



Financuar nga
Bashkimi Evropian

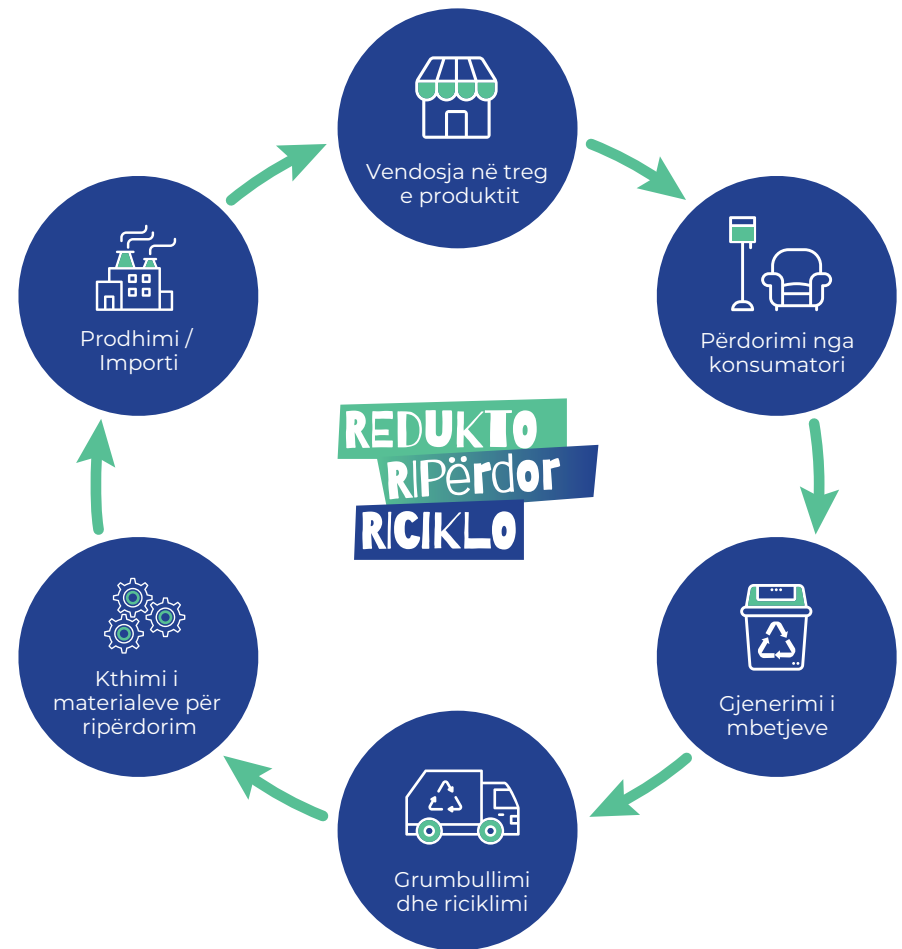
EU4GreenGen

Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit (PZP)

Udhëzues praktik për bizneset

REDUKTO
RIpërdor
RIKIKLO





Përgatiti: Prof. Asoc. Konalsi Gjoka
Ekspert për Ekonominë Qarkulluese

Kjo Guidë mundësohet nga projekti EU4GreenGen, financuar nga Bashkimi Evropian, në kuadër të fushatës " Redukto, Ripërdor, Riciklo për një Shqipëri më të Gjelbër". Qëndrimet dhe opinionet e shprehura në të janë të autorit dhe nuk pasqyrojnë domosdoshmërisht ato të Bashkimit Evropian, apo të Delegacionit të BE-së në Shqipëri.

Tabela e Përmbajtjes

LISTA E FIGURAVE	3
LISTA E SHKURTESAVE	3
QËLLIMI I UDHËZUESIT	4
KUSH MUND TA PËRDORË KËTË UDHËZUES?	5
I. Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit: Pse bizneset duhet të veprojnë tani?	6
1.1 Çfarë është PZP-ja, në terma të thjeshtë?	6
1.2 Pse po zbatohet PZP-ja tani?	6
1.3 Çfarë ndryshon në mënyrën si bizneset duhet të shohin produktin?	8
1.4 Pse është thelbësore për bizneset, përgatitja në kohë?	8
II. A përfshihet biznesi juaj në PZP?	10
2.1 Si ta kuptoj nëse biznesi im është subjekt i PZP-së	10
2.2 Cilat kategori produktesh mbulohen nga PZP-ja?	11
2.3 Kush mban përgjegjësi brenda zinxhirit të furnizimit?	12
2.4 Shembuj konkretë nga realiteti i bizneseve	13
2.5 Po nëse jam biznes i vogël a jam subjekt i PZP-së?	13
III. Çfarë ndryshon konkretisht për biznesin tuaj zbatimin e PZP-së?	14
3.1 Përgjegjësia për të dhënat dhe raportimin	15
3.2 Përgjegjësia financiare	16
3.3 Përgjegjësia për komunikimin dhe informimin	17
3.4 Organizimi i brendshëm: kusht për zbatimin me efikasitet të e PZP-së	17
IV. Si duhet të përgatitet biznesi hap pas hapi për zbatimin e PZP-së?	18
4.1 Identifikoni produktet dhe materialet që vendosni në treg	19
4.2 Llogaritni sasinë dhe peshën e produkteve të vendosura në treg	20
4.3 Vendosni si do ta zbatoni PZP-në: individualisht apo përmes SHPZP-së	21
4.4 Regjistrimi si subjekt prodhues	22
4.5 Organizoni proceset e brendshme të biznesit	23
4.6 Raportoni dhe paguani kontributin financiar	23
4.7 Informoni konsumatorët dhe bashkëpunoni me sistemin	24
4.8 Monitoroni, përmirësoni dhe optimizoni	25

V. Si funksionon sistemi PZP-së në praktikë?	26
5.1 Si lidhen aktorët mes tyre në sistemin PZP	27
5.2 Si funksionon raportimi në sistemin PZP?	30
5.3 Pse raportimi i saktë është në interes të biznesit?	32
VI. Sa do t'i kushtojë biznesit PZP-ja?	33
6.1 Çfarë përfaqëson kostoja e PZP-së?	33
6.2 Si llogaritet kostoja e PZP-së?	34
6.3 Çfarë nuk ndikon në koston e PZP-së?	35
6.4 A janë këto kosto të parashikueshme për biznesin?	36
6.5 Si mund ta menaxhojë biznesi koston e PZP-së?	36
6.6 A mund të kthehet kostoja e PZP-së në avantazh për biznesin?	37
VII. Çfarë rreziqesh përballon biznesi nëse nuk përputhet me PZP-në	37
7.1 Rreziku financiar: gjoha dhe kosto të paparashikuara	37
7.2 Rreziku operativ: ndërprerje ose kufizim i aktivitetit	38
7.3 Rreziku reputacional: humbja e besimit	38
7.4 Rreziku i inspektimeve dhe kontroleve të shpeshta	38
7.5 Rreziku strategjik: humbja e avantazhit konkurrues	39
7.6 Gabime të zakonshme që rrisin rrezikun e mospërputhjes	39
VIII. Modele praktike të PZP-së - Raste studimore dhe mësim për bizneset	40
8.1 Modeli CONAI në Itali. Si funksionon një sistem i konsoliduar i PZP-së për paketimin?	40
8.2 Modeli gjerman i PZP-së. Sistemi dual dhe rëndësia e të dhënave të sakta	41
8.3 Modeli francez i PZP-së si instrument për dizajnin ekologjik dhe inovacion	42
8.4 Modeli kroat i PZP-së. Qasje e centralizuar dhe pragmatike për vende me treg më të vogël	43
IX. Lista e plotë praktike për bizneset. Si të verifikoni nëse jeni gati për PZP-në?	45
X. PZP-ja nga detyrim ligjor në mundësi strategjike për bizneset	49

LISTA E FIGURAVE

Figura 1. Identifikimi nëse biznesi është subjekt i PZP-së	10
Figura 2. Kategoritë e produkteve që mbulohen nga PZP-ja	12
Figura 3. Detyrimet e biznesit që rrjedhin nga PZP-ja	15
Figura 4. Hapat për zbatimin e PZP-së	19
Figura 5. Aktorët kryesorë të sistemit PZP	30
Figura 6. Kostoja e sistemit të PZP-së	33
Figura 7. Elementet kryesore përbërëse të kostos së PZP-së	34

LISTA E SHKURTESAVE

PZP – Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit

SHPZP – Shoqëritë e Përgjegjësive të Zgjeruar të Prodhuesit

BE – Bashkimi Evropian

PEE – Pajisje Elektrike dhe Elektronike

WEEE – Mbetje nga Pajisjet Elektrike dhe Elektronike

ELV – Automjete në Fund të Jetës

AKM – Agjencia Kombëtare e Mjedisit

QËLLIMI I UDHËZUESIT

Ky udhëzues është hartuar për t'u ardhur në ndihmë bizneseve që të kuptojnë në mënyrë të thjeshtë dhe praktike sistemin e ri të Përgjegjësive të Zgjeruar të Prodhuesit (PZP), që pritet të hyjë në fuqi me miratimin e ligjit të ri.

Ky udhëzues

- shpjegon me gjuhë joteknike çfarë është PZP-ja dhe pse po zbatohet,
- i përkthen kërkesat ligjore në hapa konkretë që duhet të ndëmarrë një biznes,
- ndihmon subjektet prodhuese/importuese të përgatiten për detyrimet e reja financiare, administrative dhe operacionale,
- ofron mjete praktike (listë kontrolli, shembuj, pyetje të zakonshme) për të vendosur një sistem të brendshëm të përputhshmërisë me PZP-në,
- synon të reduktojë pasiguritë, koston e gabimeve dhe rrezikun e mospërputhjes së bizneseve në fazën e tranzicionit.

Qëllimi përfundimtar është që çdo biznes, pavarësisht nga madhësia apo sektori, të ketë një udhëzues të qartë, të besueshëm dhe të përdorshëm, që ta ndihmojë të marrë vendime të mirëmenduara dhe të përgatitet pa vonesa për zbatimin e sistemit të ri.

KUSH MUND TA PËRDORË KËTË UDHËZUES?

