të ankesave dhe mbikëqyrjes.

Një ndikim të rëndësishëm në zhvillimin e këtij kuadri ka pasur procesi i integritetit evropian. Përafrimi gradual i legjislacionit shqiptar me *acquis* të Bashkimit Evropian ka orientuar politikat kombëtare drejt rritjes së standardeve të mbrojtjes së konsumatorit, sigurisë së produkteve, transparencës dhe forcimit të mbikëqyrjes së tregut⁴. Në këtë drejtim, Strategjia Ndërsektoriale për Mbrojtjen e Konsumatorëve dhe Mbikëqyrjen e Tregut 2024–2030 përcakton objektivat dhe masat prioritare për zhvillimin e mëtejshëm të këtij sistemi.

Në nivelin legjislativ, baza e përgjithshme e mbrojtjes së konsumatorit përcaktohet nga Ligji nr. 9902, datë 17.04.2008, *“Për mbrojtjen e konsumatorëve”*, i ndryshuar. Ky ligj përcakton të drejtat e konsumatorëve, detyrimet e tregtarëve dhe rregullat që udhëheqin marrëdhëniet konsumatore. Për sektorin ushqimor, ky kuadër plotësohet nga Ligji nr. 9863, datë 28.01.2008, *“Për ushqimin”*, i ndryshuar, si dhe nga aktet nënligjore që rregullojnë kërkesat për sigurinë, kontrollin dhe informacionin që u ofrohet konsumatorëve për produktet ushqimore⁵.

Në aspektin institucional, Autoriteti Kombëtar i Ushqimit (AKU) ka një rol të rëndësishëm në kontrollin zyrtar të ushqimit⁶ dhe në verifikimin e përmbushjes së kërkesave ligjore përgjatë zinxhirit ushqimor. Krahas tij, funksionojnë edhe struktura të tjera përgjegjëse për mbikëqyrjen e tregut dhe zbatimin e legjislacionit për mbrojtjen e konsumatorit. Bashkëveprimi ndërmjet këtyre institucioneve është i rëndësishëm për identifikimin e shkeljeve, marrjen e masave korrigjuese dhe garantimin e zbatimit efektiv të kuadrit ligjor.

Në këtë kontekst, vlerësimi i përvojave dhe perceptimeve të konsumatorëve mund të ofrojë një dimension shtesë për analizimin e funksionimit praktik të sistemit. Të dhënat e këtij studimi ndihmojnë në evidentimin e mënyrës se si konsumatorët e përjetojnë sigurinë e produkteve ushqimore, nivelin e tyre të informimit dhe besimin në mekanizmat ekzistues të mbrojtjes.

Perceptimi i konsumatorëve si tregues i efektivitetit të mbrojtjes

Ekzistenca e një kuadri ligjor dhe institucional për mbrojtjen e konsumatorit nuk është e mjaftueshme për të vlerësuar efektivitetin e tij në praktikë. Për këtë arsye, perceptimi dhe përvoja e konsumatorëve përbëjnë një dimension të rëndësishëm të analizës, pasi mund të evidentojnë dallimet ndërmjet të drejtave të parashikuara nga kuadri ligjor dhe mënyrës se si këto të drejta kuptohen, aksesohen dhe përjetojnë në praktikë.

Në këtë këndvështrim, rezultatet e pyetësorit analizohen në lidhje me disa dimensionet të ndërvarura: sjelljen e konsumatorëve, perceptimin e sigurisë dhe rrezikut, nivelin e informimit, përvojat në treg, besimin te institucionet dhe njohuritë mbi mekanizmat e ankesave. Analiza e kombinuar e këtyre dimensioneve mundëson një vlerësim më të plotë të faktorëve që ndikojnë në mënyrën se si konsumatorët e perceptojnë sigurinë e produkteve ushqimore dhe mbrojtjen e tyre.

Në këtë kuadër, literatura dhe kuadri ligjor shërbejnë si bazë për interpretimin e rezultateve, ndërsa evidenca empirike e studimit mbështetet në përgjigjet e 576 konsumatorëve⁷ të anketuar. Qëllimi nuk është vetëm të përcaktohet niveli i njohjes së të drejtave

apo ekzistenca e mekanizmave institucionale, por të vlerësohet se si këta mekanizma perceptohen dhe përjetohen nga konsumatorët. Kjo qasje mundëson identifikimin e boshllëqeve të mundshme ndërmjet kuadrit formal të mbrojtjes dhe zbatimit të tij në praktikë.

Kjo perspektivë është veçanërisht e rëndësishme në fushën e sigurisë ushqimore, ku vendimarrja e konsumatorit ndikohet nga informacioni i disponueshëm, perceptimi i rrezikut, cilësia dhe origjina e produktit, si dhe nga besimi në sistemin e kontrollit.

Metodologjia

Metodologjia e këtij raporti bazohet në analizën sasiore të një pyetësoi online, të hartuar për të vlerësuar perceptimet, sjelljen, nivelin e informimit dhe besimin e konsumatorëve lidhur me sigurinë ushqimore në Shqipëri. Qasja metodologjike është përqendruar në pikëpamjet dhe përvojat direkt të konsumatorëve, për të gjeneruar evidenca mbi sfidat, boshllëqet dhe fushat që kërkojnë përmirësim në sistemin e sigurisë ushqimore.

Të dhënat kryesore të anketimit

- **Periudha:** 23 korrik 2026 – 15 gusht 2026
- **Instrumenti:** pyetësor online përmes Google Forms
- **Përgjigje të mbledhura:** 576
- **Struktura:** 7 seksione tematike
- **Shpërndarja:** LinkedIn, Facebook dhe WhatsApp, si dhe përmes një rrjeti të gjerë kontaktesh profesionale dhe personale

Pyetësoi është strukturuar në shtatë seksione tematike, duke mundësuar analizimin e dimensioneve të ndryshme të perceptimit dhe sjelljes së konsumatorëve:

1. **Seksioni i parë** – mbledh të dhëna bazë demografike (qarku, zona e banimit urban/rural, gjinia, mosha dhe niveli arsimor).
2. **Seksioni i dytë** – shqyrton sjelljen e konsumatorëve gjatë blerjes dhe faktorët që ndikojnë në vendimet e tyre.
3. **Seksioni i tretë** – përqendrohet në perceptimet mbi sigurinë, vlerësimin e rrezikut sipas kategorive ushqimore, përvojat me produkte të pasigurta, si dhe kontrollin e etiketave dhe afateve të skadencës.
4. **Seksioni i katërt** – analizon preferencat dhe perceptimet ndërmjet produkteve vendase dhe atyre të importuara.
5. **Seksioni i pestë** – vlerëson shkallën e informimit të konsumatorëve për të bërë zgjedhje të sigurt.

6. **Seksioni i gjashtë** – shqyrton ndërgjegjësimin dhe besimin ndaj institucioneve të kontrollit (si AKU), efikasitetin e kontroleve zyrtare dhe njohuritë mbi mekanizmat e ankesave.

7. **Seksioni i shtatë** – mbledh vlerësimin e përgjithshëm, shqetësimet kryesore dhe rekomandimet e konsumatorëve për përmirësimin e sistemit.

Gjatë periudhës 23.07.2026 – 15.08.2026, pyetësi online gjeneroi 576 përgjigje. Procesi vijoi me kontrollin, pastrimin dhe validimin e bazës së të dhënave, duke konsoliduar kampionin analitik përfundimtar vetëm mbi pyetësit e vlefshëm dhe të plotësuar saktë.

Të dhënat u analizuan përmes statistikës sasiore përshkruese dhe asaj krahasuese (sipas moshës, gjinisë, arsimit dhe vendbanimit), me synim identifikimin e tendencave dhe dallimeve ndërmjet grupeve të ndryshme. Vëmendje e veçantë i është kushtuar korrelacionit ndërmjet nivelit të informimit të konsumatorëve dhe sjelljes së tyre, perceptimit të rrezikut, besimit institucional dhe njohurive mbi depozitimin e ankesave. Përgjigjet ndaj pyetjeve të hapura u analizuan në mënyrë tematike, për të izoluar rekomandimet më të përsëritura.

Kuadri ligjor, institucional, dokumentet e politikave dhe literatura akademike shërbyen si burime dytësore mbështetëse. Ato ofrojnë kontekstin e nevojshëm për të interpretuar gjetjet empirike në raport me kuadrin ekzistues të mbrojtjes së konsumatorit dhe përpjekjet e Shqipërisë për përafrimin me parimet e Bashkimit Evropian, specifikisht me qasjen “Nga ferma në tryezë” (Farm to Fork).

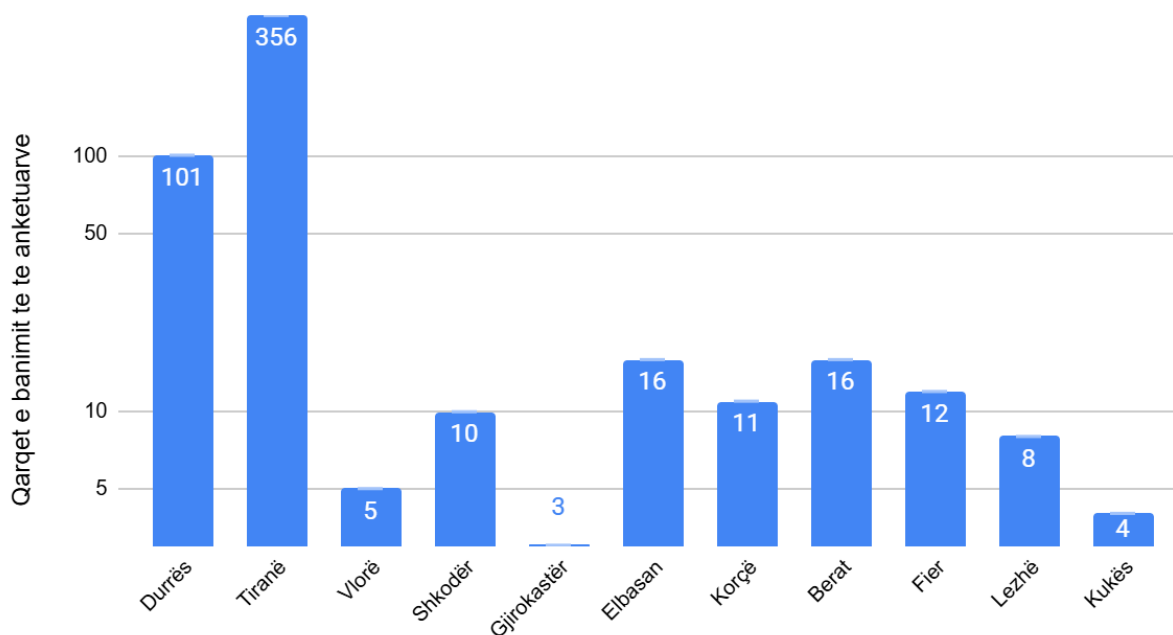
Përmbledhje e gjetjeve dhe analiza e trendeve mbi perceptimin e konsumatorëve

Pyetësi u zhvillua përmes Google Forms dhe ishte i aksesueshëm online nga data 23 korrik 2026 deri më 15 gusht 2026. Në total, 576 konsumatorë morën pjesë dhe përfunduan pyetësin online⁸. Pyetësi u shpërnda nëpërmjet LinkedIn, Facebook dhe WhatsApp, si dhe përmes një rrjeti të gjerë kontaktesh profesionale dhe personale, duke mundësuar përfshirjen e konsumatorëve nga kategori dhe zona të ndryshme.

