REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KONKURRENCËS

AKTET LIGJORE DHE NËNLIGJORE NË FUSHËN E KONKURRENCËS

Ky botim është financuar nga BE në kuadër të projektit të asistencës teknike Europe/Aid/128366/C/SER/AL
"Mbështetje për Autoritetin Shqiptar të Konkurrencës dhe Departamentin e Ndihmës Shtetërore"

REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KONKURRENCËS

AKTET LIGJORE DHE NËNLIGJORE NË FUSHËN E KONKURRENCËS

Ky botim është financuar nga BE në kuadër të projektit
të asistencës teknike Europe/Aid/128366/C/SER/AL
"Mbështetje për Autoritetin Shqiptar të Konkurrencës
dhe Departamentin e Ndihmës Shtetërore"

REPUBLIKA E SHQIPËRISË
AUTORITETI I KONKURRENCËS

AKTET LIGJORE DHE NËNLIGJORE NË FUSHËN E KONKURRENCËS

Përgatitur nga:
Autoriteti i Konkurrencës

Përpunimi grafik dhe printimi:
Erald Lamja
(Vignette Marketing Agency)

Botuar nga:
Autoriteti i Konkurrencës, 2011

© Autoriteti i Konkurrencës, Tiranë, 2011

Përmbajtja

Ligji nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", i ndryshuar me: Ligjin Nr. 9499 datë 03. 04. 2006 ""Për Disa Ndryshime në Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës"", Ligjin Nr. 9584 datë 17. 07. 2006 "Për Pagat, Shpërblimet dhe Strukturat e Institucioneve të Pavarura Kushtetuese dhe të Institucioneve të Tjera të Pavarura, të Krijuara me Ligj", Ligjin Nr. 10 317 datë 16.09.2010 "Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës". Fq. 5

Rregullorja "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës", miratuar me Vendimin nr 58, datë 15.10.2007, ndryshuar me Vendimin nr 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"; ndryshuar me Vendimin e Komisionit të Konkurrencës Nr. 168, datë 21.12.2010 "Për një ndryshim në rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"; si dhe me Vendimin e Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"; Fq. 33

Rregullorja "Për përjashtimin e kategorive të marrëveshjeve të specializimit" miratuar me vendimin Nr.190, datë 26.05.2011; Fq. 44

Rregullorja "Për përjashtimin e kategorive të marrëveshjeve të kërkimit dhe zhvillimit" miratuar me Vendimin Nr.187, datë 03.05.2011; Fq. 47

Rregullorja "Për Kategoritë e Marrëveshjeve të Transfertave Teknologjike" miratuar me Vendimin nr 179, datë 02.03.2011 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 53

Rregullorja "Për Procedurat Hetimore të Autoritetit të Konkurrencës", miratuar me Vendimin nr 176, datë 24.02.2011 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 59

Udhëzim "Mbi vlerësimin e marrëveshjeve vertikale" miratuar me vendimin nr 145, datë 15.04.2010 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 73

Udhëzim "Mbi vlerësimin e marrëveshjeve Horizontale" miratuar me vendimin nr 137, datë 05.02.2010 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 109

Rregullorja "Për zbatimin e procedurave të përqendrimit të ndërmarrjeve", miratuar me vendimin nr 80, datë 05.06.2008; ndryshuar me Vendimin nr Nr. 165, datë 14.12 .2010 "Për disa ndryshime në rregulloren "Për zbatimin e procedurave të përqendrimit të ndërmarrjeve " Fq. 135

Udhëzim "Mbi formën e Njoftimit të përqendrimit" si dhe Anekset përkatëse I dhe II, miratuar me vendimin nr 82, datë 23.06.2008 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 142

Udhëzuesi "Për vlerësimin e përqendrimeve horizontale ndërmjet ndërmarrjeve", miratuar me vendimin nr 131, datë 07.12.2009 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 161

Udhëzim "Për vlerësimin e përqendrimeve jo horizontale dhe konglometare ndërmjet ndërmarrjeve", miratuar me vendimin nr 132, datë 07.12.2009 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 174

Rregullorja "Për marrëveshjet me rëndësi të vogël", miratuar me vendimin nr. 203, datë 08.11.2011 të Komisionit të Konkurrencës Fq. 191

Rregullorja “Për gjobat dhe lehtësimin prej tyre”, miratuar me vendimin nr 120, datë 10.09.2009 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 194

Udhëzimi”Për përcaktimin e tregut”, miratuar me vendimin nr 76, datë 07.06.2008 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 199

Udhëzimi” Për Vlerësimin e Pasojave të Legjislacionit mbi Konkurrencën”, miratuar me Vendimin nr 68, datë 24.12.2007 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 207

Kodi i Etikës së Autoritetit të Konkurrencës, miratuar me vendimin nr 69, datë 24.12.2007 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 223

Rregullore “Për parandalimin e konfliktit të interesave në ushtrimin e funksioneve publike në Autoritetin e Konkurrencës”; Fq. 227

Rregullorja “Për caktimin e shpenzimeve për ndjekjen e procedurave pranë Autoritetit të Konkurrencës”, miratuar me Vendimin nr 10, datë 29.06.2004 të Komisionit të Konkurrencës, ndryshuar me Vendimin nr 167, datë 21.12.2010 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 234

Udhëzim “Për Formën e Njoftimit të marrëveshjeve” si dhe Formulari i Njoftimit të marrëveshjeve, miratuar me vendimin Nr.14, datë 26.01.2005 të Komisionit të Konkurrencës; Fq. 235

L I G J [1/2/3]
Nr. 9121, datë 28.7.2003

"PËR MBROJTJEN E KONKURRENCËS"

Në mbështetje të neneve 11 pika 1, 78 dhe 83 pika 1 të Kushtetutës, me propozimin e Këshillit të Ministrave,

K U V E N D I
I REPUBLIKËS SË SHQIPËRISË

V E N D O S I:

PJESA I
DISPOZITA TË PËRGJITHSHME

Neni 1
Qëllimi i ligjit

Qëllimi i këtij ligji është mbrojtja e konkurrencës së lirë dhe efektive në treg, duke përcaktuar rregullat e sjelljes së ndërmarrjeve, si dhe institucionet përgjegjëse për mbrojtjen e konkurrencës dhe përgjegjësitë e tyre.

Neni 2
Fusha e zbatimit

1. Ky ligj zbatohet për:
   a) ndërmarrjet dhe grupimet e ndërmarrjeve, të cilat, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, ndikojnë ose mund të ndikojnë në treg;
   b) të gjitha subjektet e përcaktuara në këtë pikë, që e ushtrojnë veprimtarinë në territorin e Republikës së Shqipërisë, si dhe për ato që e ushtrojnë veprimtarinë jashtë këtij territori, nëse pasojat e kësaj veprimtarie ndihen në tregun e brendshëm.
   c)[4] ndërmarrjet publike dhe ndërmarrjet, të cilave u janë dhënë nga shteti të drejta ekskluzive ose të drejta të veçanta;
   ç)[5] ndërmarrjet, të cilave u është dhënë e drejta e ushtrimit të veprimtarisë në fushën e shërbimeve me interes ekonomik të përgjithshëm apo ato, të cilat kanë karakterin e monopoleve të orientuara drejt sigurimit të të ardhurave, për sa kohë dhe në atë masë që në ligj dhe në fakt nuk pengohet veprimtaria e tyre.".
2. Ky ligj nuk zbatohet për marrëdhëniet ndërmjet punëdhënësve e punëmarrësve dhe për marrëdhëniet që janë objekt i një kontrate kolektive ndërmjet punëdhënësve dhe sindikatave.

---

[1] Ky ligj është përditësuar me ndryshimet e bëra me: Ligjin Nr. 9499 datë 03. 04. 2006 ""Për Disa Ndryshime në Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës"" , dhe Ligjin Nr. 9584 datë 17. 07. 2006 "Për Pagat, Shpërblimet dhe Strukturat e Institucioneve të Pavarura Kushtetuese dhe të Institucioneve të Tjera të Pavarura, të Krijuara me Ligj", Ligjin Nr. 10 317 datë 16.09.2010 "Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", të Ndryshuar".

[2] Ligji Nr. 10 317 datë 16.09.2010 "Për Disa Shtesa dhe Ndryshime në Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", është publikuar në Fletoren Zyrtare Nr. 135 datë 07.10.2010. Ky Ligj hyn në fuqi në datën 23. 10.2010.

[3] **KUJDES:** Përditësimi i këtij Ligji, është bërë vetëm për qëllime pune, për të lehtësuar punën e punonjësve të Autoritetit të Konkurrencës në zbatimin e tij. Për qëllime zyrtare, referimet bëhen vetëm në botimin e ligjit në Fletoren Zyrtare. (Ligj Nr 9121 Datë 28-07-2003, Fletorja Zyrtare: Viti 2003, Nr 71, Faqe 3189; Ligj Nr 9499 Datë 03-04-2006, Fletorja Zyrtare: Viti 2006, Nr 37 , Faqe 1160; Ligji Nr. 9584, datë 17.7.2006, Fletorja Zyrtare: Viti 2006, Nr 84 , Faqe 2841, Ligji Nr. 10 317 datë 16. 09.2010 Fletorja Zyrtare e vitit 2010 Nr. 135).

[4] Pika "c" e nenit 2 të Ligjit shtuar me nenin 1 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010

[5] Pika "ç" e nenit 2 të Ligjit, shtuar me nenin 1 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010

Neni 3
Përkufizime

Në këtë ligj, termat e mëposhtëm kanë këto kuptime:

1. "Ndërmarrje" është çdo person fizik ose juridik, privat a publik, që kryen veprimtari ekonomike. Si ndërmarrje konsiderohen edhe organet e administratës qendrore e vendore, si dhe entet ose institucionet publike, kur kryejnë veprimtari ekonomike.
2. "Grupime ndërmarrjesh" janë grupimet e ndërmarrjeve të çdo forme, ligjore a faktike, që janë ose jo person juridik, privat a publik, me qëllim fitimprurës ose jo, të cilat mbrojnë interesat e ndërmarrjeve anëtare.
3. "Veprimtari ekonomike" është veprimtaria prodhuese, tregtare, financiare ose profesionale, që shoqërohet me blerjen dhe shitjen e mallrave dhe/ose me ofrimin apo përftimin e shërbimeve.
4.[6] "Marrëveshje" janë marrëveshjet dhe/ose praktikat e bashkërenduara ndërmjet dy apo më shumë ndërmarrjeve, si dhe vendimet ose rekomandimet e grupimeve të ndërmarrjeve**,** pavarësisht nga forma, e shkruar ose jo, apo nga forca detyruese e tyre.
5.[7] "Pozitë dominuese" është ajo fuqi ekonomike e mbajtur nga një ose më shumë ndërmarrje, që i jep atyre mundësinë për të penguar konkurrencën efektive në treg, duke i bërë ato të afta të veprojnë, për sa i takon ofertës ose kërkesës, në mënyrë të pavarur nga pjesëmarrësit e tjerë në treg, si konkurrentët, klientët ose konsumatorët.
6. "Produkt" është çdo mall, i shitur ose i blerë, ose çdo shërbim i ofruar apo i përftuar në treg nga ndërmarrjet.
7. "Treg përkatës" janë produktet që vlerësohen si të zëvendësueshme nga konsumatorët ose klientët e tjerë, për sa u përket karakteristikave, çmimit dhe funksionit të tyre dhe që ofrohen ose kërkohen nga ndërmarrjet në një zonë gjeografike me kushte të njëjta konkurrence, zonë kjo e cila veçohet nga zonat e tjera kufizuese.
8. "Autoriteti i Konkurrencës", që më poshtë do të quhet Autoriteti, është struktura e ngarkuar me kontrollin e zbatimit të këtij ligji.
9. "Komision i Konkurrencës", që më poshtë do të quhet Komisioni, është struktura vendimmarrëse e Autoritetit të Konkurrencës.

PJESA II
KUFIZIMET E KONKURRENCËS

KREU I
MARRËVESHJET

Neni 4
Marrëveshjet e ndaluara

1. Ndalohen të gjitha marrëveshjet, të cilat kanë si objekt ose si pasojë pengimin, kufizimin ose shtrembërimin e konkurrencës në treg, veçanërisht marrëveshjet që:
   a) caktojnë, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, çmimet e blerjes ose të shitjes, apo çdo kusht tjetër tregtimi;
   b) kufizojnë ose kontrollojnë prodhimin, tregjet, zhvillimin teknik ose investimet;

---

[6] Pika "4" e nenit 3 të Ligjit, ndryshuar me nenin 2 të Ligjit Nr. 10317 datë 16.09.2010. Ishte: *""Marrëveshje" janë marrëveshjet e çdo forme, të lidhura ndërmjet ndërmarrjeve, me ose pa forcë detyruese, vendimet ose rekomandimet e grupimeve të ndërmarrjeve, si dhe praktikat e bashkërenduara ndërmjet ndërmarrjeve, të cilat veprojnë në të njëjtin nivel, pra marrëveshje horizontale ose në nivele të ndryshme, pra marrëveshje vertikale, të tregut"*

[7] Pika "5" e nenit 3 të Ligjit, ndryshuar me nenin 2 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte*: ""Pozitë dominuese" është pozita e një ose më shumë ndërmarrjeve, që i lejon ato të jenë të afta të veprojnë, për sa i takon ofertës ose kërkesës, në mënyrë të pavarur nga pjesëmarrësit e tjerë në treg, si: konkurrentët, klientët ose konsumatorët.*

c) ndajnë tregjet ose burimet e furnizimit;

ç)[8] në marrëdhëniet tregtare me palët e tjera, zbatojnë kushte të ndryshme për transaksione të njëjta, duke i vendosur ato në gjendje të pafavorshme konkurrence;

d) kushtëzojnë lidhjen e kontratave me pranimin nga palët e tjera kontraktuese të detyrimeve shtesë që, për nga natyra ose nga përdorimi i tyre tregtar, nuk kanë lidhje me objektin e këtyre kontratave.

2. Marrëveshjet që ndalohen, sipas pikës 1 të këtij neni dhe që nuk përjashtohen sipas neneve 5, 6 dhe 7, janë të pavlefshme.

Neni 5[9]

Përjashtimi individual i marrëveshjeve

Mund të përjashtohet nga zbatimi i pikës 1 të nenit 4 çdo marrëveshje, e cila kontribuon në përmirësimin e prodhimit ose të shpërndarjes së produkteve ose në nxitjen e progresit teknologjik apo ekonomik, nëse një pjesë e mjaftueshme e këtyre përfitimeve shkon në favor të klientëve e të konsumatorëve dhe kur:

1. Nuk përmban kufizime të veprimtarive të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, që nuk janë të domosdoshme për të arritur objektivat e sipërpërmendur;
2. Nuk kufizon, në mënyrë të ndjeshme, konkurrencën në lidhje me produktet apo shërbimet, objekt i këtyre marrëveshjeve.

Neni 6[10]

Përjashtimi i kategorive të marrëveshjeve

Komisioni miraton rregullore për kategoritë e marrëveshjeve që përjashtohen nga ndalimi i parashikuar në pikën 1 të nenit 4. Në këto rregullore përcaktohen me hollësi kushtet që duhet të përmbushin marrëveshjet, për të përfituar nga përjashtimi i ndalimit të parashikuar në pikën 1 të nenit 4.

---

[8] Përmbajtja e gërnës "ç' të nenit 4 ndryshuar me nenin 3 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010. Ishte: *"zbatojnë kushte të ndryshme për transanksione të njëjta me palë të tjera tregtare, duke i vendosur ato në gjendje të pafavorshme konkurrence"*

[9] Neni 5 ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 4 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte:
Përjashtimi i marrëveshjeve horizontale

1. *Marrëveshjet horizontale, veçanërisht marrëveshjet, të cilat kanë si objekt ose si pasojë racionalizimin ose specializimin e veprimtarisë ekonomike, kërkimin dhe zhvillimin e produkteve ose proceseve, blerjen ose shitjen e përbashkët të produkteve nga dhe te një burim i vetëm, mund të përjashtohen nga ndalimi i parashikuar në nenin 4, për shkak të efiçençës ekonomike.*
2. *Marrëveshjet justifikohen për shkak të efiçencës ekonomike nëse plotësohen këto kushte:*
   a) *ulja e kostos së prodhimit ose të shpërndarjes, rritja e rendimentit, përmirësimi i produkteve ose proceseve të prodhimit, nxitja e kërkimit për zhvillimin dhe përhapjen e njohurive teknike e profesionale, shfrytëzimi i burimeve në mënyrë më racionale ose nxitja e zhvillimit të ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme, rezultate këto që nuk mund të arrihen ndryshe;*
   b) *pjesëmarrja më e drejtë në këtë përfitim nga ana e konsumatorëve ose e përdoruesve;*
   c) *moskufizimi i ndjeshëm i konkurrencës.*

[10] Neni 6 ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 5 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Përjashtimi i marrëveshjeve vertikale

1. *Marrëveshjet vertikale mund të përjashtohen nga ndalimi i parashikuar në nenin 4 të këtij ligji, për shkak të efiçencës ekonomike, veçanërisht kur kanë si objekt ose si pasojë:*
   a) *kufizimin e shitjeve me kontakte të drejtpërdrejta brenda një territori ekskluziv ose ndaj një grupi klientësh ekskluzivë, të rezervuar për vetë furnizuesin ose për një shpërndarës tjetër të autorizuar nga furnizuesi, nëse një marrëveshje e tillë nuk kufizon shitjet e klientëve të shpërndarësit;*
   b) *kufizimin e shitjeve përdoruesve të fundit nga shpërndarësi, që vepron në nivelin e tregtisë me shumicë;*
   c) *kufizimin e shitjeve shpërndarësve të paautorizuar nga anëtarët e një sistemi shpërndarjeje, në të cilin ndërmarrjet furnizuese, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, u shesin produktet e kontraktuara shpërndarësve të përzgjedhur në bazë të kritereve të caktuara;*
   ç) *kufizimin e së drejtës të shpërndarësve për t'u shitur pjesë përbërëse klientëve, të cilët i përdorin ato për prodhimin e produkteve të ngjashme me ato të furnizuesit.*
2. *Parashikimet e nenit 5 pika 2 të këtij ligji zbatohen edhe për pikën 1 të këtij neni.*

Neni 7[11]

Marrëveshjet me rëndësi të vogël

Mund të përjashtohen nga zbatimi i pikës 1 të nenit 4 ato marrëveshje, të cilat nuk e kufizojnë ndjeshëm konkurrencën në treg, në rast se pjesa e tregut e të gjitha ndërmarrjeve së bashku, pjesëmarrëse në këtë marrëveshje, nuk tejkalon:

a) 10 për qind të tregut përkatës, ku pjesëmarrësit janë konkurrentë aktualë ose potencialë;

b) 15 për qind të tregut përkatës, ku pjesëmarrësit nuk janë konkurrentë aktualë ose potencialë.

KREU II
ABUZIMI ME POZITËN DOMINUESE

Neni 8

Vlerësimi i pozitës dominuese

Pozita dominuese e një ose më shumë ndërmarrjeve vlerësohet, duke marrë parasysh, veçanërisht:

a) pjesën e tregut përkatës të ndërmarrjes ose ndërmarrjeve në shqyrtim dhe të konkurrentëve të tjerë;

b) pengesat në hyrje në tregun përkatës;

c) konkurrencën potenciale;

ç) fuqinë ekonomike dhe financiare të ndërmarrjeve;

d) varësinë ekonomike të furnizuesve dhe blerësve;

dh) fuqinë kundërvepruese të blerësve;

e) zhvillimin e rrjetit të shpërndarjes së ndërmarrjeve dhe mundësitë e shfrytëzimit të burimeve të produkteve;

ë) lidhjet ekonomike me ndërmarrjet e tjera;

f) karakteristika të tjera të tregut përkatës si: homogjenitetin e produkteve, transparencën e tregut, uniformitetin e kostos dhe të madhësisë së ndërmarrjeve, qëndrueshmërinë e kërkesës ose të kapaciteteve të lira prodhuese.

---

[11] Neni 7 ndryshuar në përmbajtje dhe titull, me nenin 6 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Përjashtimi i marrëveshjeve të licencës

1. *Marrëveshjet e licencës dhe të shitjes së të drejtave të pronësisë industriale mund të përjashtohen nga ndalimi i parashikuar në nenin 4 të këtij ligji nëse:*
   a) *liria tregtare e blerësit, e të licencuarit ose e ndërmarrjeve të tjera nuk kufizohet pa të drejtë dhe*
   b) *konkurrenca në treg nuk kufizohet ndjeshëm.*
2. *Nuk ndalohen, sipas nenit 4, angazhimet që kufizojnë blerësin ose të licencuarin, për aq kohë sa këto kufizime nuk tejkalojnë periudhën e së drejtës së blerë ose të së drejtës që përbën objektin e licencës, në mënyrë të veçantë kur:*
   a) *justifikohen nga interesat e shitësit ose të licencuesit për një shfrytëzim teknik sa më të mirë të objektit të së drejtës së mbrojtur;*
   b) *vendosin detyrimin për të shkëmbyer përvojë ose për të dhënë licenca joekskluzive për shpikje, për përmirësimet ose zbatimin e këtyre të fundit, me kusht që këto detyrime të jenë të njëjta për shitësin dhe licencuesin;*
   c) *kanë si objekt moskundërshtimin e së drejtës së mbrojtur;*
   ç) *çojnë në një përdorim minimal të së drejtës së mbrojtur që është objekt i licencës ose në pagesën e një tarife minimale;*
   d) *etiketojnë produktet e licencuara, duke mos përjashtuar referencën e prodhuesit.*

Neni 9[12]

Abuzimi me pozitën dominuese në treg

1. Ndalohet çdo abuzim me pozitën dominuese nga një ose më shumë ndërmarrje, që e zotërojnë këtë pozitë në treg.
2. Mund të përbëjnë abuzim me pozitën dominuese veçanërisht:
   a) vendosja, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, e çmimeve të padrejta të blerjes ose shitjes apo e kushteve të tjera të padrejta të tregtimit;
   b) kufizimi i prodhimit, tregjeve ose zhvillimit teknik;
   c) zbatimi i kushteve të pabarabarta për veprime tregtare të njëjta me palët, duke i vendosur ato në gjendje të pafavorshme konkurrence;
   ç) vendosja e kushteve për lidhjen e kontratave me palët e tjera, që këto të fundit të pranojnë detyrime shtesë, të cilat, për vetë natyrën e tyre ose sipas praktikave tregtare, nuk kanë lidhje me objektin e kontratave në fjalë.

KREU III
PËRQENDRIMET E NDËRMARRJEVE

Neni 10[13]

Përqendrimi i ndërmarrjeve

1. Përqendrim të ndërmarrjeve kemi në rastet kur shkaktohet një ndryshim i qëndrueshëm i kontrollit, si rrjedhojë e:
   a) bashkimit të dy ose më shumë ndërmarrjeve ose pjesë ndërmarrjesh të pavarura nga njëra-tjetra;

---

[12] Neni 9 ndryshuar në titull dhe përmbajtje me nenin 7 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte:
Abuzimi me pozitën dominuese në treg
1. Ndalohet çdo abuzim nga një ose më shumë ndërmarrje me pozitë dominuese në treg.
2. Mund të përbëjnë abuzim veçanërisht:
a) vendosja, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, e çmimeve të padrejta blerjeje ose shitjeje, ose e kushteve të tjera të padrejta të tregtimit;
b) kufizimi i prodhimit, tregjeve ose zhvillimit teknik;
c) zbatimi i kushteve të pabarabarta për veprime tregtare të njëjta me palët, duke i vendosur ato në gjendje të pafavorshme konkurrence;
ç) lidhja e kontratave, me kusht që palët e tjera kontraktuese të pranojnë detyrime shtesë;
d) vendosja e çmimeve ose e kushteve të tjera, që kanë si objekt ose si pasojë pengimin e hyrjes ose nxjerrjen jashtë tregut përkatës të konkurrentëve të veçantë a të një produkti të tyre;
dh) refuzimi për të tregtuar ose për të dhënë licenca;
e) refuzimi i hyrjes së një ndërmarrjeje tjetër, kundrejt një shpërblimi të përshtatshëm, në rrjetin ose në infrastrukturat e ndërmarrjes me pozitë dominuese, nëse ky refuzim i përdorimit të njëkohshëm të rrjetit ose të infrastrukturave pengon ndërmarrjen tjetër të veprojë si konkurrent i ndërmarrjes me pozitë dominuese.
3. Nuk konsiderohen abuzive praktikat e një ose më shumë ndërmarrjeve me pozitë dominuese në treg, nëse këto ndërmarrje provojnë se i kanë kryer për arsye objektive, siç mund të jenë arsyet teknike ose arsyet e ligjshme tregtare.

[13] Neni 10 ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 8 të Ligjit Nr. 10 317. Ishte:
Përqendrimi i ndërmarrjeve
1. Përqendrim të ndërmarrjeve kemi në rastet e mëposhtme:
a) kur bashkohen dy ose më shumë ndërmarrje ose pjesë ndërmarrjesh të pavarura nga njëra-tjetra;
b) në çdo transaksion, nëpërmjet të cilit një ose më shumë ndërmarrje përftojnë kontroll, të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, të një ose më shumë ndërmarrjeve ose të një pjese të këtyre të fundit;
c) kur krijohet një ndërmarrje e përbashkët, që kryen të gjitha funksionet e një njësie ekonomike të pavarur.
2. Kontrolli, sipas pikës 1 shkronja "b" të këtij neni, mund të vendoset nëpërmjet të drejtave, kontratave ose çdo mënyre tjetër, të cilat, në mënyrë të veçantë ose të kombinuar, në bazë juridike ose faktike, krijojnë mundësinë e ushtrimit të një ndikimi vendimtar mbi veprimtarinë ekonomike të një ndërmarrjeje, në veçanti me anë të:
a) së drejtës së pronës ose të së drejtës për të përdorur të gjitha ose një pjesë të aktiveve të një ndërmarrjeje;
b) të drejtave ose kontratave, që ndikojnë në mënyrë të ndjeshme në përbërjen, votimin ose vendimet e organeve drejtuese të një ndërmarrjeje.

b) përfitimit të kontrollit të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, nga një ose më shumë persona fizikë, të cilët njëkohësisht kanë kontrollin e të paktën një ndërmarrjeje tjetër ose nga një ose më shumë ndërmarrje, mbi një ose më shumë ndërmarrje, ose të një pjese të këtyre të fundit, përmes blerjes së aksioneve, kuotave apo aseteve, kontratës ose çdo mjeti tjetër të ligjshëm;

c) kontrollit të drejtpërdrejtë ose të tërthortë mbi një ose më shumë ndërmarrje ose të një pjese të këtyre të fundit.

2. Kontrolli, sipas shkronjës "b" të pikës 1 të këtij neni, mund të përfitohet nëpërmjet të drejtave, kontratave ose çdo mënyre tjetër, të cilat, më vete ose të kombinuara dhe, duke marrë parasysh rrethanat e faktit ose të ligjit, krijojnë mundësinë e ushtrimit të një ndikimi vendimtar mbi veprimtarinë ekonomike të një ndërmarrjeje, në veçanti, me anë të:

a) së drejtës së pronës ose të së drejtës për të përdorur të gjitha ose një pjesë të aktiveve të një ndërmarrjeje;

b) të drejtave ose kontratave, që ndikojnë në mënyrë të ndjeshme në përbërjen, votimin ose vendimet e organeve drejtuese të një ndërmarrjeje.

3. Krijimi i një ndërmarrjeje të përbashkët nuk përbën një përqendrim, sipas këtij neni, në rast se ka për objekt apo pasojë bashkërendimin e veprimtarive konkurruese ndërmjet dy ose më shumë ndërmarrjesh të pavarura. Në këtë rast, krijimi i një ndërmarrjeje të përbashkët vlerësohet në bazë të nenit 4 të këtij ligji.".

Neni 11

Blerja e aksioneve për rishitje

Nuk konsiderohet përqendrim blerja e aksioneve të një ndërmarrjeje nga institucionet financiare, institucionet e kreditit dhe të sigurimit, për rishitje, për sa kohë që ato nuk ushtrojnë të drejtën e votës për aksionet që kanë dhe me kusht që rishitja e tyre të bëhet brenda një viti nga blerja.

Neni 12[14]

Kontrolli i përqendrimeve

1. Përqendrimet e ndërmarrjeve njoftohen në Autoritet për të marrë autorizim, nëse, në vitin e fundit financiar, para përqendrimit:

a) xhiroja e të gjitha ndërmarrjeve pjesëmarrëse së bashku në tregun ndërkombëtar është më shumë se 7 miliardë lekë dhe xhiroja e të paktën një ndërmarrjeje pjesëmarrëse, në tregun e brendshëm, është më shumë se 200 milionë lekë.

b) b) xhiroja e të gjitha ndërmarrjeve pjesëmarrëse së bashku në tregun e brendshëm është më shumë se 400 milionë lekë dhe xhiroja e të paktën një ndërmarrjeje pjesëmarrëse, në tregun e brendshëm, është më shumë se 200 milionë lekë.

2. Përqendrimet e parashikuara në pikën 1 të këtij neni njoftohen brenda 30 ditëve nga lidhja e marrëveshjes për bashkim, për përftim kontrolli ose për krijimin e një ndërmarrjeje të

---

[14] Neni 12, ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 9 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010. Ishte:
Kontrolli i përqendrimeve

1. Përqendrimet e ndërmarrjeve njoftohen në Autoritet, për të marrë autorizim, nëse në vitin e fundit financiar, para përqendrimit:

a) xhiroja e të gjitha ndërmarrjeve pjesëmarrëse së bashku, në tregun ndërkombëtar, është më shumë se 70 miliardë lekë, ose xhiroja e të gjitha ndërmarrjeve pjesëmarrëse së bashku, në tregun e brendshëm, është më shumë se 800 milionë lekë dhe

b) xhiroja e të paktën një ndërmarrjeje pjesëmarrëse, në tregun e brendshëm, është më shumë se 500 milionë lekë.

2. Përqendrimet e parashikuara në pikën 1 të këtij neni njoftohen brenda një jave nga lidhja e marrëveshjes për bashkim ose për përftim kontrolli, si dhe nga publikimi i ofertës publike për blerje ose shkëmbim.

3. Ndërmarrje pjesëmarrëse, në kuptimin e këtij neni, janë:

a) në rast bashkimi, ndërmarrjet që bashkohen;

b) në rast përftimi kontrolli, ndërmarrjet që përftojnë kontrollin dhe ato që bëhen objekt të përftimit të kontrollit;

c) pjesa e ndërmarrjes, në rast se transaksioni prek këtë të fundit.

përbashkët, me karakteristikat e parashikuara në pikën 3 të nenit 10 të ligjit, si dhe nga publikimi i ofertës publike për blerje ose shkëmbim.

3. Ndërmarrje pjesëmarrëse, në kuptimin e këtij neni, janë:
   a) në rast bashkimi, ndërmarrjet që bashkohen;
   b) në rast përftimi kontrolli, ndërmarrjet dhe/ose personat e parashikuar në shkronjën "b" të pikës 1 të nenit 10, që përftojnë kontrollin, dhe ndërmarrjet ose pjesët e ndërmarrjeve, që bëhen objekt të përftimit të kontrollit;
   c) në rast krijimi të një ndërmarrjeje të përbashkët, sipas pikës 3 të nenit 10, ndërmarrjet që kanë kontrollin e ndërmarrjes së përbashkët.

Neni 13[15]

Vlerësimi i përqendrimit

1. Komisioni ndalon përqendrimet e ndërmarrjeve, që kufizojnë, në mënyrë të ndjeshme, konkurrencën në treg ose në një pjesë të tij, në veçanti, si rezultat i krijimit ose forcimit të pozitës dominuese.
2. Komisioni,–në vlerësimin e përqendrimeve, mund të marrë, gjithashtu, parasysh, efiçencat ekonomike që mund të rrjedhin nga përqendrimi, nëse plotësohen të gjitha kushtet e mëposhtme:
   a) efiçencat në fjalë kontribuojnë në rritjen e mirëqenies së konsumatorëve ose, të paktën, neutralizojnë efektet e mundshme negative që mund të sillte përqendrimi;
   b) eficencat ekonomike janë ose do të jenë rezultat i përqendrimit nën shqyrtim dhe, për krijimin e tyre, nuk ekzistojnë mënyra alternative më pak antikonkurruese, se përqendrimi në fjalë;
   c) efiçencat ekonomike duhet të jenë të verifikueshme.
3. Komisioni, në raste të veçanta, mund të mos ndalojë përqendrimet, kur njëra nga ndërmarrjet pjesëmarrëse rrezikon seriozisht të falimentojë e nuk ka mundësi tjetër më pak antikonkurruese se realizimi i përqendrimit nëse:
   a) ndërmarrja ndodhet në një situatë të tillë që, pa këtë përqendrim, duhet të dalë nga tregu në një të ardhme të afërt;
   b) nuk ka mundësi për riorganizimin e veprimtarisë së kësaj ndërmarrjeje.

Neni 14

Ndalimi i realizimit të përqendrimit

1. Përqendrimet, sipas nenit 10 të këtij ligji, nuk realizohen sipas rastit:
   a) përpara njoftimit në autoritet;
   b) përpara marrjes së autorizimit nga Autoriteti,
   c) kur nuk janë plotësuar kushtet e vendosura në autorizim.
2. Veprimet ligjore ose kontraktore, në kundërshtim me pikën 1 të këtij neni, janë të pavlefshme, përveç rastit kur jepet një autorizim për realizim të përkohshëm, sipas nenit 60 të këtij ligji.

---

15 Neni 13, ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 10 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010. Ishte:
Vlerësimi i përqendrimit
1. *Komisioni ndalon përqendrimet e ndërmarrjeve, që rrezikojnë të krijojnë ose të forcojnë pozitën dominuese të një ose të më shumë ndërmarrjeve.*
2. *Komisioni nuk ndalon përqendrimet, kur njëra nga ndërmarrjet pjesëmarrëse rrezikon seriozisht të falimentojë dhe nuk ka mundësi tjetër më pak antikonkurruese se realizimi i përqendrimit nëse:*
   a) ndërmarrja ndodhet në një situatë të tillë që, pa këtë përqendrim, duhet të dalë nga tregu në një të ardhme të afërt;
   b) nuk ka mundësi për riorganizimin e veprimtarisë së kësaj ndërmarrjeje.

Neni 15

Llogaritja e xhiros

1. Xhiroja totale përbëhet nga shuma e përftuar nga ndërmarrjet pjesëmarrëse prej shitjes së produkteve në të gjithë veprimtarinë e zakonshme të ndërmarrjeve, gjatë vitit financiar paraardhës, pas zbritjes së tatimeve, taksave dhe tarifave të tjera që lidhen drejtpërdrejt me xhiron e ndërmarrjeve.
2. Kur përqendrimi ka të bëjë me blerjen e pjesëve të një ose të më shumë ndërmarrjeve, që janë ose jo persona juridikë, për shitësin ose shitësit merret parasysh vetëm xhiroja për pjesët që janë objekt i transaksionit.
3. Dy ose më shumë transaksione, sipas kuptimit të pikës 2 të këtij neni, të cilat kryhen ndërmjet të njëjtave ndërmarrje, brenda një periudhe dyvjeçare, vlerësohen si një përqendrim i vetëm. Për të përcaktuar periudhën dyvjeçare, fillohet nga data e transaksionit të fundit.

Neni 16

Xhiroja e ndërmarrjeve pjesëmarrëse që janë pjesë të një grupi

1. Kur ndërmarrja pjesëmarrëse bën pjesë në një grup ndërmarrjesh, xhiroja totale e ndërmarrjes pjesëmarrëse, sipas nenit 15 të këtij ligji, llogaritet duke mbledhur xhirot:
   a) e vetë ndërmarrjes pjesëmarrëse;
   b) e ndërmarrjeve filiale, në të cilat ndërmarrja pjesëmarrëse, në mënyrë të drejtpërdrejtë a të tërthortë, zotëron më shumë se gjysmën e kapitalit ose më shumë se gjysmën e votave, ose ka fuqinë të emërojë më shumë se gjysmën e anëtarëve të këshillit mbikëqyrës, të këshillit administrativ ose të strukturave të tjera ligjore, që përfaqësojnë ndërmarrjen, ose ka të drejtë të drejtojë çështjet e ndërmarrjes;
   c) e ndërmarrjeve mëmë, që në ndërmarrjen pjesëmarrëse kanë të drejta ose fuqi të përcaktuara në shkronjën "b" të këtij neni;
   ç) e ndërmarrjeve filiale simotra ose filiale të ndërmarrjes mëmë, në të cilat një ndërmarrje, sipas shkronjës "c" të kësaj pike, ka të drejta ose fuqi të përcaktuara në shkronjën "b";
   d) të ndërmarrjeve, në të cilat dy ose më shumë ndërmarrje, sipas shkronjave "a", "b", "c" dhe "ç" të kësaj pike, kanë bashkërisht të drejta ose fuqi, sipas përcaktimit të shkronjës "b".
2. Në xhiron totale të ndërmarrjes pjesëmarrëse nuk përfshihet shitja e produkteve ndërmjet ndërmarrjeve të parashikuara në pikën 1 të këtij neni.
3. Kur ndërmarrjet pjesëmarrëse kanë bashkërisht të drejta dhe fuqi të përcaktuara në pikën 1 shkronja "b" të këtij neni, në llogaritjen e xhiros totale:
   a) nuk merret parasysh xhiroja që rezulton nga shitja e produkteve, ndërmjet ndërmarrjes së përbashkët dhe secilës prej ndërmarrjeve pjesëmarrëse, si dhe çdo ndërmarrjeje tjetër, sipas pikës 1 shkronjat "b" deri në "d" të këtij neni;
   b) merret parasysh xhiroja e rezultuar nga shitja e produkteve ndërmjet ndërmarrjes së bashkuar dhe palëve të treta, e cila ndahet

Neni 17

Xhiroja e institucioneve të kreditit, institucioneve të tjera financiare dhe ndërmarrjeve të sigurimit

1. Për institucionet e kreditit dhe institucionet e tjera financiare, në vend të xhiros së parashikuar në nenin 15 pika 1 të këtij ligji, përdoret shuma që rezulton në llogaritë vjetore dhe llogaritë e konsoliduara të bankave dhe të institucioneve të tjera financiare, nga të ardhurat e elementeve të mëposhtme, pas zbritjes së tatimeve, që lidhen drejtpërdrejt me këto elemente:
   a) të ardhurat nga interesi dhe të ardhura të tjera të ngjashme;
   b) të ardhurat nga aksionet, nga letra me vlerë me normë interesi të ndryshueshme, si dhe nga interesat e pjesëmarrjeve në kapital;
   c) të ardhurat nga komisione të arkëtueshme;

ç) fitimi neto nga operacione financiare;

d) të ardhurat nga veprime të tjera.

2. Për ndërmarrjet e sigurimit, në vend të xhiros së parashikuar në nen 15 në pikën 1, përdoret vlera bruto e primeve të nënshkruara, të cilat përfshijnë të gjitha shumat e marra dhe të arkëtueshme, në bazë të kontratave të sigurimit, të lëshuara nga ose në emër të shoqërive të sigurimit, përfshirë edhe primet e risigurimit, pas zbritjes së tatimeve, që lidhen drejtpërdrejt me elementet e mësipërme.

3. Parashikimet e nenit 15 pikat 2 e 3, si dhe të nenit 16 zbatohen edhe për pikat 1 dhe 2 të këtij neni.

PJESA III
AUTORITETI I KONKURRENCËS DHE PROCEDURAT ADMINISTRATIVE

KREU I
ORGANIZIMI DHE FUNKSIONIMI I AUTORITETIT TË KONKURRENCËS

Neni 18
Autoriteti i Konkurrencës

1. Autoriteti i Konkurrencës është organ publik, i pavarur në kryerjen e detyrave të veta. Autoriteti është person juridik, me seli në Tiranë.
2. Autoriteti përbëhet nga Komisioni dhe nga Sekretariati.

Neni 19
Komisioni i Konkurrencës

Komisioni i Konkurrencës është organi vendimmarrës i Autoritetit dhe përbëhet nga pesë anëtarë. Ai vepron si një organ kolegjial i përhershëm.

Neni 20
Kushtet për t'u zgjedhur anëtar i Komisionit

Anëtar i Komisionit mund të zgjidhet kandidati që plotëson kushtet e mëposhtme:

a) të jetë shtetas shqiptar;

b) të ketë vjetërsi pune në profesion jo më pak se 15 vjet;

c) të jetë, prej jo më pak se 5 vjetësh, pjesëtar i trupit akademik universitar ose të mbajë titull apo gradë shkencore në fushën e ekonomisë a të drejtësisë, specialiteti "E drejtë civile/ administrative" [16];

ç) të mos jetë larguar nga puna ose nga shërbimi civil me masë disiplinore.

Neni 21
Zgjedhja e anëtarëve të Komisionit

1. Anëtarët e Komisionit zgjidhen me shumicë votash, në prani të më shumë se gjysmës së të gjithë anëtarëve të Kuvendit të Republikës së Shqipërisë, për një periudhë 5-vjeçare. Kuvendi emëron Kryetarin e Komisionit. Zëvendëskryetari zgjidhet me shumicën e votave të të gjithë anëtarëve, në mbledhjen e parë të Komisionit.

---

[16] Shkronja "c" e nenit 20 të këtij ligji është ndryshuar me nenin 1 të Ligjit Nr. 9499 datë 03. 04. 2006. Para këtij ndryshimi ishte: *"të jetë i njohur për kontributin në fushën e shkencave ekonomike dhe juridike ose për aftësitë drejtuese dhe profesionalitetin e shfaqur në sektorë të ndryshëm të ekonomisë"*

2. Anëtarët e Komisionit zgjidhen jo më shumë se dy mandate radhazi. Vetëm për herën e parë të zgjedhjes, nga hyrja në fuqi e këtij ligji, Kryetari ka një mandat 5-vjeçar, Zëvendëskryetari mandat 4-vjeçar dhe tre anëtarët e tjerë kanë mandat 3-vjeçar.
3. Anëtarët e Komisionit zgjidhen nga Kuvendi, me kandidatura alternative, si më poshtë:
   a) një anëtar propozohet nga Presidenti i Republikës;
   b) dy anëtarë propozohen nga Këshilli i Ministrave;
   c) dy anëtarë propozohen nga Kuvendi.
4. Paga e anëtarëve të Komisionit vendoset nga Kuvendi.

3/1[17]. Tre muaj para përfundimit të mandatit të çdo anëtari të komisionit, autoriteti njofton me shkrim Kuvendin, i cili fillon praktikat për zgjedhjen e anëtarit të ri. Në rastet kur mandati i anëtarit të komisionit ka përfunduar dhe nuk është realizuar emërimi i anëtarit të ri, anëtari i vjetër qëndron në detyrë deri në zëvendësimin e tij.

Neni 22

Papajtueshmëritë dhe lirimi nga detyra i anëtarëve të Komisionit

1. Nuk mund të jenë anëtarë të Komisionit personat që bëjnë pjesë në organet e larta drejtuese të partive politike, anëtarët e organeve drejtuese të shoqërive tregtare ose personat që ushtrojnë veprimtari ekonomike.
2. Anëtari i Komisionit zëvendësohet:
   a) pas mbarimit të mandatit;
   b) kur largohet nga detyra, sipas pikës 3 të këtij neni;
   c) kur vdes;
   ç) kur jep dorëheqjen;
   d) kur dënohet me vendim gjykate të formës së prerë, për kryerjen e një vepre penale;
   dh) kur nga gjykata është ndaluar ose pezulluar të ushtrojë detyrën si nëpunës civil ose funksion tjetër në shërbimin publik ose të ushtrojë detyra drejtuese pranë personave juridikë.
3. Anëtari i Komisionit largohet nga detyra me shumicë votash, në prani të më shumë se gjysmës së të gjithë anëtarëve të Kuvendit, kur:
   a) ka shkelur rëndë ligjin dhe etikën e punës gjatë kryerjes së detyrës;
   b) është në pamundësi fizike ose mendore për të ushtruar detyrën;
   c)[18] mungon në detyrë mbi 1 muaj në mënyrë të pajustifikuar;
   ç) humbet shtetësinë shqiptare.

Neni 23

Konflikti i interesave

Kryetari, Zëvendëskryetari ose çdo anëtar tjetër i Komisionit nuk merr pjesë në shqyrtimin e një çështjeje për të cilën ai ka interes ose kur ka përfaqësuar njërën nga palët pjesëmarrëse. Në këtë rast, Komisioni e merr vendimin në mungesë të Kryetarit, Zëvendëskryetarit ose anëtarit në fjalë.

Neni 24

Detyrat dhe përgjegjësitë e Komisionit

Komisioni ka këto detyra dhe përgjegjësi:

a) harton politikën kombëtare të konkurrencës;

---

[17] Pika "3/1" e nenit 21 shtuar me nenin 11 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010.

[18] Shkronja "c" e pikës 3 të nenit 22 të këtij ligji, ndryshuar me nenin 2 të Ligjit Nr. 9499 datë 03. 04. 2006. Para këtij ndryshimi ishte: "*mungon në detyrë për më shumë se tre muaj në mënyrë të pajustifikuar*".

b) *(shfuqizuar)* [19];

c) miraton rregulloren e brendshme të funksionimit të Autoritetit;

ç) mbikëqyr punën e Sekretariatit për zbatimin e dispozitave të këtij ligji;

d) merr vendime sipas këtij ligji;

dh) nxjerr rregullore dhe udhëzime në zbatim të këtij ligji;

e) brenda 3-mujorit të parë të vitit pasardhës paraqet në Kuvend raportin vjetor të Autoritetit;

ë) me kërkesën e komisioneve të Kuvendit, jep vlerësime për çështje që lidhen me konkurrencën dhe legjislacionin në këtë fushë;

f) u jep vlerësime dhe rekomandime organeve të administratës qendrore e vendore dhe institucioneve të tjera publike, shoqatave tregtare, sindikatave, shoqatave të konsumatorit, dhomave të tregtisë dhe të industrisë, për çështjet që lidhen me konkurrencën;

g) përfaqëson Autoritetin, brenda dhe jashtë vendit, në marrëdhëniet me institucionet e tjera dhe ato simotra;

gj)[20] përcakton përparësitë e hetimeve dhe afatet përkatëse për to

Neni 25

Detyrat e Kryetarit

1. Kryetari i Komisionit ka këto detyra:
   a) përgatit, thërret dhe drejton mbledhjet e Komisionit;
   b) bashkërendon punën ndërmjet anëtarëve të Komisionit;
   c) nënshkruan aktet e Komisionit, me përjashtim të vendimeve, që nënshkruhen nga të gjithë anëtarët e pranishëm në mbledhje.
   ç) përfaqëson Autoritetin në marrëdhënie me të tretët;
2. Në mungesë të Kryetarit këto detyra kryhen nga Zëvendëskryetari.

Neni 26

Marrja e vendimeve

1. Marrja e vendimeve është e vlefshme kur në mbledhjen e Komisionit janë të pranishëm të paktën katër anëtarë, prej të cilëve njëri duhet të jetë Kryetari ose Zëvendëskryetari, me përjashtim të rastit të parashikuar në nenin 23 të këtij ligji.
2. Vendimet merren me shumicën e thjeshtë të anëtarëve të pranishëm. Në rast barazimi të votave, vota e kryesuesit të mbledhjes është vendimtare. Abstenimi nuk lejohet.

Neni 27

Sekretariati i Konkurrencës

1. Sekretariati drejtohet nga Sekretari i Përgjithshëm, i cili zgjidhet nga Komisioni.
2. Nëpunësit[21] e Sekretariatit gëzojnë statusin e nëpunësit civil.
3. Inspektorët e Sekretariatit kryejnë hetime administrative, sipas Kodit të Procedurave Administrative, këtij ligji dhe legjislacionit tjetër në fuqi.

---

[19] Pika "b" e nenit 24 të këtij ligji, shfuqizuar me nenin 15 të Ligjit Nr. 9548 datë 17. 07. 2006. Para këtij shfuqizimi, ishte: *"miraton strukturën organizative dhe organikën e Sekretariatit"*

[20] Gërma "gj" në nenin 24 shtuar me nenin 12 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

[21] Në nenin 27, fjala "nëpunësit", ka zëvendësuar fjalën "punonjësit". Kjo, në bazë të nenit 13 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010.

Neni 28

Përgjegjësitë e Sekretariatit

Sekretariati, për ndjekjen e zbatimit të dispozitave të këtij ligji, ka këto përgjegjësi:

a) monitoron dhe analizon kushtet e tregut për zhvillimin e konkurrencës së lirë dhe efektive;

b) kryen hetime, në përputhje me Kodin e Procedurave Administrative, këtë ligj dhe legjislacionin në fuqi;

c) harton dhe paraqet raportet e hetimit pranë Komisionit për vendimmarrje;

ç) siguron publikimin e vendimeve të marra, të akteve nënligjore të nxjerra në zbatim të këtij ligji, si dhe të raportit vjetor të Autoritetit;

d) ndjek dhe kontrollon zbatimin e vendimeve të marra nga Komisioni.

Neni 29

Përgjegjësitë e Sekretarit të Përgjithshëm

1. Sekretari i Përgjithshëm përgjigjet për mbarëvajtjen e veprimtarisë së Sekretariatit. Në mungesë të tij ose në pamundësi për të vepruar, me miratim të Komisionit, ai mund t'ia delegojë përgjegjësitë njërit prej drejtorëve të drejtorive të Sekretariatit.
2. Sekretari i Përgjithshëm përgjigjet për:

a) zbatimin e procedurave të këtij ligji për shqyrtimin e rasteve;

b) hartimin dhe paraqitjen e raportit përmbledhës të hetimit para Komisionit për vendimmarrje;

c) bashkërendimin e punës së drejtorive të Sekretariatit;

ç) përgatitjen e raportit vjetor të punës së Autoritetit;

d) bashkëpunimin me institucionet e tjera, brenda dhe jashtë vendit, për zgjidhjen e çështjeve;

dh) nënshkrimin e korrespondencës shkresore të Sekretariatit.

Neni 29/1[22]

Trajtimi i ankesave

Palë të treta ose të interesuara për çështje që lidhen me kufizime, shtrembërime ose pengime të konkurrencës, paraqesin pranë Autoritetit të Konkurrencës ankesa a njoftime për këto konstatime. Autoriteti ruan dhe garanton mbetjen anonim të ankuesit, sa herë që ky i fundit e kushtëzon një gjë të tillë.

Ankesat ose njoftimet, pavarësisht nga mënyra e paraqitjes, pasi shënohen në regjistrin e protokollit, përcillen për trajtim profesional, brenda një afati të përcaktuar, në sekretariatin e Autoritetit. Procedurat e trajtimit të ankesave përcaktohen në rregulloren e funksionimit të Autoritetit.".

Neni 30

Ruajtja e konfidencialitetit dhe e sekreteve tregtare

1. Anëtarët e Komisionit dhe të gjithë punonjësit e Sekretariatit ose personat e tjerë të autorizuar nga Komisioni për zbatimin e këtij ligji ruajnë sekretin profesional dhe nuk u japin të dhëna konfidenciale, të siguruara gjatë kryerjes së detyrave të tyre, asnjë personi ose institucioni, me përjashtim të rasteve kur duhet të dëshmojnë përpara gjykatës. Kjo vlen dhe pas mbarimit të detyrës.
2. Publikimet e Autoritetit nuk duhet të përmbajnë të dhëna që përbëjnë sekret tregtar.

Neni 31

Financimi i Autoritetit

1. Buxheti vjetor për financimin e veprimtarisë së Autoritetit, i cili përbën zë me vete në Buxhetin e Shtetit, miratohet nga Kuvendi.

---

[22] Neni 29/1 shtuar me nenin 14 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

2. Të ardhurat që krijohen në zbatim të këtij ligji, përfshirë edhe të ardhurat nga gjobat, derdhen në Buxhetin e Shtetit dhe përdoren sipas akteve ligjore në fuqi.
3. Autoriteti mban llogari të shpenzimeve dhe të të ardhurave faktike, në përputhje me legjislacionin shqiptar të kontabilitetit.

KREU II
PROCEDURAT E PËRGJITHSHME ADMINISTRATIVE

Neni 32
Parimi i përgjithshëm

Autoriteti, në ushtrimin e funksionit të tij, zbaton Kodin e Procedurave Administrative, përveç rasteve kur ky ligj parashikon ndryshe.

Neni 33
Detyrimi për të informuar

1[23]. Në çdo kohë, Autoriteti, me anë të një kërkese të sekretariatit ose të komisionit, mund t'u kërkojë të tretëve, ndërmarrjeve ose grupimeve të ndërmarrjeve, t'i sigurojnë të gjitha informacionet e nevojshme, për zbatimin e këtij ligji, përfshirë edhe ato, të cilat përmbajnë sekrete tregtare
2. Kur ndërmarrjet ose personat nuk japin të dhënat e kërkuara, ose japin të dhëna të paplota brenda periudhës së caktuar në kërkesën e Sekretariatit, ose kur Komisioni e vlerëson të nevojshme, ai i kërkon të dhënat nëpërmjet një vendimi.
3. Në kërkesën e Sekretariatit dhe vendimin e Komisionit përcaktohen baza ligjore, qëllimi, afati kohor, brenda të cilit duhet të sigurohen të dhënat, si dhe gjobat e parashikuara në ligj, në rast mospërmbushjeje të kërkesës ose vendimit.

4[24]. *(shfuqizuar)*

Neni 34
Detyrimi për organet e administratës publike

Organet e administratës qendrore e vendore dhe institucionet e tjera publike bashkëpunojnë me Autoritetin për sigurimin e të dhënave dhe të provave të nevojshme.

Neni 35
Përgjegjësitë për inspektim

1. Sekretariati kryen inspektimet e nevojshme pranë ndërmarrjeve dhe grupimeve të ndërmarrjeve, sipas objektit dhe procedurave të parashikuara në këtë ligj.
2. Komisioni, me kërkesën e Sekretariatit, autorizon me shkrim inspektorët e Sekretariatit për kryerjen e inspektimeve, sipas procedurave të parashikuara në këtë ligj. Për të kryer inspektimin, inspektorët e Autoritetit paraqesin autorizimin, i cili përmban objektin dhe qëllimin e inspektimit, si dhe sanksionet e parashikuara në nenet 73, 74, 76 dhe 78 të këtij ligji.

---

[23] Pika "1" e nenit 33 ndryshuar me nenin 15 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte*: "Ndërmarrjet që hetohen, ato që kërkojnë një përjashtim, ato që janë pjesëmarrëse në një përqendrim, si dhe ndërmarrjet ose personat e tjerë që mund të kenë të dhëna të vlefshme për trajtimin e një çështjeje, me kërkesë të Sekretariatit dhe në çdo fazë të procedurës së hetimit, janë të detyruara t'i japin këto të dhëna."*

[24] Pika "4" e nenit 33 shfuqizuar me nenin 15 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010. Ishte*: "Ndërmarrjet dhe personat, të përcaktuar në pikën 1 të këtij neni, detyrohen të japin edhe të dhëna që përmbajnë sekrete tregtare"*

3. Autoriteti kërkon ndihmën e Policisë së Shtetit[25] në rastet kur pengohet kryerja e inspektimeve të nevojshme.

Neni 36

Inspektimi në ndërmarrje

Inspektorët e Sekretariatit dhe persona të tjerë të autorizuar me shkrim nga Komisioni për kryerjen e inspektimeve mund:

a) të hyjnë në mjediset, mjetet e transportit dhe në territorin e ndërmarrjeve, gjatë orarit të punës;

b) të shqyrtojnë librat dhe regjistrat e veprimtarisë ekonomike dhe dokumentet e tjera, pavarësisht nga mënyra e ruajtjes së këtij dokumentacioni, në formë të shkruar ose elektronike;

c) të marrin ose të sigurojnë kopje ose pjesë nga këto libra, regjistra ose dokumente;

ç) të vulosin çdo seli, libër ose regjistër të veprimtarisë ekonomike për jo më shumë se 72 orë, nëse një gjë e tillë është e nevojshme për inspektimin;

d) t'i kërkojnë çdo përfaqësuesi ose punonjësi të ndërmarrjes shpjegime për fakte dhe dokumente, që lidhen me objektin dhe qëllimin e inspektimit.

Neni 37

Kontrolli në mjedise të tjera

1. Inspektorët e Autoritetit, të autorizuar me vendim nga gjykata që ka në juridiksion vendin ku kryhet kontrolli, mund të hyjnë:

   a) në banesat e administratorëve, menaxherëve, drejtorëve dhe punonjësve të tjerë të ndërmarrjes, si dhe në banesat e selitë e veprimtarisë ekonomike të personave fizikë dhe juridikë, të brendshëm ose të jashtëm, të ngarkuar për menaxhimin tregtar, kontabël, administrativ, fiskal ose financiar nga ora 700 deri në orën 1800;

   b) në mjedise të tjera, të njësuara me banesat, kur ka arsye të bazuara për fakte dhe rrethana konkrete se në këto mjedise gjenden ditare ose dokumente të tjera profesionale, që mund të jenë të nevojshme për të vërtetuar shkeljet e neneve 4 dhe 9 të këtij ligji.

2. Inspektorët e Sekretariatit, të autorizuar me vendim të Komisionit për kryerjen e kontrollit, veprojnë sipas nenit 36 shkronjat "a", "b", "c" dhe "d" dhe nenit 38 të këtij ligji.

Neni 38

Sekuestrimi

1. Inspektorët e Autoritetit sekuestrojnë objekte që kanë vlerën e provës materiale në hetim, për jo më shumë se 72 orë, nëse një gjë e tillë është e domosdoshme. Personi që preket nga sekuestrimi njoftohet për këtë pa vonesë.

2. Gjykata që ka në juridiksion vendin ku ndodh sekuestrimi, me kërkesë të Autoritetit, mund ta zgjasë afatin e mbajtjes në sekuestro, të parashikuar në pikën 1 të këtij neni, por jo më shumë se 6 muaj.

3. Inspektorët hartojnë një procesverbal për sekuestrimin, një kopje e të cilit i jepet personit të interesuar. Ky person vihet në dijeni për të drejtën e ankimit në gjykatë.

---

[25] Në bazë të nenit 16 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010, emërtimi "Policisë Tatimore" është zëvendësuar me emërtimin "Policisë së Shtetit".

Neni 39

E drejta e palëve për t'u dëgjuar

Ndërmarrjet dhe grupimet e ndërmarrjeve kanë të drejtë të shprehen për çështjen, përpara marrjes së vendimit përfundimtar nga Komisioni. Komisioni e bazon vendimin vetëm në pretendime, për të cilat palëve u është dhënë mundësia për t'u shprehur.

Neni 40

Ankimi ndaj vendimeve

1. Kundër vendimeve të Autoritetit mund të bëhet ankim në Gjykatën e Tiranës brenda 30 ditëve nga njoftimi i vendimit.
2. Ankimi nuk pezullon zbatimin e vendimeve që autorizojnë përqendrimet dhe marrjen e masave të përkohshme, sipas nenit 44 të këtij ligji.
3. Gjykata e Tiranës mund të vendosë pezullimin, tërësisht ose pjesërisht, të këtyre masave.

KREU III
PROCEDURAT PËR MARRËVESHJET DHE PËR ABUZIMIN E POZITËS DOMINUESE

SEKSIONI I
PROCEDURAT PËR HETIMET

Neni 41[26]

1. Autoriteti, me nismën e tij, me kërkesën e Kuvendit ose me kërkesën e institucioneve rregullatore të sektorëve përkatës, mund të kryejë një hetim të përgjithshëm në një sektor të ekonomisë, nëse ngurtësia e çmimeve ose rrethana të tjera të bëjnë të mendosh se konkurrenca në treg kufizohet ose shtrembërohet.
2. Autoriteti mund t'u kërkojë ndërmarrjeve ose grupimeve të ndërmarrjeve që t'i sigurojnë të gjitha informacionet e nevojshme për kryerjen e hetimit.
3. Autoriteti mund të publikojë një raport për rezultatet e hetimit të përgjithshëm në një sektor të ekonomisë, si dhe mund të ftojë palët e interesuara të shprehen për rezultatet e hetimit.
4. Parashikimet e neneve 33 e 34 të këtij ligji zbatohen edhe për pikën 2 të këtij neni.

Neni 42[27]

Hetimi paraprak

1. Sekretariati, me miratimin e komisionit, mund të fillojë hetimin paraprak, me nismën e tij, me ankesë të palëve të interesuara ose të treta, për kufizime, shtrembërime apo pengime të konkurrencës. Sekretariati fillon hetimin paraprak, sa herë që kërkohet nga komisioni.
2. Gjatë hetimit paraprak nuk nënkuptohet e drejta për të konsultuar dosjet.
3. Autoriteti ruan mbetjen anonim të ankuesit, sa herë që ky i fundit e paracakton një gjë të tillë.

---

[26] Neni 41, ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 17 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Hetimi në sektorët e ekonomisë
Autoriteti, me nismën e tij, me kërkesën e Kuvendit dhe me kërkesën e institucioneve rregullatore të sektorëve përkatës, mund të kryejë një hetim të përgjithshëm në një sektor të ekonomisë, nëse ngurtësia e çmimeve ose rrethana të tjera të bëjnë të mendosh se konkurrenca në treg kufizohet ose shtrembërohet.

[27] Neni 42 ndryshuar në titull dhe përmbajtje me nenin 18 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Procedurat e hetimit paraprak
1. *Sekretariati mund të fillojë procedurën paraprake të hetimit, me nismën e tij, me kërkesën e ndërmarrjeve të interesuara ose në bazë të një ankese të të tretëve. Ai fillon një procedurë të tillë çdo herë që kërkohet nga Komisioni. Procedurat paraprake të hetimit kryhen sipas Rregullores së Funksionimit të Autoritetit.*
2. *Procedura e hetimit paraprak nuk nënkupton të drejtën për të konsultuar dosjet.*

Neni 43[28]

Hetimi i thelluar

1. Kur vihen re shenja të kufizimit të konkurrencës, fillohet procedura e hetimit të thelluar. Komisioni merr vendim për fillimin e procedurës së hetimit të thelluar dhe përcakton hapat për realizimin e tij. Vendimi zbatohet nga sekretariati i komisionit.
2. Afati i përfundimit të procedurave të hetimit të thelluar është deri në 6 muaj nga data e vendimit të komisionit për hapjen e hetimit të thelluar.
3. Afati, sipas pikës 2 të këtij neni, mund të zgjatet me vendim të komisionit, në rast se kërkohen hetime të mëtejshme, që kanë të bëjnë me prova, të dhëna shtesë dhe ekspertizë të specializuar për shqyrtimin e rastit.
4. Procedurat hetimore, të parashikuara në nenet 41, 42 e 43 të këtij ligji, kryhen sipas rregulloreve të dala në zbatim të këtij ligji.
5. Komisioni shprehet me vendim për mbylljen e hetimit, në zbatim të neneve 41, 42, e 43 të këtij ligji, edhe në rastet kur nuk konstatohen shenja të kufizimeve të konkurrencës.

Neni 44

Masa të përkohshme

1. Në rast urgjence, për shkak të rrezikut të kryerjes së një dëmi të rëndë dhe të pariparueshëm për konkurrencën dhe kur ka të ngjarë të ketë shkelje të neneve 4 dhe 9 të këtij ligji, Komisioni, me nismën e tij, ose në bazë të një kërkese nga palët e interesuara dhe në çdo kohë të procedurës, mund të vendosë marrjen e masave të përkohshme, të përcaktuara në nenin 61 shkronjat “c”, “ç”, “d” dhe “dh” të këtij ligji.
2. Vendimi, në mbështetje të pikës 1 të këtij neni, merret për një kohë të caktuar dhe mund të shtyhet në rast nevoje.

Neni 45

Vendimet e Komisionit

1. Kur Komisioni vëren shkelje të neneve 4 dhe 9 të këtij ligji, ai, me vendim, detyron ndërmarrjet dhe grupimet e ndërmarrjeve të interesuara të ndalojnë këto shkelje. Për ndalimin e shkeljes Komisioni mund të kërkojë nga ndërmarrjet dhe grupimet e ndërmarrjeve të interesuara të marrin masat e nevojshme, përfshirë dhe ato strukturore. Në bazë të parimit të proporcionalitetit, masat strukturore parashikohen kur masat për të vepruar ose për të mos vepruar në një mënyrë të caktuar nuk janë efikase.
2. Kur ndërmarrjet e interesuara marrin angazhime në përgjigje të vërejtjeve të bëra nga Autoriteti në vlerësimin paraprak, i cili u është komunikuar ndërmarrjeve, Komisioni, me vendim, mund t’i përcaktojë ato të detyrueshme për ndërmarrjet, në formën e kushteve dhe të detyrimeve.

Neni 46

Revokimi i vendimeve

Komisioni mund të revokojë ose të ndryshojë vendimet e veta, duke vendosur kushte a detyrime, ose të rifillojë procedurën kur:

a) njëri ose disa nga faktet që kanë shërbyer si bazë për dhënien e vendimit, kanë ndryshuar;

b) palët shkelin një ose disa detyrime, të parashikuara në vendim;

c) vendimi është bazuar në të dhënat jo të sakta ose është marrë nëpërmjet mashtrimit.

---

[28] Neni 43 ndryshuar në titull dhe përmbajtje me nenin 19 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Procedurat e thelluara të hetimit

1. *Kur vihen re shenja të kufizimeve të konkurrencës, Sekretariati, me miratim të Komisionit, fillon një procedurë të thelluar hetimi. Ai fillon një procedurë të tillë sa herë që i kërkohet nga Komisioni.*
2. *Komisioni përcakton radhën e kryerjes së hetimeve, sipas Rregullores së Funksionimit të Autoritetit.*

Neni 47

Publikimi i fillimit të hetimit dhe i vendimeve

1. Autoriteti publikon fillimin e hetimit të thelluar në "Buletinin zyrtar" të Autoritetit. Në njoftim përcaktohen qëllimi i hetimit, argumentet për fillimin e hetimit dhe palët që hetohen. Autoriteti, nëpërmjet njoftimit, fton edhe palë të treta të marrin pjesë në hetim, nëse ato janë të interesuara. Mungesa e publikimit nuk pengon fillimin dhe kryerjen e hetimit. Në këtë rast publikimi botohet në numrin e parë të ardhshëm të "Buletinit zyrtar" të Autoritetit.
2. Vendimet e Komisionit, të marra për shkeljen e neneve 4 dhe 9, botohen në "Buletinin zyrtar" të Autoritetit. Publikimi përmban emërtimin, selinë, veprimtarinë ekonomike të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, përmbajtjen kryesore të vendimit, si dhe gjoba

SEKSIONI II

PROCEDURA PËR PËRJASHTIMIN E MARRËVESHJEVE NGA NDALIMI

Neni 48

Përgjegjësitë për dhënien e përjashtimeve

Komisioni është i vetmi organ përgjegjës për të vendosur dhënien e përjashtimeve, të parashikuara në nenet 5, 6 dhe 7 të këtij ligji.

Neni 49

Njoftimi i marrëveshjeve

1[29]. Në zbatim të nenit 5 të këtij ligji, ndërmarrjet ose grupimet e ndërmarrjeve njoftojnë në Autoritet marrëveshjet dhe ndryshimet e bëra në to.".

2. Njoftimi përmban të dhënat e mëposhtme:
   a) emërtimin e ndërmarrjeve dhe vendin e ushtrimit të veprimtarisë ekonomike ose vendin e regjistrimit të ndërmarrjeve pjesëmarrëse;
   b) llojin e veprimtarisë ekonomike;
   c) formën, përmbajtjen dhe objektin e marrëveshjes;
   ç) pjesët e tregut përkatës që zënë ndërmarrjet, duke treguar metodologjinë për llogaritjen dhe vlerësimin e tyre;
   d) personin e autorizuar që përfaqëson ndërmarrjen gjatë procedurës.

3[30]. Njoftimi i dhënë Autoritetit, sipas kërkesës së pikave 1 e 2 të këtij neni, nuk duhet të përmbajë të dhëna të pasakta, të cilat bëhen shkak për të siguruar përjashtimin për palën njoftuese ose për një palë të tretë, sipas nenit 5 të këtij ligji.

4[31]. Ky nen nuk zbatohet për përjashtimin e kategorive të marrëveshjeve, të parashikuara në nenin 6 të këtij ligji.

---

[29] *Pika "1" e nenit 49 ndryshuar me nenin 20 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte: "Në zbatim të neneve 5, 6 e 7 të këtij ligji, marrëveshjet horizontale, marrëveshjet vertikale, marrëveshjet e licencës dhe ndryshimet e bëra në to i njoftohen Autoritetit".*

[30] Pika "3" ndryshuar me nenin 20 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: *"Njoftimi i dhënë Autoritetit, sipas kërkesës së pikave 1 dhe 2 të këtij neni, nuk duhet të përmbajë të dhëna të pasakta, të cilat bëhen shkak për të siguruar përjashtimin për palën njoftuese ose për një palë të tretë, sipas neneve 5 dhe 6 të këtij ligji, ose moskundër-shtimin në rastin e nenit 7 të këtij ligji. Autoriteti nxjerr udhëzim për formën e njoftimit"*

[31] Pika "4" e nenit 49, shtuar me nenin 20 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

Neni 50[32]

Vendimi për përjashtime individuale

1. Marrëveshjet e njoftuara në bazë të nenit 49 të këtij ligji përjashtohen nga ndalimi i parashikuar në nenin 5 vetëm me vendim të komisionit.
2. Efektet e përjashtimit fillojnë nga data e njoftimit. Përjashtimet, sipas nenit 5 të këtij ligji, janë të kufizuara në kohë dhe mund t'u jepen ndërmarrjeve me kushte dhe detyrime.
3. Nëse me vendim të komisionit refuzohet përjashtimi nga ndalimi, komisioni nuk mund të vendosë gjoba për shkeljet e shkaktuara nga kjo marrëveshje, për periudhën gjatë së cilës ajo shqyrtohet. Komisioni i konkurrencës nuk mund të vendosë gjoba për ato ndërmarrje, të cilat kanë njoftuar marrëveshjen për periudhën nga data e njoftimit deri në marrjen e vendimit mbi përjashtimin ose jo të zbatimit të nenit 5 të këtij ligji.
4. Në bazë të një kërkese, përjashtimet mund të shtyhen në kohë, nëse kushtet e përcaktuara në nenin 5 të këtij ligji vazhdojnë të plotësohen. Shtyrja mund të jepet vetëm për ndërmarrjet pjesëmarrëse, të cilat deklarojnë pëlqimin e tyre me shkrim pranë Autoritetit. Deklarata bëhet në mënyrë të pavarur nga çdo ndërmarrje dhe pranohet brenda 3 muajve para mbarimit të afatit të përjashtimit.
5. Ky nen nuk zbatohet për përjashtimin e kategorive të marrëveshjeve të parashikuara në nenin 6 të këtij ligji.

Neni 51

Revokimi i përjashtimit

1. Komisioni mund të revokojë ose të ndryshojë vendimet e tij, duke vendosur kushte ose detyrime, kur:
   a) njëri ose disa nga faktet, që kanë shërbyer si bazë për dhënien e vendimit, kanë ndryshuar;
   b) palët shkelin një ose disa detyrime, të cilat parashikohen në vendim;
   c) vendimi është bazuar në të dhëna të pasakta ose është marrë nëpërmjet mashtrimit;
   ç) palët abuzojnë me përjashtimin e dhënë.
2. Vendimi i përjashtimit mund të revokohet me efekt prapaveprues për rastet e pikës 1 shkronjat "b", "c" dhe "ç" të këtij neni.

Neni 52

Botimi i njoftimeve dhe vendimeve për përjashtim

1. Kërkesat për përjashtim botohen në "Buletinin zyrtar" të Autoritetit. Njoftimi përmban emërtimin, selinë, veprimtarinë ekonomike të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, një përshkrim të shkurtër të marrëveshjes dhe afatin, brenda të cilit, palë të treta mund të shprehin mendimin e tyre.
2. Vendimet e Komisionit, të marra në mbështetje të neneve *5 dhe 6*[33] të këtij ligji, botohen në "Buletinin zyrtar" të Autoritetit. Njoftimi përmban emërtimin, selinë, veprimtarinë ekonomike të ndërmarrjeve pjesëmarrëse dhe përmbajtjen kryesore të vendimit.

---

[32] Neni 50, ndryshuar në titull dhe përmbajtje me nenin 21 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Vendimi për përjashtim
1. Llojet e marrëveshjeve të përcaktuara në nenet 5 dhe 6 të këtij ligji përjashtohen nga ndalimi i parashikuar në nenin 4, vetëm me vendim të Komisionit. Përjashtimet sipas nenit 7 kanë efekt, nëse Autoriteti nuk do t'i kundërshtojë ato me një vendim, brenda një periudhe tremujore nga marrja e njoftimit.
2. Efektet e përjashtimit fillojnë që nga data e njoftimit. Përjashtimet, sipas neneve 5, 6 dhe 7 të këtij ligji, janë të kufizuara në kohë dhe mund t'u jepen ndërmarrjeve me kushte dhe detyrime.
3. Në bazë të një kërkese, përjashtimet mund të shtyhen në kohë, nëse kushtet e neneve 5, 6 dhe 7 të këtij ligji vazhdojnë të plotësohen. Shtyrja mund të jepet vetëm për ndërmarrjet pjesëmarrëse, të cilat deklarojnë pëlqimin e tyre me shkrim pranë Autoritetit. Deklarata bëhet në mënyrë të pavarur nga çdo ndërmarrje dhe pranohet vetëm 3 muaj para mbarimit të afatit të përjashtimit.

[33] Me nenin 22 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 06. 2010, fjalët "nenet 5, 6 dhe 7" janë zëvendësuar me fjalët "nenet 5 dhe 6".

KREU IV
PROCEDURAT PËR KONTROLLIN E PËRQENDRIMEVE

Neni 53[34]
Detyrimi për njoftim

1. Kanë detyrimin për njoftim:
   a) ndërmarrjet pjesëmarrëse në bashkim;
   b) ndërmarrjet që marrin nën kontroll të gjithë ose pjesë të një ose më shumë ndërmarrjeve të tjera;
   c) në rast krijimi të një ndërmarrjeje të përbashkët, sipas pikës 3 të nenit 10, ndërmarrjet që kanë kontrollin e ndërmarrjes së përbashkët.
2. Njoftimi që paraqet formën e përqendrimit kryhet në bazë të udhëzimit të nxjerrë nga Autoriteti për formën e njoftimit.

