

# **ECOPOINT**

**Riciklo, Fito dhe Ndhimo**

**Një hap i vogël për ty, një ndryshim i madh për mjedisin.**

**Shkolla: “Teknike Ekonomike”.**

**Qyteti: Tiranë.**



## Përmbledhje e raportit

Ky raport paraqet në mënyrë të detajuar idenë e biznesit tonë **Ecopoint**, një projekt inovativ që synon të adresojë problemin e ndotjes nga plastika dhe kanaceve në Shqipëri përmes një sistemi të zgjuar riciklimi. Në këtë raport do të përfshihet përshkrimi i kompanisë, qëllimi i saj dhe mënyra se si ajo synon të ndikojë pozitivisht në mjedis dhe në shoqëri.

Raporti do të trajtojë vizionin dhe misionin e kompanisë, duke shpjeguar pse ekziston Ecopoint dhe çfarë synon të arrijë në të ardhmen. Gjithashtu, do të paraqitet struktura e ekipit dhe rolet kryesore brenda kompanisë, duke treguar organizimin dhe funksionimin e saj.

Një pjesë e rëndësishme e raportit do të jetë analiza e problemit të ndotjes nga bidonat plastikë dhe kanaceve, zgjidhja që ofron Ecopoint, si dhe identifikimi i klientit të synuar. Do të shpjegohet qartë produkti/shërbimi që ofrojmë, mënyra se si funksionon sistemi i riciklimit me pikë dhe përfitimet që marrin përdoruesit.

Më tej, raporti do të përfshijë strategjitë e marketingut dhe shitjeve, duke treguar se si do të bëhet i njohur projekti dhe si do të tërhiqen klientët. Po ashtu, do të paraqitet pasqyra financiare, ku do të analizohen të ardhurat, shpenzimet dhe fitimi i mundshëm i kompanisë.

Në përfundim, raporti do të japë një përmbledhje të përgjithshme të planit të biznesit, duke theksuar pikat kryesore dhe objektivat e Ecopoint, si dhe ndikimin që ky projekt synon të ketë në të ardhmen.

Ky projekt është bazuar në një studim të tregut real, i realizuar me persona të moshave dhe gjinive të ndryshme, të cilët kanë shprehur mendimet e tyre në mënyrë të sinqertë.

<file:///C:/Users/User/OneDrive/Videos/2026-04-13%2008-09-26.mp4>

Prenzantimi+ Video prezantuese

<https://www.canva.com/design/DAHGqKjSXns/4qW7Fa4YL0LnS3mIeivayg/edit?referrer=https%3A%2F%2Fwww.canva.com%2F>

## **Çfarë është Ecopoint dhe cili është Misioni dhe Vizioni i tij?**

Nga të dhënat, rezulton se vetëm rreth 20%–30% e bidonave plastikë riciklohen, ndërsa pjesa tjetër, mbi 100–200 milionë bidona në vit gjithashtu edhe për kanacet, përfundojnë në landfillë, në natyrë ose në lumenj dhe det. Ky fakt tregon qartë se Shqipëria përballet me një problem serioz, i cili po përkeqësohet me kalimin e kohës.

Një nga arsyt kryesore të kësaj situatë është mungesa e pikave të riciklimit dhe motivimit të qytetarëve për të kontribuar. Edhe pse shumë njerëz mund të jenë të ndërgjegjshëm për rëndësinë e riciklimit, mungesa e kushteve dhe e stimuljeve konkrete e bën këtë proces më pak të përhapur.

Për këtë arsye, lind nevoja për një zgjidhje inovative si **Ecopoint**. Ky projekt synon të kombinojë teknologjinë me kujdesin për mjedisin, duke vendosur makineri riciklimi të plastikës dhe kanaceve të lidhura me një aplikacion të dedikuar. Përdorimi i tij është shumë i thjeshtë: qytetarët shkarkojnë aplikacionin, depozitojnë bidonat plastikë dhe kanaceve në makineri, skanojnë kodin QR dhe për çdo veprim fitojnë pikë.

Këto pikë mund të përdoren më pas në markete partnere, duke përfituar ulje në blerjet e përditshme. Në këtë mënyrë, riciklimi nuk mbetet vetëm një detyrim moral, por kthehet edhe në një përfitim konkret për qytetarët. Për më tepër, një pjesë e të ardhurave të krijuara nga Ecopoint do të shkojë për të ndihmuar familjet në nevojë në Shqipëri, duke i dhënë projektit edhe një dimension social.