Pjesa I - Të dhëna të përgjithshme

Nga 576 të anketuarit, **63.7%** ishin rezidentë në Tiranë dhe **20.7%** nga Durrësi, dy nga qytetet kryesore të Shqipërisë, ndërsa pjesa tjetër ishte e shpërndarë në qytete dhe zona të tjera të vendit.

Qarqet e banimit te anketuarve

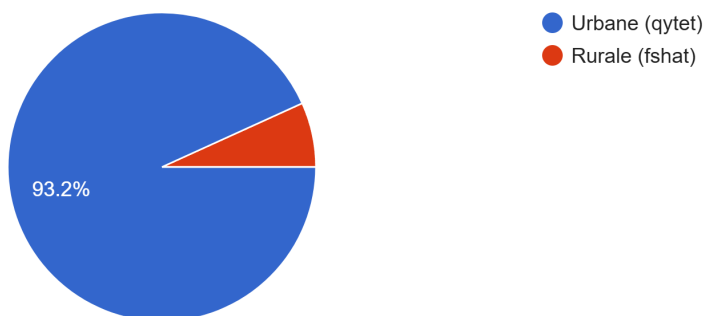


Grafiku 1 – Residenza e pjesëmarrësve në pyetësor
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Në bazë të klasifikimit sipas zonës së banimit, **93.2%** e të anketuarve jetonin në zona urbane, ndërsa **6.8%** në zona rurale. Kjo përbërje tregon një dominim të pjesëmarrësve nga zonat urbane dhe duhet të merret në konsideratë gjatë interpretimit të rezultateve.

2. Zona e banimit:

576 responses



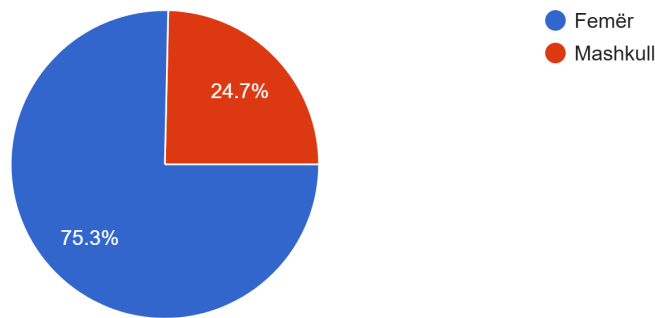
Grafiku 2 – Zonat e banimit
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Nga 576 të anketuarit që përfunduan pyetësorin, **75.3%** ishin të gjinisë femërore, duke treguar një pjesëmarrje ndjeshëm më të lartë të grave krahasuar me burrat. Kjo përbër-

je mund të jetë e lidhur me faktorë të ndryshëm socialë dhe familjarë, përfshirë përfshirjen e grave në blerjen dhe përgatitjen e ushqimit në familje. Megjithatë, duke qenë se pyetësi nuk mat drejtpërdrejt arsyet e pjesëmarrjes, kjo lidhje duhet konsideruar vetëm si një mundësi dhe jo si një përfundim i drejtpërdrejtë.

3. Gjinia:

576 responses



Grafiku 3 – Gjinia

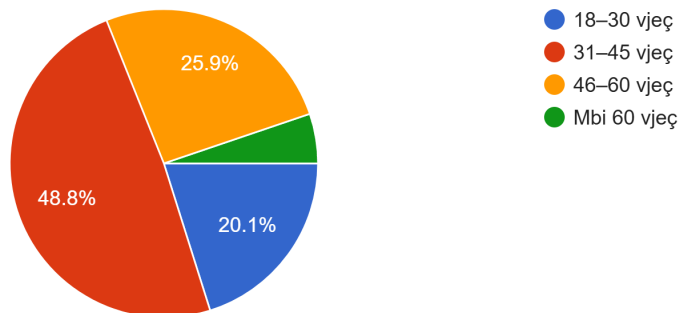
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

Nga 576 të anketuarit, **48.8%** i përkisnin grupmoshës 31–45 vjeç, duke përfaqësuar një grup të konsoliduar e ekonomikisht aktiv konsumatorësh, të cilët janë të përfshirë rregullisht në blerjen e produkteve ushqimore dhe të mallrave për përdorim familjar. Kjo grupmoshë pasohet nga të anketuarit e moshës 46–60 vjeç (**25.9%**) dhe 18–30 vjeç (**20.1%**), ndërsa **5.2%** e pjesëmarrësve ishin mbi 60 vjeç.

Pjesëmarrja në të gjitha grupmoshat tregon një interes të gjerë ndaj çështjeve të sigurisë ushqimore; megjithatë, shpërndarja tregon një përqendrim të kampionit në grupmoshat 31–60 vjeç, të cilat së bashku përbëjnë **74.7%** të të anketuarve. Për rrjedhojë, perceptimet dhe qëndrimet e shprehura në pyetësor reflektojnë në një masë më të madhe pikëpamjet e konsumatorëve të moshës së mesme.

4. Moshë:

576 responses



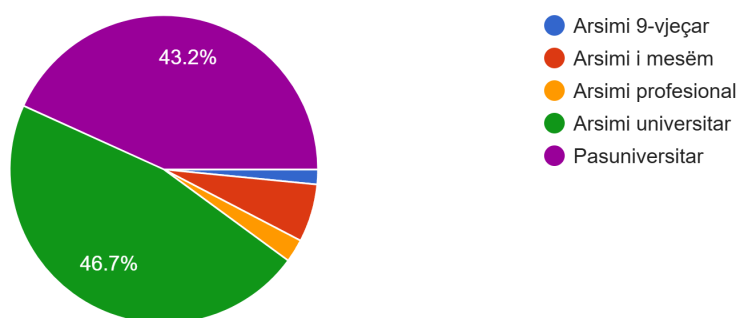
Grafiku 4 – Moshë

Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

Si rezultat i shpërndarjes së pyetësorit përmes rrjeteve sociale dhe kontakteve profesionale e individuale, **89.9%** e të anketuarve kishin arsim universitar ose pasuniversitar. Kjo tregon se kampioni ka një nivel relativisht të lartë arsimimi, karakteristikë që do të merret në konsideratë gjatë analizës së rezultateve, veçanërisht në lidhje me perceptimet mbi sigurinë ushqimore, të drejtat e konsumatorit dhe informacionin mbi produktet ushqimore. Megjithatë, niveli i arsimit nuk është domosdoshmërisht tregues i drejtpërdrejtë i ndërgjegjësisht, ndaj kjo marrëdhënie do të vlerësohet përmes përgjigjeve të dhëna në pyetësor.

5. Niveli arsimor:

576 responses



Grafiku 5 – Niveli arsimor

Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

Pjesa II - Sjellja e konsumatorëve gjatë blerjes së produkteve ushqimore



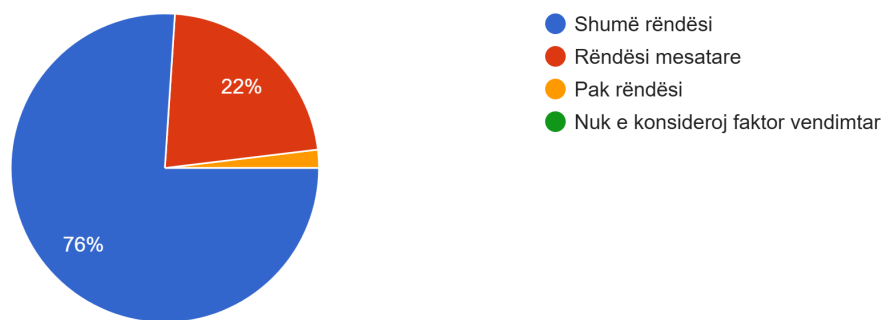
Sjellja e konsumatorëve gjatë blerjes mbetet kryesisht e orientuar drejt kanaleve fizike të shitjes.

Nga gjithsej 576 të anketuar, **76%** deklaruan se i kushtojnë rëndësi të madhe sigurisë ushqimore gjatë blerjes së produkteve, ndërsa **22%** e konsiderojnë atë mesatarisht të rëndësishme. Vetëm **1.9%** deklaruan se i kushtojnë pak rëndësi, ndërsa asnjë i anketuar nuk e konsideroi sigurinë ushqimore si faktor jovendimtar.

Në total, **98%** e të anketuarve e vlerësojnë sigurinë ushqimore të paktën si një faktor me rëndësi mesatare në procesin e blerjes. Kjo gjetje tregon se siguria ushqimore zë një vend të rëndësishëm në perceptimin dhe vendimmarrjen e konsumatorëve të përfshirë në kampion.

6. Sa rëndësi i kushtoni sigurisë ushqimore gjatë blerjes së produkteve?

576 responses



Grafiku 6 – Sa e rëndësishme është siguria ushqimore gjatë blerjes së produkteve

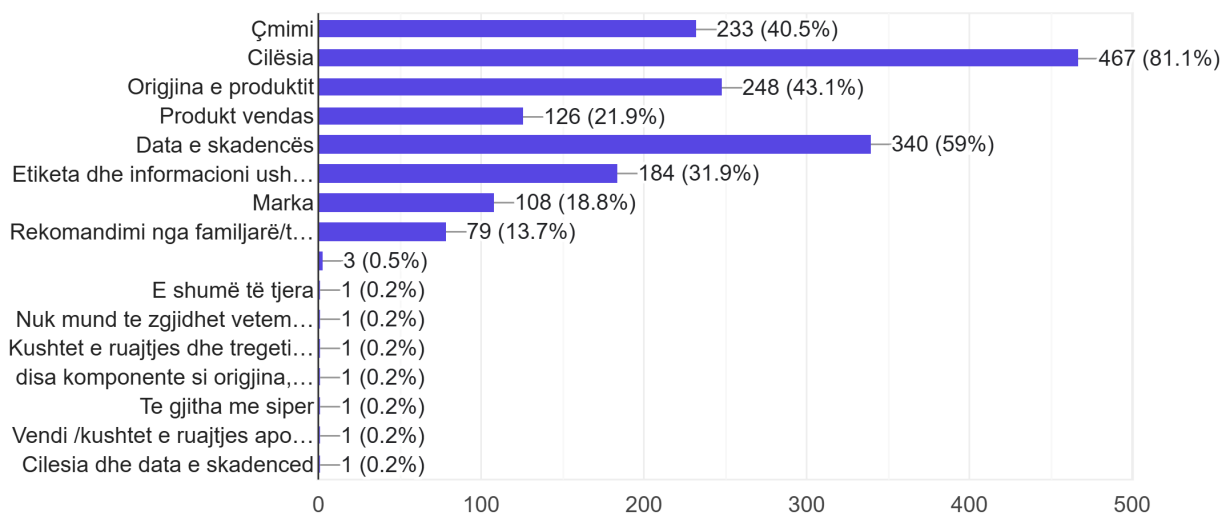
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

Gjetjet tregojnë se cilësia dhe elementët që lidhen me sigurinë e produktit kanë peshë më të madhe në vendimmarrjen e konsumatorëve sesa çmimi. Cilësia është faktori më i rëndësishëm, i përzgjedhur nga **81.3%** e të anketuarve, e ndjekur nga data e skadencës (**59%**) dhe origjina e produktit (**43.1%**). Çmimi renditet i katërti, me **40.5%**.