Ky udhëzues është konceptuar për një gamë të gjerë aktorësh që lidhen drejtpërdrejt ose tërthorazi me produktet që vendosen në treg dhe mbetjet që ato gjenerojnë. Konkretisht, për:

i. Bizneset që vendosin në treg produkte për herë të parë, pra subjektet prodhuese sipas ligjit (prodhues vendas, importues, distributorë me markë private, tregtarë të produkteve të paketuara, kompani që sjellin produkte me kontratë ekskluzive)

ii. Bizneset që prodhojnë apo përdorin paketime (industri ushqimore dhe pijesh, farmaci dhe kozmetikë, industri tekstilësh, produkte pastrimi, industri të materialeve të ndërtimit, çdo biznes që hedh produkte të paketuara në treg). Kompanitë që importojnë ose shesin pajisje elektrike dhe elektronike, bateri, goma, tekstile (dyqane elektronike, supermarkete, kompani automjetesh, magazina shpërndarjeje, kompani online).

iii. Operatorët e sistemeve të përgjegjësisë së prodhuesve (SHPZP) (organizata kolektive të riciklimit, skema të autorizuara të trajtimit të mbetjeve, ofrues të shërbimeve për trajtimin e rrymave specifike të mbetjeve).

iv. Konsulentë dhe specialistë të përputhshmërisë mjedisore.

v. Dhomat e tregtisë, shoqata biznesi, inkubatorë dhe OJQ që mbështesin bizneset.

vi. Institucione publike që janë përgjegjës për t'u komunikuar bizneseve kërkesat dhe detyrimet e tyre

I. Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit: Pse bizneset duhet të veprojnë tani?

Shqipëria po hyn në një fazë të re të menaxhimit të produkteve dhe mbetjeve, ku roli i bizneseve ndryshon në mënyrë thelbësore. Për herë të parë, prodhuesit dhe importuesit që vendosin produkte në treg, nuk do të jenë përgjegjës vetëm për shitjen e tyre, por edhe për mënyrën se si këto produkte trajtohen, pasi përfundojnë ciklin e përdorimit dhe kthehen në mbetje. Ky parim quhet Përgjegjësia e Zgjeruar e Prodhuesit (PZP) dhe përbën një nga shtyllat kryesore të ekonomisë qarkulluese dhe të përafrimit të Shqipërisë me standardet e Bashkimit Evropian. PZP-ja nuk është thjesht një ndryshim ligjor, por është një ndryshim i mënyrës së të menduarit për produktin, për koston e tij reale dhe për përgjegjësinë e biznesit në të gjithë ciklin e jetës.

1.1 Çfarë është PZP-ja, në terma të thjeshtë?

PZP-ja është parimi sipas të cilit bizneset që vendosin produkte në treg mbajnë edhe përgjegjësi financiare, dhe organizative për menaxhimin e mbetjeve që këto produkte gjenerojnë pas përdorimit. Kjo do të thotë që kostoja e mbetjeve nuk mbulohet më vetëm nga bashkitë dhe taksapaguesit, por bëhet dhe pjesë e koston reale të produktit.

Në praktikë, kjo përgjegjësi realizohet përmes sistemeve të organizuara të grumbullimit, trajtimit dhe riciklimit, zakonisht nëpërmjet organizatave të specializuara.

1.2 Pse po zbatohet PZP-ja tani?

Zbatimi i PZP-së nuk është i rastësishëm. Ai vjen si përgjigje ndaj disa nevojave kombëtare dhe ndërkombëtare:

1. Përmbushja e standardeve të BE-së dhe procesi i integritimit: PZP-ja është një nga kërkesat e detyrueshme të direktivave evropiane për paketimin, pajisjet elektrike dhe elektronike,

bateritë, tekstilet dhe rryma të tjera specifike të mbetjeve. Për Shqipërinë, zbatimi i PZP-së është një hap i domosdoshëm drejt harmonizimit të kuadrit ligjor me BE-në dhe përgatitjes së tregut vendas për konkurrencë të barabartë në hapësirën evropiane.

2. Zgjidhja e problematikave të trashëguara në menaxhimin e mbetjeve: Sot, kostot e menaxhimit të mbetjeve shpesh bien mbi bashkitë dhe, për rrjedhojë, mbi taksapaguesit. Por pjesa më e madhe e mbetjeve buron nga produktet e vendosura në treg nga bizneset. Me PZP-në, këto kosto zhvendosen drejt atyre që përfitojnë nga shitja e produkteve, prodhuesve dhe importuesve, duke e bërë sistemin më të drejtë dhe financiarisht të qëndrueshëm.

3. Nevoja për të rritur riciklimin dhe për të ulur varësinë nga depozitimet në vendet e groposjes (landfill): Shqipëria depoziton ende një pjesë shumë të madhe të mbetjeve në vendet e groposjeve. PZP-ja krijon një mekanizëm financiar dhe operacional që favorizon grumbullimin, ndarjen dhe riciklimin. Sa më shumë të riciklohet, aq më pak mbetje përfundojnë në vendet e groposjes (landfill), me kosto më të ulëta për shoqërinë dhe për bizneset në periudhën afatgjatë.

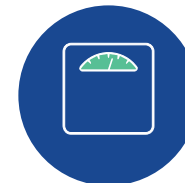
4. Rritja e presionit nga tregjet ndërkombëtare: Konsumatorët, partnerët e huaj dhe zinxhirët evropianë të furnizimit po kërkojnë produkte të gjurmueshme, paketim të ricikluar dhe përgjegjësi mjedisore. Bizneset shqiptare që nuk përshtaten, rrezikojnë të humbasin tregje. PZP-ja i ndihmon prodhuesit dhe importuesit shqiptarë që të flasin të njëjtën “gjuhë të qëndrueshmërisë” si partnerët e tyre në BE.

1.3 Çfarë ndryshon në mënyrën si bizneset duhet të shohin produktin?

Me zbatimin e PZP-së, produkti nuk shihet më vetëm si mall për shitje, por si produkt bashkë me paketimin e tij. Kjo do të thotë se:



Paketimi bëhet po aq i rëndësishëm sa vetë produkti



Pesha dhe materiali ndikojnë drejtpërdrejt në kosto



Mënyra e skicimit/dizajnit dhe e paketimit ka pasoja financiare reale kosto

Në këtë kuadër, PZP-ja e lidh vendimmarrjen mjedisore me vendimmarrjen ekonomike të biznesit.

1.4 Pse është thelbësore për bizneset, përgatitja në kohë?

Ekzistojnë disa arsye të forta pse vonesa në përgatitje rrit rrezikun, shton kostot dhe çon në humbjen e mundësive:

1. PZP-ja kërkon të dhëna dhe evidenca që shumë biznese nuk i mbajnë aktualisht. Për të pasur përpunime efektive, një biznes duhet të jetë në gjendje të ndjekë:

- a. peshën e paketimit,
- b. llojet e materialeve të përdorura,
- c. sasi të vjetore të produkteve të vendosura në treg,
- d. lëvizjet dhe flukset e stokut.

Këto të dhëna nuk mblidhen brenda natës dhe kërkojnë kohë për t'u organizuar dhe verifikuar.

2. Kontraktimi i një SHPZP-je dhe organizimi i proceseve të brendshme kërkon kohë. Bizneset duhet të vlerësojnë dhe të zgjedhin opsionin më efikas të përputhshmërisë sipas situatës së tyre specifike. Kjo përfshin analiza, këshillim profesional dhe vendimmarrje të brendshme, të cilat kërkojnë kohë të mjaftueshme përgatitore.

3. Gjocat dhe pezullimi i mundshëm i autorizimeve mund të ndikojnë drejtpërdrejt në vazhdimësinë e aktivitetit të biznesit. Mospërputhshmëria nuk është më thjesht një çështje administrative, ajo përfaqëson një rrezik real për operacionet, likuiditetin dhe reputacionin e kompanisë.

4. Bizneset që përshtaten më herët përfitojnë më shumë. PZP-ja mund të ndikojë në nivelin e tarifave, strukturën e kostove dhe vendimet për dizajnin e produkteve. Bizneset që veprojnë herët kanë më shumë gjasa të arrijnë:

- kosto më të ulëta në periudhën afatgjatë,
- avantazhe konkurruese,
- standarde më të forta të qëndrueshmërisë,
- akses në tregje dhe partneritete të reja.

5. PZP-ja nuk është thjesht një ligj, por një model i ri mjedisor dhe ekonomik. Ndërsa shumë biznese fillimisht e perceptojnë PZP-në si barrë rregullatore, vendet që e kanë zbatuar prej vitesh e shohin gjithnjë e më shumë si:

- një nxitës të inovacionit
- një mundësi për rritje të produktivitetit,
- një mjet për uljen e kostove të menaxhimit të mbetjeve,
- një avantazh konkurrues për markat e përgjegjshme,
- një rrugë për të konkurruar me sukses në tregjet evropiane.

Në këtë kapitull shpjegohet pse PZP-ja po zbatohet dhe pse bizneset duhet të veprojnë tani. Kapitujt vijues të udhëzuesit do t'i ndihmojnë bizneset të kuptojnë:

- nëse përfshihen apo jo në PZP,
- çfarë ndryshon konkretisht për ta,
- çfarë hapash duhet të ndërmarrin,
- si të menaxhojnë kostot dhe rreziqet në mënyrë të kontrolluar.

II. A përfshihet biznesi juaj në PZP?

Pasi shpjeguar pse PZP-ja po zbatohet dhe pse është e rëndësishme që bizneset të përgatiten, pyetja e radhës është shumë konkrete. A më prek PZP-ja mua si biznes? Ky kapitull ka për qëllim t'i japë çdo biznesi një përgjigje të qartë, të shpejtë dhe të menjëhershme, për këtë pyetje, përmes një testi me katër pyetje.

2.1 Si ta kuptoj nëse biznesi im është subjekt i PZP-së

Nëse i përgjigjeni me “Po” njërës prej pyetjeve të mëposhtme, atëherë biznesi juaj hyn automatikisht në kuadrin e PZP-së dhe do të ketë detyrime të reja.



Figura 1. Identifikimi nëse biznesi është subjekt i PZP-së?

Pra, nëse i jeni përgjigjur me “Po” njërës prej pyetjeve, atëherë jeni subjekt i PZP-së. Në të gjitha rastet, nuk ka rëndësi madhësia e biznesit, por aktiviteti i tij.

2.2 Cilat kategori produktesh mbulohe nga PZP-ja?

PZP-ja zbatohet për produktet që pas përdorimit shndërrohen në mbetje me ndikim të lartë. Këto kategori janë të përcaktuara nga ligji dhe do të zbatohen në disa faza. Lista e kategorive që janë të detyrueshme për biznesin sipas ligjit për PZP-në janë:

i. Paketimi: Kartoni, plastika, qelqi, metali, druri, paketimi i produkteve ushqimore, detergjentëve, kozmetikës, mallrave të shitura në supermarketet etj.

ii. Pajisjet elektrike dhe elektronike (PEE / WEEE): TV, telefona, kompjuterë, printera, pajisje shtëpiake, pajisje të vogla të kuzhinës, llamba, panele solare etj.

iii. Bateri dhe mbetjet e baterive: Bateri portative, bateri automjesh, bateri industriale.

iv. Automjetet në fund të jetës: Pjesë metalike, plastika dhe materiale të përziera, vajra, bateri dhe akumulatorë, goma, pajisje elektrike dhe elektronike.

v. Vajra të përdorura: Vajra lubrifikantë motorikë dhe industrialë, vajra hidraulikë, vajra transmetimi, vajra nga automjetet, makineritë industriale dhe pajisjet mekanike

Megjithatë, ligji aktual për PZP-në parashikon që fusha e PZP-së mund të zgjerohet në të ardhmen për kategori të tjera produktesh, përmes akteve nënligjore dhe fazave të zbatimit, në përputhje me politikat e BE-së dhe zhvillimet e tregut.