Në përfundim, Ecopoint paraqet një zgjidhje të qëndrueshme dhe të dobishme për një problem të madh që prek vendin tonë. Ai jo vetëm ndihmon në reduktimin e ndotjes nga plastika dhe kanaceve, por gjithashtu motivon qytetarët, u mundëson atyre të kursejnë dhe kontribuon në ndihmën ndaj shtresave në nevojë. Me një vizion të qartë për të ardhmen, ky projekt synon të përhapet fillimisht në Tiranë dhe më pas në të gjithë Shqipërinë, duke e kthyer riciklimin në një kulturë dhe rutinë të përditshme për të gjithë.

### **Misioni**

Misioni i Ecopoint është të promovojë riciklimin dhe të reduktojë ndotjen nga plastika dhe kanacet në Shqipëri, duke i motivuar qytetarët përmes një sistemi shpërblimesh. Nëpërmjet përdorimit të teknologjisë dhe makinerive të riciklimit, ne synojmë ta bëjmë riciklimin të thjeshtë, të aksesueshëm dhe të dobishëm për të gjithë, duke krijuar një ndikim pozitiv si në mjedis, ashtu edhe në shoqëri.

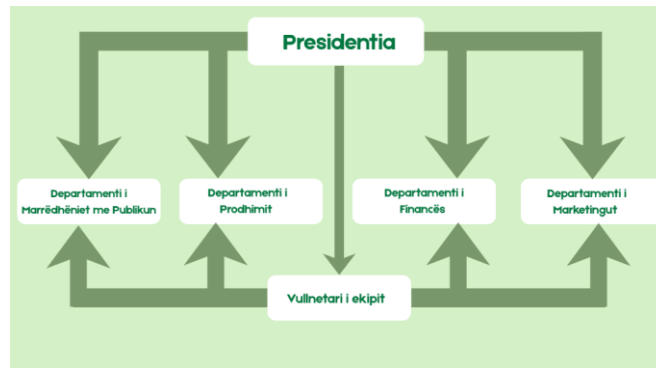
### **Vizioni**

Vizioni i Ecopoint është të shndërrohet në një platformë të përhapur në të gjithë Shqipërinë, duke filluar nga Tirana dhe duke u zgjeruar gradualisht në qytete të tjera. Synimi ynë është që riciklimi të mos jetë më një veprim i rastësishëm, por të kthehet në një kulturë dhe rutinë të përditshme për çdo qytetar, duke kontribuar në një të ardhme më të pastër dhe më të qëndrueshme.

## Struktura e Kompanisë/Ekipi

Kompania jonë ndjek një strukturë organizative hierarkike, ku presidenti është në krye dhe të gjitha departamentet raportojnë drejtpërdrejt tek ai, përfshin katër departamente kryesore: Marrëdhëniet me Publikun, që ndërton imazhin dhe komunikimin publik; Departamenti i Prodhimit që menaxhon operacionet dhe makineritë; Departamenti i Financës që garanton stabilitetin ekonomik; dhe Departamenti i Marketingut që siguron rritjen dhe zgjerimin strategjik të kompanisë.

Presidentja e kompanisë Ecopoint është Alisia Çomo, e cila jo vetëm që mban rolin e presidentes dhe është ideatorja e kompanisë, por gjithashtu shërben edhe si drejtoreshë e departamentit të marketingut. Rajna Krasniqi është drejtoreshë e departamentit të marrëdhënieve me publikun dhe njëkohësisht zëvendëspresidente, duke qenë një mbështetje shumë e rëndësishme për kompaninë. Flavjo Musaraj është drejtor i departamentit të prodhimit, i cili karakterizohet nga një punë e mirëstrukturuar dhe gatishmëria e vazhdueshme për të ndihmuar edhe departamentet e tjera. Xhordan Cuka drejton departamentin e financës, një nga sektorët më të rëndësishëm të kompanisë, ku ai ka zhvilluar një punë të mirëmenduar dhe të bazuar në analiza të kujdesshme. Helder Qeliku është vullnetari i ekipit, i cili me dëshirë të madhe ka kontribuar në të gjitha departamentet, duke ndihmuar në lehtësimin e punës dhe duke treguar përkushtim të admirueshëm. Gjithashtu, mentori ynë, Arbër Bajrami, është gjithmonë i gatshëm me udhëzime të vlefshme dhe të denja. Së fundmi, por jo për nga rëndësia, Xhelo Mile është mësuesi ynë, të cilit i jemi shumë mirënjohës për mbështetjen, këshillat dhe motivimin e vazhdueshëm që na ka dhënë, duke na ndihmuar të arrijmë në këtë fazë kaq të rëndësishme.