Kjo shpërndarje tregon se konsumatorët e kampionit i kushtojnë rëndësi të konsiderueshme karakteristikave të produktit që lidhen me cilësinë, sigurinë dhe informacionin e disponueshëm në etiketim, ndërsa çmimi, megjithëse mbetet faktor i rëndësishëm, nuk rezulton të jetë kriteri kryesor. Kjo përputhje ndërmjet perceptimeve të konsumatorëve dhe faktorëve që ndikojnë në zgjedhjet e tyre ofron evidencë shtesë për një nivel relativisht të lartë të ndërgjegjësimit mbi sigurinë ushqimore.

7. Cilat janë faktorët kryesorë që ndikojnë në zgjedhjen e produkteve ushqimore? (Zgjidhni maksimumi 3)

576 responses



Grafiku 7 – Faktorët kryesorë që ndikojnë në zgjedhjen e produkteve ushqimore
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

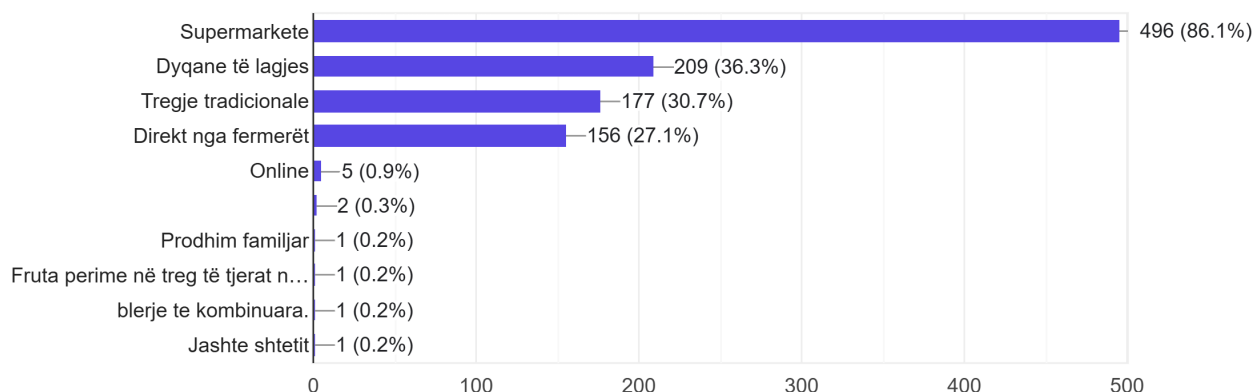
Rezultatet tregojnë një dominim të qartë të supermarketeve si kanal kryesor i blerjes së produkteve ushqimore, të përzgjedhur nga **86.1%** e të anketuarve. Pas tyre renditen dyqanet lokale/të lagjes (**36.3%**) dhe tregjet tradicionale (**30.7%**), ndërsa **27.1%** deklaruan se blejnë drejtpërdrejt nga fermerët. Blerjet online mbeten shumë të kufizuara, me vetëm **0.9%** të përgjigjeve.

Kjo shpërndarje tregon një preferencë të fortë për kanalet fizike dhe të konsoliduara të shitjes, ku supermarketet ofrojnë akses në informacion të standardizuar mbi produktin, si etiketimi, data e skadencës dhe, në raste të caktuara, gjurmueshmëria. Në të kundërt, blerja direkte nga fermerët mund të mbështetet më shumë në besimin personal, marrëdhënien me prodhuesin, freskinë dhe perceptimin e autenticitetit. Kjo sugjeron dy forma të ndryshme besimi: besim institucional ndaj kanaleve formale dhe besim interpersonal ndaj prodhuesve vendas.

Përqindja shumë e ulët e blerjeve online (**0.9%**) tregon se ky kanal ende nuk është konsoliduar në sjelljen e të anketuarve. Kjo mund të lidhet me nevojën për të vlerësuar fizikisht cilësitë dhe karakteristikat e produkteve, si dhe me çështje të besimit, kohës së transportit dhe ruajtjes deri në dorëzimin e produktit.

8. Ku blini zakonisht produktet ushqimore?

576 responses



Grafiku 8 – Vendet ku blihen produktet ushqimore
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

Pjesa III - Perceptimi mbi sigurinë e produkteve ushqimore

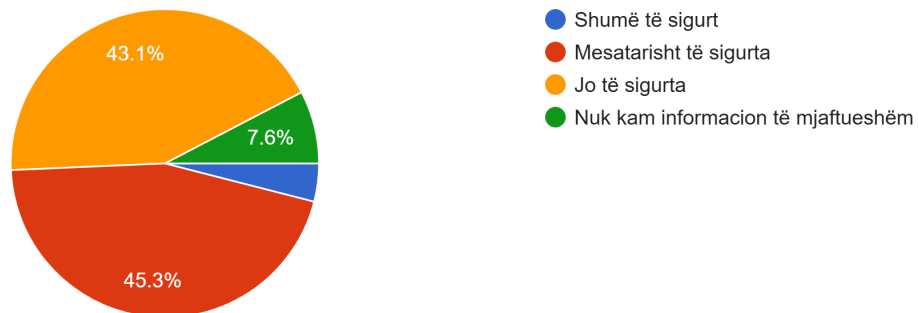
Ky seksion analizon perceptimet e konsumatorëve mbi sigurinë e produkteve ushqimore dhe nivelin e besimit që ata kanë në produktet që konsumojnë.

Nga 576 të anketuarit, **45.3%** i konsiderojnë produktet ushqimore mesatarisht të sigurta, ndërsa **43.1%** i perceptojnë si të pasigurta. Në kontrast, vetëm **4%** i vlerësojnë si shumë të sigurta. Kjo shpërndarje tregon se perceptimi i sigurisë nuk është veçanërisht pozitiv: një pjesë e konsiderueshme e konsumatorëve shfaqin pasiguri ose mungesë besimi lidhur me sigurinë e ushqimeve që konsumojnë.

Nga pikëpamja analitike, rezultati është veçanërisht i rëndësishëm në raport me gjetjen e mëparshme, sipas së cilës 98% e të anketuarve deklaruan se siguria ushqimore është të paktën mesatarisht e rëndësishme gjatë blerjes. Pra, ekziston një mospërputhje ndërmjet rëndësisë që konsumatorët i japin sigurisë ushqimore dhe perceptimit të tyre për sigurinë reale të produkteve. Kjo mund të nënkuptojë se, edhe pse siguria është një kriter i rëndësishëm në vendimmarrje, konsumatorët nuk kanë të njëjtin nivel besimi në sigurinë e produkteve që gjenden në treg.

9. Si e vlerësoni sigurinë e produkteve ushqimore që konsumoni?

576 responses



Grafiku 9 – Si vlerësohet siguria e produkteve ushqimore që konsumohen

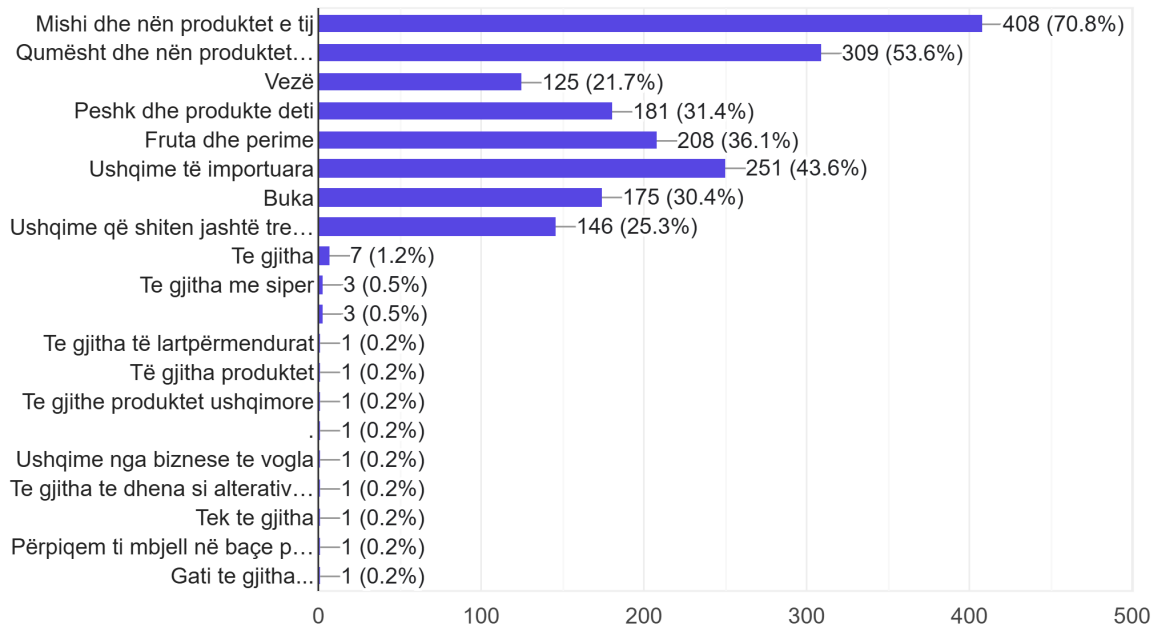
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Produktet e mishit dhe nënproduktet e tij perceptohen si kategoria me rrezikun më të lartë për sigurinë ushqimore, të përzgjedhura nga **70.8%** e të anketuarve. Pas tyre renditen qumështi dhe produktet e bulmetit (**53.6%**) dhe produktet ushqimore të importuara (**43.6%**).

Përqendrimi i perceptimit të rrezikut të mishi dhe produktet e bulmetit, të cilat janë pjesë e rëndësishme të konsumit të përditshëm, tregon se shqetësimi i konsumatorëve lidhet veçanërisht me kategoritë që kërkojnë kushte të kontrolluara të prodhimit, ruajtjes, transportit dhe tregtimit. Gjithashtu, fakti që **43.6%** e të anketuarve përmendin produktet e importuara tregon se origjina e produktit mund të jetë një element i rëndësishëm në perceptimin e sigurisë ushqimore.