Në praktikën evropiane, PZP-ja zbatohet, gjithashtu, për rryma të tjera mbeturinash, si tekstilet, gommat, vaji i përdorur, mobiliet apo materiale ndërtimi. Këto kategori nuk janë ende pjesë e fushës së detyrueshme të PZP-së, gjithsesi, pritet që në të ardhmen të përfshihen në këtë ligj.



Figura 2. Kategoritë e produkteve që mbulohe nga PZP-ja

2.3 Kush mban përgjegjësi brenda zinxhirit të furnizimit?

Një nga keqkuptimet më të shpeshta është besimi se përgjegjësia bie gjithmonë te prodhuesi i origjinës. Në praktikë:

- Importuesit mbajnë përgjegjësi për produktet që sjellin në Shqipëri.
- Prodhuesit vendas mbajnë përgjegjësi për produktet që hedhin në treg.
- Pronarët e markës private mbajnë përgjegjësi, edhe nëse nuk e prodhojnë vetë produktin.

Parimi është i thjeshtë, ai që fiton nga shitja e produktit, duhet të marrë përgjegjësinë për mbeturinat që krijon ai produkt.

2.4 Shembuj konkretë nga realiteti i bizneseve

1. Supermarket ose dyqan ushqimor	Shet produkte të paketuara të prodhuara në vend ose të importuara. Për këtë arsye, konsiderohet subjekt i PZP për të gjithë paketimin që vendos
2. Importues pajisjesh elektronike	Importon dhe vendos në treg telefona celularë, laptopë, pajisje elektroshtëpiake dhe pajisje të tjera elektronike. Ky subjekt është i detyruar të zbatojë PZP-në si për pajisjet elektrike dhe elektronike (PEE/WEEE), ashtu edhe për paketimin përkatës të tyre.
3. Prodhues i ujit në shishe	Prodhon dhe paketon ujë për konsum në ambalazh të ndryshëm. Ky biznes është subjekt i PZP-së për shishet, kapakët dhe çdo komponent tjetër të paketimit që vendoset në treg.
4. Servis automjetesh	Shet ose zëvendëson goma dhe bateri automjetesh ose vajin gjatë shërbimeve të mirëmbajtjes. Për këto produkte, subjekti është i detyruar të zbatojë skemën e PZP-së për vajin, gomat dhe bateritë, sipas detyrimeve ligjore përkatëse.
5. Dyqan veshjesh	Importon dhe shet veshje të gatshme nga tregjet e huaja. Në këtë rast, biznesi konsiderohet subjekt i PZP-së për tekstilet që vendos për herë të parë në

2.5 Po nëse jam biznes i vogël a jam subjekt i PZP-së?

Po, nëse vendosni produkte në treg, pavarësisht nga madhësia e biznesit tuaj. Por detyrimet shpesh janë më të thjeshta:

- sasi më të vogla për të raportuar,
- kontribute financiare më të ulëta,
- procedura të thjeshtuara përmes SHPZP-ve,
- më pak barrë administrative.

Qëllimi nuk është që të penalizohen bizneset e vogla, por që secili të kontribuojë në menaxhimin e mbetjeve sipas peshës së vërtetë të produkteve që hedh në treg.

Ky kapitull ju ndihmoi që të kuptoni nëse biznesi juaj përfshihet apo jo në PZP. Në kapitullin në vijim shpjegohet se çfarë ndryshon konkretisht për biznesin tuaj, sapo të përfshihen në sistem.

III. Çfarë ndryshimi sjell konkretisht për biznesin tuaj zbatimi i PZP-së?

Në këtë kapitull synohet t'i jepet një përgjigje e qartë kësaj pyetjeje në mënyrë sa më praktike dhe të thjeshtë. PZP-ja nuk kërkon që bizneset të ndryshojnë modelin e tyre të operimit nga dita në ditë, por kërkon një organizim më të mirë, transparencë dhe përgjegjësi për produktet që vendosen në treg.

Në modelin tradicional, pasi një produkt shitej, përgjegjësia e biznesit përfundonte. Mbetjet menaxhoheshin kryesisht nga bashkitë dhe financoheshin nga taksat e qytetarëve. Me hyrjen në fuqi të ligjit për PZP-në, ky model ndryshon:

- biznesi bëhet pjesë aktive e menaxhimit të mbetjeve,
- kostot shpërndahen në mënyrë më të drejtë,
- përgjegjësia lidhet drejtpërdrejt me sasinë dhe llojin e produkteve të vendosura në treg.

Me hyrjen e sistemit të PZP-së, bizneset që janë subjekte të PZP-së do të kenë disa detyrime të reja, të cilat janë të ndërlidhura dhe funksionojnë vetëm nëse trajtohen në mënyrë të organizuar:

1. Përgjegjësia për të dhënat dhe raportimin
2. Përgjegjësia financiare
3. Përgjegjësia për komunikimin dhe informimin

Këto përgjegjësi nuk janë të izoluara nga njëra-tjetra dhe nuk kërkojnë ndryshim të modelit të biznesit, por një organizim më të mirë, transparencë dhe planifikim.

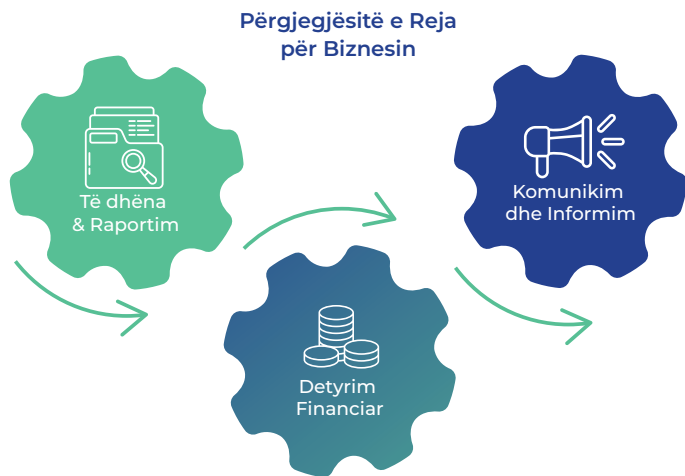


Figura 3. Detyrimet e biznesit që rrjedhin nga PZP-ja

3.1 Përgjegjësia për të dhënat dhe raportimin

Pas regjistrimit si subjekt i PZP -së, biznesi ka detyrimin që të krijojë, të mbajë dhe të raportojë të dhëna të sakta për produktet dhe paketimin që vendos në treg. Në praktikë, kjo do të thotë që biznesi duhet të krijojë një regjistër të brendshëm PZP, ku të pasqyrojë në mënyrë të vazhdueshme:

- kategoritë e produkteve të vendosura në treg,
- sasi të vjetore,
- peshën e produkteve dhe të paketimit,
- llojin e materialeve përbërëse.

Këto të dhëna duhet:

- të raportohen pranë SHPZP-së, në rast se biznesi është pjesë e një skeme kolektive,
- të raportohen pranë institucionit përgjegjës (Ministritë së Mjedisit), sipas kërkesave ligjore,
- të shoqërohen me një vetëdeklarim vjetor për përmbushjen e detyrimeve për vitin pasardhës.

Edhe kur raportimi kryhet përmes SHPZP-së, biznesi mbetet përgjegjës për korrektësinë dhe vërtetësinë e të dhënave.



Këshilla praktike:

- Mos synoni perfeksion në vitin e parë, synoni konsistencë dhe dokumentim.
- Përdorni burime ekzistuese: doganë, fatura, magazinë, furnitorë.
- Mbani të arkivuara të gjitha dokumentet mbështetëse.
- Caktoni një person përgjegjës për regjistrin PZP, edhe nëse është rol dytësor.

3.2 Përgjegjësia financiare

Përgjegjësia financiare është elementi qendror i sistemit PZP. Biznesi duhet të kontribuojë financiarisht për menaxhimin e mbetjeve që produktet e tij gjenerojnë pas përdorimit. Ky kontribut:

- mbulon grumbullimin, transportin dhe riciklimin e mbetjeve,
- ndihmon në përmbushjen e objektivave kombëtarë të riciklimit,
- mbështet fushatat e informimit dhe funksionimin e sistemit.

Kontributi financiar nuk është një taksë shtesë. Ai nuk varet nga xhiroja apo fitimi i kompanisë. Ky kontribut përcaktohet nga:

- sasia e produkteve dhe e paketimit të vendosur në treg,
- pesha e tyre,
- lloji i materialit të përdorur,
- kategoria e produktit.

Biznesi mund ta përmbushë këtë përgjegjësi:

- përmes një SHPZP-je (opsioni më i zakonshëm dhe praktik),
- ose përmes një skeme individuale, e përshtatshme vetëm për biznese shumë të mëdha me kapacitete të forta administrative.



Këshilla praktike:

- Trajtojeni PZP-në si kosto të produktit, jo si penalitet.
- Planifikoni kontributin në buxhetin vjetor.
- Analizoni peshën dhe dizajnin e paketimit – shpesh aty fshihen kursimet më të mëdha.
- Zgjidhni SHPZP-në jo vetëm nga tarifa, por edhe nga transparenca dhe shërbimet që ofron.

3.3 Përgjegjësia për komunikimin dhe informimin

PZP-ja parashikon që biznesi ka, gjithashtu, përgjegjësi për informimin e konsumatorëve dhe përdoruesve të fundit mbi mënyrën e menaxhimit të produkteve në fund të jetës së tyre. Kjo përfshin:

- dhënie informacioni të qartë mbi riciklimin dhe kthimin e produkteve,
- përdorim etiketash, simbolesh ose udhëzimesh të thjeshta,
- bashkëpunim në fushata ndërgjegjësimi me SHPZP-në dhe autoritetet publike.

Në shumicën e rasteve, aktivitetet e komunikimit koordinohen nga SHPZP-të, por biznesi mbetet përgjegjës për pjesëmarrjen e tij, si dhe duhet të sigurohet që informacioni që jep është konsistent dhe i harmonizuar me sistemin.



Këshilla praktike:

- Mos përdorni gjuhë teknike – thjeshtësia funksionon më mirë.
- Filloni me mjete bazë: etiketa, website, pika shitjeje.
- Harmonizoni komunikimin me SHPZP-në.
- Transparenca, edhe me hapa të vegjël, rrit besimin e konsumatorëve.

3.4 Organizimi i brendshëm: kusht për zbatimin me efikasitet të PZP-së

Zbatimi i suksesshëm i të gjitha këtyre detyrimeve kërkon një minimum organizimi të brendshëm.

Në praktikë, biznesi duhet:

- të caktojë një person përgjegjës për koordinimin e PZP-së,
- të sigurojë bashkëpunim mes financës, magazinës dhe logjistikës.
- të përcaktojë qartë:

- kush mban regjistrin e të dhënave,
- kush komunikon me SHPZP-në dhe institucionet,
- kush kryen raportimet dhe pagesat,
- të ruajë dokumentacionin në mënyrë të strukturuar dhe të mirëorganizuar.