## **1. Cili është problemi?**

Problemet kryesore që Ecopoint synon të zgjidhë janë tre. Së pari, reduktimi i ndotjes së mjedisit nga plastika dhe kanaceve, e cila është kthyer në një problem shumë të madh vitet e fundit. Së dyti, rritja e çmimeve, e cila ka bërë që qytetarët ta kenë gjithnjë e më të vështirë të blejnë produktet ushqimore të nevojshme, duke i detyruar shpesh të reduktojnë sasinë ose të heqin dorë nga disa produkte. Së treti, një pjesë e konsiderueshme e njerëzve ndodhen në vështirësi ekonomike dhe nuk janë në gjendje të sigurojnë elementet bazë të jetesës për veten dhe familjet e tyre. Për këtë arsye, Ecopoint synon që një pjesë të fitimit të tij ta dedikojë për bamirësi. Të gjithë ne, në një mënyrë apo tjetër, jemi të prekur nga këto probleme, dhe vetëm riciklimi nuk mjafton pa një motivim të fortë për qytetarët.

## **2. Cilët janë klientët?**

Klientët tanë përfshijnë të gjitha grupmoshat, nga adoleshentët deri te të rriturit, si dhe mosha e tretë. Aplikacioni ynë është ndërtuar në mënyrë të tillë që të jetë i thjeshtë dhe lehtësisht i aksesueshëm për të gjithë. Me vetëm disa hapa të thjeshtë, si regjistrimi dhe skanimi i kodit QR, çdo përdorues mund të përfitojë nga shërbimi ynë. Gjithashtu, duke qenë se secili prej nesh konsumon produkte bazë si uji dhe pijet e tjera, të cilat zakonisht paketohen në plastikë ose në kanace, kjo e bën çdo individ një klient potencial të Ecopoint.

## **3. Cili është shërbimi/produkti?**

Shërbimi që ofron Ecopoint bazohet në riciklimin e bidonave plastikë përmes makinerive të posaçme, të lidhura me një aplikacion digjital. Ky sistem u mundëson përdoruesve të depozitojnë plastikën dhe të përfitojnë pikë, të cilat më pas mund t'i përdorin për ulje në blerje. Produkti ynë lidhet drejtpërdrejt me përdorimin e përditshëm të plastikës, veçanërisht nga ambalazhet e ujit dhe pijeve të ndryshme, që përbëjnë bazën e këtij biznesi.

## **4. Zgjidhja e problemit**

Zgjidhja që ofron Ecopoint mbështetet në tre elementë kryesorë: kontributin e qytetarëve, makineritë e riciklimit dhe aplikacionin tonë. Qytetarët janë të motivuar të riciklojnë, pasi përfitojnë drejtpërdrejt nga sistemi i pikëve dhe uljeve në blerje. Ndërkohë, makineritë e riciklimit dhe aplikacioni e bëjnë procesin të thjeshtë, të shpejtë dhe të aksesueshëm për të gjithë. Në këtë mënyrë, Ecopoint jo vetëm ndihmon në reduktimin e ndotjes, por gjithashtu ofron mbështetje ekonomike për qytetarët dhe kontribuon në ndihmën ndaj familjeve në nevojë.

## Prodhimi i Produktit/Shërbimit

### Përshkrimi i Makinerive të Riciklimit (RVM)

Makineritë ECOPOINT janë pajisje inteligjente të riciklimit me funksion të kundërt (Reverse Vending Machine), të cilat shpërblejnë përdoruesit për çdo shishe ose kanaçe të depozituar. Makina funksionon duke identifikuar materialin përmes barkodit, duke përcaktuar llojin e ambalazhit dhe duke dhënë automatikisht pikët përkatëse për përdoruesin. Shpërblimi realizohet në dy forma: përmes biletave të printuara që mund të përdoren për zbritje ose përmes një kodi QR që lidhet me aplikacionin ose platformën online. Sistemi mbështetet në një platformë Android dhe është i lidhur me një server qendror, ku ruhen të dhënat dhe menaxhohen çmimet, pikët dhe përdoruesit. Makineritë pranojnë shishe plastike (PET) dhe kanaçe alumini, duke ofruar një zgjidhje praktike dhe efektive për riciklimin në zona urbane. Ato janë të pajisura me modul printimi dhe mund të integrohen me sisteme të ndryshme shpërblimi, duke krijuar mundësi bashkëpunimi me biznese dhe partnerë retail. Përveç funksionit të riciklimit, këto makina shërbejnë edhe si platformë interaktive marketingu, duke rritur ndërgjegjësimin dhe angazhimin e komunitetit në mbrojtjen e mjedisit.