Neni 54
Konfirmimi i marrjes së njoftimit

Autoriteti u jep ndërmarrjeve njoftuese një vërtetim me shkrim për marrjen e njoftimit, ku u bën të ditur se njoftimi është i plotë. Kur njoftimi nuk është i plotë, Autoriteti i njofton ndërmarrjet që, brenda një afati, ta plotësojnë atë.

Neni 55
Të dhënat dhe dokumentet plotësuese

1. Ndërmarrjet pjesëmarrëse, ato që bëjnë pjesë në një grup, sipas nenit 16 të këtij ligji dhe ndërmarrjet që shesin një pjesëmarrje ose pjesë ndërmarrjeje, edhe nëse atyre u është dërguar vërtetimi, që konfirmon marrjen e njoftimit të plotë, detyrohen t'i sigurojnë Autoritetit, brenda një afati të caktuar prej tij, të dhënat dhe dokumentet shtesë, që janë me interes për vlerësimin e përqendrimit.
2. Autoriteti mund të sigurojë nga ndërmarrje të tjera të dhëna dhe dokumente shtesë që janë me interes për vlerësimin e përqendrimit dhe mund t'i njoftojë ato për përqendrimin në fjalë, duke ruajtur sekretin tregtar të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, atyre që bëjnë pjesë në një grup, sipas nenit 16 të këtij ligji, si dhe të ndërmarrjeve që shesin një pjesëmarrje ose pjesë ndërmarrjeje.

3[35]. Nenet 33, 35 e 36 të këtij ligji zbatohen në veprimtaritë e Autoritetit, të parashikuara në pikat 1 e 2 të këtij neni

---

[34] Neni 53, ndryshuar në përmbajtje dhe titull me nenin 23 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte:
Detyrimi për njoftim
1. Kanë detyrimin për njoftim:
a) ndërmarrjet pjesëmarrëse në bashkim;
b) ndërmarrjet që marrin nën kontroll të gjithë ose pjesë të një ose më shumë ndërmarrjeve të tjera.
2. Njoftimi paraqet formën e përqendrimit dhe përmban, për çdo ndërmarrje pjesëmarrëse, të dhënat e mëposhtme:
a) emërtimin e ndërmarrjes dhe vendin e ushtrimit të veprimtarisë ekonomike ose vendin e regjistrimit të ndërmarrjes;
b) llojin e veprimtarisë ekonomike;
c) xhiron në tregun e brendshëm dhe atë ndërkombëtar;
ç) pjesët e tregut përkatës që zënë ndërmarrjet, duke treguar metodologjinë për llogaritjen dhe vlerësimin e tyre;
d) madhësinë e pjesëmarrjes së përftuar në çdo ndërmarrje nga blerja dhe totalin e pjesëmarrjes në këtë ndërmarrje, në rastin e blerjes së aksioneve të një ndërmarrjeje tjetër;
dh) personin e autorizuar për të përfaqësuar ndërmarrjen gjatë procedurës.
3. Autoriteti nxjerr udhëzim për formën e njoftimit dhe për mundësinë për njoftim të thjeshtuar.

[35] Pika "3" e nenit 55 të këtij ligji, shtuar me nenin 24 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

Neni 56

Procedura paraprake

1[36]. Në rast se përqendrimi nuk shfaq shenja të kufizimit në mënyrë të ndjeshme të konkurrencës në treg ose në një pjesë të tij, në veçanti, si rezultat i krijimit ose-forcimit të pozitës dominuese, komisioni vendos të autorizojë përqendrimin brenda 2 muajve nga data e marrjes së njoftimit.

Nëse konstatohet se përqendrimi shfaq shenja të tilla, komisioni vendos:

a) autorizimin e përqendrimit me kushte dhe detyrime;

b) fillimin e procedurës së thelluar.".

Nëse konstatohet se përqendrimi shfaq shenja të tilla, Komisioni vendos fillimin e procedurës së thelluar ose autorizimin e përqendrimit me kushte dhe detyrime.

2. Në rastin e autorizimit me kushte dhe detyrime, afati i përcaktuar në pikën 1 të këtij neni shtyhet me dy javë, nëse ndërmarrjet pjesëmarrëse angazhohen të marrin masa për eliminimin e kufizimit në mënyrë të ndjeshme të konkurrencës në treg ose në një pjesë të tij, në veçanti, si rezultat i shenjave të krijimit ose të forcimit të pozitës dominuese[37]. Angazhimet e propozuara nga palët paraqiten pranë Autoritetit jo më vonë se një muaj nga data e marrjes së njoftimit.

3. Mungesa e komunikimit brenda këtyre afateve konsiderohet si vendim, që autorizon përqendrimin dhe mund të realizohet pa rezerva.

Neni 57

Procedura e thelluar

1. Komisioni vendos të ndalojë ose jo përqendrimin brenda një periudhe prej tre muajsh nga fillimi i procedurës së thelluar.

2. Në rastin e autorizimit me kushte dhe detyrime, afati i përcaktuar në pikën 1 të këtij neni shtyhet me 2 muaj, nëse ndërmarrjet pjesëmarrëse angazhohen të marrin masa për eliminimin e kufizimit në mënyrë të ndjeshme të konkurrencës në treg ose në një pjesë të tij, në veçanti, si rezultat i shenjave të krijimit ose të forcimit të pozitës dominuese.[38] Angazhimet e propozuara nga palët i paraqiten Autoritetit jo më vonë se dy muaj nga data e fillimit të procedurës së thelluar.

3. Mungesa e komunikimit brenda këtyre afateve konsiderohet si vendim, që autorizon përqendrimin dhe realizohet pa rezerva, me përjashtim të rasteve kur:

a) afati shtyhet nga Komisioni, me pëlqimin e ndërmarrjeve njoftuese;

b) afati shtyhet me kërkesën e ndërmarrjeve njoftuese;

c)[39].

---

36 Pika "1" e nenit 56 ndryshuar me nenin 25 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: "Në rast se përqendrimi nuk shfaq shenja të krijimit ose të forcimit të pozitës dominuese, Komisioni vendos të autorizojë përqendrimin, brenda dy muajve nga data e marrjes së njoftimit.".

37 Fjalia e parë e pikës "2" të nenit 56, është ndryshuar me nenin 25 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: "Në rastin e autorizimit me kushte dhe detyrime, afati, i përcaktuar në pikën 1 të këtij neni, shtyhet me dy javë, nëse ndërmarrjet pjesëmarrëse angazhohen të marrin masa për eliminimin e shenjave të krijimit ose forcimit të pozitës dominuese".

38 Fjalia e parë e pikës "2" të nenit 57, ndryshuar me nenin 26 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: *"Në rastin e autorizimit me kushte dhe detyrime, afati, i përcaktuar në pikën 1 të këtij neni, shtyhet me një muaj, nëse ndërmarrjet pjesëmarrëse angazhohen të marrin masa për eliminimin e krijimit ose forcimit të pozitës dominuese."*.

39 Shkronja "c" e pikës "3" të nenit 57, shfuqizuar me nenin 26 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: *"afati pezullohet nga Komisioni, i cili, me vendim, shprehet se është penguar në kryerjen e procedurës së thelluar, për shkak të ndërmarrjeve pjesëmarrëse"*.

Neni 57/1[40]
Pezullimi i afateve

Afatet e parashikuara në nenet 56 e 57 pezullohen nga komisioni, me vendim, nëse kjo procedurë e thelluar është penguar nga ndërmarrjet pjesëmarrëse.

Neni 58
Afatet

1. Afati dymujor për fillimin e procedurës paraprake, sipas nenit 56 të këtij ligji, fillon të nesërmen e datës së njoftimit të plotë të përqendrimit. Afati tremujor, sipas nenit 57 pika 1 të këtij ligji, fillon të nesërmen e datës së marrjes së vendimit për të filluar procedurën e thelluar.
2. Kur afati është caktuar në javë, ai mbaron me kalimin e asaj dite të javës së fundit që ka të njëjtin emër me atë të ditës që ka filluar afati dhe kur afati është caktuar në muaj, me kalimin e asaj dite të muajit të fundit që ka të njëjtin numër me atë të ditës që ka filluar afati. Kur një ditë e tillë mungon në muajin e fundit, afati mbaron në ditën e fundit të këtij muaji. Kur dita e fundit bie në ditë pushimi, afati mbaron në ditën pasardhëse të punës.

Neni 59
Procedura në mungesë njoftimi

Nëse përqendrimi i ndërmarrjeve kryhet pa bërë njoftimin, Komisioni, pasi vëren shkelje në detyrimin për njoftim, fillon, me nismën e vet, procedurat e përcaktuara në këtë kre. Afati, i përcaktuar në nenin 56 të këtij ligji, fillon kur Komisioni ka të dhënat e plota që duhet të përmbajë njoftimi i përqendrimit.

Neni 60
Autorizimi për përqendrimin e përkohshëm

1. Komisioni, në bazë të një kërkese nga ndërmarrjet pjesëmarrëse dhe në çdo kohë të procedurës, mund të japë një autorizim për realizim të përkohshëm të përqendrimit, i cili çliron ndërmarrjet nga detyrimet ose ndalimet e përcaktuara në nenin 14 të këtij ligji. Ky autorizim jepet nëse ekzistojnë arsye të rëndësishme, në veçanti për të ndaluar dëmet e rënda dhe të pariparueshme te ndërmarrjet pjesëmarrëse ose te palët e treta dhe duke vlerësuar rrezikun që paraqet përqendrimi për konkurrencën.
2. Në autorizimin për realizim të përkohshëm mund të përcaktohen kushtet dhe detyrimet për sigurimin e një konkurrence efektive.

Neni 61
Kushtet dhe detyrimet

1. Në rastin e autorizimit me kushte dhe detyrime, në mënyrë përpjesëtimore me pasojat antikonkurruese të përqendrimit, kushtet dhe detyrimet mund të përfshijnë veçanërisht:
   a) shitjen e pjesëve të ndërmarrjeve;
   b) shitjen e çdo lloj pjesëmarrjeje mbi veprimtarinë e një ndërmarrjeje;
   c) ndërprerjen ose lidhjen e marrëdhënieve kontraktore;
   ç) dhënien e licencave;
   d) detyrimin për të vepruar ose për të mos vepruar në një mënyrë të caktuar;
   dh) çdo masë që bën të mundur eliminimin e pasojave antikonkurruese;
   e) çdo masë që bën të mundur zbatimin, në mënyrë korrekte, të kushteve dhe detyrimeve.
2. Autoriteti bën të mundur pjesëmarrjen e ndërmarrjeve në procesin e përcaktimit të kushteve dhe detyrimeve.

---

[40] Neni 57/1 shtuar me nenin 27 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

Neni 62

Rivendosja e konkurrencës

1. Në rastin e realizimit të një përqendrimi, para ose pas ndalimit të tij dhe në rastin e realizimit të një përqendrimi pa kryer dhe pa plotësuar kushtet që bashkëlidhen në vendimin e autorizimit të dhënë, sipas neneve 56 dhe 57 të këtij ligji, Komisioni detyron ndërmarrjet pjesëmarrëse që të marrin masat e nevojshme për rivendosjen e menjëhershme të situatës së mëparshme, veçanërisht që të kryejnë ndarjen e ndërmarrjeve të bashkuara ose heqjen dorë nga pjesëmarrjet ose aktivet e përftuara.
2. Komisioni mund t'u kërkojë ndërmarrjeve pjesëmarrëse të bëjnë propozime për rivendosjen e konkurrencës efektive, duke u përcaktuar atyre afatin përfundimtar për realizimin e këtyre propozimeve. Nëse Komisioni pranon masat e propozuara, ai përcakton afatin kohor dhe mënyrën e zbatimit të këtyre masave nga ndërmarrjet pjesëmarrëse.
3. Nëse ndërmarrjet nuk marrin masat e nevojshme ose Komisioni ka marrë propozime nga ndërmarrjet, por i refuzon ato, ai, me vendim, urdhëron çdo masë të nevojshme për rivendosjen e situatës së mëparshme. Në veçanti, Komisioni mund të marrë masa të përkohshme për moskufizimin e konkurrencës efektive.

Neni 63

Revokimi

Komisioni mund ta revokojë vendimin nëse:

a) është marrë në bazë të të dhënave jo të sakta të ndërmarrjeve pjesëmarrëse;
b) është marrë me anë të mashtrimit;
c) ndërmarrjet pjesëmarrëse shkelin një ose disa detyrime të parashikuara në autorizim.

Neni 64

Botimi i njoftimit dhe i fillimit të procedurës së thelluar

1. Njoftimi i një përqendrimi dhe vendimi për fillimin e një procedure të thelluar botohen në "Buletinin zyrtar" të Autoritetit. Mungesa e botimit nuk pengon fillimin e afateve dhe të procedurës së thelluar.
2. Njoftimi përmban emërtimin, selinë, veprimtarinë ekonomike të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, një përshkrim të shkurtër të përqendrimit dhe afatin brenda të cilit palë të treta mund të shprehin mendimin e tyre. Mendimet e palëve të treta jepen me shkrim.
3. Vendimet e Komisionit botohen në "Buletinin zyrtar" të Autoritetit. Botimi përmban emërtimin, selinë, veprimtarinë ekonomike të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, përmbajtjen kryesore të vendimit, si dhe gjobat e vëna.

PJESA IV
PROCEDURAT CIVILE

Neni 65

Paditë kundër kufizimeve të konkurrencës

1. Personi që pengohet në veprimtarinë e vet nga një marrëveshje e ndaluar, sipas nenit 4 të këtij ligji, ose nga një praktikë abuzive, sipas nenit 9 të këtij ligji, mund të ngrejë padi në Gjykatën e Tiranës dhe të pretendojë:
   a) eliminimin ose parandalimin e kufizimit të konkurrencës, që rrezikon të kryhet ose që është kryer në kundërshtim me këto nene;
   b) shpërblimin ose pagesën për dëmin e shkaktuar, sipas dispozitave përkatëse të Kodit Civil.

2. Padia mund të ngrihet pavarësisht nga një procedurë e filluar pranë Autoritetit.
3. Nuk i nënshtrohen juridiksionit të gjykatave kërkesat për përjashtim nga një marrëveshje e ndaluar dhe procedurat e kontrollit të përqendrimeve.

Neni 66
Ushtrimi i padive

1. Gjykata e Tiranës, me kërkesën e paditësve, për të eliminuar ose parandaluar pengesat mund të vendosë, në mënyrë të veçantë, që:
   a) kontratat janë tërësisht ose pjesërisht të pavlefshme, me fuqi prapavepruese;
   b) ndërmarrja, që shkakton pengesën, ka të drejtë të kontraktojë me ndërmarrjen e penguar, sipas kushteve të zakonshme tregtare.
2. Gjykata e Tiranës i dërgon Autoritetit kopjet e çdo vendimi të gjykuar, në zbatim të ligjit, brenda 1 muaji nga data e dhënies së vendimit.

Neni 67
Masa të përkohshme

Në raste urgjence të justifikuar nga rreziku i shkaktimit të një dëmi të rëndë e të pariparueshëm për paditësin dhe kur ka të ngjarë të ketë shkelje të neneve 4 dhe 9 të këtij ligji, me kërkesë të paditësit, Gjykata e Tiranës mund të marrë vendime për marrjen e masave të përkohshme.

Neni 68
Juridiksioni

1. Paditë, që rrjedhin nga zbatimi i këtij ligji, ngrihen në Gjykatën e Tiranës.
2. Në rastet kur pala e paditur kërkon pranë Autoritetit përjashtimin e marrëveshjes nga ndalimi, gjykata pezullon procedurën dhe pret vendimin e Komisionit.

PJESA V
BASHKËPUNIMI ME INSTITUCIONET E TJERA

Neni 69
Detyrimi për organet e administratës qendrore dhe vendore

1. Organet e administratës qendrore dhe vendore kërkojnë vlerësimin e Autoritetit për çdo projekt aktnormativ që, në mënyrë të veçantë, ka të bëjë me:
   a) kufizimet sasiore për hyrjen në treg dhe tregtimin;
   b) vendosjen e të drejtave ekskluzive ose të të drejtave të veçanta, në zona të caktuara, për ndërmarrje ose për produkte të caktuara;
   c) imponimin e praktikave të njëjta në çmime dhe kushtet e shitjes.
2. Autoriteti vlerëson shkallën e kufizimit ose të pengimit të konkurrencës që rrjedh nga projektaktet, sipas pikës 1 të këtij neni.

Neni 70
Roli i Autoritetit për rregullimin dhe reformën rregullatore

1. Autoritetet e administratës qendrore dhe vendore, entet dhe institucionet e tjera rregullatorë, gjatë kryerjes së detyrave për rregullimin e veprimtarisë ekonomike në territorin e Republikës së Shqipërisë, janë të detyruara të zbatojnë dispozitat e këtij ligji dhe të sigurojnë një konkurrencë të ndershme dhe efektive.

2. Autoriteti, për arsye të interesit të përgjithshëm, vlerëson, në veçanti, barrierat rregulluese të konkurrencës, të përfshira në rregullimin ekonomik dhe administrativ. Në këto raste Autoriteti bën rekomandimet përkatëse.
3. Autoriteti, për zbatimin e këtij ligji në sektorët e rregulluar, bashkëpunon me entet dhe institucionet e tjera rregullatore.

Neni 71

Këmbimi i të dhënave me autoritetet simotra

1. Autoriteti, brenda përgjegjësive të veta, në bazë të një marrëveshjeje dypalëshe ose shumëpalëshe, si dhe në bazë të një kërkese, mund t'i japë të dhëna ose dokumente që zotëron a siguron strukturës përkatëse në Komisionin Europian ose autoriteteve të huaja simotra, në përputhje me legjislacionin shqiptar, duke ruajtur reciprocitetin dhe me kusht që këto autoritete të respektojnë rregullat e sekretit tregtar me të njëjtat garanci si në Shqipëri.
2. Autoriteti mund të kryejë hetime, me kërkesë të autoriteteve të huaja simotra, me kusht ruajtjen e reciprocitetit.
3. Nëse kërkesa e autoriteteve të huaja simotra për ndihmë në kryerjen e hetimeve ose transferimin e të dhënave të zotëruara ose të siguruara nga Autoriteti, rrezikon pavarësinë, sigurinë, interesat themelorë ekonomikë ose rendin publik të Republikës së Shqipërisë, pranimi i saj do të refuzohet.

Neni 72

Pezullimi ose mbyllja e procedurave

Kur Autoriteti dhe autoritetet e huaja simotra, të cilat kanë lidhur marrëveshje dypalëshe ose shumëpalëshe ndërmjet tyre, kanë pranuar një ankesë ose kanë vepruar me nismën e tyre, në mbështetje të ligjeve përkatëse të konkurrencës për të njëjtën shkelje, fakti që një nga autoritetet është marrë me çështjen, mund të shërbejë si bazë e mjaftueshme për të tjerët, për pezullimin e procesit ose për refuzimin e ankesës.

PJESA VI
KUNDËRVAJTJET ADMINISTRATIVE DHE SANKSIONET

Neni 73

Masa e gjobës për shkeljet e lehta

1. Komisioni vendos gjoba, në masën jo më shumë se 1 për qind të xhiros totale të vitit paraardhës financiar, mbi ndërmarrjet ose grupimet e ndërmarrjeve nëse:
   a)[41] japin të dhëna të pasakta, të paplota ose të rreme në përgjigje të kërkesës ose vendimit të komisionit, sipas nenit 33 pikat 2 e 3 të këtij ligji, ose nuk japin të dhëna brenda afatit kohor, të përcaktuar në vendimin e komisionit apo në kërkesën e sekretariatit, sipas nenit 33 pika **3** të këtij ligji;
   b)[42] japin të dhëna të pasakta, të paplota ose të rreme në njoftimet, sipas neneve 12 e 49 të këtij ligji, ose të dhëna dhe dokumente plotësuese të pasakta e të paplota, sipas nenit 55 të këtij ligji;

---

[41] Germa "a" e pikës "1" të nenit 73, ndryshuar me nenin 28 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte: *"japin të dhëna jo të sakta, jo të plota ose mashtruese në përgjigje të kërkesës ose vendimit të bërë, sipas nenit 33 pikat 1 dhe 2 të këtij ligji, ose nuk japin të dhëna brenda afatit kohor, të përcaktuar në vendimin e marrë, sipas neneve 33 pika 2 dhe 41 të këtij ligji;*

[42] Germa "b" e pikës "1" të nenit 73, ndryshuar me nenin 28 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: *"japin të dhëna jo të sakta, jo të plota ose mashtruese në njoftimet, sipas neneve 12 dhe 49 të këtij ligji, ose të dhëna dhe dokumente plotësuese të pasakta e të paplota, sipas nenit 55 të këtij ligji"*

c) japin të paplotë librat e kërkuar ose regjistrat e tjerë të veprimtarisë së tyre ekonomike, gjatë inspektimeve, sipas nenit 36 shkronjat "b" dhe "c" të këtij ligji, ose refuzojnë të pranojnë inspektimet në mbështetje të vendimit të marrë, sipas neneve 35 pika 1 dhe 36 shkronja "a" të këtij ligji;

ç)[43] refuzojnë t'u përgjigjen pyetjeve për faktet dhe, sipas shkronjës "d" të nenit 36 të këtij ligji, japin përgjigje të pasakta, të paplota, të rreme ose pengojnë inspektimin e parashikuar në nenin 36;

d) heqin vulat e vëna në autorizimin zyrtar të Autoritetit, sipas nenit 36 shkronja "ç" të këtij ligji.

dh)[44] nuk njofton një përqendrim, sipas neneve 10 dhe 12 të këtij ligji.

2. Parashikimet e neneve 15, 16 dhe 17 zbatohen edhe për pikën 1 të këtij neni, për llogaritjen e xhiros totale.

Neni 74

Masa e gjobës për shkelje të rënda

1[45]. Komisioni vendos gjoba, në masën deri në 10 për qind të xhiros së ndërmarrjes, të vitit financiar paraardhës, për çdo ndërmarrje pjesëmarrëse që:

a) shkel nenet 4 e 9 të këtij ligji;

b) nuk zbaton vendimin për marrjen e masave të përkohshme, sipas nenit 44;

c) nuk përmbush kushtet dhe detyrimet në mbështetje të një vendimi të marrë, sipas neneve 45, 50 pika 2, 56, 57 dhe 60 pika 2 të këtij ligji;

ç)[46]

d) realizon një përqendrim i cili ka efekte të kufizimit të konkurrencës në treg[47], duke mos respektuar detyrimin e nenit 14, përveç rastit kur realizimi i përqendrimit është autorizuar shprehimisht, sipas nenit 60 të këtij ligji;

dh) realizon një përqendrim të ndaluar nga Komisioni ose nuk merr masat e nevojshme për rivendosjen e konkurrencës, sipas nenit 62 të këtij ligji.

2.[48].

Neni 75

Përcaktimi i gjobës

1. Për përcaktimin e masës së gjobës merren parasysh rëndësia dhe kohëzgjatja e shkeljes. Fitimi i paligjshëm i ndërmarrjeve në sajë të shkeljeve të këtij ligji, përbën masën minimale të gjobës, kur është e mundur të llogaritet ose të vlerësohet në mënyrë objektive.

2. Nëse gjoba vihet ndaj grupimit të ndërmarrjeve, sipas këtij ligji, gjoba nuk mund të kalojë 1 për qind, në rastet e xhiros totale të vitit financiar paraardhës, të përcaktuar në nenin 73 të këtij ligji, ose 10 për qind, në rastet e xhiros totale të vitit financiar paraardhës, të përcaktuar

---

43 Gërma "ç", e pikës "1" të nenit 73, ndryshuar me nenin 28 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte: *"refuzojnë t'u përgjigjen pyetjeve për faktet dhe, sipas nenit 36 shkronja "d" të këtij ligji, japin përgjigje jo të sakta, jo të plota, mash-truese ose pengojnë inspektimin e parashikuar në nenin 36"*

44 Shkronja "dh" e pikës 1" të nenit 73, shtuar me nenin 28 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09.2010.

45 Fjalia e kësaj pike, ndryshuar me nenin 29 të Ligjit Nr. 10317 datë 16. 09. 2010. Ishte: "*Komisioni vendos gjoba në masën 2 deri në 10 për qind të xhiros totale të vitit financiar paraardhës, për çdo ndërmarrje pjesëmarrëse që:"*

46 Shkronja "ç" e pikës 1 shfuqizuar me nenin 29 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte: "*nuk njofton një përqendrim sipas neneve 10 dhe 12 të këtij ligji".*

47 Shprehja me të pjerrët "i cili ka efekte të kufizimit të konkurrencës në treg" shtuar me nenin 29 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010.

48 Pika "2" e nenit 74, shfuqizuar me nenin 29 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte*: "Parashikimet e neneve 15, 16 dhe 17 zbatohen edhe për pikën 1 të këtij neni, për llogaritjen e xhiros totale"*

në nenin 74 të këtij ligji, të çdo anëtari të grupimit aktiv në tregun përkatës, të prekur Kur grupimi i ndërmarrjeve s'ka fuqi paguese, Autoriteti mund të kërkojë shlyerjen e gjobës nga çdo ndërmarrje, e cila ishte anëtare e grupimit në kohën e kryerjes së shkeljes.[49] Shuma e paguar nga çdo ndërmarrje anëtare më vete nuk mund të jetë më shumë se 1 për qind në rastin e xhiros totale të kësaj ndërmarrjeje në vitin financiar paraardhës, sipas nenit 73 të këtij ligji, dhe 10 për qind në rastin e xhiros totale të vitit financiar paraardhës të këtyre ndërmarrjeve, sipas nenit 74 të këtij ligji.

Neni 76

Gjobat periodike

1. Komisioni, në bazë të një vendimi, vendos mbi ndërmarrjet gjoba në pagesa periodike ditore jo më shumë se 5 për qind të xhiros mesatare ditore në vitin financiar paraardhës, e cila llogaritet nga data e marrjes së vendimit, në mënyrë që ato:
   a) të ndërpresin shkeljet e neneve 4 dhe 9, në përputhje me vendimin e marrë, sipas nenit 45 të këtij ligji;
   b) të veprojnë në përputhje me vendimin për marrjen e masave të përkohshme, sipas nenit 44 të këtij ligji;
   c) të veprojnë në përputhje me detyrimet në mbështetje të vendimit, sipas neneve 45, 50 pika 2, neneve 56, 57 dhe 60 pika 2 të këtij ligji;
   ç) të japin të dhëna të plota dhe të sakta, të cilat Komisioni i ka kërkuar, sipas vendimit të parashikuar në nenin 33 pika 2 të këtij ligji;
   d) të lejojnë një inspektim, i cili është urdhëruar në bazë të një vendimi, sipas nenit 35[50] të këtij ligji;
   dh) të përmbushin angazhimin për marrjen e masave të nevojshme për rivendosjen e konkurrencës, sipas nenit 62 të këtij ligji.
2. Parashikimet e neneve 15, 16 dhe 17 zbatohen edhe për pikën 1 të këtij neni, për llogaritjen e xhiros totale.
3. Kur ndërmarrjet plotësojnë detyrimin për të cilin është vendosur një gjobë periodike, Autoriteti mund të përcaktojë një shumë përfundimtare të pagesës periodike të gjobës, më të ulët sesa ajo që do të ishte në mbështetje të vendimit fillestar. Parashikimet e nenit 75 pika 2 të këtij ligji zbatohen edhe për këtë pikë.

Neni 77

Lehtësimi nga gjobat

1. Një ndërmarrjeje, të përfshirë bashkë me të tjerat në një marrëveshje të ndaluar, sipas nenit 4, mund t'i jepet lehtësimi, i plotë ose i pjesshëm, nga gjobat, nëse ajo ndihmon në zbulimin dhe ndalimin e marrëveshjes së ndaluar, si dhe në përcaktimin e personave përgjegjës, duke siguruar të dhëna, të pazotëruara më parë nga Autoriteti.
2. Komisioni u jep ndërmarrjeve këshillë për lehtësim nga gjobat, duke treguar edhe kushtet për zbatimin e saj, të përcaktuara në "Rregulloren për gjobat dhe lehtësimin e tyre". Kjo këshillë u transmetohet ndërmarrjeve dhe nuk publikohet.
3. Në rastin e një vendimi, Komisioni mund të japë lehtësim nga gjobat në përpjesëtim me kontributin e dhënë për zbardhjen, zbulimin dhe ndalimin e shkeljes, nëse plotësohen kushtet e përcaktuara në këshillën për lehtësim.

---

[49] Pika 2 e fjalisë 2 të nenit 75 është rregulluar me nenin 30 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010.

[50] Në pikën "1" gërma "d" të nenit 76, fjalët "sipas nenit 36" zëvendësohen me fjalët "sipas nenit 35".Kjo sipas nenit 31 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010

Neni 78

Sanksione individuale

1. Komisioni vendos gjoba në masën deri në 5 milionë lekë mbi individët, që, me dashje ose nga pakujdesia, kryejnë ose bashkëpunojnë në veprimet e sanksionuara në nenet *73 pika 1*[51] dhe 75 pika 1 të këtij ligji.
2. Vendosja e gjobave, sipas pikës 1 të këtij neni, u nënshtrohet afateve të parashkrimit prej tre vjetësh, në rastin e përcaktuar në nenin *73 pika 1*[52] të këtij ligji dhe prej 5 vjetësh, në rastin e përcaktuar në nenin *74 pika 1*[53] të këtij ligji.

Neni 79[54]

Ankimi

1. Kundër vendimeve të komisionit për vendosjen e sanksioneve mund të bëhet ankim në gjykatë brenda 30 ditëve nga data e marrjes së njoftimit për vendimin.
2. Ankimi nuk pezullon ekzekutimin e vendimit të parashikuar në pikën 1 të këtij neni.

Neni 80[55]

Gjoba e vënë nga Autoriteti i Konkurrencës është titull ekzekutiv dhe ekzekutohet sipas dispozitave të Kodit të Procedurave Civile. Autoriteti i Konkurrencës nuk ka detyrim që të parapaguajë taksën apo tarifën për shërbimin përmbarimor.

PJESA VII
DISPOZITA KALIMTARE DHE TË FUNDIT

Neni 81

Detyrimi i Kuvendit për zgjedhjen e Komisionit

Brenda datës 30 nëntor 2003 Kuvendi i Republikës së Shqipërisë ngarkohet të zgjedhë pesë anëtarët e Komisionit dhe të emërojë Kryetarin e tij.

Neni 82

Vlerësimi i akteve normative në fuqi

1. Autoriteti vlerëson shkallën e kufizimit ose të pengimit të konkurrencës, të akteve normative në fuqi në datën e hyrjes në fuqi të këtij ligji, në mënyrë të veçantë, të projektakteve të parashikuara në nenin 69 pika 1.
2. Autoriteti, pas dy vjetëve dhe pas këshillimit me organet shtetërore përkatëse, harton një raport të veçantë për problemet që ngrihen nga këto akte e lidhur me kufizimin e konkurrencës, të shoqëruar me rekomandimet për ndryshimet e duhura, të cilin ia paraqet Këshillit të Ministrave dhe Kuvendit.

---

[51] Në nenin 78, fjalët "73 pika 1" kanë zëvendësuar fjalët "74 pika 1". Kjo, sipas nenit 32 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

[52] Shif footonote 48.

[53] Në nenin 78, fjalët "nenin 74 pika 1" kanë zëvendësuar fjalët "nenit 75 pika 1 e 2". Kjo, sipas nenit 32 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010.

[54] Përmbajtja e nenit 79 ndryshuar në përmbajtje e titull me nenin 33 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010. Ishte:
Ankimi
Kundër vendimeve të Komisionit për vendosjen e sanksioneve mund të bëhet ankim në Gjykatën e Tiranës brenda 30 ditëve nga marrja e vendimit.

[55] Neni 80 ndryshuar në titull dhe përmbajtje me nenin 34 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16. 09. 2010. Ishte:
Organi i ngarkuar për ekzekutimin e gjobës
Organi i ngarkuar nga ky ligj për ekzekutimin e gjobës është Policia Tatimore.

Neni 83

Dispozita kalimtare

1. Për përjashtimin nga ndalimi i parashikuar në nenin 4 të këtij ligji, marrëveshjet ekzistuese, në datën e hyrjes në fuqi të këtij ligji, duhet t'i njoftohen Autoritetit brenda 9 muajve.

Përjashtimi në këto raste jepet që nga hyrja në fuqi e këtij ligji.

2. Ky ligj nuk zbatohet në rastet e përqendrimeve të ndërmarrjeve, kur ato realizohen brenda një muaji nga hyrja në fuqi e këtij ligji dhe kur marrëveshja, për bashkim ose për përftim kontrolli, si dhe shpallja e ofertës publike, për blerje ose shkëmbim, janë bërë para hyrjes në fuqi të këtij ligji. Për këto përqendrime zbatohet ligji nr. 8044, datë 7.12.1995 "Për konkurrencën".
3. Në qoftë se marrëveshja që kufizon konkurrencën ose praktikat abuzuese me pozitën dominuese njoftohen dhe pasojat mbi konkurrencën eliminohen brenda 6 muajve nga hyrja në fuqi e këtij ligji, sanksionet e parashikuara nga ky ligj nuk zbatohen.

Neni 84

Nxjerrja e akteve

Ngarkohet Autoriteti të nxjerrë aktet e mëposhtme:

a) Rregulloren e Funksionimit të Autoritetit;

b) Rregulloren për caktimin e shpenzimeve për ndjekjen e procedurave pranë Autoritetit të Konkurrencës;

c) Rregulloren për zbatimin e procedurave të përqendrimit të ndërmarrjeve;

ç) Rregulloren për gjobat dhe lehtësimin prej tyre.

Neni 84/1[56]

Çështjet, procedurat hetimore dhe kontrollet e përqendrimeve, pavarësisht nga faza në të cilën ndodhen në çastin e hyrjes në fuqi të dispozitave të këtij ligji, do të vazhdojnë t'u nënshtrohen dispozitave të mëparshme deri në dhënien e vendimit përfundimtar të Komisionit të Konkurrencës.

Neni 84/2[57]

Aktet e Autoritetit të Konkurrencës, të kundërshtuara në gjykatë, do të vazhdojnë të gjykohen, duke u bazuar në ligjin dhe në aktet nënligjore që kanë qenë në fuqi në çastin e fillimit të shqyrtimit gjyqësor.

Neni 85

Shfuqizime

Ligji nr. 8044, datë 7.12.1995 "Për konkurrencën", shfuqizohet në datën e hyrjes në fuqi të këtij ligji.

Neni 86

Ky ligj hyn në fuqi më 1 dhjetor 2003.

Shpallur me dekret nr. 3927, datë 14.8.2003 të Presidentit të Republikës së Shqipërisë,
Alfred Moisiu

---

[56] Neni 84/1 shtuar me nenin 35 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010.

[57] Neni 84/2 shtuar me nenin 35 të Ligjit Nr. 10 317 datë 16.09.2010.

Rregullorja:[58]
"Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"

Mbështetur në Ligjin Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (në vijim: Ligji) dhe në veçanti në zbatim të nenit 24, shkronja c) dhe 84, shkronja a) të këtij ligji, Komisioni i Konkurrencës miraton rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"

Neni 1
Objekti

Kjo rregullore ka si objekt përcaktimin e rregullave të funksionimit të punës në Autoritetin e Konkurrencës, si dhe mënyrën e zbatimit të tyre.

Neni 2
Fusha e zbatimit

Kjo rregullore zbatohet për të gjithë veprimtarinë e Autoritetit të Konkurrencës në përmbushje te detyrimeve ligjore për mbrojtjen e konkurrencës së lirë dhe efektive në treg.

Neni 3
Drejtimet e Përgjithshme të punës së Autoritetit të Konkurrencës

1. Autoriteti i Konkurrencës ushtron veprimtarinë e tij si një institucion publik, i pavarur në funksion të mbrojtjes së konkurrencës së lirë dhe efektive në treg, si dhe për krijimin e një kulture të konkurrencës në mjedisin shqiptar, nëpërmjet hartimit të politikës kombëtare të konkurrencës dhe kontrollit të zbatimit të legjislacionit të konkurrencës.
2. Autoriteti i Konkurrencës për ushtrimin e veprimtarisë së tij në zbatim të Ligjit si dhe të akteve të tjera ligjore dhe nënligjore në fuqi, bashkëpunon me Komisionet Parlamentare, me institucionet e administratës qendrore dhe vendore, institucionet e tjera publike si dhe palët e tjera të interesuara.
3. Autoriteti i Konkurrencës harton dhe zbaton buxhetin e tij, sipas akteve ligjore në fuqi, duke bashkërenduar punën me Ministrinë e Financës dhe Kuvendin e Shqipërisë.
4. Autoriteti i Konkurrencës synon vendosjen e lidhjeve reciprociteti dypalësh dhe shumëpalësh, në nivel rajonal dhe global si dhe mban lidhje me organizmat ndërkombëtare, merr pjesë në veprimtari të ndryshme që organizohen brenda e jashtë vendit, në bashkëpunim me këto institucione, duke respektuar marrëveshjet e përbashkëta dhe legjislacionin në fuqi.
5. Autoriteti i Konkurrencës siguron plotësimin e kuadrit ligjor për konkurrencën, nëpërmjet hartimit të akteve nënligjore, si rregullore dhe udhëzime. Autoriteti i Konkurrencës synon përafrimin e legjislacionit vendas me legjislacionin e Bashkimit Evropian në fushën e konkurrencës.
6. Për të siguruar mbarëvajtjen e punës së Autoritetit, si dhe përgjegjësinë e korrektesën në marrjen dhe zbatimin e veprimeve, Komisioni dhe Sekretariati, në kryerjen e detyrave të tyre, udhëhiqen nga Ligji nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar) dhe të gjitha aktet nënligjore në zbatim të tij. Gjithashtu Sekretariati i Konkurrencës zbaton dispozitat e Ligjit nr. 8549, datë 11.11.1999 "Statusi i Nëpunësit Civil", Ligjit nr. 9131, datë 08.09.2003 "Për Rregullat e Etikës në Administratën Publike", dhe aktet nënligjore ne zbatim te tyre.

---

[58] Kjo Rregullore është përditësuar me ndryshimet dhe shtesat e bëra me: Vendimin e Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"; Vendimin e Komisionit të Konkurrencës Nr. 168, datë 21.12.2010 "Për një ndryshim në rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës"; si dhe Vendimin e Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës". Gjithashtu në rregullore janë pasqyruar edhe ndryshimet e bëra me Vendimin e Kuvendit nr. 182, datë 12.05.2008 "Për miratimin e strukturës dhe organikës së Autoritetit të Konkurrencës".

Neni 4
Struktura dhe organizimi

1. Autoriteti i Konkurrencës përbëhet nga Komisioni i Konkurrencës, si organ vendimmarrës, dhe Sekretariati si organ administrativ dhe hetimor.
2. Struktura organizative e Autoritetit të Konkurrencës miratohet nga Kuvendi bazuar në Ligjin nr. 9584 Datë 17.07.2006 "Për pagat, shpërblimet dhe strukturat e institucioneve të pavarura kushtetuese, si dhe institucioneve të tjera të pavarura të krijuara me ligj".

Neni 5
Kompetencat e Kryetarit dhe anëtarëve të Komisionit

1. Komisioni i Konkurrencës ushtron veprimtarinë e tij vendimmarrëse si organ kolegjial. Detyrat dhe përgjegjësitë e Komisionit janë përcaktuar në nenin 24 të Ligjit.
2. Komisioni i Konkurrencës drejtohet nga një Kryetar, i cili emërohet nga Kuvendi i Shqipërisë. Detyrat dhe përgjegjësitë e Kryetarit të Komisionit janë përcaktuar në nenin 25 të Ligjit.
3. Kryetari është drejtuesi ekzekutiv i punës së përditshme të Autoritetit të Konkurrencës dhe drejton mbledhjen e Komisionit, drejton diskutimet, dhe siguron zbatimin e ligjit.
4. Kryetari është përgjegjës për mbarëvajtjen e të gjitha çështjeve që paraqiten për shqyrtim pranë Komisionit të Konkurrencës, si dhe për mbarëvajtjen e përgjithshme të punës së Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 6
Mungesa dhe pamundësia për të ushtruar kompetencat

1. Në rast se Kryetari i Komisionit mungon apo është në pamundësi fizike për të ushtruar kompetencat në drejtimin e Komisionit, Zëvendëskryetari merr dhe ushtron këto kompetenca në përputhje me nenin 25 të Ligjit.
2. Në rast se Kryetari dhe Zëvendëskryetari mungojnë apo janë në pamundësi fizike për të ushtruar kompetencat njëri nga anëtarët e Komisionit merr dhe ushtron kompetencat për mbarëvajtjen e përgjithshme të punës së Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 7
Marrëdhëniet e tjera me publikun

Qëndrimet publike të Kryetarit, Zëvendëskryetarit, anëtarëve të Komisionit dhe punonjësve të Autoritetit për çështjet konkrete në shqyrtim, si rregull, konsultohen edhe/ose diskutohen paraprakisht në Komisionin e Konkurrencës.

Neni 8
Mbledhjet e radhës

1. Kryetari vendos për datën dhe kohën e mbledhjeve të radhës, përveç rasteve kur Komisioni ka vendosur ndryshe. Në rast nevoje, ai mund të thërrasë dhe mbledhje të jashtëzakonshme.
2. Anëtarët e Komisionit njoftohen menjëherë për çdo ndryshim për datën dhe kohën e vendosur për mbledhjet, si dhe për mbledhjet e jashtëzakonshme të thirrura nga Kryetari.
3. Kryetari mund të shtyjë ose të mbyllë mbledhjen përpara kohe, në rastet kur situata e përligj këtë veprim. Në këto raste duhet të merret një argumentim i arsyetuar, i cili do të pasqyrohet në procesverbalin e mbledhjes.

Neni 9[59]

Thirrja e mbledhjeve

1. Kryetari është i detyruar të thërrasë një mbledhje kur kjo kërkohet me shkrim nga të paktën 1(një) anëtar i Komisionit, duke përcaktuar çështjet për të cilat thirret kjo mbledhje. Si objekt i mbledhjes konsiderohen çështje për të cilat Komisioni është i mandatuar sipas Ligjit. Në mënyrë të veçantë, hapja e Hetimit mund ti kërkohet Komisionit nga Kryetari, ose çdo anëtar.
2. Këto kërkesa paraqiten me shkrim në Kabinet dhe shqyrtohen nga Komisioni në një mbledhje me rend dite: shqyrtim kërkese.
3. Lajmërimet për thirrjen e mbledhjeve për shqyrtimin e kërkesës bëhen brenda 7(shtatë) ditëve pas paraqitjes së kërkesës nga anëtarët e Komisionit dhe të paktën 3 (tre) ditë para datës së thirrjes së mbledhjes. Ato duhet të tregojnë në mënyrë të qartë dhe të detajuar çështjet për të cilat do të diskutohet.

Neni 10

Pjesëmarrja në mbledhjet e Komisionit

1. Në mbledhjet e Komisionit mund të marrin pjesë edhe Sekretari i Përgjithshëm, i shoqëruar nga Drejtori i drejtorisë përkatëse të Sekretariatit si dhe, në rast nevoje, specialistë të tjerë të Sekretariatit apo ekspert të jashtëm, që kanë qenë të angazhuar me trajtimin e çështjeve në shqyrtim. Pjesëmarrja e specialistëve të Sekretariatit dhe ekspertëve të jashtëm në mbledhje bëhet me miratimin e Komisionit.
2. Si rregull, mbledhjet e komisionit janë të mbyllura për publikun por në raste të veçanta me propozimin e kryetarit/anëtarit dhe me miratimin e Komisionit mbledhjet mund të bëhen të hapura për median dhe publikun.

Neni 11

Rendi i ditës

1. Kryetari vendos për rendin e ditës së çdo mbledhjeje. Rendi i ditës duhet të përfshijë ato çështje që i janë paraqitur Komisionit për shqyrtim nga Sekretariati, si dhe që i janë propozuar atij nga anëtarët e Komisionit. Kërkesa e anëtarëve të Komisionit për të futur një çështje në rendin e ditës duhet të bëhet me shkrim, të paktën 3(tre) ditë pune para datës së vendosur për mbledhjen.
2. Rendi i ditës duhet t'u shpërndahet të gjithë anëtarëve, të paktën 7(shtatë) ditë pune përpara datës së mbledhjes. Si rregull, raportet hetimore, të përgatitura nga Sekretariati, duhet t'u vihen në dispozicion të gjithë anëtarëve të Komisionit, të paktën 7(shtatë) ditë pune përpara zhvillimit të mbledhjes.

Neni 12

Marrja e vendimeve

1. Komisioni merr vendime vetëm për çështje që janë përfshirë në rendin e ditës së mbledhjes, përveç rasteve kur shumica e anëtarëve vendosin për shqyrtimin dhe marrjen e vendimeve për çështje që nuk janë në rendin e ditës.
2. Komisioni merr vendim për të ndërmarrë një hetim të përgjithshëm në një sektor të ekonomisë në zbatim të nenit 41 të Ligjit.
3. Komisioni merr vendim për fillimin e një procedure paraprake të hetimit në zbatim të nenit 42 të Ligjit.

---

[59] Neni 9 i kësaj rregulloreje është ndryshuar nga neni 1 i Vendimit të Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës". Para këtij ndryshimi ky nen ishte: Neni 9 "Thirrja e mbledhjeve": "1. Kryetari është i detyruar të thërrasë një mbledhje kur kjo kërkohet me shkrim nga të paktën 1(një) anëtar i Komisionit, duke përcaktuar çështjet për të cilat thirret kjo mbledhje. Si objekt i mbledhjes konsiderohen çështje për të cilat Komisioni është i mandatuar sipas Ligjit. 2. Lajmërimet për thirrjen e mbledhjeve bëhen brenda 7(shtatë) ditëve pune pas paraqitjes së kërkesës nga 1(një)) anëtar i Komisionit dhe, të paktën 3(tre) ditëve pune para datës së thirrjes së mbledhjes. 3. Lajmërimi për thirrjen e një mbledhjeje duhet të tregojë në mënyrë të qartë dhe të detajuar çështjet për të cilat do të diskutohet."

4. Vendimet për rastet e parashikuara në paragrafin 2 dhe 3 mund të merren edhe me propozimin e një anëtari të Komisionit.
5. Komisioni në bazë të raportit të paraqitur nga sekretariati vendos miratimin ose refuzimin e hapjes së procedurës së hetimit të thelluar.
6. Në çdo rast, marrja e vendimeve bëhet duke respektuar procedurat e nenit 26 të Ligjit.

Neni 12/1[60]

Arsyetimi dhe botimi i vendimeve

Vendimet e komisionit të Autoritetit të Konkurrencës, jepen të arsyetuara dhe jo më vonë se 15 ditë nga marrja e tij në mbledhjen përkatëse të Komisionit. Në rast se gjatë procesit të votimit ka vota kundër, anëtari i Komisionit e evidenton atë në pjesën e nënshkrimit të vendimit, duke i shtuar nënshkrimit të tij dhe shënimin pro/kundër. Vendimet e Komisionit të Konkurrencës, së bashku me mendimin e pakicës të argumentuar, nëse ka, botohen në Buletinin Zyrtar të vendimeve të Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 13

Thirrja e mbledhjeve jashtë procedurës së zakonshme

Mbledhja e Komisionit, përveç procedurave të zakonshme, është e vlefshme edhe në raste të tjera, por me kusht që në të marrin pjesë të gjithë anëtarët e Komisionit, të cilët, paraprakisht, bien dakord për zhvillimin e saj dhe miratojnë rendin përkatës të ditës.

Neni 14

Seanca dëgjimore

1. Komisioni mund të zhvillojë në çdo moment të procedurës, përpara marrjes së vendimit përfundimtar, seanca dëgjimore, ku palëve në proces u jepet mundësia për të bërë të njohur këndvështrimet e tyre me shkrim dhe/ose me gojë.
2. Me kërkesë të palëve të interesuara, Komisioni i Konkurrencës mund të zhvillojë seanca dëgjimore në çdo moment të procedurës, ku palëve iu sigurohet mundësia e dëgjimit nga Komisioni Konkurrencës
3. Në seancat dëgjimore, Komisioni mund të ftojë edhe palë të treta ose ekspertë të angazhuar për çështjet që trajtohen.
4. Si rregull, seancat dëgjimore janë të mbyllura për publikun. Pala që dëgjohet mund të kërkojë paraprakisht përjashtimin në dëgjim të palës/palëve të tjera, të ekspertëve të ngarkuar me çështjen.
5. Komisioni vendos rast pas rasti nëse mbledhjet do të jenë të hapura ose jo.

Neni 15

Detyrat e Kabinetit pranë Komisionit

1. Kabineti pranë Komisionit, ka këto detyra:
   - Organizon mbledhjet e Komisionit;
   - Mban marrëdhënie me mas-mediat;
   - Nxjerr deklarata për shtyp në lidhje me veprimtaritë zyrtare të Autoritetit, dhe
   - Organizon veprimtaritë e jashtme.

Neni 16

Organizimi i mbledhjeve të Komisionit dhe Seancave Dëgjimore

1. Mbledhjet e Komisionit dhe seancat dëgjimore organizohen nga Kabineti, i cili është përgjegjës për shpërndarjen e materialeve përkatëse në bashkëpunim me sekretariatin tek të gjithë anëtarët e Komisionit, brenda afateve kohore të përcaktuara në këtë rregullore.

---

60 Neni 12/1 "Arsyetimi dhe botimi i vendimeve" është shtuar me nenin 1 të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

2. Kabineti kujdeset për respektimin e afateve në paraqitjen e raporteve hetimore, kërkesave apo materialeve të tjera për t'u shqyrtuar nga Komisioni. Për këtë ai bashkëpunon ngushtë me Sekretariatin.
3. Kabineti është përgjegjës për respektimin e afateve për njoftimin e palëve në proces, palëve të treta, apo ekspertëve, të cilët kërkojnë ose ftohen të marrin pjesë në seancat dëgjimore. Për këtë ai bashkëpunon ngushtë me Sekretariatin.
4. Kabineti siguron mbajtjen e procesverbalit të mbledhjes, i cili, pasi zbardhet, nënshkruhet nga të gjithë anëtarët e pranishëm dhe protokollohet në regjistrin e Komisionit.
5. Si rregull, në fund të çdo mbledhje të Komisionit Kabineti nxjerr njoftimin për mediat.

Neni 17
Kompetencat e Sekretariatit

1. Sekretariati drejtohet nga Sekretari i Përgjithshëm.
2. Përgjegjësitë e Sekretariatit janë përcaktuar në nenin 28 të ligjit. Ai kryen detyrat e tij në përputhje me ligjin dhe në mënyrë të pavarur, me përjashtim të rasteve që janë kompetencë e Komisionit.
3. Sekretariati gjithashtu, harton dhe paraqet për miratim në Komisionin e Konkurrencës projekt-rregulloret që lidhen me fushën e veprimtarisë së tij, si dhe projekt-udhëzimet dhe projekt-akte të tjera që lidhen me zbatimin e ligjit, brenda afateve kohore që përcakton Komisioni i Konkurrencës.

Neni 18
Kompetencat e Sekretarit të Përgjithshëm

1. Përgjegjësitë e Sekretarit të Përgjithshëm janë përcaktuar në nenin 29 të Ligjit.
2. Sekretari i Përgjithshëm nënshkruan të gjitha vendimet procedurale të marra në emër të Sekretariatit.
3. Sekretari i Përgjithshëm është përgjegjës për organizimin e punëve të Sekretariatit. Ai në veçanti koordinon punën e Drejtorive dhe të sektorit në varësi të tij, me synim rritjen e eficencës të punës së Sekretariatit.

Neni 19
Struktura e Sekretariatit, Objektivat dhe Përgjegjësitë

1. Në mbështetje të Ligjit dhe të Vendimit të Kuvendit nr. 182, datë 12.05.2008 "Për miratimin e Strukturës dhe Organikës së Autoritetit të Konkurrencës"[61] Sekretariati përbëhet nga tre drejtori dhe një sektor. Organigrama e Autoritetit të Konkurrencës përbën Aneksin 1 të kësaj rregulloreje.
2. Misioni i Drejtorisë së Mbikëqyrjes së Tregut është monitorimi, studimi dhe hetimi i kushteve të tregut për praktikat që pengojnë, shtrembërojnë ose kufizojnë konkurrencën në treg, sipas përcaktimeve të ligjit nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për mbrojtjen e konkurrencës" dhe akteve nënligjore në zbatim të tij.

Drejtoria është ndarë në tre sektorë sipas kolonave kryesore të ligjit, sektori i Abuzimit me Pozitën Dominuese, Sektori Anti-Kartel dhe Sektori i Përqendrimeve.

- Sektori i Abuzimit me Pozitën Dominuese është përgjegjës për kontrollin e zbatimit të ligjit për ndërmarrjet me fuqi të ndjeshme në treg dhe ndjek me vëmendje abuzimet e mundshme me pozitën dominuese të një ose disa ndërmarrjeve në tre
- Sektori anti-kartel ose i marrëveshjeve të ndaluara që në përcaktimin e ligjit do të shqyrtojë të gjitha praktikat e Marrëveshjeve të ndaluara që fiksojnë çmimet, kufizojnë ofertën, ndajnë tregjet ose pengojnë hyrjet e reja në treg.
- Sektori i Përqendrimeve do të shqyrtojë praktikat e përqendrimeve lidhur me përfitimin e kontrollit, bashkimit të ndërmarrjeve ose krijimit të një shoqërie të re.

---

[61] Ky Vendim ka shfuqizuar Vendimin e Kuvendit nr. 96, datë 30.04.2007 "Për miratimin e strukturës dhe organikës së Autoritetit të Konkurrencës".

Sektori do të ndjekë me vëmendje rastet e krijimit apo fuqizimit të pozitës dominuese duke propozuar ndalimin e tyre.

3. Drejtoria Juridike dhe e Procedurave përbëhet nga dy sektorë dhe ka objektiva kryesore:
   - Vlerësimi i akteve ligjore dhe nënligjore në fuqi lidhur me përputhshmërinë me Ligjin dhe shkallën e kufizimit ose të pengimit të konkurrencës, duke synuar përafrimin e legjislacionit vendas me "*Acquis Communautaire*". Vlerësimi i përputhshmërisë së projekt-akteve normative të propozuara nga institucionet e tjera qendrore dhe vendore në fushën e konkurrencës.
   - Zbatimin e politikave ekzistuese si dhe përshtatjen e politikave të reja në fushën e hartimit të legjislacionit në sferën e konkurrencës.
   - Ndjekjen e procedurave të proceseve gjyqësore dhe hartimin e materialeve juridike të këtyre procedurave, në të cilat Autoriteti i Konkurrencës është palë ndërgjyqës në bashkëpunim me drejtoritë e tjera të institucionit.
   - Dhënien e ndihmës së nevojshme profesionale, në bashkëpunim me Kabinetin, për hartimin dhe redaktimin e akteve juridike te Autoritetit dhe Komisionit ne veçanti, sa here qe i kërkohet nga ky i fundit.
4. Drejtoria e Shërbimeve të Brendshme përbëhet nga dy sektorë dhe ka objektiva kryesore:
   - Menaxhim efektiv të burimeve njerëzore, organizimin për kualifikim dhe trajnim të punonjësve në përputhje me Ligjin Nr. 8549, datë 11.11.1999 "Për Shërbimin Civil".
   - Monitoron zbatimin e të gjitha politikave të personelit që përmbledhin plotësimin e kërkesave, vlerësimin dhe klasifikimin e punëve, rekrutimin dhe seleksionimin, vlerësimin e rezultateve në punë, pagesën trajnimin dhe zhvillimin individual, disiplinën dhe procedurat e marrëdhënieve midis nëpunësve për të siguruar zbatimin e qëndrueshëm të tyre në të gjithë institucionin.
   - Zhvillon, këshillon dhe koordinon aplikimin e konsulencës dhe strategjive të komunikimit të hartuara për të inkurajuar angazhimin e stafit, kryerjen e detyrave dhe minimizimin e konflikteve.
   - Monitoron përdorimin efikas të vlerave financiare dhe materiale.
5. Sektori i Analizës dhe Studimeve ka objektiv kryesor monitorimin dhe analizimin e kushteve të tregut për zhvillimin e konkurrencës së lirë dhe efektive në Shqipëri.
6. Drejtorët e Drejtorive drejtojnë punën në fushat që mbulojnë. Drejtorët e Drejtorive raportojnë rregullisht tek Sekretari i Përgjithshëm për mbarëvajtjen e punës.
7. Drejtorët e Drejtorive janë përgjegjës për organizimin e punëve në Drejtoritë e tyre, si dhe për shfrytëzimin efikas të burimeve njerëzore nën drejtimin e tyre. Ata informojnë punonjësit në varësi të tyre për të gjitha objektivat e punës dhe për të gjitha çështjet e rëndësishme për administrimin e drejtorisë, bëjnë ndarjen e detyrave dhe kontrollojnë realizimin e tyre.
8. Drejtorët e Drejtorive miratojnë lejet brenda një dite, të punonjësve të tyre, për arsye personale.

Neni 20

Informimi dhe mënyra e raportimit

1. Sekretari informon me shkrim dhe raporton në Komision sipas kërkesës së këtij të fundit.
2. Informimi dhe raportimi ndërtohet mbi bazën e hierarkisë.

Neni 21

Përgjegjësitë e Sekretariatit në procedurat hetimore

1. Sekretariati, pas marrjes së një ankese nga një palë e interesuar, ose kur vetë kryesisht dyshon se në treg ka kufizime, shtrembërime, apo pengime të konkurrencës, informon menjëherë Komisionin, duke i kërkuar miratimin për fillimin e hetimit paraprak. Sekretariati është i detyruar të fillojë menjëherë hetimin paraprak, kur Komisioni vendos për hapjen e tij[62].

---

[62] Pika 1 e nenit 21 është ndryshuar me Vendimin e Komisionit të Konkurrencës Nr. 168, datë 21.12.2010 "Për një ndryshim në rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës". Para këtij ndryshimi ishte: "1. Sekretariati informon me shkrim menjëherë Komisionin në rastet kur hap procedurën e hetimit paraprak me nismën e tij, me kërkesën e ndërmarrjeve të interesuara ose në bazë të një ankese të të tretëve. Hetimi paraprak synon konstatimin e një kufizimi të mundshëm të konkurrencës."

2. Në rastet kur mendohet se mund të komprometohet procedura hetimore, të bëhet e pamundur mbledhja e provave nga inspektimet në zbatim të neneve 36 dhe 37 të ligjit, Sekretariati nuk është i detyruar t'u komunikojë palëve fillimin e procedurës paraprake të hetimit.
3. Ndërmarrjet që hetohen ose palë të tjera të interesuara nuk kanë të drejtë të konsultojnë dosjet në fazën e procedurës paraprake të hetimit.
4. Sekretariati në përfundim të procedurës paraprake të hetimit përgatit dhe i paraqet Komisionit raportin e argumentuar, duke i kërkuar këtij të fundit marrjen e vendimit për hapjen e hetimit të thelluar në zbatim të nenit 43 të Ligjit. Në këtë rast zbatohet neni 12 i kësaj rregulloreje.
5. Sekretariati në përfundim të procedurës hetimore, bazuar në faktet dhe analizat e kryera, përgatit dhe i paraqet Komisionit raportin përfundimtar me sugjerimet përkatëse. Në këtë rast zbatohet neni 12 i kësaj rregulloreje.
6. Sekretariati zbaton vendimet e Komisionit.

Neni 22
Grupet e punës

1. Për trajtimin e çështjeve që mbulohen nga më shumë se një drejtori, dhe janë objekt i punës së Sekretariatit, krijohen grupe pune, të cilat përbëhen nga punonjës të drejtorive të ndryshme. Çdo grup pune ka një drejtues.

1/1[63]. Drejtuesi i një Grupi Pune ka këto kompetenca administrative:

a. Administron dhe drejton procesin monitorues, ose hetimor te Grupit të Punës ne përgjithësi dhe anëtarëve te Grupit te Punës në veçanti;

Ai evidenton në dosjen hetimore, në proces-verbalet e inspektimit, në proces-verbalet e mbledhjeve të grupit të punës dhe në raportet hetimore gjithë materialin e nevojshëm, si dhe mendimet e dhëna nga anëtarët e Grupit të Punës;

b. Këshillohet me drejtorët e anëtarëve të tij të grupit të punës për radhën e planifikimin e çdo veprimi hetimor, ose inspektues të paktën deri një ditë para realizimit të parashikuar;

c. Përgjigjet për përgatitjen e shkresave dhe propozon tek Sekretari i Përgjithshëm përmbajtjen e tyre, që, për nevoja të hetimit, vënies në dijeni, ose inspektimit, do ti adresohen ndërmarrjeve në hetim, ose institucioneve të treta që mund të ndihmojnë me prova hetimin dhe inspektorët.

2. Anëtarët e grupit të punës propozohen nga drejtorët e drejtorive. Përbërja e grupit miratohet nga Sekretari i Përgjithshëm. Sekretari i Përgjithshëm cakton edhe drejtuesin e grupit të punës.
3. Grupi i Punës në konsultim me Sekretarin e Përgjithshëm dhe drejtorët e drejtorive përcakton metodologjinë dhe matricën e veprimeve, të cilat i bashkëngjiten proces-verbalit të mbledhjes së Grupit të Punës.

Në punën e tij të përditshme Grupi i Punës duhet:

- të mbajë parasysh dhe tu qëndrojë standardeve me të mira të procedurës hetimore paraprirës,
- të realizoje rrahjen e mendimeve dhe shkallën e lartë të ballafaqimit të tyre me ekspertizën[64].

Miratimi i relacioneve të mbledhjeve të rëndësishme të Grupit të Punës, si dhe i Raportit përfundimtar të fazës Hetimore, realizohet me konsensus, ose shumicë votash, (në se rezulton e nevojshme), në mbledhjet konkluduese të Grupin të Punës, për të cilat mbahet gjithmonë edhe një proces-verbal. Në pjesët ku nuk mund të ketë konsensus mes anëtarëve të Grupit, cilësohet anëtari mos-miratues, ndërsa mendimi/et i pakicës pasqyrohet në

---

[63] Pika 1/1 e nenit 22 është shtuar nga pika 1e nenit 2 të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në Rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

[64] Ky paragraf është shtuar pas fjalisë së parë të pikës 3 nga neni 2, pika 2, germa a), e Vendimit të Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në Rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

shënimet fundore të faqes[65], ose hartohen si kapitull më vete dhe i bashkëlidhen mendimit të shumicës në konkluzionet e raportit përfundimtar, si dhe konsiderohen pjesë integrale e këtij të fundit[66].

4. Raporti së bashku me dosjen hetimore i përcillet Sekretarit të Përgjithshëm. Ky i fundit paraprakisht u kërkon mendim lidhur me Raportin edhe Drejtorëve të Drejtorive (përjashtuar ata të cilët kanë qenë vetë në përbërje të Grupit hetimor të Punës) të cilët e japin atë me shkrim sa më shpejt që është e mundur, por jo më vonë se 15 ditë nga dita që kanë marrë dijeni për raportin[67]. Sekretari i Përgjithshëm në të gjithë hapat procedurale të Grupit hetimor të Punës mbikëqyr, vëzhgon dhe kontrollon veprimtarinë e tij, por njëkohësisht duke siguruar dhe pa cenuar pavarësinë e grupit të punës gjatë këtyre procedurave[68].

5. Sekretari Përgjithshëm, me marrjen e raportit nga ana e Grupit të Punës:

   a) Në rast se i gjen të bazuara procedurat dhe konkluzionet e Raportit e dërgon atë, së bashku më relacionin përkatës, për shqyrtim në Komision, brenda 5 ditësh pune dhe e relaton përpara Komisionit së bashku me Kryetarin e Grupit të Punës;

   b) Në rast se Sekretari i Përgjithshëm nuk krijon bindje mbi faktet, procedurat dhe konkluzionet e Raportit te Hetimit, atëherë ai mund ta kthejë vetëm një herë për rishqyrtim pranë Grupit të Punës, bashkë me vërejtjet dhe sugjerimet e tij për Raportin.

   c) Kur Grupi i Punës ose shumica e anëtarëve të tij, edhe pas rikthimit të Raportit nga ana e Sekretarit të Përgjithshëm nuk bien dakord me vërejtjet dhe propozimet, përgatit kundër-argumentet ndaj vërejtjeve të Sekretarit të Përgjithshëm. Në këtë rast Sekretari i Përgjithshëm e përcjellë Raportin së bashku me dosjen hetimore në Komision. Mbrojtja në këtë rast përpara Komisionit do të bëhet nga vetë Grupi i Punës ndërsa Sekretari i Përgjithshëm sqaron vërejtjet e tij për raportin.[69]

Neni 23
Kontrolli i veprimtarisë së brendshme

1. Për të kontrolluar veprimtarinë e brendshme të Autoritetit, Komisioni vendos ngritjen e një grupi të përkohshëm pune.
2. Anëtarët e grupit të punës kanë të drejtë të konsultojnë, brenda mandatit të tyre kontrollues, të gjithë dokumentacionin që lidhet me objektin e kontrollit.
3. Në përfundim të kontrollit, grupi i punës i paraqet Komisionit një raport të hollësishëm mbi kontrollin e ushtruar, si dhe bën rekomandimet përkatëse.

Neni 24
Regjistrimi i dokumenteve

1. Në Autoritetin e Konkurrencës mbahet një regjistër i përgjithshëm për regjistrimin, ruajtjen dhe shfrytëzimin e korrespondencës, në nisje dhe në mbërritje në përputhje me Ligjin nr. 9154, datë 06.11.2003 "Për Arkivat".

---

65 Pika 3 e nenit 22 "Grupet e punës" është ndryshuar me nenin 2, pika 3, të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës". Para këtij ndryshimi ishte: "Drejtuesi i grupit të punës raporton tek Sekretari i Përgjithshëm për mbarëvajtjen e punës së grupit. Me krijimin e grupit të punës, përcaktohet objektivi, si dhe një matricë me detyrat dhe afatet konkrete për realizimin e tij."

66 Kjo shprehje është shtuar nga neni 2, pika 2, germa b), e Vendimit të Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në Rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

67 Pika 4 e nenit 22 është shtuar me nenin 2, pika 4, të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

68 Ky paragraf është shtuar nga neni 2, pika 3, e Vendimit të Komisionit të Konkurrencës Nr. 189, datë 26.05.2011 "Për disa ndryshime në Rregulloren "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

69 Pika 5 e nenit 22 është shtuar me nenin 2, pika 5, të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

2. Lëvizja e korrespodencës kryhet mbi bazën e hierarkisë administrative.
3. Korrespondenca për nisje duhet të dërgohet në origjinal në zyrën e arshivës, e cila, pasi regjistron në regjistër dokumentin në nisje, konfirmon shpërndarjen, duke e dërguar materialin për nisje në njësinë e postës.
4. Korrespondenca e regjistruar vendoset në dosje dhe arkivohet në Arkivin e Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 25
Regjistrimi i njoftimeve

1. Në Autoritetin e Konkurrencës mbahet një regjistër i veçantë për regjistrimin e njoftimeve të përqendrimeve. Mbajtja e këtij regjistri, në formë të shkruar dhe elektronike, është nën përgjegjësin e Sektorit të Përqendrimeve dhe mbikëqyret nga Drejtori që mbulon këtë sektor.
2. Sekretariati i jep palës njoftuese një vërtetim për marrjen në dorëzim të njoftimit duke përcaktuar me saktësi numrin e regjistrit dhe datën e marrjes në dorëzim të njoftimit dhe dokumentacionit bashkëlidhur.
3. Sekretariati informon me shkrim Komisionin për datën e saktë të dorëzimit të njoftimit dhe të dokumenteve bashkëlidhur, si dhe formën e njoftimit të plotësuar nga palët pjesëmarrëse në një përqendrim.
4. Sekretariati, për vlerësimin e përqendrimeve, zbaton Rregulloren "Për Zbatimin e Procedurave të Përqendrimit të Ndërmarrjeve"

Neni 26
Konfidencialiteti

Për ruajtjen e sekretit si dhe konfidencialitetit të të gjitha materialeve të korrespondencës, të gjithë punonjësit e Autoritetit të Konkurrencës veprojnë në përputhje me nenin 30 të ligjit, Kodin e Procedurave Administrative, Rregulloren e Etikës së Autoritetit të Konkurrencës dhe akte të tjera ligjore në fuqi.

Neni 26/1[70]

Ankesat, kërkesat dhe njoftimet nga personat që do të paraqiten pranë Autoritetit të Konkurrencës, duhet të plotësojnë formularin tip me shkrim të ankesës siç parashikohet në këtë rregullore. Ata që nuk janë në gjendje të paraqesin një ankesë me shkrim, apo nuk dëshirojnë të bëjnë një gjë të tillë, mund ta paraqesin atë me gojë. Në këtë rast punonjësi i Protokollit do të marrë shënim ankesën, kërkesën apo njoftimin e bërë, do të bëjë shënim se personi që e paraqet atë nuk dëshiron ta depozitojë formalisht dhe do ta firmosë vetë së bashku me një person tjetër të pranishëm nga institucioni.

Në rastet kur Autoritetit të Konkurrencës ose punonjësve të institucionit u paraqiten ankesa, kërkesa apo njoftime me shkrim, që dorëzohen dorazi apo me postë elektronike për çështje që janë në juridiksionin e institucionit, ato duhet të regjistrohen në librin përkatës të protokollit.

Autoriteti i Konkurrencës, merr në shqyrtim edhe ankesat anonime për çështje që janë në juridiksionin e institucionit. Këto ankesa regjistrohen në librin e protokollit.

Në çdo rast, zyrtari i Autoritetit të Konkurrencës që vihet në dijeni të një ankese me shkrim apo me gojë, të ardhur në çdo formë, është i detyruar të ruajë konfidencialitetin mbi identitetin e personit që ka bërë ankimin dhe mbi përmbajtjen e ankimit sipas detyrimit të parashikuar në nenin 30 të ligjit 9121 "Për mbrojtjen e konkurrencës".

Neni 26/2[71]
Formulari Tip i Ankesës

Formulari tip i Ankesës, që duhet të plotësohet, në rastet kur personi paraqitet në Autoritetin e Konkurrencës për një ankim, ose njoftim, duhet të firmoset dhe depozitohet nga personi që e bën ankimin, ose përfaqësuesi ligjor i tij dhe mund të përmbajë:

---

70 Neni 26/1 është shtuar me nenin 3 të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

71 Neni 26/2 është shtuar me nenin 4 të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

1. Fillimisht specifikimin e ankuesit në se dëshiron:
   a. të identifikohet, apo
   b. të mbetet anonim,

si dhe të shënojë datën e plotësimit, ose të dorëzimit të formularit;

1/1. Identitetin, vendbanimin, ose adresën e punës të ankuesit, të cilit i cenohen të drejtat dhe liritë e tij, si dhe të dhëna kontakti të telefonit, faksit ose adresës elektronike (e-mail), vetëm në rast se ankuesi i përmbahet germës a, të pikës 1 të këtij neni;

2. Pretendimet për kufizimet ose shkeljet e dyshuara të konkurrencës ndaj tij, ose subjekteve te tjera;
3. Ndërmarrjen ose institucionin të cilin e dyshon si shkelëse të ligjit dhe ndaj të cilit ankohet ose sinjalizon;
4. Përshkrimi i fakteve të cilave u referohet;
5. Renditjen e provave të shkeljes së dyshuar që ai disponon;
6. Institucione të tjera publike të cilat janë vënë në dijeni që më parë për çështjen objekt-ankese;
7. Çdo lloj shkrese, origjinale, ose fotokopje, në të cilën e mbështet ankesën, kërkesën apo njoftimin.

Një formular-tip Ankese gjendet në faqen zyrtare të internetit të Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 26/3[72]

Trajtimi i ankesave

Brenda 24 orëve nga koha e mbërritjes në institucion duhet të bëhet shpërndarja e kërkesave, ankesave apo njoftimeve nga Sekretari i Përgjithshëm, i cili shënon drejtorinë apo sektorin, në kompetencën e të cilit është ndjekja e çështjes.

Sekretari i Përgjithshëm vlerëson nëse kërkesa është në juridiksionin e Autoritetit të Konkurrencës apo jo dhe njofton Komisionin mbi këtë vlerësim.

Pala/Palët që kanë bërë ankesën apo kërkesën duhet të njoftohet nga Sekretari i Përgjithshëm mbi trajtimin e saj, jo më vonë se 15 ditë nga data e marrjes dijeni nga Autoriteti. Në mbyllje të procedurës Autoriteti do të njoftojë palën e interesuar mbi rezultatet e procedimit administrativ të ankesës, kërkesës apo njoftimit në zbatim të ligjit "Për Mbrojtjen e Konkurrencës".

Neni 27

Ndryshimet në Rregullore

Ndryshimet në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës" bëhen me propozim të 1(një) apo më shumë anëtarëve të Komisionit ose të Sekretariatit.

1. Ndryshimet në Rregullore miratohen nga Komisioni sipas Ligjit.
2. Ndryshimet e propozuara së bashku me relacionin përkatës si rregull depozitohen paraprakisht për një periudhë prej 15 ditësh përpara shqyrtimit në Komision.