10. Për cilat produkte ushqimore mendoni se ekziston rreziku më i madh? (Zgjidhni maksimumi 3)

576 responses



Grafiku 10 – Produktet ushqimore për të cilat perceptohet rrezik
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

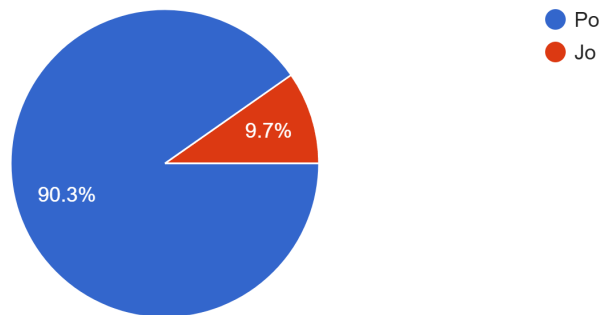
90.3% e të anketuarve deklaruan se kanë hasur të paktën një herë një produkt ushqimor që e kanë konsideruar të pasigurt për konsum.

Ky rezultat tregon se përvoja me produkte të perceptuara si potencialisht të pasigurta është e përhapur në mesin e konsumatorëve të përfshirë në studim. Megjithatë, kjo gjetje duhet interpretuar me kujdes, pasi përgjigjet pasqyrojnë vlerësimin subjektiv të të anketuarve dhe nuk mund të konsiderohen, në vetvete, si dëshmi se produktet e përmendura kanë qenë objektivisht të pasigurta për konsum.

Në këtë kuadër, rezultati mund të shërbejë si një tregues për nevojën e analizimit të mëtejshëm të rrethanave në të cilat konsumatorët i kanë perceptuar këto produkte si të pasigurta, si dhe të faktorëve që kanë ndikuar në këtë vlerësim. Gjetja është gjithashtu relevante për vlerësimin e nevojës për forcimin e mekanizmave të kontrollit dhe mbikëqyrjes së tregut, informimin e konsumatorëve dhe përmirësimin e mekanizmave të raportimit.

11. A keni hasur ndonjëherë një produkt ushqimor që mendoni se nuk ka qenë i sigurt për konsum?

576 responses

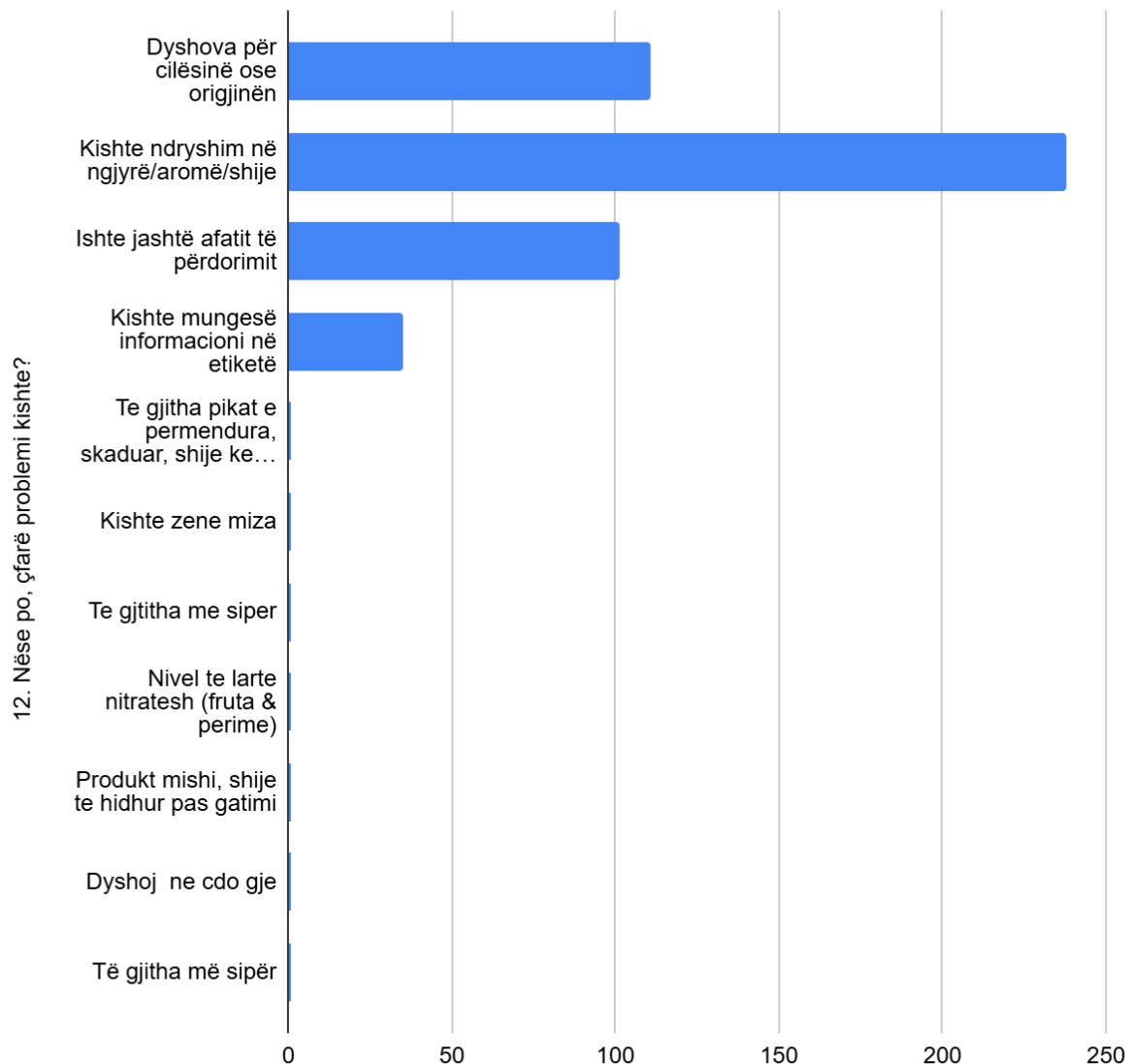


Grafiku 11 – Përqindja e produkteve ushqimore që nuk kanë qenë të sigurta për konsum
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Ndër të anketuarit që deklaruan se kishin hasur një produkt ushqimor të cilin e konsideronin të pasigurt, **48.5%** identifikuan ndryshime në ngjyrë, aromë ose shije si problem kryesor. Kjo përbën kategorinë më të raportuar dhe tregon se karakteristikat shqisore të produktit luajnë një rol të rëndësishëm në vlerësimin që konsumatorët i bëjnë sigurisë dhe pranueshmërisë së tij. Në vijim, **21.9%** e të anketuarve shprehën dyshime lidhur me cilësinë ose origjinën e produktit, ndërsa **21.5%** raportuan se kishin hasur produkte përtej datës së skadencës.

Në tërësi, rezultatet tregojnë se vlerësimi i konsumatorëve për sigurinë e ushqimit mbështetet në një kombinim faktorësh të perceptueshëm drejtpërdrejt dhe informacionit të disponueshëm mbi produktin. Nga këndvështrimi i politikave dhe mbikëqyrjes, rezultatet sugjerojnë rëndësinë e kontroleve që lidhen me kushtet e ruajtjes dhe cilësinë e produkteve, respektimin e afateve të përdorimit, saktësinë e informacionit të ofruar konsumatorit dhe gjurmueshmërinë përgjatë zinxhirit ushqimor.

12. Nëse po, çfarë problemi kishte?



Grafiku 12 – Lista e problematikave të shfaqura për produktet ushqimore

Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

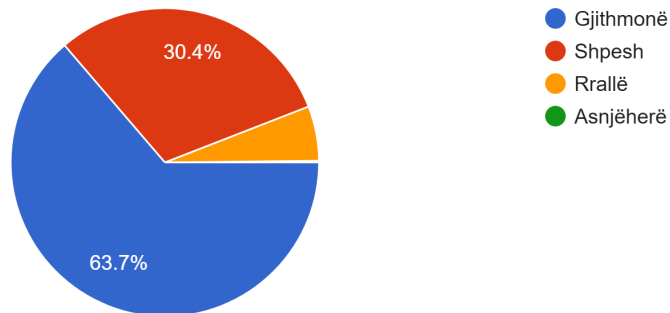
Rezultatet e anketimit evidentojnë një nivel të lartë të ndërgjegjësimit të konsumatorëve për rëndësinë e informacionit të paraqitur në etiketën e produkteve ushqimore. Konkretisht, **63.7%** e të anketuarve deklaruan se e kontrollojnë gjithmonë etiketën dhe datën e skadencës përpara blerjes, ndërsa **30.4%** deklaruan se e bëjnë këtë shpesh. Në të kundërt, vetëm **5.7%** raportuan se e kontrollojnë rrallë këtë informacion, ndërkohë që asnjë i anketuar (**0%**) nuk deklaroi se nuk e kontrollon kurrë.

Të dhënat tregojnë se **94.1%** e konsumatorëve e kontrollojnë gjithmonë ose shpesh etiketën dhe datën e skadencës, duke e bërë këtë një sjellje të përhapur në mesin e pjesëmarrësve në studim. Në veçanti, kontrolli i datës së skadencës mund të shihet si një mekanizëm bazë i menaxhimit të rrezikut nga konsumatori.

Megjithatë, përqindja prej **5.7%** e konsumatorëve që deklarojnë se e kontrollojnë rrallë këtë informacion tregon se niveli i lartë i ndërgjegjësimit nuk është i njëtrajtshëm në të gjithë kampionin. Për këtë arsye, gjetjet mbështesin nevojën për masa të vazhdueshme informuese dhe edukative, veçanërisht lidhur me interpretimin korrekt të etiketës, datës së skadencës dhe informacionit tjetër të detyrueshëm të produktit.

A kontrolloni etiketën dhe datën e skadencës para blerjes?

576 responses



Grafiku 13 – Kontrolli i datës së skadencës për produktet ushqimore
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përllogaritjet e autorit (2026)

Pjesa IV - Produktet vendase dhe prodhimi bujqësor

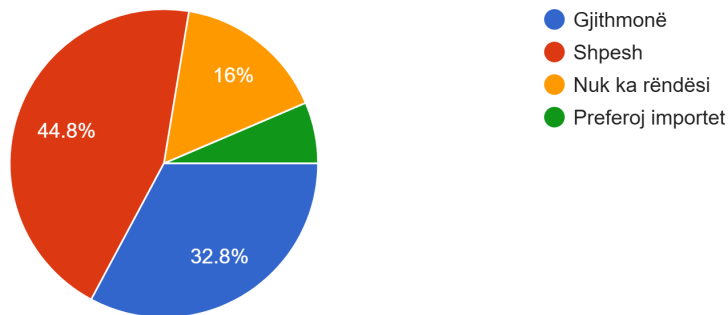
Ky seksion analizon preferencën e konsumatorëve për produktet ushqimore të prodhuara në vend, në raport me produktet e importuara, duke vlerësuar edhe faktorët që mund të ndikojnë në këtë zgjedhje.