Për shumicën e bizneseve, veçanërisht biznesve të vogla dhe të mesme (NVM), këto detyra mund të përmbushen nga një person i vetëm, për sa kohë që roli dhe përgjegjësitë janë të mirëpërcaktuara.



Këshilla praktike:

- Bizneset që integrojnë PZP-në në proceset ekzistuese të financës dhe logjistikës, dhe jo si sistem paralel, arrijnë përputhshmëri më të lartë me kosto më të ulët.

Në këtë kapitull u shpjegua se çfarë përgjegjësish ka biznesi sipas PZP-së. Kapitulli në vijim i shndërron këto përgjegjësi në hapa konkretë veprimi, duke i udhëzuar bizneset se si të përgatiten dhe të veprojnë hap pas hapi në mënyrë praktike dhe të kontrolluar.

IV. Si duhet të përgatitet biznesi hap pas hapi për zbatimin e PZP-së?

Pasi biznesi e ka kuptuar nëse PZP-ja e prek aktivitetin e tij dhe çfarë ndryshon me hyrjen e sistemit të ri, pyetja më e rëndësishme që shtrohet, është: Çfarë duhet të bëjë konkretisht biznesi, dhe nga duhet t'ia fillojë?

Ky kapitull përshkruan hapat praktikë që çdo biznes duhet të ndjekë, që nga identifikimi i produkteve deri te raportimi dhe pagesat, në një rend logjik, të zbatueshëm dhe praktik.



Figura 4. Hapat për zbatimin e PZP-së

4.1 Identifikoni produktet dhe materialet që vendosni në treg

Përgatitja për PZP-në fillon nga një analizë e thjeshtë, por shumë e rëndësishme: çfarë produktesh dhe çfarë materialesh po hedh realisht në treg biznesi juaj? Çdo biznes duhet të krijojë një pasqyrë të qartë:

- të produkteve kryesore që shet/importon/prodhon,
- të paketimit të tyre (parësor, dytësor, tretësor),
- të materialeve përbërëse (plastikë, karton, metal, qelq, tekstil etj.).

Shumë biznese gabojnë duke raportuar vetëm produktin dhe jo paketimin. Në PZP, paketimi është po aq i rëndësishëm sa vetë produkti.



Këshilla praktike:

- Filloni duke identifikuar produktet më të shitura ose me volumet më të larta, në vend që të përpiqeni të analizoni të gjithë portofolin njëherësh.
- Përdorni dokumentacionin ekzistues, si listat e produkteve, fletët teknike të materialeve, specifikimet e furnitorëve dhe faturat e paketimit, për të shmangur krijimin e të dhënave të reja nga zero.
- Kushtoni vëmendje të veçantë përbërësve të paketimit, përfshirë paketimin primar, sekondar dhe terciar, të cilët shpesh neglizhohen.
- Kur informacioni mungon, bashkëpunoni me furnitorët për të siguruar përbërjen standarde të materialeve dhe peshat mesatare.

4.2 Llogaritni sasinë dhe peshën e produkteve të vendosura në treg

PZP-ja bazohet mbi një parim shumë të thjeshtë: sa më shumë produkte dhe paketim hidhni në treg, aq më e madhe është përgjegjësia juaj. Për këtë arsye, biznesi duhet të llogarisë:

- numrin e produkteve të vendosura në treg gjatë vitit,
- peshën mesatare të produktit dhe paketimit,
- peshën totale vjetore për secilin material.

Në praktikë kjo mund të realizohet

- duke përdorur të dhëna nga importet, faturat, magazina,
- duke marrë peshën nga furnizuesit ose prodhuesit,
- duke përdorur peshë mesatare, nëse nuk ka matje individuale.

Nuk kërkohet perfeksion matematik. Kërkohet konsistencë, transparencë dhe dokumentacioni i duhur.

**Këshilla praktike:**

- Përdorni të dhënat vjetore si pikënisje, përmirësimi mujor ose tremujor mund të vijoje pasi të jenë vendosur sistemet përkatëse.
- Kur matjet e sakta nuk janë të disponueshme, aplikoni mesatare të arsyeshme dhe dokumentoni supozimet e përdorura.
- Siguroni që sasinë e raportuara të jenë në përputhje me të dhënat kontabël, deklaratat e importit dhe evidencat e inventarit, për të shmangur mospërputhjet.
- Fokusohuni te konsistenca e të dhënave me kalimin e kohës, dhe jo te saktësia absolute në ciklin e parë të raportimit.

4.3 Vendosni si do ta zbatoni PZP-në: individualisht apo përmes SHPZP-së

Në këtë pikë, biznesi duhet të marrë një vendim strategjik.

Opsioni A – Zbatim individual	Opsioni B – Zbatim përmes SHPZP (opsioni më i zakonshëm)
<p>Biznesi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • organizon vetë grumbullimin dhe riciklimin, • kontraktin operatorë, • raportin drejtpërdrejt, • mban të gjithë barrën administrative <p>Ky opsion është zakonisht i përshtatshëm vetëm për:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kompani shumë të mëdha, • prodhues me volume të mëdha, • biznese me kapacitete të forta administrative. 	<p>Biznesi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kontraktin një organizatë të autorizuar, • paguan kontributin përkatës, • SHPZP-ja merret me grumbullimin, riciklimin, raportimin dhe objektivat. <p>Për shumicën dërrmuese të bizneseve, ky është opsioni më praktik dhe më i sigurt.</p>

**Këshilla praktike:**

- Vlerësoni me ndershmëri kapacitetet tuaja të brendshme përpara se të zgjidhni një skemë individuale përputhshmërie, pasi barra administrative shpesh nënvlerësohet.
- Për shumicën e bizneseve, anëtarësimi në një SHPZP ofron parashikueshmëri të kostove, thjeshtësi administrative dhe ulje të rrezikut të mospërputhshmërisë.
- Krahasoni SHPZP-të jo vetëm mbi bazën e tarifave, por edhe mbi shërbimet e ofruara, mbështetjen për raportim dhe nivelin e transparencës. Shqyrtoni me kujdes kontratat për të kuptuar qartë rolet, përgjegjësitë dhe kushtet e daljes nga skema.

4.4 Regjistrimi si subjekt prodhues

Pasi biznesi ka qartësuar produktet që vendos në treg dhe mënyrën e zbatimit të përputhshmërisë, hapi tjetër është formalizimi. Regjistrimi përfshin:

- identifikimin e biznesit si subjekt që vendos produkte në treg,
- deklarimin e kategorive të produkteve,
- lidhjen me skemën e zgjedhur (SHPZP ose individuale).

Regjistrimi nuk duhet parë si formalitet. Ai është baza e gjithë sistemit PZP.

**Këshilla praktike:**

- Përgatitni paraprakisht të gjithë informacionin e nevojshëm, përfshirë të dhënat e kompanisë, kategoritë e produkteve dhe sasinë e vlerësuar, përpara se të filloni procesin e regjistrimit.
- Siguroni që informacioni i paraqitur gjatë regjistrimit të jetë në përputhje me evidencat e brendshme dhe raportimet e ardhshme.
- Ruani në mënyrë të sigurt dokumentet e konfirmimit dhe numrat e regjistrimit, pasi mund të kërkohen gjatë auditimeve ose inspektimeve.
- Përditësoni menjëherë të dhënat e regjistrimit kur ndryshojnë kategoritë e produkteve ose aktivitetet e biznesit.

4.5 Organizoni proceset e brendshme të biznesit

PZP-ja nuk funksionon pa një minimum organizimi të brendshëm. Biznesi duhet të përcaktojë:

- cili mbledh të dhënat (financa, magazina, logjistika),
- kush komunikon me SHPZP-të,
- kush dorëzon raportimet,
- ku ruhen dokumentet.

Në shumicën e rasteve, mjafton një person përgjegjës për PZP-në, jo një strukturë e re.



Këshilla praktike:

- Caktoni një pikë të vetme përgjegjësie për koordinimin e PZP-së, për të shmangur fragmentimin e detyrave.
- Përcaktoni qartë rolet e financës, logjistikës dhe prokurimit në mbledhjen dhe raportimin e të dhënave.
- Integroni detyrat që lidhen me PZP-në në proceset ekzistuese të punës, në vend që të krijoni sisteme paralele.
- Dokumentoni procedurat e brendshme në një udhëzim ose listë kontrolli të thjeshtë, për të siguruar vazhdimësi, veçanërisht në rast ndryshimesh të stafit.

4.6 Raportoni dhe paguani kontributin financiar

Në bazë të të dhënave të mbledhura:

- biznesi raporton sasi të produkteve të vendosura në treg,
- llogaritet kontributi financiar,
- kryhet pagesa sipas afateve.

Këto fonde përdoren për:

- grumbullim,
- riciklim,
- informim dhe ndërgjegjësim të publikut,
- përmbushje të objektivave kombëtare të menaxhimit të mbetjeve.



Këshilla praktike:

- Filloni me vlerësime të thjeshta dhe konservatore gjatë cikleve të para të raportimit dhe përmirësoni gradualisht cilësinë e të dhënave me kalimin e kohës.
- Harmonizoni afatet e raportimit të PZP-së me ciklet ekzistuese të raportimit financiar dhe të inventarit për të shmangur punën e dyfishtë.
- Ruani të gjithë dokumentacionin mbështetës (fatura, deklarata importi, specifikime nga furnitorët) të arkivuar në mënyrë të rregullt, pasi mund të kërkohen për verifikim.
- Kur bashkëpunoni me një SHPZP, sqaroni paraprakisht formatet e raportimit, afatet dhe skemat e pagesës për të shmangur vonesa ose penalitete.

4.7 Informoni konsumatorët dhe bashkëpunoni me sistemin

PZP-ja nuk është vetëm financë dhe raportim. Biznesi duhet:

- të japë informacion të qartë mbi riciklimin,
- të përdorë etiketa ose udhëzime ku duhet,
- të mos pengojë sistemet e kthimit dhe të grumbullimit.

Kjo rrit besimin e konsumatorëve dhe përmirëson imazhin e markës.

**Këshilla praktike:**

- Përdorni mesazhe të qarta dhe të thjeshta për konsumatorët, nuk është e nevojshme të përdoret gjuhë komplekse mjedisore.
- Filloni me mjete bazë komunikimi, si etiketa, ikona, udhëzime të shkurtra në paketim ose informacion në faqen tuaj të internetit.
- Koordinoni aktivitetet e informimit të konsumatorëve me SHPZP-në, e cila mund të zhvillojë tashmë fushata ndërgjegjësuere në nivel kombëtar ose sektorial.
- Mbani parasysh se transparencja ndërton besim: edhe veprime të vogla mund të përmirësojnë ndjeshëm perceptimin e konsumatorëve për markën tuaj.