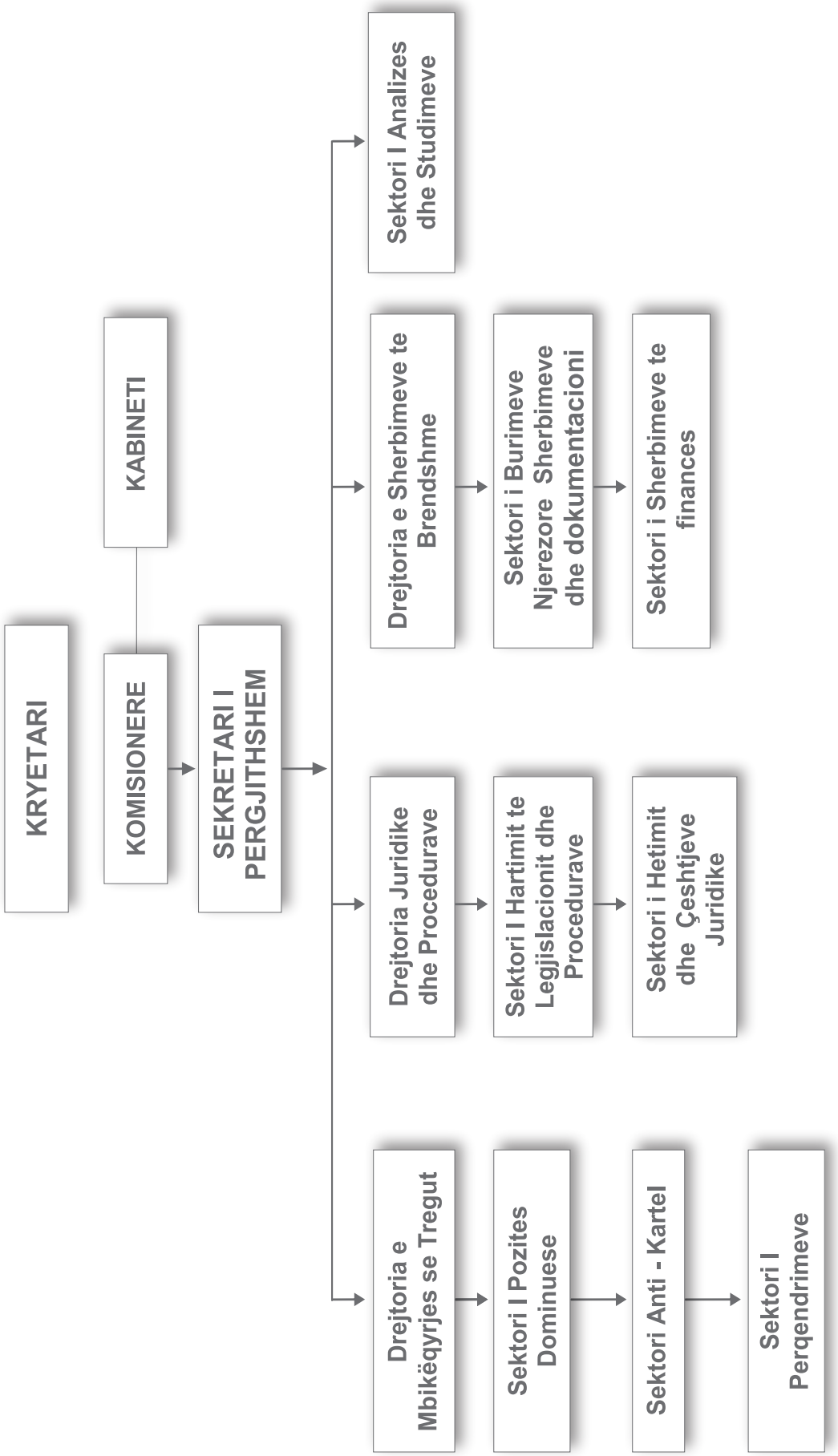
Neni 28

Hyrja në fuqi

1. Rregullorja "Për Organizimin dhe Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës", miratuar me Vendimin nr. 2, date 17.03.2004 te Komisionit te Konkurrencës shfuqizohet.
2. Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

---

[72] Neni 26/3 është shtuar me nenin 5 të Vendimit të Komisionit të Konkurrencës nr. 115, datë 26.05.2009 "Për disa shtesa dhe ndryshime në Rregulloren "Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".


KRYETARI
KOMISIONERE
KABINETI
SEKRETARI I PERGJITHSHEM
Drejtoria e Mbikëqyrjes se Tregut
Sektori I Pozites Dominuese
Sektori Anti - Kartel
Sektori I Perqendrimeve
Drejtoria Juridike dhe Procedurave
Sektori I Hartimit te Legjislacionit dhe Procedurave
Sektori i Hetimit dhe Çeshtjeve Juridike
Drejtoria e Sherbimeve te Brendshme
Sektori i Burimeve Njerezore Sherbimeve dhe dokumentacioni
Sektori i Sherbimeve te finances
Sektori I Analizes dhe Studimeve

Rregullore
"Për Kategoritë e Marrëveshjeve të Specializimit"[73]

Neni 1
Objekti

1. Objekt i kësaj rregulloreje janë të gjitha marrëveshjet e tjera që janë lidhur nga ndërmarrjet dhe që kanë të bëjnë me kushtet në të cilat ato specializohen për prodhimin e të mirave dhe/ose ofrimin e shërbimeve që duhet të jenë përfshirë në fushën e zbatimit të kësaj rregulloreje. Përjashtimi do të zbatohet edhe për dispozitat e atyre marrëveshjeve të specializimit të cilat nuk kanë specializimin objektiv primar të tyre, por që janë të lidhura direkt me zbatimin, si dhe me probleme blerjeje, ose/dhe marketingu.

2. Ne këtë rregullore përfshihen:

a) Marrëveshjet, ku njëra palë i jep plotësisht, apo pjesërisht të drejtën e prodhimit, ose ofrimit të produkteve, ose shërbimeve të caktuara në favor të një pale tjetër (i ashtuquajturi-*specializim i njëanshëm*);

b) Marrëveshjet, në të cilat çdo palë plotësisht apo pjesërisht i jep të drejtën e prodhimit, ose ofrimit të produkteve ose shërbimeve të caktuara në favor të një pale tjetër (i ashtuquajturi-*specializim i ndërsjellët*); dhe

c) Marrëveshjet, në të cilat palët ndërmarrin nismën të prodhojnë, ose ofrojnë bashkërisht produkte, ose shërbime të caktuara (*prodhim i përbashkët*).

Neni 2
Natyra e Marrëveshjeve

1. Marrëveshjet e Specializimit në prodhim, nëse palët kanë aftësi plotësuese, asete, ose veprimtari, kontribuojnë në përmirësimin e prodhimit, ose shpërndarjen e produkteve. Këto palë në marrëveshje mund të përqendrohen në prodhimin e produkteve të caktuara duke vepruar kështu në mënyrë më eficente për të ofruar produkte me kosto sa më të ulët. Duke synuar mbrojtjen e konkurrencës së lirë dhe efektive, marrëveshja, do të vlerësohet ndër të tjera, edhe duke pasur parasysh që konsumatorët të marrin një ndarje sa më të drejtë të përfitimeve ekonomike që rrjedhin prej saj.

2. Natyra e marrëveshjeve, të njëanshme ose/dhe të ndërsjellta, kërkon që ato të jenë aktive në të njëjtin treg produkti, por nuk është e nevojshme të jenë aktive në të njëjtin treg gjeografik. Marrëveshjet e prodhimit të përbashkët mund të lidhen midis palëve, të cilat janë aktive në të njëjtin treg produkti, por gjithashtu edhe për ato palë, të cilat dëshirojnë të hyjnë në një treg produkti nëpërmjet një marrëveshjeje.

Neni 3
Përkufizime

Në kuptim të kësaj rregulloreje, shprehjet e mëposhtme kanë këto kuptime:

1. "*Marrëveshje specializimi*" nënkupton një marrëveshje të njëanshme specializimi, një marrëveshje reciproke specializimi ose një marrëveshje prodhimi të përbashkët;

2. "*Marrëveshje e njëanshme specializimi*" nënkupton një marrëveshje midis dy palëve, të cilat janë aktive në të njëjtin treg të produktit, nga të cilat njëra palë bie dakord që të ndërpresë plotësisht, ose pjesërisht prodhimin e produkteve të caktuara, ose të shmanget nga prodhimi i këtyre produkteve dhe t'i blejë ato nga palë të tjera, të cilat bien dakord ti prodhojnë dhe ofrojnë këto produkte;

3. "*Marrëveshje reciproke specializimi*" nënkupton një marrëveshje ndërmjet dy ose më shumë palëve të cilat janë aktive në të njëjtin treg produkti, sipas të cilit dy ose më shumë palë pranojnë, mbi baza reciproke, të bien dakord që të ndërpresin, plotësisht ose pjesërisht,

---

[73] (32010R1218) Rregullorja e Komisionit nr.1218/2010 e datës 14 Dhjetor 2010 "Mbi zbatimin e nenit 101/3 të Traktatit të Funksionit të Bashkimit Evropian për disa kategori të marrëveshjeve të specializimit"

apo të shmangen nga prodhimi i disa mallrave, (të cilët nuk janë të njëjtat) dhe ti blejnë këto produkte nga palë të tjera, të cilat bien dakord që ti prodhojnë dhe ti shesin ato atyre;

4. "*Marrëveshje e prodhimit të përbashkët"* nënkupton një marrëveshje, në të cilën dy ose më shumë palë, bien dakord që të prodhojnë disa mallra ngushtësisht të bashkëlidhura;

5. *"Prodhim*" nënkupton prodhimin e të mirave materiale (mallrave) ose përgatitjen e shërbimeve dhe i cili përfshin edhe prodhimin realizuar nëpërmjet nën-kontraktorëve;

6. "*Përgatitja e shërbimeve*" nënkupton veprimtari të kryera në rrjedhën e sipërme të ofrimit të shërbimeve ndaj klientëve;

7. "*Produkt i specializuar"* nënkupton një produkt, i cili është prodhuar sipas një marrëveshjeje specializimi;

8. "*Produkt i Rrjedhës së Poshtme"* nënkupton një produkt , për të cilin një produkt i specializuar është përdorur nga një ose më shumë palë si një lënde e parë e cila është shitur nga këto palë në treg;

9. "*Ndërmarrje konkuruese"* nënkupton një konkurent aktual ose potencial;

10. "*Konkurent aktual"* nënkupton një ndërmarrje e cila është aktive në të njëjtin treg përkatës;

11. "*Konkurent potencial"* nënkupton një ndërmarrje, e cila në mungesë të një Marrëveshjeje Specializimi, mundet, mbi baza reale (jo teorike), në rastin e një rritjeje të vogël, por permanente të çmimeve përkatëse, të jetë në gjendje të ndërmarrë, brenda jo më tepër se 3 vjetëve, investimet e nevojshme shtesë, ose kosto të tjera, këmbyese dhe të nevojshme, për të hyrë në tregun përkatës;

12. "*Detyrime eksklusive të furnizimit"* nënkupton një detyrim për të mos i ofruar produktet e specializimit një ndërmarrjeje konkurruese, e cila nuk është palë në marrëveshje;

13. "*Detyrim ekskluziv i blerjes*" nënkupton një detyrim për të blerë produktet e specializuara vetëm nga një palë në marrëveshje;

14. "*E përbashkët"* sipas kontekstit të shpërndarjes, nënkupton kur palët:

a) Marrin përsipër shpërndarjen e produkteve si një grup i përbashkët, organizatë ose ndërmarrje, ose

b) Caktojnë një palë të tretë si shpërndarës mbi baza ekskluzive ose jo, me kusht që ky i tretë të mos jetë një ndërmarrje konkurente.

15. "*Shpërndarje*" nënkupton pikërisht shpërndarjen, përfshirë edhe shitjen e mallrave dhe ofrimin e shërbimeve;

16. "*Ndërmarrje e lidhur*" nënkupton ato ndërmarrje, të cilat drejtpërdrejt ose jo, kanë fuqinë të:

a) ushtrojnë më tepër sesa gjysmën e të drejtave të votës;

b) caktojnë më tepër sesa gjysmën e anëtarëve të bordit mbikëqyrës, bordit menazherial, ose bordit ligjor të përfaqësuesve të ndërmarrjes; ose

c) menaxhojnë veprimtarinë e ndërmarrjes.

Neni 4

Përjashtimi nga zbatimi i nenit 4 të Ligjit

1. Në përputhje me nenin 6 të Ligjit nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar), neni 4 i ligjit nuk do të zbatohet për marrëveshjet e specializimit. Ky përjashtim do të për ato marrëveshje të specializimit, të cilat nuk përmbajnë kufizime të konkurrencës, ku këto të fundit janë objekt i nenit 4 të ligjit.

2. Përjashtimi i parashikuar sipas pikës 1 të këtij neni do të zbatohet për marrëveshjet e specializimit, që përmbajnë dispozita, të cilat lidhen me dhënien, ose licencimin e të drejtave të pronësisë intelektuale të një ose më shumë palëve, duke siguruar që këto dispozita nuk përbëjnë objektin parësor të kësaj marrëveshjeje, por janë të nevojshme dhe drejtpërdrejtë të lidhura me zbatimin e tyre.

3. Përjashtimi i parashikuar në pikën 1 të këtij neni, do të zbatohet për marrëveshjet e specializimit ku:

a) Palët bien dakord për një blerje ekskluzive ose detyrim ekskluziv për të ofruar; ose,

b) Palët nuk shesin në mënyrë të pavarur produktet e specializimit por bashkërisht shpërndajnë këto produkte.

Neni 5

Pragu i pjesës së tregut

Përjashtimi i parashikuar në nenin 4 të kësaj rregulloreje do të zbatohet me kushtin që pjesa e kombinuar e tregut e palëve të mos tejkalojë 20% të tregut përkatës.

Neni 6

Kufizime të rënda

Përjashtimi i parashikuar në nenin 4 të kësaj rregulloreje, nuk do të zbatohet për ato marrëveshje specializimi të cilat, direkt ose indirekt, veçmas ose së bashku me faktorë të tjerë nën kontrollin e palëve, kanë për objekt:

a) Fiksimin e çmimeve për shitjen e mallrave tek të tretët, me përjashtim të fiksimit të çmimeve të zbatuara tek klientët e drejtpërdrejtë në kuadër të shpërndarjes së përbashkët;

b) Kufizimin e prodhimit, ose shitjes me përjashtim të:

1) Dispozitave mbi sasinë e produkteve në kuadër të marrëveshjeve të specializimit të njëanshme, ose reciproke, ose vendosjen e kapaciteteve dhe volumit të prodhimit në kuadër të një marrëveshjeje prodhimi të përbashkët, dhe

2) Vendosjes së shitjeve të planifikuara në kuadër të shpërndarjes së përbashkët.

c) Ndarjen e tregjeve ose klientëve/konsumatorëve.

Neni 7

Përllogaritja dhe Zbatimi i Pragut të Pjesës së Tregut

Për qëllime të përllogaritjes së Pragut të Pjesës së Tregut sipas neni 5 të kësaj rregulloreje, do duhet të zbatohen rregullat e mëposhtme:

1) Pjesa e tregut duhet të përllogaritet mbi bazën e vlerës së shitjeve në treg. Në mungesë të të dhënave lidhur me vlerën e shitjeve në treg, përcaktimi i pjesës së tregut të palëve, mund të gjendet mbi bazën e vlerësimeve të mbështetura mbi informacione të tjera të besueshme të cilat kanë të bëjnë me tregun dhe pikërisht vëllimin e shitjeve mbi këtë të fundit;

2) Pjesa e tregut përllogaritet mbi bazën e të dhënave që lidhen me vitin paraardhës kalendarik;

3) Nëse pjesa e tregut e referuar në nenin 5 të kësaj rregulloreje është fillimisht jo më tepër se 20%, por në vijim rritet mbi këtë prag pa e kaluar 25%, përjashtimi i ofruar në nenin 4 do të vazhdojë të zbatohet për një periudhë prej 2 vitesh të njëpasnjëshme kalendarike, duke pasuar vitin në të cilin pragu prej 20% është tejkaluar për herë të parë;

4) Nëse pjesa e tregut e referuar në nenin 5 është fillimisht jo më tepër se 20%, por ndërkohë tejkalon mbi 25%, përjashtimi i parashikuar nenin 4 do të vazhdojë të zbatohet për një periudhë prej 1 viti kalendarik që ndjek vitin në të cilin niveli prej 25% është tejkaluar për herë të parë.

5) Përftimet sipas pikave 3 dhe 4 të këtij neni nuk mund të mblidhen për shkak se tejkalohet kohëzgjatja prej 2 vitesh kalendarike.

Neni 8

Hyrja në fuqi

Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

Rregullore
"Për Përjashtimin e Kategorive të Marrëveshjeve të Kërkimit dhe Zhvillimit"[74]

Neni 1
Objekti

1. Kjo rregullore ka për objekt, (bazuar në Ligjin Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës") përjashtimin nga ndalimi, prej Autoritetit të Konkurrencës të atyre marrëveshjeve, të cilat kanë për synim kërkim-zhvillimin e produkteve, ose proceseve, deri në fazën e zbatimit industrial, si dhe përdorimin/shfrytëzimin e rezultateve të tyre, duke përfshirë edhe dispozita që u përkasin të drejtave të pronësisë intelektuale.

2. Autoriteti i Konkurrencës nxit ndërmarrjet në veprimtaritë e tyre të kërkim-zhvillimit teknologjik, si dhe mbështet përpjekjet e tyre për bashkëpunim me njëra- tjetrën.

3. Marrëveshjet e zbatimit të përbashkët të punëve kërkimore, ose zhvillimit të përbashkët të rezultateve të një kërkimi deri në fazën e zbatimit industrial, nuk ndalohen prej nenit 4 të Ligjit.

Neni 2
Qëllimi

1. Qëllimi i kësaj rregulloreje është të përcaktojë marrëveshjet e kërkim zhvillimit të cilat përjashtohen, të vlerësojë ndikimin e këtyre marrëveshjeve në tregun përkatës si dhe të përcaktojë rastet kur këto marrëveshje nuk janë objekt-përjashtimi.

Neni 3
Përkufizimet

Në kuptim të kësaj rregulloreje, termat e mëposhtëm kanë këto kuptime:

1. "**Ligj"** nënkupton Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës";

2. "**Marrëveshje**" nënkupton përkufizimin sipas pikës 4 të nenit 3 të Ligjit;

3. "**Ndërmarrje pjesëmarrëse",** nënkupton ndërmarrjet, pjesë të marrëveshjes së kërkimit dhe të zhvillimit, si dhe ndërmarrjet e lidhura respektivisht me to;

4. "**Ndërmarrje e lidhur**" janë ato ndërmarrje të cilat direkt ose indirekt:

- Ushtrojnë më tepër se gjysmën e të drejtave të votës;
- Caktojnë më tepër se gjysmën e anëtarëve të organeve drejtuese të ndërmarrjes; ose
- Menaxhojnë veprimtarinë e ndërmarrjes.

5. "**Kërkim dhe zhvillim",** nënkupton përftimin e njohurive lidhur me produktet, ose proceset, si dhe kryerjen e analizave teorike e analitike, studimet sistematike apo eksperimentet përkatës duke përfshirë prodhimin eksperimental, testimet teknike të produkteve, ose proceseve, krijimin e lehtësive të nevojshme dhe ruajtjen e të drejtave të pronësisë intelektuale për rezultatet;

6. "**Marrëveshje të Kërkimit dhe të Zhvillimit"** nënkupton një marrëveshje e lidhur midis dy, ose më shumë, palëve në lidhje me kushtet me të cilat këto palë zhvillojnë:

a) Kërkimin dhe zhvillimin e përbashkët të produkteve, ose teknologjive kontraktore dhe shfrytëzimin e përbashkët të rezultateve të kërkimit dhe të zhvillimit;

b) Shfrytëzimin e përbashkët të rezultateve të kërkimit dhe të zhvillimit të produkteve, ose teknologjive të kontratës, të ndërmarra bashkërisht në bazë të një marrëveshjeje të mëparshme të lidhur midis të njëjtave palë;

---

[74] (32010R1217) Rregullorja e Komisionit (EU) Nr. 1217/2010 e datës 14 Dhjetor 2010"Mbi zbatimin e nenit 101/3 të Traktatit të Funksionimit të Bashkimit Evropian për disa kategori të marrëveshjeve të Kërkimit dhe Zhvillimit"

c) Kërkimin dhe zhvillimin e përbashkët të produkteve ose teknologjive të kontratës, duke përjashtuar shfrytëzimin e përbashkët të rezultateve;

d) Pagesën për kërkime dhe zhvillime të produkteve, ose teknologjive të kontratës dhe shfrytëzimi i përbashkët i rezultateve të kërkimit dhe të zhvillimit;

e) Shfrytëzimin e përbashkët të rezultateve të pagesës për kërkime dhe zhvillime të produkteve ose teknologjive të kontratës sipas një marrëveshje të mëparshme të lidhur midis të njëjtave palë; ose

f) Pagesa për kërkime dhe zhvillime të produkteve, ose teknologjive të kontratës, duke përjashtuar shfrytëzimin e përbashkët të rezultateve.

7. **"Produkt"** ka të njëjtin kuptim me atë të pikës 6 të nenit 3 të Ligjit.

8. "**Produkt i kontraktuar"** nënkupton një produkt sipas kërkimit dhe zhvillimit të përbashkët, të prodhuar apo siguruar nëpërmjet procesit kontraktor;

9. "**Teknologji (proces) e (i) kontraktuar**" nënkupton një teknologji, ose proces, i cili vjen si rezultat i kërkimeve dhe zhvillimeve të përbashkëta;

10. "**Shfrytëzimi/përdorimi i rezultateve"** nënkupton prodhimin, ose shpërndarjen e produkteve kontraktore, përdorimin e proceseve kontraktore, transferimin e të drejtave të pronësisë intelektuale, lëshimin e licencave mbi të drejta të tilla dhe komunikimi i njohurive të kërkuara për një prodhim apo zbatim të tillë;

11. "**Të drejtat e pronësisë intelektuale**" nënkupton të drejtat e pronësisë industriale, të drejtën e autorit dhe të drejtat të tjera të ngjashme me to;

12. **"I/te Përbashkët**" në këndvështrimin e veprimtarive të ndërmarra në bazë të një marrëveshjeje të kërkimit dhe të zhvillimit, nënkupton veprimtaritë ku puna e përshirë:

a) është ndërmarrë nga një grup i përbashkët, organizatë, apo ndërmarrje;

b) është dhënë bashkërisht te një palë e tretë;

c) është shpërndarë te palët nëpërmjet specializimit, sipas kërkimit dhe zhvillimit, ose shfrytëzimit.

13. **"Specializimi sipas kërkimit dhe zhvillimit"** nënkupton që secila nga palët është përfshirë në veprimtari kërkimi dhe zhvillimi, në bazë të marrëveshjes së kërkimit dhe të zhvillimit dhe ato ndajnë punën e kërkimit dhe zhvillimit ndërmjet tyre në çdo mënyrë që ato e konsiderojnë si më të përshtatshme, por pa përshirë pagesën për kërkimin dhe zhvillimin;

14. **"Specializimi sipas shpërndarjes"** nënkupton që palët shpërndajnë ndërmjet tyre detyra individuale, të tilla si prodhimin dhe shpërndarjen, ose vendosin kufizime mbi njëra tjetrën në lidhje me shfrytëzimin e rezultateve, të tilla si kufizimi në lidhje me disa territore të caktuare, klientë apo fusha përdorimi. Kjo përfshin rastin kur vetëm një palë prodhon dhe shpërndan produktet e kontratës mbi baza të një licence ekskluzive të dhënë nga një palë tjetër;

15. "**Pagesa për kërkime dhe zhvillime**" nënkupton kërkime dhe zhvillime të cilat janë ndërmarrë nga një palë dhe financuar nga një palë financuese;

16. "**Palë financuese**" nënkupton një palë, e cila financon pagesën për kërkime dhe zhvillime;

17. "**Ndërmarrje konkurruese**" nënkupton një konkurrent aktual, apo potencial ku:

a) **"Konkurrent aktual"** nënkupton një ndërmarrje, e cila ofron një produkt, teknologji, ose proces, për tu përmirësuar, i ndërvarur, ose i zëvendësueshëm nga produkti kontraktues, ose teknologjia kontraktuese në tregun gjeografik përkatës;

b) **"Konkurrent potencial"** nënkupton një ndërmarrje, e cila në mungesë të një marrëveshjeje të kërkimit dhe të zhvillimit, (që mbi baza reale dhe jo vetëm si mundësi teorike, në rastin e një rritjeje të vogël, por permanente të çmimeve relative), mund që të ndërmarrë, brenda jo më tepër se 3 vjetëve, investime të nevojshme shtesë, ose kosto të tjera të nevojshme të këmbimit për të ofruar një produkt, një teknologji, apo proces, i aftë për tu përmirësuar, ose për tu zëvendësuar nga një produkt ose teknologji kontraktore, në tregun përkatës gjeografik.

18. **"Know-How'** nënkupton një paketë informacioni praktike jo të patentuar që janë rezultat i përvojës dhe testimeve, të cilat janë:

(I) *Sekret*, që do të thotë jo gjerësisht i njohur, apo lehtësisht i kapshëm;

(II) *Thelbësor/i rëndësishëm*, që do të thotë i rëndësishëm dhe i nevojshëm për prodhimin e mallrave kontraktuale; dhe

(iii) i *identifikueshëm*, që do të thotë i përshkruar në një formë të mjaftueshme, në mënyrë që të bëhet i mundur për t'u verifikuar në se përmbush kriteret e sekretit dhe të qenit i rëndësishëm;

Neni 4
Natyra e Marrëveshjes të Kërkimit dhe Zhvillimit

1. Efektet pozitive të Marrëveshjeve të Kërkim-Zhvillimit duhet të tejkalojnë efektet negative mbi konkurrencën.

2. Përdorimi/shfrytëzimi i rezultateve nga bashkëpunimi për kërkim dhe zhvillim sjell përparim teknik dhe ekonomik duke:

a) rritur përhapjen e njohurive nëpërmjet palëve;

b) shmangur zbatimin e dyfishtë në fushën e kërkimit dhe të zhvillimit;

c) nxitur procese të reja nëpërmjet shkëmbimit të njohurive plotësuese;

d) racionalizuar prodhimin e produkteve, ose zbatimin e procedurave të kërkimit dhe të zhvillimit.

3. Konsumatorët mund të përfitojnë nga rritja e vëllimit dhe efektivitetit të kërkim-zhvillimit nëpërmjet:

a) hedhjes në treg të produkteve të reja, apo të përmirësuara; ose

b) uljes së çmimeve si pasojë e proceseve të reja apo të përmirësuara.

4. Lejohet përjashtimi në rastet kur, përdorimi/shfrytëzimi i përbashkët zbatohet për produkte apo procese, për të cilat përdorimi i tyre është përfundimtar dhe secilës palë i krijohet mundësia për shfrytëzimin e të gjitha rezultateve.

5. Marrëveshjet e Kërkim-Zhvillimit kategorizohen shpesh nga një natyrë veprimi afatgjatë, veçanërisht kur bashkëpunimi synon shpërndarjen/përdorimin e rezultateve.

Neni 5
Përjashtimi

1. Neni 4 i ligjit nuk do të zbatohet në lidhje me marrëveshjet e lidhura ndërmjet dy ose më shumë ndërmarrjeve, që kanë për objekt kërkimin dhe zhvillimin, si dhe për sa kohë që këto marrëveshje nuk përmbajnë kufizime të konkurrencës.

2. Përjashtimi i ofruar sipas pikës 1 të këtij neni do të zbatohet për marrëveshjet e kërkim-zhvillimit që përmbajnë dispozita, të cilat lidhen me dhënien e licencave apo të drejtave të pronësisë intelektuale tek një, disa palë, ose tek një bashkim palësh, i krijuar ky i fundit, për të ndërmarrë kërkime dhe zhvillime, i paguar për to, ose për shfrytëzim të përbashkët, duke siguruar që këto dispozita nuk përbëjnë synimin parësor të këtyre marrëveshjeve, por që lidhen, (drejtpërdrejtë dhe në mënyrë të domosdoshme), me zbatueshmërinë e tyre.

Neni 6
Kushtet për përjashtim

1. Përjashtimi i parashikuar në nenin 5 zbatohet sipas kushteve të parashikuara në paragrafin 2 deri 5 të këtij neni.

2. Marrëveshjet e Kërkim-Zhvillimit duhet të përcaktojnë se të gjitha palët duhet të kenë të drejta të plota mbi rezultatet përfundimtare të kërkimit dhe zhvillimit të përbashkët, ose të kërkim-zhvillimit të paguar për ta kryer atë, duke përfshirë edhe rezultatet e të drejtave të pronësisë intelektuale dhe know-how, për qëllime të kërkimeve dhe zhvillimeve, apo shfrytëzimeve të mëtejshme, sapo ato të jenë të disponueshme. Kur palët e kufizojnë të drejtën e tyre të shfrytëzimit (në përputhje me këtë rregullore), në veçanti kur ato specializohen në lidhje

me shfrytëzimin, e drejta mbi rezultatet për qëllime të shfrytëzimit mund të kufizohet në përputhje me këtë qëllim. Institutet kërkimore, qendrat universitare, ose ndërmarrjet që kryejnë kërkime dhe zhvillime, (pa qenë aktiv në shfrytëzimin/përdorimin e rezultateve), mund të merren vesh t'i japin si një shërbim tregtar, me mirëbesim, këto rezultate dhe të kufizojnë përdorimin e tyre vetëm për qëllime të mëtejshme kërkimore. Marrëveshjet e kërkim-zhvillimit mund të parashikojnë që palët të kompensojnë njëra-tjetrën, për dhënien e të drejtës mbi rezultatet, me qëllim: kërkime dhe shfrytëzime të mëtejshme. Gjithsesi kompensimi nuk duhet të jetë aq i lartë sa të pengojë këtë të drejtë.

3. Kur marrëveshja e kërkim-zhvillimit ofron vetëm kërkimin dhe zhvillimin e përbashkët, apo pagesën për to, kjo marrëveshje duhet edhe të përcaktojë që secilës palë t'i jepet e drejta mbi çdo know-how paraekzistues, nëse kjo know-how është e domosdoshme për qëllime të shfrytëzimit të rezultateve. Marrëveshjet e kërkim-zhvillimit mund të parashikojnë që palët të kompensojnë njëra-tjetrën për dhënien e të drejtës mbi know-how paraekzistues, por ky kompensim nuk duhet të jetë aq i lartë sa të pengojë këtë të drejtë.

4. Çdo shfrytëzim/përdorim i përbashkët duhet të mbështetet në rezultate të mbrojtura nga e drejtat e pronësisë intelektuale, ose të përbëjë njohuri, të cilat janë të domosdoshme për prodhimin e produkteve kontraktore, ose zbatimin e teknologjive të kontraktore.

5. Ndërmarrjeve që prodhojnë produkte kontraktore nëpërmjet specializimit brenda shfrytëzimit të tyre, duhet t'u kërkohet që të përmbushin edhe kërkesat për furnizim me produkte kontraktore nga palë të tjera, përveç se kur në marrëveshjet e kërkimit dhe zhvillimit, parashikohet edhe shpërndarja e përbashkët, (në zbatim të pikave 12 ***a***, ose ***b*** të nenit 3 të kësaj rregulloreje), ose kur palët kanë rënë dakord se: vetëm ndërmarrja që i prodhon produktet e kontraktore mund t'i shpërndajë ato.

Neni 7

Pjesët e tregut dhe kohëzgjatja e përjashtimit

1. Kur ndërmarrjet pjesëmarrëse nuk janë ndërmarrje konkurruese, përjashtimi i parashikuar në nenin 5, zbatohet gjatë gjithë kohëzgjatjes së marrëveshjes së kërkimit dhe zhvillimit. Në rastin e shfrytëzimit/përdorimit të përbashkët të rezultateve, përjashtimi jepet për një periudhë 7 (shtatë) vjeçare, duke filluar nga data e hedhjes në treg të produkteve/teknologjive kontraktore.

2. Kur dy ose më shumë ndërmarrje pjesëmarrëse, janë ndërmarrje konkurrente, përjashtimi i parashikuar në nenin 5, jepet për periudhën e parashikuar në paragrafin 1(një) të këtij neni, vetëm nëse:

a) Në rastin e Marrëveshjeve të Kërkim-Zhvillimit sipas pikave 6 a, *b* ose *c* të nenit 3 të kësaj rregulloreje, pjesa e kombinuar e tregut të palëve nuk tejkalon 25% të tregut përkatës të produktit dhe teknologjisë; ose

b) Në rastin e marrëveshjeve të kërkim-zhvillimit sipas pikave 6 *d*, *e,* ose *f* të nenit 3 të kësaj rregulloreje, pjesa e kombinuar e tregut e palës financuese dhe të të gjitha palëve, me të cilat pala financuese ka marrëveshje kërkim-zhvillimi në lidhje të njëjtat produkte/teknologji kontraktore, nuk tejkalon 25% të tregut përkatës të produktit/teknologjisë.

3. Në përfundim të periudhës së parashikuar në paragrafin 1 të këtij neni, përjashtimi vazhdon të zbatohet për aq kohë sa pjesa e kombinuar e tregut e ndërmarrjeve pjesëmarrëse nuk tejkalon 25% të tregut përkatës për produktet dhe teknologjitë kontraktore.

Neni 8

Marrëveshjet që nuk përjashtohen

1. Përjashtimi i parashikuar në Nenin 5, nuk zbatohet për marrëveshjet e kërkim -zhvillimit të cilat, drejtpërdrejtë, apo jo-drejtpërdrejtë, veçmas apo së bashku me faktorë të tjerë, kanë për objekt:

a) Kufizimin e lirisë së ndërmarrjeve për të ndërmarrë, në mënyrë të pavarur ose në bashkëpunim me palët e treta, kërkim-zhvillime në një fushë, e cila nuk është e lidhur

me atë të kërkimit dhe zhvillimit, ose pas përfundimit të kërkimeve dhe zhvillimeve të përbashkëta, ose kërkimev-zhvillimeve të paguara, në një fushë me të cilën lidhet, ose në një fushë të lidhur me të;

b) Kufizimi i prodhimit apo shitjeve, me përjashtim të:

i) Vendosjes së planifikimeve për prodhimin, ku shfrytëzimi i përbashkët i rezultateve përfshin prodhimin e përbashkët të produkteve kontraktore;

ii) Vendosja e planifikimit të shitjeve ku shfrytëzimi i përbashkët i rezultateve përfshin shpërndarjen e përbashkët të produkteve kontraktore, ose licencimin e përbashkët të teknologjive kontraktore, sipas kuptimit të pikës 12 a), ose b), të nenit 3 të kësaj rregulloreje;

iii) Praktikave që përbëjnë specializimin sipas kontekstit të shfrytëzimit; dhe

iv) Kufizimi i lirisë së palëve për të prodhuar, shitur, dhënë apo licencimin e produkteve, teknologjive ose proceseve, të cilat konkurrojnë me produktet/teknologjitë kontraktore përgjatë periudhës në të cilën palët kanë rënë dakord për shfrytëzim të përbashkët të rezultateve;

c) Fiksimin e çmimeve kur shesin produkte kontraktore, ose licencimin e teknologjive kontraktore te palët e treta, me përjashtim të fiksimit të çmimeve që i ngarkohet klientëve, ose fiksimit të tarifave të licencës që i ngarkohen të licencuarit, ku shfrytëzimi i përbashkët i rezultateve përfshin shpërndarjen e përbashkët të produkteve kontraktore, ose licencimin e përbashkët të teknologjive kontraktore (sipas kuptimit të pikës 12 *a*, ose *b*, të nenit 3 të kësaj rregulloreje);

d) Kufizimin e territorit në të cilin, ose të klientëve tek të cilët, palët mundet të shesin në mënyrë pasive produktet kontraktore, ose të licencojnë teknologjitë kontraktore, me përjashtim të kërkesave për të licencuar ekskluzivisht rezultatet për një palë tjetër;

e) Kërkesën për të mos bërë, ose për të mos kufizuar shitjet aktive të produkteve, ose teknologjive kontraktore, në territore, ose për klientë, të cilët nuk janë shpërndarë ekskluzivisht të një palë nëpërmjet specializimit në kontekstin e shfrytëzimit;

f) Refuzimin e plotësimit të kërkesave nga klientët në territoret respektive të palëve, ose nga klientët të shpërndarë ndërmjet palëve, sipas specializimit në kontekst të shfrytëzimit, të cilët do të tregtojnë produktet e kontraktuara në territore të tjera brenda tregut;

g) Bërjen të vështirë për përdoruesit, ose rishitësit, që të mbajnë produktet e kontraktuara nga rishitës të tjerë në treg.

Neni 9
Kufizime të tjera

1. Përjashtimi i ofruar sipas nenit 5 të kësaj rregulloreje, nuk do të zbatohet kur marrëveshja e Kërkim-Zhvillimit përmban:

a) Detyrimin për të mos kundërshtuar, pas përfundimit të kërkim-zhvillimit, vlefshmërinë e të drejtave të pronësisë intelektuale, të cilin palët mbajnë në treg dhe që është përcaktues për kërkim-zhvillimin, ose pas përfundimit të afatit për marrëveshjen e kërkim-zhvillimit, vlefshmërisë së të drejtave të pronësisë intelektuale, të cilën palët mbajnë në treg dhe që mbrojnë rezultatet e kërkim-zhvillimit, (pa paragjykuar mundësinë për të siguruar përfundimin e marrëveshjes së kërkim-zhvillimit, në rastin kur një nga palët kundërshton vlefshmërinë e një të drejte të tillë të pronësisë intelektuale);

b) Detyrimin për të mos dhënë licenca tek palët e treta, për prodhimin e produkteve kontraktore, ose zbatimin e teknologjive kontraktore, përveç kur marrëveshja siguron shfrytëzimin e rezultateve të kërkimit dhe zhvillimit të përbashkët, ose kërkimit dhe zhvillimit të paguar nga të paktën një nga palët dhe një shfrytëzim i tillë ndodh në treg ndërmjet palëve.

Neni 10

Përllogaritja dhe zbatimi i pragut të pjesës së tregut

1. Për qëllim të zbatimit të pragut të pjesës së tregut parashikuar në Nenin 7, zbatohen rregullat e mëposhtme:

a) pjesa e tregut llogaritet mbi bazën e vlerës së shitjeve të realizuara në tregun përkatës. N.q.s të dhënat mbi vlerën e shitjeve në tregun përkatës, nuk janë të zotërueshme, për të llogaritur pjesën e tregut të ndërmarrjes në fjalë, vlerësimi bazohet mbi informacione të tjera të sigurta, duke përfshirë dhe volumin e shitjeve.

b) pjesa e tregut përkatës llogaritet mbi bazën e të dhënave që i përkasin vitit paraardhës ose, nëse shifrat nuk janë të disponueshme për atë vit, merret vit që vjen menjëherë përpara tij.

2. Nëse pjesa e tregut përkatës (e parashikuar në nenin 7, pika 3), është fillimisht jo më tepër se 25%, por më pas kalon këtë nivel dhe jo më tepër se 30%, përjashtimi i parashikuar në nenin 5 vazhdon të zbatohet për një periudhë prej 2 vitesh kalendarike të njëpasnjëshme, që ndjekin vitin, në të cilin pragu prej 25% është tejkaluar për herë të parë.

3. Nëse pjesa e tregut (e parashikuar në nenin 7, paragrafi 3), është fillimisht jo më tepër se 25%, por më pas rritet mbi 30%, atëherë përjashtimi i parashikuar në nenin 5 vazhdon të zbatohet gjatë vitit kalendarik (një viti kalendarik) që ndjek vitin në të cilin niveli prej 30% është tejkaluar për herë të parë.

4. Përfitimi i ofruar prej sipas paragrafëve 2 dhe 3, nuk mund të bashkohet me qëllim tejkalimin e dy viteve kalendarike.

Neni 11

Hyrja në Fuqi

Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

Rregullorja
"Për Kategoritë e Marrëveshjeve të Transfertave Teknologjike"[75]

Neni 1
Objekti dhe Qëllimi

1. Objekt i kësaj rregulloreje është përjashtimi nga ndalimi i kategorive të marrëveshjeve të cilat kanë si objekt ose pasojë transfertat teknologjike, në zbatim të nenit 6 të Ligjit nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës"(i ndryshuar).

2. Qëllimi i kësaj rregulloreje është të sigurohet konkurrenca efektive dhe siguri ligjore për ndërmarrjet, duke përcaktuar marrëveshjet e transfertave teknologjike të cilat përjashtohen nga ndalimi, vlerësimi i ndikimit të tyre në tregun përkatës si dhe evidentimi i rasteve kur këto lloj marrëveshjesh nuk përjashtohen.

Neni 2
Përkufizime

Për zbatim të kësaj rregulloreje, termat e mëposhtme kanë këto kuptime:

1. "Ligj" nënkupton Ligjin Nr. 9121 datë 28. 07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar);
2. "Marrëveshje e transfertave teknologjike" përfshin: marrëveshjen e Licencimit për Patentën; Marrëveshjen e licencimit për *Know-How*; Marrëveshjen e licencimit për të drejtën e autorit mbi *Software;* ose marrëveshjet mbi patentat të përziera në të cilat përfshihen ato know how si dhe marrëveshje licence për të drejtën e autorit mbi Software-in, si dhe çdo marrëveshje që përmban dispozita, të cilat lidhen me shit-blerjen e produkteve, ose me licencimin e të drejtave të pronësisë intelektuale, por me kushtin që këto dispozita nuk përbëjnë objektin parësor të marrëveshjes, dhe janë të lidhura drejtpërdrejtë me krijimin e përfitimeve të produkteve kontraktuale.
3. Njëkohësisht do të konsiderohen si të tilla edhe dhënia e patentave, know-how, marrëveshje licence për të drejtën e autorit mbi Software-in ose kombinim të tyre ku një pjesë e riskut që shoqërohet me shfrytëzimin e teknologjisë i mbetet dhënësit, në veçanti kur shuma e pagueshme për dhënësin është në varësi të xhiros të marrë nga teknologjia e dhënë, sasia e produkteve të tillë të prodhuar ose nga numri i operacioneve të ndërmarra duke përdorur teknologjinë.
4. **"**Marrëveshje të ndërsjellta" përfshijnë marrëveshje të transfertave teknologjike në të cilën dy ndërmarrje shkëmbejnë me njëra –tjetrën në mënyrë të ndërsjellë, licencim patente, know-how, licencë për të drejtën e autorit të softwareve ose patentë të përzier (një licencë know-how ose një të licencë për të drejtën e autorit mbi software) dhe kur këto licenca i përkasin teknologjive konkurruese përkatëse ose që mund të përdoren për prodhimin e produkteve konkurruese;
5. **"**Marrëveshje jo-të ndërsjellta" përfshijnë marrëveshje e transfertave teknologjike ku një ndërmarrje i jep tjetrës një licencim patente, një licencim know-how, një licencë të të drejtave të autorit mbi softwaret ose një patentë të përzier (një licencë të know-how, ose licencim i të drejtave të autorit mbi software), ose kur dy ndërmarrje shkëmbejnë njëra me tjetrën licenca të tilla, por ku këto licenca nuk i përkasin teknologjive konkurruese dhe nuk mund të përdoren për prodhimin e produkteve konkurruese.
6. "Produkte kontraktorë" përfshijnë produktet e përftuara nëpërmjet teknologjisë së licencuar;
7. **"**Të drejta të pronësisë intelektuale" përfshijnë të drejtat e: pronësisë industriale, know-how, të drejtat e autorit dhe të drejta të tjera të lidhura me të;
8. **"**Patentat" përfshijnë: patentat, kërkesat për patentat, modelet e përdorimit, kërkesat për regjistrimin e modeleve të përdorimit, disenjot, skemat e qarqeve gjysmë-përçuese,

---

[75] 32004R0772 (EC), Rregullorja nr 772/2004 , dt. 27.04.2004 të Komisionit Evropian "Për zbatimin e nenit 81/3 të Traktatit për Kategoritë e Marrëveshjeve të Transfertave Teknologjike" (OJ L123, 27/04/2004 P.0011-0017).

certifikatat shtesë për mbrojtjen për mbrojtjen e prodhimeve farmaceutike ose produkte te tjera për të cilat këto certifikata mund të përfitohen dhe certifikatat e përfitimeve bimore (vegjetative);

9. **"**Know-How" nënkupton një paketë informacioni praktike jo të patentuar rezultante që janë rezultat i eksperiencës dhe testimeve, që janë:

(III) *Sekret*, që do të thotë jo gjerësisht i njohur dhe lehtësisht i kapshëm;

(IV) *Thelbësor/i rëndësishëm*, që do të thotë i rëndësishëm dhe i nevojshëm për prodhimin e mallrave kontraktuale, dhe i *identifikueshëm*, që do të thotë i përshkruar në një mënyrë të mjaftueshme në mënyrë që të bëhet i mundur për t'u verifikuar që përmbush kriteret e sekretit dhe të qenit të rëndësishëm;

10. "Ndërmarrje konkurruese", përfshijnë ndërmarrjet të cilat konkurrojnë në tregun përkatës teknologjik) i cili përfshin :

(V) Ndërmarrjet konkurruese në tregun përkatës teknologjik, janë ndërmarrjet e licencuara pa shkelur të drejtat e pronësisë intelektuale të njëra-tjetrës (konkurrentë aktualë në tregun e teknologjisë); tregu përkatës i teknologjisë përfshin teknologjitë të cilat përkufizohen nga i licencuari si të këmbyeshme me to ose të zëvendësueshme për teknologjinë e licencuar, si pasojë e karakteristikave të teknologjisë, privilegjeve ose qëllimit të përdorimit të tyre;

(VI) "Ndërmarrjet konkurruese në tregun e produktit përkatës", janë ndërmarrjet të cilat, në mungesë të marrëveshjeve të transfertave teknologjike, janë aktive në tregun përkatës të produktit dhe atë gjeografik, në të cilin produktet e kontraktuara shiten pa shkelur të drejtat e pronësisë intelektuale të njëri – tjetrit (konkurruesit aktualë në tregun e produktit) ose të cilët për motive të justifikuara ndërmarrin investimet e nevojshme plotësuese ose kosto të nevojshme të shndërrimit në mënyrë që të hyjnë në kohën duhur, pa shkelur të drejtat e pronësisë intelektuale të njëra – tjetrës, në tregun e produktit përkatës dhe atë gjeografik në vazhdim të një rritjeje të vogël por të qëndrueshme të çmimit relativ këto produkte përkatëse ose tregje gjeografikë si pasojë e një rritjeje të vogël por të qëndrueshme të çmimeve përkatëse (konkurrentë potencialë në tregun e produktit)[76]; Tregu përkatës i produktit përfshin produkte të cilat cilësohen nga blerësit si të për-këmbyeshme ose të zëvendësueshme për produktet e kontratës, si pasojë e karakteristikave të produktit, çmimeve të tyre ose qëllimit të përdorimit të tyre.

11. Ndërmarrje jo-konkurruese",përfshijnë ato lloj ndërmarrjesh të cilat nuk përfshihen në kategorinë e përcaktuar në pikës 10 të nenit 2 të kësaj rregulloreje.

12. **"**Sistemi i shpërndarjes ekskluzive" nënkupton një sistem shpërndarjeje, ku dhënësi i licencës angazhohet për të licencuar prodhimin e produkteve të kontratës veçse për përftuesit e përzgjedhur mbi bazat e kritereve të përcaktuara dhe në të cilën këta përftues angazhohen të mos ia shesin produktet e kontraktuara shpërndarësve të paautorizuar;

13. **"**Territor ekskluziv" nënkupton një territor në të cilin vetëm një ndërmarrje lejohet të prodhojë produktet e kontraktuara me teknologjinë e licencës, pa paragjykuar mundësinë e lejimit brenda këtij territori një të licencuar tjetër që të prodhojë produktet e kontratës vetëm për një klient të veçantë kur këtij të licencuari të dytë i është dhënë kjo e drejtë me qëllim që të krijojë një burim alternativ të ofrimit për këtë konsumator;

14. **"**Grupi i klientëve ekskluzivë" nënkupton një grup klientësh tek të cilët vetëm një ndërmarrje është e lejuar t'u shesë vazhdimisht produktet e prodhuara nga kontraktimi i mallrave nisur nga teknologjia e licencës.

15. **"**Përmirësim i palidhur" nënkupton një përmirësim i cili mund të shfrytëzohet pa shkelur teknologjinë e licencës;

16. Termat "ndërmarrje", "licencues" dhe "i licencuar" përfshijë ndërmarrjet e lidhura respektivisht. "Ndërmarrje të lidhura**"** janë ato ndërmarrje të cilat direkt ose indirekt disponojnë:

(I) më tepër sesa gjysmën e të drejtave të votës;

76

(II) fuqinë për të caktuar më tepër sesa gjysmën e anëtarëve të organeve drejtuese të shoqërive tregtare sipas legjislacionit përkatës; ose

(III) të drejtën e menaxhimit të veprimtarisë së ndërmarrjes.

Neni 3

Dispozita të Përgjithshme

1. Marrëveshjet e transfertave teknologjike kanë të bëjnë me licencimin e teknologjive. Të tilla marrëveshje, zakonisht përmirësojnë eficencën ekonomike dhe bëhen pro konkurruese duke reduktuar duplikimin e veprimeve për kërkim zhvillimin, përforcuar nismën për kërkim dhe zhvillimin fillestar, nxitur inovacionin në rritje, lehtësuar shpërndarjen dhe gjeneruar konkurrencën në tregun e produktit.

2. Në vlerësimin individual të marrëveshjeve sipas nenit 4 të Ligjit, merren parasysh disa faktorë veçanërisht struktura dhe dinamika e teknologjisë përkatëse si dhe produktet e tregut.

3. Përfitojnë nga përjashtimi sipas kësaj rregulloreje vetëm ato marrëveshje të cilat përfshihen në nenin 6 të Ligjit. Me qëllim arritjen e përfitimeve dhe objektivave të transfertës teknologjike, përfitimet e kësaj rregulloreje, gjithashtu duhet të zbatohen edhe për dispozitat e marrëveshjeve për transfertat teknologjike, të cilat nuk përbëjnë objektin kryesor të këtyre marrëveshjeve, por janë direkt të lidhura me zbatimin e teknologjisë së licencuar.

4. Kjo rregullore nuk përjashton marrëveshjet e transfertave teknologjike, që përmbajnë kufizime të cilat nuk janë të domosdoshme për përmirësimin e prodhimit apo shpërndarjes. Në veçanti, marrëveshjet e transfertave teknologjike që përmbajnë disa kufizime të rënda anti-konkurruese të tilla si; fiksimi i çmimeve që i ngarkohet palëve të treta, nuk përfitojnë nga përjashtim në bllok sipas kësaj rregulloreje, pavarësisht pjesëve të tregut të ndërmarrjeve në fjalë. Në rastin e një kufizimi të tillë të rëndë, e gjithë marrëveshja duhet të përjashtohet nga përftimi i përjashtimit në bllok.

Neni 4

Përjashtimi

1. Marrëveshjet e transfertave të teknologjisë të lidhur ndërmjet dy ndërmarrjeve që lejojnë prodhimin e produkteve të kontraktuara, u njihet e drejta e përjashtimit nga kategoria e marrëveshjeve të ndaluara.

2. Ky përjashtim duhet të zbatohet deri në masën kur këto marrëveshje nuk përmbajnë kufizime të konkurrencës, të cilat janë objekt i nenit 4 të Ligjit.

3. Përjashtimi do të zbatohet, për aq kohë sa të drejtat e pronësisë intelektuale në teknologjinë e licencuar nuk kanë mbaruar, ose janë deklaruar si të pavlefshme ose dhe në rastin e know-how, për aq kohë sa këto të mos jenë deklaruar sekret përveç rastit kur i është bërë publik fakti i mbajtësit së licencës i cili në rast përjashtimi e aplikon atë gjatë gjithë kohëzgjatjes së marrëveshjes.

Neni 5

Kufiri i pjesës së tregut

1. Kur ndërmarrjet, palë të një marrëveshjeje, janë ndërmarrje konkurruese, përjashtimi i parashikuar sipas nenit 4 të kësaj rregulloreje, do të zbatohet me kushtin që: pjesa e kombinuar e palëve në treg të mos kalojë 20 % të tregut përkatës të prekur, si teknologjik dhe atë të produktit.

2. Kur ndërmarrjet palë në një marrëveshje, nuk janë ndërmarrje konkurruese, përjashtimi i parashikuar sipas nenit 4, do të zbatohet me kushtin që: pjesa e tregut e secilës palë të mos tejkalojë 30 % të tregut përkatës të prekur, si teknologjik dhe atë të produktit.

3. Për qëllime të paragrafit 1 dhe 2, pjesa e tregut e palëve në një treg përkatës teknologjik përkufizohet në terma të prezencës së një licence teknologjike në tregun përkatës të

produktit. Pjesa e tregut të licencuesit në tregun përkatës teknologjik do të jetë pjesa e kombinuar e tregut në tregun përkatës të produktit, të produkteve të kontraktuar të prodhuar nga licencuesi ose të licencuarit e tij.

Neni 6

Zbatimi i kufirit të pjesës së tregut

1. Për qëllime të zbatimit të kufirit të pjesës së tregut sipas nenit 5 të kësaj rregulloreje, do të zbatohen rregullat e vendosura në këtë paragraf. Pjesa e tregut do të llogaritet mbi bazat e të dhënave të shitjeve të tregut. Nëse të dhënat mbi vlerën e shitjeve në tregut mungojnë, vlerësimet e bazuara në informacione të tjetra të besueshme të tregut, duke përfshirë edhe të dhëna mbi volumin e shitjeve në treg, mund të përdoren për të përcaktuar pjesët e tregut të ndërmarrjes në fjalë. Pjesa e tregut do të llogaritet mbi bazat e të dhënave që lidhen me vitin financiar paraardhës. Kur këto të dhëna të vitit financiar paraardhës nuk disponohen, atëherë merren për bazë të dhënat e vitit të fundit kalendarik, në të cilin, disponohen të dhënat.

2. Nëse pjesa e tregut është më pak nga 20%, në rastin e përmendur në nenin 5 (1) ose më pak se 30%, në rastin e përmendur në nenin 5(2), por në mënyrë thelbësore rritet mbi këto nivele, përjashtimi i ofruar sipas nenit 4 të kësaj rregulloreje, do të vazhdojë të zbatohet për një periudhë prej 2 vitesh kalendarike të njëpasnjëshme që ndjek vitin në të cilin kufiri prej 20 % ose 30 % ishte tejkaluar për herë të parë.

3. Komisioni shprehet se, kjo rregullore nuk zbatohet për marrëveshjet e transfertave teknologjike të cilat sjellin kufizime të caktuara lidhur me tregun përkatës, kur rrjete paralele të marrëveshjeve të ngjashme të transfertave teknologjike mbulojnë më shumë se 50 % të këtij tregu.

Neni 7

Kufizimet e rënda për të cilat nuk jepet përjashtimi

1. Kur ndërmarrjet pjesë në një marrëveshje janë ndërmarrje konkurruese, përjashtimi i parashikuar, sipas nenit 4 nuk do të zbatohet ndaj marrëveshjeve të cilat, direkt ose indirekt, veçmas ose në kombinim me faktorë të tjerë nën kontrollin e palëve, kanë si objekt të tyre:

(a) kufizimi i mundësisë së një palë për të përcaktuar çmimet e saj kur shet produkte tek palët e treta;

(b) kufizimi i prodhimit, me përjashtim të kufizimeve në prodhimin e produkteve të kontraktuara, të vendosura nga i licencuari në një marrëveshje jo reciproke, ose të vendosura mbi vetëm njërin nga të licencuarit në një marrëveshje reciproke;

(c) shpërndarja e tregjeve ose klientëve me përjashtim të:

I. Detyrimit të të licencuarit për të prodhuar sipas teknologjisë së licencuar vetëm brenda një ose më shumë fushave teknike të përdorimit, ose të një apo më shumë tregjeve të produktit;

II. Detyrimit të licencuesit dhe i të licencuarit, në një marrëveshje jo reciproke, për të mos prodhuar sipas teknologjisë së licencës, brenda një apo më shumë fushave teknike të përdorimit, ose një apo më shumë tregjeve të produktit, të një apo më shumë territoreve ekskluzive të rezervuara për palën tjetër;

III. Detyrimit të licencuesit për të mos transferuar teknologjinë tek një i licencuar tjetër në një territor të caktuar;

IV. Kufizimit, në një marrëveshje jo reciproke, të shitjeve aktive apo pasive nga i licencuari dhe/ose licencuesi, brenda një territori ekskluziv, ose ndaj një grupi klientësh ekskluziv të rezervuar për palën tjetër;

V. Kufizimit, të një marrëveshjeje jo-reciproke, të shitjeve aktive nga i licencuari brenda një territor ekskluziv, ose ndaj një grupi klientësh ekskluziv të shpërndarë nga licencuesi tek një i licencuar tjetër, duke siguruar që ky i fundit nuk është një ndërmarrje konkurruese e licencuesit në kohën e përfundimit të licencës së tij;

VI. Detyrimit të të licencuarit që të prodhojë produktet e kontratës për përdorimin e tij, duke siguruar që i licencuari nuk është kufizuar në shitjen e produkteve të kontratës aktive apo pasive si pjesë përbërëse të produkteve të tij;

VII. Detyrimit të të licencuarit në një marrëveshje jo-reciproke, për të prodhuar produktet e kontratës vetëm për një klient të veçantë, ku licenca i është ofruar me qëllim që të krijojë një burim alternativ të ofrimit për këtë klient;

(d) Kufizimi i mundësisë së të licencuarit që të shfrytëzojë teknologjinë e tij apo kufizimin e mundësisë të ndonjë nga palëve në marrëveshje për të ndërmarrë kërkime dhe zhvillime, vetëm nëse ky kufizim i fundit është i domosdoshëm për të parandaluar zbulimin e licencës know-how tek palët e treta;

2. Kur ndërmarrjet palë në marrëveshje, nuk janë ndërmarrje konkurruese, përjashtimi i ofruar në nenin 4, nuk do të zbatohet për marrëveshjet të cilat direkt apo indirekt, veçmas apo në kombinim me faktorë të tjerë nën kontrollin e palëve, kanë si objekt të tyre:

(a) Kufizimin e mundësisë së palëve për të përcaktuar çmimet e tyre kur shesin produkte te palët e treta, pa cenuar mundësinë për të vendosur një çmim maksimal shitjeje, ose një çmim të rekomanduar shitjeje, duke siguruar që kjo nuk është e njëjta shumë me çmimin e shitjes së fiksuar apo minimum, si rezultat i një forme presioni, ose nisme të ofruar nga ndonjë prej palëve;

(b) Kufizimi i territorit brenda të cilit, ose ku klientëve të cilëve i licencuari mundet në mënyrë pasive t'u shesë produktet e kontraktuara, përveçse:

I. Kufizimi i shitjeve pasive në një territor ekskluziv, ose ndaj një grup klientësh ekskluzivë të rezervuar për licencuesin;

II. Kufizimi i shitjeve pasive në një territor ekskluziv, ose në një grup klientësh ekskluziv të shpërndarë nga licencuesi tek një tjetër i licencuar përgjatë dy viteve të para, që ky i licencuar tjetër shet produktet e kontraktuara në atë territor, ose tek ai grup klientësh;

III. Detyrimi për të prodhuar produktet e kontraktuara vetëm për përdorimin për të cilin janë prodhuar, duke siguruar se i licencuari nuk është i kufizuar në shitjen e produkteve të kontraktuara aktivisht dhe në mënyrë pasive si pjesë të ndara të produktit të vet;

IV. Detyrimi për të prodhuar produktet e kontratës vetëm për një klient të veçantë, kur licenca i është ofruar me qëllim krijimin e një burimi alternativ të ofrimit për atë klient;

V. Kufizimi i shitjeve tek përdoruesit fundorë nga një operator i licencuar në nivelin e tregut të shitjes me shumicë;

VI. Kufizimi i shitjeve tek shpërndarësit e paautorizuar, nga një anëtar i sistemit përzgjedhës të shpërndarjes;

(c) Kufizimi i shitjeve aktive apo pasive te përdoruesit fundorë nga i licencuari, i cili është një anëtar i sistemit përzgjedhës të shpërndarjes dhe i cili operon në tregun e pakicës, pa cënuar mundësinë për të ndaluar një anëtar të sistemit që të operojë në një vend të paautorizuar;

3. Kur ndërmarrjet palë në marrëveshje nuk janë ndërmarrje konkurruese në kohën e lidhjes së marrëveshjes, por bëhen ndërmarrje konkurruese më pas, do të zbatohet paragrafi i 2-të i këtij neni për gjatë gjithë kohëzgjatjes së marrëveshjes, me përjashtim të rastit kur marrëveshja është ndryshuar në mënyrë thelbësore në çdo aspekt material.

Neni 8

Raste të tjera të kufizimeve që nuk përjashtohen

1. Përjashtimi sipas nenit 4 të kësaj Rregulloreje nuk do të zbatohet për asnjë nga detyrimet e mëposhtme që përmbahen në marrëveshjen e transfertave teknologjike:

(a) Çdo detyrim direkt apo indirekt mbi të licencuarin për të dhënë një licencë ekskluzive për licencuesin ose te një palë të tretë, të hartuara nga licencuesi, duke respektuar përmirësimet individuale, ose zbatimet e veta të reja në teknologjinë e licencuar;

(b) Çdo detyrim direkt apo indirekt mbi të licencuarin për të transferuar, në tërësi apo në pjesë, të licencuarit apo një pale të tretë të përcaktuar nga licencuesi, të drejtat mbi përmirësimet e veta individuale, ose zbatimeve të veta të reja për teknologjinë e licencuar;

(c) Çdo detyrim direkt apo indirekt mbi të licencuarin për të mos vënë në dyshim vlefshmërinë e të drejtave të pronësisë intelektuale, të cilat licencuesi i zotëron në treg, pa cenuar mundësinë e realizimit të përfundimit të marrëveshjes së transfertave teknologjike, në rastin kur i licencuari vë në dyshim vlefshmërinë e një apo më shumë të drejtave të pronësisë intelektuale të licencuara.

2. Kur ndërmarrjet palë në një marrëveshje nuk janë ndërmarrje konkurruese, përjashtimi i parashikuar në nenin 4 nuk do të zbatohet për çdo detyrim direkt apo indirekt, që kufizon mundësinë e të licencuarit për të shfrytëzuar teknologjinë e tij, ose të kufizojë mundësinë e ndonjë nga palëve në marrëveshje për të ndërmarrë kërkime dhe zhvillime, vetëm në rastin kur ky kufi i fundit është i domosdoshëm për të parandaluar zbulimin e licencës know-how tek palët e treta.

Neni 9

Revokimi i përjashtimit

1. Komisioni mund të revokojë vendimin për dhënien e përjashtimit të marrëveshjes në raste individuale, kur zbulon se në një rast të veçantë, marrëveshja e transfertave teknologjike tek e cila përjashtimi është dhënë sipas nenit 4 të kësaj rregulloreje, zbatohet pavarësisht se ka efekte të cilat janë të papajtueshme me kriteret e përjashtimit të përcaktuara në nenin 5 të ligjit, dhe në veçanti kur:

(a) aksesi për teknologjinë e palëve të treta në treg është kufizuar, p.sh nga një efekt grumbullues i rrjeteve paralele të marrëveshjeve të ngjashme kufizuese, që ndalojnë të licencuarin nga përdorimi i teknologjive të palëve të treta;

(b) aksesi i të licencuarve potencial në treg është i kufizuar, p.sh nga efekti grumbullues i rrjeteve paralele të marrëveshjeve të ngjashme kufizuese, që ndalojnë licencuesit nga licencimi i të licencuarve të tjerë;

(c) Palët nuk shfrytëzojnë teknologjinë e licencuar, pa ndonjë arsye të vlefshme objektive.

2. Kur, në një rast të veçantë, një marrëveshje e transfertave teknologjike, tek e cila përjashtimi i ofruar sipas nenit 4 të kësaj rregulloreje zbatohet, ka efekte të cilat janë të papajtueshme me kriteret e përjashtimit të përcaktuara në nenin 5 të Ligjit, në gjithë territorin apo në një pjesë të tij, i cili ka të gjitha karakteristikat e një tregu gjeografik të përcaktuar, Komisioni i Konkurrencës mund të revokojë përftimet e dhëna më parë në zbatim të kësaj rregulloreje, në këtë territor, sipas të njëjtave rrethana si ato të përcaktuara në paragrafin 1 të këtij neni.

Neni 10

Hyrja në fuqi

Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

Rregullore
”Për Procedurat Hetimore të Autoritetit të Konkurrencës”[77]

Kreu I
Dispozita të Përgjithshme

Neni 1
Qëllimi

1. Kjo rregullore ka për qëllim të përcaktojë procedurat që ndjek Autoriteti i Konkurrencës në zbatim të neneve 4, 5, dhe 9, si dhe për hetimin në sektorët e ekonomisë sipas nenit 41, të Ligjit Nr. 9121, datë 23.07.2003, “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”.

Neni 2
Përcaktime

1. Në këtë rregullore, termat e mëposhtëm kanë këto kuptime:
   - “Ligj” do të kuptojmë Ligjin nr 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, i ndryshuar;
   - “Autoriteti i Konkurrencës”, që më poshtë do të quhet Autoriteti, është struktura e ngarkuar me kontrollin e zbatimit të këtij ligji;
   - “Komision i Konkurrencës”, që më poshtë do të quhet Komisioni, është struktura vendimmarrëse e Autoritetit të Konkurrencës;
   - “Sekretariati i Autoritetit të Konkurrencës”, që më poshtë do të quhet Sekretariati është struktura që kryen procedurat hetimore të Autoritetit;
   - “Sekretari i Përgjithshëm” drejton Sekretariatin dhe përgjigjet për mbarëvajtjen e veprimtarisë së Sekretariatit;
   - “Grupi i Punës”, është grupi i nëpunësve të Sekretariatit të caktuar nga Sekretari i Përgjithshëm për të kryer procedurat hetimore;
   - “Dokument” do të kuptojmë çdo grafikë, fotografimi ose kinematografike, elektro-magnetike ose çdo lloj tjetër përfaqësimi të dokumenteve. Këtu përfshihen edhe dokumentet e brendshme dhe jozyrtare, të cilat janë hartuar dhe janë përdorur për qëllime të veprimtarive të ndërmarrjes, pavarësisht nga niveli i përgjegjësisë së autorit të dokumentit si përfaqësues i ndërmarrjes, si dhe çdo dokument tjetër që është hartuar ose është ruajtur në një kompjuter.

Kreu II

Procedurat Hetimore

Neni 3
Hetimi në sektorët e ekonomisë

1. Komisioni, në zbatim të Nenit 41 të Ligjit, mund të autorizojë në çdo kohë Sekretariatin për të filluar mbledhjen e fakteve për hetim, me qëllim vlerësimin e konkurrencës në treg, si dhe evidentimin e shtrembërimeve të mundshme të saj. Ky hetim mund të kërkohet nga Kuvendi ose nga entet rregullatorë të sektorëve të veçantë.

---

[77] 32003R0001, Rregullore e Këshillit(EC) nr 1/2003 e datës 16 Dhjetor 2002 “Për zbatimin e rregullave të konkurrencës të përcaktuara në nenet 81 dhe 82 të Traktatit”(OJ L1, 04.01.2003, p 1-25)

2. Gjatë periudhës së hetimit referuar pikës 1 të këtij neni, Autoriteti mund të kërkojë informacione dhe dokumente si dhe të urdhërojë inspektime, dëshmi ekspertësh, analiza statistikore dhe ekonomike, apo të konsultohet me ekspertë duke ndjekur procedurat sipas neneve 8, 9, 10 dhe 12, të kësaj Rregulloreje. Gjithashtu, janë të zbatueshme sanksionet e parashikuara në nenet 73 dhe 76 të Ligjit. Gjatë kësaj procedure hetimore nuk lejohet konsultimi me dosjen.
3. Sekretariati informon Komisionin për rezultatet e hetimit. Njoftimi mbi rezultatet e hetimit publikohet në Buletinin Zyrtar të Autoritetit, në faqen e internetit[78] të Autoritetit, si dhe mund të ftojë palët e interesuara të shprehen për rezultatet e hetimit.
4. Nëse gjatë këtij hetimi ka të dhëna që tregojnë se nenet 4 dhe/ose 9 të Ligjit, mund të jenë shkelur, Sekretariati njofton menjëherë Komisionin, i cili, nëse është i bindur që ka shenja të mjaftueshme lidhur me shkeljen e nenit 4 dhe /ose 9 të Ligjit, autorizon Sekretariatin që të fillojë procedurat e hetimit të thelluar siç përcaktohen në nenin 5 të kësaj rregulloreje.

Neni 4
Hetimi Paraprak

1. Në zbatim të nenit 42 të Ligjit, Sekretariati mund të fillojë një procedurë paraprake hetimore:
   a) Me nismën e tij, me vendim të Komisionit;
   b) Në bazë të një ankese të të tretëve,
   c) Çdo herë që kërkohet nga Komisioni.

2. Qëllimi i hetimit paraprak është evidentimi nëse ka ose jo shenja të pengimit, kufizimit ose shtrembërimit të konkurrencës në treg, të cilat mund të shërbejnë si shkaqe për hapjen e hetimit të thelluar nga Komisioni, sipas nenit 5 të kësaj Rregulloreje.

3. Vendimi i Komisionit për hapjen e këtij hetimi, ndër të tjera duhet të përmbajë:
   a) qëllimin e hetimit;
   b) faktet që janë bërë shkas për nxjerrjen e vendimit, si dhe,
   c) bazën ligjore.

4. Sekretari i përgjithshëm me Urdhër ngre grupin e punës. Për çështje komplekse për të cilat kërkohet njohuri të thelluara të fushës përkatëse, Autoriteti mund të kontraktojë një ekspert i jashtëm, i cili mund të jetë pjesë e grupit të punës.

5. Në fillim të kësaj procedure, Grupi i punës është përgjegjës për hartimin e planit të veprimeve. Në përfundim të hetimit, grupi i punës është përgjegjës për hartimin e raportit të hetimit paraprak. Plani i veprimeve dhe Raporti i hetimit i paraqitet për miratim Sekretarit të Përgjithshëm.

6. Gjatë kësaj procedure hetimore, Sekretariati mund të kërkojë informacione dhe dokumente si dhe të urdhërojë inspektime, dëshmi ekspertësh, analiza statistikore dhe ekonomike, apo të konsultohet me ekspertë duke ndjekur procedurat sipas neneve 8, 9, 10 dhe 12, të kësaj Rregulloreje. Gjithashtu, janë të zbatueshme sanksionet e parashikuara në nenet 73 dhe 76 të Ligjit. Gjatë kësaj procedure hetimore nuk lejohet konsultimi me dosjen.

7. Raporti i hetimit paraprak së bashku me relacionin e Sekretarit të Përgjithshëm i paraqitet për vendimmarrje Komisionit.

8. Raporti i hetimit paraprak, ndër të tjerave përmban:
   a) Tregun përkatës, Objekti i hetimit, bazën ligjore, datën e fillimit të hetimit;
   b) Emri, adresa dhe të dhëna të tjera të palëve të dyshuara për shkelje të ligjit;
   c) Të dhënat dhe informacionet e grumbulluara gjatë hetimit, si dhe analizën e tyre;
   d) Shpjegimet e dhëna nga palët, intervistat e kryera me persona të lidhur me çështjen;
   e) Gjetjet dhe rekomandimet përkatëse.

9. Komisioni, bazuar në raportin e paraqitur, në fund të procedurave të hetimit paraprak, mund të vendosë:

---

[78] www.caa.gov.al

a) Mbylljen e hetimit;

b) Hapjen e procedurës së Hetimit të Thelluar, sipas nenit 5 të kësaj Rregulloreje;

c) Kthimin për rishikim të raportit të hetimit, duke kërkuar hetime shtesë, si dhe duke përcaktuar çështjet që kërkojnë analiza të mëtejshme.

Neni 5

Hetimi i Thelluar

1. Pas shqyrtimit të propozimeve të Sekretariatit, kur vihen re shenja të shkeljes së neneve 4 dhe/ose 9 të Ligjit, Komisioni autorizon Sekretariatin të ndërmarrë një hetim sipas nenit 43 të Ligjit. Sekretariati fillon këtë hetim në çdo kohë që i kërkohet nga Komisioni.

2. Në rastin e një kërkese për përjashtim sipas nenit 5 të Ligjit, procedurat e hetimit do të fillojnë në momentin që formulari i njoftimit është depozituar së bashku me të gjithë informacionin dhe të dhënat e nevojshme. Njoftimi i marrëveshjeve kryhet sipas udhëzimit "Për formën e Njoftimit të marrëveshjeve". Nëse kërkesa për një përjashtim është depozituar gjatë kohës që po kryhet një procedurë hetimore, e cila është tashmë në proces, Sekretariati mund të vlerësojë një kërkesë të tillë përgjatë kësaj procedure dhe, kur është e nevojshme, i kërkon Komisionit zgjatjen e afatit.

3. Vendimi i Komisionit për fillimin e hetimit përmban: ndërmarrjet nën hetim, elementët thelbësorë lidhur me shkeljen e pretenduar, afatin kohor për përfundimin e procedurave, adresën dhe mënyrat e komunikimit me Autoritetin, si dhe afatin kohor brenda të cilit ndërmarrja dhe personat e tjerë të interesuar mund të ushtrojnë të drejtën për të bërë të njohur këndvështrimet e tyre.

4. Vendimi për fillimin e hetimit, ju njoftohet ndërmarrjeve dhe palëve përkatëse, si dhe personit i cili ka interes të drejtpërdrejtë dhe të menjëhershëm në këtë hetim dhe që ka depozituar të dhëna dhe/ose ankesë lidhur me fillimin e këtij hetimi.

5. Njoftimi dorëzohet nga një zyrtar i Sekretariatit, ose një nëpunës tjetër, dorazi, ose nëpërmjet postës, duke konfirmuar marrjen dijeni.

6. Nëse është e pamundur ose veçanërisht e vështirë që ky shërbim të kryhet personalisht, nisur nga numri i madh i adresave dhe njoftimeve, ai gjithashtu mund të njoftohet edhe nëpërmjet publikimit tek të paktën dy gazeta ditore kombëtare me shtrirje të gjerë ose ndonjë formë tjetër e përshtatshme publikimi.

7. Njoftimi që hetimi ka filluar duhet gjithashtu të publikohet në Buletinin Zyrtar të Autoritetit duke treguar detajet përkatëse, si dhe në faqe interneti-n e Autoritetit.