Rezultatet tregojnë një preferencë të qartë për produktet vendase. **44.8%** e të anketuarve deklarojnë se i preferojnë shpesh produktet vendase, ndërsa **32.8%** deklarojnë se i preferojnë gjithmonë. Të marra së bashku, këto dy kategori përfaqësojnë **77.6%** të të anketuarve, duke treguar se më shumë se tre të katërtat e kampionit kanë një prirje të drejtpërdrejtë drejt produkteve të prodhuara në vend.

Në të kundërt, vetëm **6.4%** e të anketuarve deklarojnë se preferojnë produktet e importuara, ndërsa rreth **16%** shprehen se origjina e produktit nuk ndikon në zgjedhjen e tyre. Diferenca e madhe ndërmjet preferencës për produktet vendase dhe atyre të importuara tregon se origjina vendase përbën një element me rëndësi në sjelljen e konsumatorëve të përfshirë në studim.

14. A preferoni produktet ushqimore vendase ndaj produkteve të importuara?

576 responses



Grafiku 14 – Produktet ushqimore vendase kundrejt produkteve të importuara
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përllogaritjet e autorit (2026)

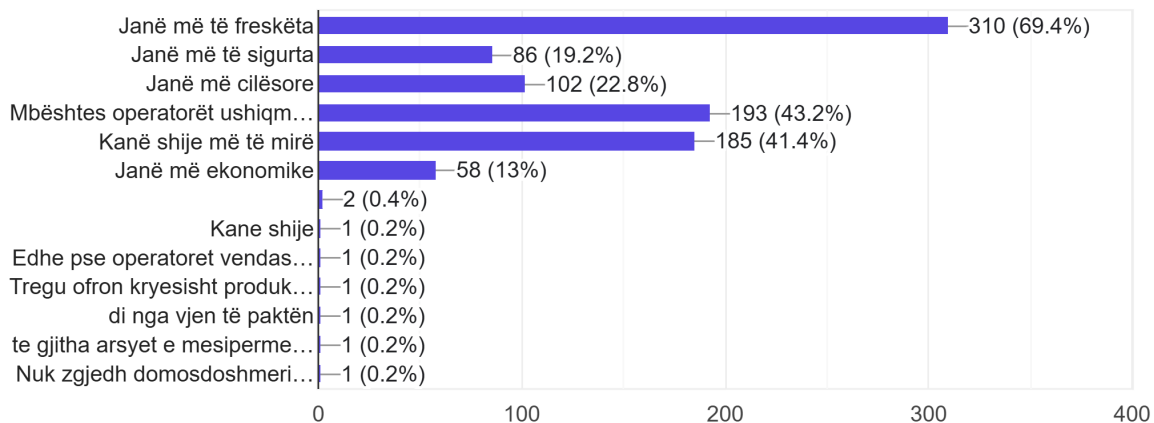
Sa u përket arsyeve, freskia rezulton të jetë arsyeja më e përzgjedhur, me **69.4%** të të anketuarve. Ky rezultat mund të pasqyrojë perceptimin se produktet vendase kalojnë nëpër zinxhirë më të shkurtër furnizimi dhe kanë periudha më të kufizuara transporti ose magazinimi.

Pas freskisë së produkteve, mbështetja e operatorëve vendas përbën arsyen e dytë më të përzgjedhur, me **43.2%**. Shija më e mirë renditet shumë pranë këtij faktori, me **41.4%**, ndërsa cilësia më e lartë përzgjidhet nga **22.8%** e të anketuarve. Ndër faktorët e matur, siguria ushqimore përzgjidhet nga **19.2%** e të anketuarve, ndërsa çmimi më ekonomik nga **13%**.

Diferenca ndërmjet freskisë (**69.4%**) dhe sigurisë ushqimore (**19.2%**) është veçanërisht e rëndësishme për interpretimin e rezultateve. Ajo tregon se konsumatorët e lidhin shumë më shpesh produktin vendas me freskinë sesa me sigurinë ushqimore. Për rrjedhojë, siguria ushqimore nuk shfaqet si një nga arsyet kryesore të deklaruara për përzgjedhjen e produkteve vendase, pavarësisht preferencës së përgjithshme të lartë për to.

15. Cilat janë arsyet që ju bëjnë të zgjidhni produktet vendase?

447 responses



Grafiku 15 – Shkaqet përse përzgjidhen produktet vendase
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Pjesa V - Informimi i konsumatorit

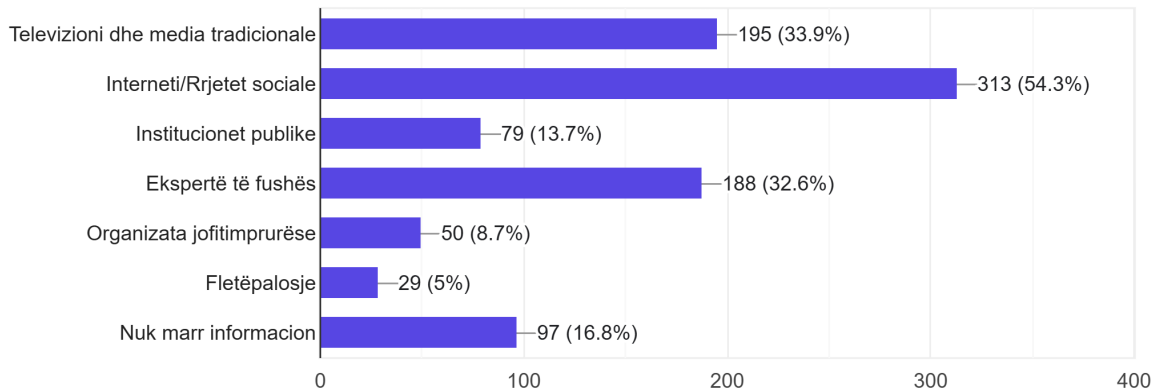
Ky seksion synon të vlerësojë burimet kryesore nga të cilat konsumatorët marrin informacion mbi sigurinë ushqimore dhe nivelin në të cilin ata e konsiderojnë veten të informuar për të bërë zgjedhje të sigurt.

Rezultatet tregojnë se interneti dhe rrjetet sociale janë burimi kryesor i informacionit mbi sigurinë ushqimore, të përzgjedhura nga **54.3%** e të anketuarve, të ndjekura nga televizioni dhe mediat tradicionale me **33.9%**. Ekspertët e fushës përbëjnë një burim të rëndësishëm për **32.6%** të respondentëve. Në kontrast, institucionet publike rezultojnë me vetëm **13.7%**, ndërsa **16.8%** deklarojnë se nuk marrin fare informacion dhe **8.7%** e sigurojnë atë nga OJF-të.

Kjo strukturë e përgjigjeve është veçanërisht domethënëse, pasi tregon se informimi i konsumatorëve për sigurinë ushqimore mbështetet kryesisht në burime të përgjithshme komunikimi dhe jo në burimet institucionale përgjegjëse për këtë fushë. Interneti dhe rrjetet sociale kanë avantazhin e shpejtësisë dhe aksesueshmërisë, por informacioni i publikuar në këto kanale nuk është domosdoshmërisht gjithmonë i verifikuar ose profesional. Për këtë arsye, rezultatet sugjerojnë nevojën për forcimin e komunikimit institucional, përdorimin më aktiv të kanaleve digjitale dhe ofrimin e informacionit të qartë, të kuptueshëm dhe të verifikueshëm për konsumatorët.

16. Nga cilat burime merrni informacion mbi sigurinë ushqimore?

576 responses



Grafiku 16 – Burimet e marrjes së informacionit mbi sigurinë ushqimore
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

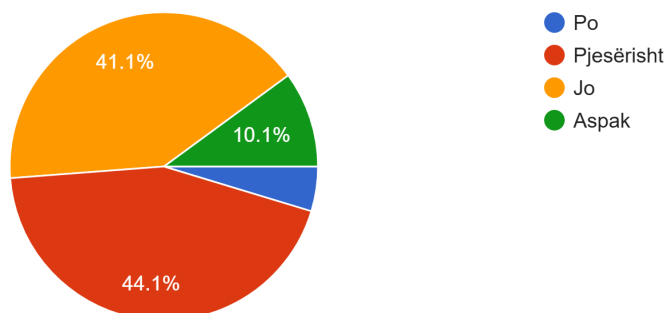
Rezultatet tregojnë se niveli i informimit të konsumatorëve shqiptarë për zgjedhjen e produkteve ushqimore të sigurt perceptohet si i pamjaftueshëm nga një pjesë e konsiderueshme e të anketuarve. **44.1%** vlerësojnë se konsumatorët janë pjesërisht të informuar, ndërsa **41.1%** mendojnë se ata nuk janë të informuar mjaftueshëm. Një tjetër **10.1%** deklaron se konsumatorët nuk janë fare të informuar, ndërsa vetëm **4.7%** e konsiderojnë nivelin e informimit të mjaftueshëm.

Të dhënat tregojnë se **51.2%** e të anketuarve kanë një vlerësim negativ për nivelin e informimit, kundrejt vetëm **4.7%** që e konsiderojnë atë të mjaftueshëm. Kjo gjetje merr rëndësi më të madhe kur shqyrtohet së bashku me rezultatet mbi burimet e informacionit: nëse konsumatorët mbështeten kryesisht në internet dhe rrjetet sociale, ndërsa kanalet institucionale kanë një rol më të kufizuar, ekziston rreziku që informacioni i disponueshëm të mos jetë gjithmonë i standardizuar, i verifikueshëm ose i përshtatur me nevojat praktike të konsumatorëve.

Nga këndvështrimi i sigurisë ushqimore, rezultatet evidentojnë nevojën për forcimin e komunikimit me konsumatorët dhe për zhvillimin e mekanizmave më efektivë të edukimit ushqimor. Informimi duhet të synojë jo vetëm përcjelljen e të dhënave, por edhe rritjen e aftësisë së konsumatorëve për të interpretuar etiketat, datat e skadencës dhe informacionin mbi origjinën.

17. A mendoni se konsumatorët shqiptarë janë mjaftueshëm të informuar për të zgjedhur produkte të sigurta?

576 responses



Grafiku 17 – Informimi i konsumatorëve shqiptarë mbi produktet e sigurta ushqimore
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Pjesa VI – Besimi te sistemi i kontrollit dhe institucionet

Analiza e dy grafikëve të mëposhtëm evidenton një mospërputhje të qartë ndërmjet njohjes së institucioneve përgjegjëse për sigurinë ushqimore dhe nivelit të besimit në kontrollet e tyre zyrtare. Nga 576 të anketuarit, **89.2%** deklarojnë se janë në dijeni të ekzistencës së institucioneve përgjegjëse për kontrollin e sigurisë ushqimore në Shqipëri.