<https://youtu.be/i7o4Q3Vb7ëE?si=eKS6c3hgXJ-YPXëh>

| Emërtimi           | Sasia | Çmimi           | Vlera           |
|--------------------|-------|-----------------|-----------------|
| Makineritë         | 6     | 10 000 €        | 60 000€         |
| App & Web          | 1     | 14 500 €        | 14 500 €        |
| Doganë + Tvsh      | 1     | 6 500 €         | 6 500 €         |
| Mirëmbajtje        | 1     | 400 €           | 400 €           |
| Transport          | 1     | 2 500 €         | 2 500 €         |
| Marketing & Launch | 1     | 9 500 €         | 9 500 €         |
| <b>TOTALI</b>      |       | <b>43 400 €</b> | <b>93 400 €</b> |

## Shitjet & Marketingu

### Modeli i Biznesit

Departamenti i Marketingut i ECOPOINT operon me një model biznesi të integruar dhe të diversifikuar, i cili përfshin: **1.B2C**, përmes përdorimit të makinerive nga individët. **2.B2B2C**, duke lidhur bizneset me konsumatorët përmes sistemit të shpërblimeve. Të cilat janë përzgjedhur bazuar në studimin e tregut dhe përqindjen më të lartë të përdoruesve, si Big Market, SPAR, Xhangolli, Conad dhe Pro Natyra për përfitimin e shpërblimeve nga pikët; ndërsa për përpunimin e materialeve të riciklueshme bashkëpunohet me kompani si Skrap 2007 dhe Recyc-AL

### Strategjia e Shitjeve

Të ardhurat kryesore të ECOPOINT gjenerohen përmes bashkëpunimeve me kompani në Shqipëri që merren me përpunimin e materialeve të riciklueshme, si plastika dhe kanaçet.

Për të arritur këtë, kompania ndjek një strategji shitjeje depërtuese dhe maksimizimi i fitimit, e cila synon:

- Hyrjen e shpejtë në treg dhe krijimin e një baze të gjerë përdoruesish.
- Nxitjen e përdorimit përmes përfitimeve direkte (pikë, zbritje, oferta).
- Rritjen e volumit të riciklimit përmes aksesit të lehtë dhe shpërndarjes strategjike.

Kjo strategji mbështetet edhe nga vendosja e 6 makinerive të riciklimit pranë marketeve partnere në Tiranë, sipas një plani të mirëorganizuar:

- 3 makineri në zona qendrore (volum i lartë dhe ekspozim maksimal)
- 2 makineri në zona rezidenciale me densitet të lartë
- 1 makineri në periferi për zgjerim territorial dhe përfshirje sociale

Kjo shpërndarje është bazuar në studimin e tregut, i cili tregon se pjesa më e madhe e targetit është e përqendruar në zonat qendrore.

### Strategjia e Marketingut

Ajo mbështetet në tre shtylla kryesore:

1. Marketingu social dhe emocional, duke ndërgjegjësuar qytetarët për rëndësinë e riciklimit.
2. Marketingu multikanal, përmes mediave tradicionale dhe digjitale (TV, rrjete sociale, platforma online).
3. Partneritetet strategjike dhe marketingu komunitar, në bashkëpunim me institucione dhe biznese.

Kjo qasje synon të krijojë një lidhje të fortë me komunitetin dhe të nxisë ndryshimin e sjelljes së konsumatorëve.