8. Gjatë kësaj procedure hetimore, Autoriteti mund të kërkojë informacione dhe dokumente si dhe të urdhërojë inspektime, dëshmi ekspertësh, analiza statistikore dhe ekonomike, apo të konsultohet me ekspertë duke ndjekur procedurat sipas neneve 8, 9, 10 dhe 12, të kësaj Rregulloreje. Gjithashtu, janë të zbatueshme sanksionet e parashikuara në nenet 73 dhe 76 të Ligjit. Gjatë kësaj procedure hetimore është lejohet konsultimi me dosjen e hetimit, vetëm pasi palëve përkatës ju është dorëzuar raporti i hetimit, referuar nenit 18 kësaj Rregulloreje.

9. Komisioni mund të refuzojë një ankesë, pa filluar procedurat hetimore.

Kreu III

Hetimet

Neni 6

Pjesëmarrja në një hetim

1. Në hetim mund të marrin pjesë:

a) Ndërmarrjet, të cilave ju është dorëzuar njoftimi për fillimin e hetimit, sipas nenit 5, pika 4, të kësaj rregulloreje;

b) Personat, që përfaqësojnë interesa publike ose private dhe shoqatat që përfaqësojnë konsumatorët, të cilët mund të jenë dëmtuar drejtpërsëdrejti dhe menjëherë nga çdo shkelje që përbën objekt hetimi, ose çdo masë e marrë si rezultat i kësaj. Ata duhet të depozitojnë pranë Autoritetit një kërkesë të arsyetuar për të ndërhyrë, brenda 30 ditëve nga data e publikimit të Vendimit për fillimin e hetimit, në faqen zyrtare të Autoritetit, ose në Buletinin e Vendimeve të tij.

2. Këto palë pjesëmarrëse në hetim:

a) Mund të japin deklarata me shkrim, dokumente, argumentime dhe opinione;

b) Kanë të drejtë të shqyrtojnë dosjen e hetimit sipas nenit 17 të kësaj Rregulloreje;

c) Mund të dëgjohen në lidhje me pretendimet e Sekretariatit që u drejtohen atyre, sipas neneve 19, 20 dhe 21 të kësaj Rregulloreje.

Neni 7
Kryerja e hetimit

1. Në bazë të neneve 41, 42 dhe 43 të Ligjit, hetimi kryhet sipas neneve 33, 34, 36, 37 dhe 38 të Ligjit nga Sekretariati, nga data në të cilën njoftimi i vendimit të Komisionit që e autorizon ose i kërkon Sekretariatit fillimin e hetimit ju është dorëzuar ndërmarrjeve dhe personave të interesuar. Hetimi mund të fillojë njëkohësisht me njoftimin. Në rastin kur ka disa palë nën hetim, hetimi kryhet pasi njoftimi drejtuar atyre është dorëzuar te secili prej tyre individualisht.
2. Sekretariati mund të marrë informacione të ofruara nga çdo individ, ndërmarrje apo person, për qëllime të plotësimit të hetimit, si dhe të realizojë regjistrime ose procesverbale për çdo informacioni të mbledhur.
3. Komisioni, në çdo fazë të hetimit informohet lidhur me rezultatet e hetimit të kryer nga Sekretariati.

Neni 8
Kërkesa për informacion dhe dhënia e dokumenteve

1. Në bazë të nenit 33 të Ligjit, kërkesa dhe vendimi për informacion dhe dhënia e dokumentacionit kryhet me shkrim dhe dorëzohet duke ndjekur procedurat sipas nenit 25 të kësaj Rregulloreje.
2. Ato duhet të përmbajnë shkurtimisht si më poshtë:

a) faktet dhe rrethanat në lidhje me sqarimin që është kërkuar;

b) qëllimin e kërkesës;

c) afatin kohor për përgjigje ose dhënien e dokumenteve, përputhshmërinë me urgjencën e rastit dhe natyrën, sasinë dhe llojin e informacionit të kërkuar, si dhe marrjen parasysh të kohës së nevojshme për ta zotëruar atë;

d) Procedurat dhe mënyrat që do të ndiqen për dhënien e informacionit, nga ndërmarrjet tek të cilat gjenden këto dokumente ose informacioni i kërkuar;

e) Sanksionet e parashikuara në nenin 73 dhe 76 të Ligjit në rastin e refuzimit të ofrimit të informacionit, ose të dhënies të dokumenteve të kërkuara, ose për çdo informacion të pasaktë, të paplotë, ose të rremë apo vonesë në dhënien e tyre.

3. Kopjet origjinale, ose të njehsuara me origjinalin të të gjitha dokumenteve të kërkuara për t'u dorëzuar duhet të depozitohen, duke treguar pronësinë, ose përfaqësinë ligjore të ndërmarrjes në fjalë.
4. Kërkesat për informacion dhe dhënien e dokumenteve, mund të bëhet gjithashtu edhe verbalisht përgjatë inspektimeve nga inspektorët e sekretariatit. Kërkesa të tilla duhet të bëhen në përputhje me pikën (2) të këtij neni dhe përgjigjet e tyre duhet të regjistrohen në çdo formë. Një kopje e çdo regjistrimi të bërë duhet ti vihet në dispozicion ndërmarrjes ose bashkimit të ndërmarrjeve pas inspektimit.

5. Në rastet kur një anëtar i stafit të një ndërmarrjeje, i cili nuk është/nuk ishte autorizuar nga ndërmarrja që të jepte shpjegime në emër të ndërmarrjes, është pyetur për shpjegime, inspektorët e Sekretariatit duhet të vendosin një afat kohor, brenda të cilit ndërmarrja, mund të depozitojë pranë sekretariatit çdo korrigjim, ndryshim ose shtesë në shpjegimet e dhëna nga ky anëtar i stafit. Korrigjimet, ndryshimet apo shtesat duhet ti shtohen shpjegimeve siç janë regjistruar sipas pikës (4) të këtij neni.
6. Përgjegjësia për të ofruar informacionin dhe dhënien e dokumenteve të kërkuara nga ndërmarrja, ose degët/filialet, është e ndërmarrjes dhe përfaqësuesve të tyre dhe, në rastin e degët/filialet, pa ose me personalitet juridik, përgjegjësia është e përfaqësuesve të tyre ligjor sipas dispozitave të Statutit dhe/ose Aktit të Themelimit.

Neni 9
Inspektimet

1. Komisioni autorizon me shkrim inspektorët e Sekretariatit, bazuar në nenin 36 dhe 37 të Ligjit, për të kryer inspektimeve në mjediset e çdo pale, kur dyshohet se posedon dokumente që lidhen me hetimin.
2. Përfaqësues të Sekretariatit, të autorizuar nga Komisioni që të kryejnë një inspektim në mjediset e ndërmarrjes (sipas nenit 36 të Ligjit), duhet të ushtrojnë të drejtat nëpërmjet paraqitjes së autorizimit me shkrim të Komisionit, i cili përcakton ndërmarrjen objekt hetimi, si dhe sanksionet për ndonjë refuzim të pajustifikuar, dështim apo vonesë në ofrimin e informacionit apo dhënien e dokumenteve të kërkuara përgjatë inspektimit, si dhe për ofrimin e informacionit të pasaktë, të paplotë ose të rremë.
3. Gjatë inspektimeve në ndërmarrje, inspektorët mund:
   a) Të hyjnë në mjediset, mjetet e transportit dhe në territorin e ndërmarrjeve, gjatë orarit të punës;
   b) të shqyrtojnë librat dhe regjistrat e veprimtarisë ekonomike dhe dokumentet e tjera, pavarësisht nga mënyra e ruajtjes së këtij dokumentacioni, në formë të shkruar ose elektronike;
   c) të marrin ose të sigurojnë kopje ose pjesë nga këto libra, regjistra ose dokumente;
   d) të vulosin çdo seli, libër ose regjistër të veprimtarisë ekonomike për jo më shumë se 72 orë, nëse një gjë e tillë është e nevojshme për inspektimin;
   e) t'i kërkojnë çdo përfaqësuesi ose punonjësi të ndërmarrjes shpjegime për fakte dhe dokumente, që lidhen me objektin dhe qëllimin e inspektimit.
4. Përfaqësues të Sekretariatit, të autorizuar nga Komisioni që të kryejnë një inspektim në mjedise private (sipas nenit 37 të Ligjit), duhet të paraqesin përpara gjykatës kompetente, një kërkesë për autorizim për inspektim në mjedise private. Kjo kërkesë duhet të përmbajë ndër të tjera, llojin e shkeljes së dyshuar të ligjit, të dhënat e sakta ose sa më të përafërta për identifikimin e mjedisit privat që kërkohet të inspektohet, arsyetimin e nevojës për inspektim në këto mjedise.
5. Gjatë inspektimeve në mjediset e parashikuara në pikën 4 të këtij neni, Sekretariati mund të hyjë:
   a) në banesat e administratorëve, menaxherëve, drejtorëve dhe punonjësve të tjerë të ndërmarrjes, si dhe në banesat e selitë e veprimtarisë ekonomike të personave fizikë dhe juridikë, të brendshëm ose të jashtëm, të ngarkuar për menaxhimin tregtar, kontabël, administrativ, fiskal ose financiar nga ora 7^{00} deri në orën 18^{00};
   b) në mjedise të tjera, të njësuara me banesat, kur ka arsye të bazuara për fakte dhe rrethana konkrete se në këto mjedise gjenden ditare ose dokumente të tjera profesionale, që mund të jenë të nevojshme për të vërtetuar shkeljet e neneve 4 dhe 9 të Ligjit.
6. Sekretariati me autorizim të Komisionit, për kryerjen e kontrollit mund të sekuestrojë objekte që kanë vlerën e provës materiale në hetim, për jo më shumë se 72 orë, nëse një gjë e tillë është e domosdoshme. Personi që preket nga sekuestrimi njoftohet për këtë pa

vonesë. Autoriteti mund të paraqesë kërkesë në Gjykatë e cila ka në juridiksion vendin ku ndodh sekuestrimi dhe mund ta zgjasë afatin e mbajtjes në sekuestro jo më shumë se 6 muaj. Inspektorët hartojnë një procesverbal për sekuestrimin, një kopje e të cilit i jepet personit të interesuar. Ky person vihet në dijeni për të drejtën e ankimit në gjykatë.

7. Në asnjë fazë të hetimit, pikat e mëposhtme nuk konsiderohen si arsye të justifikuara për refuzimin e ofrimit të informacionit dhe dokumenteve të kërkuara në përputhje me këtë nen:
   - **a)** konfidencialiteti, ose ushtrimi i të drejtave dhe autoritetit të vendosur nga rregulloret e ndërmarrjeve, ose urdhra të brendshme duke përfshirë edhe instruksionet verbale;
   - **b)** nevoja për të mbrojtur palët në fjalë nga rreziku i sanksioneve fiskale apo administrative;
   - **c)** nevoja për të mbrojtur konfidencialitetin e ndërmarrjes ose sekretin tregtar.
8. Gjatë inspektimit, palët e interesuara mund të ndihmohen nga konsulentët dhe këshilltarët e zgjedhur të tyre edhe pse mungesa e tyre nuk sjell pezullimin e inspektimit.
9. Në të gjitha veprimet e kryera gjatë inspektimit duhet mbajtur shënim me shkrim në çfarëdo forme, me referencë të veçantë për çdo deklaratë të marrë dhe dokumente të mbledhura nga inspektorët.
10. Në kryerjen e inspektimit, inspektorët e Sekretariatit mund të kërkojë gjithashtu ndihmën e policisë së shtetit, sipas nenin 35 të Ligjit.

Neni 10

Marrja e deklaratave

1. Komisioni autorizon inspektorët për të intervistuar çdo person me pëlqimin e tij, për zbulimin e shkeljes së rregullave të konkurrencës. Për këtë qëllim, inspektorët duhet që në fillim të intervistës t'u lexojë bazën ligjore dhe qëllimin e intervistës dhe t'u kujtojë natyrën e saj vullnetare. Ata gjithashtu duhet të informojnë personin e intervistuar mbi qëllimin e tyre për të regjistruar intervistën.
2. Intervista mund të bëhet me çdo formë, duke përfshirë dhe atë me anë të telefonit ose në mënyrë elektronike.
3. Inspektorët regjistrojnë çdo deklaratë të dhënë nga ana e personave të intervistuar në çdo formë. Një kopje e regjistrimit i vihet në dispozicion personit të intervistuar për miratim. Kur është e nevojshme, inspektorët caktojnë një afat kohor brenda të cilit personi i intervistuar mund të deklarojë çdo korrigjim të bërë në deklaratë.

Neni 11

Masat e përkohshme

1. Në zbatim të nenit 44 të Ligjit, në çdo kohë gjatë procedurave hetimore Sekretariati mund t'i propozojë Komisionit marrjen e masave të përkohshme kur ka të ngjarë që ndërmarrja nën hetim të ketë kryer një shkelje *prima facie* të nenit 4 dhe/ose 9 të Ligjit, e cila mund të shkaktojë dëme rënda dhe të pariparueshme të konkurrencës në treg.
2. Para marrjes së një vendim bazuar në pikën 1 të këtij neni, Komisioni i jep mundësinë personit, ndërmarrjes ose përfaqësuesit të ndërmarrjes, apo grupimeve të ndërmarrjeve, për të dhënë këndvështrimet e tyre lidhur me pretendimet e Sekretariatit.

Neni 12

Raportet e ekspertëve, analiza statistikore dhe ekonomike, si dhe dëshmitë e tyre

1. Në lidhje me çdo çështje me rëndësi për hetimin, Komisioni dhe inspektorët mund të konsultohen me ekspertë dhe të kërkojnë hartimin e raporteve të tyre, si dhe analiza statistikore dhe ekonomike.
2. Bazuar në nenin 30 të Ligjit, ekspertët duhet ti nënshtrohen ruajtjes së konfidencialitetit dhe sekretit profesional, si dhe deklarimit të konfliktit të interesit.

3. Dokumentet e mësipërme ju vihen në dispozicion palëve nën hetim, si dhe atyre që kanë një interes të drejtpërdrejtë dhe të menjëhershme, si dhe atyre që kanë depozituar një ankesë, pretendim ose raport, të rëndësishëm për fillimit e hetimit ose kanë ndërhyrë në çfarëdo mënyre në procedurë, me qëllim që t'i mundësojnë ushtrimin e të drejtës së tyre, parashikuar në Nenin 6, pika 2 të kësaj Rregulloreje.

Kreu IV
Trajtimi i Ankesave

Neni 13
Ankesat

1. Procedurat mbi trajtimin e ankesave rregullohen sipas dispozitave përkatëse të kësaj rregulloreje, si dhe Rregullores për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës.
2. Personat fizikë dhe juridikë kanë të drejtë të ligjshme të paraqesin një ankesë ku ata janë direkt dhe individualisht të prekur nga një shkelje e mundur e konkurrencës. Ankesat e këtij lloji duhet të përmbajnë informacionin e kërkuar në një formë të veçantë dhe të miratuar nga Komisioni. Komisioni mund të veprojë pa këtë detyrim në lidhje me mungesën e informacionit, duke përfshirë dokumentet e kërkuara në formular.
3. Ankesa e plotësuar dhe, nëse është e mundur, kopja elektronike e saj, dorëzohet në Sekretariat. Ankuesi duhet gjithashtu të paraqesë një version jo-kofidencial të ankesës në qoftë se konfidencialiteti është deklaruar për çdo pjesë të ankesës.
4. Ankesa duhet të jetë e plotësuar në gjuhën Shqipe, sipas Formularit bashkëngjitur kësaj Rregulloreje.

Neni 14
Pjesëmarrja e ankuesve në procedura

1. Në rastet kur Komisioni autorizon Sekretariatin për dërgimin e Raportit të Hetimit, (në bazë të nenit 18 të kësaj Rregulloreje), në lidhje me një çështje për të cilën ajo ka marrë një ankesë, Sekretariati i jep ankuesit një kopje të Raportit ku janë fshirë të dhënat konfidenciale dhe i vendos një afat kohor brenda të cilit parashtruesi i ankesës mund të prezantojë pretendimet e tij me shkrim.
2. Komisioni i Konkurrencës kur është e nevojshme, mund t'i kërkojë Sekretariatit që t'i japi ankuesit mundësinë për të shprehur pretendimet e tij në seancë dëgjimore të palëve të cilave ju është dërguar Raporti i Hetimit, nëse ankuesit e kërkojnë këtë në komentet e tyre me shkrim.

Neni 15
Refuzimi i ankesave

1. Në rastet kur Komisioni konstaton se në bazë të informacionit të vënë në dispozicion të tij nuk ka prova të mjaftueshme për të vepruar mbi një ankesë, ai kërkon nga Sekretariati të informojë ankuesin mbi vendimin e Komisionit dhe të vendosë një afat kohor brenda të cilit ankuesi mund të paraqesë pretendimet e tij me shkrim. Komisioni nuk është i detyruar të marrë parasysh asnjë pretendim me shkrim të dorëzuar pas këtij afati kohor.
2. Nëse ankuesi paraqet pretendimet e tij brenda afatit kohor të caktuar nga Sekretariati dhe pretendimet me shkrim të bëra prej tij nuk çojnë në një vlerësim ndryshe nga ai i ankesës, Komisioni e refuzon ankesën me vendim. Ky vendim mund të ankimohet para gjykatës kompetente.
3. Nëse ankuesi nuk arrin të paraqesë pretendimet brenda afatit të përcaktuar nga Sekretariati, ankesa do të konsiderohet si e tërhequr.

Neni 16

E drejta për t'u informuar

1. Kur Komisioni i kërkon Sekretariatit të informoje ankuesin mbi vendimin e tij për refuzimin e ankesës, sipas Nenit 15, pika 1, të kësaj Rregulloreje, ankuesi ka të drejtën të shqyrtojë dokumentet mbi të cilat Komisioni bazon vlerësimin e tij. Megjithatë, ankuesi nuk mund të shqyrtojë dokumentet që përmbajnë sekretet e biznesit dhe informacionet e tjera konfidenciale që u përkasin palëve të tjera të përfshira në procedurë.
2. Dokumentet të cilat ankuesi i ka shqyrtuar gjatë procedimeve të kryera sipas neneve 4 dhe/ose 9 të Ligjit mund të përdoren prej tij vetëm për qëllime të procedurave gjyqësore ose administrative për zbatimin e këtyre dispozitave.

Kreu V

E drejta për t'u dëgjuar

Neni 17

Aksesi në dokumentet dhe informacionet konfidenciale të kërkuara

1. Palët e përfshira drejtpërdrejtë në procedurat lidhur me nenet 4, 5 dhe 9 të Ligjit kanë të drejtë për akses në çdo dokument të hartuar ose përkohësisht të ruajtur nga Komisioni dhe Sekretariati pas njohjes së tyre me Raportin e Hetimit sipas nenit 18 të kësaj Rregulloreje.
2. Në rastet kur dokumentet sipas pikës (1) të këtij neni, përmbajnë informacion personal, tregtar, industriale dhe financiare të një natyre konfidenciale në lidhje me individët ose ndërmarrjet e përfshira në procedurë, e drejta e shqyrtimit është e lejuar, në tërësi ose pjesërisht, vetëm deri në masën që është e nevojshme për ti mundësuar palëve të përfshira drejtpërsëdrejti në procedura që të ushtrojnë të drejtën e tyre të mbrojtjes.
3. Në përputhje me kushtet e nenit 30 të Ligjit, kur lejohet aksesi në rastet e parashikuara nga pikën (2), të këtij neni dhe në përputhje të kritereve e kësaj pike, do të merren parasysh të gjitha masat e nevojshme të marra për të mbrojtur interesat e individëve dhe ndërmarrjeve përkatëse kundër përhapjes së informacioneve konfidenciale ose sekreteve tregtare në fjalë.
4. Aksesi nuk do të jepet për: shënimet, propozimet dhe dokumentet e tjera të hartuar nga Sekretariati ose Komisioni, si pjesë e studimit ose përgatitjes së dokumenteve zyrtare në lidhje me rastin.
5. Aksesi mund të kufizohet plotësisht ose pjesërisht për minutat dhe procesverbalet e mbledhjeve të Komisionit, si dhe për dokumentet që kanë të bëjnë me marrëdhëniet ndërmjet Komisionit dhe institucioneve të tjera, apo marrëdhëniet ndërmjet Komisionit dhe autoriteteve të shteteve të tjera ose organizatave ndërkombëtare, për të cilat nuk është autorizuar dhënia e këtyre dokumenteve.
6. Çdo palë që kërkon të mbrojë fshehtësinë e informacionit konfidencial të dhënë gjatë hetimeve, duhet të dorëzojë një kërkesë të veçantë për këtë qëllim pranë Sekretariatit. Kjo kërkesë duhet të përmbajë detaje të dokumenteve ose pjesë të dokumenteve për të cilat ata mendojnë se aksesi nuk duhet të jepet, si dhe të identifikojnë ndërmarrjet në lidhje me të cilat këto dokumente do të konsiderohen konfidenciale, duke specifikuar dhe arsyet për këtë kërkesë.
7. Kur Sekretariati gjykon se ekzistojnë baza të pamjaftueshme në lidhje me ruajtjen e fshehtësisë së informacionit konfidencial, për të justifikuar kërkesën e përmendur në pikën (6) të këtij neni, duhet të informojë Komisionin me një mendim të arsyetuar. Komisioni mund ta kthejë mendimin e Sekretariatit në rast se kërkesa e referuar në pikën (6) të këtij neni do të konsiderohet e pranuar. Nga ana tjetër, nëse Komisioni vendos ta konfirmojë mendimin e Sekretariatit, duhet që vendimi t'i dërgohet palës kërkuese, sipas nenit 25 të kësaj Rregulloreje.

8. Kur komunikimet, njoftimet, informacionet, deklaratat ose kërkesat janë paraqitur individualisht ose së bashku, nga një ose më shumë ndërmarrje, informacioni që përbën për ndërmarrjen sekret tregtar, mund të paraqitet veçmas në një aneks. Masa të ngjashme mund të kërkohen nga ndërmarrjet në lidhje me çfarëdo lloj seance të përbashkët nga e cila janë mbajtur procesverbale ose regjistrime.
9. E drejta e aksesit duhet të ushtrohet duke paraqitur një kërkesë të arsyetuar me shkrim, sipas të cilës personi përgjegjës i Sekretariatit duhet të veprojnë sipas rastit, brenda 30 ditëve, duke njoftuar kështu dhe Komisionin.

Neni 18

Raporti i Hetimit dhe Prapësimet ndaj tij

1. Kur Komisioni konstaton se pretendimet e paraqitura nga inspektorët e Sekretariatit, në bazë të të dhënave të mbledhura gjatë hetimit, janë të bazuara, autorizon Sekretariatin që të informojë palët me shkrim mbi pretendimet e ngritura kundër tyre. Raporti i Hetimit duhet t'i vihet në dispozicion secilit prej tyre.
2. Sekretariati, kur u dërgon Raportin e Hetimit palëve, duhet të përcaktojë një afat kohor brenda të cilit palët mund të sjellin me shkrim pretendimet e tyre. Komisioni nuk është i detyruar të pranojë pretendimet e paraqitura pas këtij afati të vendosur kohor.
3. Palët munden që në paraqitjen e prapësimeve të tyre me shkrim, të përcaktojnë të gjitha pretendimet, të cilat janë të përshtatshme për mbrojtjen e tyre kundrejt pretendimeve të ngritura nga inspektorët e Sekretariatit. Ata duhet të bashkëlidhin çdo dokument përkatës, si prova të pretendimeve të tyre. Ata duhet të japin një kopje origjinale, si dhe një kopje elektronike, ose në rastet kur nuk e posedojnë një kopje elektronike 3 (tre) kopje të pretendimeve të tyre, si dhe dokumenteve bashkëlidhur. Ata mund t'i propozojnë Komisionit që të dëgjojë persona të tjerë që mund të mbështesin pretendimet e tyre.

Neni 19

E drejta për t'u dëgjuar

1. Komisioni (në zbatim të nenit 39 të Ligjit), duhet t'u japë palëve, tek të cilat Sekretariati ka dërguar Raportin e Hetimit, në bazë të nenit 18 të kësaj Rregulloreje, mundësinë për t'u dëgjuar para se të merret një vendim.
2. Komisioni në vendimet e tij shprehet vetëm mbi pretendimet për të cilat palët, referuar pikës (1) të këtij neni u është dhëna e drejta për t'u dëgjuar.
3. Komisioni u jep palëve, tek të cilat është dërguar Raporti i Hetimit nga Sekretariati, mundësinë për të paraqitur argumentet e tyre në një seancë dëgjimore verbale, nëse kjo është kërkuar në prapësimet e tyre me shkrim.

Neni 20

Dëgjimi i palëve të tjera

1. Nëse personat fizik dhe juridik, përveç palëve të cilave i drejtohet Raporti i Hetimit, ose ankuesi, kërkojnë të dëgjohen dhe që kanë interes të ligjshëm, atëherë Komisioni mund t'i kërkojë Sekretariatit informimin e tyre me shkrim për natyrën dhe objektin e hetimit. Sekretariati cakton një afat kohor brenda të cilit ata mund të paraqesin argumentet e tyre me shkrim.
2. Komisioni, kur është e nevojshme, mund t'i kërkojë Sekretariatit të ftojë personat sipas pikës (1) më sipër, të sjellin argumentet e tyre në seancën dëgjimore të palëve, të cilave u është dërguar Raporti i Hetimit, nëse këta persona e kërkojnë këtë me shkrim.
3. Komisioni mund të kërkojë nga Sekretariati që të ftojë çdo person tjetër për të shprehur pikëpamjet e tij në formë të shkruar dhe për të marrë pjesë në seancën dëgjimore të palëve, të cilave u është dërguar Raporti i Hetimit. Komisioni gjithashtu mund t'i kërkojë Sekretariatit të ftojë personat e përmendur në pikën (1) të këtij neni, që të shprehin pretendimet e tyre në këtë seancë.

Neni 21

Organizimi i seancave dëgjimore

1. Komisioni fton personat që do të dëgjojë, për të marrë pjesë në seancën dëgjimore, në datën e caktuar prej tij.
2. Para seancës dëgjimore, Sekretariati është përgjegjës për hartimin e agjendës së seancës dëgjimore, e cila miratohet nga Komisioni dhe që në vijim i dërgohet palëve pjesëmarrëse për komente dhe sugjerime nga ana e tyre.
3. Personat e ftuar të marrin pjesë mund të paraqiten personalisht, ose të përfaqësohen nga përfaqësuesit e tyre ligjor, ose përfaqësuesit e autorizuar të tyre. Ndërmarrjet dhe shoqatat e ndërmarrjeve mund të përfaqësohen nga një person i autorizuar.
4. Personat që do të dëgjohen nga Komisioni mund të asistohen nga avokatët e tyre apo dhe persona të tjerë të kualifikuar, të cilët pranohen nga Komisioni.
5. Seanca dëgjimore nuk është publike. Çdo person mund të dëgjohet veçmas ose në praninë e personave të tjerë të pjesëmarrës në seancë, duke pasur parasysh interesin e ligjshëm të ndërmarrjeve për mbrojtjen e sekreteve të tyre tregtare dhe informacione të tjera konfidenciale.
6. Komisioni mund t'u lejojë palëve, të cilave u është dërguar Raporti i Hetimit, ankuesve, si dhe personave të tjerë pjesëmarrës në seancë dëgjimore, si dhe inspektorëve të Sekretariatit, të bëjnë pyetje gjatë seancës.
7. Deklarimet e dhëna nga çdo person duhet të regjistrohen. Sipas kërkesës, regjistrimi i seancës dëgjimore vihet në dispozicion të personave të cilët marrin pjesë në seancë, duke mbrojtur interesin e ligjshëm të palëve, sekretet e tyre biznesit dhe informacione të tjera konfidenciale të palëve.

Neni 22

Ankimi i vendimeve

Kundër Vendimeve të Komisionit, mund të ushtrohet ankim në Gjykatën e Rrethit Gjyqësor Tiranë, brenda 30 ditëve nga njoftimi i vendimit.

Kreu VI

Kërkesa për përjashtim

Neni 23

Njoftimi vullnetar i marrëveshjeve

1. Njoftimi vullnetar i marrëveshjeve (në zbatim të nenit 49 të Ligjit), me qëllim përjashtimin sipas nenit 5 të Ligjit, duhet të depozitohet nga secila ndërmarrje ose nga të gjitha ndërmarrjet, të cilat janë palë në një marrëveshje, ose grupimi i ndërmarrjeve në lidhje me vendimin e marrë nga ata. Ato duhet të depozitohen në një format të veçantë të siguruar nga Sekretariati, i cili duhet të përmbajë të gjithë informacionin dhe të përfshijë të gjitha anekset që janë të nevojshme për të vlerësuar marrëveshjen apo praktikën, bazuar në Udhëzimin "Për Formën e Njoftimit të Marrëveshjeve".
2. Një ekstrakt i njoftimit (në zbatim të nenit 52 të Ligjit), duhet të publikohet në Buletinin Zyrtar të Autoritetit/Buletinin e Vendimeve të AK-së dhe/ose publikimi në faqen e internetit të Autoritetit, me qëllim që të ftohen palët e treta të japin komentet e tyre brenda 30 ditëve nga publikimi. Publikimi duhet të përcaktojë emrat, selitë, aktivitetin ekonomik të ndërmarrjeve në fjalë, si dhe përmbajtjen kryesore të marrëveshjes.
3. Sekretariati duhet të njoftojë ndërmarrjen nëse njoftimi është i paplotë dhe i pasaktë. Në këto rrethana, afati tremujor i përcaktuar në nenin 50, pika 1, të Ligjit, fillon të llogaritet nga data që është marrë informacioni që do ti shtohet njoftimit origjinal.

4. Sekretariati mund të kërkojë informacion shtesë dhe elementë shtesë nga ndërmarrja në fjalë me qëllim që të bëjë të mundur vlerësimin e njoftimit. Në këtë rast, afati tremujor i referuar në nenin 50, pika 1, e Ligjit, fillon nga momenti që ky informacion është marrë.
5. Çdo ndryshim i ndonjë elementi thelbësor në njoftimin origjinal duhet të bëhet i ditur në Sekretariat sapo palët ose njëra prej tyre merr dijeni për këtë. Për qëllime të afatit tremujor të përcaktuar në nenin 50, pika 1, e Ligjit, njoftimi i ndryshimit është i baraz-vlefshëm me një njoftim të ri.
6. Njoftimi duhet të nënshkruhet nga përfaqësuesit ligjor të ndërmarrjeve, ose nga personat që iu është dhënë e drejta e përfaqësimit dhe duhet të depozitohet në Sekretariat së bashku me dokumentin përkatës të përfaqësimit, nëpërmjet librit të postës, ose dorazi kundrejt marrjes së konfirmimit.
7. Vendimi i përjashtimit i Komisionit i përcaktuar në nenin 50, pika 1 e Ligjit, nuk sjell asnjë efekt para datës së njoftimit të palëve.

Neni 24

Revokimi i Vendimit të Përjashtimit të Marrëveshjes

1. E njëjta procedurë e parashikuar në këtë Rregullore do të ndiqet kur Komisioni bazuar në nenin 51 të Ligjit, revokon një përjashtim të dhënë sipas Nenit 5 Ligjit, pasi i njofton me shkrim palët e interesuara për fillimin e procedurës, në përputhje me kushtet e parashikuara në nenin 5 të kësaj Rregulloreje.

Kreu VII

Dispozita përfundimtare

Neni 25

Njoftimet

1. Aplikimi, kërkesat, dërgimi i dokumenteve dhe thirrja e palëve, kryhet si vijon:
   a) me postë, me shpërndarje të regjistruar;
   b) dorazi me konfirmimin e marrjes dijeni;
   c) faks, me një kërkesë për konfirmim me shkrim në datën e mbërritjes;
   d) teleks ose telegram.
2. Të njëjtat dispozita zbatohen dhe për dorëzimin e dokumenteve dhe të kërkesave për Komisionin dhe Sekretariatin në lidhje me hetimin, nga ana e palëve të interesuara, ose nga palët e treta. Në rastin e shërbimit me teleks, telegram ose me faks, dokumentet konsiderohen se janë marrë në datën në të cilën janë dërguar, përveç rasteve kur mund të provohet e kundërta.
3. Kur njoftimet nënshkruhen nga përfaqësuesit e individëve, të ndërmarrjeve ose të subjekteve, këta përfaqësues duhet të jenë të pajisur me dokument përfaqësimi.

Neni 26

Hyrja në fuqi

1. Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

Formulari i ankesës

I. **Informacioni për sa i përket, ankuesit ose bashkimit të ndërmarrjeve që ngrenë ankimin.**

(1). Jepni të dhëna të plota për identitetin e personave fizik ose juridik të cilët bëjnë ankimin. Në rast se autori i ankesës është një Ndërmarrje, identifiko grupin në të cilin juve bëni pjesë, dhe saktësoni fushën në të cilën kryeni aktivitetin tuaj. Përmendni një person kontakti : (me numër telefoni, adresë postare dhe e-mail) nga i cili mund te sigurohen shpjegime suplementare.	Emri mbiemër_____ Adrese_____ Nr. Pasaporte_____ Nr ID karte_____ Nr tel/fax_____ Cel;_____ e-mail; _____ _____ _____ _____ _____ Emri mbiemër_____ Nr tel/fax_____ Adrese_____ e-mail_____
(2) Identifikoni Ndërmarrjen / Grupim ndërmarrjesh (shoqata), sjellja e të cilëve përbën objektin e ankesës, përfshirë informacionin në c`farë grupi bëjnë pjesë dhe natyrën, fushën e aktivitetit në të cilën ata veprojnë . Identifikoni pozicionin tuaj përball ndërmarrjeve ose agjencive ekonomike kundrejt të cilave bëni ankesën.(ish klient, konkurrent,etj)	Emri ndërmarrjes_____ _____ Aktiviteti_____ _____ _____ Pozicioni_____ _____ _____ _____
(3) Tregoni në detaje faktet nga të cilat ju rezulton, në opinionin tuaj, që ekzistojnë shkelje të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës. Tregoni në mënyrë specifike, natyrën e produkteve (mallra dhe shërbime) të ndikuara nga shkelja dhe shpjegoni kur është e nevojshme lidhjen tregtare që i përket këtyre produkteve.	Ligji Nr .9121date, 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës” _____ _____ mallra /shërbime_____ _____ _____ _____ _____
Siguroni të gjitha detajet e disponueshme për marrëveshjen ose praktikat e ndërmarrjeve ose bashkimit të ndërmarrjeve të cilat lidhen me këtë ankesë. Tregoni, sa më gjerë që të mundeni, pozicionin e mbajtur në treg nga ndërmarrjet ose bashkimet e ndërmarrjeve të cilat lidhen me këtë ankesë.	Detaje _____ _____ _____ _____ Pozicioni _____ _____ _____ _____ _____

II . Të dhëna për shkeljen e pretenduar dhe prova

(4) Paraqisni të gjithë dokumentacionin që dispononi që lidhet ose përkon direkt me faktet e vendosura në ankim (p.sh. tekstet e marrëveshjeve, minutat e negocimit ose takimit, termat e transaksionit, dokumentet e biznesit, korrespondenca, shënime të bisedave telefonike, etj)	fakte direkte:_____
Shënoni emrat dhe adresat e personave të aftë të deponojnë faktet e vendosura në ankim, në veçanti të personave të prekur nga shkelja e ligjit. Paraqisni statistika ose të dhëna në administrimin tuaj lidhur me faktet e vendosura në ankesë; lidhur me tendencën e çmimeve, barrierat e hyrjes ne treg, sasitë e shitjeve, etj.	Emrat:_____ Grafike_____ Tabela_____
(5) Tregoni pikëpamjen tuaj për sa i përket, tregut gjeografik në të cilin është bërë shkelja e pretenduar, dhe shpjegoni nëse nuk është e qartë, në c`farë mase është shkelur konkurrenca.	Tregu gjeografik;_____

III. Zgjidhja e çështjes nga Autoriteti i Konkurrencës dhe interesi legjitim

(6) Shpjegoni rezultatin që prisni në momentin e nisjes së procedurave nga ana e Autoritetit të Konkurrencës	Pritshmëria:_____
(7) Tregoni motivet mbi të cilat vendosni interesin legjitim për tu ankuar sipas Ligjit "Për Mbrojtjen e Konkurrencës". Tregoni në mënyrë specifike, ndikimin që ka sjellja në kundërshtim me Ligjin	Cila dispozite e ligjit për Mbrojtjen e konkurrencës është cenuar; _____

IV. Procedurat e nisura në instancat e drejtësisë

(8)Specifikoni nëse keni bërë/ ndërmarrë një ankesë kundrejt autoriteteve administrative dhe / ose një çështje është sjellë para autoriteteve gjyqësore për të njëjtat motive, ose për motive të ngjashme. N.q.s po, siguroni informacion sa me të plotë për autoritetin administrativ ose ligjor të kontaktuar, si edhe kërkesën ndaj këtij autoriteti.	_____ _____ _____ _____ _____ _____ autoriteti administrativ;_____ _____ _____ _____ _____
Deklaroni nën përgjegjësin tuaj, që informacioni i dhënë në këtë formular është i plotë dhe i dhënë në mirëbesim.	_____ _____ _____ _____ _____ _____

Data dhe firma.

UDHËZIM
"MBI MARRËVESHJET VERTIKALE"[79]

I. Qëllimi i Udhëzimit

1. Ky udhëzim shpreh parimet për vlerësimin e marrëveshjeve vertikale sipas Ligjit Nr. 9121, datë 28.7.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar) (këtu e më poshtë Ligji), si dhe i mundëson ndërmarrjet që të kryejnë vlerësimin e tyre lidhur me marrëveshjet vertikale bazuar në rregullat e konkurrencës.
2. Neni 4 i Ligjit zbatohet për marrëveshjet vertikale që pengojnë, kufizojnë ose shtrembërojnë konkurrencën (këtu e më poshtë referohen si "kufizime vertikale").

Duhet bërë dallimi midis efekteve anti konkurruese dhe atyre pro konkurruese. Ligji ndalon ato lloj marrëveshjesh, që sjellin efekte anti konkurruese (neni 4 i ligjit) por gjithashtu përjashton nga ndalimi ato lloj marrëveshjesh të cilat sjellin përfitime të mjaftueshme të cilat tejkalojnë efektet anti konkurruese.

Analiza përfshin të gjitha llojet e produkteve, përfshirë edhe produktet jo përfundimtare si dhe nivelet e tregtimit, megjithëse disa kufizime të caktuara vertikale lidhen kryesisht me shpërndarjen e produkteve. Termin "Ofrues" dhe "Blerës" përdoren për të gjitha nivelet e tregtimit.

3. Për pjesën më të madhe të kufizimeve vertikale, problemet e konkurrencës mund të shfaqen, vetëm nëse konkurrenca ndërmjet markave të ndryshme është e pamjaftueshme, p.sh. nëse ekziston një shkallë e fuqisë së tregut në nivelin e ofruesit apo të blerësit, ose në të dy nivelet së bashku. Nëse konkurrenca brenda markës është e pamjaftueshme, atëherë mbrojtja e konkurrencës ndërmjet markave të ndryshme si dhe brenda së njëjtës markë është e rëndësishme.

II. Marrëveshjet vertikale që në përgjithësi nuk përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4

II.1. Marrëveshjet e rëndësisë më të vogël

4. "Marrëveshjet vertikale ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme, në përgjithësi, nuk kanë mundësi të ndikojnë ose të kufizojnë ndjeshëm konkurrencën në treg, sipas kuptimit të nenit 4 të ligjit dhe prandaj në përgjithësi nuk janë objekt i nenit 4.
5. Marrëveshjet që nuk kanë për objekt ose pasojë kufizimin e ndjeshëm të konkurrencës nuk janë objekt shqyrtimi i nenit 4.
6. Në varësi të parimeve të shprehura në Rregulloren "Për marrëveshjet me rëndësi të vogël", kur pjesa e tregut përkatës e ndërmarrjeve nuk kalon kufirin 10% të tregut përkatës, në përgjithësi nuk janë objekt shqyrtimi i nenit 4 të Ligjit. Ka raste kur marrëveshjet ndërmjet ndërmarrjeve ndonëse kanë një pjesë tregu mbi kufirin 10%, dhe nuk sjellin kufizim të ndjeshëm të konkurrencës. Marrëveshje të tilla vlerësohen si në kuadrin ligjor edhe ekonomik. Duke vlerësuar efektet grumbulluese (kumulative) dhe kufizimet e renda (hard core), marrëveshjet ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme, rrallë janë në gjendje të ndikojnë mbi konkurrencën në treg.

II.2. Marrëveshjet e agjensisë

7. Marrëveshjet e agjensisë, janë ato marrëveshje, në të cilat një person fizik apo juridik (agjenti) ligjërisht ka të drejtë të negociojë dhe/ose të përfundojë një marrëveshje, për llogari të një personi tjetër (porositësi) ose në emrin e vet (agjentit) ose në emër të porositësit për:
   - Blerjen e produkteve nga porositësi, ose
   - Shitjen e produkteve të ofruara nga porositësi.
8. Faktori përcaktues në vlerësimin e këtyre marrëveshjeve është risku tregtar dhe financiar i mbajtur nga agjenti në lidhje me veprimtaritë për të cilat ai është emëruar si agjent nga porositësi. Në këtë këndvështrim, fakti që agjenti vepron për llogarinë e një ose disa porositësve, nuk përbën shkak për vlerësim.

---

[79] Njoftimi i Komisionit Evropian (2000/ C 291/01) "Udhëzim mbi kufizimet vertikale" (32000Y1013(01) *OJ C 291, 13.10.2000, p. 1–44)*

9. Ekzistojnë dy lloje të riskut financiar ose tregtar që shërbejnë si bazë për vlerësimin e natyrës së marrëveshjes së agjensisë.

   Së pari, janë risqet, të cilat lidhen direkt me kontratat e përfunduara dhe/ose të negociuara nga agjenti për llogari të porositësit, të tilla si financimi i stoqeve.

   Së dyti, janë risqet që lidhen me investimet specifike në treg. Ekzistojnë edhe investime sipas llojit të veprimtarisë, për të cilat agjenti ka qenë emëruar nga porositësi, d.m.th që i mundësojnë agjentit që të përfundojë dhe/ose të negociojë këtë lloj kontrate. Investime të tilla janë zakonisht të pakthyeshme.

10. Marrëvesha e agjencisë, nuk është objekt i nenit 4 të ligjit, nëse agjenti nuk merr përsipër risqe ose merr përsipër vetëm risqe jo domethënëse, në lidhje me kontratat e përfunduara dhe/ose të negociuara në emër të porositësit dhe që lidhen me investimet specifike të tregut, për atë fushë të veprimtarisë, dhe në këtë rast konsiderohet si marrëvehsje autentike e agjensisë. Në një situatë të tillë, funksioni i shitjes ose i blerjes përbën një pjesë të veprimtarisë të porositësit, pavarësisht nga fakti se agjenti është një ndërmarrje e veçantë. Porositësi mban risqet tregtare dhe financiare korresponduese dhe agjenti nuk ushtron një veprimtari ekonomike të pavarur në lidhje me veprimtaritë për të cilat ai ka qenë emëruar nga porositësi. Në rast të kundërt marrëveshja e agjensisë konsiderohet si një marrëveshje joautentike e agjensise dhë si e tillë nuk përjashtohet. Në këtë rast, agjenti mban përsipër rreziqe dhe trajtohet si një tregtar i pavarur, i cili duhet të jetë i lirë në përcaktimin e strategjisë tregtare në mënyrë që të mund të mbulojë kontratën e tij, ose investimet specifike të tregut. Risqet që lidhen me veprimtarinë e sigurimit të shërbimeve të agjensisë, të tilla si risku i të ardhurave të agjentit (që janë të pavarura nga suksesi i tij si agjent ose nga investimet e përgjithshme) nuk merren parasysh në vlerësim.

11. Çështja e riskut duhet të vlerësohet rast pas rasti. Përjashtimi i kësaj marrëveshjeje nuk do të jepet nëse:
    - për detyrimet e vendosura ndaj agjentit si dhe për kontratat e negociuara dhe/ose të përfunduara në emër të porositësit ; dhe
    - për mallrat e kontraktuara që blihen ose shiten,

agjenti nuk është pronar, ose kur ai vetë:

- Nuk ofron shërbime kontraktuale;
- Nuk kontribuon për kostot që lidhen me ofertën/blerjen e produkteve të kontraktuara, duke përfshirë kostot e transportit të mallrave;
- Nuk është i detyruar në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë të investojë në nxitjen e shitjeve, të tilla si kontributet në buxhetet reklamuese të kryesorit;
- Nuk merr përsipër koston ose riskun e stokut të mallrave të kontraktuara, përfshirë kostot e financimit të stokut dhe kostot e humbjes së stoqeve, si dhe mund të kthejë pa shpenzime mallrat e pashitura tek porositësi, vetëm nëse agjenti ka përgjegjësi për gabimin (për shëmbull, nuk ka marrë masat e mjaftueshme për shmangien e humbjeve të stoqeve).
- Nuk krijon dhe/ose nuk shfrytëzon një shërbim pas–shitje, shërbim riparimi, ose shërbim garancie, vetëm nëse ai është plotësisht i rimbursueshëm nga porositësi;
- Nuk kryen investime specifike të tregut në paisje, lokale ose trainim të personelit të tilla si: depozitat e magazinimit të karburantit në rastin e shitjes me pakicë të karburanteve ose programe specifike për shitjen e policave të sigurimit në rastin e agjentëve të sigurimit;
- Nuk merr përsipër përgjegjësi për dëmin e shkaktuar ndaj palëve të treta nga produkti i shitur, (përgjegjësia e produktit), vetëm nëse si agjent është përgjegjës lidhur me këtë;
- Nuk mban përgjegjësi për mospërmbushjen e kontratës nga klienti, me përjashtim të humbjes së komisionit të agjentit, vetëm nëse agjenti është përgjegjes për gabimin (p.sh: nuk ka marrë masat e mjaftueshme të sigurisë kundër vjedhjes ose nuk ka marrë masa të mjaftueshme për të raportuar vjedhjen tek porositësi ose në polici ose për t'i vënë në dispozicion të gjithë informacionin e nevojshëm porositësit lidhur me besueshmërinë financiare të klientit).

12. Kur agjenti merr përsipër një ose shumë risqe ose kosto të listuara më lart, atëhere përjashtimi do të përfitohet.
13. Kufizimet mbi territorin ku agjenti mund të shesi këto produkte dhe kufizimet ndaj klientëve tek të cilët agjenti mund të shesi këto produkte janë detyrime të cilat konsiderohet si pjesë e marrëveshjes së agjensisë.
14. Detyrimet e mëposhtme që bien mbi pjesën e agjentit, konsiderohen si pjesë e pandarë e marrëveshjes së agjensisë:
    - Kufizimet mbi territorin ku agjenti mund të shesi këto produkte.
    - Kufizimet ndaj klientëve tek të cilët agjenti mund të shesi këto produkte.
    - Çmimet dhe kushtet në të cilat agjenti duhet të shesë ose të blejë këto produkte.
15. Përveç kushteve administrative për shitjen apo blerjen e produkteve të kontraktuara nga agjenti në emër të kryesorit, marrëveshjet e agjensisë shpesh përmbajnë dispozita lidhur me marrëdhënien ndërmjet agjentit dhe kryesorit. Në veçanti ato mund të përmbajnë një dispozitë që ndalon kryesorin të emërojë agjentë të tjerë për një lloj transaksioni të bërë, klientin apo territorin (dispozitat e eskluzivitetit të agjensisë) dhe/ose dispozita që ndalojnë agjentin për të vepruar si një agjent apo shpërndarës i ndërmarrjeve, të cilat konkurrojnë me kryesorin (dispozita jo konkurruese). Dispozitat e ekskluzivitetit të agjensisë i përkasin konkurrencës brenda markës dhe përgjithësisht nuk të çojnë në efektete jo konkurruese. Dispozitat jo konkurruese, duke përfshirë dispozitat jo konkurruese **post term** lidhen me konkurrencën ndërmjet markave, ku produktet e kontraktuara shiten apo blihen**.**
16. Një marrëveshje agjensie është objekt i përjashtimit edhe nëse kryesori merr përsipër të gjitha risqet tregtare dhe financiare korresponduese, ku lehtësohet bashkërendimi (collusion). Ky mund të jetë rasti ku një numër kryesorësh përdorin të njëjtët agjentë, ndërsa në mënyrë kolektive përjashtojnë të tjerët nga përdorimi i këtyre agjentëve, ose kur ata i përdorin agjentët për t'u bashkuar me një strategji marketingu, ose për të shkëmbyer informacion të ndjeshëm mbi tregun ndërmjet kryesorëve.

Çmimet dhe kushtet në të cilat agjenti duhet të shesë ose të blejë këto produkte.

17. Përveç kushteve administrative për shitjen apo blerjen e produkteve të kontraktuara nga agjenti në emër të porositësit, marrëveshjet e agjensisë shpesh përmbajnë dispozita lidhur me marrëdhënien ndërmjet agjentit dhe porositësit. Në veçanti ato mund të përmbajnë një dispozitë, që ndalon porositësin të emërojë agjentë të tjerë për një lloj transaksioni të bërë, klientin apo territorin (dispozitat e eskluzivitetit të agjensisë) dhe/ose dispozita që ndalojnë agjentin për të vepruar si një agjent apo shpërndarës i ndërmarrjeve, të cilat konkurrojnë me porositësin (dispozita jo konkurruese). Dispozitat e ekskluzivitetit të agjensisë i përkasin konkurrencës brenda markës dhe përgjithësisht nuk çojnë në efekte jo konkurruese.
18. Një marrëveshje agjensie përjashtohet edhe atëherë kur porositësi merr përsipër të gjitha risqet tregtare dhe financiare. Ky mund të jetë rasti kur një numër porositësish përdorin të njëjtët agjentë, ndërsa në mënyrë kolektive përjashtojnë të tjerët nga përdorimi i këtyre agjentëve ose kur ata i përdorin agjentët për t'u bashkuar me një strategji marketingu, ose për të shkëmbyer informacion të ndjeshëm mbi tregun ndërmjet porositësve.

III. Pjesa e tregut

19. Marrëveshjet vertikale vlerësohen në varësi të pjesës së tregut të ofruesit ose të blerësit. Pjesa e tregut e ofruesit në tregun ku ai shet produktet e kontraktuara, nuk mund të kapërcejë pragun e 30%-shit edhe për rastet kur marrëveshja përmban një detyrim të veçantë (ekskluziv) oferte.
20. Në këndvështrimin ekonomik, një marrëveshje vertikale ka efekte jo vetëm në tregun ndërmjet ofruesit dhe blerësit, por edhe në tregjet e rrjedhjes së poshtme të blerësit. Nën kufirin e 30%, efektet e tregjeve të poshtme përgjithësisht do të jenë të kufizuara.
21. Udhëzuesi krijon një supozim të ligjshmërisë për marrëveshjet vertikale në varësi të pjesës së tregut të ofruesit ose e blerësit. Pjesa e tregut e ofruesit në tregun ku ai shet produktet

e kontraktuara, nuk mund të kapërcejë pragun e 30%-shit edhe për rastet kur marrëveshja përmban një detyrim të veçantë (ekskluziv) oferte.

22. Në këndvështrimin ekonomik, një marrëveshje vertikale ka efekte jo vetëm në tregun ndërmjet ofruesit dhe blerësit, por edhe në tregjet e rrjedhjes së poshtme të blerësit. Pjesa e tregut të ofruesit dhe blerësit në tregjet ndërmjet këtyre dy palëve, justifikohet nga fakti që nën kufirin e 30%, efektet e tregjeve të poshtme përgjithësisht do të jenë të kufizuara.

(i) Përkufizimi i marrëveshjeve vertikale

23. Në bazë të nenit 3 të Ligjit në përkufizimin e marrëveshjeve vertikale përfshihen tre elemente kryesorë:

1. Marrëveshja (ose praktika e bashkërenduar) lidhet midis dy ose më shumë ndërmarrjeve. Marrëveshja vertikale me konsumatorët përfundimtarë që nuk veprojnë si një ndërmarrje nuk përfshihen në këtë përkufizim.

2. Marrëveshja (ose praktika e bashkërenduar) lidhet midis ndërmarrjeve, ku secila vepron për qëllimet e marrëveshjes, në një nivel të ndryshëm të zinxhirit të prodhimit ose të shpërndarjes. Kjo do të thotë që një ndërmarrje prodhon një produkt të papërpunuar, që ndërmarrja tjetër e përdor si lëndë të parë, ose që i pari është një prodhues, i dyti një shitës shumice dhe i treti një shitës pakice. Kjo nuk e pengon ndërmarrjen nga të qënit aktive në më shumë se në një nivel të zinxhirit të prodhimit ose të shpërndarjes;

3. Marrëveshja (ose praktikat e bashkërenduara) lidhet me kushtet sipas të cilave, palët në marrëveshje, ofruesi dhe blerësi, "mund të blejnë, shesin ose rishesin produkte të caktuara". Këto janë marrëveshje që kanë lidhje me kushtet për blerjen, shitjen ose rishitjen e produkteve të ofruara nga ofruesi dhe/ose kanë lidhje me kushtet për shitjen nga blerësi të produkteve, në të cilat janë përfshirë këto produkteve. Produktet e ofruara nga ofruesi dhe produktet përfundimtare, konsiderohen si produkte kontraktuale. Marrëveshjet vertikale lidhur me të gjitha produktet përfundimtare dhe të ndërmjetme janë objekt i këtij Udhëzimi. I vetmi përjashtim është sektori i automjeteve. Produktet e siguruara nga ofruesi mund të rishiten nga blerësi ose mund të përdoren si lëndë e parë nga blerësi për të prodhuar produktet e tij.

24. Marrëveshjet e qerasë nuk janë objekt i Udhëzimit, meqë asnjë produkt nuk është shitur nga ofruesi tek blerësi.

(ii) Marrëveshjet vertikale midis konkurrentëve

25. Udhëzimi përjashton në mënyrë të qartë nga zbatimi i tij "marrëveshjet vertikale të lidhura midis ndërmarrjeve konkurrente". Marrëveshjet vertikale të lidhura midis konkurrentëve janë objekt shqyrtimi i Udhëzimit 'Për vlerësimin e marrëveshjeve horizontale". Megjithatë, aspektet vertikale të marrëveshjeve të tilla duhet të vlerësohen sipas këtij udhëzimi. Udhëzimi përkufizon ndërmarrjet konkurrente si "ofrues aktualë ose potencialë në të njëjtën treg produkti", të pavarur nga fakti nëse ata janë ose jo konkurrentë në të njëjtin treg gjeografik.

26. Ndërmarrjet konkurruese janë ndërmarrje, që janë ofrues aktualë ose potencialë të produkteve të kontraktuara, ose zëvendësuese të tyre. Një ofrues potencial, është një ndërmarrje që faktikisht nuk prodhon një produkt konkurrues, por mund dhe do të kishte mundësi të vepronte kështu në mungesë të një marrëveshje, si kundërveprim i një rritjeje të vogël dhe të vazhdueshme të çmimit. Kjo do të thotë, që ndërmarrja do të ishte në gjendje dhe do të kishte mundësi për të ndërmarrë investime të nevojshme shtesë për t'ja ofruar tregut brenda një viti.

27. Ka tre përjashtime nga rregulli i përgjithshëm i përjashtimit të marrëveshjeve vertikale që kanë të bëjnë me marrëveshjet jo – reciproke. Marrëveshje jo-reciproke janë ato që ndërsa një prodhues bëhet shpërndarës i produkteve të prodhuesit tjetër, i fundit nuk bëhet shpërndarës i produkteve të prodhuesit të parë.

28. Marrëveshjet jo-reciproke midis konkurrentëve konsiderohen ato ku :
    - ofruesi është një prodhues dhe shpërndarës produktesh, ndërsa blerësi është vetëm një shpërndarës dhe jo një prodhues i produkteve që konkurrojnë, ose
    - ofruesi është një sigurues i shërbimeve që veprojnë në disa nivele të tregëtisë, ndërsa blerësi nuk siguron shërbime që konkurrojnë në nivelin e tregtisë ku blihen shërbimet e kontraktuara.
29. Përjashtimi i dytë ka të bëjë me situatat e shpërndarjes së dyfishtë, d.m.th. prodhuesi i produkteve të veçanta është edhe shpërndarës i mallrave, duke konkurruar me shpërndarësit e pavarur të mallrave të tij. Një shpërndarës që siguron specifikime për një prodhues, për të prodhuar mallra të veçanta sipas emrit të markës së shpërndarësit, nuk duhet të konsiderohet një prodhues i mallrave të tilla të markës së vet.
30. Përjashtimi i tretë mbulon situata të ngjashme të shpërndarjes së dyfishtë, por në këtë rast për shërbimet, kur ofruesi është gjithashtu një sigurues i shërbimeve në nivelin e blerësit.

(iii) Shoqatat e shitësve me pakicë

31. Udhëzimi përfshin marrëveshjet vertikale të lidhura nga një shoqatë e ndërmarrjeve, që plotësojnë kushte të caktuara dhe në këtë mënyrë përjashton marrëveshjet vertikale të përfunduara nga të gjithë shoqatat e tjera. Marrëveshjet vertikale të lidhura midis një shoqate dhe anëtarëve të saj, ose midis një shoqate dhe ofruesve të saj, janë objekt i udhëzimit vetëm nëse të gjithë anëtarët janë shitës me pakicë të mallrave (jo të shërbimeve). Shitësit me pakicë janë shpërndarës që rishesin mallra tek konsumatorët përfundimtarë.
32. Një shoqatë e ndërmarrjeve mund të përfshijë të dyja llojet e marrëveshjeve, si horizontale dhe ato vertikale. Marrëveshjet horizontale vlerësohen në përputhje me Udhëzimin "Për vlerësimin e marrëveshjeve horizontale". Ndërsa, për marrëveshjet vertikale, të përfunduara nga shoqata me ofruesit e saj, ose anëtarët e saj individualë do të jetë i nevojshëm për tu analizuar më tej, vetëm nëse ky vlerësim çon në konkluzionin që një bashkëpunim midis ndërmarrjeve në fushën e blerjes ose shitjes është i pranueshëm. Për shembull, marrëveshjet horizontale të lidhura midis anëtarëve të shoqatës ose vendimet e miratuara nga shoqata, të tilla si vendimi për t'u kërkuar anëtarëve për të blerë nga shoqata ose vendimi për t'u caktuar territore ekskluzive anëtarëve, duhet të vlerësohen së pari si marrëveshje horizontale. Vetëm nëse ky vlerësim është pozitiv, ai bëhet i përshtatshëm për të vlerësuar marrëveshjet vertikale midis shoqatës dhe anëtarëve individualë ose midis shoqatës dhe ofruesve.

(iv) Marrëveshjet vertikale që përmbajnë dispozita ligjore për të drejtat e pronësisë intelektuale (DPI)

33. Marrëveshjet për DPI-së duhet të plotësojnë pesë kushte:
    1. Dispozitat ligjore të DPI-së duhet të jenë pjesë e një marrëveshjeje vertikale, d.m.th. një marrëveshjeje me kushte sipas të cilave palët mund të blejnë, shesin ose rishesin produkte të caktuara;
    2. DPI duhet t'i caktohet blerësit, ose për përdorim nga blerësi;
    3. Dispozitat ligjore të DPI-së nuk duhet të përbëjnë objektin kryesor të marrëveshjes;
    4. Dispozitat ligjore të DPI-së duhet të jenë në mënyrë të drejtpërdrejtë të lidhura me përdorimin, shitjen ose rishitjen e produkteve nga blerësi ose klientët e tij.
    5. Dispozitat ligjore të DPI-së, në lidhje me produktet e kontraktuara, nuk duhet të përmbajnë kufizime të konkurrencës.
34. Kufizimet që kanë të bëjnë me transferimin ose përdorimin e DPI-së janë objekt i udhëzimit, kur objekti kryesor i marrëveshjes është blerja ose shpërndarja e produkteve.
35. *Kushti i parë* bën të qartë që konteksti në të cilin DPI-të sigurohen është një marrëveshje për të blerë ose shpërndarë mallra, ose një marrëveshje për të blerë ose siguruar shërbime, dhe jo një marrëveshje që ka të bëjë me transferimin ose me liçensimin e DPI-së për prodhimin e mallrave, dhe as një marrëveshje e pastër liçensimi. Nuk përjashtohen :

(i). marrëveshjet ku një palë pajis një palë tjetër me një recetë dhe liçenson palën tjetër për të prodhuar një pije me këtë recetë;

(ii). marrëveshjet sipas të cilave një palë pajis një palë tjetër me një model ose ekzemplar kryesor dhe liçenson palën tjetër për të prodhuar dhe shpërndarë ekzemplarët;

(iii). liçensa e pastër e një marke fabrike ose nënshkrimi për qëllimet e tregtimit;

(iv). kontratat që kanë të bëjnë me të drejtën për t'i bërë reklamë vetes sikur janë një sponsor zyrtar i një ngjarje;

(v). liçensimi i së drejtës së autorit të tilla si kontratat e transmetimit që kanë të bëjnë me të drejtën për të regjistruar dhe/ose të drejtën për të transmetuar një ngjarje.

36. *Kushti i dytë* bën të qartë, që përjashtimi nuk zbatohet kur DPI-të sigurohen nga blerësi tek ofruesi, dhe nuk ka rëndësi nëse DPI-të kanë të bëjnë me mënyrën e prodhimit ose të shpërndarjes. Një marrëveshje lidhur me transferimin e DPI-ve tek ofruesi dhe që përmban kufizime të mundshme për shitjet e bëra nga ofruesi, nuk është objekt i këtij udhëzimi. Në veçanti, kjo nënkupton që nën-kontraktimi, i cili përfshin transferimin e njohurisë tek një nën-kontraktor, nuk është objekt i këtij udhëzimi. Megjithatë, marrëveshjet vertikale sipas të cilave blerësi siguron vetëm specifikime për ofruesin, të cilat përshkruajnë mallrat ose shërbimet për t'u ofruar, janë objekt i udhëzimit.

37. *Kushti i tretë*, bën të qartë që objekti kryesor i marrëveshjes, nuk duhet të jetë transferimi ose liçensimi i DPI-së. Objekti kryesor duhet të jetë blerja ose shpërndarja e produkteve dhe dispozitat ligjore të DPI-së,duhet t'i shërbejnë zbatimit të marrëveshjeve vertikale.

38. *Kushti i katërt,* kërkon që dispozitat ligjore të DPI-së të lehtësojnë përdorimin, shitjen ose rishitjen e produkteve nga blerësi ose klientët e tij. Produktet për përdorimin ose rishitjen janë zakonisht të ofruara nga liçensuesi, por gjithashtu mund të blihen nga personi i pajisur me liçensë nga një ofrues i tretë. Dispozitat ligjore të DPI-së normalisht kanë të bëjnë me marketingun e produkteve. P.sh. një marrëveshje franshize, ku franshiz – dhënësi i shet personit të pajisur me franshizë mallra për rishitje dhe veç kësaj liçenson personin e pajisur me franshizë për të përdorur markën e tij të fabrikës dhe njohuritë për të shitur mallra. Gjithashtu, është dhe rasti ku ofruesi i një ekstrakti të përqendruar, liçenson blerësin për ta holluar dhe futur në shishe ekstraktin përpara se ta shesë atë si një pije.

39. *Kushti i pestë* do të thotë që dispozitat ligjore të DPI-së, nuk duhet të kenë të njëjtin objekt ose pasojë që përbën objekt të nenit 4 të Ligjit.

40. Të drejtat e pronësisë intelektuale, konsiderohen se i shërbejnë zbatimit të marrëveshjeve vertikale, nëpërmjet tre fushave kryesore: Marka e fabrikës, E drejta e autorit dhe Njohuritë.

Marka e fabrikës

41. Një liçensë e markës së fabrikës për një shpërndarës mund të jetë e lidhur me shpërndarjen e produkteve të liçensuesit në një territor të veçantë. Nëse është një liçensë ekskluzive, marrëveshja është e njëjtë me shpërndarjen ekskluzive.

E drejta e autorit

42. Rishitësit e mallrave (libra, programe, etj) mund të jenë të detyruar nga mbajtësi i së drejtës së autorit vetëm për të rishitur, sipas kushtit që blerësi, apo dhe një tjetër rishitës ose përdorues final, nuk duhet të cenojë të drejtën e autorit.

43. Marrëveshjet, sipas të cilave kopje të sofwareve, ofrohen për rishitje dhe ku rishitësi nuk ka një liçensë për çdo të drejtë mbi këtë software, por vetëm ka të drejtën për të rishitur këto kopje, konsiderohen si marrëveshje për ofrimin e mallrave për rishitje. Sipas kësaj forme të shpërndarjes, liçensa e software zë vend vetëm midis pronarit të së drejtës së autorit dhe përdoruesit të softwar-it. Blerësit e pajisjeve, që përfshijnë këto software të mbrojtura nga e drejta e autorit, mund të jenë të detyruar nga mbajtësi i së drejtës së autorit, të mos shkelin të drejtën e autorit, për shembull të mos bëjnë kopje dhe të rishesin softwarin, ose të mos bëjnë kopje dhe të përdorin softwarin në kombinim me një pajisje tjetër.

Njohuria

44. Marrëveshjet e franshizës, me përjashtim të marrëveshjeve industriale të franshizës, janë shembulli më i qartë ku njohuritë për qëllimet e marketingut (reklamat, shitjet) i janë dhënë blerësit. Marrëveshjet e franshizës përmbajnë liçensa të të drejtave të pronësisë intelektuale lidhur me markat e fabrikës ose shenjave dhe njohurive për përdorim dhe shpërndarjen e mallrave ose furnizimit të shërbimeve. Veç liçensës së DPI-së, franshiz-dhënësi zakonisht i jep franshiz-marrësit ndihmë tregtare ose teknike, të tilla si shërbimet e prokurimeve, trainimi, këshilla për pasurinë e patundshme, planifikimi financiar etj, për aq kohë sa zgjat marrëveshja.

45. Këto marrëveshje të franshizës përjashtohen nëse të pesë kushtet e listuara më sipër janë përmbushur. Ky rast, si në shumë marrëveshje të franshizës, duke përfshirë marrëveshjet kryesore të franshizës, franshiz-dhënësi siguron produkte, në veçanti shërbime ndihmëse tregtare ose teknike, për franshiz-marrësin. DPI-të ndihmojnë franshiz-marrësin për të rishitur produktet e ofruara nga franshiz-dhënësi ose nga një ofrues i caktuar nga franshiz-dhënësi ose për t'i përdorur ato produkte dhe për të shitur produktet që rezultojnë nga ky përdorim. Kur marrëveshja e franshizës, vetëm ose kryesisht ka të bëjë me liçensimin e DPI-ve, nuk përjashtohen, por do të trajtohen në një mënyrë të ngjashme me ato marrëveshje të franshizës që përjashtohen.

46. Detyrimet e mëposhtme të lidhura me DPI-të konsiderohen si të nevojshme për të mbrojtur të drejtat e pronësisë intelektuale të franshiz-dhënësit dhe përjashtohen:

    1. Detyrimi i franshiz-marrësit për të mos u angazhuar, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, në çdo biznes të ngjashëm;
    2. Detyrimi për franshiz-marrësin për të mos përvetësuar interesa financiare nga kapitali i një ndërmarrjeje që konkurron e tillë dhe që do t'i jepte franshiz-marrësit fuqinë për të ndikuar në sjelljen ekonomike të një ndërmarrjeje të tillë;
    3. Detyrimi për franshiz-marrësin për të mos i zbuluar palëve të treta njohurinë e siguruar nga franshiz-dhënësi, për aq kohë sa kjo njohuri nuk dihet nga publiku;
    4. Detyrimi i franshiz-marrësit për t'i komunikuar franshiz-dhënësit, çdo eksperiencë të fituar në përdorimin e franshizës dhe për tia dhënë atë dhe personave të tjerë të pajisur me franshizë, një liçensë jo-ekskluzive për njohurinë që përfton nga kjo eksperiencë;
    5. Detyrimi i franshiz-marrësit për të informuar franshiz-dhënësin për shkeljet e të drejtave të liçensuara të pronësisë intelektuale, për të ndërmarrë veprime ligjore kundrejt shkelësve ose për të ndihmuar franshiz-dhënësin në veprimet ligjore kundrejt shkelësve;
    6. Detyrimi i personit të pajisur me franshizë për të mos përdorur njohurinë e liçensuar nga franshiz-dhënësi për qëllime të tjera nga ajo e përdorimit të franshizës;
    7. Detyrimi i personit të pajisur me franshizë për të mos i dhënë të tretëve të drejtat dhe detyrimet sipas marrëveshjes së franshizës pa pëlqimin e franshiz-dhënësit.

IV. Kufizimet shumë të rënda sipas nenit 4 të ligjit

47. Të gjitha marrëveshjet vertikale, të cilat përmbajnë kufizime shumë të rënda, të listuara në nenin 4 të ligjit, konsiderohen marrëveshje të ndaluara, përjashtimi individual i të cilave është i pamundur.

48. Kufizimi shumë i rëndë i paraqitur në Nenin 4, pika 1, shkronja a, e ligjit ka të bëjë me mbajtjen e çmimit të rishitjes (MÇR), që do të thotë se ato marrëveshje ose praktika të bashkërenduara që kanë si objekt të tyre të drejtpërdrejtë ose të tërthortë vendosjen e një çmimi të fiksuar ose minimal të rishitjes ose të një niveli të fiksuar ose minimal çmimi për t'u vëzhguar nga blerësi, janë të ndaluara. Në rastin e dispozitave kontraktore ose praktikave të bashkërenduara, të cilat në mënyrë të drejtpërdrejtë vendosin çmimin e rishitjes, kufizimi është i qartë. Megjithatë, MÇR gjithashtu mund të arrihet me mënyra të tërthorta[80]. Mjetet

[80] Shembuj të tillë janë marrëveshjet që fiksojnë marxhinat e shpërndarjes, nivelin maksimal të uljes, të cilin shpërndarësi mund ta dhurojë nga një nivel çmimi i përshkruar, duke bërë dhuratë rabatet, ose rimbursime të kostove nxitëse nga ofruesi – vartës, kundrejt një niveli të dhënë çmimi, duke e lidhur çmimin e përshkruar të rishitjes me çmimet e rishitjes së konkurrentëve, kërcënimet, frikësimet, paralajmërimet, gjobat, shtyrje ose pezullim të shpërndarjeve ose zgjidhje (prishje) të kontratës në lidhje me respektimin e një niveli të dhënë çmimi.

e drejtpërdrejta ose të tërthorta të arritjes së caktimit të çmimit mund të bëhen më efektive, kur kombinohen me masa që shërbejnë për të identifikuar shpërndarësit e uljes së çmimit, të tillë si: zbatimi i një sistemi kontrolli të çmimit, ose detyrimi për shitësit me pakicë për të raportuar antarët e tjerë të rrjetit të shpërndarjes, që shmangen nga niveli standard i çmimit. Në mënyrë të ngjashme, caktimi i drejtpërdrejtë ose i tërthortë i çmimit mund të bëhet më efektiv, kur kombinohet me masa që mund të zvogëlojnë nxitjen e blerësit për të zvogëluar çmimin e rishitjes, i tillë si fiksimi i çmimit të rekomanduar të rishitjes për produktin nga ofruesi; ose kur ofruesi detyron blerësin të zbatojë dispozitën e klientit më të favorizuar. Të njëjta mënyra të tërthorta dhe të njëjtat masa "mbështetëse" mund të përdoren për të vendosur çmime maksimale ose të rekomanduara që funksionojnë si MÇR (çmimet maksimale ose të rekomanduara që funksionojnë si MÇR). Megjithatë, kushtet paraprake të një liste të çmimeve të rekomanduara, ose çmimeve maksimale nga ofruesi te blerësi, nuk konsiderohen në vetvete që çojnë në MÇR.

49. Në rastin e marrëveshjeve të agjencisë, çmimi i shitjeve vendoset nga porositësi, meqë agjenti nuk është pronari i mallrave. Një marrëveshje agjencie, do të ishte një objekt i Nenit 4 të ligjit, kur vendoset një detyrim që ndalon ose kufizon agjentin nga ndarja e komisionit të tij të fiksuar ose të ndryshueshëm me klientin. Agjenti duhet të lihet i lirë të ulë çmimin efektiv të paguar nga klienti pa zvogëluar të ardhurat për porositësin.

50. Ndalimi për të gjithë shpërndarësit për t'i shitur përdoruesve të fundit të caktuar, nuk klasifikohet si një kufizim shumë i rëndë, nëse ekziston një justifikim objektiv (i lidhur me produktin, i tillë si një ndalim i përgjithshëm për shitjen e substancave të rrezikshme klientëve të caktuar për arsye sigurie ose shëndetësore). Nuk klasifikohen si të rënda, as detyrimet për rishitësin lidhur me ekspozimin e emrit të markës së ofruesit.

51. Ka katër përjashtime për kufizimin shumë të rëndë të përcaktuar në nenin 4 të ligjit.

52. ***Përjashtimi i parë***, lejon një ofrues të kufizojë shitjet aktive nga blerësit e tij të drejtpërdrejtë në një territor, ose një grup klientësh që ka qenë ekskluzivisht i përcaktuar për një blerës tjetër, ose që ofruesi e ka rezervuar për veten e tij. Një territor ose grup klientësh është ekskluzivisht i përcaktuar, kur ofruesi pranon ti shesë produktin e tij, vetëm një shpërndarësi në një territor të veçantë ose te një grup klientësh të veçantë dhe shpërndarësi ekskluziv është i mbrojtur kundrejt shitjeve aktive në territorin e tij ose në grupin e tij të klientëve nga ofruesi dhe nga të gjithë blerësit e tjerë të ofruesit brenda territorit[81].

53. Me shitje "aktive" dhe "pasive" kuptohen:

(i). Shitjet "**aktive**" nënkuptojnë futjen në mënyrë aktive të klientëve individualë ose grupin e klientëve ekskluzivë brenda territorit ekskluziv të një shpërndarësi tjetër, për shembull me anë të postës ose kontaktimit të drejtpërdrejtë; ose futjen në mënyrë aktive të një grupi klientësh të veçantë në një territor specifik ekskluzivisht të caktuar për një shpërndarës tjetër, nëpërmjet reklamës në media ose nxitjeve të tjera të planifikuara në mënyrë specifike për atë grup klientësh ose të planifikuara për klientët e atij territori; ose vendosja e një magazine ose pikave shpërndarëse me pakice, në territorin ekskluziv të një shpërndarësi tjetër.