4.8 Monitoroni, përmirësoni dhe optimizoni

Bizneset që e trajtojnë PZP-në si proces të vazhdueshëm përfitojnë më shumë. Me kalimin e kohës, biznesi mund:

- të ulë peshën e paketimit,
- të ndryshojë materialet,
- të optimizojë kostot,
- të përmirësojë raportimin.

**Këshilla praktike:**

- Rishikoni të dhënat e PZP-së të paktën një herë në vit për të identifikuar prirjet dhe faktorët kryesorë të kostos.
- Fokusohuni fillimisht te përmirësimet me kosto të ulët, si reduktimi i shtresave të panevojshme të paketimit ose kalimi në materiale më të lehta.
- Përfshini furnitorët që në fazat e hershme kur merrni në konsideratë ndryshime në paketim ose materiale.
- Trajtojeni PZP-në si pjesë të një procesi përmirësimi të vazhdueshëm, dhe jo si një ushtrim të vetëm për përputhshmëri.

Në këtë kapitull u paraqitën hapat kryesorë që bizneset duhet të ndjekin për t'u përgatitur për zbatimin e PZP-së në mënyrë të strukturuar dhe praktike. Edhe pse procesi mund të duket fillimisht kompleks, ndarja e tij në veprime të qarta e bën përputhshmërinë të menaxhueshme dhe të parashikueshme.

Duke iu qasur PZP-së, hap pas hapi, bizneset mund të ulin rreziqet, të kontrollojnë kostot dhe të integrojnë gradualisht përgjegjësinë mjedisore në operacionet e tyre të përditshme. Kapitulli pasues fokusohet në mënyrën se si bizneset mund të menaxhojnë kostot, rreziqet dhe përputhshmërinë në mënyrë më strategjike, duke e shndërruar PZP-në nga një detyrim në një proces të menaxhueshëm dhe potencialisht të dobishëm për biznesin.

V. Si funksionon sistemi PZP-së në praktikë?

Pasi një biznes është regjistruar, ka zgjedhur mënyrën e zbatimit dhe ka filluar të raportojë, lind pyetja tjetër, shumë e rëndësishme: “Çfarë ndodh realisht me produktet dhe mbetjet e mia pas kësaj?”

Në këtë kapitull shpjegohet si funksionon sistemi PZP-së në praktikë, cili janë rolet dhe funksionet dhe si lidhen të gjitha hallkat e sistemit, nga biznesi deri te riciklimi dhe raportimi përfundimtar.

Sistemi i PZP-së nuk funksionon si një marrëdhënie e drejtpërdrejtë mes biznesit dhe shtetit, por si një rrjet i ndërlikuar aktorësh, ku secili ka një rol të ndryshëm dhe plotësues. Bizneset vendosin produktet në treg dhe financojnë sistemin, por grumbullimi, riciklimi, raportimi, monitorimi dhe kontrolli realizohen përmes një bashkëpunimi të strukturuar mes organizatave kolektive (SHPZP), operatorëve të riciklimit, bashkive dhe institucioneve publike.

Për bizneset, të kuptuarit e këtyre lidhjeve është thelbësor, sepse përputhshmëria me PZP-së nuk varet vetëm nga pagesa e kontributit financiar, por nga mënyra se si funksionon i gjithë sistemi si një zinxhir i integruar.

5.1 Si lidhen aktorët mes tyre në sistemin PZP ?

Bizneset janë pika e nisjes së sistemit PZP, sepse nga aktiviteti i tyre lind nevoja për menaxhimin e mbetjeve. Në praktikë, roli i tyre përfshin:

- vendosjen e produkteve dhe paketimit në treg,
- sigurimin e të dhënave mbi sasi të, peshën dhe materialet e produkteve,
- financimin e sistemit përmes kontributit PZP,
- lidhjen kontraktuale me një SHPZP (në shumicën e rasteve),
- bashkëpunimin për raportim, verifikim dhe informim të konsumatorëve.

Bizneset nuk merren drejtpërdrejt me grumbullimin ose riciklimin, por mbeten përgjegjëse për korrektësinë e të dhënave dhe për përputhshmërinë e tyre ligjore në të gjithë zinxhirin.

SHPZP-të janë nyja qendrore e sistemit PZP, që lidh bizneset me zbatimin praktik në terren. Roli i tyre kryesor është koordinues dhe operacional:

- të grumbullojnë të dhëna dhe kontribute financiare nga bizneset anëtare,
- të organizojnë dhe financojnë grumbullimin dhe riciklimin e mbetjeve,
- të kontraktojnë operatorë të licensuar të grumbullimit dhe riciklimit,
- të konsolidojnë dhe raportojnë të dhënat në emër të bizneseve,
- të përmbushin objektivat kombëtarë të riciklimit,
- të koordinojnë fushata informimi dhe ndërgjegjësimi.

Për biznesin, SHPZP-ja është partneri kryesor operativ për zbatimin e PZP-së në praktikë.

Operatorët e grumbullimit dhe riciklimit janë aktorët që veprojnë drejtpërdrejt në terren dhe realizojnë pjesën fizike të sistemit. Në praktikë, ata:

- grumbullojnë mbetjet nga pika të ndryshme,
- i transportojnë drejt impianteve përkatëse,
- kryejnë trajtimin dhe riciklimin sipas standardeve,
- raportojnë sasi të e trajtuara pranë SHPZP-ve.

Operatorët zakonisht nuk kanë marrëdhënie të drejtpërdrejtë me bizneset individuale, por punojnë përmes SHPZP-ve, sipas kontratave të miratuara.

Bashkitë luajnë një rol të rëndësishëm në zbatimin lokal të sistemit, veçanërisht për grumbullimin selektiv.

Roli i tyre përfshin:

- organizimin e shërbimit lokal të menaxhimit të mbetjeve,
- krijimin e kushteve për ndarjen dhe grumbullimin selektiv,
- bashkëpunimin me SHPZP-të dhe operatorët,
- sigurimin e aksesit në territor për zbatimin e skemave të PZP-së.

Bashkitë nuk financojnë sistemin PZP, por janë pjesë kyçe e funksionimit praktik të tij.

Institucionet publike nuk zbatojnë operacione në terren, por sigurojnë që sistemi të funksionojë ligjërisht, në mënyrë të drejtë dhe transparente.

Ministria e Mjedisit ka rol politik dhe rregullator në sistemin PZP. Në praktikë, ajo:

- përcakton kuadrin ligjor dhe aktet nënligjore,
- vendos objektivat kombëtare të riciklimit,
- përcakton rregullat e funksionimit të sistemit,
- mbikëqyr zbatimin e përgjithshëm të politikës së PZP-së.

Agjencia Kombëtare e Mjedisit (AKM) ka rol monitorues dhe administrativ. Ajo:

- administron regjistrat e subjekteve dhe SHPZP-ve,
- pranon dhe analizon raportimet,
- verifikon të dhënat e raportuara,
- monitoron performancën e sistemit PZP.

AKM është një kryesore teknike e shtetit në funksionimin e sistemit.

Inspektoratet shtetërore kanë rol kontrollues dhe ndëshkues, përmes:

- kryerjes së kontrolleve dhe inspektimeve,
- verifikimit të përputhshmërisë me ligjin,
- vendosjes së masave administrative dhe penaliteteve në rast shkeljesh

Roli i tyre siguron që sistemi PZP-së të mos mbetet formal, por të zbatohet realisht.

Doganat luajnë rol verifikues dhe mbështetës, veçanërisht për importet. Ato:

- sigurojnë të dhëna mbi produktet e importuara,
- ndihmojnë verifikimin e sasive të vendosura në treg,
- bashkëpunojnë me institucionet mjedisore për kontrollin e përputhshmërisë.

Sistemi i PZP-së funksionon vetëm nëse të gjithë aktorët luajnë rolin e tyre në mënyrë të koordinuar. Bizneset financojnë dhe furnizojnë sistemin me të dhëna, SHPZP-të e zbatojnë dhe e koordinojnë, operatorët e realizojnë në terren, bashkitë e mbështesin lokalisht, ndërsa institucionet publike garantojnë rregullat, monitorimin dhe kontrollin.

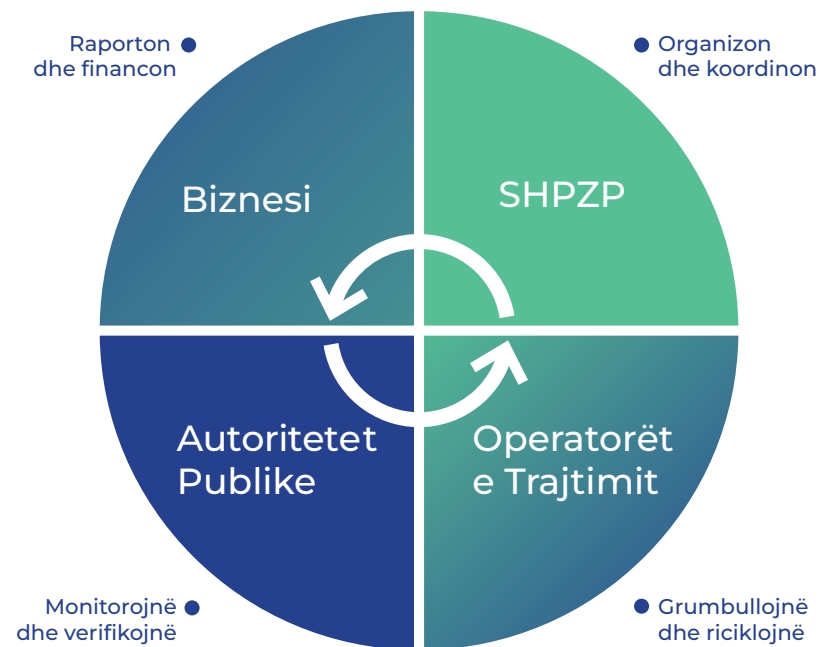


Figura 5. Aktorët kryesorë të sistemit PZP

5.2 Si funksionon raportimi në sistemin PZP?

Raportimi është mekanizmi që lidh të gjithë aktorët e sistemit PZP dhe garanton që financimi, riciklimi dhe objektivat kombëtarë të bazohen në të dhëna reale dhe të verifikueshme. Në praktikë, raportimi nuk është një veprim i vetëm, por një rrjedhë informacioni që kalon nga bizneset, te SHPZP-të dhe më pas te institucionet publike.

Raportimi nga biznesi, pika e nisjes së sistemit

Çdo biznes, subjekt i PZP-së ka detyrimin të raportojë të dhëna mbi produktet dhe paketimin që vendos në treg. Këto të dhëna përfshijnë, ndër të tjera:

- kategoritë e produkteve,
- sasi të vendosura në treg gjatë vitit,
- peshën e produkteve dhe të paketimit,
- llojin e materialeve përbërëse.