## Pasqyra Financiare

| Pasqyra e veprimeve (Fitim - Humbje)   |                            |
|--|----------------------------|
| Totali i të ardhurave: përfshirë <i>tatim për shitje</i> (VETËM kolona 8 & 9) A. 13.404.000 lekë                                     |                            |
| <b>Shpenzimet</b>  |                            |
| Llogaritja e tatimit për shitjet:<br>Të ardhurat nga shitja x tatimin vendor dhe qendror për shitjet = totali i tatimeve për shitjet | B. 0 lekë                  |
| Shpenzime për paga   | C. + 9.720.000 lekë        |
| Shpenzime qeraje   | D. + 720.000 lekë          |
| Shpenzime naftë  | E. + 576.000 lekë          |
| Shpenzime të tjera   | F. + 120.000 lekë          |
| <b>Totali i shpenzimeve</b> (mblidhni zërat nga B-F)   | <b>G = 11.136.000 lekë</b> |
| Llogaritja e fitimit neto/humbjes neto:<br>Totali i të ardhurave – totali i shpenzimeve = fitimi neto/humbja neto                    | H. 2.304.000 lekë          |
| Shpërblime të shoqërisë  | I. 1.000.000 lekë          |
| Fitimi neto pas shpërblimeve të shoqërisë  | J. 1.304.000 lekë          |
| <b>Pasqyra e gjendjes financiare (Balanci)</b>   |                            |
| Aktivitet: Gjendja në të holla   | K. 17.370.000 lekë         |
| <b>Detyrimet dhe kapitali:</b>   |                            |
| Detyrimet  | L. + 1.129.580 lekë        |
| Kapitali   | M. + 13.776.420 lekë       |
| Rezervat   | N. + 160.000 lekë          |
| Fitimi i periudhës   | O. + 2.304.000 lekë        |
| <b>Totali</b>  | <b>P = 17.370.000 lekë</b> |
| Llogaritja e fitimit neto/humbjes neto:<br>Totali i të ardhurave – totali i shpenzimeve = fitimi neto/humbja neto                    | G. 2.304.000 lekë          |
| Shpërblime të shoqërisë  | H. 1.000.000 lekë          |
| Fitimi neto pas shpërblimeve të shoqërisë  | I. 1.304.000 lekë          |
| <b>Vlera kontabël e aksioneve (pas likuidimit të shoqërisë)</b>  |                            |
| Fitimi neto  | Q. 1.304.000 lekë          |
| Kapitali   | R. + 13.776.420 lekë       |
| Totali   | S. 15.080.000 lekë         |
| Numri i aksioneve të shitura   | T. 28.882 lekë             |
| Vlera kontabël (200 lekë aksione fillestare të shitura + 300 lekë dividend i aksioneve):   | U. 500 lekë                |

### BILANC KONTABËL

| N   | AKTIVET (PASURIA)                                | SHUMA             | N   | PASIVET DHE KAPITALI VET                      | SHUMA             |
|-----|--|-------------------|-----|---|-------------------|
| A   | <b>AKTIVE AFATSHKURTRA</b>                       |                   | A   | <b>PASIVET AFATSHKURTRA</b>                   |                   |
| I   | Mjete monetare                                   |                   | 1   | Hua bankare                                   | 200 000           |
| 1   | Likuiditete në arkë                              | 500 000           | 1   | Paga të pagueshme                             | 580 520           |
| 2   | Likuiditete në llogari rrjedhëse                 | 1 450 000         | 2   | Detyrime sigurime shoqërore                   | 181 300           |
|     | <b>Totali mjete monetare</b>                     | <b>1 950 000</b>  | 3   | Detyrime sigurime shëndetësore                | 25 160            |
| II  | Aktive financiare afatshkurtra                   |                   | 4   | Detyrime TAP                                  | 67 600            |
| 1   | Llogari të arkëtueshme                           | 250 000           | 2   | Detyrime tatimore                             | 75 000            |
| 2   | Çeqe për t'u arkëtuar                            | 120 000           |     | <b>Totali i pasiveve afatshkurtra</b>         | <b>1 129 580</b>  |
|     | <b>Totali i aktiveve financiare afatshkurtra</b> | <b>370 000</b>    | B   | <b>PASIVET AFATGJATA</b>                      | <b>-</b>          |
| III | Inventari  |                   |     | -   | -                 |
| 1   | Materiale të riciklueshme                        | 300 000           |     | <b>Totali pasive afatgjata</b>                | <b>-</b>          |
|     | <b>Totali i inventarit</b>                       | <b>300 000</b>    |     | <b>TOTALI PASIVEVE</b>                        | <b>1 129 580</b>  |
|     | <b>Aktivitet totale afatshkurtra</b>             | <b>2 620 000</b>  |     | <b>KAPITALI VET</b>                           |                   |
| B   | <b>AKTIVE AFATGJATA</b>                          |                   | I   | Kapitali i derdhur                            | 14 776 420        |
| I   | Investimet financiare afatgjata                  |                   | II  | Rezervat                                      |                   |
|     | -  | -                 | 1   | Rezerva ligjore                               | 100 000           |
|     | <b>Totali i investimeve financiare afatgjata</b> | <b>-</b>          | 2   | Rezerva statutore                             | 50 000            |
| II  | Aktive afatgjata materiale                       |                   | 3   | Rezerva të tjera                              | 10 000            |
| 1   | Makineri riciklimi                               | 10 200 000        |     | <b>Totali i rezervave</b>                     | <b>160 000</b>    |
| 2   | Kamion   | 3 000 000         | III | Fitimi i periudhës                            | 1 304 000         |
|     | <b>Totali i aktiveve afatgjata materiale</b>     | <b>13 200 000</b> |     | <b>TOTALI I KAPITALIT VET</b>                 | <b>16 240 420</b> |
| III | Aktive afatgjata jomateriale                     |                   |     |   |                   |
| 1   | Website  | 150 000           |     |   |                   |
| 2   | Aplikacion                                       | 1 000 000         |     |   |                   |
| 2   | Backend & database                               | 300 000           |     |   |                   |
| 3   | Licensë mjedisore                                | 100 000           |     |   |                   |
|     | <b>Totali i aktiveve afatgjata jomateriale</b>   | <b>1 550 000</b>  |     |   |                   |
|     | <b>Aktivitet totale afatgjata</b>                | <b>14 750 000</b> |     |   |                   |
|     | <b>TOTALI I AKTIVEVE</b>                         | <b>17 370 000</b> |     | <b>TOTALI I PASIVEVE DHE KAPITALIT TË VET</b> | <b>17 370 000</b> |