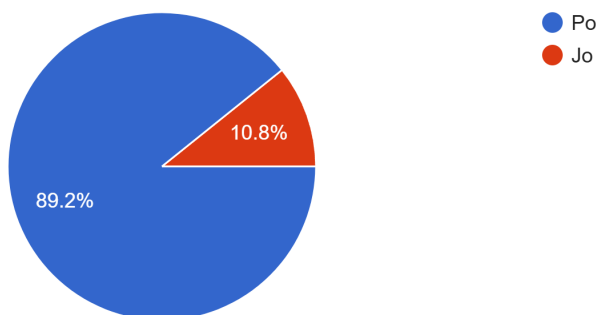
Ndryshe paraqitet vlerësimi për kontrollet zyrtare. Vetëm **2.6%** e të anketuarve shprehën se kanë besim të plotë, ndërsa **28.8%** deklarojnë se kanë besim “deri diku”. Në anën tjetër, **29.2%** kanë “pak besim” dhe **39.4%** nuk kanë “aspak besim”. Në total, **68.6%** e të anketuarve shfaqin një nivel të ulët ose mungesë besimi ndaj kontrolleve zyrtare të sigurisë ushqimore.

Njohja e rolit institucional nuk përkthehet automatikisht në besim institucional. Sfidat nuk lidhet vetëm me informimin e konsumatorëve mbi ekzistencën e institucioneve, por edhe me mënyrën se si perceptohet efektiviteti, transparenca dhe besueshmëria e veprimtarisë së tyre.

Kjo gjetje merr rëndësi shtesë në dritën e rezultateve të tjera të studimit. **90.3%** e të anketuarve deklarojnë se kanë hasur produkte që i kanë konsideruar të pasigurta, ndërsa vetëm **13.7%** raportojnë se marrin informacion mbi sigurinë ushqimore nga institucionet publike. Këto të dhëna nuk provojnë një marrëdhënie shkakësore, por së bashku tregojnë një mjedis ku përvoja e konsumatorit dhe burimet e informacionit mund të ndikojnë në perceptimin e rolit institucional.

18. A jeni në dijeni se në Shqipëri ekzistojnë institucione përgjegjëse për kontrollin e sigurisë ushqimore?

576 responses

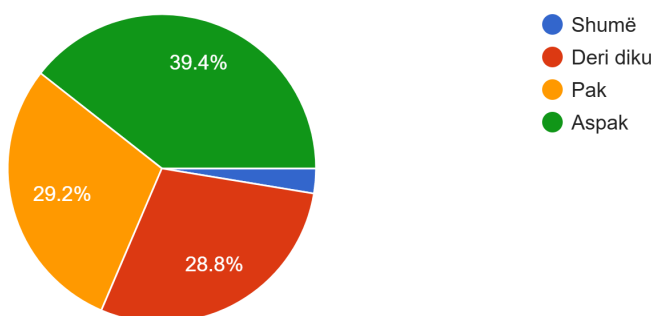


Grafiku 18 – Informimi i konsumatorëve mbi institucionet përgjegjëse për kontrollin e sigurisë ushqimore

Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përllogaritjet e autorit (2026)

19. Sa besoni te kontrollet zyrtare të sigurisë ushqimore?

576 responses



Grafiku 19 – Besimi i konsumatorëve shqiptarë te institucionet

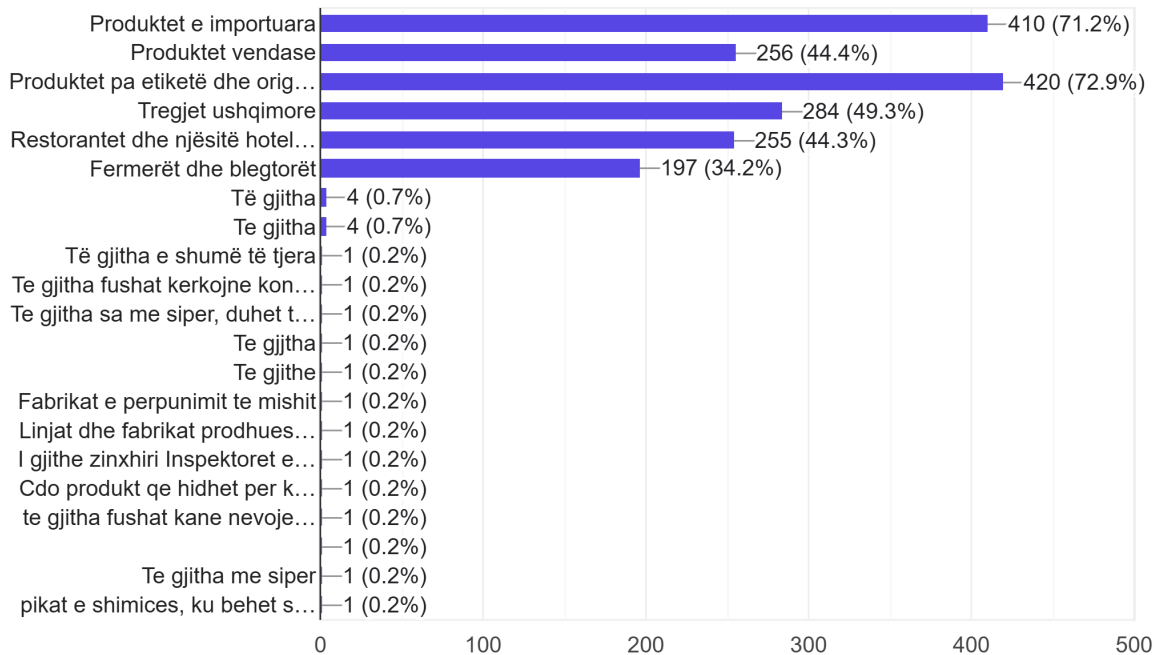
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përllogaritjet e autorit (2026)

Rezultatet evidentojnë fushat e sigurisë ushqimore në të cilat konsumatorët perceptojnë nevojën për kontrolle më të forta dhe më të vazhdueshme. Shqetësimi kryesor lidhet me produktet pa etiketë dhe pa origjinë të deklaruar, të përzgjedhura nga **72.9%** e të anketuarve. Në një nivel pothuajse të njëjtë renditen produktet e importuara, të përzgjedhura nga **71.2%** e të anketuarve.

Më pas, **49.3%** e të anketuarve kërkojnë forcim të kontrolleve në tregjet ushqimore, ndërsa **44.4%** në produktet vendase dhe **34.2%** në ferma dhe sektorin e blegtorisë. Shpërndarja e përgjigjeve tregon se kërkesa për kontroll nuk kufizohet në një fazë të vetme, por shtrihet në nivele të ndryshme të zinxhirit ushqimor, nga prodhimi dhe origjina deri te tregtimi i produktit.

20. Sipas mendimit tuaj, cilat fusha kërkojnë kontroll më të madh? (Zgjidhni maksimumi 3)

576 responses



Grafiku 20 – Fushat ku kërkohet më tepër kontroll i sigurisë ushqimore

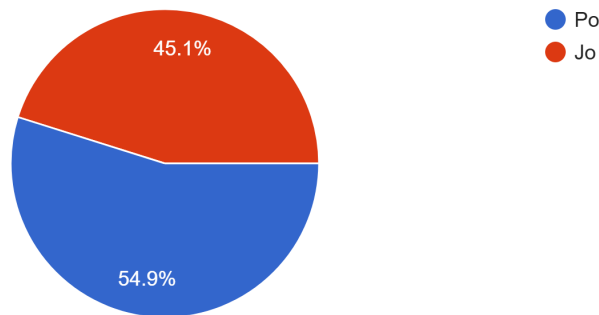
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përllogaritjet e autorit (2026)

Një çështje tjetër lidhet me njohjen e mekanizmave për paraqitjen e ankesave. Rezultatet tregojnë një shpërndarje relativisht të balancuar të përgjigjeve: **54.9%** e të anketuarve deklarojnë se dinë ku duhet të drejtohen në rast të një ankese për një produkt ushqimor, ndërsa **45.1%** deklarojnë se nuk e dinë.

Fakti që pothuajse gjysma e të anketuarve nuk kanë informacion mbi destinacionin ku mund të paraqesin një ankesë tregon një boshllëk të rëndësishëm në njohjen e mekanizmave të mbrojtjes së konsumatorit. Njohja e autoriteteve përgjegjëse nuk është e mjaftueshme nëse konsumatori nuk ka informacion praktik mbi mënyrën e paraqitjes së një ankese. Për këtë arsye, komunikimi institucional duhet të jetë i qartë dhe i aksesueshëm, duke përcaktuar në mënyrë konkrete ku duhet të drejtohet konsumatori, si mund të paraqitet ankesa dhe çfarë informacioni kërkohet gjatë këtij procesi.

21. Nëse do të kishit një ankesë për një produkt ushqimor, a dini ku duhet të drejtoheni?

576 responses



Grafiku 21 – Njohja nga konsumatorët se ku duhet të bëjnë ankimim
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Pjesa VII - Vlerësimi dhe rekomandimet e qytetarëve

Analiza e përgjigjeve të qytetarëve mbi nivelin e sigorisë ushqimore dhe masat e nevojshme për përmirësimin e saj ofron një tregues të rëndësishëm mbi pritshmëritë e konsumatorëve ndaj funksionimit të sistemit të kontrollit ushqimor.

Nga 576 të anketuarit, **40.3%** e vlerësojnë nivelin aktual të sigorisë ushqimore si të dobët dhe **22.9%** si shumë të dobët. Në total, **63.2%** japin një vlerësim negativ. Në anën tjetër, vetëm **6.9%** e vlerësojnë situatën si të mirë dhe **1.9%** si shumë të mirë, ndërsa **28.5%** e konsiderojnë mesatare. Kjo shpërndarje tregon një asimetri të theksuar në perceptimin e konsumatorëve, ku vlerësimet negative janë dukshëm më të përhapura se ato pozitive.

Vlerësimi bëhet edhe më domethënës kur vendoset në kontekstin e gjetjeve të tjera të studimit. **90.3%** e të anketuarve deklarojnë se kanë hasur produkte që i kanë konsideruar të pasigurta, ndërsa **68.6%** shprehen se kanë pak ose aspak besim në kontrollet zyrtare të sigorisë ushqimore. Këta tregues paraqesin një model të qëndrueshëm të perceptimit negativ brenda kampionit.