Një element i rëndësishëm i sistemit është vetëdeklarimi vjetor i biznesit për përmbushjen e detyrimeve të PZP-së. Ky vetëdeklarim:

- konfirmon që biznesi ka raportuar saktë,
- tregon se kontributet financiare janë përmbushur,
- shërben si bazë për monitorimin në vitin pasardhës.

Në shumicën e rasteve, biznesi nuk raporton drejtpërdrejt çdo detaj të institucionet publike, por e bën këtë përmes SHPZP-së me të cilën ka kontratë. Megjithatë, përgjegjësia për saktësinë e të dhënave mbetet gjithmonë te biznesi.

Roli i SHPZP-së në konsolidimin dhe raportimin e të dhënave

SHPZP-të veprojnë si filtri dhe konsoliduesi kryesor i raportimit. Ato:

- mbledhin të dhënat nga të gjitha bizneset anëtare,
- kontrollojnë koherencën dhe plotësinë e informacionit,
- i përpunojnë të dhënat sipas kategorive dhe materialeve,
- raportojnë në mënyrë të përmbledhur pranë Agjencisë Kombëtare të Mjedisit dhe institucioneve përkatëse.

Në të njëjtën kohë, SHPZP-të raportojnë edhe:

- sasi të mbetjeve të grumbulluara,
- sasi të ricikluara,
- përmbushjen e objektivave të riciklimit.

Kështu, sistemi bën lidhjes mes asaj çka bizneset deklarojnë se hedhin në treg me atë që realisht grumbullohet dhe riciklohet.

Raportimi institucional dhe verifikimi

AKM-ja dhe institucionet e tjera publike përdorin raportimet:

- për të monitoruar funksionimin e sistemit,
- për të verifikuar përputhshmërinë e bizneseve dhe SHPZP-ve,
- për të krahasuar të dhënat nga burime të ndryshme (raportime, dogana, tatime),
- për të vlerësuar përmbushjen e objektivave kombëtarë.

Raportimi, pra, nuk shërben vetëm për statistika, por si bazë për kontroll, planifikim dhe vendimmarrje.

Në këtë mënyrë, raportimi funksionon si një cikël vjetor i mbyllur, ku:

1. biznesi raporton produktet e vendosura në treg,
2. SHPZP-ja raporton mbetjet e trajtuara,
3. institucionet verifikojnë dhe monitorojnë,
4. sistemi përmirësohet për ciklin pasues.

5.3 Pse raportimi i saktë është në interes të biznesit?

Për biznesin, raportimi nuk është vetëm një detyrim formal. Raportimi i saktë:

- ul rrezikun e gjobave dhe penalteteve,
- shmang mbivlerësimin e kontributeve financiare,
- rrit besueshmërinë ndaj institucioneve dhe partnerëve,
- krijon parashikueshmëri dhe stabilitet në kosto.

Në praktikë, bizneset që raportojnë rregullisht dhe në mënyrë konsistente kanë më pak probleme dhe më pak probleme, sesa ato që reagojnë vetëm kur kryhet një inspektim.

VI. Sa do t'i kushtojë biznesit PZP-ja?

Pasi kuptohet si funksionon sistemi PZP-së në praktikë, pyetja që lind natyrshëm për çdo biznes është: Sa do të më kushtojë kjo? Në këtë kapitull synohet të shpjegohet logjika e kostonë së PZP-së, faktorët që e ndikojnë atë dhe mënyrat se si bizneset mund ta planifikojnë dhe menaxhojnë këtë kosto në mënyrë të kontrolluar.

6.1 Çfarë përfaqëson kostoja e PZP-së?

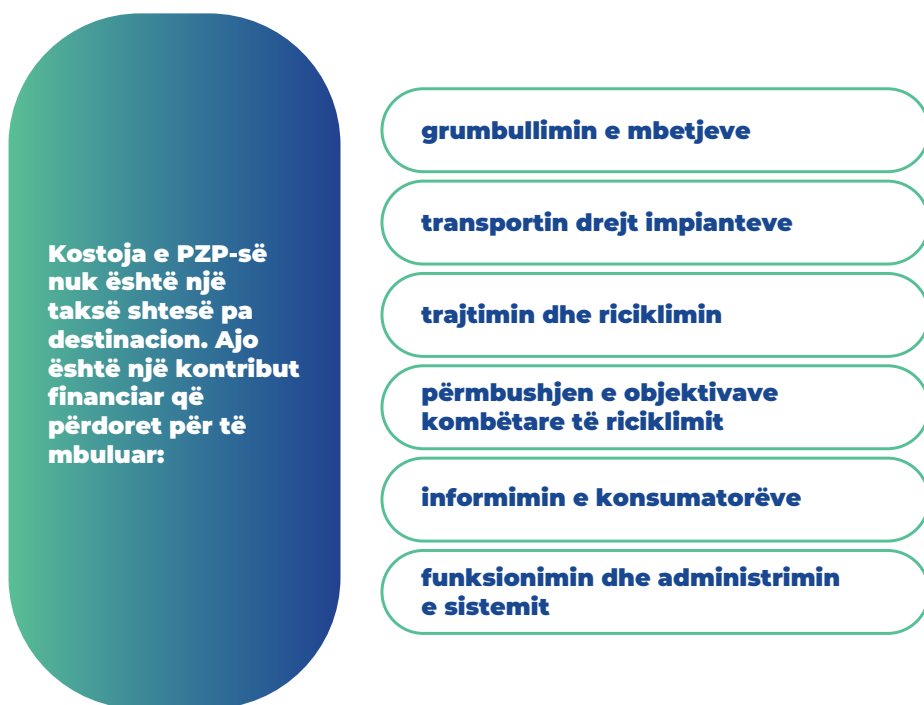


Figura 6. Kosto e sistemit të PZP-së

Pra, në thelb, biznesi paguan për menaxhimin e fazës “e fundit të jetës” të produkteve të tij.

6.2 Si llogaritet kostoja e PZP-së?

Kostoja e PZP-së nuk është fikse dhe nuk lidhet me madhësinë ligjore të kompanisë. Ajo bazohet kryesisht në tri elemente:

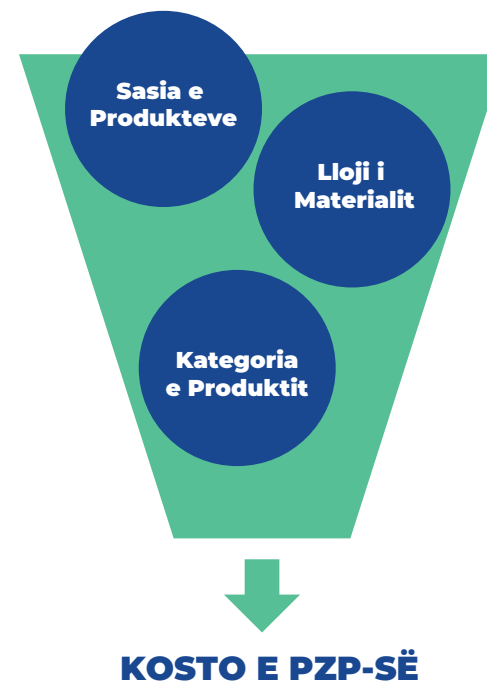


Figura 7. Elementet kryesore përbërës të kostonë së PZP-së

1. Sasia e produkteve të vendosura në treg. Sa më shumë produkte dhe paketim vendos një biznes në treg, aq më i lartë është kontributi.

2. Lloji i materialit. Materialet kanë kosto të ndryshme trajtimi dhe riciklimi:

- plastika zakonisht ka kosto më të lartë,
- paketimi i përzier është më i shtrenjtë për t'u trajtuar,
- materialet lehtësisht të riciklueshme kanë kosto më të ulët.

3. Kategoria e produktit. P.sh.:

- paketimi
- pajisjet elektronike dhe elektrike
- bateritë
- gomat
- tekstilet

Secila kategori ka specifika dhe kosto të ndryshme.

Parimi themelor është: ju paguani në përpjesëtim me ndikimin që produkti juaj ka në sistemin e mbetjeve.

6.3 Çfarë nuk ndikon në koston e PZP-së?

Është e rëndësishme të sqarohet se çfarë nuk ndikon në koston e PZP-së, për të shmangur keqkuptimet:

- madhësia ligjore e kompanisë (e vogël apo e madhe),
- xhiroja vjetore,
- fitimi i kompanisë,
- numri i punonjësve.

Një biznes i vogël me pak produkte paguan më pak se një biznes i madh me shumë produkte, edhe nëse xhiroja e këtij të fundit është më e ulët.

Shembuj ilustrues

Pa hyrë në tarifa konkrete, mund të ilustrohet logjika e pagesës:

- Një prodhues uji që ul peshën e shishes plastike, ka ulur automatikisht kontributin PZP.
- Një biznes që kalon nga paketimi i përzier në paketim me një material të vetëm (monomaterial) ka ulur koston e trajtimit.
- Një importues pajisjesh elektronike me raportim të saktë, ka shmangur penalitete dhe pagesa shtesë.

Kostoja e PZP-së shpesh ndikohet më shumë nga dizajni i produktit sesa nga vetë tarifa.

6.4 A janë këto kosto të parashikueshme për biznesin?

Po. Një nga avantazhet e sistemit PZP është se, pasi:

- janë identifikuar produktet,
- janë llogaritur sasishtë,
- është zgjedhur SHPZP-ja,

biznesi mund të:

- planifikojë koston vjetore,
- ta përfshijë në buxhet,
- ta shpërndajë në çmimin përfundimtar të produktit në mënyrë transparente.

PZP-ja sjell më shumë parashikueshmëri, krahasuar me gjobat dhe penalitetet e paparashikuara.

6.5 Si mund ta menaxhojë biznesi koston e PZP-së?

Ky është një nga aspektet më të rëndësishme të udhëzuesit. Menaxhimi i koston kryhet në këto mënyra:

1. Optimizimi i paketimit

- ulja e peshës së paketimit,
- përdorimi i materialeve të riciklueshme,
- eliminimi i paketimit të panevojshëm.

2. Përmirësimi i të dhënave. Raportimi i saktë shmang:

- mbivlerësimin e peshave,
- penalitetet,
- kosto shtesë administrative.

3. Zgjedhja e SHPZP-së së duhur.

- Tarifat, shërbimet dhe transparenca ndryshojnë nga një organizatë te tjetra.

4. Integrimi i PZP-së në strategjinë e biznesit

Bizneset që e shohin PZP-në si pjesë të strategjisë së qëndrueshmërisë, jo si barrë, arrijnë rezultate më të mira në planin afatgjatë.

6.6 A mund të kthehet kostoja e PZP-së në avantazh për biznesin?

Po, në mënyrë indirekte. Bizneset që menaxhojnë mirë PZP-në mund:

- të reduktojnë kostot operative të mbetjeve,
- të përmirësojnë imazhin e markës,
- të rrisin besimin e konsumatorëve,
- të përmbushin kërkesat e partnerëve ndërkombëtarë,
- të përmirësojnë aksesin në financime dhe projekte të gjelbra.