## Përmbledhje e Planit të biznesit

ECOPOINT është një iniciativë inovative që synon të promovojë riciklimin dhe të reduktojë ndotjen nga plastika dhe kanaçet në Shqipëri, përmes përdorimit të teknologjisë dhe një sistemi shpërblimesh për qytetarët.

**Vizioni i shoqërisë** është të krijojë një rrjet të gjerë riciklimi në të gjithë Shqipërinë, duke filluar nga Tirana dhe duke e shndërruar riciklimin në një kulturë dhe rutinë të përditshme për çdo qytetar.

**Misioni i shoqërisë** është të motivojë individët që të riciklojnë, duke e bërë këtë proces të thjeshtë, të aksesueshëm dhe të dobishëm përmes makinerive inteligjente dhe aplikacionit.

Kompania funksionon me një strukturë të organizuar, ku punonjësit dhe drejtuesit kanë role të qarta dhe paguhet sipas përgjegjësisë dhe kontributit të tyre në zhvillimin e biznesit

**Tregu i synuar** përfshin grupmoshat 15–60 vjeç, të cilat përbëjnë pjesën më aktive të popullsisë dhe kanë akses të lehtë në përdorimin e teknologjisë dhe makinerive të riciklimit.

**Produkti** kryesor janë makineritë inteligjente të riciklimit (RVM), të cilat pranojnë shishe plastike dhe kanaçe, duke i shpërblyer përdoruesit me pikë, gjithashtu, aplikacioni ynë është i thjeshtë dhe lehtësisht i përdorshëm për të gjithë përdoruesit. Më poshtë paraqitet një kod QR, i cili ilustron mënyrën se si do të duket dhe funksionojë aplikacioni ynë.



**Çmimi i produktit** lidhet me vlerën e materialeve të riciklueshme dhe sistemin e pikëve, ku përdoruesit përfitojnë zbritje në partnerët tregtarë në varësi të sasisë së pikëve të grumbulluara.

## Të Ardhurat Vjetore

### Riciklimi

#### Riciklimi i plastikës

4,000 kg/javë 0.35 € / kg

Të ardhura mujore ≈ 5,600 €

Të ardhura vjetore ≈ 67,200 €

#### Riciklimi i kanaçes

1000 kg/javë 1.4 € / kg

Të ardhura mujore ≈ 5,600 €

Të ardhura vjetore ≈ 67,200 €

Totali i të ardhurave nga riciklimi: 134,400 €

| Niveli i pikëve | Pikët e grumbulluara | Përqindja e zbritjes për klientin | Kur Aplikohet Zbritja |
|-----------------|----------------------|-----------------------------------|-----------------------|
| 1               | 50 – 150             | 5%                                | 2000 lekë +           |
| 2               | 151 – 250            | 7%                                | 5000 lekë +           |
| 3               | 251 – 350            | 10%                               | 8000 lekë+            |
| 4               | 351 – 450            | 13%                               | 13000lekë+            |
| 5               | 451-500+             | 15%                               | 15000lekë+            |