(ii). Shitjet **"pasive"** nënkuptojnë reagimin ndaj kërkesave të pa-kërkuara nga klientë individualë, duke përfshirë shpërndarjen e produkteve për klientë të tillë. Konsiderohen shitje pasive njoftimi ose reklama e përgjithshme në media, ose në Internet, që mbërrin tek klientët në territore ekskluzive të shpërndarësve të tjerë ose të grupeve të klientëve, por që është një mënyrë e arsyeshme për të mbërritur tek klientët jashtë atyre territoreve ose grupeve të klientëve, për shembull për të mbërritur tek klientët në territore jo-ekskluzive ose në territorin e tij.

54. Në përgjithësi, përdorimi i Internetit nuk është konsideruar një formë e shitjeve aktive në territore ose grupe klientësh të tillë, meqenëse është një mënyrë e arsyeshme për të mbërritur tek çdo klient. Nëse një klient viziton faqen e internetit (websiti) të një shpërndarësi dhe kontakton shpërndarësin dhe nëse një kontakt i tillë çon në një shitje, duke përfshirë një shpërndarje, atëherë ajo konsiderohet shitje pasive. Normalisht, gjuha e përdorur në faqen e internetit (websiti), nuk luan asnjë rol lidhur me të. Derisa një faqe e internetit

[81] Për shembull, ofruesit i lejohet të kombinojë përcaktimin e një territori ekskluziv dhe të një grupi klientësh ekskluzivë, duke caktuar një shpërndarës ekskluziv për një grup klientësh të veçantë në një territor të caktuar.

(websiti), nuk është planifikuar në mënyrë specifike për klientët, kryesisht brenda territorit ose grupit të klientëve të përcaktuar ekskluzivisht tek një shpërndarës tjetër[82] faqja e internetit nuk konsiderohet një formë e shitjes aktive. Megjithatë, mesazhet e pa-kërkuara nëpërmjet postës elektronike, dërguar klientëve individualë ose grupeve specifike të klientit konsiderohen shitje aktive. Njësoj veprohet edhe për shitjen me anë të katalogut.

55. Ekzistojnë tre përjashtime të tjera për kufizimin e dytë shumë të rëndë. Të tre përjashtimet lejojnë kufizimin e shitjeve aktive dhe pasive së bashku. Kështu, është e lejuar që të:
    (i). kufizohet shitësi me shumice që ti shes përdoruesit final;
    (ii). kufizohet shpërndarësi që ti shesë shpërndarësve të paautorizuar në një sistem përzgjedhës shpërndarjeje, në tregjet ku vepron një sistem i tillë, për çdo nivel tregtimi; dhe
    (iii). kufizohet blerësi i përbërësve që përdoren për inkorporim (trupëzim) që ti rishesë ato tek konkurrentët e ofruesit[83].

56. Kufizimi i rëndë i paraqitur në Nenin 4(c) të Ligjit, lidhet me kufizimin e shitjeve aktive ose pasive nga anëtarët e një rrjeti përzgjedhës shpërndarës, përdoruesve final, qoftë përdorues final profesionalë ose konsumatorë final. Kjo do të thotë që tregtarët në një sistem përzgjedhës shpërndarjeje, nuk mund të kufizohen nga përdoruesit ose agjentët blerës që veprojnë në emër të këtyre përdoruesve, të cilëve ata mund t'u shesin. Në një sistem përzgjedhës shpërndarjeje, tregtari duhet të jetë i lirë të reklamojë dhe të shesë me ndihmën e Internetit. Shpërndarja përzgjedhëse mund të kombinohet me shpërndarjen ekskluzive, me kusht që shitja aktive dhe pasive nuk kufizohet. Në këtë rast, ofruesi angazhohet të furnizojë vetëm një tregtar, ose një numër të kufizuar të tregtarëve në një territor të dhënë.

57. Veç kësaj, në rastin e shpërndarjes përzgjedhëse, kufizimet mund të vendosen mbi aftësinë e tregtarit për të përcaktuar vendndodhjen e ambienteve të tij të biznesit. Tregtarët e përzgjedhur mund të pengohen në aktivitetin e biznesit të tyre nga ekzistenca e ambienteve të ndryshme ose nga hapja e një **pike të re pakice** në një vendndodhje tjetër. Nëse pika e pakicës (tregu) së tregtarit është pikë ambulante (i lëvizshëm), mund të përcaktohet një zonë jashtë të cilës ky treg ambulant nuk mund veprojë.

58. Kufizimi shumë i rëndë i paraqitur në Nenin 4 të Ligjit ka të bëjë me kufizimin e furnizimeve të kryqëzuara midis shpërndarësve të caktuar brenda një sistemi përzgjedhës shpërndarjeje. Kjo do të thotë, që një marrëveshje ose praktikë e bashkërenduar mund të mos ketë si objekt të saj të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, të ndalojë ose kufizojë shitjen aktive dhe pasive të produkteve të kontraktuara midis shpërndarësve të përzgjedhur. Shpërndarësit e përzgjedhur duhet të jenë të lirë të blejnë produktet e kontraktuara nga shpërndarës të tjerë të caktuar brenda rrjetit, duke vepruar në nivele të njëjtë ose të ndryshëm të tregtisë. Kjo do të thotë që shpërndarja përzgjedhëse, nuk mund të jetë e kombinuar me kufizime vertikale që synojnë të detyrojnë shpërndarësit për të blerë produktet e kontraktuara vetëm nga një burim i dhënë për shembull, blerje ekskluzive. Gjithashtu, kjo do të thotë që brenda një rrjeti përzgjedhës shpërndarjeje, nuk mund të vendoset asnjë kufizim mbi grosistët (shitësit e shumicës) e caktuar, përsa i përket shitjeve të produktit të tyre tek shitës me pakicë të përcaktuar.

59. Kufizimi shumë i rëndë i paraqitur në Nenin 4 të Ligjit ka të bëjë me marrëveshjet që ndalojnë ose kufizojnë përdoruesit final, riparuesit e pavarur dhe siguruesit e shërbimeve nga marrja e pjesëve të ndërrimit në mënyrë të drejtpërdrejtë nga prodhuesi i këtyre pjesëve të ndërrimit. Një marrëveshje midis një prodhuesi të pjesëve të ndërrimit dhe një blerësi që inkorporon këto pjesë në produktet e tij , në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, mund të mos ndalojë ose kufizojë shitjet nga prodhuesi i këtyre pjesëve të ndërrimit tek përdoruesit final, riparuesve të pavarur ose siguruesve të shërbimit. Kufizimet e tërthorta mund të arrihen në veçanti kur ofruesi i pjesëve të ndërrimit është i kufizuar në furnizimin e

---

82 P.sh përdorimi i sloganeve publicitare ose lidhjeve në faqet e internetit të siguruesve, të vlefshme në mënyrë specifike vetëm për këto klientë të caktuar ekskluzivisht

83 Termi "përbërës" përfshin çdo mall të ndërmjetëm dhe termi "incorporim" i referohet përdorimit të çdo lënde të parë për të prodhuar mallra.

informacionit teknik dhe pajisjeve speciale që janë të nevojshme për përdorimin e pjesëve të ndërrimit nga përdoruesit, riparuesit e pavarur ose siguruesit e shërbimeve. Megjithatë, për furnizimin e pjesëve të ndërrimit, marrëveshja mund tu vendosë kufizime, riparuesve ose siguruesve të shërbimit, që janë ngarkuar nga prodhuesi i pajisjeve origjinale me riparimin ose shërbimin e mallrave të tij. Me fjalë të tjera, **prodhuesi i pajisjeve origjinale** mund të kërkojë riparimin dhe rrjetin e shërbimit të tij për të blerë pjesët e ndërrimit nga ai.

V. Kushtet për Përjashtim

60. *Përjashtimi i parë*, i parashikuar ka të bëjë me detyrimet jo-konkurruese. Detyrimet jo-konkurruese janë detyrime që kërkojnë që blerësi të blejë nga ofruesi, ose nga një ndërmarrje tjetër e përcaktuar nga ofruesi, më shumë se 80% të totalit të blerjeve të blerësit, gjatë vitit të mëparshëm, për mallrat dhe shërbimet e kontraktuara dhe zëvendësuesit e tyre, duke ndaluar në këtë mënyrë blerësin nga blerja e produkteve që konkurrojnë ose kufizojnë blerje të tilla në më pak se 20% të totalit të blerjeve. Nëse në përfundim të kontratës në vitin paraprirës, informacioni i blerjeve nuk është i përshtatshëm për blerësin, mund të përdoret vlerësimi më i mirë i totalit të kërkesave vjetore të blerësit. Detyrime të tilla jo-konkurruese nuk përjashtohen, kur kohëzgjatja e tyre është e pacaktuar ose kapërcen pesë vjet.

61. Megjithatë, detyrimet jo-konkurruese përjashtohen kur kohëzgjatja e tyre është e kufizuar deri në pesë vjet ose më pak, ose kur përtëritja përtej pesë vjetëve kërkon pëlqim të qartë të të dyja palëve dhe nuk ekziston asnjë pengesë që ndalon blerësin nga përfundimi në mënyrë efektive të detyrimit jo-konkurrues në fund të periudhës pesë vjeçare. Për shembull, nëse marrëveshja siguron për një periudhë pesëvjeçare detyrimin jo-konkurrues dhe ofruesi siguron një hua për blerësin, kthimi i parave të asaj huaje nuk duhet të pengojë blerësin nga përfundimi në mënyrë efektive i detyrimit jo-konkurrues në fund të periudhës pesë-vjeçare; kthimi i parave duhet të strukturohet në pjesë të barabarta ose zvogëluese dhe nuk duhet të tejkalojë kohën. Nëse blerësi ka akoma një borxh të lënë pezull në fund të detyrimit jo-konkurrues duhet të ketë mundësinë për të kthyer borxhin e mbetur. Në mënyrë të ngjashme, kur ofruesi pajis blerësin me pajisje që nuk është marrëdhënie-specifike, blerësi duhet të ketë mundësinë të marrë në dorëzim pajisjen në vlerën e aksioneve të tregut në fund të detyrimit jo-konkurrues.

62. Kufiri pesëvjeçar i kohëzgjatjes nuk zbatohet kur produktet janë rishitur nga blerësi "nga ambiente dhe toka të zotëruara nga ofruesi ose të marra me qera nga palë të treta që nuk lidhen me blerësin". Në raste të tilla, detyrimi jo-konkurrues mund të ketë të njëjtën kohëzgjatje sa periudha e mbajtjes së pikës së shitjes nga blerësi. Arsyeja për këtë përjashtim është se normalisht është e paarsyeshme të presësh që një ofrues të lejojë që produktet që konkurrojnë, të shiten nga ambiente dhe toka të zotëruara nga vetë ai pa lejen e tij**.** Strukturat artificiale të zotërimit të përcaktuara për të shmangur kufirin pesëvjeçar nuk mund të përfitojnë nga ky përjashtim.

63. *Përjashtimi i dytë* ka të bëjë me detyrimet jo-konkurruese pas afatit. Të tilla detyrime nuk përjashtohen, përveç se kur detyrimi është i domosdoshëm për të mbrojtur njohuritë e transferuara nga ofruesi tek blerësi. Njohuria duhet të jetë "thelbësore", që do të thotë "që njohuria përfshin informacionin që është i domosdoshëm për blerësin, për përdorimin, shitjen ose rishitjen e produkteve të kontraktuara".

64. *Përjashtimi i tretë*, ka të bëjë me shitjen e mallrave që konkurrojnë në një sistem përzgjedhës shpërndarjeje. Përjashtimi mbulon kombinimin e shpërndarjes përzgjedhëse me një detyrim jo – konkurrues, duke detyruar tregtarët për të mos rishitur markat që konkurrojnë. Megjithatë, nëse ofruesi pengon tregtarët e tij, të caktuar në mënyrë të drejtpërdrejtë, nga blerja e produkteve për rishitje nga ofrues specifikë që konkurrojnë, një detyrim i tillë nuk mund të përjashtohet. Arsyeja e këtij përjashtimi është shmangja e një situate me anë të së cilës një numër ofruesish që përdorin të njëjtin treg të shpërndarjes përzgjedhëse, ndalojnë një konkurrues specifik ose konkurrues të caktuar specifik, nga përdorimi i këtyre tregjeve për të shpërndarë produktet e tyre.

VI. Marrëveshjet që nuk përjashtohen

65. Marrëveshjet vertikale që nuk përjashtohen nuk supozohen të paligjshme, por analizohen rast pas rasti. Kur efektet e dukshme anti-konkurruese demonstrohen, ndërrmarjet mund të provojnë pretendimet e efiçencës dhe të shpjegojnë pse një sistem i caktuar shpërndarjeje ka mundësi të sjellë përfitime që janë në përputhje me kushtet për përjashtim.

VII. Njoftim pranë Autoritetit

66. Marrëveshjet vertikale mund të përfitojnë nga përjashtimi. Një ndërmarrje mund të njoftojë dhe Autoriteti mund të përjashtojë nga ndalimi marrëveshjen vertikale nëse të katër kushtet janë përmbushur. Një palë që njofton nuk është e detyruar të shpjegojë përse marrëveshja nuk u njoftua më herët dhe nuk do t'i mohohet përjashtimi prapaveprues thjesht, sepse nuk njoftoi më herët.

VIII. Mundësia për të qenë i ndashëm

67. Përjashtohen marrëveshjet vertikale, me kushtin që marrëveshja nuk duhet të përmbajë asnjë nga pikat e nenit 4 të Ligjit. Në qoftë se ka një ose më shumë kufizime shumë të rënda, e gjithë marrëveshja nuk përfton nga përjashtimi. Për kufizimet shumë të rënda, nuk ekziston mundësia për të qenë i ndashëm.

IX. Portofoli i produkteve i shpërndarë përmes të njëjtit sistem shpërndarës

68. Kur një ofrues duke patur parasysh pragun e pjesës së tregut, përdor të njëjtën marrëveshje shpërndarje për të shpërndarë disa produkte, një pjesë e tyre ose disa nga këto mund të përjashtohen ndërsa të tjerat mundet që jo. Në këtë atë rast, Përjashtimi zbatohet ndaj atyre produkteve, për të cilat janë plotësuar kushtet e zbatimit.

69. Në lidhje me produktet, të cilat nuk përjashtohen, zbatohen rregullat e zakonshme të konkurrencës, si më poshtë:
   - nuk ka përjashtim, por gjithashtu nuk ka as supozim të paligjshmërisë;
   - në qoftë se ka një shkelje të Nenit 4, mund të jepen rekomandime nëse ka rregullime të përshtatshme për të zgjidhur problemin e konkurrencës brenda sistemit ekzistues të shpërndarjes;
   - në qoftë se nuk ka rregullime të tilla të përshtatshme, ofruesit të interesuar do t'i duhet të bëjë marrëveshje të tjera shpërndarjeje.

X. Revokimi nga Përjashtimi

X.1 Procedura e prapësimit

70. Përjashtimi i dhënë mund të tërhiqet (prapësohet) në qoftë se një marrëveshje vertikale, e zbatuar nga ofruesit ose blerësit që konkurrojnë, përfshihet brenda fushës së zbatimit të Nenit 4 dhe nuk përmbush kushtet për përjashtim. Kjo mund të ndodhë kur një ofrues, ose një blerës në rastin e marrëveshjeve të furnizimit ekskluziv, duke mbajtur një pjesë tregu që nuk kapërcen 30%, hyn në një marrëveshje vertikale, e cila nuk kompenson dëmin që i shkakton konkurrencës. Veçanërisht, ky rast mund ndodhë në lidhje me shpërndarjen e mallrave tek konsumatorët final, të cilët shpesh janë në një pozitë shumë më të dobët sesa blerësit profesionistë të mallrave të ndërmjetme. Në rastin e shitjeve tek konsumatorët final, disavantazhet e shkaktuara nga një marrëveshje vertikale mund të kenë një ndikim më të fortë se në një rast që ka të bëjë me shitjen dhe blerjen e mallrave të ndërmjetme.

71. Kushtet për një përjashtim mund të mos jenë të përmbushura, në veçanti kur hyrja në tregun përkatës ose konkurrenca brenda tij kufizohet ndjeshëm nga efekti (cumulativ) grumbullues apo plotësues i rrjeteve paralele të marrëveshjeve vertikale të ngjashme, të praktikuara nga ofrues ose blerës konkurrues. Rrjetet paralele të marrëveshjeve vertikale duhet të konsiderohen si të ngjashme në qoftë se ato përmbajnë kufizime që prodhojnë

efekte të ngjashme në treg Një situatë e tillë mund të duket për shembull, kur në një treg të dhënë, ofrues të caktuar praktikojnë thjesht shpërndarjen përzgjedhëse cilësore, ndërsa ofrues të tjerë praktikojnë shpërndarjen përzgjedhëse sasiore. Në rrethana të tilla, vlerësimi duhet të marrë parasysh efektet anti-konkurruese të shkaktuara nga secili rrjet individual i marrëveshjeve. Atje ku është e përshtatshme, revokimi mund të ketë të bëjë vetëm me kufizimet sasiore të vendosura mbi numrin e shpërndarësve të autorizuar. Në disa raste revokim përfshin situatat ku blerësi, për shembull, në kontekstin e ofertës ekskluzive ose shpërndarjes ekskluzive, ka fuqi tregu të ndjeshme në tregun përkatës të rrjedhës së poshtme, ku ai rishet mallrat ose siguron shërbimet.

72. Revokimi mund të ketë vetëm efekt *ex nunc*, që do të thotë se statusi përjashtues i marrëveshjeve në fjalë, nuk do të preket deri në datën në të cilën revokimi bëhet efektiv.

Moszbatimi i Përjashtimit të parashikuar në ligj

73. Neni 48 i ligjit ngarkon me përgjegjësi Autoritetin, që të përjashtojë një marrëveshje vertikale, e cila plotëson kushtet për përjashtim . Në çdo rast prapësimi i përfitimit nga përjashtimi i parashikuar, bëhet vetëm me Vendim të Komisionit. Ky udhëzues përfshin miratimin edhe të një vendimi të Komisionit, për një rast individual që vendos një shkelje të nenit 4 nga një ndërmarrje individuale.

74. Për qëllimin e llogaritjes të pjesës së tregut, duhet të merret parasysh çdo rrjet individual i marrëveshjeve vertikale që përmban kufizime ose kombinime kufizimesh që prodhojnë efekte të ngjashme në treg.

75. Ky udhëzim duhet të paraqesë qartë qëllimin e tij. Së pari, kjo do të thotë, që Autoriteti duhet të përcaktojë tregun përkatës të produktit dhe atë gjeografik dhe së dyti, që ai duhet të identifikojë tipin e kufizimit vertikal në lidhje me të cilin përjashtimi nuk do të zbatohet më. Për shembull, ndërsa të gjitha rrjetet paralele të marrëveshjeve të tipit markë e vetme duhet të merren parasysh për shkak të vendosjes së pjesës prej 50% të mbulimit të tregut, Autoriteti mund, megjithatë, të kufizojë qëllimin e moszbatimit të udhëzimit vetëm ndaj detyrimeve jo-konkurruese që kapërcejnë një kohëzgjatje të caktuar. Kështu, marrëveshjet e një kohëzgjatjeje më të shkurtër ose e një natyre më pak kufizuese mund të lihen të paprekura, duke i konsideruar në një shkallë më të vogël të përjashtimit që iu ngarkohet kufizimeve të tilla. Në mënyrë të ngjashme, kur në një treg të veçantë, shpërndarja përzgjedhëse praktikohet në kombinim me kufizime shtesë të tilla si detyrimi jo-konkurrues ose detyrime sasiore mbi blerësin, moszbatimi mund të ketë të bëjë vetëm me këto kufizime të tilla shtesë. Atje ku është e përshtatshme, Autoriteti mund të sigurojë drejtimin, duke specifikuar nivelin e pjesës së tregut, i cili në kontekstin e tregut specifik mund të konsiderohet si i pamjaftueshëm për të sjellë një kontribut domethënës nga një ndërmarrje individuale tek efekti grumbullues.

XI. PËRKUFIZIMI I TREGUT DHE ÇËSHTJET E LLOGARITJES SË PJESËS SË TREGUT

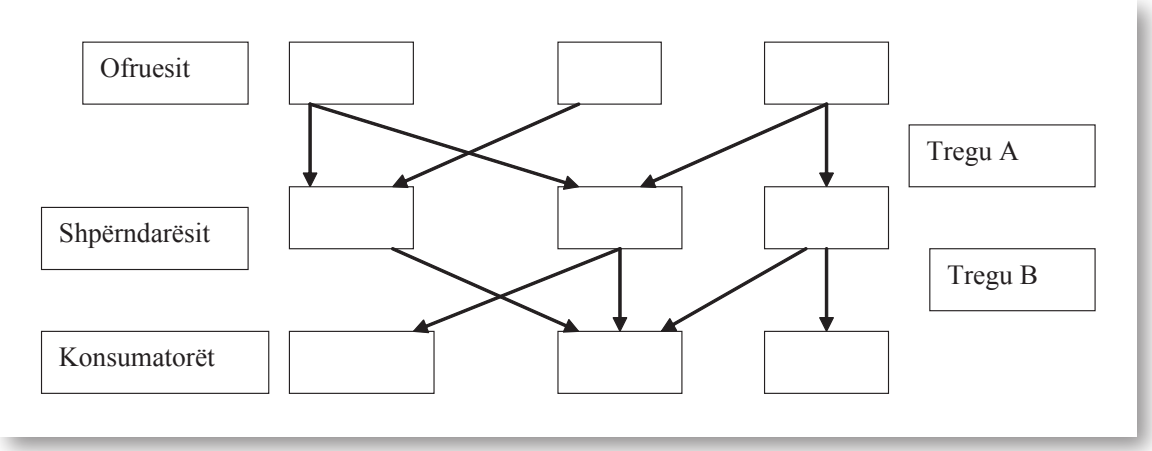
XI.1. Tregu përkatës për llogaritjen e pragut 30%- të pjesës së tregut

76. Në zbatim të ligjit, në përgjithësi është pjesa e tregut të ofruesit, vendimtare për zbatimin e përjashtimit të një kufizimi vertikal. Në rastin e marrëveshjeve vertikale të përfunduara midis një shoqate të shitësve me pakicë dhe anëtarëve individualë, shoqata është ofruesi dhe kërkohet të merret parasysh pjesa e saj e tregut si një ofrues. Vetëm në rastin e furnizimit ekskluziv merret parasysh pjesa e tregut të blerësit, dhe vetëm ajo pjesë tregu, që është vendimtare për zbatimin e vendimit për përjashtim.

77. Me qëllim për të llogaritur pjesën e tregut, është e nevojshme të përcaktohet tregu përkatës. Për këtë, duhet të përcaktohet tregu përkatës i produktit dhe tregu përkatës gjeografik.

78. Pjesa e tregut të ofruesit është pjesa e tij në tregun përkatës të produktit dhe atë gjeografik, në të cilin ai u shet blerësve të tij. Tregu i produktit varet në radhë të parë nga aftësia për të qenë i zëvendësueshëm nga perspektiva e blerësit. Kur produkti i ofruar është i përdorur si lëndë e parë, për të prodhuar produkte të tjera dhe në përgjithësi nuk është i njohur në produktin e fundit, tregu i produktit normalisht kufizohet nga preferencat e blerësit

të drejtpërdrejtë. Zakonisht kufizimet vertikale të pranuara midis ofruesit dhe blerësit të lëndëve të para, lidhen vetëm me shitjen dhe blerjen e produktit të ndërmjetëm dhe jo me shitjen e produktit përfundimtar. Në rastin e shpërndarjes së produkteve përfundimtare, se çfarë janë zëvendësuese për blerësit e drejtpërdrejtë, normalisht do të ndikohet ose përcaktohet nga preferencat e konsumatorëve përfundimtarë. Një shpërndarës, si rishitës, nuk mund të mos marrë parasysh preferencat e konsumatorëve përfundimtarë, kur ai blen mallra përfundimtare. Veç kësaj, në nivelin e shpërndarjes, kufizimet vertikale zakonisht kanë të bëjnë jo vetëm me shitjen e produkteve midis ofruesit dhe blerësit, por gjithashtu edhe rishitjen e tyre. Atje ku ofruesit në përgjithësi shesin një bashkësi produktesh, tërësia e bashkësisë mund të përcaktojë tregun e produktit, kur tërësia e produkteve dhe jo produktet individuale konsiderohen si zëvendësuese nga blerësit. Në rastin e furnizimit ekskluziv, pjesa e tregut e blerësit është pjesa e të gjitha blerjeve të tij në tregun e përkatës të blerjes. Në shembullin e mëposhtëm, ky është tregu A.



79. Kur një marrëveshje vertikale përfshin tre palë, ku secila vepron në një nivel të ndryshëm të tregut, pjesët e tyre të tregut do të jenë poshtë pragut të pjesës së tregut prej 30% në të dyja nivelet me qëllim për të përfituar nga përjashtimi. Nëse për shembull, në një marrëveshje midis një prodhuesi, një grosisti (shitës shumice) (ose shoqate të shitësve me pakicë) dhe një shitësi me pakicë, është pranuar një detyrim jo-konkurrues, atëherë pjesa e tregut e të dyve, e prodhuesit dhe e shitësit me shumicë (ose shoqatës së shitësve me pakicë) nuk duhet të kapërcejë 30% me qëllim për të përfituar nga përjashtimi.

80. Kur një ofrues i prodhon të dyja, pajisje origjinale dhe pjesë riparimi ose zëvendësimi për këto pajisje, ofruesi shpesh do të jetë ofruesi i vetëm ose më i madh i tregut për pjesët e riparimit dhe zëvendësimit. Kjo gjithashtu mund të shfaqet atje ku ofruesi (ofruesi PPO) nënkontrakton prodhimin e pjesëve të riparimit ose zëvendësuesve. Tregu përkatës për përjashtimin, mund të jetë tregu i pajisjeve origjinale që përfshin pjesët e ndërrimit ose një treg i ndarë i pajisjeve origjinale dhe tregu sekondar që varet nga rrethanat e rastit, të tilla si efektet e kufizimeve të përfshira, jetëgjatësia e pajisjes dhe rëndësia e kostove të riparimit ose zëvendësimit.

81. Kur marrëveshja vertikale, veç ofrimit të produkteve të kontratës, përmban dispozitat e të Drejtës së Pronësisë Intelektuale (DPI) – të tilla si një dispozitë që ka të bëjë me përdorimin e markës së fabrikës së ofruesit – që ndihmojnë blerësin të shesë mallrat e kontratës, pjesa e tregut e ofruesit në tregun ku ai shet mallrat e kontratës është vendimtare për zbatimin e Përjashtimit. Atje ku franshiz-dhënësi nuk ofron mallra për t'u rishitur por siguron një pako shërbimesh të kombinuara me dispozitat e DPI që së bashku formojnë metodën e biznesit të franshizuar, franshiz-dhënësi duhet të marrë parasysh pjesën e tij të tregut si një sigurues i një metode biznesi. Për atë qëllim, franshiz-dhënësi duhet të llogarisë pjesën e tij të tregut, në tregun ku metoda e biznesit është përdorur, që është tregu ku franshiz-marrësit përdorin metodën e biznesit për t'u siguruar produkte përdoruesve përfundimtarë. Franshiz-dhënësi

duhet të bazojë pjesën e tij të tregut në vlerën e produkteve të ofruara nga franshiz-marrësit e tij në këtë treg. Në një treg të tillë konkurruesit mund të jenë sigurues të metodave të tjera të biznesit të franshizuar por gjithashtu edhe ofrues të produkteve të afta për t'u zëvendësuar që nuk përdorin franshizën. Për shembull, pa paragjykuar përkufizimin ndaj një tregu të tillë, nëse do të ishte një treg për shërbime të ushqimit të çastit (fast-food), një franshiz-dhënës që vepron në një treg të tillë do t'i duhej të llogariste pjesën e tij të tregut në bazë të **numrit** të shitjeve të franshiz-marrësve të tij në këtë treg. Nëse franshiz-dhënësi, veç metodës së biznesit, gjithashtu ofron ushqime të caktuara, të tilla si mish dhe erëza, atëherë franshiz-dhënësi gjithashtu duhet të llogarisë pjesën e tij të tregut, në tregun ku shiten këto mallra.

XI.2 Tregu i përkatës për vlerësim individual

82. Përveç tregut përkatës të përkufizuar, mund të nevojitet të hetohen tregje shtesë. Një marrëveshje vertikale mund të mos ketë efekte vetëm mbi tregun midis ofruesit dhe blerësit, por gjithashtu mund të ketë efekte në tregjet e rrjedhës së poshtme. Për një vlerësim individual të marrëveshjes vertikale, tregjet përkatëse në çdo nivel të tregtisë të ndikuara nga kufizimet e përmbajtura në marrëveshje do të shqyrtohen:

83. Për "*produkte të ndërmjetme*" që janë të inkorporuar nga blerësi në vetë produktet e tij, kufizimet vertikale në përgjithësi kanë efekte vetëm në tregun midis ofruesit dhe blerësit. Një detyrim jo-konkurrues, për shembull, i imponuar mbi blerësin, mund të përjashtojë ofruesit e tjerë, por nuk do të çojë në zvogëlim të konkurrencës, në dyqanet e rrjedhës së poshtme. Megjithatë, në rastet e ofrimit ekskluziv, pozicioni i blerësit në tregun e tij në rrjedhjen e poshtme, është gjithashtu i përshtatshëm, sepse sjellja përjashtuese e blerësit mund të ketë vetëm efekte të dukshme negative, nëse ai ka fuqi tregu në tregun e rrjedhjes së poshtme.

84. Për "*produktet përfundimtare",* një analizë e kufizuar ndaj tregut midis ofruesit dhe blerësit nuk është e mjaftueshme, meqenëse kufizimet vertikale mund të kenë efekte negative të konkurrencës në ulje ndërmjet markave, dhe/ose ndërmjet shpërndarësve të së njëjtës markë në tregun e rishitjes, domethënë në tregun në rrjedhën e poshtme të blerësit. Për shembull, shpërndarja ekskluzive mund të mos çojë vetëm në efekte përjashtuese në tregun midis ofruesit dhe blerësit, por mbi të gjitha mund të çojë në konkurrencë më të vogël ndërmjet shpërndarësve të së njëjtës markë në territoret e rishitjes së shpërndarësve. Në mënyrë të veçantë, tregu i rishitjes është i rëndësishëm, nëse blerësi është një shitës pakice që shet tek konsumatorët përfundimtarë. Një detyrim jo-konkurrues i pranuar midis një prodhuesi dhe një shitësi shumice mund të përjashtojë këtë shitës shumice ndaj prodhuesve të tjerë, por një humbje e konkurrencës së pritshme nuk ka shumë mundësi të ndodhë në nivelin e shitjes me shumicë. Megjithatë, e njëjta marrëveshje e përfunduar me një shitës pakice mund të shkaktojë këtë humbje të shtuar të konkurrencës së pritshme ndërmjet markave në tregun e rishitjes.

85. Në rastet e vlerësimit individual të një "**shërbimi pas shitjes**", tregu përkatës mund të jetë tregu i pajisjeve origjinale ose **shërbimi pas shitjes** që varet nga rrethanat e rastit. Në ndonjë ngjarje, situata mbi një "**shërbim pas shitjes"** të ndarë do të vlerësohet duke marrë parasysh situatën mbi tregun e pajisjeve origjinale. Një pozitë më pak domethënëse mbi tregun e pajisjeve origjinale, normalisht do të zvogëlojë efektet e mundshme anti-konkurruese mbi **shërbimin pas shitjes**.

XI.3. Llogaritja e pjesës së tregut

86. Llogaritja e pjesës së tregut, duhet të bazohet në parimin mbi **një tregues** vlere. Në mungesë të këtyre **treguesve të vlerës duhen të bëhen l**logaritje të tjera, të cilat mund të bazohen në një informacion të besueshëm tregu, të tillë si të **treguesit** mbi volumin.

87. Në rastin e shpërndarjes së dyfishtë të mallrave përfundimtare, domethënë kur një prodhues i mallrave përfundimtare vepron si një shpërndarës në treg, përkufizimi i tregut dhe llogaritja e pjesës së tregut duhet të përfshijnë produktet e shitura nga prodhuesi dhe prodhuesit që konkurrojnë nëpërmjet shpërndarësve dhe agjentëve të tyre të integruar.

XII. POLITIKA E ZBATIMIT NË RASTET INVIDUALE

88. Kufizimet vertikale në përgjithësi janë më pak të dëmshme se kufizimet horizontale, për faktin se ky i fundit mund të ketë të bëjë me një marrëveshje ndërmjet konkurrentëve, që prodhojnë produkte të njëjta ose të zëvendësueshme. Në marrëdhënie të tilla horizontale, ushtrimi i fuqisë së tregut nga një ndërmarrje (çmim më i lartë i produktit të tij) mund t'i sjellë dobi konkurrentëve të tij. Kjo mund të sigurojë një nxitje për konkurrentët për të nxitur njëri tjetrin për t'u sjellë në mënyrë anti-konkurruese. Në marrëdhëniet vertikale produkti i njërit është lëndë e parë për tjetrin. Kjo do të thotë që ushtrimi i fuqisë së tregut nga çdo ndërmarrje në rrjedhën e sipërme ose në rrjedhën e poshtme, normalisht do të dëmtonte kërkesën për produktin e tjetrit. Ndërmarrjet e përfshira në marrëveshje kanë në përgjithësi një nxitje për të penguar ushtrimin e fuqisë së tregut nga të tjerët.

89. Ky karakter "vetë kufizues" nuk duhet të jetë i mbivlerësuar. Kur një ndërmarrje nuk ka fuqi tregu, ajo vetëm mund të përpiqet të rrisë përfitimet e saj, me ose pa ndihmën e kufizimeve vertikale, me anë të **optimizimit** të proceseve të veta të prodhimit dhe shpërndarjes. Gjithashtu, kur një ndërmarrje ka një fuqi tregu, ajo mund të përpiqet të rrisë fitimet e saj në kurriz të konkurrentëve të saj të drejtpërdrejtë, duke rritur kostot e tyre në kurriz të blerësve të saj dhe përfundimisht në kurriz të konsumatorëve, duke u përpjekur për të përvetësuar një pjesë të tepricës së tyre. Kjo mund të ndodhë kur ndërmarrja në rrjedhën e sipërme dhe në rrjedhën e poshtme ndan fitimet e tepërta (mbi fitimet) ose kur një nga ato të dyja përdor kufizimet vertikale për të përvetësuar të gjitha fitimet e tepërta.

1. ANALIZA

1.1. Efektet negative të kufizimeve vertikale

90. Efektet negative në treg, që mund të rezultojnë nga kufizimet vertikale të cilat synon t'i ndalojë Legjislacioni i Konkurrencës, Ligji Nr. 9121, datë 28.7.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" janë si më poshtë:
    - Përjashtimi i ofruesve të tjerë ose të blerësve të tjerë me anë të shtimit të pengesave të hyrjes;
    - Zvogëlimi i konkurrencës ndërmjet markave, ndërmjet ndërmarrjeve që operojnë në një treg, duke përfshirë lehtësimin e marrëveshjes së fshehtë ndërmjet ofruesve ose blerësve;
    - Zvogëlimi i konkurrencës brenda markës, ndërmjet shpërndarësve të së njëjtës markë;
    - Krijimi i pengesave për integrimin e tregut,duke përfshirë mbi të gjitha kufizimet mbi lirinë e konsumatorëve për të blerë produkte në çdo treg që ata mund të zgjedhin.

91. Efekte të tilla negative mund të rezultojnë nga kufizime të ndryshme vertikale. Marrëveshjet që janë të ndryshme në formë mund të kenë të njëjtin ndikim mbi konkurrencën. Për të analizuar këto efekte të mundshme negative është e përshtatshme të ndahen kufizimet vertikale në katër grupe;
    - Grupi i markës së vetme;
    - Grupi i shpërndarjes së kufizuar;
    - Grupi i mbajtjes së çmimit të rishitjes;
    - Grupi i copëtimit të tregut.

92. Kufizimet vertikale brenda secilit grup, kanë efekte të ngjashme negative mbi konkurrencën në një masë të madhe.

Grupi i markës së vetme

93. Nën titullin "*markë e vetme*" përfshihen ato marrëveshje që kanë si element të tyre kryesor një tip të veçantë produkti. Ky përbërës mund të gjendet ndër të tjera, në detyrimin jo –

konkurrues dhe detyrimin sasior mbi blerësin, ku një skemë detyrimi ose nxitjeje e pranuar ndërmjet ofruesit dhe blerësit bën që ky i fundit të blejë për të mbuluar nevojat e tij për një produkt të veçantë edhe zëvendësuesit e tij, vetëm ose kryesisht nga një ofrues. I njëjti përbërës mund të gjendet në një shitje të lidhur, ku një skemë detyrimi ose nxitjeje lidhet me një produkt që blerësit i është kërkuar ta blejë me kusht për blerjen e një produkti tjetër të dallueshëm. Produkti i parë referohet si produkt i lidhur dhe i dyti referohet produkt lidhës.

94. Ekzistojnë katër efekte kryesore negative mbi konkurrencën:

1) ofruesit e tjerë në atë treg, nuk mund t'u shesin blerësve të veçantë dhe kjo mund të çojë në përjashtimin e tregut, ose në rastin e shitjes së lidhur në përjashtimin e tregut për produktin e lidhur;

2) i bën pjesët e tregut më të ngurta dhe kjo mund të ndihmojë marrëveshjen e fshehtë kur zbatohet nga disa ofrues;

3) për sa i përket shpërndarjes të mallrave përfundimtare, shitësit me pakicë shesin vetëm një markë dhe prandaj nuk do të ketë konkurrencë ndërmjet markave në dyqanet e tyre ; dhe

4) në rastin e një shitjeje të lidhur, blerësi mund të paguajë një çmim më të lartë për produktin e lidhur, se sa ai do të dëshironte. Të gjitha këto efekte mund të çojnë në një zvogëlim të konkurrencës ndërmjet markave.

95. Zvogëlimi i konkurrencës ndërmjet markës, mund të lehtësohet nga një konkurrencë e fortë fillestare ndërmjet ofruesve për të arritur marrëveshjen e markës së vetme, por sa më e madhe të jetë kohëzgjatja e detyrimit jo-konkurrues, aq më tepër ka të ngjarë që ky efekt të mos jetë aq i fortë, për të kompensuar zvogëlimin e konkurrencës ndërmjet markës.

Grupi i shpërndarjes së kufizuar

96. Nën titullin "*shpërndarje e kufizuar*" përfshihen ato marrëveshje, të cilat kanë si element të tyre kryesor, faktin se prodhuesi i shet vetëm një blerësi, ose një numri të kufizuar blerësish. Kjo mund të kufizojë numrin e blerësve për një territor të veçantë ose për një grup klientësh ose për përzgjedhjen e një lloji të veçantë blerësish. Ky element mund të gjendet ndërmjet të tjerave në:

1 *Shpërndarjen ekskluzive* dhe caktimin e klientëve ekskluzivë, ku ofruesi kufizon shitjet e tij vetëm tek një blerës për një territor të caktuar ose për një grup klientësh;

2 *Furnizimi ekskluziv* dhe detyrimi sasior mbi ofruesin, ku një skemë detyrimi ose nxitjeje e pranuar ndërmjet ofruesit dhe blerësit e bën të parin të shesë vetëm ose kryesisht tek një blerës;

3 *Shpërndarja përzgjedhëse*, ku kushtet e vendosura ose të pranuara me tregtarë të përzgjedhur zakonisht kufizojnë numrin e tyre;

4 *Kufizimet e shitjeve* të shërbimeve të pas shitjes, që kufizojnë mundësitë e shitjes së përbërësit të ofruesit.

97. Ekzistojnë tre efektet kryesore negative mbi konkurrencën:

1. Disa blerës brenda tregut nuk mund të vazhdojnë të blejnë nga ai ofrues i veçantë dhe kjo mund të çojë në përjashtim e tregut të blerjes, në veçanti në rastin e furnizimit ekskluziv,

2. Kur shumica ose të gjithë ofruesit konkurrues kufizojnë numrin e shitësve me pakicë, gjë që mund të lehtësonte marrëveshjen ose në nivelin e shpërndarësve, ose në nivelin e ofruesve,

3. Zvogëlimi i numrit të shpërndarësve që ofrojnë produktin, që do të çojë në një zvogëlim të konkurrencës brenda markës. Në rastin e territoreve ekskluzive të gjëra ose të caktimit të klientëve ekskluzivë, rezultati mund të jetë eliminimi total i konkurrencës brenda markës. Ky zvogëlim i konkurrencës brenda markës mund të çojë në një dobësimin të konkurrencës ndërmjet markave.

Grupi i mbajtjes së çmimit të rishitjes

98. Nën titullin e "*mbajtjes së çmimit të rishitjes*" (MÇR), përfshihen ato marrëveshje, elementi kryesor i të cilave është që blerësi është i detyruar ose i provokuar të rishesë jo më poshtë se një çmim i caktuar, me një çmim të caktuar ose jo më sipër këtij çmimi të caktuar. Në këtë grup përfshihen çmimet minimale, të fiksuara, maksimale dhe të rekomanduara të rishitjes. Çmimet maksimale dhe të rekomanduara të rishitjes që nuk janë kufizime shumë të rënda, mund të çojnë përsëri në një kufizim të konkurrencës nga efekti.

99. Në vijim, ekzistojnë dy efekte kryesore negative të Mbajtjes së Çmimit të Rishitjes (MÇR) në konkurrencë:

    1) një zvogëlim i konkurrencës për çmimin brenda markës, dhe

    2) transparencë në rritje për çmimet.

100. Në rastin e mbajtjes të një çmimi minimal, ose të fiksuar të rishitjes, shpërndarësit nuk mund të konkurrojnë për çmimin për atë markë, duke çuar në një eliminim të plotë të konkurrencës të çmimit brenda markës. Një çmim maksimal ose i rekomanduar mund të funksionojë si një pikë konvergjence për rishitësit, duke çuar në një zbatim më shumë ose më pak uniform të atij niveli çmimi. Transparenca mbi çmimin dhe përgjegjësia për ndryshimet e çmimit e bën më të lehtë bashkëpunimin horizontal ndërmjet prodhuesve, ose shpërndarësve, të paktën në tregjet e përqendruara. Zvogëlimi i konkurrencës brenda markës mund të ketë si një efekt të tërthortë një zvogëlim të konkurrencës ndërmjet markave, duke qënë se çon në një presion më pak të ulur të çmimit për mallra të veçantë.

Grupi i copëzimit të tregut

101. Nën titullin e "*ndarjes së tregut"* përfshihen marrëveshjet, elementi kryesor i të cilave është që blerësi është i kufizuar të zgjedhë burimin e tij të furnizimit, ose të tregut në të cilin ai rishet një produkt të caktuar. Ky element mund të gjendet në blerjen ekskluzive, atje ku një skemë e detyrimit ose e nxitjes e pranuar ndërmjet ofruesit dhe blerësit, e bën këtë të fundit të plotësojë kërkesat e tij për një produkt të veçantë, p.sh: birrë e markës X, ekskluzivisht nga ofruesi i përcaktuar, por duke e lënë të lirë blerësin të blejë dhe të shesë produkte që konkurrojnë p.sh: marka të birrës që konkurrojnë. Gjithashtu, ai përfshin kufizimet territoriale të rishitjes, caktimin të një zone të një rëndësie kryesore, kufizimet në vend-ndodhjen e një shpërndarësi dhe kufizimet e rishitjes të klientit.

102. Efekti negativ kryesor në konkurrencë është një zvogëlim i konkurrencës brenda markës që mund të ndihmojë ofruesin të copëzojë tregun dhe kështu të pengojë integrimin e tregut. Kjo mund të lehtësojë diskriminimin e çmimit. Kur shumica ose të gjithë ofruesit konkurrues, kufizojnë mundësitë e burimit të furnizimit ose të rishitjes të blerësve të tyre, kjo mund të lehtësojë bashkërendimin, ose në nivelin e shpërndarësve, ose në nivelin e ofruesve.

1.2. Efektet pozitive të kufizimeve vertikale

103. Është e rëndësishme të vihen në dukje që kufizimet vertikale shpesh kanë efekte pozitive, në veçanti, duke përkrahur konkurrencën të pabazuar në çmim dhe cilësinë e përmirësuar të shërbimeve. Kur një ndërmarrje nuk ka fuqi tregu, ajo vetëm mund të përpiqet të rrisë përfitimet e saj duke optimizuar proceset e saj të prodhimit dhe shpërndarjes. Për sa i përket kësaj, në një numër situatash, kufizimet vertikale mund të jenë të dobishme, duke qenë se marrëveshjet midis ofruesit dhe blerësit, që përcaktojnë vetëm çmimin dhe sasinë e një transaksioni të caktuar, mund të çojnë në një nivel nën-optimal të investimeve dhe shitjeve, të cilat janë:

Zgjidhja e problemit "free rider"

104. Një shpërndarës mund të përfitojë pa kosto, nga reklamat e një shpërndarësi tjetër. Ky lloj problemi është më i zakonshëm në nivelin e shitjes me shumicë dhe pakicë. Shpërndarja ekskluzive ose kufizime të ngjashme mund të jenë të dobishme në shmangien e një përfitimi të tillë pa kosto (***free-riding***). Përfitimi pa kosto mund të ndodhë midis ofruesve,

për shembull atje ku njëri investon për reklamën në vendndodhjen e blerësit, tek niveli i pakicës në përgjithësi, që të mund të tërheqë klientë për konkurrentët e tij në nivelin e shitjes me pakicë. Forma e kufizimeve jo konkurruese mund të ndihmojnë që të kalohet kjo situatë përfitim pa kosto.

105. Përfitimi pa kosto midis blerësve mund të ndodhë vetëm në shërbimet e para-shitjeve dhe jo në shërbimet e pas-shitjeve. Produkti duhet të jetë relativisht i ri ose teknikisht kompleks, mbasi ndryshe klienti, i bazuar në blerjet e mëparshme, mund të dijë shumë mirë se çfarë kërkon. Produkti mund të jetë me një vlerë të lartë të arsyeshme pasi nuk është i pëlqyeshëm për klientin që të shkojë tek një dyqan për informacion dhe tek një tjetër për të blerë. Së fundi, nuk duhet të jetë praktike për ofruesin që t'u imponojë me anë të kontratës të gjithë blerësve, kërkesa efektive shërbimi që lidhen me shërbimet e para-shitjes.

106. Përfitim pa kosto midis ofruesve është i kufizuar për situata të veçanta, domethënë në rastet kur reklama bëhet në vendndodhjen e blerësit dhe është e përgjithshme dhe jo për markë të veçantë.

"***Hapja ose hyrja në tregje të reja***".

107. Nëse një prodhues do të hyjë në një treg të ri gjeografik p.sh. duke eksportuar në një vend tjetër për herë të parë, kjo mund të përfshijë "investime të herës së parë" të veçanta nga shpërndarësi për të vendosur markën në treg. Me qëllim që të bindë një shpërndarës lokal, që të bëjë këto investime, mund të jetë e nevojshme që t'i sigurohet mbrojtje territoriale shpërndarësit, në mënyrë që ai të kompensojë këto investime duke i vënë përkohësisht një çmim më të lartë. Shpërndarësit të bazuar në tregje të tjera, duhet të kufizohen nga shitja në tregun e ri për një periudhë të kufizuar. Ky është një rast i veçantë i problemit "përfitim pa kosto" i përshkruar sipas pikës (1).

Vërtetimi i "*çështjes përfitues pa kosto*".

108. Në disa sektorë, shitës të caktuar me pakicë merren vetëm me produkte "cilësore". Në një rast të tillë, të shesësh nëpërmjet këtyre shitësve me pakicë mund të jetë jetësore për hyrjen e një produkti të ri. Në qoftë se prodhuesi fillimisht nuk mund t'i kufizojë shitjet e tij ndaj dyqaneve të dhuratave, ai rrezikon të ç'regjistrohet dhe hyrja e produktit mund të dështojë. Kjo do të thotë që mund të ketë një arsye për të lejuar për një periudhë të vogël një kufizim të tillë si shpërndarja ekskluzive ose shpërndarja përzgjedhëse. Ajo mund të jetë e mjaftueshme për të garantuar hyrjen e produktit të ri, por jo aq gjatë sa të pengojë shpërndarjen në shkallë të gjerë. Përfitime të tilla janë më të mundshme me mallra "të provuara" ose mallra komplekse që përfaqësojnë një blerje relativisht të madhe për konsumatorin përfundimtar.

"***Problemi i mbajtjes pezull***"

109. Ndonjëherë duhen bërë investime specifike për klientin ose nga ofruesi ose nga blerësi, të tilla si në pajisje ose trajnime speciale. Për shembull, një prodhues pjesësh duhet të ndërtojë mekanizma dhe vegla të reja, me qëllim që të plotësojë një kërkesë të veçantë të njërit prej klientëve të tij. Investitori nuk mund të mos bëjë investimet e nevojshme përpara se të fiksohen marrëveshje të veçanta oferte. Megjithatë, ashtu si dhe në shembujt e tjerë të përfitimit pa kosto, ekziston një numër kushtesh që hasen përpara se rreziku i nën-investimit të jetë real ose domethënës.

– *Së pari*, investimi duhet të jetë marrëdhënie-specifike. Një investim i bërë nga ofruesi është konsideruar si marrëdhënie-specifike, kur pas mbarimit të kontratës, ai nuk mund të përdoret nga ofruesit për t'ia ofruar klientëve të tjerë dhe vetëm mund të shitet me një humbje domethënëse. Një investim i bërë nga blerësi është konsideruar si marrëveshje-specifike kur pas mbarimit të kontratës, ai nuk mund të përdoret nga blerësi për të blerë dhe/ose të përdorë produktet e ofruara nga ofrues të tjerë dhe mund të shitet vetëm me një humbje domethënëse. Kështu, një investim është marrëdhënie-specifike sepse p.sh. ai mund të përdoret vetëm për të prodhuar një

pjesë të një marke-specifike, ose për të rezervuar një markë të veçantë dhe kështu nuk mund të përdoret me përfitim për të prodhuar ose për të rishitur alternativat.

– *Së dyti*, ai mund të jetë një investim afat-gjatë, që nuk është kompensuar në periudhën e çmimeve të ngurta.
– *Së treti*, investimi duhet të jetë asimetrik, d.m.th një palë e kontratës investon më shumë se pala tjetër.
– Kur ndeshen këto kushte, zakonisht ka një arsye të mirë për të patur një kufizim vertikal. Kufizimi i përshtatshëm vertikal do të jetë i tipit jo konkurrues ose i tipit detyrim sasior, kur investimi është bërë nga ofruesi dhe do të jetë i tipit shpërndarje ekskluzive, caktim klienti ekskluzivë ose ofertë ekskluzive, kur investimi është bërë nga blerësi.

110. **"*Problemi specifik i pengesës së mbajtjes pezull që mund të shfaqet në rastin e transferimit të njohurive* ".** Njohuria, kur sigurohet, nuk mund të merret mbrapsht dhe siguruesi i njohurisë mund të mos dojë që ajo të përdoret për (ose nga) konkurrentët e tij. Për aq kohë sa njohuria, që nuk ishte e disponueshme lehtësisht për blerësin, është e rëndësishme dhe e domosdoshme për veprimin e marrëveshjes, një transferim i tillë mund të justifikojë një formë jo - konkurruese kufizimi.

111. ***"Ekonomitë e shkallës në shpërndarje"***. Me qëllim që ekonomitë e shkallës të jenë të shfrytëzueshme dhe si rrjedhim të arrihet një çmim më i ulët i shitjes me pakicë për produktin e tij, prodhuesi do të donte të përqendronte rishitjen e produkteve të tij tek një numër i kufizuar shpërndarësish. Për këtë ai mund të përdorte shpërndarjen ekskluzive, detyrimin sasior në formën e një kërkese të blerjes minimale, shpërndarjen përzgjedhëse që përmban një kërkesë të tillë ose blerje ekskluzive.

112. ***"Të metat e tregut të kapitalit"*.** Siguruesit e përhershëm të kapitalit (p.sh bankat) mund të sigurojnë kapital nën optimalen, kur ata kanë informacion jo të plotë për cilësinë e huamarrësit, ose ekziston një bazë e papërshtatshme për të siguruar huan. Blerësi ose ofruesi mund të ketë informacion më të mirë dhe të jetë në gjendje, përmes një marrëdhënie ekskluzive, të fitojë siguri shtesë për investimin e tij. Kur ofruesi i siguron huan blerësit, atëherë ajo mund të çojë në detyrimin jo-konkurrues ose detyrimin sasior mbi blerësin. Kur blerësi i siguron huan ofruesit, ajo mund të jetë arsyeja për të pasur ofertë ekskluzive, ose detyrim sasior mbi ofruesin.

113. ***"Njëtrajtësia dhe standartizimi cilësor"*.** Një kufizim vertikal mund të ndihmojë për të rritur shitjet me anë të krijimit të një imazhi marke dhe si rrjedhim duke rritur joshjen e një produkti nga konsumatori përfundimtar, duke vendosur një mase të caktuar të njëtrajtshmërisë dhe standartizimit cilësor mbi shpërndarësit. Për shembull, kjo mund të ndeshet në shpërndarjen përzgjedhëse dhe marrëveshjet e franshizës.

114. Situatat e përmendura më lart, qartësojnë se marrëveshjet vertikale, në kushte të caktuara, kanë mundësi të ndihmojnë për realizimin e efiçensave dhe zhvillimin e tregjeve të reja dhe kjo mund të balancojë efektet e mundshme negative. Në përgjithësi, kjo ndodh për kufizimet vertikale të një kohëzgjatjeje të kufizuar, që ndihmojnë futjen e produkteve të reja komplekse, ose mbrojnë marrëdhënien e investimeve specifike.

115. Ekziston një shkallë e lartë e zëvendësueshmërisë midis kufizimeve të ndryshme vertikale. Kjo do të thotë, që i njëjti problem i inefiçiencës (i pa efektshmërisë) mund të zgjidhet me anë të kufizimeve të ndryshme vertikale. Për shembull, ekonomitë e shkallës në shpërndarje, mund të jenë të mundshme për t'u arritur duke përdorur shpërndarjen ekskluzive, shpërndarjen përzgjedhëse, detyrimin sasior ose blerjen ekskluzive. Kjo është e rëndësishme, duke qenë se efektet negative mbi konkurrencën, mund të ndryshojnë ndërmjet larmisë së kufizimeve vertikale.

1.3. Rregullat e përgjithshme për vlerësimin e kufizimeve vertikale

116. Në vlerësimin e kufizimeve vertikale respektohen disa rregulla të përgjithshme:

117. Për pjesën më të madhe të kufizimeve vertikale që lidhen me konkurrencën, problemet mund të shtrohen vetëm nëse konkurrenca ndërmjet markave është e pamjaftueshme, p.sh nëse ekziston një shkallë e caktuar e fuqisë së tregut në nivelin e ofruesit, ose të

blerësit ose të dyve së bashku. Fuqia e tregut është fuqia për të rritur çmimet mbi nivelin konkurrues të tregut, të paktën për një kohë të shkurtër dhe për të fituar të ardhura mbi normalen. Në një treg të pa-përqendruar, ku veprojnë shumë ndërmarrje konkurrente, supozohet se kufizimet vertikale jo të rëndësishme, nuk do të kenë efekte të dukshme negative. Një treg gjykohet si i pa përqendruar nëse indeksi HHI, p.sh shuma e pjesëve të tregut në katror e të gjitha ndërmarrjeve në tregun përkatës është nën 1000.

118. Kufizimet vertikale që zvogëlojnë konkurrencën ndërmjet markave, në përgjithësi janë më të dëmshme se sa kufizimet vertikale që zvogëlojnë konkurrencën brenda markës. Psh, detyrimet jo konkurruese kanë mundësi të kenë më shumë efekte negative neto se sa shpërndarja ekskluzive. *Në rastin e parë*, mundësia e nxjerrjes nga tregu të markave të tjera, pengon ato marka që të mbërrijnë në treg. *Në rastin e dytë*, kufizimi i konkurrencës brenda markës nuk ndalon mallrat që të arrijnë tek konsumatori i fundit.

119. Kufizimet vertikale në grupin e shpërndarjes së kufizuar, në mungesë të konkurrencës së mjaftueshme ndërmjet markës mund të kufizojnë mjaftueshëm zgjedhjet e disponueshme të konsumatorëve. Ato janë veçanërisht të dëmshme kur shumica e shpërndarësve eficientë ose shpërndarësve të ndryshëm janë përjashtuar. Kjo zvogëlon novacionin në shpërndarje dhe u mohon konsumatorëve shërbime të veçanta ose kombinimin e çmim – shërbimit të këtyre shpërndarësve.

120. Marrëveshjet e tregtimit ekskluziv janë përgjithësisht më negative për konkurrencën se sa marrëveshjet jo ekskluzive. Tregtimi ekskluziv sipas gjuhës së shprehur në kontratë apo sipas efekteve të veta praktike, bën që një palë të përmbushë të gjitha ose praktikisht të gjitha kërkesat e veta nga një palë tjetër. P sh, sipas një detyrimi jo konkurrues, blerësi blen vetëm një markë. Nga ana tjetër, detyrimi sasior e lejon blerësin për disa qëllime të blejë mallra konkurruese. Shkalla e përjashtimit mund të jetë më e vogël me detyrimin sasior.

121. Kufizimet vertikale të pranuara, për produktet jo të markës janë më pak të dëmshme se sa kufizimet që prekin shpërndarjen për produktet e markës. Marka rrit diferencimin e produktit dhe zvogëlon zëvëndësueshmërinë e produktit, duke çuar në një zvogëlim të elasticitetit të kërkesës dhe duke rritur mundësinë e rritjes së çmimit. Dallimi ndërmjet produkteve të markës dhe jo të markës shpesh përputhet me dallimin ndërmjet produkteve të ndërmjetme dhe produkteve përfundimtare.

122. Produkte të ndërmjetme, të shitura ndërmarrjeve për tu përdorur si lëndë e parë në prodhimin e produkteve të tjera, zakonisht nuk njihen si produkte përfundimtare. Blerësit e produkteve të ndërmjetme, zakonisht janë klientë të mirë-informuar, të aftë të vlerësojnë cilësinë dhe më pak të varur nga marka dhe imazhi. Produktet përfundimtare në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë u shiten konsumatorëve përfundimtarë, të cilët shpesh besojnë më shumë tek marka dhe imazhi. Ndërmarrjet blerëse të produkteve të ndërmjetme kanë departamente të specializuara ose këshilltarë, të cilët monitorojnë zhvillimet në tregun e ofertës. Kostot e kërkimit zakonisht nuk janë të ndaluara, sepse ato ndikojnë në transaksione të rëndësishme. Një humbje e konkurrencës brenda markës është më pak e rëndësishme në nivelin e ndërmjetëm.

123. Në përgjithësi, kombinimi i kufizimeve vertikale përkeqëson efektet negative të tyre. Megjithatë, disa kombinime të kufizimeve vertikale janë më të mira për konkurrencën se sa përdorimi i tyre në mënyrë të veçuar nga njëri tjetri. Psh, në një sistem të shpërndarjes ekskluzive, shpërndarësi është i bindur të rrisë çmimin e produkteve, duke qenë se konkurrenca ndërmjet markave është kufizuar. Përdorimi i detyrimit sasior, ose vendosja e një çmimi maksimum të rishitjes, mund të kufizojë rritje të tilla të çmimit.

124. Sa më shumë i lidhur të jetë kufizimi vertikal me *transferimin e njohurisë*, aq më shumë e mundshme është që të arrihen eficienca dhe aq më shumë një kufizim vertikal mund të jetë i nevojshëm për të mbrojtur njohuritë e transferuara ose kostot e investimeve të bëra.

125. Sa më shumë i lidhur të jetë kufizimi vertikal me *investimet*, që janë marrëdhënie specifike, aq më mundësi ka për kufizime vertikale. Kohëzgjatja e justifikuar do të varet nga koha e nevojshme për zhvlerësimin e investimit.

126. Në rastin e një produkti të ri, ose kur një produkt ekzistues është shitur për herë të parë në një treg të ndryshëm gjeografik, ndërmarrja e ka të vështirë të përkufizojë tregun, ose pjesa

e saj e tregut mund të jetë shumë e lartë. Ky nuk mund të konsiderohet një problem kryesor, mbasi kufizimet vertikale të lidhura me shtrirjen e produktit të ri ose të tregjeve gjeografike, në përgjithësi nuk e kufizojnë konkurrencën. Ky rregull, pavarësisht nga pjesa e tregut të ndërmarrjes, zgjat dy vjet pas futjes për herë të parë të produktit në treg dhe zbatohet ndaj të gjitha kufizimeve vertikale jo shumë të rënda (*hardcore*), në rastin e një tregu të ri gjeografik, ndaj kufizimeve mbi shitjet aktive dhe pasive të vendosura mbi blerësit e drejtpërdrejtë të ofruesve që ndodhen në tregjet e tjera, si dhe ndaj ndërmjetësve në tregun e ri.

1.4. Metodologjia e analizave

127. Vlerësimi i një kufizimi vertikal në përgjithësi përfshin 4 hapat e mëposhtëm:

1 Ndërmarrjet e përfshira duhet të përkufizojnë tregun përkatës me qëllim për të vendosur pjesën e tregut të ofruesit ose të blerësit;

2 Në qoftë se pjesa e tregut përkatës nuk kapërcen pragun e 30%, **në varësi të** kufizimeve shumë të rënda dhe kushteve të paraqitura në ligj, marrëveshja vertikale mbulohet nga nenet 5-7 të ligjit;

3 .Në qoftë se pjesa e tregut përkatës është mbi pragun 30%, është e nevojshme të vlerësohet nëse marrëveshja vertikale është objekt i nenit 4 i ligjit.

4 Në qoftë se marrëveshja vertikale është objekt i nenit 4 të ligjit, është e nevojshme të kontrollohet nëse ajo plotëson kushtet për përjashtim, sipas neneve 5-7 të ligjit .

1.5. Faktorët përkatës për vlerësimin sipas nenit 4 të ligjit.

128. Për vlerësimin e rasteve nëse një marrëveshje vertikale sjell një kufizim të dukshëm të konkurrencës mbi pragun prej 30% të pjesës së tregut, duhet të bëhet një analizë e plotë e konkurrencës, bazuar në faktorët e mëposhtëm:

1) pozicioni në treg i ofruesit;
2) pozicioni në treg i konkurrentëve;
3) pozicioni në treg i blerësit;
4) pengesa e hyrjes;
5) pjekuria e tregut;
6) niveli i tregtisë;
7) natyra e produktit;
8) faktorë të tjerë.

129. Rëndësia e faktorëve individualë varion nga rasti në rast dhe varet nga të gjithë faktorët e tjerë. Për shembull, madhësia e pjesës së tregut të ofruesit, është një tregues i mirë për fuqinë e tij në treg, por në rastin e pengesave të ulta në hyrje, nuk mund të flasim për fuqi tregu. Megjithatë nuk është e mundur të vendosësh rregulla strikte për rëndësinë e faktorëve individualë. Gjithmonë mund të themi si më poshtë:

Pozicioni në treg i ofruesit

130. Pozicioni në treg i ofruesit është krijuar nga pjesa e tij e tregut në tregun përkatës të produktit dhe atë gjeografik. Sa më e madhe të jetë pjesa e tij në treg, aq më e madhe ka të ngjarë të jetë dhe fuqia e tij në treg. Pozicioni i tregut të ofruesit forcohet më tej, nëse ai ka përparësi të caktuara të kostos ndaj konkurrentëve të tij. Këto përparësi konkurruese mund të rezultojnë nga një përparësi nxitëse (pasja e një pozicioni më të mirë etj), mbajtja e një patente thelbësore, pasja e një teknologjie superiore, të qenët udhëheqës i markës, ose pasja e një portofoli superior.

Pozicioni në treg i konkurrentëve:

131. Disa tregues, si pjesa e tregut dhe mundësia e përparësisë konkurruese janë përdorur për të përshkruar pozicionin e tregut të konkurrentëve. Sa më të fortë janë konkurrentët e

vendosur dhe sa më i madh të jetë numri i tyre, aq më i vogël është rreziku që ofruesi ose blerësi në fjalë do të jenë të aftë për t'u përjashtuar individualisht nga tregu dhe aq më i vogël është rreziku i zvogëlimit të konkurrencës brenda markës. Megjithatë, në qoftë se një numër i konkurrentëve bëhet gjithmonë e më i vogël dhe pozicioni i tyre në treg (madhësia, kostot, fuqia kërkuese dhe zhvilluese etj) është shumë i ngjashëm, atëherë kjo strukturë tregu rrit riskun e marrëveshjeve të bashkërendimit. Luhatjet ose ndryshimet e shpejta të pjesës së tregut janë përgjithësisht një tregues i një konkurrence të fortë.

Pozicioni në treg i blerësit

132. Fuqia blerëse vjen nga pozicioni i tregut të blerësit. Treguesi i parë në fuqinë blerëse është pjesa e tregut të blerësit në tregun e blerjes. Kjo pjesë reflekton rëndësinë e kërkesës për ofrues të mundshëm të tij. Treguesit e tjerë fokusohen në pozicionin e tregut të blerësit në tregun e tij të rishitjes, duke përfshirë karakteristika të tilla si: Gjerësia e shtrirjes gjeografike të pjesëve të tij të këmbimit, (produktet e tij të reja), vetë markën e blerësit / shpërndarësit dhe imazhi i tij tek konsumatorët përfundimtarë. Efekti i fuqisë blerëse në efektet anti konkurruese ka të ngjarë që të mos jetë i njëjtë për kufizime të ndryshme vertikale. Fuqia blerëse mund të rrisë në veçanti efektet negative në rastin e kufizimeve nga një shpërndarje e kufizuar dhe nga copëtimi i grupeve të tregut të tillë si: furnizimin ekskluziv, shpërndarjen ekskluzive dhe shpërndarjen përzgjedhëse sasiore.

Pengesat e hyrjes

133. Pengesat e hyrjes maten ose përcaktohen nga shtrirja mbi bazën e së cilës ndërmarrjet mund të rrisin çmimin e tyre mbi nivelin konkurrues, zakonisht mbi mesataren minimale të kostos totale dhe të sigurojnë të ardhura super normale pa hyrje tërheqëse. Hyrja e lehtë dhe e shpejtë pa ndonjë pengesë hyrje, duhet të eliminojë përfitime të tilla. Për aq sa një hyrje efektive, e cila duhet të pengojë ose të gërryejë të ardhurat super normale, të cilat ka të ngjarë të sigurohen brenda një ose dy vjetëve, mund të themi se pengesat e hyrjes janë të ulta.

134. Pengesat e hyrjes vijojnë si pasojë e një shumëllojshmërie faktorësh të tillë si: ekonomitë e shkallës dhe qëllimit, vendimet qeveritare veçanërisht ato që krijojnë të drejta ekskluzive, ndihmën shtetërore, tarifat e importit, të drejtat e pronësisë intelektuale, pronësinë e burimeve, ku oferta është e kufizuar për shkak të kufizimeve natyrale, më shumë përparësi për infrastrukturë lehtësi thelbësore dhe transparenca e markës së konsumatorëve e krijuar nga një reklame e fortë. Kufizimet vertikale dhe integrimi vertikal mund të konsiderohen si një pengesë hyrje për të vështirësuar aksesin në hyrje dhe përjashtuar konkurrentët. Pengesat e hyrjes mund të jenë të dukshme jo vetëm në nivel të ofruesit apo të blerësit, por mund të jenë të dukshme në të dy nivelet së bashku.

135. Çështja është nëse disa nga këto faktorë duhet të përshkruhen si pengesa hyrje, varet se sa të lidhura janë ato me kostot e pakthyeshme. Kostot e pakthyeshme, janë ato kosto që rrjedhin nga hyrja ose nga të qenit aktiv në një treg, por që janë të humbura (të pakthyeshme) nëse del nga tregu. Kostot e reklamës, të cilat krijojnë besnikëri tek konsumatori janë normalisht kosto të pakthyeshme, vetëm nëse një firmë ekzistuese nuk mund as të shesë në emër të markës së vet, apo të përdorë dikë tjetër pa pasur një humbje. Sa më tepër kosto të jenë të pakthyeshme, aq më tepër hyrësit potencial duhet të vlerësojnë rrezikun e hyrjes në treg.

136. Përgjithësisht hyrja kërkon kosto të pakthyeshme, nganjëherë të mëdha dhe nganjëherë të vogla. Megjithatë, konkurrenca aktuale është përgjithësisht më efektive dhe do të ndikojë më shumë në vlerësimin e një rasti se sa konkurrenca potenciale.

Maturimi i tregut

137. Një treg i maturuar është ai treg që ka ekzistuar për disa kohë, ku teknologjia e përdorur është e mirënjohur, gjerësisht e përhapur dhe nuk ndryshon shumë, ku nuk ka novacione të mëdha të markës dhe ku kërkesa është relativisht e qëndrueshme ose pa rënie. Në një treg të tillë efektet negative janë më shumë të mundshme, se sa në shumicën e tregjeve dinamike.

Niveli i tregtisë

138. Niveli i tregtisë është i lidhur me dallimin që ekziston ndërmjet produkteve të ndërmjetme dhe përfundimtare. Për lehtësi shpjegimi, efektet negative janë në përgjithësi më pak të mundshme në nivelin e produkteve të ndërmjetme.

Natyra e produktit

139. Natyra e produktit luan një rol të veçantë për produktin përfundimtar në vlerësimin e ngjashmërisë së efekteve negative dhe pozitive të marra së bashku. Në vlerësimin e ngjashmërisë së efekteve negative është e rëndësishme të dihet nëse produktet në treg janë homogjene apo heterogjene, nëse produkti është i shtrenjtë, kap një pjesë të rëndësishme të buxhetit të konsumatorit, ose nuk është i shtrenjtë dhe nëse produkti është konsum i përditshëm ose një blerje e vetme. Në përgjithësi, nëse produkti është më shumë heterogjen, më pak i shtrenjtë dhe përmbledh më shumë se sa një shitje, kufizimet vertikale kanë të ngjarë të kenë efekte negative.

Faktorë të tjerë

140. Në vlerësimin e kufizimeve të veçanta, mund të merren parasysh edhe faktorë të tjerë. Ndërmjet këtyre faktorëve, mund të jetë efekti grumbullues, domethënë mbulimi i tregut nga marrëveshje të ngjashme, kohëzgjatja e marrëveshjes, nëse marrëveshja është "detyruese" (kryesisht një pjesë është subjekt i kufizimeve ose detyrimeve) ose "e pranuar" (palët, së bashku, pranojnë kufizime ose detyrime), sjellja dhe mjedisi rregullator që mund të tregojnë ose të lehtësojnë (*colluzionin*) bashkërendimin, marrëveshjen e fshehtë si influencë dominuese e çmimit, ndryshime të paralajmëruara të çmimit dhe diskutime mbi çmim "të duhur", ngurtësi çmimi në kundërveprim të kapaciteteve të tepërta, diskriminim çmimi dhe sjellje të mëparshme të bashkërenduara.

141. Ekzistojnë katër kushte grumbulluese për përjashtim.
    1) Marrëveshja vertikale mund të kontribuojë për përmirësimin e prodhimit, ose shpërndarjes, ose nxitjes teknike, ose progresit ekonomik;
    2) Marrëveshja vertikale i lejon konsumatorit të kenë një pjesëmarrje të drejtë në këto përfitimeve;
    3) Marrëveshja vertikale nuk i vendos ndërmarrjeve kufizime vertikale, të cilat nuk janë të nevojshme për arritjen e këtyre përfitimeve;
    4) Marrëveshja vertikale nuk mund t'u sigurojë ndërmarrjeve mundësi të tilla si mundësia e eliminimit të konkurrencës në lidhje me një pjesë esenciale të produkteve në fjalë.

142. Kriteri i fundit i eliminimit të konkurrencës, për një pjesë domethënëse të produktit në fjalë lidhet me çështjen e pozitës dominuese. Nëse një ndërmarrje ka pozitë dominuese, ose sillet si e tillë si pasojë e një marrëveshje vertikale, kufizimi vertikal që është vlerësuar si efekt anti-konkurrues mund të mos përjashtohet në parim. Marrëveshja vertikale lihet jashtë fushës së zbatimit të nenit 4, në qoftë se ka një justifikim objektiv, pa të cilin oferta ose blerja e produkteve të sigurta nuk mund të arrihet ndryshe.

143. Nëse ofruesi dhe blerësi nuk kanë pozitë dominuese, do të vlerësojmë tre kritere të tjera.
    1) *E para*, që lidhet me përmirësimin e prodhimit, apo të shpërndarjes dhe nxitjen e progresit teknik ose ekonomik. Këto eficienca janë thelbësore dhe mund të prodhojnë një efekt neto pozitiv. Pretendimet spekulative për shmangien e përfitimit pa kosto ose raportet e përgjithshme të kursimeve të kostos nuk do të jenë të pranuara. Kursimet e kostos që shfaqen thjesht nga ushtrimi i fuqisë së tregut apo nga sjellja anti konkurruese, nuk mund të pranohen.
    2) *Së dyti*, përfitimet ekonomike ndihmojnë jo vetëm palët në marrëveshje, por edhe konsumatorët. Në përgjithësi transmetimi i përfitimeve tek konsumatorët do të varet nga forca (intesiteti) e konkurrencës në tregun përkatës. Normalisht, presionet konkurruese do të sigurojnë që kursimet e kostos të kalojnë sipas mënyrës së çmimeve më të ulta ose sipas nxitjes që kompanitë kanë për të sjellë produkte të reja në treg sa më shpejt

që të jetë e mundur. Megjithatë, nëqoftëse konkurrenca në mënyrë efektive detyron palët në marrëveshje të mbajnë tregun, procesi konkurrues normalisht do të sigurojë një pjesëmarrje më të drejtë të përfitimeve ekonomike, nga ana e konsumatorëve.

3) *Së treti* sigurohet zgjedhja e kufizimit anti-konkurrues më të vogël, që të arrijë efekte të caktuara pozitive.