VII. Çfarë rreziqesh përballon biznesi nëse nuk përputhet me PZP-në?

PZP-ja nuk është një kërkesë formale që mund të anashkalohet pa pasoja. Në praktikë, mospërputhja me PZP-në krijon rreziqe konkrete për funksionimin dhe qëndrueshmërinë e biznesit.

Në këtë kapitull shpjegohet se çfarë rrezikon realisht një biznes, nëse nuk përgatitet dhe nuk vepron në kohë.

7.1 Rreziku financiar: gjoha dhe kosto të paparashikuara

Mospërputhja me PZP-në mund të sjellë:

- gjoha administrative për mosregjistrim,
- penalitete për mosraportim ose raportim të pasaktë,
- pagesa shtesë për sasi të padeklaruara,
- kosto të rritura për korrigjime të vonuara.

Rreziku kryesor nuk është vetëm gjoha, por fakti që këto kosto:

- janë të paparashikueshme,
- nuk planifikohen në buxhet,
- shpesh janë më të larta se kontributi i rregullt PZP.

7.2 Rreziku operativ: ndërprerje ose kufizim i aktivitetit

Në rastet e mospërputhjes së vazhdueshme, bizneset mund të përballen me:

- pezullim të autorizimeve,
- bllokim të aktivitetit të importit,
- kufizime në vendosjen e produkteve në treg,
- vonesa në zinxhirin e furnizimit.

Këto pasoja ndikojnë drejtpërdrejt në:

- furnizimin e klientëve,
- marrëdhëniet me partnerët,
- realizimin e kontratave.

7.3 Rreziku i reputacionit: humbja e besimit

Në një treg gjithnjë e më të ndjeshëm ndaj çështjeve mjedisore:

- mospërputhja me PZP-së mund të dëmtojë imazhin e markës,
- partnerët ndërkombëtarë mund të refuzojnë bashkëpunimin,
- konsumatorët humbasin besimin,
- biznesi perceptohet si i papërgjegjshëm.

Reputacioni ndërtohet me vite, por humbet shumë shpejt.

7.4 Rreziku i inspektimeve dhe i kontrolleve të shpeshta

Bizneset që:

- nuk janë të regjistruara,
- raportojnë në mënyrë të pasaktë,
- nuk kanë dokumentacion të plotë,

janë më të ekspozuara ndaj:

- kontroleve të shpeshta,
- verifikimeve të detajuara,
- kërkesave për sqarime dhe korigjime.

Nga ana tjetër, bizneset në përputhje kanë:

- risk më të ulët kontrolli,
- më pak ndërhyrje në aktivitetin e përditshëm.

7.5 Rreziku strategjik: humbja e avantazhit konkurrues

Në shumë sektorë, përputhshmëria me PZP-së po bëhet:

- kusht për të hyrë në tregje të reja,
- kriter për bashkëpunim me partnerë ndërkombëtarë,
- element diferencues mes bizneseve.

Bizneset që nuk përshtaten:

- mbeten pas konkurrencës,
- humbasin mundësi financimi dhe partneritete,
- rrezikojnë të mos jenë të gatshme për kërkesat e ardhshme të BE-së.

7.6 Gabime të zakonshme që rrisin rrezikun e mospërputhjes

Disa nga gabimet më të shpeshta që bëjnë bizneset:

- mosidentifikimi i saktë si subjekt PZP,
- raportimi vetëm i produkteve dhe jo i paketimit,
- nënvlerësimi i peshave për të ulur kostot,
- mungesa e dokumentacionit mbështetës,
- vonesat në regjistrim dhe raportim,
- zgjedhja e SHPZP-së pa analizë.

Këto gabime janë zakonisht rezultat i mungesës së informacionit dhe nuk bëhen me qëllim të keq dhe për fat të mirë janë plotësisht të shmangshme.

VIII. Modele praktike të PZP-së - Raste studimore dhe mësim për bizneset

PZP-ja nuk është një koncept teorik. Ai funksionon prej dekadash në vendet e BE-së përmes skemave të ndryshme institucionale dhe operative. Modelet e paraqitura më poshtë nuk synojnë të kopjohen, por të kuptohen si skemë funksionale: si organizohet sistemi, cilët janë aktorët kryesorë, si rrjedhin fondet dhe të dhënat dhe çfarë sjelljesh nxiten te bizneset.

8.1 Modeli CONAI në Itali. Si funksionon një sistem i konsoliduar i PZP-së për paketimin?

Në modelin CONAI, bizneset që vendosin paketime në treg, janë pika e nisjes së sistemit, sepse ato furnizojnë sistemin me të dhëna dhe e financojnë atë përmes kontributit ekologjik. CONAI vepron si organ koordinues qendror, duke lidhur bizneset me zbatimin praktik të PZP-së dhe duke siguruar funksionimin e unifikuar të sistemit në nivel kombëtar. Menaxhimi operativ realizohet përmes konsorciumeve të specializuara sipas materialeve, të cilat organizojnë grumbullimin dhe riciklimin e paketimit në bashkëpunim me operatorët e licensuar.

Bashkitë organizojnë grumbullimin e diferencuar në territor, ndërsa kostot shtesë për menaxhimin e mbetjeve nga paketimi mbulohen nga sistemi CONAI, duke krijuar një ndarje të qartë përgjegjësish mes sektorit publik dhe atij privat. Shteti ushtron rol mbikëqyrës dhe rregullator, pa ndërhyrë në operacionet e përditshme, duke garantuar transparencë, kontroll dhe përmbushjen e objektivave kombëtare të riciklimit. Ky kombinim mes vetorganizimit të bizneseve dhe mbikëqyrjes publike është baza e stabilitetit dhe e suksesit afatgjatë të modelit italian.

Si funksionon skema në praktikë?

1. Bizneset raportojnë paketimin dhe paguajnë kontributin ekologjik
2. CONAI ndan përgjegjësitë sipas materialeve përmes konsorciumeve.
3. Bashkitë grumbullojnë mbetjet selektive.
4. Operatorët riciklojnë dhe raportojnë sasi të.
5. CONAI konsolidon të dhënat dhe raporton performancën.

Çfarë e dallon këtë model?

- Diferencim shumë i qartë sipas materialit.
- Tarifim teknikisht i justifikuar.
- Marrëdhënie e strukturuar me bashkitë.
- Transparencë e lartë për bizneset.

Mësime konkrete për Shqipërinë

- Koordinimi qendror rrit stabilitetin e sistemit.
- Diferencimi i tarifave krijon stimuj realë.
- Transparenca rrit përputhshmërinë e bizneseve.
- Thjeshtësimi për NVM-të është kritik.

8.2 Modeli gjerman i PZP-së. Sistemi dual dhe rëndësia e të dhënave të sakta

Në modelin gjerman, bizneset janë përgjegjëse direkte për të dhënat dhe përzgjedhjen e skemës së PZP-së, duke qenë të detyruara të kontraktoshin një organizatë të licencuar PZP nga tregu. Ndryshe nga modeli italian, nuk ekziston një organ qendror unik, por disa organizata PZP konkurrojnë mes tyre, secila duke ofruar shërbime grumbullimi dhe riciklimi në emër të bizneseve që i kontraktoshin. Këto organizata lidhin bizneset me operatorët e riciklimit dhe menaxhojnë raportimin operacional. Shteti luan një rol shumë të fortë kontrolli dhe verifikimi, duke krahasuar të dhënat nga bizneset, organizatat PZP, operatorët e riciklimit, doganat dhe tatimet. Ky nivel i lartë monitorimi krijon një sistem ku raportimi i saktë është kusht themelor

për funksionimin e skemës. Bashkitë mbeten përgjegjëse për shërbimet publike të mbetjeve, por sistemi dual operon paralelisht, duke siguruar që paketimi të trajtohet sipas objektivave të PZP-së. Forca e modelit gjerman qëndron te kombinimi i konkurrencës me kontrollin rigoroz.

Si funksionon skema në praktikë?

1. Bizneset deklarojnë saktësisht paketimin.
2. Organizatat PZP llogarisin tarifat mbi të dhënat.
3. Operatorët trajtojnë mbetjet.
4. Autoritetet krahasojnë të dhënat nga burime të ndryshme.

Çfarë e dallon këtë model?

- Ekzistenca e disa SHPZP-ve në treg
- Kontroll shumë i fortë shtetëror.
- Penalitete reale për nënraportim.
- Tarifa të lidhura ngushtë me dizajnin.

Mësime konkrete për Shqipërinë

- Pa të dhëna të sakta sistemi nuk funksionon.
- Vetëdeklarimi duhet të shoqërohet me verifikim.
- Konkurrenca funksionon vetëm me kontroll.

8.3 Modeli francez i PZP-së si instrument për dizajnin ekologjik dhe inovacion

Në modelin francez, bizneset financojnë sistemin dhe e furnizojnë atë me të dhëna, ndërsa zbatimi realizohet përmes organizatave të autorizuara të PZP-së. Këto organizata jo vetëm që koordinojnë grumbullimin dhe riciklimin, por edhe financojnë iniciativë për ripërdorim, riparim dhe inovacion, duke e zgjeruar rolin e PZP-së-së përtej menaxhimit tradicional të mbetjeve. Lidhja mes biznesit dhe sistemit është e drejtpërdrejtë dhe e orientuar drejt përmirësimit të produkteve.

Shteti ka rol aktiv në përcaktimin e rregullave dhe objektivave, veçanërisht për eco-modulimin e tarifave dhe monitorimin e performancës së sistemit. Bashkitë dhe operatorët lokalë zbatojnë grumbullimin në terren, ndërsa fondet e PZP-së përdoren për të mbështetur tranzicionin drejt ekonomisë qarkulluese. Komunikimi mes aktorëve është i strukturuar dhe i orientuar drejt rezultateve mjedisore, duke e bërë sistemin francez një shembull të përdorimit të PZP-së si instrument strategjik për tregun.

Si funksionon skema në praktikë?

- Tarifat ndryshojnë sipas performancës mjedisore të produkteve.
- Fondet përdoren për riciklim, riparim dhe ripërdorim.
- PZP-ja lidhet drejtpërdrejt me ekonominë qarkulluese.

Çfarë e dallon këtë model?

- Modelimi ekologjik i avancuar.
- Financim i inovacionit.
- Fokus te parandalimi i mbetjeve.

Mësime konkrete për Shqipërinë

- PZP-ja mund të përdoret si instrument zhvillimi.
- Dizajni ndikon drejtpërdrejt në kosto.
- Lidhja me politikat e ekonomisë qarkulluese rrit impaktin.

8.4 Modeli kroat i PZP-së. Qasje e centralizuar dhe pragmatike për vende me treg më të vogël

Në modelin kroat, shteti është nyja qendrore e sistemit PZP, duke koordinuar drejtpërdrejt regjistrimin, raportimin, mbledhjen e fondeve dhe kontrollin e zbatimit. Bizneset kontribuojnë financiarisht dhe raportojnë të dhëna sipas procedurave të standardizuara, ndërsa sistemi është projektuar të jetë i thjeshtë dhe i lehtë për t'u zbatuar, veçanërisht për NVM.