### Paga e punonjesve

| Nr | Emër/Mbiemër   | Funksioni             | Pagë Bruto | Ndalesat        |                 |        | PAGA NETO | Shoqëria       |                  |
|----|----------------|-----------------------|------------|-----------------|-----------------|--------|-----------|----------------|------------------|
|    |                |                       |            | Sig. shoq. 9.5% | Sig. shënd 1.7% | T.A.P  |           | Sig. shoq. 15% | Sig. shënd. 1.7% |
| 1  | Alisia Çomo    | Drejtoresh marketingu | 150 000    | 14 250          | 2 550           | 15 600 | 117 600   | 22 500         | 2 550            |
| 2  | Flavjo Musaraj | Drejtor finance       | 150 000    | 14 250          | 2 550           | 15 600 | 117 600   | 22 500         | 2 550            |
| 3  | Xhordan Cuka   | Drejtor prodhimi      | 150 000    | 14 250          | 2 550           | 15 600 | 117 600   | 22 500         | 2 550            |
| 4  | Rajna Krasniqi | Drejtor departamenti  | 150 000    | 14 250          | 2 550           | 15 600 | 117 600   | 22 500         | 2 550            |
| 5  | Helser Qeliku  | Mirëmbajtës           | 70 000     | 6 650           | 1 190           | 5 200  | 56 960    | 10 500         | 1 190            |
| 6  | Mirëmbajtësi   | Mirëmbajtës           | 70 000     | 6 650           | 1 190           | 5 200  | 56 960    | 10 500         | 1 190            |
| 7  | Shoferi        | Shofer                | 70 000     | 6 650           | 1 190           | 5 200  | 56 960    | 10 500         | 1 190            |

Një nga **pikat kritike** është fakti që riciklimi ende nuk është pjesë e fortë e kulturës në Shqipëri, çka mund të krijojë vështirësi në fazat e para të implementimit. Megjithatë, kjo shihet edhe si një mundësi për të ndërtuar një treg të ri dhe për të edukuar komunitetin.

**Objektivi i shitjeve** është rritja e vazhdueshme e numrit të përdoruesve dhe e volumit të riciklimit, përmes vendosjes së makinerive në zona strategjike dhe bashkëpunimeve me partnerë si Big Market, SPAR, Xhangolli, Conad dhe Pro Natyra. Gjithashtu, bashkëpunimi me kompani riciklimi si Skrap 2007 dhe Recyc-AL siguron përpunimin e materialeve dhe gjenerimin e të ardhurave.

Ndër **çështjet e tjera**, kompania synon të ketë një ndikim social duke ndihmuar komunitetin dhe familjet në nevojë, si dhe të kontribuojë në afrimin e Shqipërisë me standardet europiane në fushën e mjedisit.

Gjithashtu, kemi zhvilluar një website për të prezantuar në mënyrë më të qartë dhe profesionale idenë tonë dhe funksionimin e kompanis tonë ECOPOINT.

[file:///C:/Users/User/Downloads/Eco%20Point%20\(1\).html](file:///C:/Users/User/Downloads/Eco%20Point%20(1).html)

## Letra e Presidentit për Aksionerët

Të nderuar aksionerë,

Në emër të ECOPOINT, ju falënderoj për besimin dhe mbështetjen tuaj ndaj kësaj iniciative. Investimi dhe përkushtimi juaj përbëjnë bazën mbi të cilën po ndërtojmë një projekt me potencial të lartë zhvillimi dhe ndikimi.

Që nga fillimi, qëllimi ynë ka qenë i qartë: të krijojmë një zgjidhje inovative që adreson një problem real në shoqërinë tonë, mungesën e një sistemi të strukturuar riciklimi. ECOPOINT synon të sjellë një model të ri, ku riciklimi bëhet i thjeshtë, i aksesueshëm dhe i dobishëm për qytetarët përmes përdorimit të teknologjisë dhe një sistemi shpërblimesh.

Edhe pse ndodhemi në fazën fillestare të zhvillimit, janë hedhur hapa të rëndësishëm në drejtim të ndërtimit të një modeli të qëndrueshëm biznesi. Fondet dhe mbështetja juaj janë përdorur në mënyrë të kujdesshme për të zhvilluar konceptin, për të analizuar tregun dhe për të planifikuar strategjitë e implementimit. Kjo na jep një bazë të fortë për fazat e ardhshme.

Ne jemi të vetëdijshëm për sfidat që paraqet një treg ku riciklimi nuk është ende pjesë e kulturës së përditshme. Megjithatë, pikërisht kjo situatë përfaqëson një mundësi të madhe për rritje dhe zhvillim. Me një strategji të qartë dhe një vizion afatgjatë, ne synojmë të pozicionojmë ECOPOINT si një nga iniciativat kryesore në këtë sektor.

Planet tona për të ardhmen përfshijnë fillimin e implementimit në Tiranë, zgjerimin gradual në qytete të tjera dhe ndërtimin e një rrjeti të qëndrueshëm partneritetesh. Qëllimi ynë është të krijojmë një platformë funksionale që jo vetëm gjeneron vlerë ekonomike, por edhe kontribuon në përmirësimin e mjedisit dhe komunitetit.