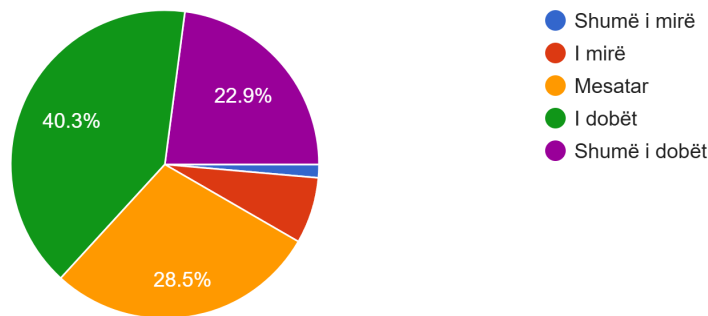
Veçanërisht, kërkesa për forcimin e kontrolleve duhet parë në lidhje me faktin se **72.9%** e të anketuarve kërkojnë kontrolle më të forta ndaj produkteve pa etiketë dhe pa origjinë të deklaruar dhe **71.2%** ndaj produkteve të importuara. Në të njëjtën kohë, nevoja për rritjen e informimit dhe ndërgjegjësimin merr rëndësi në dritën e faktit se **51.2%** e të anketuarve e vlerësojnë nivelin e informimit të konsumatorëve si të pamjaftueshëm ose zero, dhe **45.1%** deklarojnë se nuk dinë ku duhet të drejtohen për të paraqitur një ankesë.

Kështu, rekomandimet e qytetarëve mund të interpretohen si një kërkesë për një sistem më të integruar të sigorisë ushqimore, ku kontrolli, kapacitetet teknike, transparencja dhe informimi funksionojnë në mënyrë të ndërlidhur. Forcimi i vetëm një komponenti nuk do të adresonte të gjitha problematikat e evidentuara nga të dhënat. Rezultatet sugjeroj-

në nevojën për forcimin e kontrolleve, transparencës, informimit të konsumatorëve dhe kapaciteteve të sistemit të sigurisë ushqimore — elemente që edhe institucionet shqiptare i konsiderojnë pjesë të objektivit për forcimin e kontrollit dhe monitorimit “nga ferma në tryezë”.

22. Si e vlerësoni nivelin aktual të sigurisë ushqimore në Shqipëri?

576 responses



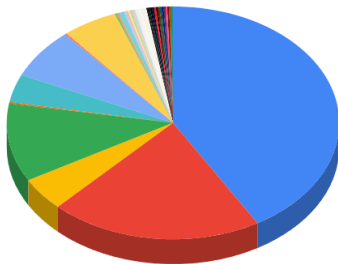
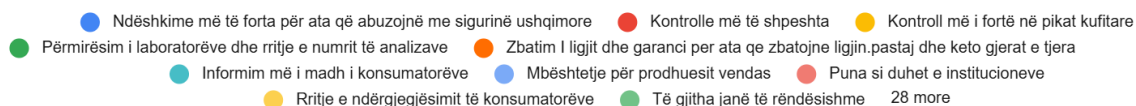
Grafiku 22 – Perceptimi dhe vlerësimi i sigurisë ushqimore
Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlogaritjet e autorit (2026)

Analiza e përgjigjeve të hapura tregon se shqetësimet e konsumatorëve për sigurinë ushqimore janë të përqendruara në disa dimensione kryesore: siguria dhe cilësia e produktit, përdorimi i pesticideve dhe substancave kimike, origjina dhe gjurmueshmëria, etiketimi dhe afati i skadencës, kushtet e ruajtjes dhe higjiena, si dhe efektiviteti i kontrollit institucional.

Një nga temat më të pranishme lidhet me sigurinë e përbërjes së produkteve, veçanërisht përdorimin e pesticideve, nitratoeve, hormoneve, konservantëve dhe kimikateve të tjera. Shqetësimi shfaqet veçanërisht në lidhje me frutat, perimet, mishin dhe produktet e bulmetit. Një dimension tjetër i rëndësishëm është transparenca dhe gjurmueshmëria e produktit, ku përsëriten shqetësimet për origjinën e paqartë, mungesën e informacionit mbi përbërjen dhe pasigurinë lidhur me saktësinë e etiketimit dhe datën e skadencës.

Përveç karakteristikave të vetë produktit, përgjigjet e tregojnë shqetësime edhe për kushtet në të cilat ushqimi ruhet, transportohet dhe tregtohet. Një gjetje veçanërisht e rëndësishme është mungesa e besimit në efektivitetin e kontrolleve: në përgjigjet e hapura përmenden kontrollet e pamjaftueshme, mungesa e monitorimit të vazhdueshëm dhe zbatimi joefektiv i rregullave. Këto janë perceptime të shprehura nga të anketuarit dhe nuk mund të interpretohen si prova të drejtpërdrejta për ekzistencën e shkeljeve institucionale; megjithatë, ato janë të rëndësishme për vlerësimin e nivelit të besimit të konsumatorëve në sistem.

24. Cila është masa më e rëndësishme për përmirësimin e sigurisë ushqimore në Shqipëri?



Grafiku 24 – Masat më të rëndësishme për përmirësimin e sigurisë ushqimore
 Burimi: Përgjigjet e të anketuarve, përlllogaritjet e autorit (2026)

Konkluzione dhe rekomandime

Bazuar në analizën e kombinuar të të dhënave sasiore dhe cilësore të mbledhura nga 576 të anketuar, studimi arrin në përfundimin se siguria ushqimore përbën një çështje me rëndësi të konsiderueshme për konsumatorët. Konkluzionet kryesore janë:

- Siguria ushqimore është një faktor i rëndësishëm në vendimmarrjen e konsumatorëve, të cilët i kushtojnë vëmendje kryesisht cilësisë, datës së skadencës, etiketimit dhe origjinës së produktit.
- Perceptimi i përgjithshëm për sigurinë ushqimore dhe besimi në kontrollet zyrtare mbeten kryesisht kritikë, duke evidentuar një hendek ndërmjet kujdesit individual të konsumatorëve dhe besimit në sistemin institucional.
- Shqetësimet për sigurinë ushqimore janë shumëdimensionale dhe shtrihen përgjatë zinxhirit ushqimor, duke përfshirë përdorimin e pesticideve dhe substancave kimike, cilësinë, përbërjen, origjinën, gjurmueshmërinë, etiketimin, higjienën, ruajtjen, transportin dhe tregtimin.
- Transparenca dhe gjurmueshmëria ndikojnë në aftësinë e konsumatorëve për të bërë zgjedhje të informuara. Paqartësitë mbi origjinën, përbërjen dhe informacionin e produktit lidhen me pasigurinë e perceptuar dhe me vështirësinë për të vlerësuar rrezikun.
- Produktet vendase kanë një preferencë të konsiderueshme, kryesisht për shkak të freskisë së perceptuar, shijes dhe mbështetjes së prodhimit vendas. Megjithatë, kjo preferencë nuk përbën tregues të drejtpërdrejtë të një perceptimi për siguri më të lartë.
- Informimi dhe mekanizmat e ankesave mbeten të pamjaftueshëm. Roli i rëndësishëm i internetit dhe rrjeteve sociale si burime informacioni, së bashku me faktin që **45.1%**

e të anketuarve nuk dinë ku të drejtohen për një ankesë, evidentojnë nevojën për komunikim institucional më të aksesueshëm dhe funksional.

- Përvojat dhe përgjigjet cilësore përforcojnë perceptimin e pasigurisë, veçanërisht lidhur me ndryshimet në karakteristikat e produktit, përbërjen, origjinën, skadencën dhe kushtet e ruajtjes. Këto të dhëna pasqyrojnë perceptimet e konsumatorëve dhe nuk përbëjnë prova objektive të pasigurisë së produkteve.
- Konsumatorët e lidhin përmirësimin e sigurisë ushqimore me forcimin e kontrollit dhe zbatimin e rregullave. Ndëshkimet më të forta, kontrollet më të shpeshta dhe përmirësimi i kapaciteteve laboratorike renditen ndër masat prioritare të identifikuara prej tyre.

Sfida kryesore lidhet me forcimin e besimit në sistemin e sigurisë ushqimore. Rezultatet sasiore dhe cilësore sugjerojnë nevojën për një qasje të integruar që lidh kontrollin zyrtar, përgjegjësinë e operatorëve, transparencën, gjurmueshmërinë, kapacitetet teknike, informimin dhe mekanizmat e reagimit të konsumatorëve.

Rekomandime

Bazuar në gjetjet sasiore dhe cilësore të studimit, rekomandohen këto masa për përmirësimin e sigurisë ushqimore dhe forcimin e besimit të konsumatorëve në sistemin e kontrollit:

1. **Forcimi i kontrollit zyrtar.** Kontrollet duhet të përqendrohen në mënyrë të vazhdueshme të hallkat dhe produktet me risk më të lartë, nga prodhimi dhe importi deri te tregtimi, me vëmendje të veçantë ndaj produkteve pa etiketë, pa origjinë të deklaruar dhe produkteve të importuara.
2. **Rritja e efektivitetit të zbatimit të rregullave dhe masave ndëshkuese.** Shkeljet e kërkesave të sigurisë ushqimore duhet të trajtohen në mënyrë të shpejtë, proporcionale dhe të dokumentuar, veçanërisht në rastet që lidhen me produktet e skaduar, etiketimin e pasaktë, mungesën e gjurmueshmërisë dhe shkeljet higjieno-sanitare. Zbatimi i rregullave duhet të jetë i njëtrajtshëm dhe i verifikueshëm.
3. **Forcimi i kapaciteteve laboratorike dhe monitorimit të sigurisë ushqimore.** Rekomandohet rritja e kapaciteteve për analiza laboratorike dhe zgjerimi i monitorimit të parametrave që lidhen me shqetësimet e evidentuara nga konsumatorët, veçanërisht mbetjet e pesticideve, substancat kimike dhe treguesit e tjerë të sigurisë. Rezultatet laboratorike duhet të përdoren për orientimin e mëtejshëm të kontrolleve dhe vlerësimit të riskut.
4. **Përmirësimi i gjurmueshmërisë dhe informacionit mbi produktin.** Duhet të forcohen mekanizmat që mundësojnë identifikimin e origjinës dhe ndjekjen e produktit përgjatë zinxhirit ushqimor. Etiketimi duhet të ofrojë informacion të qartë, të saktë dhe të verifikueshëm mbi origjinën, përbërjen, afatin e skadencës dhe karakteristikat kryesore të produktit.
5. **Rritja e transparencës së institucioneve përgjegjëse.** Institucionet duhet të përmirësojnë komunikimin publik mbi kontrollet dhe rezultatet e tyre, duke publikuar në

mënyrë periodike dhe të kuptueshme informacion mbi problematikat e konstatuara, masat e marra dhe rezultatet e monitorimit.