2. ANALIZA E KUFIZIMEVE VERTIKALE SPECIFIKE

144. Marrëveshjet vertikale mund të përmbajnë një kombinim të dy ose më shumë elementëve të kufizimeve vertikale. Shumica e kufizimeve vertikale të zakonshme dhe kombinimet e kufizimeve vertikale analizohen duke ndjekur metodologjinë e analizave të mësipërme.

Marka e vetme

145. Një marrëveshje anti konkurruese, bazohet në një detyrim ose skemë nxitëse, e cila e bën blerësin të plotësojë të gjitha kërkesat e tij në një treg të veçantë, nga një ofrues i vetëm. Kjo nuk do të thotë që blerësi mund të blejë në mënyrë të drejtpërdrejtë vetëm nga ofruesi, por që blerësi nuk do të blejë dhe rishesë ose inkorporojë produktet konkurruese. Risqet e mundshme të konkurrencës janë përjashtimi i tregut për ofruesit konkurrues dhe ofruesit e mundshëm, lehtësimi i marrëveshjeve të bashkërenduara, ndërmjet ofruesve në rastin e përdorimit grumbullues dhe atje ku blerësi është një shitës pakice për konsumatorin përfundimtar, një humbje e konkurrencës së pritshme ndërmjet markave. Të tre efektet kufizuese kanë impakt direkt në konkurrencën ndërmjet markave.

146. Pozicioni i tregut të ofruesit është i rëndësishëm për vlerësimin e efekteve anti konkurruese ose detyrimeve jo konkurruese. Në përgjithësi, ky lloj detyrimi vendoset nga ofruesi, kur ky i fundit ka një marrëveshje të ngjashme me blerës të tjerë.

147. Gjithashtu edhe shtrirja dhe kohëzgjatja për të cilin ai zbaton një detyrim jo konkurrues është e rëndësishme. Sa më e madhe të jetë pjesa e tij e tregut të lidhur, që do të thotë, pjesa e tregut të tij e shitur sipas një detyrimi të markës së vetme, aq më i ndjeshëm ka të ngjarë të jetë përjashtimi. Në mënyrë të ngjashme, sa më e madhe të jetë kohëzgjatja e detyrimeve jo-konkurruese, aq më i ndjeshëm ka të ngjarë të jetë përjashtimi. Detyrimet jo konkurruese të vendosura nga ndërmarrjet jo dominuese, që zgjasin më pak se një vit, nuk konsiderohen se krijojnë efekteve të dukshme anti konkurruese. Detyrimet jo konkurruese, të vendosura ndërmjet ndërmarrjeve jo dominuese, të cilat zgjasin nga 1-5 vjet kërkojnë një balancim të efekteve pro dhe anti konkurruese. Ndërsa, detyrimet jo konkurruese, të vendosura nga ndërmarrjet jo dominuese, të cilat kapërcejnë kufirin 5 vjeçar, nuk konsiderohen të nevojshme për pjesën më të madhe të investimeve, për të arritur eficiencat e pretenduara, ose eficienca që nuk janë të mjaftueshme për të tejkaluar efektet e tyre të përjashtimit.

148. Në vlerësimin e fuqisë së tregut të ofruesit është i rëndësishëm pozicioni i tregut të vetë konkurrentit. Për aq kohe sa konkurrentët te jenë të shumtë dhe të fortë nuk mund të priten efekte të dukshme anti konkuruese. Ka të ngjarë që ofruesit konkurrues të përjashtohen, vetëm nëse ata janë në mënyrë domethënëse, më të vegjël se sa ofruesi që zbaton detyrimin jo konkurrues. Përjashtimi i konkurrentëve nuk ka të ngjarë të ndodhë, nëse ata kanë një pozicion të ngjashëm në treg dhe nëse ata ofrojnë produkte të ngjashme tërheqëse. Në një rast të tillë, përjashtimi mund të ndodhë nga hyrësit potencialë, kur një numër ofruesish të mëdhenj kanë lidhur marrëveshje jo konkurruese me një numër të konsiderueshëm blerësish në tregun përkatës. Kjo gjithashtu është një situatë ku marrëveshjet jo konkurruese lehtësojnë bashkërendimin ndërmjet ofruesave konkurrues. Një pjesë tregu e lidhur, më e vogël se 5%, përgjithësisht nuk konsiderohet të ketë ndikim në mënyrë të ndjeshme ndaj një efekti grumbullues të përjashtimit.

149. Në rastin kur pjesa e tregut e ofruesit më të madh është më pak se 30% dhe pjesa e tregut të 5 ofruesave më të mëdhenj është nën 50%, nuk ka mundësi të jetë një situatë e një efekti të vetëm, apo efekti grumbullues antikonkurrues. Nëse një hyrës potencial nuk mund të jetë fitimprurës në treg, kjo ndodh për shkak të faktorëve të tillë si preferencat e konsumatorit, se sa për shkak të detyrimeve konkurruese.

150. "***Pengesat e hyrjes***" janë të rëndësishme për të vendosur nëse ekziston një përjashtim i vërtetë. Kudo që për ofruesit konkurrues është relativisht e lehtë të krijojnë blerës të rinj ose të gjejnë blerës alternativë për produktin, përjashtimi nuk ka mundësi të përbëjë një problem të vërtetë. Megjithatë, shpesh ekzistojnë pengesa të hyrjes në nivelin e prodhimit dhe të shpërndarjes.

151. "***Fuqia kundërvepruese"*** është e përshtatshme, duke qenë se blerësit e fuqishëm nuk do ta lejojnë veten të largohen lehtësisht nga oferta e mallrave ose shërbimeve konkurruese. Përjashtimi, i cili nuk është i bazuar në efiçencë dhe që ka efekte të dëmshme tek konsumatorët përfundimtarë, kryesisht është një rrezik në rastin e blerësve të shpërndarë. Megjithatë, atje ku marrëveshjet jo-konkurruese lidhen me blerësit kryesorë, kjo mund të ketë një efekt të fortë përjashtimi.

152. "***Niveli i tregtisë"*** është i përshtatshëm në vlerësimin e efekteve të përjashtimit. Përjashtimi është më pak i mundshëm në rastin e një produkti të ndërmjetëm. Kur ofruesi i një produkti të ndërmjetëm nuk është dominues, ofruesit konkurrues mbulojnë një pjesë thelbësore të kërkesës që është "e lirë". Një efekt serioz i përjashtimit për konkurrentët aktualë ose potencialë nën nivelin e dominancës mund të shfaqet, atëherë kur ekziston një efekt grumbullues. Një efekt serioz grumbullues nuk është i mundshëm të shfaqet për aq kohë sa, më pak se 50% e tregut është e lidhur. Kur ofruesi është dominues, çdo detyrim për të blerë produkte vetëm ose kryesisht nga ky ofrues dominues, mund të çojë lehtësisht në efekte domethënëse të përjashtimit në treg. Sa më e fortë është pozita e tij dominuese, aq më i madh është rreziku i përjashtimit të konkurrentëve të tjerë.

153. Kur marrëveshja në nivelin e shitjes me shumicë, ka të bëjë me ofertën e një produkti përfundimtar, çështja nëse, ka mundësi të shfaqet një problem i konkurrencës nën nivelin e dominancës, varet në pjesën më të madhe nga lloji i shitjes me shumicë dhe pengesat e hyrjes në këtë nivel. Nëse prodhuesit konkurrues ushtrojnë lehtësisht veprimtarinë e tyre të shitjes me shumicë, nuk mund të ketë asnjë rrezik real për përjashtim. Nëse pengesat e hyrjes janë të ulta, kjo varet pjesërisht nga lloji i shitjes me shumicë, d.m.th. nëse shitësit me shumicë mund të veprojnë ose jo me eficiencë vetëm të produktit për të cilin ka të bëjë marrëveshja (p.sh akullorja) ose nëse është më eficiente për të tregtuar në një varg të tërë produktesh (p.sh ushqime të ngrira). Në rastin e fundit, nuk është eficiente për një prodhues, për të ushtruar veprimtarinë e tij të shitjes me shumicë duke shitur vetëm një produkt. Në atë rast efektet anti konkurruese mund të shfaqen nën nivelin e dominancës.

154. Për këto arsye produktet përfundimtare ne nivelin e tregtisë me pakicë do të shfaqen efekte anti konkurruese domethënëse duke marrë parasysh të gjithë faktorët e tjerë kur një ofrues jo dominues lidh 30% ose më shumë të tregut përkatës. Për një ndërmarrje me pozitë dominuese edhe një pjesë modeste e lidhur e tregut mund të çojë në efekte domethënëse anti konkurruese. Sa më e fortë të jetë pozita dominuese aq më i lartë është rreziku i përjashtimit të konkurrentëve të tjerë.

155. Në nivelin e tregtisë me pakicë mund të shfaqet gjithashtu një efekt grumbullues përjashtimi. Kur të gjitha ndërmarrjet kanë pjesë tregu nën 30% një efekt grumbullues përjashtimi është i pamundur n.q.s pjesa totale e lidhur e tregut është më pak se 40% dhe në këtë mënyrë është e pamundur shmangja nga përjashtimi. Ky tregues mund të jetë më i lartë kur faktorë të tjerë merren parasysh të tillë si: numri i konkurrentëve, pengesat në hyrje etj. Kur jo të gjitha ndërmarrjet kanë pjesë tregu nën kufirin e përjashtimit por asnjëra nuk është dominuese, efekti grumbullues i përjashtimit është i pamundur n.q.s pjesa totale e lidhur e tregut është nën 30%.

156. Për produktet përfundimtare, duke i konsideruar të njohura pengesat domethënëse të hyrjes për shumicën e prodhuesve për të aktivizuar tregjet e shitjes me pakicë vetëm për produktet e tyre, përjashtimi ka më shumë mundësi të ndodhë në nivelin e tregtisë me pakicë. Në nivelin e shitjes me pakicë marrëveshjet jo-konkurruese mund të çojnë në konkurrencë të zvogëluar të pritshme, ndërmjet markave.

157. Një e ashtuquajtur "*klauzolë angleze",* që i kërkon blerësit të raportojë çdo ofertë më të mirë dhe duke e lejuar atë të pranojë vetëm një ofertë të tillë kur ofruesi nuk e kombinon atë, mund të pritet të ketë të njëjtin efekt si një detyrim jo konkurrues, veçanërisht kur blerësi duhet të tregojë kush bën ofertën më të mirë. Veç kësaj, rritja e transparencës së tregut

mund të lehtësojë marrëveshjen e fshehtë ndërmjet ofruesve. Kjo "klauzolë angleze" mund të funksionojë si detyrim sasior. Detyrimi sasior mbi blerësin është një formë më e dobët e detyrimit jo konkurrues, atëherë kur nxitjet ose detyrimet e pranuara midis ofruesit dhe blerësit e bën këtë të fundit të përqendrojë blerjet e tij në një shtrirje të gjerë me një ofrues. Detyrimi sasior për shembull mund të marrë formën e kërkesave minimale të blerjes ose të çmimit jo linear, i tillë si skemat e zvogëlimit sasior, skemat e zvogëlimit të besnikërisë ose një tarifë me dy pjesë (kuotë fikse plus një çmim për njësi). Detyrimi sasior mbi blerësin do të ketë efekte të përjashtimit të ngjashme, por më të dobëta se sa një detyrim jo konkurrues. Vlerësimi i të gjithë këtyre formave të ndryshme do të varet nga efekti i tyre në treg.

158. Atje ku ofruesi siguron blerësin me një hua ose pajis blerësin me pajisje që nuk është marrëdhënie specifike, kjo është në vetvete e pamjaftueshme për të justifikuar përjashtimin. Edhe sikur ofruesi i produktit, të ishte siguruesi më efikas i kapitalit, një hua vetëm do të justifikonte një detyrim jo-konkurrues, nëse blerësi nuk pengohet të përfundojë detyrimin jo-konkurrues dhe të paguajë pjesën e konsiderueshme të huasë në çdo kohë dhe pa pagesën e ndonjë gjobe. Kjo do të thotë që pagesa e huasë duhet të strukturohet në kuota të barabarta, ose në rënie dhe nuk duhet të rritet dhe që blerësi duhet të ketë mundësinë të marrë pajisjen e siguruar nga ofruesi me vlerën e tij të tregut.

159. Transferimi i njohurisë thelbësore zakonisht justifikon një detyrim jo-konkurrues për të tërë kohëzgjatjen e marrëveshjes së furnizimit, si për shembull në kuptimin e franshizës.

160. Nën nivelin e dominancës, kombinimi i detyrimit jo-konkurrues me shpërndarjen ekskluzive mund të justifikojë detyrimin jo konkurrues që zgjat gjatë gjithë periudhës që është në fuqi marrëveshja. Në këtë rast, detyrimi jo konkurrues ka mundësi për të përmirësuar përpjekjet e shpërndarësit ekskluziv në territorin e tij, për shpërndarje[84].

---

[84] ***Shembull i një detyrimi jo-konkurrues*:** Udhëheqësi i tregut, në një treg kombëtar, ku zotëron një pjesë tregu prej 40% për një nxitje të produktit të konsumatorit, shet pjesën më të madhe të produkteve të tij (90%) nëpërmjet shitësve me pakicë të lidhur (pjesa e tregut të lidhur është 36%). Marrëveshjet i detyrojnë shitësit me pakicë të blejnë vetëm nga udhëheqësi i tregut, për një periudhë të paktën katër vjeçare. Udhëheqësi i tregut është një përfaqësues i fortë në një zonë shumë të populluar si kryeqyteti. Konkurruesit e tij që janë 10 në numër kanë pjesë të vogla të tregut dhe nga të cilët disa janë vlerësuar vetëm si lokalë, ku më i madhi ka 12%. Të gjithë së bashku këta konkurrentë kanë 10% të tregut për produktet e lidhura. Për këtë ekziston një markë e fortë dhe produkt i diferencuar në treg. Udhëheqësi i tregut ka markat më të forta dhe është i vetmi që bën fushata të rregullta kombëtare të reklamës. Ai i siguron shitësve me pakicë të lidhur, kabinete (zyra të vogla apo kontenierë) për produktin e tij. Rezultati në treg është që në total 46% (36% + 10%) e tregut është e përjashtuar për hyrësit e mundshëm dhe për ndërmarrjet ekzistuese që nuk kanë tregje të lidhura. Hyrësit potencialë gjatë hyrjes në treg hasin disa vështirësi në zonën me dendësi më të madhe të popullsisë ku përjashtimi është edhe më i madh, megjithëse është vendi ku ata do të dëshironin të hynin në treg. Veç kësaj, për shkak të markës së fortë, diferencimit të produktit dhe kostos së lartë të kërkimit në krahasim me çmimin e produktit mungesa e konkurrencës së pritshme ndërmjet markave në dyqane çon në uljen e mirëqenies për konsumatorët. Efiçencat e mundshme të ekskluzivitetit të tregut për të cilat udhëheqësi i tregut ankohet, rezultojnë nga reduktimi i kostos së transportit dhe një problem i mundshëm njohurish që lidhet me kontenierët, janë të kufizuara dhe nuk shkaktojnë efekte negative në konkurrencë. Efiçiencat janë të kufizuara si dhe kostot e transportit janë të lidhura me sasitë dhe jo me ekskluzivitetin e kontinierëve që nuk përmbajnë njohuri të veçanta dhe nuk janë markë specifike. Në këtë rast ka pak të ngjarë që kushtet për përjashtimin të jenë plotësuar.

Shembulli i detyrimit shtrëngues sasior: Një prodhues X që ka 40% pjesë të tregut, shet 80% të produkteve të veta nëpërmjet kontratave ku specifikohet që rishitësit i kërkohet të blejë të paktën 75% të kërkesave të veta për atë lloj produkti nga X. Si këmbim X ofron financime dhe pajisje me interes të leverdisëshëm. Kontratat janë lidhur për një periudhë 5 vjeçare, në të cilën riparimi i huasë të shlyhet në këste të njëjta. Megjithatë mbas dy vjetësh blerësit kanë mundësinë të përfundojnë kontratën, duke njoftuar për një periudhë 6 mujore, nëqoftëse ata shlyejnë huanë dhe marrin pajisjet në vlerën e aseteve të tregut. Në përfundim të periudhës 5 vjeçare pajisjet i kalojnë në zotërim blerësit. Shumica e prodhuesve konkurrentë janë të vegjël, 12 më të mëdhenjtë nga totali kanë një pjesë tregu 20% dhe janë të angazhuar në kontrata të ngjashme me kohëzgjatje të ndryshme. Prodhuesit, me pjesë tregu më poshtë se 10% shpesh lidhin kontrata më afat gjata dhe me kushte më pak të favorshme. Kontratat e prodhuesit X ka 25% të kërkesave të lira për të qenë ofrues nga konkurrentët. Në tre vitet e mëvonshme në treg kanë hyrë dy prodhues të rinj dhe kanë fituar një pjesë të kombinuar të tregut prej 8%, pjesërisht nga marrja më tepër hua nga një numër rishitësish në kthim për kontratat me këta rishitës. Pjesa e tregut të lidhur e Prodhuesit X' është 24% (0.75 x 0.80 x 40%). Pjesa e tregut të lidhur e prodhuesve të tjerë është rreth 25%. Megjithatë, në total rreth 49 % e tregut është përjashtuar nga hyrësit potencialë dhe pjesëtarët e rinj nuk kanë pjesë këmbimi të lidhura për të paktën dy vjet për kontratat e ofruara. Tregu tregon që rishitësit shpesh kanë vështirësi në marrjen e huasë nga bankat dhe përgjithësisht janë të vegjël për të përfituar kapital nëpërmjet lidhjeve të tjera për shkak të pjesës së tregut. Prodhuesi X ka mundësi të tregojë që përqendrimi i shitjeve të veta në një numër të kufizuar rishitësish i lejon atij të planifikojë më mirë shitjet e veta dhe të ruajë koston e transportit. Në dritën e 25% të pjesës jo të lidhur të kontratave të prodhuesit X, mundësia reale për përfundimin e parakohshëm të kontratës, hyrja e fundit e prodhuesve të rinj dhe fakti që rreth gjysma e rishitësve nuk janë të lidhur, detyrimi shtrëngues sasior prej 75% i zbatuar nga prodhuesi X ka të ngjarë të përmbushë kushtet për përjashtim.

2.2. Shpërndarja ekskluzive

161. Në një marrëveshje të shpërndarjes ekskluzive, ofruesi pranon të shesë produktet e tij vetëm tek një shpërndarës për rishitje në një territor të veçantë. Në të njëjtën kohë, shpërndarësi zakonisht është i kufizuar në shitjen e tij aktive në territore të tjera të caktuara ekskluzivisht. Rreziqet e mundshme të konkurrencës kryesisht janë zvogëluar në konkurrencën brenda markës dhe copëtimin e tregut, që në veçanti mund të lehtësojnë diskriminimin e çmimit. Kur shumica ose të gjithë ofruesit zbatojnë shpërndarjen ekskluzive, kjo mund të lehtësojë marrëveshjen e fshehtë në nivelin e ofruesve dhe të shpërndarësve.

162. Shpërndarja ekskluzive është e lejuar kur pjesa e tregut e ofruesit, nuk kapërcen 30%-shin, edhe sikur të jetë kombinuar me kufizime të tjera jo-shumë të rënda vertikale, të tilla si një detyrim jo-konkurrues i kufizuar deri në pesë vjet, detyrim sasior ose blerje ekskluzive. Një kombinim i shpërndarjes ekskluzive dhe shpërndarjes përzgjedhëse është i lejuar, vetëm nëse shitja aktive në territore të tjera nuk është e kufizuar. Mbi pragun e 30%-shit të pjesës së tregut, udhëzimi i mëposhtëm është parashikuar për vlerësimin e shpërndarjes ekskluzive në rastet individuale.

163. Pozicioni i tregut i ofruesit dhe i konkurrentëve të tij ka shumë rëndësi, duke qenë se humbja e konkurrencës brenda markës mund të jetë problematike vetëm nëse konkurrenca ndërmjet markave është e kufizuar. Sa më i fortë të jetë "pozicioni i ofruesit" aq më serioze është humbja e konkurrencës brenda markës. Mbi pragun e 30%-shit të pjesës së tregut, mund të ekzistojë rreziku i zvogëlimit domethënës të konkurrencës brenda markës. Me qëllim për të qenë e përjashtueshme, humbja e konkurrencës brenda markës duhet të balancohet me eficiensa reale.

164. "***Pozicioni i konkurrentëve***" mund të ketë një domethënie të dyfishtë. Konkurrentë të fortë në përgjithësi, do të thotë që zvogëlimi në konkurrencën brenda markës është më i rëndësishëm ndaj konkurrencës së mjaftueshme ndërmjet markave. Megjithatë, nëse numri i konkurrentëve bëhet disi më i vogël dhe pozicioni i tyre i tregut është disi i ngjashëm i shprehur në pjesën e tregut, rrjetin e kapacitetit dhe shpërndarjes, ekziston një rrezik për marrëveshje të fshehtë. Humbja e konkurrencës brenda markës mund ta rrisë këtë rrezik, në veçanti kur disa ofrues drejtojnë sisteme të ngjashme të shpërndarjes. Firmat e shumta ekskluzive që kanë të drejtë të tregtojnë, d.m.th. kur ofrues të ndryshëm caktojnë të njëjtin shpërndarës ekskluziv në një territor të dhënë, mund të rrisin më tej rrezikun për marrëveshje të fshehtë. Nëse një tregtari i është dhënë e drejta ekskluzive për të shpërndarë dy ose më shumë produkte të rëndësishëm që konkurrojnë në të njëjtin territor, konkurrenca ndërmjet markave ka mundësi të jetë e kufizuar kryesisht për ato marka. Sa më e madhe të jetë pjesa e tregut grumbullues i markave të shpërndara nga tregtari i shumëfishtë, aq më i lartë do të jetë rreziku për marrëveshje të fshehtë dhe aq më shumë do të zvogëlohet konkurrenca ndërmjet markave. Situata të tilla të efektit grumbullues mund të jenë një arsye për të prapësuar përfitimin nga përjashtimi, kur pjesët e tregut të ofruesve janë poshtë pragut të përjashtimit.

165. "***Pengesat e hyrjes"*** që mund të pengojnë ofruesit të krijojnë shpërndarës të rinj ose të gjejnë shpërndarës alternativë janë më pak të rëndësishëm në vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurruese të shpërndarjes ekskluzive. Përjashtimi i ofruesve të tjerë nuk shfaqet, për aq kohë sa shpërndarja ekskluzive nuk është kombinuar me markën e vetme.

166. Nëse ofruesi që drejton sistemin e shpërndarjes ekskluzive, cakton një numër të madh shpërndarësish ekskluzivë në të njëjtin treg, ku këtyre nuk u kufizohet shitja për tek shpërndarës të tjerë jo të caktuar, përjashtimi i shpërndarësve të tjerë nuk është një problem. Megjithatë përjashtimi i shpërndarësve të tjerë mund të përbëjë një problem kur ekziston 'fuqi blerjeje' dhe fuqi tregu në tregjet e rrjedhjes së poshtme, në veçanti, në rastin e territoreve shumë të gjera atje ku shpërndarësi ekskluziv bëhet blerësi ekskluziv për të tërë këtë treg. Në lidhje me këtë, si shembull do të konsiderohet një rrjet supermarketesh që luan rolin e shpërndarësit të vetëm të një marke udhëheqëse në një treg kombëtar të tregtisë ushqimore me pakicë. Përjashtimi i shpërndarësve të tjerë mund të rëndohet në rastin e shpërndarjes së shumëfishtë ekskluzive. Një rast i tillë, kur pjesa e tregut e secilit ofrues është nën 30%, mund të jetë një arsye për përjashtim.

167. "***Fuqia blerëse***" gjithashtu mund të rrisë rrezikun për bashkërendim me blerësit, kur marrëveshjet e shpërndarjes ekskluzive janë të imponuara nga blerës të rëndësishëm, ndoshta të vendosur në territore të ndryshme, në një ose disa furnizues.

168. "***Maturimi i tregut"*** është i rëndësishëm, duke qenë se humbja e konkurrencës brenda markës dhe diskriminimi i çmimit mund të jenë një problem serioz në një treg të maturuar, por mund të jenë më pak të përshtatshëm në një treg me kërkesë që rritet, teknologji që ndryshojnë dhe pozicione të tregut që ndryshojnë.

169. "***Niveli i tregtisë"*** është i rëndësishëm, duke qenë se efektet e mundshme negative mund të ndryshojnë midis nivelit të shitjes me shumicë dhe me pakicë. Shpërndarja ekskluzive, kryesisht zbatohet në shpërndarjen e mallrave dhe shërbimeve përfundimtare. Një humbje e konkurrencës brenda markës është e mundshme veçanërisht në nivelin e shitjes me pakicë, nëse kjo lidhet me territore të gjera, meqenëse konsumatorët përfundimtarë mund të përballohen me një mundësi të vogël të zgjedhjes midis një çmimi të lartë / shërbimi të lartë dhe një çmimi të ulët / shërbimi të ulët të shpërndarësit për një markë të rëndësishme.

170. Një prodhues që zgjedh një grosist (shitës shumice) që të jetë shpërndarësi i tij ekskluziv, normalisht do të veprojë kështu për një territor më të gjerë, të tillë si tregun gjeografik kombëtar. Kur prodhuesi nuk është dominues dhe për sa kohë grosisti mund të shesë produktet pa kufizim tek shitësit me pakicë në tregjet e rrjedhës së poshtme, nuk ka mundësi të ekzistojnë efekte të dukshme anti-konkurruese. Një humbje e mundshme e konkurrencës brenda markës në nivelin e shitjes me shumicë mund të jetë lehtësisht e tejkalueshme nga eficiencat e përfituara në logjistikë, reklamë etj, veçanërisht, kur prodhuesi është i bazuar në një vend tjetër. Përjashtimi i grosistëve të tjerë brenda atij territori, nuk ka mundësi të ndodhë, duke qenë se një ofrues me një pjesë tregu mbi 30% zakonisht ka fuqi të konsiderueshme në marrëveshje, për të mos zgjedhur një shpërndarës më pak eficient. Megjithatë, rreziqet e mundshme për konkurrencën ndërmjet markave të shpërndarjes së shumëfishtë ekskluzive, janë më të larta në nivelin e shitjes me shumicë sesa në atë të shitjes me pakicë.

171. Kombinimi i shpërndarjes ekskluzive me markën e vetme mund të shtojë problemin e përjashtimit të tregut ndaj ofruesve të tjerë, veçanërisht në rastin e një rrjeti të dendur të shpërndarësve ekskluzivë me territore të vogla ose në rastin e një efekti grumbullues. Kjo mund të kërkojë zbatimin e parimeve të paraqitura më sipër për markën e vetme. Megjithatë, kur ky kombinim nuk çon në përjashtim të ndjeshëm, mund të jetë pro-konkurrues, duke shtuar nxitjen për shpërndarësin ekskluziv që të përqendrojë përpjekjet e tij në markën e veçantë. Prandaj, në mungesë të një efekti të tillë përjashtimi, kombinimi i shpërndarjes ekskluzive me detyrimin jo – konkurrues përjashtohet për të gjithë kohëzgjatjen e marrëveshjes, në veçanti në nivelin e shitjes me shumicë.

172. Kombinimi i shpërndarjes ekskluzive me blerjen ekskluzive rrit rreziqet e mundshme të konkurrencës së zvogëluar brenda markës dhe copëtimit të tregut, i cili mund të lehtësojë në veçanti diskriminimin e çmimit. Shpërndarja ekskluzive kufizon shitjen e njëkohshme me anë të klientëve në disa tregje, duke qenë se ajo kufizon numrin e shpërndarësve dhe zakonisht kufizon lirinë e shpërndarësit për shitje aktive. Blerja ekskluzive, që i kërkon shpërndarësve ekskluzivë të blejnë ofertat e tyre për markën e veçantë në mënyrë të drejtpërdrejtë nga prodhuesi, dhe i ndalon të blejnë nga shpërndarës të tjerë në sistem, eliminon shitjen e mundshme të njëkohshme në disa tregje. Kjo rrit mundësitë për ofruesin që të kufizojë konkurrencën brenda markës, ndërsa zbaton kushte të ndryshme shitjeje. Ofruesit me një pjesë tregu mbi 30%, nuk kanë mundësi të përjashtojnë kombinimin e shpërndarjes ekskluzive dhe blerjes ekskluzive, vetëm nëse ka eficiensa shumë të qarta dhe thelbësore, që çojnë në çmime më të ulta për të gjithë konsumatorët përfundimtarë.

173. "***Natyra e produktit"*** nuk është shumë e përshtatshme për të vlerësuar efektet e mundshme anti-konkurruese të shpërndarjes ekskluzive. Megjithatë, është e përshtatshme kur diskutohet çështja e efiçiensave të mundshme, d.m.th pasi është vendosur një efekt i dukshëm anti-konkurrues.

174. Shpërndarja ekskluzive mund të çojë në efiçienca, veçanërisht atje ku investimet nga shpërndarësit kërkohen për të mbrojtur ose ngritur imazhin e markës. Në përgjithësi, çështja për efiçiencat është më e lartë për produktet e reja, për produktet komplekse, për produktet, cilësitë e të cilave janë të vështira për t'u vlerësuar përpara konsumimit (të ashtuquajturat produkte të eksperiencës) ose cilësitë e të cilave janë të vështira për t'u vlerësuar edhe

pas konsumimit (të ashtuquajturat produkte të besimit). Veç kësaj, shpërndarja ekskluzive mund të çojë në kursime në kostot e logjistikës për shkak të ekonomive të shkallës në transport dhe shpërndarje.[85]

---

[85] **Shembull i shpërndarjes ekskluzive në nivelin e shitjes (tregtisë) me shumicë**: **A**-ja është udhëheqësi i tregut, në një treg për një konsumator të qëndrueshëm. **A**-ja shet produktin e tij përmes grosistëve ekskluzivë. Territoret për grosistët i korrespondojnë të gjithë territorit në rastin e një shteti të vogël dhe një rajoni në rastin e një shteti të madh. Këta shpërndarës ekskluzivë kujdesen për shitjet ndaj të gjithë shitësve me pakicë në territoret e tyre. Ata nuk shesin tek konsumatorët përfundimtarë. Grosistët janë përgjegjës për reklamën në tregjet e tyre. Novacioni i teknologjisë dhe produktit zhvillohet vërtet shpejt në këtë treg dhe shërbimi i parashitjes për shitësit me pakicë dhe konsumatorët përfundimtarë luan një rol të rëndësishëm. Grosistëve nuk u kërkohet të sigurojnë të gjitha nevojat e tyre të markës së ofruesit **A** nga vetë prodhuesi, dhe shitja e njëkohshme në disa tregje nga grosistët ose shitësit me pakicë është e zbatueshme sepse kostot e transportit janë relativisht të ulta të krahasuara me vlerën e produktit. Grosistët nuk janë nën një detyrim jo–konkurrues. Shitësit me pakicë gjithashtu shesin një numër markash të ofruesve që konkurrojnë dhe nuk ka marrëveshje të shpërndarjes ekskluzive ose përzgjedhëse në nivelin e shitjes me pakicë. Në tregun e shitjeve ndaj grosistëve, **A** ka pjesë tregu rreth 50%. Pjesa e tij e tregut në tregje të ndryshme të shitjes me pakicë varion midis 40% dhe 60%. **A** ka midis 6 dhe 10 konkurrentë në çdo treg kombëtar: B, C dhe D janë konkurrentët e tij më të mëdhenj dhe gjithashtu gjenden në çdo treg kombëtar, me pjesë tregu që variojnë midis 20% dhe 5%. Prodhuesit që mbesin janë prodhues kombëtarë me pjesë më të vogla tregu. B, C dhe D që kanë rrjete të ngjashme të shpërndarjes, ndërsa prodhuesit lokalë priren të shesin produktet e tyre drejtpërdrejtë tek shitësit me pakicë. Në tregun e shitjes me shumicë të përshkruar më sipër, rreziku i konkurrencës së zvogëluar brenda markës dhe i diskriminimit të çmimit është i ulët. Shitja e njëkohshme në disa tregje nuk pengohet dhe mungesa e konkurrencës brenda markës nuk është shumë e përshtatshme në nivelin e shitjes me shumicë. Në nivelin e shitjes me pakicë nuk pengohet as konkurrenca brenda markës as konkurrenca ndërmjet markave. Për më tepër, konkurrenca ndërmjet markave është gjerësisht e paprekur nga marrëveshjet ekskluzive në nivelin e shitjes me shumicë. Nëse efektet antikonkurrues ekzistojnë, bëhet i mundur që kushtet për përjashtim të përmbushen.

Shembull i shpërndarjes së shumëfishtë ekskluzive në një treg oligopolistik: Në një treg kombëtar për një produkt përfundimtar, ekzistojnë katër udhëheqës tregu, ku secili ka një pjesë tregu prej rreth 20%. Këta katër udhëheqës tregu shesin produktin e tyre përmes shpërndarësve ekskluzivë në nivelin e shitjes (tregtisë) me pakicë. Shitësve me pakicë u është dhënë një territor ekskluziv që i korrespondon qytetit në të cilin ata janë vendosur ose një rajoni të qytetit për qytetet e mëdha. Në shumicën e territoreve, të katër udhëheqësit e tregut ndodh të caktojnë të njëjtin shitës me pakicë ekskluziv ("ndërmarrje e shumëfishtë ekskluzive që ka të drejtë të tregtojë") shpesh të vendosur në qendër dhe më tepër të specializuar në produkte. Pjesa e mbetur prej 20% e tregut kombëtar përbëhet nga prodhues të vegjël lokalë, më i madhi nga këta prodhues ka një pjesë tregu prej 5% në tregun kombëtar. Këta prodhues lokalë shesin produktet e tyre nëpërmjet shitësve të tjerë me pakicë, pasi shpërndarësit ekskluzivë të katër ofruesve më të mëdhenj tregojnë interes të vogël në shitjen e markave më pak të njohura dhe më të lira. Ekziston një markë e fortë dhe diferencim produkti në treg. Të katër udhëheqësit e tregut bëjnë fushata të mëdha kombëtare të reklamës dhe paraqesin imazhe të forta të markës, ndërsa prodhuesit dytësorë nuk reklamojnë produktet të tyre në nivel kombëtar. Tregu është disi i maturuar, me kërkesë të qëndrueshme dhe pa produkt kryesor dhe novacion teknologjik. Produkti është relativisht i thjeshtë. Në një treg të tillë oligopolistik, ekziston një rrezik për marrëveshje të fshehtë midis të katër udhëheqësve të tregut. Ky rrezik rritet nëpërmjet shpërndarjes së shumëfishtë. Konkurrenca brenda markës është e kufizuar nga ekskluziviteti territorial. Konkurrenca midis katër markave që udhëheqin është zvogëluar në nivelin e shitjes (tregtisë) me pakicë meqë një shitës pakice fikson çmimin e të katër markave në secilin territor. Shpërndarja e shumëfishtë nënkupton atë që nëse një prodhues ul çmimin për markën e tij, shitësi me pakicë nuk do të jetë i etur të transmetojë këtë ulje çmimi tek konsumatori përfundimtar, duke qenë se ajo do të zvogëlonte shitjet e tij dhe përfitimet e arritura me markat e tjera. Prandaj, prodhuesit kanë një ulje të interesit për të hyrë në konkurrencën e çmimit me njëri – tjetrin. Konkurrenca e çmimit ndërmjet markave ekziston kryesisht me një imazh të dobët të markës së mallrave të prodhuesve dytësorë. Argumentet e mundshme të efiçiencës për shpërndarësit ekskluzivë (të përbashkët) janë të kufizuara, duke qenë se produkti është relativisht i thjeshtë, rishitja nuk kërkon investime specifike ose trainimi dhe reklama bëhet në nivelin e prodhuesve.

Shembull i shpërndarjes ekskluzive i kombinuar me blerjen ekskluzive: Prodhuesi A është lider në treg ndaj një konsumatori voluminoz të qëndrueshëm, me një pjesë tregu ndërmjet 40 dhe 60% në pjesën më të madhe të tregjeve të tregtisë me pakicë. Në secilin shtet ka rreth shtatë konkurrentë me pjesë shumë të vogël të tregut, ku më i madhi i këtyre konkurrentëve ka një pjesë tregu prej 10%.Prodhuesi A nëpërmjet filialeve të tij kombëtarë shet produktin e tij, tek shpërndarësit ekskluzivë në nivelin e shitjes me pakicë, të cilët nuk lejohen të shesin në mënyrë aktive në territoret e njëri – tjetrit. Veç kësaj, shitësit me pakicë janë të detyruar të blejnë produktet e prodhuesit A ekskluzivisht nga filiali kombëtar i prodhuesit A në vendet e tyre. Shitësit me pakicë që shesin markën e prodhuesit A janë rishitësit kryesorë të atij tipi produkti në territorin e tyre. Ato mbajnë markat konkurruese, por me shkallë të ndryshme të suksesit dhe entuziazmit. Prodhuesi A zbaton diferenca nga 10 deri në 15% në çmime ndërmjet tregjeve dhe diferenca më të vogla brenda tregjeve. Kjo interpretohet si diferenca më të vogla të çmimit në nivelin e tregtisë me pakicë. Tregu është relativisht i qëndrueshëm si nga ana e ofertës, ashtu edhe nga ana e kërkesës dhe nuk ka ndryshime teknologjike domethënëse. Në këto tregje, humbja e konkurrencës brenda markës rezulton jo vetëm në ekskluzivitetin territorial në nivelin e tregtisë me pakicë, por rëndohet nga detyrimi i blerjes ekskluzive të vendosur mbi shitësit e pakicës. Detyrimi i blerjes ekskluzive ndihmon për të mbajtur tregjet dhe territoret të ndara, duke bërë të pamundur arbitrimin ndërmjet shitësve me pakicë ekskluzivë. Këta të fundit nuk mund të shesin aktivisht në territorin e njëri – tjetrit dhe në praktikë priren të shmangin dorëzimin jashtë territorit të tyre. Kjo e bën të mundshëm diskriminim e çmimit. Arbitrimi nga konsumatorët dhe tregtarët e pavarur është i kufizuar lidhur me volumin e produktit. Argumentet e mundshëm të efiçienës të këtij sistemi të lidhura me ekonomitë e shkallës në përpjekjet për transport dhe reklamë në nivelin e shitësve me pakicë, nuk ka mundësi të tejkalojnë efektin negativ të diskriminimit të çmimit dhe të konkurrencës së zvogëluar brenda markës. Si pasojë nuk ka mundësi që kushtet për përjashtim të jenë përmbushur.

2.3. Caktimi i klientit ekskluziv

175. Në një marrëveshjeje të caktimit të klientit ekskluziv, ofruesi pranon t'i shesë produktet e tij vetëm një shpërndarësi për rishitje tek një kategori e veçantë klientësh. Në të njëjtën kohë, shpërndarësi kufizohet në shitjen e tij aktive për kategoritë e tjera të klientëve ekskluzivisht të caktuar. Rreziqet e mundshme të konkurrencës janë zvogëluar kryesisht në konkurrencën brenda markës dhe copëtimin e tregut, që në veçanti lehtësojnë diskriminimin e çmimit. Kur shumica ose të gjithë ofruesit zbatojnë caktimin e klientit ekskluziv, mund të lehtësohet bashkërendimi në nivelin e ofruesve dhe shpërndarësve.

176. Një kombinim i caktimit të klientit ekskluziv dhe shpërndarjes përzgjedhëse normalisht është shumë i rëndë, duke qenë se shitja aktive tek përdoruesi përfundimtar me anë të shpërndarësve të caktuar zakonisht nuk lihet e lirë.

177. Caktimi i klientit ekskluziv kryesisht zbatohet për produktet e ndërmjetme dhe në nivelin e shitjes me shumicë kur i përket produkteve përfundimtare, atje ku grupet e klientit me kërkesa të ndryshme specifike që i përkasin produktit mund të jenë të dallueshme.

178. Caktimi i klientit ekskluziv mund të sjellë eficienca, veçanërisht kur shpërndarësve u kërkohet të bëjnë investime, p.sh: në pajisje specifike, në aftësitë profesionale ose njohuri për t'ju përshtatur kërkesave të grupit të klientëve të tyre. Periudha e zhvlerësimit të këtyre investimeve tregon kohëzgjatjen e justifikuar të një sistemi të caktimit të klientit ekskluziv. Në përgjithësi, rasti është më i fortë për produktet e reja ose komplekse dhe për produktet, që kërkojnë përshtatjen me nevojat e klientëve të veçantë. Nevoja të identifikueshme të diferencuara janë më shumë të mundshme për produktet e ndërmjetme, d.m.th produkte të shitura tek tipe të ndryshme të blerësve profesionalë. Caktimi i konsumatorëve përfundimtarë nuk ka mundësi të çojë në eficienca dhe kështu është i pamundur të përjashtohet[86].

2.4. Shpërndarja përzgjedhëse.

179. Marrëveshjet e shpërndarjes përzgjedhëse ashtu si dhe marrëveshjet e shpërndarjes ekskluzive, nga njëra anë kufizojnë një numër të shpërndarësve të autorizuar dhe nga ana tjetër mundësitë e rishitjes**.** Dallimi ndërmjet shpërndarjes së përzgjedhur dhe shpërndarjes ekskluzive, qëndron në faktin që kufizimi i numrit të tregtarëve nuk varet nga numri i territoreve, por mbi kriterin e përzgjedhjes që lidhet në radhë të parë me natyrën e produktit. Gjithashtu, kufizimi i rishitjes nuk është një kufizim mbi shitjet aktive në një territor, por një kufizim për çdo shitje të shpërndarësve të pa autorizuar, duke çuar në tregtarë të caktuar dhe konsumatorë përfundimtarë si blerës të mundshëm. Shpërndarja e përzgjedhur përdoret pothuajse gjithmonë për të shpërndarë produktet përfundimtare të markës.

180. *Rreziqet e mundshme të konkurrencës* janë: një zvogëlim në konkurrencën brenda markës dhe veçanërisht në rastin e efektit grumbullues; përjashtimi i llojeve të caktuara të shpërndarësve dhe lehtësimi i bashkërendimit midis ofruesve ose blerësve. Për të vlerësuar efektet e mundshme antikonkurruese të shpërndarjes përzgjedhëse duhet bërë një dallim midis shpërndarjes së përzgjedhur të pastër cilësore dhe shpërndarjes përzgjedhëse sasiore. Shpërndarja e përzgjedhur e pastër cilësore zgjedh tregtarët vetëm mbi bazën e kriterit objektiv të kërkuar sipas natyrës së produktit, të tillë si trajnimi i personelit shitës, shërbimi i siguruar në pikën e shitjes, një numër i caktuar i produktit të shitur etj. Zbatimi i

---

86 ***Shembull i caktimit të klientit ekskluziv:*** Një ndërmarrje ka krijuar një impiant të sofistikuar fikësi automatik. Ndërmarrja zotëron një pjesë prej 40% të këtij tregu. Kur ajo ka filluar të tregtojë këtë sistem të ri, pjesa e saj e tregut ishte 20% me një produkt më të vjetër. Impianti i ri i fikësit automatik varet nga lloji i ndërtesës (zyrë, fabrikë kimikatesh, spital etj). Ndërmarrja ka caktuar një numër shpërndarësish për të shitur dhe instaluar impiantin e fikësit automatik. Çdo shpërndarës ka kërkuar të trajnojë nëpunësit e vet për kërkesat e përgjithshme dhe specifike të instalimit të impiantit të fikësit automatik për një kategori të caktuar të klientëve. Pas 5 vjetësh, të gjithë shpërndarësit ekskluzivë do tu lejohet të shesin aktivisht për të gjitha kategoritë e klientëve, duke përfunduar kështu sistemin e caktimit të klientit ekskluziv. Atëherë, ofruesi, mund të fillojë të shes tek shpërndarësit e rinj. Tregu është krejtësisht dinamik, me dy hyrësit e fundit dhe një numër zhvilluesish teknologjikë. Konkurrentët me pjesë tregu ndërmjet 25 dhe 5 % kanë përmirësuar gjithashtu produktet e tyre. Duke qenë se ekskluziviteti është me një kohëzgjatje të kufizuar dhe ndihmon për të siguruar që shpërndarësit të zhdëmtojnë investimet e tyre dhe ti përqendrojnë përpjekjet për shitjet e tyre në radhë të parë tek një kategori e caktuar e konsumatorëve, me synim që të mësojnë tregtinë dhe që efektet e mundshme anti konkurruese të duken të kufizuara në një treg dinamik, kushtet për përjashtimin përmbushen.

një kriteri të tillë nuk kufizon në mënyrë të drejtpërdrejtë numrin e tregtarëve. Shpërndarja e përzgjedhur e pastër cilësore për mungesë të efekteve anti konkurruese, përgjithësisht konsiderohet jashtë fushës së zbatimit të nenit 4, vetëm nëse përmbushen tre kushte.

- *Së pari*, natyra e produktit në fjalë, duke pasur parasysh natyrën e produktit përkatës, mund të kërkojë një sistem shpërndarje të përzgjedhur, në kuptimin që një sistem i tillë mund të përbëjë një kërkesë të ligjshme për të ruajtur cilësinë dhe përdorimin e vet produktit.
- *Së dyti*, rishitësit mund të zgjidhen mbi bazën e një kriteri objektiv të natyrës cilësore, që përcaktohet në mënyrë të njëtrajtshme për të gjithë rishitësit potencialë dhe nuk zbatohet në mënyrë diskriminuese.
- *Së treti,* kriteret e përcaktuara nuk mund të shkojnë përtej asaj çka është e nevojshme. Shpërndarja selektive sasiore shton kritere të tjera për seleksionim, që kufizojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë numrin e tregtarëve të mundshëm, për shembull, duke kërkuar shitjet minimale ose maksimale, fiksimin e numrit të tregtarëve etj.

181. Shpërndarja përzgjedhëse, cilësore ose sasiore përjashtohen për pjesën e tregut mbi 30%, edhe sikur të jetë e kombinuar me kufizime të tjera vertikale që nuk janë të rëndësishme, të tilla si një shpërndarje jo-konkurruese ose një shpërndarjes ekskluzive, që siguron se shitja aktive nga shpërndarës të autorizuar tek njëri – tjetri dhe tek përdoruesit e fundit nuk është kufizuar. Kur natyra e produktit nuk kërkon shpërndarjen e përzgjedhur, një sistem i tillë shpërndarje zakonisht nuk sjell eficiencë të plotë, duke rritur efektet për kundër balancimin e një uljeje të ndjeshme brenda markës. Nëqoftëse ndodhin efekte anti-konkurruese të dukshme, përfitimet për përjashtim, të parashikuara në ligj, ka mundësi të prapësohen.

182. Në vlerësimin e efekteve anti konkurruese të mundshme konsiderohet shumë i rëndësishëm pozicioni i tregut të ofruesit dhe i konkurrentëve të tij, duke qenë se humbja e konkurrencës brenda markës mund të jetë problematike vetëm në rastin kur konkurrenca ndërmjet markave është kufizuar. Sa më i fortë është pozicioni i ofruesit, aq më problematike është edhe humbja e konkurrencës brenda markës. Një faktor tjetër i rëndësishëm është prania e numrit të rrjeteve të shpërndarjes përzgjedhëse në të njëjtin treg. Në rastin kur shpërndarja e përzgjedhur zbatohet vetëm nga një ofrues në treg që nuk është një ndërmarrje dominuese, ajo nuk krijon efekte negative neto, me kusht që mallrat e kontraktuara që kanë lidhje me natyrën e tyre kërkojnë përdorimin e një sistemi shpërndarjeje të përzgjedhur dhe që kushti i kriterit përzgjedhës të zbatuar është i nevojshëm për të siguruar shpërndarje eficente të mallrave në fjalë.

183. Pozicioni i konkurrentëve mund të ketë një domethënie të dyfishtë dhe të luajë një rol të të veçantë në rastin e efektit grumbullues. Konkurrentë të fortë do të thotë që zvogëlimi i konkurrencës brenda markës tejkalohet lehtësisht nga konkurrenca e mjaftueshme ndërmjet markave. Kur shumica e ofruesve kryesorë zbatojnë shpërndarjen përzgjedhëse, atëherë do të ketë një humbje të ndjeshme të konkurrencës brenda markës dhe përjashtimin e mundshëm të disa lloj shpërndarësish, ashtu si dhe një rritje të riskut për bashkërendim ndërmjet ofruesve më të mëdhenj. Duke u nisur nga kufizimi mbi shitjet ndaj tregtarëve të paautorizuar në shpërndarjen përzgjedhëse, rreziku i përjashtimit të shpërndarësve më eficent është më i madh në shpërndarjen përzgjedhëse se sa në shpërndarjen ekskluzive. Kjo i jep sistemeve të shpërndarjes përzgjedhëse një karakter të mbyllur, duke e bërë të pamundur përfitimin e ofertës nga tregtarët e paautorizuar, duke e bërë shpërndarjen e përzgjedhur veçanërisht më të kërkuar, në shmangien e presionit nga zbritësit e çmimit në marxhinat e prodhuesve, ashtu si dhe në marxhinat e tregtarëve të autorizuar.

184. Kur përjashtimi zbatohet për rrjetet individuale të shpërndarjes së përzgjedhur, mos zbatimi i tij mund të merret parasysh në rastin e efekteve grumbulluese. Megjithatë, një problem i efektit grumbullues, nuk ka mundësi të shfaqet kur pjesa e tregut të mbuluar nga shpërndarja përzgjedhëse është nën 50%. Kjo ndodh edhe në rastin kur raporti i mbulimit të tregut kalon 50%, por pjesa e bashkuar e tregut të 5 ofruesve më të mëdhenj (CR5) është nën 50%. Kur raporti i përqendrimit (CR5) dhe pjesa e tregut e mbuluar nga shpërndarja përzgjedhëse i kalon 50%, vlerësimi mund të varet në çdo rast nëse 5 ofruesit më të mëdhenj zbatojnë shpërndarjen përzgjedhëse. Sa më i fortë të jetë pozicioni i konkurrentëve që nuk zbatojnë shpërndarjen

përzgjedhëse, aq më pak është i mundshëm përjashtimi i shpërndarësve të tjerë. Nëse 5 ofruesit më të mëdhenj zbatojnë shpërndarjen përzgjedhëse, problemet e konkurrencës mund të shfaqen në veçanti në lidhje me ato marrëveshje që zbatojnë kriterin e përzgjedhjes sasiore. duke kufizuar në mënyrë të drejtpërdrejtë numrin e tregtarëve të autorizuar.

185. "***Pengesat e hyrjes***" në rastin e përjashtimit nga tregu të tregtarëve të pa autorizuar, duke qenë se shpërndarja përzgjedhëse zakonisht zbatohet nga prodhuesit e produkteve të markës, përgjithësisht, duhet kohë dhe investime të konsiderueshme, për shitësit me pakicë të përjashtuar që të hedhin në treg markat e tyre ose të fitojnë oferta konkurruese diku tjetër.

186. "***Fuqia blerëse***" mund të rrisë riskun e marrëveshjeve të fshehta ndërmjet tregtarëve dhe për rrjedhim të ndryshojë analizën e efekteve anti konkurruese të mundshme të shpërndarjes përzgjedhëse. Përjashtimi nga tregu i shitësve me pakicë më efiçientë veçanërisht mund të rezultojë kur një organizatë e fortë tregtare vendos kriterin e përzgjedhjes mbi ofruesit me qëllim kufizimin e shpërndarjes në favor të anëtarëve të saj.

187. Përjashtimi i ofruesve më të mëdhenj, nuk është problem për aq kohë sa ofruesit e tjerë mund të përdorin të njëjtët shpërndarës, d.m.th për aq kohë sa sistemi i shpërndarjes përzgjedhëse nuk është i kombinuar me markën e vetme. Në rastin e një rrjeti të dendur të shpërndarësve të autorizuar ose në rastin e efektit grumbullues, kombinimi i shpërndarjes së përzgjedhur dhe një detyrimi jo konkurrues mund të paraqesin një rrezik të përjashtimit të ofruesve të tjerë. Në këtë rast, zbatohen parimet e paraqitura më sipër për markën e vetme. Atje ku shpërndarja përzgjedhëse nuk është kombinuar me një detyrim jo konkurrues, përjashtimi nga tregu i ofruesve konkurrentë është një problem, nëse ofruesit kryesorë zbatojnë jo vetëm kriterin e përzgjedhjes cilësore të pastër, por vendosin mbi tregtarët e tyre disa detyrime shtesë të tilla si: detyrimi për të rezervuar një hapësirë paraprake për produktet e tyre ose me kusht që shitjet e produkteve të tyre nga tregtarët të arrijnë përqindjen minimale të xhiros totale të tregtarit. Një problem i tillë është i pamundur të shfaqet nëse pjesa e tregut e mbuluar nga shpërndarja përzgjedhëse është nën 50% ose kur ky raport i mbulimit të tregut tejkalon këtë kufi nëse pjesa e tregut të pesë ofruesve më të mëdhenj është nën 50%.

188. "**Maturimi i tregut**" është i rëndësishëm, pasi humbja e konkurrencës brenda markës dhe përjashtimi i mundshëm i ofruesve ose tregtarëve mund të jetë një problem serioz në një treg të maturuar, por është më pak i përshtatshëm në një treg me kërkesë në rritje, ndryshim teknologjie dhe ndryshim të pozicionit në treg.[87]

---

[87] ***Shembull i shpërndarjes përzgjedhëse sasiore:*** Në një treg me konsumatorë të qëndrueshëm, udhëheqësi i tregut (marka A), me një pjesë tregu prej 35% i shet produktet e veta nëpërmjet një rrjeti shpërndarës të përzgjedhur, konsumatorëve të fundit. Lidhur me këtë, ekzistojnë disa kritere për pranimin në rrjet: dyqani duhet të punësojë staf të trajnuar dhe të sigurojë shërbime para – shitjes, duhet të ketë në dyqan një hapësirë të specializuar që i kushtohet shitjeve të produktit, produkte të ngjashme të teknologjisë së lartë dhe gjithashtu dyqanit i kërkohet të shesë një numër të madh të modeleve të ofruesit dhe ti paraqesë ato në një mënyrë tërheqëse. Për më tepër, numri i shitësve me pakicë të pranuar në rrjet, është i kufizuar në mënyrë të drejtpërdrejtë nëpërmjet caktimit të një numri maksimal të shitësve me pakicë për frymë në çdo rreth ose zonë urbane. Prodhuesi A ka 6 konkurrentë në këtë treg. Konkurrentët e tij më të mëdhenj B, C dhe D kanë respektivisht 25, 15 dhe 10 % pjesë të tregut, ndërsa prodhuesit e tjerë kanë pjesë tregu më të vogël. Prodhuesi A është i vetmi që përdor shpërndarjen përzgjedhëse. Shpërndarësit përzgjedhës të markës A gjithmonë tregtojnë pak marka konkurruese. Megjithatë, markat konkurruese shiten gjerësisht në dyqane që nuk janë anëtarë të rrjetit të shpërndarjes përzgjedhëse të A-së. Kanalet e shpërndarjes janë të ndryshme: P.sh, markat B dhe C shiten në pjesën më të madhe të dyqaneve të përzgjedhur nga A-ja, por edhe në dyqane të tjera që sigurojnë një shërbim cilësor të lartë dhe në supermarkete. Marka D shitet kryesisht në dyqane me nivel shërbimi të lartë. Teknologjia është duke u zhvilluar me shpejtësi në këtë treg dhe ofruesit kryesorë ruajnë një imazh të fortë cilësor për produktet e tyre nëpërmjet reklamës. Në këtë treg, raporti i mbulimit të shpërndarjes së përzgjedhur është 35%. Konkurrenca ndërmjet markave nuk preket në mënyrë të drejtpërdrejtë nga sistemi shpërndarjes së përzgjedhur të A-së. Konkurrenca brenda markës mund të zvogëlohet për markën A, por konsumatorët kanë të drejtën e hyrjes në shërbime më pak cilësore / çmime të ulta të ofruara nga shitësit me pakicë për markat B dhe C, të cilat kanë imazh cilësie të krahasueshëm me markën A. Për më tepër, e drejta e hyrjes së shitësve me pakicë për shërbim të lartë për marka të tjera nuk përjashtohet, përderisa nuk ka kufizim mbi kapacitetin e shpërndarësve përzgjedhës për të shitur markat konkurruese, si dhe kufizime sasiore lidhur me numrin e shitësve me pakicë për markën A, duke i lënë të lirë shitësit e tjerë me pakicë të shërbimeve të cilësisë së lartë të shpërndajnë markat konkurruese. Në këtë rast, nga pikëpamja e kërkesave dhe eficiencave të shërbimit që ka mundësi të sigurohen dhe nga efektet kufizuese të konkurrencës brenda markës, kushtet për përjashtimin e rrjetit të shpërndarjes së përzgjedhur të A-së ka mundësi të plotësohet.

Shembulli i shpërndarjes përzgjedhëse me efekte grumbulluese: Në një treg me artikuj sportivë të veçantë ka 7 prodhues, ku secili zotëron një pjesë tregu respektive: 25%, 20%, 15%, 15%, 10%, 8%, dhe 7%. Pesë prodhuesit më të mëdhenj shpërndajnë produktet e tyre nëpërmjet shpërndarjes përzgjedhëse sasiore, që të çon në mbulimin e 85 %, të këtij sistemi, ndërsa dy më të vegjlit përdorin forma të ndryshme të sistemit të shpërndarjes. Kriteret për ...

189. Eficensat e shoqëruara me këto sisteme shpërndarëse të përzgjedhura janë të ulta: produkti nuk është shumë kompleks dhe nuk justifikon një shërbim të lartë dhe të veçantë. Derisa prodhuesit mund të provojnë që ekzistojnë eficienca të qarta lidhur me rrjetin e tyre të shpërndarjes përzgjedhëse, ka mundësi që përjashtimi të prapësohet, për shkak të efekteve të tyre grumbullues që çojnë në zgjedhje më të vogël dhe çmime më të larta për konsumatorët.

2.5. Franshiza

190. Marrëveshja e franshizës përmban licencën e të drejtave të pronësisë intelektuale, në mënyrë të veçantë ato që lidhen me markat tregtare ose shenjat dhe njohuritë për përdorimin dhe shpërndarjen e produkteve. Përveç licencës të DPI, franshiz-dhënësi zakonisht i siguron franshiz-marrësit asistencë teknike gjatë kohëzgjatjes së marrëveshjes. Licenca dhe asistenca janë përbërës integral në një marrëveshje franshize. Franshiz-dhënësit zakonisht i paguhet një çmim nga franshiz-marrësi për përdorimin e metodave të veçanta të biznesit. Kjo marrëveshje i jep mundësi franshiz-dhënësit që të krijojë, me investime të vogla një rrjet uniform për shpërndarjen e produkteve të tij. Në vazhdim të klauzolës së metodës së bisnesit, marrëveshjet e franshizës zakonisht përmbajnë një kombinim të kufizimeve vertikale të ndryshme, që i përkasin produkteve të shpërndara, në veçanti shpërndarjes përzgjedhëse dhe/ose shpërndarjes jo konkurruese, ose shpërndarjes ekskluzive dhe/ose forma më të buta të këtyre kufizimeve[88].

• • • hyrjen në rrjetet e shpërndarjes përzgjedhëse janë të njëjta për të gjithë prodhuesit: dyqaneve u kërkohet të kenë personel të trajnuar dhe të sigurojnë shërbime para shitjes, të kenë në dyqan një hapësirë të specializuar minimalisht të domosdoshme për shitjen e këtyre artikujve. Dyqanit i kërkohet të shesë një numër të madh të markës në fjalë dhe ta paraqesë artikullin në një mënyrë tërheqëse; dyqani mund të lokalizohet në një rrugë tregtare dhe ky lloj artikulli mund të përfaqësojë të paktën 30% të xhiros totale të dyqanit. I njëjti tregtar caktohet si shpërndarës përzgjedhës për të 5-të markat. Dy markat e tjera, të cilat nuk i nënshtrohen formës së shpërndarjes përzgjedhëse, zakonisht shiten nëpërmjet shitësve me pakicë më pak të specializuar dhe me nivel më të ulët shërbimi. Tregu është i qëndrueshëm si nga ana e ofertës ashtu edhe nga ana e kërkesës dhe ekziston një imazh i fortë i markës dhe diferencim i produktit. Pesë kryesuesit e tregut kanë imazh të fortë të markës, të cilin e kanë arritur nëpërmjet reklamave dhe sponsorizimeve, ndërsa dy prodhuesit më të vegjël kanë një strategji për produkte më të lira, dhe një imazh më të ulët të markës. Në këtë treg, në përgjithësi ndalohet hyrja e zbritësve të çmimit për 5 markat kryesuese. Në fakt, kërkesa që ky lloj i produktit përfaqëson të paktën 30% të veprimtarisë së tregtarëve dhe kriteret për prezantimin e shërbimeve të parashitjes përjashtojnë pjesën më të madhe të zbritësve të çmimeve nga rrjeti i tregtarëve të autorizuar. Për pasojë, konsumatorët nuk kanë zgjidhje tjetër, përveç se të blejnë 5 markat kryesuese të tregut në dyqane me nivel të lartë shërbimi / çmim të lartë. Kjo të çon në zvogëlimin e konkurrencës ndërmjet markës për pesë markat kryesuese. Fakti që dy markat më të vogla mund të blihen në dyqane me shërbim cilësor më të ulët / çmim më të ulët nuk kompenson këtë, sepse imazhi i markës së pesë kryesuesve të tregut është shumë më i fortë. Konkurrenca ndërmjet markës është e kufizuar nëpërmjet shpërndarjes së shumëfishtë. Megjithatë, ekzistojnë disa shkallë të konkurrencës brenda markës dhe numri i shitësve me pakicë nuk është i kufizuar në mënyrë të drejtpërdrejtë; kriteret për pranim janë mjaft strikte për të çuar tek një numër i vogël shitësish me pakicë për pesë markat kryesuese në çdo territor.

88 ***Shembuj të marrëveshjes së franshizës:*** Një prodhues ka futur një mënyrë të re për shitjen e karameleve në të ashtuquajturat ëmbëltore, ku karamelet mund të ngjyrosen në varësi të kërkesës së konsumatorit. Prodhuesi i karameleve ka krijuar edhe makinën për ngjyrosjen e karameleve, si dhe prodhon edhe lëngjet ngjyruese. Cilësia dhe freskia e lëngut është e një rëndësie jetësore për prodhimin e karameleve cilësore. Prodhuesi është i suksesshëm me karamelet e tij nëpërmjet shitësve të tij me pakicë në treg, që ushtrojnë veprimtarinë e tyre nën të njëjtin emër tregtar dhe me të njëjtin imazh (stili i shtrirjes së dyqaneve, reklama e zakonshme etj). Me qëllim zgjerimin e shitjeve, prodhuesi fillon zbatimin e sistemit të franshizës. Franshiz-marrësit janë të detyruar të blejnë karamele, lëngun dhe makinën ngjyrosëse nga ky prodhues, të kenë të njëjtin imazh dhe të ushtrojnë veprimtarinë e tyre nën të njëjtin emër tregtar, të paguajnë masën e përcaktuar të shpenzimeve (kuotë) të franshizës, të kontribuojnë për reklamat e përbashkëta dhe të sigurojnë konfidencialitetin e manualit operues të përgatitur nga franshiz-dhënësi. Në vazhdim, franshiz-marrësit lejohen të shesin vetëm në ato ambiente të pranuara në kontratën e franshizës. Gjithashtu, franshiz-dhënësi lejon tu shesi përdoruesve final ose franshiz-marrëseve të tjerë vetëm këtë lloj karamelesh dhe jo karamele të tjera. Franshiz-dhënësi është i detyruar të mos caktojë asnjë franshiz-marrës tjetër dhe as të mos ushtrojë veprimtari të tijën në një treg të shitjes me pakicë brenda një territori të përcaktuar në kontratë. Gjithashtu, franshiz-dhënësi është i detyruar që të përditësojë dhe të zhvillojë më tej produktet e tij, të ardhmen e biznesit dhe manualin e zbatimit operues, duke i bërë këto përmirësime të disponueshme për të gjithë shitësit me pakicë franshiz-marrës. Marrëveshjet e franshizës kanë një kohë zgjatje deri në 10 vjet. Shitësit me pakicë të karameleve i blejnë karamelet e tyre në një treg kombëtar, ose nga prodhues kombëtarë që plotësojnë shijet kombëtare, ose nga shitës me shumicë të cilët i importojnë karamelet nga prodhues të huaj, përveç shitjes së produkteve nga prodhues kombëtare. Në këtë treg produktet e franshiz-dhënësit konkurrojnë me markat e tjera të karameleve. Franshiz-dhënësi ka 30% të pjesës së tregut, për karamelet e shitura në tregun e shitësve me pakicë. Konkurrenca vjen nga një numër markash kombëtare dhe ndërkombëtare, nganjëherë të prodhuara nga shoqëri me një gamë të gjerë ushqimesh. Ka shumë pika të mundshme të shitjes së karameleve si dyqanet e duhanshitësve, ushqimore të shitësve me pakicë, kafenetë dhe dyqanet e specializuara të karameleve. Në tregun e makinave për ngjyrosjen e ushqimit, pjesa e tregut të franshiz-dhënësit është nën 10%.

191. Shumë nga detyrimet e përmbajtura në marrëveshjen e franshizës, mund të vlerësohen si të domosdoshme për mbrojtjen e së drejtës së pronësisë intelektuale ose të mbajtjes së identitetit apo reputacionit të zakonshëm të rrjetit të franshizës që nuk përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të ligjit. Kufizimet në shitje (kontratat që lidhen me territorin dhe shpërndarja përzgjedhëse) i sigurojnë një nxitje franshiz-marrësit që të investojë për makinat ngjyrosëse dhe konceptin e franshizës dhe nëse nuk është e nevojshme për të investuar për këtë, të paktën ndihmon për të mbajtur identitetin e zakonshëm, duke kompensuar kështu humbjen e konkurrencës brenda markës. Klauzola jo konkurruese që përjashton markat e tjera të karameleve nga dyqanet për aq kohë sa zgjat marrëveshja, e lejon franshiz-dhënësin të ruajë uniformitetitn e tregjeve dhe të ndalojë konkurrentët që të përfitojnë nga emri i tij tregtar. Kjo nuk sjell ndonjë përjashtim serioz nga pikëpamja e numrit të madh të tregjeve potencialë të disponueshëm për prodhuesit e tjerë të karameleve. Marrëveshjet e franshizës të këtij franshiz-dhënësi mund të përmbushin kushtet për përjashtim .

2.6. Oferta ekskluzive

192. Oferta ekskluzive është forma ekstreme e shpërndarjes së kufizuar, për aq sa i takon kufirit për numrin e blerësve. Rreziku kryesor i konkurrencës së ofertës ekskluzive është përjashtimi i blerësve të tjerë. Pjesa e tregut të blerësit në tregun e blerjes së rrjedhës së sipërme është një element i rëndësishëm në vlerësimin e aftësisë së blerësit për "të imponuar" ofertën ekskluzive, e cila përjashton blerësit e tjerë nga hyrja në oferta. Rëndësia e blerësit në tregun e rrjedhës së poshtme është faktor që përcakton nëse mund të shfaqet një problem konkurrence. Nëse blerësi nuk ka fuqi tregu në tregjet e rrjedhës së poshtme, atëherë nuk mund të priten efekte negative të ndjeshme për konsumatorët. Efektet negative mund të priten, kur pjesa e tregut të blerësit në tregun e rrjedhës së poshtme të ofertës, si dhe në tregun e blerjes së rrjedhës së sipërme tejkalon kufirin 30%. Gjithashtu efekte negative priten edhe për rastet kur pjesa e tregut të blerësit në tregun e rrjedhës së sipërme nuk e tejkalon kufirin 30%, si dhe kur pjesa e tregut të blerësit në tregun e tij të rrjedhës së poshtme tejkalon 30%. Në raste të tilla, mund të kërkohet prapësimi nga përjashtimi.

193. Nuk është i rëndësishëm vetëm pozicioni në treg i blerësit në tregun e rrjedhës së poshtme dhe në tregun e rrjedhës së sipërme, por edhe shtrirja dhe kohëzgjatja ku dhe për të cilën ai zbaton një detyrim të ofertës ekskluzive. Sa më e madhe të jetë pjesa e lidhur e ofertës dhe sa më e gjatë kohëzgjatja e ofertës ekskluzive, aq më domethënës ka mundësi të jetë përjashtimi. Marrëveshjet e ofertës ekskluzive më të shkurtra se pesë vjet të bëra nga shoqëri jo-dominuese zakonisht kërkojnë një balancim të efekteve pro dhe anti konkurruese, ndërsa, për shumë tipe investimesh, marrëveshjet që zgjasin më shumë se pesë vjet janë konsideruar jo të nevojshme për të arritur eficencat e pretenduara, ose eficencat nuk janë të mjaftueshme që të tejkalojnë efektin e përjashtimit të marrëveshjeve të tilla afatgjata të ofertës ekskluzive[89].

194. Oferta ekskluzive është bazuar në një detyrim të drejtpërdrejtë ose të tërthortë që e bën ofruesin të shesë vetëm tek një blerës. Detyrimi sasior mbi ofruesit është bazuar në nxitësit e pranuar midis ofruesit dhe blerësit, që e bëjnë të parin të përqendrojë shitjet e tij kryesisht në një blerës. Detyrimi sasior mbi ofruesin mund të ketë efekte të ngjashme por më lehtësuese sesa oferta ekskluzive. Vlerësimi i detyrimit sasior do të varet nga shkalla e përjashtimit të blerësve të tjerë në tregun e rrjedhjes së sipërme.

---

[89] ***Shembull i ofertës ekskluzive:*** Në një treg, për një lloj të caktuar përbërësish (tregu i produktit të ndërmjetëm), ofruesi A bie dakord me blerësin B që të zhvillojnë një version të ndryshëm të përbërësit. Ofruesi A do ofrojë njohuritë e tij dhe një investim të konsiderueshëm në makina të reja, ndërsa blerësi B do ofrojë specifikimet e duhura. B-së do ti duhet të bëjë investime të konsiderueshme lidhur me përbërësin e ri. Është pranuar që A-ja do ti ofrojë produktin e ri që nga data e daljes në treg për herë të parë, vetëm blerësit B për një periudhë 5-vjeçare. B-ja është i detyruar të blejë produktin e ri vetëm nga A-ja për të njëjtën periudhë prej 5 vjetësh. Së bashku A-ja dhe B-ja mund të vazhdojnë të shesin dhe të blejnë respektivisht versione të tjera të përbërësve në një vend tjetër. Pjesa e tregut që zotëron blerësi B në tregun e rrjedhës së poshtme për përbërësin dhe në tregun e rrjedhës së sipërme për produktin përfundimtar është 40%. Pjesa e tregut të ofruesit të përbërësit është 35%. Ekzistojnë dhe dy ofrues të tjerë të përbërësit që zotërojnë rreth 20% - 25% të tregut. Ndërsa pjesa tjetër zotërohet nga një numër ofruesish të vegjël. Nisur nga investimet e konsiderueshme, si dhe duke pasur parasysh eficiencat dhe efektin e kufizuar të përjashtimit, marrëveshja ka mundësi të përmbushë kushtet për përjashtim. Blerës të tjerë janë përjashtuar nga një version i veçantë i një produkti të një ofruesi me 35% të pjesës së tregut dhe ka ofrues të tjerë të përbërësit që mund të zhvillojnë produkte të reja të ngjashme. Përjashtimi i pjesës së kërkesës së blerësit B ndaj ofruesve të tjerë është kufizuar në maksimumin prej 40% të tregut.

2.7. Shitja e Lidhur

195. Shitja e Lidhur ekziston kur ofruesi kushtëzon shitjen e një produkti, ndaj blerjes të një produkti tjetër të dallueshëm nga ofruesi ose nga dikush i përcaktuar nga ky i fundit. Produkti i parë referohet si produkti lidhës dhe produkti i dytë referohet si produkti i lidhur. Në qoftë se lidhja nuk është e justifikuar objektivisht nga natyra e produkteve ose përdorimi tregtar, praktika të tilla mund të përbëjnë një abuzim në kuptim të nenit 9 të ligjit. Neni 4 i ligjit mund të zbatohet ndaj marrëveshjeve horizontale ose praktikave të bashkërenduara midis ofruesve konkurrues, të cilët kushtëzojnë shitjen e një produkti mbi blerjen e një produkti tjetër të dallueshëm. Lidhja gjithashtu mund të përbëjë një kufizim vertikal sipas kuptimit të nenit 4 të ligjit, kur ai çon në një tip marke të vetme të detyrimit për produktin e lidhur.

196. Çfarë kuptojmë me produkt të dallueshëm? Dy produkte janë të dallueshëm në qoftë se në mungesë të lidhjes nga perspektiva e blerësit, produktet janë blerë nga ata, në dy tregje të ndryshëm[90]. Shpesh kombinimet janë kthyer në praktika të pranuara sepse natyra e produktit e bën teknikisht të vështirë që të ofrohet një produkt pa ofrimin e një produkti tjetër.

197. Në konkurrencë, efekti kryesor negativ i lidhjes është përjashtimi i mundshëm në treg i produktit të lidhur. Lidhja nënkupton se ekziston të paktën një formë e detyrimit sasior mbi blerësin për sa i përket produktit të lidhur. Detyrimi jo-konkurues i pranuar, për sa i përket produktit të lidhur, rrit efektin e mundshëm të përjashtimit në treg të këtij produkti. Lidhja mund të çojë në çmime mbi nivelin konkurrues, veçanërisht në 3 situata.

- *Së pari*, kur produkti i lidhur dhe ai që lidhet janë pjesërisht të zëvendësueshëm për blerësin.
- *Së dyti*, kur lidhja lejon diskriminimin në çmime në bazë të përdorimit që klienti i bën produktit lidhës, për shembull lidhja e bojës rezervë me shitjen e fotokopjes.
- *Së treti,* kur në rastin e kontratave afat-gjata ose në rastin e pas-tregjeve me pajisje origjinale me një kohë të gjatë zëvendësueshmërie, bëhet e vështirë për klientët të llogarisin pasojat e lidhjes.

198. Së fundmi, lidhja gjithashtu mund të çojë në pengesa më të larta hyrjeje në tregun e produktit të lidhur dhe në atë të produktit lidhës.