Ju siguroj se ECOPOINT është i përkushtuar ndaj zhvillimit të qëndrueshëm dhe përdorimit efikas të burimeve. Ne besojmë fort se kjo iniciativë ka potencial real për sukses dhe për të krijuar një ndikim afatgjatë pozitiv.

Faleminderit për besimin tuaj. Së bashku, po ndërtojmë një projekt që synon të bëjë ndryshimin.

Me respekt,

**Presidentia e ECOPOINT**

**Alisia Çomo**

## Letra e Falenderimit për Vullnetarin

Të nderuar vullnetar

Në emër të ekipit të ECOPOINT, dëshirojmë t'ju shprehim mirënjohjen tonë më të sinqertë për kontributin dhe mbështetjen tuaj të vlefshme gjatë zhvillimit të idesë sonë.

Angazhimi dhe përkushtimi juaj si vullnetar kanë qenë një element kyç në orientimin dhe përmirësimin e projektit tonë. Përmes këshillave, eksperiencës dhe mbështetjes suaj, ne kemi arritur të strukturojmë më mirë idenë tonë dhe të ndërtojmë një vizion më të qartë për të ardhmen e ECOPOINT.

Ndihma juaj ka qenë veçanërisht e rëndësishme në procesin e të kuptuarit të sfidave reale të tregut dhe në zhvillimin e një modeli biznesi më të qëndrueshëm dhe realist. Këshillat tuaja na kanë ndihmuar të mendojmë në mënyrë më strategjike dhe të përqendrohemi në zgjidhje konkrete.

Për më tepër, mbështetja juaj ka ndikuar në rritjen e motivimit dhe besimit tonë si ekip. Ju keni qenë jo vetëm një udhëzues profesional, por edhe një burim frymëzimi për të vazhduar përpara me përkushtim dhe seriozitet.

Ne e vlerësojmë shumë kohën dhe energjinë që keni investuar në këtë projekt dhe jemi të bindur se kontributi tuaj do të mbetet një pjesë e rëndësishme e rrugëtimit tonë.

Ju falënderojmë edhe një herë për mbështetjen dhe besimin tuaj.

Me respekt dhe mirënjohje,  
**Ekipi ECOPOINT**

## **Statuti i Shoqërisë**

### **Emri dhe Forma Juridike**

Shoqëria mban emrin **ECOPOINT** dhe është një kompani e krijuar në kuadër të programit të ndërmarrjes së nxënësve. Ajo operon si një njësi biznesi me qëllim zhvillimin e një ideje inovative në fushën e riciklimit dhe mbrojtjes së mjedisit.

### **Aktiviteti i Shoqërisë**

Aktiviteti kryesor i shoqërisë përfshin:

- Zhvillimin e konceptit të makinerive të riciklimit (RVM)
- Krijimin e një sistemi shpërblimi për përdoruesit
- Bashkëpunimin me partnerë retail dhe kompani riciklimi
- Promovimin e riciklimit përmes marketingut dhe aktiviteteve ndërgjegjësuere

### **Struktura Organizative**

Shoqëria ka një strukturë organizative hierarkike, e drejtuar nga Presidenti. Departamentet kryesore përfshijnë:

- Departamenti i Marketingut
- Departamenti i Financës
- Departamenti i Prodhimit/Operacioneve
- Departamenti i Marrëdhënieve me Publikun

Çdo departament raporton drejtpërdrejt tek Presidenti dhe bashkëpunon për arritjen e objektivave të përbashkëta.

### **Kapitali dhe Aksionerët**

Shoqëria financohet përmes kontributeve të aksionerëve. Çdo aksioner zotëron një pjesë të kapitalit dhe ka të drejtë të informohet mbi aktivitetin dhe performancën e kompanisë.

### **Fitimi dhe Shpërndarja**

Çdo fitim i mundshëm do të përdoret për zhvillimin dhe zgjerimin e aktivitetit të shoqërisë. Në përfundim të aktivitetit, fitimi mund të shpërndahet midis aksionerëve në përputhje me kontributin e tyre.

### **Kohëzgjatja e Shoqërisë**

Shoqëria funksionon për periudhën e përcaktuar nga programi i ndërmarrjes së nxënësve dhe mund të përfundojë aktivitetin pas realizimit të objektivave të saj.

### **Dispozita të Përgjithshme**

Shoqëria vepron në përputhje me rregullat e programit dhe me parimet e etikës, transparencës dhe bashkëpunimit. Çdo vendim merret në interes të zhvillimit të kompanisë dhe të qëllimeve të saj mjedisore dhe sociale.