6. **Përmirësimi i informimit dhe edukimit praktik të konsumatorëve.** Programet e informimit duhet të fokusohen në nevojat konkrete të konsumatorëve, duke i orientuar ata për kontrollin e etiketës, origjinës, afatit të skadencës dhe treguesve të mundshëm të një produkti problematik. Informacioni duhet të shpërndahet përmes kanaleve që konsumatorët përdorin më shumë, përfshirë platformat digjitale dhe rrjetet sociale.
7. **Thjeshtimi dhe promovimi i mekanizmave të ankesave.** Duke qenë se **45.1%** e të anketuarve nuk dinë ku të drejtohen për një ankesë, rekomandohet krijimi i një mekanizmi të qartë dhe lehtësisht të aksesueshëm për raportimin e problematikave. Konsumatorët duhet të kenë informacion të qartë mbi institucionin përgjegjës, mënyrën e paraqitjes së ankesës dhe, kur është e mundur, ndjekjen e statusit të saj.
8. **Mbështetja e prodhimit vendas dhe forcimi i bashkëpunimit institucional.** Duke marrë parasysh preferencën e konsiderueshme për produktet vendase, mbështetja e prodhuesve duhet të shoqërohet me përmbushjen e standardeve të sigurisë, cilësisë dhe gjurmueshmërisë. Paralelisht, nevojitet bashkëpunim më i strukturuar ndërmjet institucioneve, operatorëve ushqimorë, prodhuesve dhe organizatave të konsumatorëve.

Për rastin studimor, prioritet duhet t'i jepet veçanërisht forcimit të efektivitetit të kontroleve dhe rritjes së transparencës, pasi këto ndërhyrje lidhen drejtpërdrejt me shqetësimet dhe nivelin e ulët të besimit të evidentuar në kampion.

Në përfundim, analiza e kombinuar sasiore dhe cilësore tregon se konsumatorët e përfshirë në studim e konsiderojnë sigurinë ushqimore një çështje të rëndësishme dhe demonstrojnë sjellje aktive në përpjekje për të reduktuar pasigurinë gjatë blerjes. Megjithatë, ky kujdes individual shoqërohet me perceptime kritike mbi nivelin e përgjithshëm të sigurisë ushqimore dhe me besim të kufizuar në efektivitetin e kontroleve zyrtare.

Bibliografia

- Dollani, N. (2018). *Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorëve: Teksti me shpjegime*.
 - Mustafaraj, E. (2017). *E Drejta e Konsumatorit*.
 - Direktiva (BE) 2020/1828 e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit, datë 25 nëntor 2020, *Për veprimet përfaqësuese për mbrojtjen e interesave kolektive të konsumatorëve*.
 - Komisioni Evropian (2022). *Raporti i Progresit për Shqipërinë*.
 - Ligji nr. 9863, "Për ushqimin", i ndryshuar.
 - Ligji nr. 9902, datë 17.04.2008, "Për mbrojtjen e konsumatorëve", i ndryshuar.
-

Aneks - Pyetësi

Pyetësor për vlerësimin e perceptimit dhe sjelljes së konsumatorëve mbi sigurinë ushqimore në Shqipëri

Ky pyetësor është hartuar në kuadër të projektit “Shoqëria Civile në veprim në përpjekje të koordinuara për sigurinë ushqimore dhe mbrojtjen e konsumatorit”, që po zbatohet nga Qendra “Konsumatori Shqiptar” dhe ANTTARC, me mbështetjen e Bashkimit Evropian. Qëllimi i tij është të mbledhë informacion nga qytetarët mbi perceptimin, përvojën dhe sjelljen e konsumatorëve lidhur me cilësinë dhe sigurinë e produkteve ushqimore, nivelin e informimit, besimin te institucionet përgjegjëse dhe sfidat kryesore në këtë fushë.

Konfidencialiteti: të gjitha të dhënat e mbledhura do të trajtohen në mënyrë konfidenciale, do të analizohen vetëm në formë të agreguar dhe nuk do të përdoren për identifikimin e pjesëmarrësve.

Pjesa I - Të dhëna të përgjithshme

1. **Qarku ku banoni:** Berat · Dibër · Durrës · Elbasan · Fier · Gjirokastrë · Korçë · Kukës · Lezhë · Shkodër · Tiranë · Vlorë
2. **Zona e banimit:** Urbane (qytet) · Rurale (fshat)
3. **Gjinia:** Femër · Mashkull
4. **Mosha:** 18–30 vjeç · 31–45 vjeç · 46–60 vjeç · Mbi 60 vjeç
5. **Niveli arsimor:** Arsimi 9-vjeçar · Arsimi i mesëm · Arsimi profesional · Arsimi universitar · Pasuniversitar

Pjesa II - Sjellja e konsumatorit në blerjen e produkteve ushqimore

6. Sa rëndësi i kushtoni sigurisë ushqimore gjatë blerjes së produkteve?

Shumë rëndësi · Rëndësi mesatare · Pak rëndësi · Nuk e konsideroj faktor vendimtar

7. Cilat janë faktorët kryesorë që ndikojnë në zgjedhjen e produkteve ushqimore? (Zgjidhni maksimumi 3)

Çmimi · Cilësia · Origjina e produktit · Produkt vendas · Data e skadencës · Etiketa dhe informacioni ushqimor · Marka · Rekomandimi nga familjarë/të njohur · Tjetër

8. Ku blini zakonisht produktet ushqimore?

Supermarkete · Dyqane të lagjes · Tregje tradicionale · Direkt nga fermerët · Online · Tjetër

Pjesa III - Perceptimi mbi sigurinë e produkteve ushqimore

9. Si e vlerësoni sigurinë e produkteve ushqimore që konsumoni?

Shumë të sigurta · Të sigurta · Mesatarisht të sigurta · Jo të sigurta · Nuk kam informacion të mjaftueshëm

10. Për cilat produkte ushqimore mendoni se ekziston rreziku më i madh?

Mishi dhe nënproduktet e tij · Qumështi dhe nënproduktet e tij · Vezë · Peshk dhe produkte deti · Fruta dhe perime · Ushqime të importuara · Buka · Ushqime që shiten jashtë tregjeve · Tjetër

11. A keni hasur ndonjëherë një produkt ushqimor që mendoni se nuk ka qenë i sigurt për konsum?

Po · Jo

12. Nëse po, çfarë problemi kishte?

Ishte jashtë afatit të përdorimit · Kishte ndryshim në ngjyrë/aromë/shije · Kishte mungesë informacioni në etiketë · Dyshova për cilësinë ose origjinën · Tjetër

13. A kontrolloni etiketën dhe datën e skadencës para blerjes?

Gjithmonë · Shpesh · Rrallë · Asnjëherë

Pjesa IV - Produktet vendase dhe prodhimi bujqësor

14. A preferoni produktet ushqimore vendase ndaj produkteve të importuara?

Gjithmonë · Shpesh · Nuk ka rëndësi · Preferoj importet

15. Cilat janë arsyet që ju bëjnë të zgjidhni produktet vendase?

Janë më të freskëta · Janë më të sigurt · Janë më cilësore · Mbështes operatorët ushqimorë vendas · Kanë shije më të mirë · Janë më ekonomike · Tjetër

Pjesa V - Informimi i konsumatorit

16. Nga cilat burime merrni informacion mbi sigurinë ushqimore?

Televizioni dhe media tradicionale · Interneti/Rrjetet sociale · Institucionet publike · Ekspertë të fushës · Organizata jofitimprurëse · Fletëpalosje · Nuk marr informacion

17. A mendoni se konsumatorët shqiptarë janë mjaftueshëm të informuar për të zgjedhur produkte të sigurt?

Po · Pjesërisht · Jo · Aspak

Pjesa VI - Besimi te sistemi i kontrollit dhe institucionet

18. A jeni në dijeni se në Shqipëri ekzistojnë institucione përgjegjëse për kontrollin e sigurisë ushqimore?

Po · Jo

19. Sa besoni te kontrollet zyrtare të sigurisë ushqimore?

Shumë · Deri diku · Pak · Aspak

20. Sipas mendimit tuaj, cilat fusha kërkojnë kontroll më të madh?

Produktet e importuara · Produktet vendase · Produktet pa etiketë dhe origjinë · Tregjet ushqimore · Restorantet dhe njësitë hoteliere · Fermerët dhe blegtorët · Tjetër

21. Nëse do të kishit një ankesë për një produkt ushqimor, a dini ku duhet të drejtoheni?

Po · Jo

Pjesa VII - Vlerësim dhe rekomandime nga qytetarët

22. Si e vlerësoni nivelin aktual të sigurisë ushqimore në Shqipëri?

Shumë i mirë · I mirë · Mesatar · I dobët · Shumë i dobët

23. Cili është shqetësimi kryesor që keni lidhur me ushqimet që konsumoni?
(Përgjigje e hapur)

24. Cila është masa më e rëndësishme për përmirësimin e sigurisë ushqimore në Shqipëri?

Kontrolle më të shpeshta · Ndëshkime më të forta për ata që abuzojnë me sigurinë ushqimore · Informim më i madh i konsumatorëve · Mbështetje për prodhuesit vendas · Përmirësim i laboratorëve dhe rritje e numrit të analizave · Kontroll më i fortë në pikat kufitare · Rritje e ndërgjegjësimit të konsumatorëve · Tjetër

Shënime

1. Dollani, N. (2018). *Ligji për Mbrojtjen e Konsumatorëve: Teksti me shpjegime*. [↵](#)
2. Direktiva (BE) 2020/1828 e Parlamentit Evropian dhe e Këshillit, datë 25 nëntor 2020, *Për veprimet përfaqësuese për mbrojtjen e interesave kolektive të konsumatorëve*. [↵](#)
3. Mustafaraj, E. (2017). *E Drejta e Konsumatorit*. [↵](#)
4. Komisioni Evropian (2022). *Raporti i Progresit për Shqipërinë*. [↵](#)
5. Ligji nr. 9863, “Për ushqimin”, i ndryshuar. [↵](#)
6. Strategjia Ndërsektorale për Mbrojtjen e Konsumatorëve dhe Mbikëqyrjen e Tregut 2024-2030. [↵](#)
7. Për qëllime të interpretimit të rezultateve, këto të dhëna duhet të konsiderohen si përshkrim i përbërjes së kampionit të përfshirë në anketë dhe jo si tregues përfaqësues i të gjithë popullsisë së Shqipërisë. [↵](#)
8. Për qëllime raportimi, këto të dhëna duhet të interpretohen si përbërje e kampionit të anketës dhe jo si përfaqësim statistikor i të gjithë popullsisë së Shqipërisë, pasi pjesëmarrja është bazuar në një pyetësor online dhe në shpërndarje përmes rrjeteve sociale dhe kontakteve personale/profesionale. [↵](#)



Ky publikim është prodhuar me mbështetjen financiare të Bashkimit Evropian. Përmbajtja e tij është përgjegjësi e vetme e autores, Msc. Migena Kalthi, dhe nuk pasqyron domosdoshmërisht pikëpamjet e Bashkimit Evropian.