199. Shitjet e lidhura përjashtohen, kur pjesa e tregut të ofruesit në të dy tregjet, si në tregun e produktit lidhës, ashtu edhe në tregun e produkteve të lidhura nuk i kalon 30%. Ajo mund të jetë e kombinuar me kufizime vertikale të tjera jo shumë të rënda të tilla si; detyrimi jo-konkurrues ose detyrimi sasior në lidhje me produktin e lidhur ose blerjen ekskluzive.

200. Për të vlerësuar efektet e mundshme anti-konkurruese në tregun e produktit lidhës, do të merren parasysh:

- pozicioni në tregut i ofruesit
- pozicioni në tregut i konkurrentëve
- fuqia blerëse
- efekti i çmimeve mbi nivelin konkurrues

201. Pozicioni në treg i ofruesit ka shumë rëndësi. Në përgjithësi, kjo formë e marrëveshjes (për shitjen e lidhur) është vendosur mbi ofruesin. Rëndësia e pozicionit të ofruesit në tregun e produktit lidhës është arsyeja kryesore, pse një blerës mund të hasë vështirësi për të refuzuar detyrimin e shitjes të lidhur.

202. Për të vlerësuar fuqinë e tregut të ofruesit, është i rëndësishëm **pozicioni në treg i konkurrentëve të tij në tregun e produktit lidhës**. Për sa kohë që konkurruesit e tij janë të shumtë në numër dhe të fuqishëm nuk mund të priten efekte anti-konkurruese, meqë blerësit kanë alternativa të mjaftueshme për të blerë produktin lidhës pa produktin e lidhur, vetëm nëse ofrues të tjerë zbatojnë shitje të lidhura të ngjashme. Veç kësaj, për të përcaktuar pozicionin në treg të ofruesit, pengesat e hyrjes në tregun e produktit lidhës merren në konsideratë. Shitja e lidhur e kombinuar me një detyrim jo-konkurrues për sa i përket produktit lidhës, forcon në mënyrë të konsiderueshme pozicionin e ofruesit.

---

[90] P.sh., kur klientët duan të blejnë këpucë me lidhëse, prodhuesit e këpucëve ofrojnë këpucë me lidhëse. Shitja e këpucëve me lidhëse nuk është një praktikë e lidhur

203. Fuqia blerëse konsiderohet e përshtatshme, duke qenë se blerësit e rëndësishëm nuk do të jenë të detyruar të pranojnë lehtë shitjen e lidhur, pa siguruar të paktën një pjesë të eficencave të mundshme. Shitja e lidhur, e cila nuk bazohet në eficiencë është kryesisht një rrezik, ku blerësit nuk kanë fuqi blerëse domethënëse.

204. Kur ka efekte anti-konkurruese të dukshme, çështja e një përjashtimi të mundshëm shfaqet për aq kohë sa ndërmarrja nuk ka pozitë dominuese. Detyrimet e shitjes së lidhur mund të ndihmojnë për të dhënë eficenca, që shfaqen nga prodhimi i përbashkët ose shpërndarja e përbashkët. Kur produkti i lidhur nuk është prodhuar nga ofruesi, një eficencë mund të shfaqet nga ofruesi që blen sasi të mëdha të produktit të lidhur. Që shitja e lidhur të jetë e përjashtueshme duhet të tregohet që të paktën një pjesë e këtyre zvogëlimeve të kostos kanë kaluar tek konsumatori. Normalisht, shitja e lidhur nuk përjashtohet kur shitësi me pakicë është i aftë të sigurojë mbi baza të rregullta oferta të produkteve të njëjta ose ekuivalente, në kushte të njëjta ose më të mira sesa ato të ofruara nga ofruesi, që zbaton praktikën e shitjes së lidhur. Një eficencë tjetër mund të ekzistojë kur shitja e lidhur ndihmon për të siguruar një standardizim të caktuar uniformiteti dhe cilësie. Megjithatë, duhet të tregohet se efektet pozitive nuk mund të realizohen njësoj në mënyrë eficiente, duke i kërkuar blerësit të përdorë ose të rishesë produktet që plotësojnë standardet minimale të cilësisë, pa i kërkuar blerësit t'i blejë këto nga ofruesi, ose dikush i përcaktuar nga ky i fundit. Kërkesat që lidhen me standardet minimale të cilësisë, normalisht nuk do të përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të ligjit.

205. Efekti i çmimeve mbi nivelin konkurrues është konsideruar në vetvete si efekt anti-konkurrues. Efekti i përjashtimit varet nga përqindjet e shitjeve të lidhura të totalit të shitjeve të produkteve të lidhura në treg. Në çështjen se çfarë mund të konsiderohet përjashtim i dukshëm sipas nenit 4 të ligjit mund të zbatohet analiza për markën e vetme. Mbi pragun 30% të pjesës së tregut, përjashtimi i shitjes së lidhur nuk është i mundshëm, vetëm nëse ekzistojnë eficenca të qarta që transmetohen të paktën pjesërisht te konsumatorët. Përjashtimi është akoma më pak i mundshëm kur shitja e lidhur është kombinuar me detyrime jo-konkurruese ose ndaj produktit të lidhur ose për sa i përket produktit lidhës.

206. Çmimet e rekomanduara dhe maksimum të rishitjes: Udhëzimi mbulon praktikat e rekomandimit të një çmimi rishitjeje tek një rishitës, ose kërkimi nga rishitësi që të respektojë një çmim maksimum rishitjeje. Rastet mbi pragun e pjesës së tregut dhe për rastet e prapësimit nga përjashtimi ky udhëzim i parashikon sa më poshtë:

207. Rreziku i mundshëm i konkurrencës së çmimeve maksimale dhe të rekomanduara është:

- ***së pari*** çmimet maksimum ose të rekomanduara do të jenë si pikë referimi për rishitësit dhe mund të ndiqen nga shumica e tyre ose nga të gjithë.
- ***Së dyti***, çmimet maksimale ose të rekomanduara mund të lehtësojnë bashkërendimin midis ofruesve.

208. Faktori më i rëndësishëm për të vlerësuar efektet e mundshme anti-konkurruese të çmimeve maksimale ose të rekomanduara të rishitjes, është pozita në treg e ofruesit. Sa më e fortë të jetë kjo pozitë, aq më i madh është rreziku që një çmim maksimal ose i rekomanduar i rishitjes të çojë pak a shumë në një zbatim uniform nga rishitësit të këtij niveli çmimesh, sepse ata mund ta përdorin atë si pikë referimi. Ata mund ta kenë të vështirë të shmangen nga ai që ata e perceptojnë si çmimin e preferuar të rishitjes së propozuar nga një ofrues i rëndësishëm në treg. Në rrethana të tilla, praktika e vënies të një çmimi maksimal ose të rekomanduar të rishitjes mund të shkelë nenin 4 të ligjit, në qoftë se çon në një nivel uniform të çmimit.

209. Faktori i dytë më i rëndësishëm për vlerësimin e efekteve të mundshme anti-konkurruese të praktikave të çmimeve maksimale dhe të rekomanduara është pozicionimi në treg i konkurruesve. Veçanërisht në një situatë oligopoli, praktika e përdorimit ose publikimit të çmimeve maksimale ose të rekomanduara mund të lehtësojë bashkërendimin midis ofruesve duke shkëmbyer informacion mbi nivelin e preferuar të çmimit dhe duke zvogëluar mundësitë e çmimeve më të ulta të rishitjes. Praktika e vendosjes së një çmimi maksimal ose të rekomanduar të rishitjes që çojnë në efekte të tilla gjithashtu mund të përbëjnë shkelje të nenit 4 të ligjit.

Udhëzim
"Për vlerësimin e marrëveshjeve horizontale"[91]

I. Objekti

1. Udhëzimi paraqet parimet për vlerësimin e marrëveshjeve të bashkëpunimit horizontal. Marrëveshja e bashkëpunimit ka "natyre horizontale", nëse një marrëveshje ose praktikë e bashkërenduar është përfunduar ndërmjet ndërmarrjeve të cilat ushtrojnë veprimtarinë e tyre në të njëjtat nivele në treg. Në shumicën e rasteve bashkëpunimi horizontal i referohet bashkëpunimit midis konkurruesve. Ai mbulon apo përfshin aspekte të tilla si kërkime dhe zhvillime, prodhimin, blerjen apo tregtimin.

2. Bashkëpunimi horizontal mund të shkaktojë efekte negative për konkurrencën. Këto probleme krijohen kur palët në një bashkëpunim pranojnë të fiksojnë çmimet ose prodhimin, të ndajnë tregjet ose kur bashkëpunimi mundëson palët që të mbajnë, të ruajnë ose të rrisin fuqinë në treg, duke shkaktuar kështu efekte negative në treg lidhur me çmimet, prodhimin, novacionet[92] ose llojshmërinë dhe cilësinë e prodhimit.

3. Por nga ana tjetër, bashkëpunimi horizontal mund të çojë në përfitime ekonomike të ndjeshme. Ndërmarrjet kërkojnë t'i përgjigjen rritjes së presionit konkurrues dhe një tregu të ndryshueshëm drejt globalizimit, shpejtësisë së progresit teknologjik dhe në përgjithësi natyrës së tregjeve më dinamike. Bashkëpunimi mund të jetë një mjet për të ndarë riskun, për të ruajtur kostot, për të bashkuar njohuritë dhe për të hedhur në treg shumë më shpejt novacionet. Në veçanti për ndërmarrjet e vogla dhe të mesme, bashkëpunimi është një mjet i rëndësishëm për tju përshtatur ndryshimeve në treg

4. Qëllimi i këtij udhëzimi është sigurimi i një kuadri analitik për shumicën e llojeve të zakonshme të bashkëpunimit horizontal. Kriteri ekonomik i tillë si fuqia e tregut të palëve dhe faktorë të tjerë që lidhen me strukturën e tregut, formojnë një element kyç për vlerësimin e ndikimit të mundshëm të tregut të shkaktuar nga një marrëveshje bashkëpunimi dhe si rrjedhim për vlerësim në bazë të ligjit.

II. Klasifikimi i marrëveshjeve

1. Ky udhëzim mbulon marrëveshjet ose praktikat e bashkërenduara (këtu e më poshtë "marrëveshje") të lidhura ndërmjet dy ose më shumë ndërmarrjeve që veprojnë në të njëjtin nivel (e) të tregut për shembull, në të njëjtin nivel prodhimi ose shpërndarje, duke përcaktuar dhe kriteret për vlerësimin e marrëveshjeve të Kërkim & Zhvillimit, prodhimit, blerjes, tregtimit, standardizimit dhe marrëveshje mjedisore.

2. Marrëveshjet e lidhura ndërmjet ndërmarrjeve që veprojnë në nivele të ndryshme të zinxhirit të prodhimit apo shpërndarjes, që quhen marrëveshje vertikale, në parim përjashtohen nga ky udhëzim.

3. Marrëveshjet mund të vlerësohen në faza të ndryshme të zbatimit të tyre p.sh marrëveshjet e K&Zh dhe të rezultateve të tyre. Në këtë përcaktim mbahen parasysh dy faktorë:

a) Së pari, pika fillestare e bashkëpunimit dhe

b) Së dyti, shkalla e integrimit të funksioneve të ndryshme.

Një marrëveshje bashkëpunimi, që përfshin si marrëveshjet e K&Zh, ashtu edhe të prodhimit të përbashkët të rezultateve, do të trajtohet në seksionin mbi "Marrëveshjet e Kërkimit dhe Zhvillimit", pasi prodhimi i përbashkët, realizohet vetëm atëherë kur marrëveshja K&Zh e përbashkët është e suksesshme. Kjo nënkupton që rezultatet e marrëveshjeve të K&Zh të përbashkët janë vendimtare për prodhimin. Marrëveshjet e K&Zh mund të shihen në këtë mënyrë si pika e fillimit të bashkëpunimit. Ky vlerësim do të ndryshonte nëse marrëveshja parashikonte një integrim të plotë në fushën e prodhimit dhe një integrim të pjesshëm të disa veprimtarive të K&Zh. Në këtë rast,

---

[91] 32001 Y 0106 (01); Njoftimi i Komisionit; Udhëzues mbi zbatimin e nenit 81 të Traktatit te KE për marrëveshjet e bashkëpunimit horizontal" (OJ C3, 6.1.2001; P. 2 – 30)

[92] Inovacionet (Shpikjet)

efektet e mundshme anti konkurruese dhe përfitimet ekonomike të bashkëpunimit do të lidhen në masë të madhe me prodhimin e përbashkët dhe prandaj marrëveshja duhet të shqyrtohet në përputhje me parimet e vendosura në seksionin "Marrëveshjet e Prodhimit".

4. Neni 4 i Ligjit nuk zbatohet për marrëveshjet, të cilat kanë një rëndësi të vogël (Rregullorja "Për marrëveshjet me rëndësi të vogël", miratuar nga Komisioni i Konkurrencës me Vendimin Nr. 121, datë 10.09.2009), pasi nuk janë të afta të kufizojnë ndjeshëm konkurrencën nga shkaku ose pasoja. Prandaj ky udhëzues nuk paragjykon aplikimin aktual apo të ardhshëm të Rregullores "Për marrëveshjet me rëndësi të vogël".

III. Parimet bazë për vlerësim

1. Neni 4 i Ligjit zbatohet për marrëveshjet e bashkëpunimit horizontal, të cilat kanë si objekt apo pasojë, pengimin, kufizimin ose shtrembërimin e konkurrencës. Këto marrëveshje janë të ndaluara në vetvete (*perse*).

Ky është rasti i marrëveshjeve që caktojnë në mënyrë të drejtpërdrejtë çmimet e blerjes apo shitjes, kufizimin e prodhimit apo ndajnë tregjet ose burimet e furnizimit. Këto marrëveshje prezumohen që të kenë efekte negative në treg, prandaj nuk është e nevojshme që të studiohen efektet e tyre aktuale në konkurrencë ose në treg me qëllim që të vërtetohet që ato janë në kundërshtim me nenin 4/1 të Ligjit

2. Sidoqoftë, shumë marrëveshje bashkëpunimi horizontal nuk kanë si objekt të tyre kufizimin e konkurrencës. Megjithatë, është e nevojshme një analizë e efekteve të këtyre marrëveshjeve. Për realizimin e kësaj analize nuk është i mjaftueshëm fakti që marrëveshja kufizon konkurrencën midis palëve. Ajo duhet gjithashtu të ndikojë konkurrencën në treg në një shkallë të tillë që të priten efektet negative në treg mbi çmimet, prodhimin, novacionin apo shumëllojshmërinë ose cilësinë e produkteve dhe shërbimeve. Në këtë rast analizohet marrëveshje e cila mund të ndikojë mbi konkurrencën në treg, në një masë të tillë që mund të priten efekte negative të tregut si në çmimet, produktet, novacionet ose llojshmërinë, apo cilësinë e mallrave dhe shërbimeve.

3. Efektet negative të shkaktuara nga një marrëveshje analizohen duke pasur parasysh:

- natyrën e marrëveshjes,
- fuqinë e kombinuar të palëve në treg, e cila përcakton (së bashku me faktorët e tjerë strukturorë) aftësinë e bashkëpunimit për të ndikuar në një masë të rëndësishme konkurrencën në treg.

III.1. Natyra e marrëveshjes

1. Natyra e një marrëveshjeje lidhet me faktorë të tillë, si fusha dhe objekti i bashkëpunimit, marrëdhënia konkurruese ndërmjet palëve dhe masa në të cilën ato kombinojnë aktivitetet e tyre. Këto faktorë përcaktojnë mundësinë që palët të koordinojnë sjelljen e tyre në treg.
2. Disa forma të marrëveshjeve të bashkëpunimit, kryesisht ato të marrëveshjeve K&ZH, ose të bashkëpunimit për të vendosur standarde ose për përmirësimin e kushteve mjedisore, kanë më pak mundësi të shkaktojnë kufizime mbi çmimet dhe produktin. Nëse këto lloj marrëveshjesh shkaktojnë efekte negative, këto të fundit lidhen me novacionin ose llojshmërinë e produkteve.
3. Forma të tjera të bashkëpunimit, të tilla si marrëveshjet mbi prodhimin ose mbi blerjet, shkaktojnë një lloj shkalle njëtrajtshmërie në kostot (totale). Në qoftë se kjo shkallë është domethënëse, palët mund të koordinojnë më lehtësisht çmimet e tregut dhe prodhimin. Një shkallë domethënëse e njëtrajtshmërisë në kostot mund të arrihet vetëm duke plotësuar disa kushte:
   a) Së pari, fusha e bashkëpunimit, p.sh prodhimi dhe blerja, duhen llogaritur për një pjesë të madhe të kostove totale në një treg të dhënë.
   b) Së dyti, palët duhet të kombinojnë aktivitetet e tyre në fushën e bashkëpunimit në një masë domethënëse. Për shembull, ky rast është kur ato bashkërisht prodhojnë ose blejnë një produkt të ndërmjetëm, të rëndësishëm, ose një pjesë të madhe të prodhimit total të tyre për një produkt përfundimtar.

III.2. Marrëveshjet që nuk përfshihen në fushën e zbatimit të Ligjit

1. Disa kategori marrëveshjesh, për shkak të natyrës së tyre të veçantë, nuk përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit. Normalisht, kjo është e vërtetë për bashkëpunimet që nuk përfshijnë një koordinim të sjelljes së palëve konkurruese në treg të tilla si:

a) Marrëveshjet e bashkëpunimit midis jo konkurrentëve;

b) Marrëveshjet e bashkëpunimit midis ndërmarrjeve konkurruese që nuk mund të kryejnë në mënyrë të pavarur projektin ose veprimtarinë që mbulohet nga bashkëpunimi,

c) Marrëveshjet e bashkëpunimit që lidhet me një veprimtari, e cila nuk ndikon në parametrat e përkatës të konkurrencës.

Këto kategori të bashkëpunimit mund të mbulohen nga neni 4 i Ligjit vetëm në qoftë se ato përfshijnë ndërmarrje me fuqi të ndjeshme tregu dhe ka mundësi të shkaktojnë probleme përjashtimi të dukshme ndaj palëve të treta.

III.3. Marrëveshjet që pothuajse gjithmonë përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit.

1. Marrëveshjet e bashkëpunimit, që kanë si objekt apo si pasojë kufizimin e konkurrencës nëpërmjet fiksimit të çmimit, kufizimit të prodhimit ose ndarjes së tregjeve ose klientëve janë marrëveshje të ndaluara dhe vlerësohen bazuar në nenin 4 të Ligjit.

2. Marrëveshjet të cilat nuk i përkasin formës së sipërpërmendur kërkojnë analizim të mëtejshëm, bazuar në kriteret e mëposhtëm:

Këto kufizime konsiderohen që janë shumë të dëmshme sepse ato ndërhyjnë drejtpërdrejt në rezultatin e procesit konkurrues. Fiksimi i çmimit dhe kufizimi i prodhimit në mënyrë të drejtpërdrejtë bën që konsumatorët të paguajnë çmime më të larta ose të mos përfitojnë sasitë që ata dëshirojnë.

Ndarja e tregjeve ose e konsumatorëve ul mundësinë e zgjedhjes konsumatore dhe përsëri të çon në çmime më të larta ose prodhim më të ulët. Për këtë arsye prezumohet që kufizime të tilla sjellin efekte negative në treg dhe për këtë arsye në shumicën e rasteve ato janë të ndaluara.

III.4. Fuqia e tregut dhe struktura e tregut

1. Pikënisja për analizën është vlerësimi i fuqisë së palëve në tregjet e prekura nga bashkëpunimi. Kjo përcakton nëse palët n.p.m bashkëpunimit do të kenë ose jo mundësi të ruajnë, të krijojnë ose të forcojnë fuqinë e tyre në treg, që do të thotë aftësia për të shkaktuar efekte negative në treg si te çmimet, prodhimi, novacionet, ose shumëllojshmëria, ose te cilësia e mallrave dhe shërbimeve.

2. Në qoftë se pjesa e kombinuar e palëve është e vogël, efekti kufizues që rrjedh nga ky bashkëpunim është i pallogaritshëm ndaj konkurrencës në tregun përkatës dhe për rrjedhojë nuk kërkohet asnjë analizë e mëtejshme. Duke u nisur nga shumëllojshmëria e formave të marrëveshjeve të bashkëpunimit dhe efekteve të ndryshme që ato mund të shkaktojnë në situata të ndryshme të tregut, është e pamundur të japësh një prag të përgjithshëm xhiroje të pjesës së tregut, mbi të cilit mund të supozohet, një fuqi tregu e mjaftueshme, e cila shkakton efekte kufizuese.

3. Përveç pozicionit të palëve në treg dhe të pjesëve të tregut që ato zënë, mund të merret parasysh edhe përqendrimi i tregut, d.m.th pozicioni dhe numri i konkurrentëve si një faktor shtesë për të vlerësuar ndikimin e bashkëpunimit në konkurrencën në treg. Si një tregues mund të përdoret Indeksi Herfindah-Hirshman (“HHI”), i cili përmbledh katrorët e pjesëve individuale të tregut të të gjithë konkurrentëve: Me një HHI poshtë 1000, përqendrimi i tregut mund të karakterizohet si i ulët, një HHI midis 1000 dhe 1800, si mesatar dhe një HHI mbi 1800 si i lartë. Një treg i përbërë nga 4 firma me pjesë tregu nga 30%,25%,25% dhe 20% ka një HHI prej 2550 (900+625+625+4000 para kooperimit. Nëqoftëse dy udhëheqësit e parë të tregut kooperojnë, HHI do të ndryshojë në 4050 (3025+625+400) mbas bashkëpunimit. HHI pas bashkëpunimit është e përshtatshme për vlerësimin e efekteve të mundshme të tregut të një bashkëpunimi. Një tregues tjetër i mundshëm, do të ishte raporti i përqendrimit të ndërmarrjes drejtuese, që gjendet duke mbledhur pjesët individuale të tregut të konkurrentëve kryesorë.

4. Në varësi të pozicionit në treg të palëve dhe përqendrimit të tregut, duhet të merren në konsideratë gjithashtu faktorë të tjerë, të tillë si, qëndrueshmëria e pjesëve të tregut, barrierat e hyrjes dhe mundësia e hyrjes në treg, fuqia kundërvepruese e blerësve/ofruesve ose natyra e produkteve (p.sh homogjeniteti, pjekuria).

Marrëveshjet që përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit mund të përjashtohen, nëse kushtet e nenit 5 të Ligjit janë plotësuar. Ky rast është në qoftë se marrëveshja:

- kontribuon në përmirësimin e prodhimit ose në shpërndarjen e produkteve, ose në nxitjen e progresit teknik ose ekonomik;
- I lejon konsumatorëve një ndarje të drejtë të përfitimeve që rezultojnë;

Dhe :

- Nuk vendos kufizime të cilat nuk janë të domosdoshme për arritjen e objektivave të sipërpërmendura;
- Nuk i jep mundësi eliminimit të konkurrencës për një pjesë të rëndësishme të produktit në fjalë.

III.5. Përfitimet ekonomike

1. Kushti i parë kërkon që marrëveshja të kontribuojë në përmirësimin e prodhimit ose shpërndarjes së produkteve, nxitjen e progresit teknik apo ekonomik, efekte pozitive këto që lidhen me eficenca statike ose dinamike, por nuk mund të konsiderohen si "përfitime ekonomike". Përfitimet ekonomike mund të jenë më të rëndësishme se efektet kufizuese në konkurrencë. Për shembull, një bashkëpunim i mundëson ndërmarrjet për të ofruar produkte me çmime më të ulta, me cilësi më të mirë ose për të hedhur më shpejt në treg një risi. Palët në marrëveshje duhet të provojnë që eficencat pozitive që burojnë nga kombinimi dhe integrimi i kapaciteteve apo burimeve të ndryshme si pasojë e bashkëpunimit janë thelbësore dhe nuk mund të arrihen nëpërmjet mënyrave të tjera më pak kufizuese. Deklaratat e përgjithshme mbi uljet e kostos janë të pamjaftueshme.

2. Autoriteti nuk merr parasysh uljet e kostos që rezultojnë nga ulja e prodhimit, ndarja e tregut ose thjeshtë nga ushtrimi i fuqisë së tregut.

III.6. Përfitimi i drejtë për konsumatorët

Përfitimet ekonomike duhet të favorizojnë jo vetëm palët në marrëveshje, por gjithashtu edhe konsumatorët. Në përgjithësi transmetimi i përfitimeve tek konsumatorët varet nga intensiteti i konkurrencës brenda tregut përkatës. Presionet konkurruese sjellin ulje të kostos, që pasohen në çmime më të ulta ose nxisin ndërmarrjet për të hedhur në treg produkte të reja në një kohë sa më të shpejtë. Prandaj, në qoftë se është ruajtur në treg konkurrenca e mjaftueshme, e cila kufizon palët në marrëveshje, procesi konkurrues normalisht do të sigurojë që konsumatorët të marrin një pjesë të drejtë të përfitimeve ekonomike.

III.7. Domosdoshmëria

Kufizimi i konkurrencës duhet të jetë i nevojshëm për arritjen e përfitimeve ekonomike. Në qoftë se ekzistojnë më pak kufizime për të arritur përfitime të ngjashme, eficenca e pretenduar nuk mund të përdoret për të justifikuar kufizimet në konkurrencë. Nëse janë apo jo kufizimet individuale të nevojshme, kjo varet nga rrethanat e tregut dhe nga kohëzgjatja e marrëveshjes.

III.8. Nuk ka eliminim të konkurrencës

Kriteri i fundit i eliminimit të konkurrencës për një pjesë domethënëse të produkteve në fjalë është i lidhur me çështjen e pozitës dominuese. Nëse një ndërmarrje ka pozitë dominuese apo ka prirje për të pasur pozitë dominuese si pasojë e një marrëveshjeje horizontale, një marrëveshje që sjell efekte anti konkurruese sipas kuptimit të nenit 4 të Ligjit, në parim, nuk mund të përjashtohet.

2. MARRËVESHJET PËR KËRKIM DHE ZHVILLIM

Përkufizim

1. Marrëveshjet K&Zh ndryshojnë nga forma dhe qëllimi. Ato përfshijnë:

- kërkimin dhe zhvillimin duke filluar nga furnizimi i jashtëm i disa veprimtarive deri tek përmirësimi i përbashkët i teknologjisë ekzistuese; ose
- bashkëpunimin që lidhet me kërkimin, zhvillimin dhe marketingun e produkteve tërësisht të rinj.

Ato mund të marrin formën e një marrëveshjeje bashkëpunimi ose të një ndërmarrje të kontrolluar bashkërisht. Ky përkufizim zbatohet tek të gjitha format e marrëveshjeve K&Zh, duke përfshirë marrëveshjet e lidhura që kanë të bëjnë me prodhimin ose tregtimin e rezultateve të siguruara nga K&Zh, me përjashtim të përqendrimeve që mbulohen nga Rregullorja e Përqendrimeve.

2. Bashkëpunimi në K&Zh mund të zvogëlojë kostot e dyfishta të panevojshme, dhe sjell rezultate në produkte dhe teknologji që zhvillohen më shpejt se sa në rast të kundërt. Si një rregull i përgjithshëm, bashkëpunimi K&Zh priret të rrisë veprimtaritë e përgjithshme të K&Zh.

3. Ndërmarrjet e vogla dhe të mesme (NVM) formojnë një bashkësi dinamike dhe heterogjene, e cila është përballur me kërkesat në rritje të ndërmarrjeve më të mëdha, për të cilat ato shpesh punojnë si nën-kontraktorë. Për të qenë konkurruese, NVM-të kanë nevojë të përtërihen vazhdimisht dhe kjo realizohet nëpërmjet pjesëmarrjes së tyre në marrëveshjet e K&Zh

4. Megjithatë, në rrethana të caktuara, marrëveshjet K&Zh mund të shkaktojnë probleme konkurrence të tilla, si efektet kufizuese mbi çmimet, prodhimin, novacionin, shumëllojshmërinë ose cilësinë e produkteve. Autoriteti i Konkurrencës vlerëson të tilla efekte për lejimin apo ndalimin e marrëveshjes.

Tregu përkatës

1. Përcaktimi i tregut përkatës në një marrëveshjeje K&Zh, është identifikimi i atyre produkteve, teknologjive ose përpjekjeve për K&Zh që do të veprojnë si kufizim konkurrues mbi palët. *Nga njëra anë*, novacionet mund të çojnë në një produkt (ose teknologji), i cili konkurron në një treg ekzistues produkti (ose teknologjie). Ky është rasti kur një marrëveshje K&Zh sjell përmirësime të vogla ose llojshmëri, si p.sh. modele të reja të disa produkteve. Në këtë rast efektet e mundshme kanë të bëjnë me tregun për produktet ekzistuese. *Në anën tjetër,* novacioni mund të çojë në një produkt tërësisht të ri, i cili krijon tregun e tij të ri (p.sh. një vaksine të re për një sëmundje të mëparshme të pashërueshme). Në një rast të tillë, tregu përkatës konsiderohet ai ekzistues. Kjo ndodh në rastet kur përpjekjet e novacionit mund të krijojnë produkte (ose teknologji), të cilat me kalimin e kohës zëvendësojnë ato ekzistuese (p.sh CD-të të cilat kanë zëvendësuar kasetat).

(a) Tregu i produktit

1. Kur bashkëpunimi i përket K&Zh për përmirësimin e produkteve ekzistuese, këto produkte ekzistuese duke përfshirë edhe zëvendësuesit e tyre të afërt, formojnë tregun përkatës që i përket bashkëpunimit.

2. Në qoftë se përpjekjet K&Zh synojnë në një ndryshim domethënës të një produkti ekzistues, ose edhe në një produkt të ri duke zëvendësuar atë ekzistues, zëvendësimi me produktet ekzistuese mund të jetë jo i plotë ose afatgjatë. Si pasojë, produktet ekzistuese dhe shfaqja e produkteve të reja, nuk ka mundësi t'i përkasin të njëjtit treg përkatës.

3. Në rast se K&Zh lidhet me një përbërës të rëndësishëm të një produkti përfundimtar, për vlerësim, duhet marrë në konsideratë jo vetëm tregu përkatës i këtij përbërësi, por edhe tregu ekzistues për produktin përfundimtar. (Për shembull, nëse prodhuesit e makinave bashkëpunojnë në K&Zh, që lidhet me një lloj të ri motori, tregu i prodhimit të makinave

mund të ndikohet nga ky bashkëpunim K&Zh). Megjithatë, në qoftë se përbërësi për të cilin K&Zh ka synuar, është teknikisht apo ekonomikisht një element i rëndësishëm i produkteve përfundimtare dhe në qoftë se palët në marrëveshjen e K&Zh janë konkurrentë të rëndësishëm në lidhje me produktet përfundimtare, tregu përkatës është ai i produkteve përfundimtare.

(b) Tregu i teknologjisë

1. Bashkëpunimi në K&Zh mund të mos lidhet vetëm me produktet por edhe me teknologjinë. Kur të drejtat për pronësinë intelektuale janë tregtuar veçmas produktit me të cilin shoqërohen, duhet të përcaktohet edhe tregu përkatës i teknologjisë. Tregu i teknologjisë përfshin pronësinë intelektuale që është licencuar dhe zëvendësues të afërt të tyre, domethënë teknologji të tjera që klientët mund t'i përdorin si zëvendësues.

2. Në përcaktimin e tregut të teknologjisë, një rëndësi e veçantë i duhet vënë konkurrencës potenciale. Kjo ndodh kur ndërmarrjet nuk licencojnë teknologjitë e tyre dhe janë hyrës potencialë në tregun e teknologjisë, ato mund të ushtrojnë presion mbi palët për të rritur çmimin për teknologjitë e tyre (*shiko shembullin 3 tek Aneksi 1*).

(c) Konkurrenca për novacionin (përpjekjet e K & ZH)

1. Marrëveshjet e bashkëpunimit për K&Zh mund të mos ndikojnë në konkurrencën në tregun ekzistues, por as në konkurrencën në tregjet në novacion. Është rasti kur bashkëpunimi i përket zhvillimit të produkteve/teknologjisë së re, e cila pritet të zëvendësojë produktet / teknologjinë ekzistuese; ose synon një përdorim të ri, i cili nuk do të zëvendësojnë produktet ekzistuese, por do të sjellë një kërkesë të re. Në këto situata, efektet në konkurrencë për novacionin janë të rëndësishme, por në disa raste mund të vlerësohen si të pamjaftueshme në analizimin e konkurrencës aktuale ose potenciale në tregun ekzistues të produkteve / teknologjive.

(d) Llogaritja e pjesëve të tregut

1. Llogaritja e pjesëve të tregut duhet të pasqyrojë ndryshimet në konkurrencë ndërmjet tregut të produkteve ekzistues dhe tregut të produkteve në novacione. Në fillim të bashkëpunimit pika referuese është tregu i produkteve të mundshme **për përmirësim ose zëvendësim** nga produktet në zhvillim. Në qoftë se marrëveshja e K&Zh synon vetëm në përmirësimin ose përpunimin e produkteve ekzistuese, ky treg përfshin produktet e lidhura në mënyrë të drejtpërdrejtë nga marrëveshja e K&Zh. Kështu, pjesët e tregut mund të llogariten mbi bazën e vlerës së shitjes së produkteve ekzistuese. Në qoftë se K&Zh synon në zëvendësimin e një produkti ekzistues dhe nëse do të jetë i suksesshëm, produkti i ri do të bëhet zëvendësues i produkteve ekzistuese.

2. Në qoftë se marrëveshja e K&Zh synon në zhvillimin e një produkti, i cili krijon një kërkesë tërësisht të re, atëherë vlerësimi nuk mund të bazohet në pjesët e tregut të bazuara mbi shitjet. Në këtë rast është e nevojshme të kryhen analiza të tjera që lidhen me efektet mbi konkurrencën, në varësi të periudhës kohore, afatmesme (3vjet) apo afatgjata (7 vjet) si pasojë e novacionit. Për pasojë, këto marrëveshje përjashtohen për një periudhë të caktuar kohore, pas hedhjes së produktit për herë të parë në treg, pavarësisht nga pjesa e tregut. Pas periudhës kohore të caktuar, pjesët e tregut mund të llogariten bazuar në vlerën e shitjeve dhe të zbatohet pragu i pjesës së tregut prej 25%.

Natyra e marrëveshjes

Marrëveshjet që nuk përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit

1. Bashkëpunimi K&Zh ndërmjet jo konkurrentëve në përgjithësi nuk kufizon konkurrencën. Marrëdhënia konkurruese ndërmjet palëve do të analizohet në kontekstin e ndikimit në tregjet ekzistuese dhe/ose novacionin. Në qoftë se palët nuk kanë mundësi të kryejnë në

mënyrë të pavarur kërkesat e K&Zh, nuk ka kufizim të konkurrencës. P.sh, kjo zbatohet për të gjitha ndërmarrjet që bashkërisht sjellin për plotësim njohuri, teknologji dhe burime të tjera. Çështja e konkurrencës potenciale do të vlerësohet mbi baza reale. Palët nuk mund të përcaktohen si konkurrentë potencialë, thjesht sepse bashkëpunimi i mundëson ata të kryejnë veprimtaritë e K&Zh. Çështja vendimtare është nëse secila palë në mënyrë të pavarur ka mjetet e nevojshme për të vlerësuar njohuritë praktike (know-how) dhe burimet e tjera.

2. Bashkëpunimi K&Zh me anën e nën-kontraktorëve ekskluziv të mëparshëm të K&Zh, shpesh është kryer nga ndërmarrje të specializuara, institute kërkimi ose organizma akademike, të cilat nuk janë aktive në shfrytëzimin e rezultateve. Kryesisht, marrëveshje të tilla janë të kombinuara me një transferim të njohurive praktike dhe/ose një klauzole oferte ekskluzive që i përket rezultateve të mundshme. Për shkak të natyrës plotësuese të palëve bashkëpunuese në këto skenarë, neni 4 i Ligjit nuk zbatohet.

3. Bashkëpunimi K&Zh, që nuk përfshin shfrytëzimin e përbashkët të rezultateve të mundshme me anë të licencimit, prodhimit dhe/ose marketingut, rrallë përfshihet në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit. Këto marrëveshje "të pastra" K&Zh mund të shkaktojnë vetëm një problem konkurrence, në qoftë se konkurrenca efektive në lidhje me novacionin është zvogëluar në mënyrë të ndjeshme.

Marrëveshjet që përfshihen brenda fushës së zbatimit të nenit 4 të Ligjit

1. Në qoftë se objekti i vërtetë i një marrëveshje nuk është K&Zh, por krijimi i një marrëveshjeje të fshehtë, që do të thotë ndryshe fiksimi i ndaluar i çmimit,kufizimin e prodhimit, ose ndarjen e tregjeve, ai përfshihet gjithmonë brenda fushës së zbatimit të nenit 4 të Ligjit.

Fuqia e tregut dhe struktura e tregut

1. Marrëveshjet e bashkëpunimit të K&Zh mund të shkaktojë 3 efekte negative në treg:

- *Së pari*, mund të kufizojë novacionin,
- *Së dyti* mund të shkaktojë koordinimin e sjelljeve të palëve në tregjet ekzistuese dhe
- *Së treti*, problemet e përjashtimit mund të ndodhin në nivelin e shfrytëzimit të rezultateve të mundshme.

Megjithatë, këto lloje efektesh negative të tregut, ka mundësi të shfaqen kur palët në një bashkëpunim kanë fuqi domethënëse në tregjet ekzistuese dhe/ose konkurrenca në lidhje me novacionin është zvogëluar ndjeshëm.

2. Nuk ka prag absolut të pjesës së tregut që tregon që një marrëveshje K&Zh krijon një shkallë të fuqisë së tregut dhe si e tillë përfshihet brenda fushës së veprimit të nenit 4 të Ligjit. Megjithatë, marrëveshjet e K&Zh që janë përfunduar midis palëve me një pjesë tregu të kombinuar, që nuk i kalon 25% dhe që kushtet e tjera janë përmbushur, janë të sigurta për përjashtim.

3. Në qoftë se K&Zh është drejtuar në përmirësimin ose përpunimin e produkteve/teknologjisë ekzistuese, efektet e mundshme për këto produkte/teknologji i përkasin tregut përkatës. Sidoqoftë, efektet e mundshme mbi çmimet, prodhimin dhe/ose novacionet në tregjet ekzistuese ndodhin vetëm nëse palët së bashku kanë një pozicion të fortë, hyrja është e vështirë dhe pak veprimtari të tjera novatore janë të përcaktueshme. Për më tepër, në qoftë se K&Zh në mënyrë të pandryshueshme përbën vetëm një input relativisht të vogël të një produkti përfundimtar, efektet mbi konkurrencën në produktet përfundimtare janë shumë të kufizuara.

- Së pari, efektet negative mbi çmimet dhe prodhimin në tregjet ekzistuese janë më të mundshëm, në qoftë se konkurrentët e fortë janë përfshirë në një situatë të tillë.
- Së dyti, bashkëpunimi mund të jetë i ngushtë në një marrëveshje prodhimi, sepse veprimtaritë e K&Zh *de fakto* nuk janë baza për një bashkëpunim të tillë.

4. Në qoftë se K&Zh synon një produkt tërësisht të ri (ose teknologji) që krijon tregun e vet të ri, efektet mbi çmimin dhe prodhimin në tregjet ekzistuese janë edhe më të pamundshme.

Në këtë rast analizohen kufizimet e mundshme të novacioneve përkatëse p.sh: cilësia dhe llojshmëria e produkteve/teknologjisë së ardhshme ose shpejtësisë së novacionit. Këto efekte kufizuese mund të lindin atëherë kur dy ose më shumë ndërmarrje ndërmarrin nismën e prodhimit të një produkti të tillë të ri dhe të fillojnë të bashkëpunojnë në fazën ku secila në mënyrë të pavarur janë shumë pranë hedhjes në treg të produktit të ri. Në një rast të tillë, novacioni mund të jetë i kufizuar madje edhe nga një marrëveshje e pastër K&Zh.

5. Shumica e marrëveshjeve të K&Zh mund të kenë efekte mbi novacionet, si dhe efekte prapavepruese në tregjet ekzistuese. Për pasojë, si tregjet ekzistuese ashtu dhe efektet mbi novacionet mund të jenë të përshtatshme për vlerësim lidhur me pozicionin e kombinuar të palëve, raportin e përqendrimit, numrin e lojtarëve/novatorëve dhe kushtet e hyrjes. Në disa raste, mund të ketë efekte kufizuese të çmimit/prodhimit në tregjet ekzistuese dhe një ndikim negativ në reduktimin e shpejtësisë së zhvillimit. Për shembull, në qoftë se konkurrentët e rëndësishëm në një treg teknologjik ekzistues, bashkëpunojnë për zhvillimin e një teknologjie të re, e cila synon të zëvendësojë produktet ekzistuese, efektet kufizuese mund të shfaqen, vetëm nëse:

- palët kanë fuqi tregu domethënëse në tregun ekzistues , dhe
- nëse ata kanë një pozicion të fortë në këtë marrëveshje.

Kjo mund të ndodhë, nëse konkurrenti kryesor në një treg ekzistues bashkëpunon me një konkurrent shumë të vogël ose/edhe potencial, i cili sapo ka filluar të hedhë në treg një produkt/teknologji të re, që mund të rrezikojë pozicionin e ekzistuesit (*incumbent*).

Përfitimet ekonomike

1. Pjesa më e madhe e marrëveshjeve të K&Zh, me ose pa shfrytëzim të përbashkët të rezultateve të pritshme, sjellin përfitime ekonomike lidhur me uljen e kostos dhe shkëmbimit të ideve dhe eksperiencës, duke çuar në zhvillimin më të shpejtë të produkteve dhe teknologjive të reja ose të përmirësuara. Nëse plotësohen këto kushte marrëveshja përjashtohet nga ndalimi megjithëse kufizon konkurrencën brenda pragut të pjesës së tregut, poshtë së cilit, efektet pozitive të marrëveshjes së Kërkimit dhe Zhvillimit tejkalojnë çdo efekt negativ mbi konkurrencën.

2. Palët pjesëmarrëse në një marrëveshje K&Zh pavarësisht nëse është krijuar një fuqi tregu e konsiderueshme, ose fuqia është rritur nga bashkëpunimi, duhet të provojnë përfitimet domethënëse të shkaktuara nga zbatimi i marrëveshjes (një hedhje të shpejtë në treg të produkteve/teknologjisë së re ose eficiencat e tjera).

Domosdoshmëria

1. Një marrëveshje K&Zh e cila vendos kufizime që nuk janë të domosdoshme për arritjen e përfitimeve të mësipërme nuk mund të përjashtohet nga ndalimi.

Koha e vlerësimit dhe kohëzgjatja e përjashtimit

1. Marrëveshjet e K&Zh që shtrihen në prodhimin e përbashkët dhe marketingun e një produkti/teknologjie të re, kërkojnë një vëmendje të veçantë si dhe kohë për t'u vlerësuar.

2. Analiza e vlerësimit për përjashtim të një marrëveshjeje K&Zh nuk mund të kryhet pa u zbatuar kjo marrëveshje. Kjo do të thotë që analiza kryhet vetëm nëse janë shfaqur rezultate që lidhen me pozicionin e palëve në treg, zhvillimin e tregut të produkteve dhe teknologjive të ardhshme.

3. Ndërmarrja për të kapur tregun me një produkt/teknologji të re, kërkon që në fillim pjesë tregu shumë të larta dhe suksesi e K&Zh shpesh vjen si rezultat i mbrojtjes së pronësisë intelektuale. Një pozicion i fortë i tregut për shkak të kësaj "përparësie të nismëtarit",nuk vlerësohet si kufizim i konkurrencës. Kështu që përjashtimi mbulon marrëveshjet K&Zh për një periudhë kohore shtesë prej 7 vjetësh, (d.m.th përtej fazës së K&Zh) pa marrë parasysh nëse palët brenda kësaj periudhe fitojnë një pjesë të madhe tregu nga ky produkt/teknologji e re, e tyre.

Shembujt përkatës për marrëveshjet e K&Zh do t'i gjeni në Aneksin Nr. 1.

3. MARRËVESHJET E PRODHIMIT (PËRFSHIRË DHE MARRËVESHJET E SPECIALIZIMIT)

Përkufizimi

1. Marrëveshjet e prodhimit mund të ndryshojnë nga forma dhe qëllimi. Ato mund të jenë në formën e prodhimit të përbashkët, nëpërmjet një ndërmarrjeje të përbashkët çka nënkupton një ndërmarrje e kontrolluar së bashku, që menaxhon një ose disa pajisje prodhimi ose mund të realizohet, nëpërmjet marrëveshjeve të specializimit ose të nën kontraktimit, ku njëra palë pranon të kryejë prodhimin e një produkti të caktuar.

2. Në përgjithësi, dallohen tre kategori të marrëveshjeve të prodhimit:

- Marrëveshja e prodhimit të përbashkët, ku palët pranojnë të prodhojnë së bashku produkte të caktuara (në mënyrë të njëanshme ose të ndërsjellët),
- Marrëveshja e specializimit ku palët pranojnë të ndërpresin prodhimin e një produkti në mënyrë të njëanshme ose të ndërsjellët dhe ta blejnë atë nga pala tjetër; dhe
- Marrëveshja e nën kontraktimit ku njëra palë ("kontraktori") ia beson prodhimin e një produkti një pale tjetër ("nën kontraktori").

3. Marrëveshjet e nën kontraktimit janë marrëveshje vertikale. Megjithatë ekzistojnë dy përjashtime për këtë rregull:

- Marrëveshjet e nën kontraktimit midis konkurrentëve dhe
- Marrëveshjet e nën kontraktimit midis jo-konkurrentëve që përfshijnë transferimin e know-how tek nën kontraktorët.

Tregu përkatës

1. Me qëllim që të vlerësohet marrëdhënia konkurruese midis palëve bashkëpunuese duhet që:

Së pari, të përcaktohet tregu përkatës i produktit dhe ai gjeografik i lidhur në mënyrë të drejtpërdrejtë me bashkëpunimin;

Së dyti, një marrëveshje prodhimi në njërin treg mund të prekë sjelljen konkurruese të palëve në një treg, i cili është në rrjedhën e poshtme, ose në rrjedhën e sipërme ose në tregun fqinjë, i lidhur ngushtësisht me tregun e prekur drejtpërdrejtë nga bashkëpunimi (I ashtuquajturi "treg me efekte të tepërta"). Megjithatë, efektet e tepërta ndodhin vetëm nëse bashkëpunimi në njërin treg ka për rrjedhojë bashkërendimin e sjelljeve konkurruese në tregun tjetër që nënkupton lidhje të tregjeve nga ndërvarësia dhe kur palët janë në një pozicion të fortë në tregun me efekte të tepërta.

Natyra e marrëveshjes

1. Problemet në konkurrencë nga marrëveshjet e prodhimit, janë bashkërendimi i sjelljeve konkurruese të palëve si ofrues. Kjo shfaqet atje ku palët bashkëpunuese, të paktën në një nga këto tregje përkatëse, janë konkurrentë aktualë ose potencialë p.sh në tregun e lidhur në mënyrë të drejtpërdrejtë nga bashkëpunimi dhe/ose në tregjet me efekte të tepërta.

2. Fakti që palët janë konkurrentë nuk sjell detyrimisht bashkërendimin e sjelljeve të tyre. Palët kërkojnë të bashkëpunojnë për sa i përket një pjese të rëndësishme të veprimtarisë së tyre, me synim që të arrijnë një shkallë domethënëse së njëtrajtshmërisë së kostove. Sa më e lartë të jetë shkalla e njëtrajtshmërisë së kostove, aq më e madhe është mundësia për kufizimin e konkurrencës së çmimit, në veçanti në rastin e produkteve homogjene.

Marrëveshjet e prodhimit që nuk përfshihen brenda objektit të nenit 4 të Ligjit.

Së pari, bashkëpunimi ndërmjet ndërmarrjeve, të cilat konkurrojnë në tregjet e lidhura ngushtësisht me tregun si pasojë e bashkëpunimit, nuk mund të përcaktohet si kufizim i konkurrencës, nëqoftëse bashkëpunimi është i vetmi mjet i mundshëm dhe i justifikueshëm nga ana tregtare, për të hyrë në tregun e ri, për të hedhur në treg një produkt ose shërbim të ri ose për të arritur një projekt të caktuar;

Së dyti, efekti i sjelljes konkurruese të palëve (që janë ofrues në treg) nuk mund të jetë i madh, nëse palët së bashku kanë një raport të vogël të kostove totale të tyre. Për shembull, një shkallë e ulët e njëtrajtshmërisë në kostot totale ndodh atëherë kur dy ose më shumë ndërmarrje pranojnë të prodhojnë një produkt të specializuar/të përbashkët të ndërmjetëm, i cili përbën vetëm një pjesë të vogël të kostove të prodhimit të produktit përfundimtar dhe për pasojë të kostos totale.

Së treti, marrëveshjet nënkontraktuese midis konkurrentëve nuk përfshihen në objektin e nenit 4 të Ligjit, nëqoftëse ato kanë të bëjnë vetëm me shitjet dhe blerjet individuale në treg, pa detyrime të mëtejshme dhe që nuk janë pjesë e marrëdhënie tregtare midis palëve.

Marrëveshjet që përfshihen në objektin e nenit 4 të Ligjit

Marrëveshjet të cilat fiksojnë çmimet për ofruesit e palëve në treg, kufizojnë prodhimin, ose ndajnë tregjet, apo grupet e klientëve dhe kanë objekt kufizimin e konkurrencës, përfshihen gjithmonë në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit.

Megjithatë, kjo nuk zbatohet për rastet kur:

- Palët bashkëpunojnë për prodhimin në mënyrë të drejtpërdrejtë (p.sh kapaciteti dhe volumi i prodhimit të një ndërmarrje të përbashkët ose produkteve të nën kontraktuara), ose
- Një ndërmarrje e përbashkët prodhuese realizon shpërndarjen e produkteve të prodhuara, përcakton çmimet e shitjes për këto produkte, duke siguruar që fiksimi i çmimit nga ndërmarrja e përbashkët është efekt i funksioneve të shumëllojshme integruese.

Fuqia e tregut dhe strukturat e tregut

1. Analiza fillon nga pozicioni i palëve në treg. Kjo lidhet së pari me faktin që palët pa fuqi tregu në një marrëveshje prodhimi, nuk kanë nxitjen për të koordinuar sjelljet konkurruese të tyre si ofrues. Së dyti, kjo nuk ka asnjë efekt mbi konkurrencën në treg, për palët që s'kanë fuqi tregu, edhe nëse ata do të donin të koordinonin sjelljet e tyre.

2. Nuk ka asnjë prag absolut të pjesës së tregut, i cili tregon që marrëveshja e prodhimit krijon një shkallë të caktuar të fuqisë të tregut. Megjithatë, do të përjashtohen marrëveshjet e specializimit që lidhen në mënyrë të njëanshme apo të ndërsjellët si dhe ato të prodhimit të përbashkët që janë përfunduar midis palëve, kur kanë një pjesë të kombinuar të tregut që nuk kalon 20% në tregun përkatës. Zakonisht, analiza do të përfshijë vetëm tregun përkatës në të cilin bashkëpunimi është i lidhur drejtpërdrejtë.

Pozicioni në treg i palëve, raporti i përqendrimit, numri i lojtarëve dhe faktorë të tjerë strukturorë

1. Mundësia e ndikimit të marrëveshjes së prodhimit në treg duhet të vlerësohet, nëqoftëse pjesa e kombinuar e tregut të palëve është më e madhe se 20%,. Në këtë rast përqendrimi i tregut si dhe pjesët e tregut janë një faktor i rëndësishëm. Sa më e madhe të jetë pjesa e kombinuar e tregut të palëve, aq më i madh është përqendrimi në tregun përkatës. Megjithatë një pjesë e madhe tregu e lejuar për përjashtim nuk do të thotë se ka një raport të lartë përqendrimi.

Për shembull, një pjesë tregu e kombinuar e palëve pak më shumë se 20% mund të gjendet në një treg me një përqendrim mesatar. (HHI nën 1800). Në një rast të tillë efekti kufizues është i pamundur. Në një treg më të përqendruar, me një pjesë tregu më shumë se 20%, mund të kemi kufizim të konkurrencës *(shih shembullin 1 në Aneksin 2).* Megjithatë, tabloja mund të ndryshojë, nëse tregu është shumë dinamik, me hyrës të rinj në treg dhe pozicione të tregut që ndryshojnë në mënyrë të shpeshtë.

2. Për prodhimin e përbashkët, efektet e rrjetit, për shembull, lidhjet ndërmjet një numri të ndjeshëm të konkurrentëve, gjithashtu mund të luajnë një rol të rëndësishëm. Në një treg të përqendruar, një lidhje mund të përmbysë balancën dhe të krijojë një bashkërendim të mundshëm në këtë treg, edhe nëse palët kanë një pjesë tregu të kombinuar domethënëse, por akoma mesatare. (*shih shembullin 2 në Aneksin 2*).

3. Sipas rrethanave të veçanta një bashkëpunim ndërmjet konkurrentëve potencialë mund të sjellë probleme për konkurrencën. Megjithatë, kjo është e kufizuar në rastet kur një lojtar i fortë në një treg bashkëpunon me një hyrës potencial real, për shembull, me një ofrues të fortë të të njëjtit produkt apo shërbim në një treg gjeografik fqinj. Zvogëlimi i konkurrencës potenciale krijon probleme të veçanta, nëqoftëse konkurrenca aktuale është e dobët dhe kërcënohet hyrja në treg.

Marrëveshjet nënkontraktuese ndërmjet konkurrentëve

Probleme të ngjashme mund të shtrohen nëse një konkurrent nënkontrakton nga një konkurrent, një përbërës të rëndësishëm ose ndonjë input tjetër për produktin e tij përfundimtar. Kjo mund të çojë në:

- probleme të përjashtimit për palët që kanë një pozicion të fortë si ofrues apo blerës në tregun përkatës të input-it (përdorim jo ekskluziv).
- Efektet e tepërta sigurojnë që inputi të jetë përbërës i rëndësishëm i kostove dhe që palët të kenë pozicion të fortë në tregjet e rrjedhës së poshtme për produktin përfundimtar.

Përfitimet ekonomike

Format më të zakonshme të marrëveshjeve të prodhimit mund të supozohet se shkaktojnë disa përfitime ekonomike në formën e ekonomive të shkallës, ose të qëllimit, apo teknologjive më të mira të prodhimit, edhe pse ato janë një instrument për fiksim çmimi, kufizim të prodhimit, apo përcaktim të tregut dhe të klientëve. Për këtë arsye, marrëveshjet e specializimit, që përfshijnë specializim të njëanshëm apo reciprok si dhe marrëveshjet e prodhimit të përbashkët përjashtohen, duke u siguruar që ato nuk përmbajnë kufizime të rënda (*hardcore*) dhe që nuk janë lidhur ndërmjet palëve që kanë një pjesë tregu mbi 20% në tregun përkatës.

Domosdoshmëria

Kur bashkëpunimi sjell kufizime që tejkalojnë përfitimet ekonomike të përshkruara më sipër, nuk do të pranohet, çka nënkupton që palët nuk duhet të jenë të kufizuara në sjelljen e tyre konkurruese përtej kufirit të bashkëpunimit me synim prodhimin.

Nuk ka eliminim të konkurrencës

Marrëveshja e bashkëpunimit nuk përjashtohet, kur ka mundësi të eliminojë konkurrencën në një pjesë të ndjeshme të produkteve në fjalë. Si pasojë e një marrëveshje prodhimi, kur një ndërmarrje ka pozitë dominuese ose krijon pozitë dominuese dhe kur një marrëveshje e tillë sjell efekte anti konkurruese, ajo mund të mos përjashtohet nga ndalimi.

Shembujt përkatës për marrëveshjet e prodhimit dhe të specializimit do t'i gjeni në Aneksin Nr. 2.

1. MARRËVESHJET E BLERJES

Përkufizimi

1. Marrëveshjet e blerjes përfshijnë ato lloj marrëveshjesh bashkëpunimi që kanë për objekt blerjen e përbashkët të produkteve. Blerja e përbashkët mund të jetë kryer nga një ndërmarrje e kontrolluar bashkërisht, ose nga një ndërmarrje tek e cila disa shoqëri kanë një shumicë të vogël.

2. Marrëveshjet e blerjes shpesh lidhen ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe/ose të mesme për të shtuar volumin e blerjeve dhe për të zvogëluar numrin e konkurrentëve të mëdhenj. Këto lloj marrëveshjesh ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme normalisht janë pro konkurruese.

3. Blerjet e përbashkëta mund të përfshijnë marrëveshjet horizontale dhe vertikale së bashku. Në këto raste një analizë në dy faza është e nevojshme. Së pari, marrëveshjet horizontale vlerësohen në përputhje me parimet e përshkruara në këtë udhëzim. Nëqoftëse vlerësimi të çon në konkluzionin që një bashkëpunim ndërmjet konkurrentëve në fushën e blerjes pranohet, atëherë një vlerësim i mëtejshëm do të jetë i nevojshëm për të shqyrtuar marrëveshjen vertikale të përfunduar midis ofruesve dhe shitëseve individualë. Si shembull mund të merret një shoqatë e formuar nga një grup shitësish me pakicë për blerjen e përbashkët të produkteve. Marrëveshjet horizontale të përfunduara ndërmjet anëtarëve të shoqatës ose vendimet e miratuara nga shoqata, duhet të vlerësohen në radhë të parë si një marrëveshje horizontale në përputhje me këtë udhëzues.

Tregu përkatës

Ekzistojnë dy tregje që mund të preken nga blerja e përbashkët:

- Së pari, tregu në të cilin bashkëpunimi është i lidhur në mënyrë të drejtpërdrejtë, p.sh tregu përkatës i blerjes;
- Së dyti, tregu i shitjes, p.sh tregu në rrjedhën e poshtme ku pjesëmarrësit e marrëveshjeve të blerjeve të përbashkëta janë aktivë si shitësit.

Diferenca e vetme për përcaktimin e "tregjeve të shitjes" është që zëvëndësueshmëria përcaktohet nga pikëpamja e ofertës dhe jo nga pikëpamja e kërkesës. Me fjalë të tjera: Alternativat e ofruesve janë vendimtare në identifikimin e kufizimeve të konkurrencës për blerësit. Këto mund të analizohen p.sh duke analizuar reagimin e ofruesve si rrjedhojë e një ulje të vogël por jo të zgjatur të çmimit. Nëse tregu është përcaktuar, pjesa e tregut mund të llogaritet si përqindje për çdo blerje nga palët e interesuara mbi totalin e shitjeve të produkteve, ose shërbimeve të blera në tregun përkatës.

Shembull në Aneksin Nr. 3.

Natyra e marrëveshjes

Marrëveshjet që nuk përfshihen në fushën e zbatimit sipas nenit 4 të ligjit.

Sipas natyrës, marrëveshjet e blerjes së përbashkët do të përfundohen ndërmjet ndërmarrjeve që janë të paktën konkurrente në tregjet e blerjes. Megjithatë, nëse blerësit konkurrentë bashkëpunojnë në të njëjtin treg përkatës të rrjedhës së poshtme, ku nuk janë aktivë, (p.sh shitësit me pakicë të cilët janë aktivë në tregje të ndryshme gjeografike dhe nuk mund të jenë konkurrentë të mundshëm realë), neni 4 të ligjit, do të zbatohet rrallë, përveç se kur palët kanë një pozicion të fortë në tregun e blerjes, i cili mund të përdoret për të dëmtuar pozicionin konkurrues të lojtarëve të tjerë në tregjet e tyre respektive.

Fuqia e tregut dhe struktura e tregut

Analiza fillon me shqyrtimin e fuqisë blerëse të palëve. Fuqia blerëse ekziston nëse në një marrëveshje blerje, për një pjesë të madhe të volumit të një tregu blerjeje, çmimet tentojnë të jenë nën nivelin konkurrues ose hyrja në treg mund të përjashtohet nga blerësit konkurrentë. Një shkallë e lartë e fuqisë blerëse mbi ofruesit e një tregu mund të sjellë ineficienca të tilla si zvogëlim të cilësisë, pakësim të përpjekjeve inovuese, ose ofertë nën optimalen. Megjithatë, problemet kryesore në kontekstin e fuqisë blerëse janë që çmimet e ulta nuk mund të kalojnë tek konsumatorët e rrjedhës së poshtme dhe shkaktojnë rritjen e kostos për konkurrentët blerës në tregjet e shitjes sepse:

- ofruesit do të përpiqen të mbulojnë zvogëlimin e çmimit për një grup të konsumatorëve nga rritja e çmimeve për konsumatorët ose konkurrentët e tjerë që kanë akses të ulët tek ofruesit eficientë.

Për pasojë, tregjet e blerjes dhe tregjet e shitjes karakterizohen nga ndërvarësitë si më poshtë.

Ndërvarësitë ndërmjet tregut të blerjes dhe shitjes.

Bashkëpunimi i blerësve konkurrues mund të kufizojë ndjeshëm konkurrencën në kuptimin e krijimit të fuqisë blerëse. Ndërsa krijimi i fuqisë blerëse mund të çojë në çmime më të ulta për konsumatorët, fuqia blerëse nuk është gjithmonë pro konkurruese dhe madje në disa rrethana shkakton efekte negative mbi konkurrencën.

- Së pari, kostot më të ulta të blerjes që rezultojnë nga ushtrimi i fuqisë blerëse nuk mund të shihen si pro konkurruese, nëse blerësit së bashku kanë fuqi në tregjet e shitjes. Në këtë rast kursimet nga kostoja mund të mos kalojnë tek konsumatorët. Sa më e madhe të jetë fuqia e kombinuar e palëve, aq më e madhe është nxitja e palëve për të koordinuar sjelljet e tyre si shitës. Kjo mund të lehtësohet nëse palët arrijnë një shkallë të lartë njëtrajtshmërisë së kostove të produkteve të tyre së bashku, nëpërmjet blerjeve të përbashkëta. P.sh nëse një grup i madh i pakicës blen së bashku një pjesë të lartë të produkteve të tyre, ata do të kenë një pjesë të madhe të përbashkët të kostos totale të tyre. Efektet negative të blerjes së përbashkët mund të jenë mjaft të ngjashme me prodhimin e përbashkët.
- Së dyti, fuqia në tregjet e shitjes mund të krijohet ose të rritet nëpërmjet fuqisë blerëse që është përdorur për përjashtimin e konkurrentëve ose për të rritur kostot e kundërshtarëve. Fuqia blerëse e ndjeshme sipas një grupi të konsumatorëve mund të çojë në përjashtimin e blerësve konkurrentë duke kufizuar aksesin e tyre tek ofruesit eficientë. Ai gjithashtu mund të shkaktojë rritjen e kostos për konkurrentët e tij sepse ofruesit do të përpiqen të mbulojnë uljen e çmimit për një grup të klientëve, duke rritur çmimet për një grup klientësh të tjerë (p.sh rabate diskriminuese nga ofruesit e pakicës). Kjo është mundësia e vetme nëse ofruesit e tregjeve të blerjes kanë një shkallë të sigurte të fuqisë së tregut. Në të dy rastet së bashku, konkurrenca në tregjet e shitjes mund të jetë e kufizuar nga fuqia blerëse.

Nuk ka asnjë prag absolut që tregon që një bashkëpunim në blerje krijon disa shkallë të fuqisë së tregut. Megjithatë, në shumë raste është e pamundur që fuqia e tregut të ekzistojë, nëse palët në marrëveshje kanë një pjesë tregu të kombinuar nën 15% në tregun e blerjes, si dhe një pjesë të kombinuar tregu nën 15% në tregun e shitjes.

Përfitimet ekonomike

Marrëveshjet e blerjes mund të sjellin përfitime ekonomike të tilla si ekonomitë e shkallës të porositjeve ose transportin, që mund të sjellin efekte kufizuese. Nëse palët së bashku kanë fuqi blerëse ose shitje të ndjeshme, duhet të analizohet eficenca. Kursimet e kostos që janë shkaktuar vetëm nga ushtrimi i fuqisë që nuk i përfitojnë konsumatorët, nuk mund të merret parasysh.

Domosdoshmëria

Marrëveshjet e blerjes nuk mund të përjashtohen nëse ato vendosin kufizime që nuk janë domosdoshmëri për të marrë përfitimet e përmendura më sipër. Një detyrim për të blerë ekskluzivisht nëpërmjet bashkëpunimit, në disa raste mund të jetë domosdoshmëri për të arritur një volum të nevojshëm, për realizimin e ekonomive të shkallës. Megjithatë një detyrimi i tillë, do të vlerësohet rast pas rasti.

Shembujt përkatës për marrëveshjet e blerjes do t'i gjeni në Aneksin Nr. 3.

2. MARRËVESHJET E TREGTIMIT

Përkufizimi

Marrëveshjet e tregtimit përfshijnë bashkëpunimin ndërmjet konkurrentëve në shitje, shpërndarje ose nxitjen e produkteve të tyre. Këto marrëveshje mund të kenë një objekt të larmishëm, të gjerë,

në varësi të funksioneve të marketingut, të cilat mbulohen nga bashkëpunimi. Në njërën anë ekziston një shitje e përbashkët që çon tek një përkufizim i përbashkët i gjithë aspekteve tregtare lidhur me shitjen e produktit, duke përfshirë çmimin. Në anën tjetër këto janë marrëveshje të kufizuara që kanë të bëjnë vetëm me një funksion marketingu të veçantë, të tillë si shpërndarja, shërbimi ose reklama.

Më te rëndësishme nga këto marrëveshje janë marrëveshjet e shpërndarjes. Udhëzuesi mbulon vetëm marrëveshjet vertikale jo reciproke ndërmjet konkurrentëve, nëqoftëse

(a) ofruesi është një prodhues dhe një shpërndarës i produkteve dhe blerësi është një shpërndarës, i cili gjithashtu nuk është një prodhues i produkteve konkurrente me produktet e kontratës, ose

(b) ofruesi është një sigurues i shërbimeve në nivele të veçanta të tregtisë, ndërsa blerësi nuk siguron shërbime konkurruese në nivelin e tregtisë ku ai shet shërbimet e kontratës.

Tregu përkatës

Për të vlerësuar marrëdhënien konkurruese ndërmjet palëve bashkëpunuese;

Së pari duhet të përcaktohet tregu përkatës i produktit dhe gjeografik i lidhura në mënyrë të drejtpërdrejtë (p.sh tregu tek i cili produktet i përkasin subjektit të marrëveshjes).

Së dyti, një marrëveshje tregtimi në një treg mundet gjithashtu të prekë sjelljen konkurruese të palëve në tregun fqinjë që lidhet në mënyrë direkt me tregun përkatës nga bashkëpunimi.

Natyra e marrëveshjes

1. Marrëveshjet e tregtimit përfshihen vetëm brenda juridiksionit të rregullave të konkurrencës, nëse palët në marrëveshje janë konkurrentë. Nëse palët nuk konkurrojnë në mënyrë të qartë në lidhje me produktet apo shërbimet e mbuluara nga marrëveshja, marrëveshja nuk mund të krijojë probleme konkurruese të një natyre horizontale. Gjithashtu, kjo zbatohet nëqoftëse marrëveshja e tregtimit është e nevojshme për të lejuar njërën palë të hyjë në treg (e cila nuk mund të hynte në mënyrë individuale, p.sh për shkak të kostove). Një zbatim specifik i këtij parimi duhet të jenë marrëveshjet e konsurciumit që i lejojnë ndërmarrjet e përfshira për të arritur një tender/prokurim për projektet që ata nuk kanë mundësi ti përmbushin, ose nuk kanë ftesë për ofertë në mënyrë individuale. Për derisa ata nuk janë konkurrentë të mundshëm për tenderin, nuk mund të kemi kufizim të konkurrencës.

2. Në një marrëveshje tregtimi ndërmjet konkurrentëve mungesa e konkurrencës do të ishte fiksimi i çmimit. Marrëveshjet e kufizuara për shitje të përbashkët kanë si rregull shkak dhe pasojë koordinimin e politikës së çmimit të prodhuesit konkurrues. Në këtë rast ato jo vetëm eliminojnë konkurrencën e çmimit ndërmjet palëve, por gjithashtu kufizojnë volumin e produkteve për porositë e përcaktuara për tu shpërndarë nga pjesëmarrësit brenda kuadrit të sistemit.

3. Për marrëveshjet e tregtimit që nuk mbulohen nga shitja e përbashkët do paraqesin dy probleme kryesore.

I pari, marrëveshjet e tregtimit sigurojnë një mundësi të qartë për ndryshimin e informacionit tregtar në mënyrë të veçantë në strategjinë e marketingut dhe çmimeve.

I dyti, në varësi nga struktura e kostos së marrëveshjes së tregtimit një input domethënës në kostot përfundimtare të palëve, mund të jetë i zakonshëm. Si rezultat, konkurrencën parë në aspektin e çmimit në nivelin e shitjeve përfundimtare mund të jetë e kufizuar.

4. Një aspekt i veçantë lidhur me marrëveshjet e shpërndarjes ndërmjet konkurrentëve, të cilët janë aktivë në tregje gjeografike të ndryshme, është që ato mund të çojnë ose mund të jenë një mjet i copëtimit të tregut. Në rastin e marrëveshjeve reciproke, pjesëmarrësit në marrëveshje që bien dakord për të shpërndarë produktet tek njëri – tjetri, ndajnë tregjet ose klientët dhe eliminojnë konkurrencën ndërmjet atyre. Në këtë rast duhet analizuar nëse marrëveshja në fjalë në mënyrë objektive është e nevojshme për palët për të hyrë në tregun e njëri – tjetrit. Nëse është kështu, marrëveshjet nuk krijojnë probleme në konkurrencë të një natyre horizontale.

Megjithatë, marrëveshjet e shpërndarjes janë objekt i nenit 4 të Ligjit, nëqoftëse ato përmbajnë kufizime vertikale të tilla si kufizimet në shitjet pasive, mbajtjen e çmimeve të rishitjes etj. Nëse marrëveshja nuk është mbi baza reciprociteti, risku i copëtimit të tregut është më pak i theksuar. Megjithatë, duhet të vlerësohet, kur marrëveshja nuk është mbi baza reciprociteti dhe ndërton bazat për një mirëkuptim të heshtur për të mos hyrë në tregun e njëri – tjetrit, ose është një mënyrë për të kontrolluar aksesin tek/ose konkurrencën në tregun "importues".

Fuqia e tregut dhe struktura e tregut

1. Marrëveshjet e tregtimit ndërmjet konkurrentëve, që nuk përfshijnë fiksimin e çmimit janë subjekt për nenin 4 të Ligjit vetëm nëqoftëse palët në marrëveshje kanë disa shkallë të fuqisë së tregut (është i paqartë kuptimi i këtij termi). Në shumë raste, nëse palët në marrëveshje kanë pjesë të kombinuar të tregut nën 15%, është e pamundur që fuqia e tregut të ekzistojë.
2. Nëqoftëse pjesa e kombinuar e tregut është më e madhe se 15% ndikimi që ka kjo marrëveshje e përbashkët e tregtimit duhet të vlerësohet. Në këtë kontekst, përqendrimi i tregut, si dhe pjesët e tregut do të jenë një faktor i rëndësishëm. Sa më i përqendruar të jetë tregu dhe sa më shumë informacion të ketë rreth çmimeve ose strategjisë së marketingut për të ulur pasigurinë, aq më e madhe do jetë iniciativa e palëve për të shkëmbyer një informacion të tillë.

Përfitimet ekonomike

1. Eficiencat që janë marrë parasysh në vlerësimin nëse një marrëveshje tregtimi e përbashkët mund të jetë e përjashtuar, do të varen nga natyra e veprimtarisë. Përgjithësisht, fiksimi i çmimit nuk justifikohet, edhe nëse është i domosdoshëm integrimi i funksioneve të tjera të marketingut dhe nëse nga ky integrim do të prodhohen eficienca esenciale. Përmasat e eficiencave të prodhuara varen *inter alia* nga rëndësia e veprimtarive të marketingut të përbashkët në strukturën e kostos të produktit në fjalë. Shpërndarja e përbashkët është më e mundshme të gjenerojë eficienca për prodhuesit e produkteve të konsumit, të shpërndara gjerësisht se sa për prodhuesit e produkteve industriale, të cilat blihen vetëm nga një numër i kufizuar të përdoruesve.

2. Përveç kësaj, eficiencat që rezultojë vetëm nga eliminimi i kostos, që janë pjesë e pandarë e konkurrencës, duhen të mos jenë ruajtur, përveç atyre që rezultojnë nga integrimi i veprimtarive ekonomike një zvogëlim i kostos së transportit, si pasojë e ndarjes së klientëve jashtë integrimit të çdo sistemit logjistik, mund të mos jetë një efikasitet që e bën një marrëveshje të përjashtueshme.

Domosdoshmëria

Një marrëveshje tregtimi nuk mund të përjashtohet nëse ajo vendos kufizime që nuk janë të domosdoshme për arritjet e përfitimeve të sipërpërmendura. Atje ku si një pasojë e një marrëveshje tregtimi, një ndërmarrje ka pozitë dominuese ose shndërrohet në ndërmarrje me pozitë dominuese, një marrëveshje e tillë që prodhon efekte anti konkurruese, nuk përjashtohet.

Shembujt përkatës për marrëveshjet e tregtimit do t'i gjeni në Aneksin Nr. 4.

3. MARRËVESHJE MBI STANDARTIZIMIN

Përkufizimi

Marrëveshjet e standardizimit kanë si objekt të tyre kryesor përcaktimin e kërkesave teknike ose cilësore me të cilat mund të përputhen produktet në qarkullim ose ato të ardhshme, proceset e prodhimit ose metodat. Marrëveshjet e standardizimit mund të mbulojnë çështje të ndryshme

të tilla si standardizimi i shkallëve apo përmasave të ndryshme të një produkti të veçantë, ose specifikimet teknike në tregjet ku përputhshmëria dhe ndër-veprueshmëria me produkte ose sisteme të tjera është thelbësore. Termat e aksesit për një markë cilësie të veçantë ose për miratimin nga një ent rregullator mund të konsiderohen gjithashtu si një standard.

Tregu përkatës

Marrëveshjet e standardizimit prodhojnë efektet e tyre në tre tregje të mundshëm.