Hapësira për vetorganizim privat është më e kufizuar krahasuar me modelet e vendeve më të mëdha të BE-së.

Bashkitë dhe operatorët lokalë zbatojnë grumbullimin dhe trajtimin e mbetjeve në terren, ndërsa fondet e PZP-së administrohen në mënyrë të centralizuar për të mbuluar kostot dhe për të siguruar stabilitet financiar të sistemit. Inspektoriatet shtetërore dhe strukturat monitoruese garantojnë përputhshmëri të lartë dhe zbatim praktik. Ky model tregon se për tregje të vogla, një qasje e centralizuar dhe pragmatike mund të sigurojë funksionim efektiv të PZP-së, pa ndërtuar struktura komplekse.

Si funksionon skema në praktikë?

- Procedura të standardizuara.
- Financim i qëndrueshëm i sistemit.
- Fokus te përputhshmëria dhe zbatimi praktik.

Çfarë e dallon këtë model?

- Kompleksitet i ulët.
- Kontroll i drejtpërdrejtë shtetëror.
- I përshtatshëm për NVM-të.

Mësime konkrete për Shqipërinë

- Thjeshtësia rrit përputhshmërinë.
- Zbatimi në disa është thelbësor.
- Roli i shtetit është kritik në fazat e para.

IX. Lista e plotë praktike për bizneset. Si të verifikoni nëse jeni gati për PZP-në?

Për shumë biznese, sfida kryesore me PZP-së nuk është mungesa e vullnetit, por mungesa e qartësisë se ku ndodhen aktualisht dhe çfarë hapash konkretë duhet të kryejnë. Në këtë kapitull ofrohet një listë e plotëpraktike, e ndarë në faza logjike, që i lejon biznesit:

- të vlerësojë nivelin e përgatitjes,
- të identifikojë boshllëqet,
- të planifikojë hapat e ardhshëm në mënyrë të strukturuar.

Lista e plotë nuk është një mjet auditi ligjor, por një mjet vetëvlerësimi praktik.

A përfshihet biznesi juaj në PZP?

Pyetjet kyçe janë:

- A prodhoni apo importoni produkte që vendosen në tregun shqiptar?
- A vendosni paketime në treg, edhe nëse produkti nuk prodhohet nga ju?
- A shisni produkte me markën tuaj?
- A importoni produkte të paketuara për rishitje?

Nëse përgjigjja është “po” për të paktën një nga këto pyetje, biznesi është i përfshirë në PZP.

Identifikimi i produkteve dhe paketimit

Biznesi duhet të ketë një pasqyrë të qartë të produkteve dhe paketimit që vendos në treg.

Lista e plotë praktike:

- A ekziston një listë e produkteve që shiten?
- A është identifikuar paketimi për secilin produkt?
- A janë ndarë materialet e paketimit (plastikë, letër, metal, qelq, etj.)?
- A është përcaktuar paketimi parësor, dytësor dhe tretësor?

Nëse këto elemente nuk janë të dokumentuara, përgatitja për PZP-në nuk mund të konsiderohet e plotë.

Të dhënat dhe evidencat

PZP-ja bazohet mbi të dhëna të besueshme. Biznesi duhet të bëjë këto verifikime:

- A disponohen të dhëna mbi sasinë vjetore të produkteve?
- A ka evidenca mbi peshën e paketimit?
- A mbështeten të dhënat në dokumente (fatura, doganë, magazinë)?
- A përdoret e njëjta metodologji raportimi çdo vit?

Të dhëna “të përafërta” janë të pranueshme vetëm nëse janë konsistente dhe të dokumentuara.

<p>Zgjedhja e mënyrës së zbatimit të PZP-së</p>	<p>Biznesi duhet të ketë marrë një vendim të qartë. Ai duhet të konfirmojë:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A është analizuar zbatimi përmes SHPZP-së? • A është vlerësuar realisht mundësia e zbatimit individual? • A është kuptuar barra administrative e secilit opsion? <p>Në shumicën e rasteve, zgjedhja e një SHPZP-je është zgjidhja më e sigurt dhe më ekonomike.</p>
<p>Regjistrimi dhe formalizimi</p>	<p>Përputhshmëria me PZP-në kërkon formalizim. Biznesi duhet të konfirmojë:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A është i regjistruar si subjekt PZP-së? • A janë deklaruar kategoritë e produkteve? • A ekziston kontratë me SHPZP-në (nëse aplikohet)? <p>Pa këtë hap, biznesi mbetet formalisht jashtë sistemit.</p>
<p>Organizimi i brendshëm</p>	<p>Edhe pse PZP-ja nuk kërkon struktura të reja, kërkon përgjegjësi të qarta. Biznesi duhet të konfirmojë:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A është caktuar një person përgjegjës për PZP-në? • A ka koordinim mes financës, magazinës dhe logjistikës? • A ruhen dokumentet në mënyrë të strukturuar? <p>Në shumë biznese, PZP-ja menaxhohet me sukses nga një person i vetëm, nëse roli është i qartë.</p>

<p>Raportimi dhe pagesat</p>	<p>Biznesi duhet të verifikojë nëse:</p> <ul style="list-style-type: none"> • raportimi kryhet brenda afateve, • të dhënat janë të verifikuara përpara dorëzimit, • pagesat janë të planifikuara në buxhet, • ekziston dokumentacion për pagesat e kryera. <p>Këto elemente janë kritike për shmangien e penaliteteve.</p>
<p>Menaxhimi i riskut dhe përmirësimi i vazhdueshëm</p>	<p>Bizneset më të përgatitura e trajtojnë PZP-në si proces të vazhdueshëm. Biznesi duhet të konfirmojë:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A rishikohen të dhënat periodikisht? • A analizohen mundësi për ulje të paketimit? • A merret parasysh PZP-të në dizajnin e produkteve të reja? • A monitorohen ndryshimet ligjore?

Kjo listë mund të përdoret:

- i. si vetëvlerësim fillestar,
- ii. si mjet për përgatitje para auditimeve,
- iii. si bazë për bashkëpunim me konsulentë ose SHPZP,
- iv. si dokument orientues për drejtuesit.

Nëse shumica e pikave përmbushen, biznesi është në rrugën e duhur drejt përputhshmërisë me PZP-në.

X. PZP-ja nga detyrim ligjor në mundësi strategjike për bizneset

Për shumë biznese, PZP-ja perceptohet fillimisht si një detyrim i ri ligjor që sjell kosto, administrim shtesë dhe pasiguri. Megjithatë, përvoja evropiane dhe praktika e tregut tregojnë se bizneset që e kuptojnë dhe e integrojnë PZP-në në kohë, arrijnë ta shndërrojnë këtë detyrim në një element strategjik që forcon konkurrueshmërinë dhe qëndrueshmërinë e tyre.

Ky kapitull përmbyll udhëzuesin duke ofruar një këndvështrim të orientuar drejt së ardhmes dhe duke treguar sesi PZP-ja mund të përdoret si mjet zhvillimi, jo thjesht si kërkesë për përputhshmëri.

PZP-ja si pjesë e menaxhimit modern të biznesit: Në tregjet evropiane, PZP-ja është bërë pjesë integrale e mënyrës se si bizneset planifikojnë produktet, zinxhirin e furnizimit dhe kostot. Bizneset që e trajtojnë PZP-në si element të menaxhimit të riskut dhe të planifikimit financiar përfitojnë stabilitet më të madh dhe shmangin surprizat administrative dhe financiare. Për Shqipërinë, kjo do të thotë se PZP-ja duhet parë si pjesë e praktikave të mira të qeverisjes së biznesit dhe jo si një kërkesë e jashtme e përkohshme.

PZP-ja dhe përmirësimi i dizajnit të produkteve:

Një nga ndikimet më të rëndësishme të PZP-së është nxitja e përmirësimit të dizajnit të produkteve dhe paketimit. Bizneset që analizojnë paketimin e tyre nga perspektiva e riciklueshmërisë, peshës dhe përbërjes materiale jo vetëm që ulin kontributet PZP, por edhe përmirësojnë efikasitetin logjistik dhe imazhin e markës. Në një periudhë afatmesme, këto përmirësime shpesh rezultojnë në ulje të kostove operative dhe rritje të vlerës së produktit në sytë e konsumatorëve.

PZP-ja dhe reputacioni i biznesit: Konsumatorët, partnerët tregtarë dhe investitorët po i kushtojnë gjithnjë e më shumë rëndësi performancës mjedisore të bizneseve. Përputhshmëria me PZP-në dhe komunikimi i qartë i përpjekjeve për menaxhimin e mbetjeve kontribuojnë drejtpërdrejt në ndërtimin e besimit

dhe reputacionit. Për bizneset shqiptare që synojnë tregje të huaja ose bashkëpunime me kompani ndërkombëtare, PZP-ja po bëhet gradualisht një element i domosdoshëm i profilit të qëndrueshmërisë.

PZP-ja si mundësi për inovacion dhe ekonomi qarkulluese:

PZP-ja krijon stimuj ekonomikë për të menduar ndryshe rreth produkteve dhe modeleve të biznesit. Ripërdorimi, riparimi, riciklimi dhe përdorimi i materialeve të riciklueshme hapin mundësi për inovacion, produkte të reja dhe shërbime shtesë. Bizneset që e shohin PZP-në si pjesë të tranzicionit drejt ekonomisë qarkulluese janë më të përgatitura për të përfituar nga fondet e gjelbra, projektet pilot dhe partneritetet publike-private.

PZP-ja dhe përgatitja për kërkesat e ardhshme të BE-së:

Ligji shqiptar për PZP-në është vetëm një hap në një proces më të gjerë përafrimi me politikën e BE-së. Në vitet në vijim, kërkesat për raportim, objektivat e riciklimit dhe kriteret e dizajnit ekologjik pritet të rriten. Bizneset që përgatiten sot do të kenë një avantazh të qartë ndaj atyre që reagojnë vetëm kur detyrimet bëhen më të rrepta. PZP-ja, në këtë kuptim, është një investim në përgatitjen afatgjatë të biznesit.

Në përfundim mund të themi që:

PZP-ja nuk është një barrë që duhet shmangur, por një realitet që duhet menaxhuar me inteligjencë. Bizneset që veprojnë herët, organizohen mirë dhe e kuptojnë logjikën e sistemit jo vetëm që shmangin rreziqet, por krijojnë vlerë të shtuar për veten dhe për shoqërinë.

Ky udhëzues synon të jetë një mjet praktik për ta bërë këtë tranzicion sa më të qartë, të menaxhueshëm dhe të dobishëm për bizneset shqiptare. **PZP-ja** është një udhëtim, jo një veprim i vetëm. Sa më herët të fillojë përgatitja, aq më të mëdha janë përfitimet.

REDUKTO
RIPërdor
RICIKLO