Së pari, tregu i produktit, të cilit i referohet standardit. Standardet për produktet tërësisht të reja mund të nxjerrin në pah çështje të ngjashme me ato që shfaqen tek marrëveshjet e K&Zh, për sa kohë bëhet fjalë për çështjen e përcaktimit të tregut.

Së dyti, tregu i shërbimeve për vendosjen e standardeve, nëse ekzistojnë strukturat e vendosjes së standardit ose marrëveshjeve të ndryshme.

Së treti, në raste të caktuara, treg i dallueshëm për testimin dhe certifikimin.

Marrëveshjet për standardet lidhen ose ndërmjet ndërmarrjeve private, ose lidhen me mbështetjen e strukturave publike, ose strukturave të cilave iu është besuar sigurimi i shërbimeve të interesit të përgjithshëm publik.

Natyra e marrëveshjes

1. Në rastet ku pjesëmarrja në vendosjen e standardit është e pakufizuar dhe transparente, marrëveshjet e standardizimit siç përcaktohet më sipër, të cilat nuk vendosin detyrimin për të përmbushur standardin, apo të cilat janë pjesë të një marrëveshje më të gjerë për sigurimin e përputhshmërisë së produkteve, nuk kufizojnë konkurrencën. Kjo normalisht zbatohet për standardet e miratuar nga strukturat e njohura të standardizimit, të cilat janë bazuar në procedura jo diskriminuese, të hapura dhe transparente.

2. Asnjë kufizim i ndjeshëm nuk ekziston për ato standarde që kanë një mbulim të papërfillshëm të tregut përkatës, për aq kohë sa ato mbeten të tilla. Asnjë kufizim i ndjeshëm nuk gjendet edhe në marrëveshjet, të cilat vendosin së bashku me SME-të (ndërmarrjet e vogla dhe të mesme) për të standardizuar formën e aksesit ose kushtet për tenderët kolektive ose ato që standardizojnë aspekte të tilla si karakteristikat e parëndësishme të produktit, format dhe raportet, të cilat kanë një efekt të pandjeshëm mbi faktorët kryesorë që prekin konkurrencën në tregjet përkatëse.

3. Marrëveshjet që përdorin një standard që është pjesë e një marrëveshjeje kufizuese më të gjerë, me synim përjashtimin e konkurrentëve aktualë ose të mundshëm, janë objekt i nenit 4 të Ligjit. P.sh: në këtë kategori do të hyjë një marrëveshje në bazë të së cilës një shoqatë kombëtare e prodhuesve vendos një standard dhe ushtron presion mbi palët e treta që të mos tregtoje produktet e tregut që nuk përputhen me standardizimin e vendosur nga kjo shoqatë.

4. Marrëveshjet e standardizimit mund të jenë subjekt i zbatimit të nenit 4 të Ligjit në rastet kur ato i sigurojnë palëve kontrollin e përbashkët mbi prodhimin dhe/ose inovacionin, duke kufizuar aftësinë e tyre për të konkurruar për karakteristikat e produktit, si dhe prekin palët e treta si ofruesit apo blerësit e produkteve të standardizuara. Vlerësimi i çdo marrëveshjeje duhet të marrë parasysh natyrën e standardit dhe efektin e tij në tregjet korresponduese nga njëra anë dhe nga ana tjetër, qëllimin e kufizimeve të mundshme tejkalojnë qëllimin e standardizimit.

5. Ekzistenca e kufizimeve të konkurrencës në marrëveshjet e standardizimit varet nga shtrirja tek e cila palët mbeten të lira për të zhvilluar standarde alternativë ose produkte që nuk përputhen me standardin e pranuar. Marrëveshjet e standardizimit mund ta kufizojnë konkurrencën në rastet kur ato pengojnë palët (nga zhvillimi i standardeve alternativë ose tregtimin e produkteve që nuk përputhen me standardin). Marrëveshjet që ngarkojnë struktura të caktuara, të besueshme, me të drejta ekskluzive për të testuar përputhshmërinë me standardet, tejkalojnë qëllimin kryesor për përcaktimin e standardit dhe gjithashtu mund të kufizojnë konkurrencën. Gjithashtu, mund të kufizojnë konkurrencën marrëveshjet që vendosin kufizime të etiketimit të konformitetit me standardet, përveç rasteve kur kjo është e detyrueshme nga dispozita ligjore rregulluese.

Fuqia e tregut dhe struktura e tregut

Pjesët e mëdha të tregut, të mbajtura nga palët në tregun e prekur nuk sjellin probleme për marrëveshjet e standardizimit. Efektiviteti i tyre është shpesh në proporcion me pjesën e tregut që ka industria e përfshirë në vendosjen dhe/ose zbatimin e standardit. Nga njëra anë, standardet që nuk janë të disponueshme për palët e treta mund të diskriminojnë ose përjashtojnë palët e treta ose segmente tregu sipas fushës gjeografike të zbatimit të tyre. Kështu, vlerësimi nëse marrëveshja kufizon konkurrencën, do të fokusohet, domosdoshmërisht mbi një bazë individuale, si dhe do të shtrihet deri aty ku heqja e pengesave të tilla për hyrjen është e mundur.

Përfitimet ekonomike

Në përgjithësi, Autoriteti duhet të mbajë një qëndrim pozitiv ndaj marrëveshjeve që nxisin futjen në tregun e përbashkët ose nxisin zhvillimin e tregjeve të reja dhe përmirësojnë kushtet e ofertës.

Me synim për të arritur përfitime teknike dhe ekonomike, standardet nuk duhet të kufizojnë novacionin. Kjo do të varet në radhë të parë nga jetëgjatësia e produkteve plotësuese, si dhe nga stadi i zhvillimit të tregut**.** Efektet mbi inovacionin duhet të analizohen rast pas rasti. Palët mund të tregojnë(mbi bazën e të dhënave të sigurta) që standardizimi kolektiv siguron rritjen e eficencës për konsumatorin, kur një standard i ri mund të shkaktojë vjetrimin e shpejtë dhe të pajustifikueshëm të produktit ekzistues, pa përfitime objektive shtesë.

Domosdoshmëria

Sipas natyrës së tyre, standardet nuk do të përfshijnë të gjithë specifikimet apo teknologjitë e mundshme. Në disa raste, mund të jetë i nevojshëm për përfitimin e konsumatorëve dhe ekonomitë në përgjithësi, për të pasur vetëm një zgjidhje teknologjike. Megjithatë, ky standard duhet të vendoset në baza jo diskriminuese. Në mënyrë ideale, standardet duhet të jenë të veçuara nga teknologjia. Në çdo rast duhet të jepet argumentimi përse zgjidhet një standard ndaj një tjetri.

Pjesëmarrja në vendosjen e një standardi duhet të jetë e hapur për të gjithë, përveç rasteve kur palët demonstrojnë mungesën e eficiencës në një pjesëmarrje të tillë, ose nëse ekzistojnë procedura të njohura të cilat rregullojnë përfaqësimin e interesave kolektive, ashtu si dhe në strukturat formale të standardeve.

Duhet të bëhet një dallim i qartë ndërmjet vendosjes së një standardi dhe K&Zh në lidhje me këtë standard, si dhe shfrytëzimit tregtar të atij standardi. Marrëveshjet për standardet duhet të mbulojnë jo më shumë se sa është e nevojshme për të siguruar qëllimet e tyre, qoftë kur bëhet fjalë për përputhueshmëri teknike apo një nivel të caktuar të cilësisë. Për shembull, duhet të tregohet shumë qartë pse është e domosdoshme që për krijimin e përfitimeve ekonomike me kusht që një marrëveshje të sigurojë një standard në një industri, ku vetëm një konkurrues ofron një alternativë, kjo marrëveshje duhet të detyrojë palët në marrëveshje për ta bojkotuar alternativën.

Shembujt përkatës për marrëveshjet e standardizimit do t'i gjeni në Aneksin Nr. 5.

7. MARRËVESHJET MJEDISORE

Përkufizimi

Marrëveshjet mjedisore janë ato marrëveshje të cilat palët i ndërmarrin për të arritur uljen e ndotjes, siç përcaktohet në ligjin e mjedisit, ose në objektivat mjedisore. Prandaj, qëllimet dhe masat e pranuara nevojiten të jenë të lidhura në mënyrë të drejtpërdrejtë me uljen e elementëve ndotës ose të ndonjë forme të njohur të çlirimit të mbetjeve të përcaktuara si të tilla në rregulloret përkatëse. Kjo përjashton marrëveshjet që prekin rënien e nivelit të ndotjes si një nënprodukti të masave të tjera.

Tregu përkatës

Kur elementi ndotës nuk është një produkt në vetvete, tregu përkatës do të jetë ai i produktit në të cilin është inkorporuar (trupëzuar) elementi ndotës. Për sa i përket marrëveshjeve të mbledhjes/riciklimit, përveç efekteve të tyre në tregje ku palët janë aktive si prodhues ose shpërndarës, duhet të vlerësohen edhe efektet në tregun e shërbimeve të grumbullimit të ndotjeve që potencialisht mbulojnë produktin në fjalë.

Natyra e marrëveshjes

1. Vlerësimi do të fokusohet në diskrecionin që do t'u jepet palëve në lidhje me mjetet teknike dhe ekonomike të vlefshme me qëllim për të arritur objektivin mjedisor të pranuar. Sa më shumë mjete të tilla të ketë, aq më pak të ndjeshme do jenë efektet e mundshme kufizuese.
2. Në mënyrë të ngjashme, marrëveshjet që caktojnë performancën mjedisore të produkteve ose proceset që nuk ndikojnë ndjeshëm produktin dhe shumëllojshmërinë e prodhimit në tregun përkatës ose ato rëndësia e të cilave është marxhinale për të influencuar në vendimet blerëse, nuk përfshihen brenda fushës së veprimit të nenit 4 të Ligjit. Atje ku disa kategori të një produkti janë ndaluar ose nxjerrë nga tregu, kufizimet nuk mund të gjykohen të ndjeshme, përderisa pjesa e tyre e tregut në tregun gjeografik përkatës është e papërfillshme (minor).
3. Së fundi, marrëveshjet të cilat mundësojnë krijimin e një tregu të ri, p.sh marrëveshjet e riciklimit, përgjithësisht nuk kufizojnë konkurrencën, për aq kohë sa palët nuk do të jenë të afta të kryejnë veprimtaritë e tyre në mënyrë të pavarur, ndërkohë që mungojnë alternativat e tjera dhe/ose konkurrentët e tyre.
4. Marrëveshjet mjedisore që nga natyra e tyre, përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit nga natyra, në qoftë se bashkëpunimi në të vërtetë nuk synon realizimin e objektivave mjedisore, por shërben si një instrument për tu angazhuar në një marrëveshje të ndaluar të maskuar, p.sh fiksimi i çmimit, kufizimi i prodhimit, ndarja e tregjeve, ose nëse bashkëpunimi përdoret si një ndër mjetet e një marrëveshje kufizuese të gjerë, e cila synon përjashtimin e konkurrentëve aktuale ose të mundshëm.
5. Marrëveshjet mjedisore që mbulojnë një pjesë të madhe të një industrie në nivel kombëtar, mund të jenë objekt i nenit 4 të Ligjit në rast se ato kufizojnë ndjeshëm aftësinë e palëve për të projektuar karakteristikat e produkteve të tyre ose mënyrën e tyre të prodhimit, duke siguruar përparësi mbi prodhimin apo shitjet e njëri – tjetrit. Përveç kufizimeve ndërmjet palëve, një marrëveshje mjedisore, mund të zvogëlojë ose të prekë ndjeshëm prodhimin e palëve të treta, që mund të jenë si të ofruesit ashtu edhe të blerësit.
6. Marrëveshjet mjedisore, të cilat mund të nxjerrin jashtë tregut, ose të prekin ndjeshëm palët në një pjesë të rëndësishme të shitjeve të produktit të tyre ose të procesit të prodhimit, mund të përfshihen brenda fushës së veprimit të nenit 4 të Ligjit kur palët kanë një pjesë domethënëse të tregut. Kjo zbatohet njësoj edhe në rastin kur palët caktojnë kuota individuale të ndotjes.
7. Në mënyrë të ngjashme, marrëveshjet në të cilat, palët që kanë pjesë të mëdha të tregut, në një pjesë thelbësore të tregut të përbashkët, caktojnë një ndërmarrje si ofrues ekskluziv të shërbimeve të mbledhjes dhe/ose riciklimit të produkteve të tyre, gjithashtu mund të kufizojnë ndjeshëm konkurrencën, me kusht që të ekzistojnë ofrues të tjerë aktualë ose realisht potencialë.

Përfitimet ekonomike

1. Autoriteti mban qëndrim pozitiv për rastet e marrëveshjeve mjedisore në planet e veprimit mjedisor, me kusht që marrëveshje të tilla janë në përputhje me rregullat e konkurrencës.
2. Marrëveshjet mjedisore që përfshihen në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit mund të japin përfitime ekonomike, të cilat si në nivel individual, ashtu edhe në nivelin e përgjithshëm konsumator, tejkalojnë efektet e tyre negative në konkurrencë. Për të përmbushur këtë kusht, duhet të ekzistojnë përfitime neto të shprehura në uljen e presionit mjedisor të

rezultuara nga marrëveshja, mbi bazë krahasimi me nivelin e këtij presioni në kohën kur nuk është marrë asnjë veprim. Me fjalë të tjera, përfitimet ekonomike të pritshme duhet të tejkalojnë kostot.

3. Kosto të tilla përfshijnë efektet e uljes së konkurrencës së bashku me kostot e përshtatjes për operatorët ekonomikë dhe/ose efektet mbi palët e treta. Përfitimet mund te vlerësohen në dy faza. Nëse konsumatorët në mënyrë individuale kanë një normë pozitive kthimi nga marrëveshja gjatë një periudhe të arsyeshme kthimi, nuk është e nevojshme që përfitimet e përgjithshme mjedisore të vendosen objektivisht. Në të kundërt, një analizë përfitim-kosto mund të jetë e nevojshme për të vlerësuar nëse përfitimet neto për konsumatorët në përgjithësi janë të mundshme sipas supozimeve të arsyeshme.

Domosdoshmëria

1. Kur një marrëveshje mjedisore demonstron me objektivitet eficiencën ekonomike, aq më qartësisht çdo masë mund të gjykohet si domosdoshmëri për arritjen e qëllimit mjedisor brenda kontekstit të tij ekonomik.

2. Një vlerësim objektiv i të dhënave të cilat *"prima facie"* mund të gjykohen si jo të domosdoshme, duhet të mbështeten me analiza efektivitet – kosto, duke treguar që, në bazë të supozimeve të arsyeshme, masat alternative për arritjen e përfitimeve mjedisore të pritshme, do të ishin më të kushtueshme ekonomikisht dhe financiarisht. P.sh: duhet të tregohet qartësisht që zbatimi i një tarife uniforme, pavarësisht nga kostot individuale për grumbullimin e mbetjeve, është domosdoshmëri për funksionimin e një sistemi grumbullues mbarë industrial.

Shembujt përkatës për marrëveshjet mjedisore do t'i gjeni në Aneksin Nr. 6.

ANEKS Nr. 1
MARRËVESHJET E KËRKIM ZHVILLIMIT

Shembulli 1

Situata: Janë dy ndërmarrje kryesore në treg për prodhimin e pjesëve elektronike ekzistuese: **A** (30%) dhe **B** (30%). Secili nga këto ka kryer një investim në marrëveshjen e K&Zh për zhvillimin e pjesëve elektronike në miniaturë dhe kanë zhvilluar prototipet e para. Tani, ata pranojnë për të bashkuar përpjekjet e tyre për K&Zh, duke krijuar një ndërmarrje të përbashkët, për të plotësuar K&Zh dhe të prodhojnë pjesët, të cilët do t'iu shiten sërish ndërmarrjeve që krijuan ndërmarrjen e përbashkët, të cilat do t'i tregtojnë ato veçmas. Në treg kanë ngelur ndërmarrje të vogla me burime të pamjaftueshme për të ndërmarrë investimet e duhura.

Analiza: Pjesët elektronike në miniaturë, ndërsa kanë mundësi të konkurrojnë me pjesët ekzistuese në disa zona, janë në thelb një teknologji e re. Në këtë rast analiza duhet bërë nisur nga dy polet e kërkimit në drejtim të këtij tregu të ardhshëm. Në qoftë se ndërmarrja e përbashkët zhvillohet, atëherë prodhimi teknologjik do të ekzistojë vetëm në një drejtim, ndërsa duhej të shfaqej mundësia që A dhe B mund të arrijnë individualisht tregun me produkte veçmas. Ndërsa marrëveshja mund të ketë përparësi në sjelljen e një teknologjie të re, me shpejtësi të përparuar, ajo gjithashtu zvogëlon llojshmërinë dhe krijon një njëtrajtshmëri të kostos midis palëve. Duhet të merret parasysh mundësia e palëve për të shfrytëzuar pozicionin e tyre në tregun ekzistues. Përderisa ata nuk do të përballojnë konkurrencë në nivelin e K&Zh për të vijuar teknologjinë e re nën ritmin e lartë, nxitja do zvogëlohet ndjeshëm. Megjithatë, disa nga këto probleme rregullohen duke i kërkuar palëve të japin licenca për njohuritë bazë të prodhimit të pjesëve në miniaturë. Përsëri do të jetë e pamundur të rregullohen të gjitha problemet dhe të përmbushen kushtet për një përjashtim.

Shembulli 2

Situata: Një kompani kërkimesh e vogël **A**, e cila nuk ka strukturë të vetën për marketingun, ka zbuluar dhe certifikuar një substancë farmaceutike të bazuar në një teknologji të re që do të revolucionarizojë trajtimin e një sëmundje të caktuar. Ndërmarrja hyn në një marrëveshje K&Zh me një prodhues të madh farmaceutik **B**, që prodhon produkte farmaceutike që deri në atë moment janë përdorur për trajtimin e sëmundjes. Ndërmarrjes **B** i mungon çdo program i ngjashëm K&Zh. Për produktet ekzistuese, ndërmarrja B ka një pjesë tregu prej rreth 75% në treg, por patentat kanë afatin e skadencës brenda një periudhe 5 vjeç are. Ekzistojnë dy pole të tjera për kërkimet, që afërsisht kanë të njëjtin stad të zhvillimit dhe që përdorin të njëjtën bazë të teknologjisë së re. Ndërmarrja B do të sigurojë fonde dhe njohuri të konsiderueshme për produktin e zhvilluar për t'u futur në të ardhmen në treg. Ndërmarrjes B i është dhënë një licencë për prodhim dhe shpërndarje ekskluzive të rezultateve të produktit për kohëzgjatjen e patentës. Pritet që palët të sjellin bashkërisht produktin në treg nga 5 në 7 vjet.

Analiza: Produkti ka mundësi ti përkasë një tregu të ri përkatës. Palët sjellin burime plotësuese dhe kapacitete për bashkëpunim dhe probabiliteti i produktit për të hyrë në treg, rritet ndjeshëm. Megjithëse, ndërmarrja B duket se ka fuqi tregu të konsiderueshme në tregun ekzistues, kjo fuqi do të ulet shumë shpejt dhe ekzistenca e poleve të tjera të kërkimit është e mundshme për të eliminuar çdo nxitës që zvogëlon përpjekjet K&Zh. E drejta e shfrytëzimit gjatë periudhës së mbetur të patentës, ka mundësi të jetë e nevojshme për ndërmarrjen B për të bërë investime të konsiderueshme të kërkuara nga ndërmarrja A, që nuk ka në zotërim burime marketingu. Në këtë mënyrë marrëveshja duket se nuk kufizon konkurrencën.

Shembulli 3

Situata: Dy ndërmarrje inxhinierie që prodhojnë pjesë këmbimi për auto-vetura, pranojnë të krijojnë një ndërmarrje të përbashkët për të kombinuar përpjekjet e tyre K&Zh për të përmirësuar prodhimin dhe performancën e një pjese këmbimi ekzistuese. Ato gjithashtu bashkojnë teknologjitë e tyre duke licencuar një biznes në këtë fushë, por do vazhdojnë të prodhojnë në veçanti. Të dy ndërmarrjet kanë pjesë tregu prej 15% dhe 20% në tregun e produktit **OEM**. Ekzistojnë edhe dy konkurrentë të tjerë të mëdhenj, si dhe disa programe kërkimi të brendshme të prodhuesve të mëdhenj të auto-veturave. Në tregun ndërkombëtar për licencimin e teknologjive për këto produkte ato kanë pjesë prej 20% dhe 25% të matura në termat e të ardhurave të gjeneruara dhe janë dy teknologji të tjera të mëdha. Cikli i jetës së produktit për pjesët e këmbimit është kryesisht 2 - 3 vjet. Në çdo 5 vitet e fundit njëra nga ndërmarrjet e mëdha ka futur në treg një version të ri ose e ka përmirësuar atë.

Analiza: Përderisa përpjekjet e asnjërës ndërmarrje për K&Zh nuk synojnë një produkt tërësisht të ri, tregjet që do të merren parasysh janë ato për pjesët ekzistuese dhe për licencimin e teknologjive përkatëse. Megjithatë (programet e tyre ekzistuese të K&Zh mbivendoseshin gjerësisht) dublimi më i zvogëluar nëpërmjet bashkëpunimit do t'i lejojë ata të shpenzojnë më shumë në K&Zh se sa do të shpenzonin individualisht. Ekzistojnë disa teknologji të tjera dhe pjesa e kombinuar e palëve në tregun e OEM nuk u krijon atyre një pozicion dominues. Megjithëse pjesa e tyre në tregun teknologjik është shumë e lartë, në 45%, ekzistojnë edhe teknologji konkurruese. Përveç kësaj, prodhuesit e auto-veturave, të cilët aktualisht nuk e kanë licencuar teknologjinë e tyre, janë gjithashtu hyrës të mundshëm në këtë treg, duke kufizuar në këtë mënyrë aftësinë e palëve për të ngritur çmimin. Siç është përshkruar, ndërmarrja e përbashkët ka mundësi të përfitojë nga një përjashtim.

ANEKS Nr. 2
MARRËVESHJET E PRODHIMIT DHE SPECIALIZIMIT

Prodhimi i përbashkët

Shembulli 1

Situata: Dy ofrues **A** dhe **B** mbi bazën e produktit kimik **X** vendosin të ngrenë një fabrikë të re prodhimi të kontrolluar nga një ndërmarrje e përbashkët. Kjo fabrikë do të prodhojë afërsisht 50% të totalit të produktit të tyre. **X-**i është një produkt homogjen dhe nuk është i zëvendësueshëm nga produkte të tjera, d.m.th formon një treg përkatës në zotërimin e tij. Tregu është mjaft i qëndrueshëm. Palët nuk do të rrisin në mënyrë të ndjeshme prodhimin e përgjithshëm, por do mbyllnin përkohësisht dy fabrikat e vjetra dhe do ndryshojnë kapacitetin për fabrikën e re. Edhe **A** edhe **B** kanë një pjesë tregu prej 20%. Në këtë treg ekzistojnë tre ofrues ku secili ka 10-15% pjesë tregu dhe disa lojtarë më të vegjël.

Analiza: Ka mundësi që kjo marrëveshje e përbashkët të ketë një efekt në sjelljen konkurruese të palëve, sepse koordinimi do tu japë atyre fuqi të konsiderueshme tregu, edhe **nëse nuk ekziston një pozicion dominues.** Efektet kufizuese të rënda në treg janë të mundshme. Rritjet e mëdha të eficiencës që mund të peshojnë më shumë në anën e këtyre efekteve, janë të pamundura të ndodhin në një rast të tillë ku një rritje e ndjeshme në prodhim nuk mund të jetë e pritshme.

Shembulli 2

Situata: Dy ofrues **A** dhe **B** formojnë një prodhim të përbashkët në të njëjtin treg përkatës si në shembullin 1. Gjithashtu, marrëveshja e përbashkët prodhon 50% të totalit të produktit të palëve. Edhe **A** edhe **B** kanë një pjesë tregu prej 15%. Janë dhe 3 lojtarë të tjerë: **C** me një pjesë tregu 30%, **D** me 25% dhe **E** me 15%. **B** ka tashmë një fabrikë të përbashkët me **E.**

Analiza: Tregu këtu është i karakterizuar nga disa lojtarë dhe nga një strukturë mjaft simetrike. Ndërmarrja e përbashkët krijon një lidhje shtesë ndërmjet lojtarëve. Bashkëpunimi ndërmjet **A** edhe **B,** de facto do të rrisë më tej përqendrimin dhe gjithashtu lidhjen e **E** tek **A** edhe **B.** Ky bashkëpunim ka mundësi të shkaktojë një efekt kufizues serioz dhe si në shembullin 1, nuk mund të priten arritje të larta të eficiensës.

Shembulli 3

Situata: A dhe **B** paraqet një prodhim të ndërmarrjes së përbashkët, për një produkt të ndërmjetëm **X,** nëpërmjet ristrukturimit të fabrikës. Ndërmarrja e përbashkët shet produktin **X** ekskluzivisht **A** dhe **B.** Prodhon 40% të totalit të produktit të **A** dhe 50% të totalit të produktit të **B. A** dhe **B** janë përdoruesit ekskluzivë të produktit **X** dhe janë gjithashtu ofruesit jo ekskluzivë të tregut. Pjesa e **A** në totalin e produktit industrial të **X** është 10%, pjesa e **B** është baras me 20% dhe pjesa e ndërmarrjes së përbashkët 14%. Megjithatë, në tregun jo ekskluziv **A** dhe **B** kanë respektivisht 25% dhe 35% pjesë tregu.

Analiza: Pavarësisht nga pozicioni i fortë i palëve jo ekskluzivë në treg, bashkëpunimi nuk mund të eliminojë efektin konkurrues në treg për X, nëse ndryshimi i kostove ndërmjet përdorimit ekskluzivë dhe jo ekskluzivë janë të vogla. Megjithatë, vetëm një ndryshim shumë i shpejtë duhet të kundërveprojë në pjesën e madhe të tregut prej 60%. Ndryshe ky prodhim i përbashkët do të shfaqë interesa konkurruese serioze, të cilat nuk mund të baraz-peshohen nga përfitimet ekonomike të ndjeshme.

Shembulli 4 i përket bashkëpunimit në lidhje me një produkt të ndërmjetëm të rëndësishëm, me efekte të tepërta në tregun e rrjedhjes së poshtme.

Shembulli 4

Situata: A dhe **B** paraqet një prodhim të ndërmarrjes së përbashkët për një produkt të ndërmjetëm **X.** Ata do të mbyllin fabrikat e tyre të vjetra në zotërim, të cilat kanë qenë prodhuese të produktit **X** dhe do të mbulojnë nevojat e produktit të tyre **X** nga ndërmarrja e përbashkët. Produkti i ndërmjetëm **X** llogaritet nga 50% i totalit të kostove të produktit përfundimtar **Y**.

A dhe **B** secila ka një pjesë tregu 20% për produktin **Y**. Ekzistojnë edhe dy ofrues të tjerë domethënës të **Y**-së ku secili ka 15% pjesë tregu dhe disa konkurrentë të vegjël.

Analiza: Këtu njëtrajtshmëria e kostove është e madhe; për më tej, palët duan të fitojnë fuqi tregu, nëpërmjet koordinimit të sjelljeve të tyre në tregun e produktit **Y**. Rasti i shfaqjes të problemeve të konkurrencës dhe vlerësimi është pothuajse identik si shembulli 1, megjithëse këtu bashkëpunimi është në tregun e rrjedhës së sipërme.

Specializimi reciprok

Shembulli 5

Situata: A dhe **B** secila prodhojnë dhe ofrojnë produktet homogjene **X** dhe **Y**, të cilat i përkasin tregjeve të ndryshme. Pjesa e tregut të **A**-së të produktit **X** është 28% dhe e **Y** është 10%. Pjesa e tregut të **B**-së tek produkti **X** është 10% dhe tek produkti **Y** është 30%. Për shkak të ekonomive të shkallës ato përfundojnë një marrëveshje specializimi reciprok, sipas të cilës A do të prodhojë në të ardhmen vetëm produktin X dhe B do të prodhojë vetëm Y.

Të dy së bashku pranojnë ofertat e kryqëzuara kështu që ato do të mbeten në tregje si ofrues. Lidhur me natyrën homogjene të produkteve, kostot e shpërndarjes janë të vogla.

Ekzistojnë edhe dy ofrues të tjerë të prodhimit të X dhe Y me pjesë tregu afërsisht 15% secili dhe ofruesit e mbetur kanë një pjesë 5-10%.

Analiza: Shkalla e njëtrajtshmërisë së kostove është shumë e lartë, vetëm një shpërndarje relativisht e vogël e kostove mbetet e veçuar. Për pasojë ekziston vetëm një hapësirë e vogël për konkurrencën. Palët duan të fitojnë fuqi tregu nëpërmjet koordinimit të sjelljeve të tyre në treg për X dhe Y. Për më tepër, ka mundësi që tregu i ofruesve të Y nga A dhe X nga B do të zvogëlohet gjatë kohës. Rasti shfaq probleme të konkurrencës që ekonomitë e shkallës e kanë të pamundur për ta baraspeshuar.

Skenari mund të ndryshojë nëqoftëse X dhe Y ishin produkte heterogjene me një masë shumë të lartë të kostove të marketingut dhe shpërndarjes (d.m.th 65-70% e totalit të kostove). Për më tepër nëse oferta e produkteve të diferencuara është kusht për një konkurrencë të suksesshme, atëherë tërheqja e një apo më shumë palëve si ofrues të X dhe/ose Y është e pamundur. Në një skenar të tillë kriteri për përjashtim mund të jetë përmbushur pavarësisht nga pjesa e lartë e tregut (Sigurohet që ekonomitë janë të ndjeshme).

Nënkontraktimi ndërmjet konkurrentëve

Shembulli 6

Situata: A dhe **B** janë konkurrent në treg për produktin përfundimtar **X. A**-ja ka një pjesë tregu prej 15% dhe **B**- ja prej 20%. Të dy së bashku prodhojnë mallin e ndërmjetëm Y, i cili shërben si lëndë e parë në prodhimin e produktit X, por gjithashtu përdoret për prodhimin e produkteve të tjera. Ai llogaritet si 10% e kostos të **X**-it. **A**-ja prodhon produktin **Y** vetëm për konsumin e brendshëm, ndërsa **B**- ja është gjithashtu shitës i **Y** tek palë të treta konsumatorësh. Pjesa e tregut të tyre për **Y** është 10%.

A dhe **B** pranojnë në një marrëveshje nënkontraktuese, ku **A** do të blejë 60% të kërkesave të veta të **Y** nga **B**-ja. Ai do të vazhdojë të prodhojë 40% të kërkesave të tij të brendshme pa humbur know-how lidhur me prodhimin e **Y**-së.

Analiza: Së pari, duke qenë se A-ja është prodhuesi i vetëm i Y-it për konsumin e brendshëm, duhet të analizohet, nëse A është një hyrës potencial real në tregun e shitjeve Y tek palët e treta. Në rastin e kundërt, marrëveshja nuk kufizon konkurrencën lidhur me Y. Efektet e tepërta në treg për X-in gjithashtu janë të pamundura duke marrë parasysh shkallën e ulët të njëtrajtshmërisë së kostove të krijuara nga marrëveshja.

Nëse A shihet si një hyrës potencial real në tregun tregtar për shitjet e Y palëve të treta, pozicioni në treg i B-së për Y nevojitet të mbahet parasysh. Duke qenë se pjesa e tregut të B-së është mjaft e ulët rezultati analizave nuk ndryshon.

ANEKS Nr. 3
MARRËVESHJET E BLERJES

Shembull: Një grup prodhuesish të makinave pranojnë të blejnë së bashku produktin X. Blerja e tyre e kombinuar e X është e barabartë me 15 njësi. Të gjitha shitjet e X për prodhuesit e makinave është e barabartë me 50 njësi. **Megjithatë, X u është shitur prodhuesve të produkteve të tjera sa makinat.** Të gjitha shitjet e X llogariten nga 100 njësi. Kështu pjesa e tregut (të blerjes) të grupit është 15%.

Shembulli 1

Situata: Dy prodhues, A dhe B vendosin të blejnë bashkërisht përbërësin X. Ata janë konkurrentë në tregun e tyre të shitjes. Shitjet e tyre së bashku përfaqësojnë 35% të totalit të shitjeve të X në treg, i cili supozohet të jetë tregu gjeografik përkatës. Ekzistojnë edhe 6 konkurrentë të tjerë (konkurrentë të A dhe B në tregun e tyre të shitjes), që llogaritet të mbajnë 65 % të tregut të blerjes; njëri ka 25%, ndërsa të tjerët llogariten të kenë pjesë më pak të ndjeshme. Nga ana e ofertës tregu është mjaft i përqendruar me 6 ofrues të përbërësit X, dy me një pjesë nga 30% secili dhe mbetja me 10-15% (HHI nga 2300-2500) Në tregun e tyre të shitjes, A dhe B kapin një pjesë të kombinuar prej 35%.

Analizat: Për sa i takon fuqisë së tregut të palëve në tregun e tyre të shitjes, përfitimet nga kursimet e mundshme të kostos, nuk mund t'i kalojnë tek konsumatori përfundimtar. Për më tepër blerjet e përbashkëta kanë mundësi për të rritur kostot e palëve konkurrentë më të vegjël pasi dy ofruesit më të fuqishëm rimbulojnë në mënyrë të mundshme zvogëlimet e çmimit për grupin sipas rritjes së çmimeve të konsumatorëve më të vegjël. Duke rritur përqendrimin në tregun e rrjedhës së poshtme, bashkëpunimi mund të na çojë në një përqendrim të mëtejshëm ndërmjet ofruesve. Edhe një përqendrim më i vogël (i cili gjithmonë mund të punojë afër ose nën minimumin optimal të shkallës) çon në nxjerrjen nga tregu nëse ata nuk mund të ulin më tej çmimet. Një rast i tillë i mundshëm shkakton një kufizim të ndjeshëm të konkurrencës.

Shembull 2

Situata: 150 shitës të vegjël pakice përfundojnë një marrëveshje për të formuar një organizatë blerëse të përbashkët. Ata janë të detyruar të blejnë një minimum volumi nëpërmjet organizatës, e cila llogaritet për rreth 50% nga totali i kostos së secilit shitës pakice. Shitësit me pakicë mund të blejnë nëpërmjet organizatës më shumë se sa minimumi i volumit dhe gjithashtu mund të blejnë nga jashtë bashkëpunimit. Ata kanë një pjesë të kombinuar të tregut prej 20% për secilin në tregun e blerjes dhe të shitjes. A dhe B janë 2 konkurrentët më të mëdhenj të tyre, A ka 25% në secilin treg të interesuar dhe B 35%. Diferenca e konkurrentëve më të vegjël ka formuar gjithashtu një grup blerjeje. 150 shitësit me pakicë arrijnë nga kombinimi i ekonomive një shumë të ndjeshme të volumit dhe çështjeve të blerjes.

Analizat: Shitësit me pakicë mund të arrijnë një shkallë të larë të kostove nëse ata përfundimisht blejnë së bashku më shumë se sa minimumi i volumit të pranuar. Megjithatë, së bashku ata kanë vetëm një pozicion tregu të mesëm në tregun e blerjes dhe të shitjes. Për më tepër, bashkëpunimi sjell disa ekonomi të shkallës. Ky bashkëpunim ka mundësi të përjashtohet.

Shembulli 3

Situata: Dy zinxhirë supermaketesh përfundojnë një marrëveshje për të blerë bashkërisht produktet që llogariten rreth 50% të totalit të kostove të tyre. Në tregjet përkatëse të blerjes për kategori të ndryshme të produkteve, palët kanë pjesë tregu ndërmjet 25% dhe 40%, në tregun përkatës të shitjes ata arrijnë 40% (supozohet që ka vetëm një treg gjeografik në tregun përkatës). Ekzistojnë edhe 5 shitës të tjerë me pakicë me 10-15% pjesë tregu secili. Hyrja në treg në këtë rast nuk është i mundur.

Analizat: Ka të ngjarë që kjo marrëveshje blerjeje e përbashkët të ketë një efekt mbi sjelljet konkurruese të palëve, sepse bashkëpunimi duhet t'i japë atyre fuqi tregu të ndjeshme. Veçanërisht ky është rasti kur hyrja është e dobët. Nxitja për të koordinuar sjelljen është më e madhe nëse kostot janë të ngjashme. Margjinave e ngjashme duhet tu shtohet një nxitës për të pasur të njëjtat çmime. Edhe pse eficiencat shkaktohen nga bashkëpunimi, nuk ka mundësi të përjashtohen lidhur me shkallën e lartë të fuqisë së tregut.

Shembulli 4

Situata: Kooperativat e vogla përfundojnë një marrëveshje për të formuar një organizatë blerëse të përbashkët. Ato janë të detyruara të blejnë një minimum volumi nëpërmjet organizatës. Palët mund të blejnë më shumë se sa minimumi i volumit nëpërmjet organizatës. Por ata gjithashtu mund të blejnë nga jashtë organizatës së bashkuar. Secila nga palët ka një pjesë tregu në total 5% në secilin nga tregjet e blerjes dhe shitjes, duke dhënë një pjesë tregu të kombinuar prej 25%. Janë edhe dy shitës të tjerë me pakicë që secili ka 20-25% pjesë tregu dhe një numër i shitëseve më të vegjël me pakicë me pjesë tregu nën 5%.

Analizat: Krijimi i organizatës së blerjeve të përbashkëta ka mundësi ti japë palëve një pozicion tregu në tregjet e blerjes dhe të shitjes së bashku, të një shkalle, e cila i mundëson ata të konkurrojnë me dy shitësit me pakicë më të mëdhenj. Përveç kësaj, prania e këtyre dy lojtarëve të tjerë me nivele të ngjashme të pozicionit të tregut, ka mundësi të rezultojë në një marrëveshje me eficencë që kalon tek konsumatorët. Në një rast të tillë marrëveshja ka të ngjarë të përjashtohet.

ANEKS Nr. 4

MARRËVESHJET E TREGTIMIT

Shembulli 1

Situata: 5 prodhues të vegjël ushqimesh, secili me nga 2% pjesë të tregut në tregun e përgjithshëm ushqimor, pranojnë që: të kombinojnë lehtësitë shpërndarëse të tyre, të tregtojnë nën emrin e markës së përbashkët, dhe të shesin produktet e tyre me të njëjtin çmim. Kjo përfshin një investim të rëndësishëm në magazina, transport, reklamë, marketing dhe një detyrim shitje. Në mënyrë domethënëse redukton koston bazë të tyre, duke përfaqësuar në mënyrë tipike 50% të çmimit me të cilin ata shesin dhe u lejon atyre për të ofruar një sistem shpërndarje efecient më të shpejtë. Klientët e prodhuesve ushqimorë janë hallkat e mëdha të zinxhirit të shitjeve me pakicë.

Tre grupe të mëdhenj ushqimore shumëkombëshe dominojnë tregun, ku secila ka 20% pjesë të tregut. Pjesa e mbetur e tregut përbëhet nga prodhues të vegjël, të pavarur. Linjat e produktit të palëve te kjo marrëveshje mbivendosen në disa zona domethënëse, por pjesa e tyre e kombinuar e tregut, në tregun e produktit, nuk kapërcen 15%.

Analizat: Marrëveshja përfshin fiksimin e çmimit dhe kështu përfshihet brenda fushës së veprimit në nenit 4 të Ligjit, edhe pse palët në marrëveshje nuk mund të konsiderohen si mbajtës të fuqisë së tregut. Megjithatë, integrimi i marketingut dhe shpërndarjes shfaqet për të siguruar eficienca domethënëse, të cilat së bashku përbëjnë përfitimet e konsumatorëve porsa i përket shërbimit të përmirësuar dhe kostos më të ulët. Çështja është nëse marrëveshja është e përjashtueshme. Për t'ju përgjigjur kësaj pyetjeje, duhet të vendoset nëse fiksimi i çmimit është domosdoshmëri për integrimin e funksioneve të tjera të marketingut dhe arritjes së përfitimeve ekonomike. Në këtë rast, fiksimi i çmimit mund të shihet si domosdoshmëri, aq sa klientët e zinxhirit të madh të pakicës nuk dëshirojnë të merren me një gamë të gjerë të çmimeve. Gjithashtu, është domosdoshmëri aq sa qëllimi i një marke të përbashkët (që mund të jetë besueshmëria e fituar) dhe të gjitha aspektet e marketingut, përfshirë edhe çmimet janë standardizuar.

Shembulli 2

Situata: Dy prodhues të kushinetave, me 5% pjesë tregu secili, krijojnë një ndërmarrje të përbashkët shitjeje, që do të tregtojë produktet, do përcaktojë çmimet dhe do të ndajë porositë tek ndërmarrjet mëmë. Ato ruajnë të drejtën për të shitur jashtë kësaj strukture. Shpërndarjet për klientët vazhdojnë të bëhen në mënyrë të drejtpërdrejtë nga fabrikat fqinje. Ata pretendojnë që kjo do të krijojë eficienca, meqenëse forca e përbashkët shitëse mund të paraqesë produktet e palëve në të njëjtën kohë dhe për të njëjtët klientë, duke eliminuar kështu një dublim të kotë të përpjekjeve të shitjes. Përveç kësaj, ndërmarrja e përbashkët, atje ku do ishte e mundshme, do të shpërndante porositë tek fabrika më e afërt e mundshme, duke reduktuar kështu kostot e transportit.

Analizat: Marrëveshja përfshin fiksimin e çmimit dhe kështu bie brenda fushës së veprimit të nenit 4 të ligjit, edhe pse palët në marrëveshje nuk mund të konsiderohen si mbajtës të fuqisë së tregut. Ato nuk mund të përjashtohet , për sa kohë eficiencat e pretenduara janë vetëm zvogëlime të kostos të rrjedhura nga eliminimi i konkurrencës ndërmjet palëve.

Shembulli 3

Situata: 2 prodhues të pijeve të buta janë aktivë në 2 tregje të ndryshëm, fqinjë. Së bashku kanë një pjesë tregu 20% në tregun e tyre të brendshëm. Ato pranojnë të shpërndajnë në mënyrë reciproke produktet e njëri tjetrit në tregun gjeografik korespondues. Së bashku tregjet janë të dominuar nga një numër i madh prodhuesish pijesh të buta, ku secili ka një pjesë tregu prej 50%.

Analiza: Marrëveshja bie brenda fushës së veprimit të nenit 4 të Ligjit, nëqoftëse palët do ishin konkurrentë të mundshëm. Për të vlerësuar këtë kërkohet një analizë e pengesave të hyrjes në tregjet gjeografikë korespondues. Në qoftë se palët mund të kenë hyrë në mënyrë të pavarur në tregjet e njëri – tjetrit, atëherë kjo marrëveshje eliminon konkurrencën ndërmjet tyre. Megjithatë, edhe pse pjesa e tregut të palëve tregon që ata mund të kenë disa fuqi tregu, një analizë e strukturës së tregut tregon që kjo nuk është shkak. Përveç kësaj, në një marrëveshje shpërndarëse reciproke përfitojnë klientët për aq sa ajo rrit zgjedhjen e përshtatshme në secilin treg gjeografik. Marrëveshja duhet të jetë e përjashtuar edhe pse konsiderohej kufizuese për konkurrencën.

ANEKS Nr. 5
MARRËVESHJET E STANDARTIZIMIT

Shembulli 1

Situata: EN 60603-7:1993 përcakton kërkesat për të lidhur marrësit televizivë tek aksesorët gjenerues të videove të tillë si video regjistruesit dhe video games. Megjithëse standardi nuk është ligjërisht i detyrueshëm, në praktikë prodhuesit e marrësve televizivë dhe video-gameve së bashku përdorin standardin, duke qenë se kjo është kërkesë e tregut.

Analiza: Neni 4 i Ligjit nuk është shkelur. Standardi ka qenë i miratuar nga strukturat e njohura të standardeve, nëpërmjet procedurave të hapura dhe transparente në nivel kombëtar, Evropian dhe ndërkombëtar dhe bazohet në konsensusin kombëtar duke pasqyruar pozicionin e prodhuesve dhe konsumatorëve. Të gjithë prodhuesit lejohen të përdorin standardin.

Shembulli 2

Situata: Një numër prodhuesish video kasetash pranojnë të zhvillojnë një markë cilësore ose standard për të treguar faktin që video kaseta përmbush minimumin e caktuar të specifikimeve teknike. Prodhuesit janë të lirë të prodhojnë videokasetat të cilat nuk janë në përputhje me standardin dhe standardi është lirisht i disponueshëm për zhvilluesit e tjerë.

Analiza: Me kushtin që marrëveshja nuk kufizon në ndonjë mënyrë tjetër konkurrencën, neni 4 i Ligjit nuk është shkelur, duke qenë se pjesëmarrja në vendosjen e standardit është e pakufizuar dhe transparente dhe marrëveshja e standardizimit nuk vendos detyrim për përputhshmëri me standardin. Në qoftë se palët pranojnë të prodhojnë vetëm videokaseta, të cilat janë konform standardit të ri, marrëveshja do të kufizonte zhvillimin teknik dhe do të pengonte palët në shitjen e produkteve të diferencuara, gjë që do të përbënte shkelje të nenit 4 të Ligjit.

Shembulli 3

Situata: Një grup konkurrentësh aktivë në tregje të ndryshme, të cilët janë të ndërvarur me produktet që duhet të jenë të krahasueshëm dhe me mbi 80% të tregjeve përkatëse, pranojnë të zhvillojnë bashkërisht një standard të ri që do të futet në konkurrencë me standardet e tjerë të pranishëm në treg, të zbatuara gjerësisht nga konkurrentët e tyre. Produktet e ndryshme që do të përputhen me standardin e ri nuk do të jenë në përputhje me standardet ekzistuese. Për shkak të investimit të madh të kërkuar për të kaluar nga një standard tek tjetri dhe për të mbajtur prodhimin sipas një standardi të ri, palët bien dakord që të kryejnë një volum të shitjeve të produkteve sipas standardit të ri me qëllim për të krijuar një “sasi kritike” në treg. Gjithashtu ata bien dakord të kufizojnë volumin e prodhimit individual të tyre në nivelin e arritur në vitin e fundit, për produktet jo në përputhje me standardin.

Analiza: Kjo marrëveshje për shkak të fuqisë së palëve në treg dhe kufizimeve në prodhim, bie brenda fushës së veprimit të nenit 4 të Ligjit, me përjashtim të rasteve kur aksesi në informacionin teknik ishte siguruar mbi baza jo diskriminuese dhe terma të arsyeshme për ofruesit e tjerë që duan të konkurrojnë.

ANEKS Nr. 6
MARRËVESHJET MJEDISORE

Shembull 1.

Situata: Pothuajse të gjithë prodhuesit dhe importuesit të një aparati shtëpiak të dhënë (p.sh makina larëse), pranojnë me nxitjen e një strukture publike të mos prodhojnë dhe mos importojnë në treg, produkte, të cilat nuk janë në përputhje me një kriter mjedisor të caktuar (p.sh eficienca e energjisë). Së bashku, palët mbajnë 90% të tregut. Produktet, të cilat do të lihen jashtë tregut llogariten si një pjesë e rëndësishme e totalit të shitjeve. Ato do të zëvendësohen me produkte të tjera që favorizojnë mjedisin, por njëkohësisht janë produkte më të shtrenjta. Marrëveshja në mënyrë indirekte zvogëlon prodhimin e palëve të treta (p.sh pajisjet elektrike, ofruesit e përbërësve të inkorporuar (trupëzuar) në produktet e nxjerra jashtë tregut).

Analiza: Marrëveshja u jep palëve kontrollin e prodhimit dhe importit individual dhe i korrespondon një pjese të ndjeshme të shitjeve të tyre dhe totalit të prodhimit (outputit), ndërsa zvogëlon prodhimin e palëve të treta. Zgjedhja konsumatorë, e cila është fokusuar pjesërisht në karakteristikat mjedisore të produktit, ulet dhe çmimet do të ngrihen. Marrëveshja përfshihet në fushën e zbatimit të nenit 4 të Ligjit.

Megjithatë, produktet më të reja janë më të avancuara teknikisht dhe duke zvogëluar problemet e mjedisit, gjë që synohej në mënyrë indirekte, (emetimi nga prodhimi energjisë), ato nuk do të krijojnë ose rrisin në mënyrë të paevitueshme një problem tjetër mjedisor (p.sh konsumin e ujit, përdorimin e detergjentit). Kontributi neto për përmirësimin e situatës mjedisore tejkalon rritjen e kostove. Për më tepër, blerësit individualë të produkteve më të shtrenjta, do të rikuperojnë me shpejtësi rritjen e kostos përderisa produktet më të favorshme për mjedisin kanë kosto operative më të ultë.

Alternativat e tjera kundrejt marrëveshjes konsiderohen të jenë më pak të sigurta dhe me kosto – efektivitet më të ulët për arritjen e të njëjtave përfitime neto. Mjetet teknika të ndryshme janë ekonomikisht të disponueshme për palët që synojnë të prodhojnë produkte të cilat janë në përputhje me karakteristikat mjedisore të pranuara dhe konkurrenca do të vazhdojë të ekzistojë për karakteristikat e tjera të produktit. Për këto arsye, kushtet për përjashtim janë përmbushur.

RREGULLORE
"PËR ZBATIMIN E PROCEDURAVE TË PËRQENDRIMIT TË NDËRMARJEVE"

KREU I
DISPOZITA TË PËRGJITHËSHME

Neni 1
Objekti

Kjo rregullore ka për objekt zbatimin e procedurave për kontrollin e përqendrimeve të ndërmarrjeve, në përputhje me Ligjin Nr. 9121, datë 28.7.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar).

Neni 2
Fusha e zbatimit

Kjo rregullore zbatohet për të gjitha përqendrimet në formën e bashkimeve juridike dhe faktike të dy ose më shumë ndërmarrjeve të pavarura nga njëra tjetra, përftimit të kontrollit nga një ose më shumë persona fizik, ose juridikë mbi një ose më shumë ndërmarrje, ose pjesëve të tyre, dhe krijimit të një ndërmarrjeje të përbashkët,të përcaktuara në nenin 10 dhe që plotësojnë kushtet e nenit 12, pika 1 të Ligjit.

Neni 3
Përkufizime

Në këtë rregullore, termat e mëposhtme kanë këto kuptime:

1. "Ligj" nënkuptohet Ligji nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar).
2. "Ditë Pune" do të thotë të gjitha ditët përveç të Shtunës, të Dielës, dhe festave zyrtare
3. "Pala ose palët në përqendrim" i referohet si palës blerëse ashtu edhe palës të blerë, ose palëve që bashkohen, ose palës subjekt i një oferte publike.

Neni 4
Barra e Provës

Pala që paraqet njoftimin për përqendrim është e detyruar që të paraqesë përpara Autoritetit të gjitha të dhënat dhe provat e nevojshme mbi të cilat mbështet pretendimet e saj.

Neni 5
Vlerësimi i përqendrimeve

1. Për vlerësimin e përqendrimeve Komisioni mban parasysh nevojën për të mbrojtur dhe zhvilluar konkurrencën e lirë dhe efektive në treg, duke pasur parasysh strukturën e këtij tregu dhe konkurrencën aktuale ose potenciale të ndërmarrjeve që veprojnë në këtë treg.

2. Komisioni, në përputhje me nenin 56 të Ligjit, autorizon përqendrimin që nuk shfaq shenja të kufizimit në mënyrë të ndjeshme të konkurrencës në treg, ose në një pjesë të tij, në veçanti, si rezultat i krijimit ose forcimit të pozitës dominuese.

3. Komisioni, në zbatim të nenit 13 të Ligjit, ndalon përqendrimin i cili kufizon në mënyrë të ndjeshme konkurrencën në treg ose në një pjesë të tij, si rezultat i krijimit ose forcimit të pozitës dominuese.

KREU II
Njoftimet dhe dokumentacioni shoqërues

Neni 6
Konsultimet para njoftimit

1. Nëse ndërmarrjet shprehin interesin për të realizuar një marrëveshje e cila sjell krijimin e një përqendrimi, ato mund të informojnë dhe të konsultohen pranë Autoritetit të Konkurrencës.

2. Sekretari i Përgjithshëm, me marrjen në dijeni të përqendrimit të mundshëm, konsulton palët për procedurat e mëtejshme, duke kërkuar një informacion me shkrim.

3. Informacioni duhet të përmbajë të dhëna për palët pjesëmarrëse si:

a) emrin dhe adresën e ndërmarrjes;

b) natyrën e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;

c) emrin e personit të kontaktit apo përfaqësuesit të ndërmarrjes, adresën, numrin e telefonit/ faksit, postës elektronike;

d) Formën dhe objektin e transaksionit;

e) të dhëna të plota financiare (xhirot) për të treguar që transaksioni i synuar përmbush ose jo kriteret e përcaktuara në nenin 12 të Ligjit.

4. Sekretariati mund të përjashtojë nga detyrimi për dhënien e ndonjë informacioni të veçantë atëherë kur ky informacion disponohet nga Autoriteti.

5. Palët pjesëmarrëse informojnë Autoritetin në rast të mos realizimit të marrëveshjes ose njoftimit të ofertës publike.

Neni 7
Detyrimi për njoftimin e përqendrimit

Nëse palët kanë përfunduar një marrëveshje për bashkim, përfitim kontrolli, krijimin e një ndërmarrjeje të përbashkët, ose kanë publikuar një ofertë publike për blerje ose përftim kontrolli, duhet ta njoftojnë atë pranë Autoritetit në zbatim të nenit 12 dhe 53, pika 2 të Ligjit.

Neni 8
Personat e autorizuar për paraqitjen e njoftimit

1. Njoftimet duhet të paraqiten nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në një përqendrim, nga përfaqësues të tyre të pajisur me autorizimin përkatës, ose nga përfaqësuesit Ligjor të përfaqësuar me prokurë.

2. Në rastin e bashkimit apo përftimit të kontrollit, njoftimi kryhet nga blerësi, përftuesi i kontrollit, në rastin e krijimit të një ndërmarrje të përbashkët ndërmarrjet që përftojnë kontrollin e ndërmarrjes së përbashkët dhe në rastin e publikimit të ofertës publike, nga ofertuesi.

3. Njoftimet e përbashkëta duhet të dorëzohen në një formë të vetme. Njoftimin mund të kryhet nga një përfaqësues i përbashkët, i cili është i pajisur me një prokurë, në të cilin përcaktohet e drejta e përfaqësimit për llogari të ndërmarrjeve pjesëmarrëse.

4. Palët njoftuese ose përfaqësuesit e tyre i japin Autoritetit një adresë për komunikim brenda territorit të Republikës së Shqipërisë, ku mund të dërgohet e gjithë korrespondenca.

Neni 9
Paraqitja e njoftimeve

1. Njoftimet duhet të plotësohen sipas kërkesave të Formularit për Njoftimin e Përqendrimit në Formën e Thjeshtuar sipas Udhëzimit përkatës të Autoritet të Konkurrencës.

2. Sekretariati argumenton dhe vlerëson me shkrim nëse plotësohen kriteret për përdorimin e formularit të thjeshtuar të njoftimit të përqendrimit sipas Udhëzimit përkatës të Autoritetit të Konkurrencës. Në rast se këto kritere nuk përmbushen, i kërkon palëve përdorimin e formularit të plotë të njoftimit të përqendrimit.

3. Palët njoftuese ose përfaqësuesit e tyre në një dokument të veçantë duhet të përcaktojnë në mënyrë të qartë informacionet që ata konsiderojnë se përmbajnë sekrete biznesi.

4. Informacioni duhet të jetë i saktë dhe i plotë.

Neni 10

Dorëzimi i dokumentacionit

1. Dy kopje origjinale ose të njehsuara me origjinalen të secilit njoftim dhe të dokumenteve të bashkëlidhur (të përcaktuara në formularin e njoftimit), duhet të dorëzohen në Zyrën e Arkiv Protokollit të Autoritetit të Konkurrencës.
2. Njoftimi duhet të përmbajë një listë përshkrimore të dokumentacionit bashkëlidhur si dhe numrin e faqeve përkatëse të tyre.
3. Nëse dokumentacioni përkatës është në gjuhë të huaj, pala njoftuese paraqet një kopje të shoqëruar me përkthimin në gjuhën shqipe e cila mban dhe vërtetimin noterial për saktësinë e këtij përkthimi.
4. Pranimi i njoftimit dhe i dokumenteve bashkëlidhur atij duhet bërë gjatë orarit zyrtar të punës, në adresën: Autoriteti i Konkurrencës, Rruga “Sami Frashëri” Nr 4, kati IV, Tiranë, Shqipëri.

Neni 11

Data kur njoftimi bëhet efektiv

1. Njoftimet bëhen efektive në datën kur ato dorëzohen në sektorin përgjegjës për mbajtjen e Arkivës e Protokollit të Autoritetit të Konkurrencës.

2. Sekretariati, bazuar në nenin 54 të Ligjit u konfirmon me shkrim ndërmarrjeve ose përfaqësuesve të tyre se njoftimi është i plotë ose jo. Në rast se njoftimi është i plotë, afati i parashikuar në nenin 56 të Ligjit fillon në ditën e punës pasardhëse të ditës së njoftimit me shkrim të ndërmarrjeve ose përfaqësuesve e tyre .

3. Nëse njoftimi nuk është i plotë, Sekretariati njofton palët njoftuese ose përfaqësuesit e tyre me shkrim dhe pa vonesë, duke caktuar një afat kohor, jo më pak se 15 ditë pune, për plotësimin e informacionit. Në të tilla raste, afati i parashikuar në pikën 2 të këtij neni, fillon në datën në të cilën Autoriteti ka siguruar informacionin e plotë.

4. Sekretariati, në zbatim të nenit 55, pika 1 të Ligjit, mund të kërkojë të dhëna dhe dokumente të tjera shtesë nga palët njoftuese, përfaqësuesit e tyre, apo palë të treta të interesuara, në çdo kohë të procedurës së njoftimit brenda një afati të përcaktuar prej tij, të nevojshëm për vlerësimin e përqendrimit të njoftuar.

5. Palët njoftuese ose përfaqësuesit e tyre, për çdo ndryshim në informacionet dhe dokumentet bashkëlidhur njoftimit, për të cilat kanë apo mund të kenë dijeni, duhet të njoftojnë Autoritetin. Në të tilla raste, kur këto ndryshime mund të kenë një efekt të rëndësishëm në shqyrtimin e përqendrimit, afati i parashikuar në nenin 56 të Ligjit fillon në datën në të cilën Autoriteti ka marrë informacion mbi ndryshimet.

6. Informacioni i pasaktë , i paplotë ose i rremë konsiderohet si informacion jo i plotë në bazë të nenit 33 i Ligjit dhe përbën shkak për vendosje gjobe sipas nenit 73 të Ligjit.

KREU III

Shqyrtimi i njoftimi, fillimi i procedurave dhe afatet kohore

Neni 12

Informimi i Komisionit

Sekretariati informon me shkrim Komisionin për fillimin e procedurës së kontrollit të përqendrimit. Informacioni përmban datën e saktë të dorëzimit të njoftimit dhe dokumenteve të bashkëlidhura, llojin e formularit të njoftimit të plotësuar nga palët njoftuese apo përfaqësuesit e tyre, si dhe datën e konfirmimit të njoftimit.

Neni 13

Publikimi i procedurës paraprake

Sekretariati publikon fillimin e procedurës së kontrollit të përqendrimit në faqen zyrtare të internetit të Autoritetit të Konkurrencës www.caa.gov.al. Akti i publikimit përmban të dhënat për palët pjesëmarrëse, vendin e tyre të origjinës, formën e përqendrimit, sektorët e ekonomisë së përfshirë në të, ftesën e Autoritet të Konkurrencës për shprehjen e komenteve nga palët e interesuara dhe afatin e fundit për shprehjen e këtyre komenteve.

Neni 14

Fillimi i afateve kohore

1. Afati 2 mujor për kryerjen e procedurës paraprake të përcaktuar në nenin 56 të Ligjit fillon ditën e punës pas ditës së konfirmimit të njoftimit.

2. Afati 3 mujor për kryerjen e procedurës së thelluar të përcaktuar në nenin 57 të Ligjit fillon ditën e punës pas datës kur Komisioni merr vendim për fillimin e procedurës së thelluar.

Neni 15

Përfundimi i afatit

1. Afati dy mujor për kryerjen e procedurës paraprake do të përfundojë me kalimin e asaj dite të muajit të dytë, që ka të njëjtën datë si dita që ka filluar afati. Kur ai muaj nuk e ka këtë datë atëherë afati do të mbarojë me kalimin e ditës së fundit të atij muaji.

2. Afati tre-mujor për kryerjen e procedurës së thelluar do të përfundojë me kalimin e ditës së muajit të tretë në vazhdim, që ka të njëjtën datë si dita që ka filluar afati. Kur ai muaj nuk e ka këtë datë atëherë afati do të mbarojë me kalimin e ditës së fundit të atij muaji.

3. Kur dita e fundit e një afati bie në ditë pushimi ose festë zyrtare, afati do të mbarojë në ditën e punës që vjen pas asaj të pushimit, ose festës zyrtare.

Neni 16

Festat zyrtare

Nëse afati, i llogaritur sipas nenit 14 të kësaj Rregullore, ka mbaruar dhe nëse festat zyrtare ose festat e tjera bien brenda periudhave të referuara në nenin 56 dhe 57 të Ligjit, një numër i njëjtë ditësh pune do t'iu shtohet këtyre periudhave.

Neni 17

Pezullimi i afatit kohor

1. Periudhat e referuara në nenin 57 të Ligjit do të pezullohen kur Komisioni, në bazë të nenit 33, pika 2 të Ligjit, duhet të marrë një vendim sepse:

- **a.** Informacioni të cilin Sekretariati, në bazë të nenit 55 të Ligjit, e ka kërkuar nga njëra prej palëve njoftuese ose prej palëve të tjera të interesuara, nuk është dhënë ose nuk është dhënë i plotë brenda afatit kohor të përcaktuar prej tij;
- **b.** Një nga palët njoftuese ose palët e tjera të interesuara ka refuzuar dhënien e informacionit ose ka refuzuar bashkëpunimin me Sekretariatin për sigurimin e informacionit të kërkuar në bazë të nenit 55, që Sekretariati e konsideron të rëndësishëm;
- **c.** Palët njoftuese kanë dështuar në informimin e Autoritetit për ndryshimet e fakteve që përmban njoftimi.

2. Afatet e përcaktuara në nenin 57 të Ligjit do të pezullohen:

- **a.** në rastet e referuara në pikën 1 (a) dhe (b) të këtij neni, për periudhën ndërmjet fundit të afatit kohor të caktuar në kërkesën për informacion dhe marrjes së informacionit të plotë dhe të saktë të kërkuar me vendim të Komisionit;

b. në rastet e referuara në pikën 1 (c) të këtij neni, për periudhën ndërmjet ndryshimit të fakteve dhe marrjes së informacionit të saktë dhe të plotë të kërkuar me vendim të Komisionit.

3. Pezullimi i afatit kohor fillon në ditën pasardhëse të Vendimit përkatës të Komisionit. Pezullimi përfundon kur janë zhdukur pengesat që e kanë shkaktuar atë.

Neni 18

Përputhshmëria me afatet kohore

Afatet kohore të përcaktuara në nenet 56 dhe 57 të Ligjit do të konsiderohen të plotësuara nëse Komisioni i Konkurrencës ka marrë vendimin përkatës para përfundimit të këtyre afateve.

KREU IV

Procedurat për vendim-marrje

Neni 19

Palët që mund të dëgjohen

1. Përpara marrjes së një vendimi, në plotësimin e kushteve të neneve 56, pika 2 dhe 57 të Ligjit dhe në bazë të nenit 39 të Ligjit, Komisioni u krijon mundësi për tu dëgjuar palëve njoftuese dhe palëve të treta që lidhen me përqendrimin e njoftuar.

2. Përveç palëve të përcaktuar në nenin 8 pika 2 të kësaj rregulloreje, kanë të drejtën për t'u dëgjuar:

(a) palët e tjera të përfshira, përveç palëve njoftuese, të tilla si shitësi dhe ndërmarrja e cila është objekt i përqendrimit;

(b) palët e treta të interesuara, që mund të jenë personat fizikë ose juridikë, përfshirë konsumatorët, furnitorët, konkurrentët dhe veçanërisht anëtarët e organeve të administratës ose manaxheriale të ndërmarrjeve në fjalë ose përfaqësuesit e sindikatave të këtyre ndërmarrjeve.

(c) palët ndaj të cilave Komisioni i Konkurrencës mendon të marrë një vendim në bazë të nenit 73, 74 dhe 76 të Ligjit.

Neni 20

Seanca dëgjimore

1. Komisioni u krijon mundësi palëve njoftuese dhe palëve të interesuara që të paraqesin verbalisht argumentet e tyre në një seancë dëgjimi, nëse e kanë kërkuar këtë gjë në komentet e tyre me shkrim dhe nëse ato janë të interesuara. Komisioni mund t'u japë palëve mundësinë që t'i shprehin pikëpamjet e tyre verbalisht, edhe në raste të tjera kur ai e sheh të nevojshme.

2. Komisioni fton me shkrim palët që do të dëgjohen që të jenë pjesëmarrëse në datat e vendosura për seancën e dëgjimit.

3. Palët e ftuara për të marrë pjesë duhet të paraqiten personalisht ose të përfaqësohen nga përfaqësues i autorizuar. Ndërmarrjet dhe grupet e ndërmarrjeve mund të përfaqësohen edhe nga një person i përbashkët autorizuar.

4. Seancat e dëgjimit, si rregull janë të mbyllura për publikun dhe regjistrohen. Komisioni mund të vendosë për organizimin e seancave të hapura për publikun.

5. Çdo palë mund të dëgjohet veçmas ose në prezencën e palëve të tjera të ftuar për të marrë pjesë, duke mbajtur në konsideratë interesin legjitim të ndërmarrjeve për mbrojtjen e sekreteve të tyre të biznesit dhe informacione të tjera konfidenciale.

Neni 21

Vendimet për autorizimin e realizimit të përkohshëm të përqendrimit

1. Në ato raste kur Komisioni mendon të marrë një vendim në bazë të nenit 60 të Ligjit, i cili ka pasoja për një ose më shumë palë, njofton me shkrim palët njoftuese dhe palët e tjera të përfshira, lidhur me vërejtjet e tij dhe cakton një afat kohor brenda së cilit ato mund të japin pretendimet e tyre shkresërisht dhe në seancë dëgjimore.
2. Kur palët njoftuese dhe palët e tjera të interesuara kanë paraqitur pretendimet e tyre, Komisioni merr vendim në lidhje me këtë përqendrim.
3. Në rast të mosparaqitjes së palëve në seancë dëgjimore dhe/ose të mosparaqitjes së pretendimeve të tyre me shkrim brenda afateve të përcaktuara në pikës 1 të këtij neni, Komisioni i njofton me shkrim për vendimin e marrë brenda 5 ditëve nga marrja e këtij vendimi.

Neni 22

Afatet kohore të angazhimeve

1. Angazhimet e propozuara Autoritetit nga palët sipas nenit 56, pika 2 të Ligjit, për të cilat palët mendojnë se mund të shërbejnë si bazë për vendimin duhet të paraqiten pranë Autoritetit jo më vonë se 1 (një) muaj nga data e marrjes së njoftimit.
2. Angazhimet e propozuara Autoritetit nga palët pjesëmarrëse sipas nenit 57, pika 2 të Ligjit, për të cilat palët mendojnë se mund të shërbejnë si bazë për vendimin duhet të paraqiten pranë Autoritetit jo më vonë se 2 (dy) muaj nga data kur ka nisur procedura e thelluar.
3. Përcaktimet e bëra në pikat 1 dhe 2 të këtij neni do të zbatohen në përputhje me këtë Rregullore.

Neni 23

Procedura për angazhimet

1. Një kopje origjinale e angazhimeve të propozuara për Autoritetin nga ndërmarrjet sipas neneve 56, 57 të Ligjit duhet të paraqiten pranë Autoritetit në adresën zyrtare të tij.
2. Çdo palë që propozon angazhime pranë Autoritetit do të identifikojë qartë çdo dokument (apo të dhënë) i cili konsiderohet si konfidencial, të japë arsyet për këtë dhe të sigurojë një version tjetër jo-konfidencial brenda afatit kohor të vendosur nga Autoriteti.

Neni 24

Marrja e vendimeve dhe dëgjimi i palëve

1. Nëse Komisioni mendon të marrë një vendim sipas neni 56, pika 1, u krijon mundësi për tu dëgjuar, palëve njoftuese dhe palëve të tjera të interesuara ose përfaqësuesit e tyre për çështjen në fjalë.
2. Komisioni i paraqet me shkrim vërejtjet e tij palëve njoftuese, palëve të tjera të interesuara ose përfaqësuesve e tyre dhe cakton një afat kohor brenda së cilit ata mund të paraqesin me shkrim pretendimet e tyre.
3. Palëve të cilave iu janë drejtuar vërejtjet e Komisionit ose ato që janë njoftuar për këto vërejtje, brenda afatit kohor të përcaktuar, japin me shkrim pretendimet e tyre si dhe për ti vërtetuar ato, mund të bashkëlidhin çdo dokument të mundshëm. Palët mund t'i propozojnë Komisionit dëgjimin e personave të cilët mund të vërtetojnë këto pretendime.
4. Procedurat e përcaktuara në pikat 2 dhe 3 të këtij neni, zbatohen ndaj palëve sipas përcaktimit të bërë në nenin 19 pika 2 shkronja c, të kësaj rregulloreje.

Neni 25

Vendimet e Komisionit

1. Kur Komisioni merr vendim se transaksioni i njoftuar nuk përbën një përqendrim sipas nenit 10 dhe 12 të Ligjit, Autoriteti duhet të njoftojë me shkrim palët njoftuese ose përfaqësuesit e tyre, në përputhje me afatin e përcaktuar në nenin 56 të Ligjit.

2. Kur Komisioni konstaton se përqendrimi i njoftuar nuk shfaq shenja të kufizimit në mënyrë të ndjeshme të konkurrencës në treg ose në një pjesë të tij, në veçanti si rezultat i krijimit ose forcimit të pozitës dominuese, ai e autorizon atë në zbatim të nenit 56, pika 1 në kuptim të fjalisë së parë të Ligjit.

3. Kur Komisioni konstaton se përqendrimi i njoftuar shfaq shenja të kufizimit në mënyrë të ndjeshme të konkurrencës në treg ose në një pjesë të tij, në veçanti si rezultat i krijimit ose forcimit të pozitës dominuese e, në zbatim të nenit 56, pika 1 të Ligjit, në kuptim të fjalisë së dytë, vendos fillimin e procedurave të thelluar të kontrollit të përqendrimit ose autorizimin e përqendrimit me kushte dhe detyrime.

4. Kur Komisioni verën se përqendrimi i ndërmarrjeve është kryer në shkelje të detyrimit për njoftim, vendos me nismën e vet fillimin e procedurave të kontrollit të përqendrimit.

Neni 26

Publikimi i vendimeve

Vendimet e Komisionit publikohen në Buletinin Zyrtar si dhe në faqen zyrtare të internetit Autoritetit të Konkurrencës.

KREU V
Dispozita të tjera

Neni 27

Dërgimi i dokumenteve

Dokumentet dhe ftesat nga Autoriteti për tek të adresuarit dërgohen në një nga këto mënyra:

a. Letër e regjistruar me konfirmimin e marrësit;

b. Faks me kërkesë për dhënien e konfirmimit nga marrësi;

c. Postë elektronike me një kërkesë për dhënien e konfirmimit nga marrësi(përqendrime@caa.gov.al).

Neni 28

Vendosja e afateve kohore

1. Në vendosjen e afateve kohore, Autoriteti do të ketë parasysh kohën e nevojshme për përgatitjen e formularëve dhe urgjencën e çështjes.

2. Këto afate kohore do të vendosen mbi bazë kalendarike, duke marrë parasysh ditët e festave zyrtare.

Neni 29

Shfuqizime

Rregullorja “Për zbatimin e procedurave të përqendrimit të ndërmarrjeve:” miratuar me Vendimin nr. 7, datë 1.6.2004 të Komisionit të Konkurrencës shfuqizohet.

Neni 30

Hyrja në fuqi

Kjo Rregullore hyn në fuqi 15 ditë pas miratimit të saj nga Komisioni i Konkurrencës.

UDHËZIM
"MBI FORMËN E NJOFTIMIT TË PËRQËNDRIMIT"

Në zbatim të Ligjit nr. 9121, Datë 28.7.2003 "për mbrojtjen e konkurrencës" dhe rregullores "Për zbatimin e procedurave të kontrollit të përqendrimit të ndërmarrjeve",

1. Qëllimi i udhëzimit

Ky udhëzim sqaron mënyrën dhe llojin e informacionit që duhet siguruar nga palanjoftuese, në rast të njoftimit të një përqendrimi, për marrje autorizimi nga Komisioni i Konkurrencës. Një përqendrim i përcaktuar në nenin 10 të ligjit nr. 9121 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (këtu e në vijim "Ligji"), nëse plotëson, në mënyrë kumulative, kushtin e kufirit të xhiros të përcaktuar në nenin 12, pika 1, shkronjat a) dhe b) të Ligjit, njoftohet në Autoritet, nga palët pjesëmarrëse në përqendrim.

2. Kush duhet të njoftojë?

Në rastet e përqendrimeve, në kuptim të nenit 10 të Ligjit, detyrimin për njoftim e kanë:

- Në rastin e bashkimit apo përftimit të kontrollit, blerësi apo përftuesi I kontrollit ose përfaqësuesi/t ligjorë me prokurë;
- Në rastin e krijimit të një ndërmarrje të përbashkët, pjesëmarrësit në krijimin e ndërmarrjes së përbashkët;
- Në rastin e publikimit të ofertës publike, ofertuesi ose përfaqësuesi/t ligjorë me prokurë.

Secila nga palët që bën njoftimin është përgjegjëse për saktësinë e informacionit të siguruar.

1. Kërkesa për një njoftim të saktë dhe të plotë

I gjithë informacioni i kërkuar në Formularin e Njoftimit bashkëlidhur këtij udhëzimi, (Forma e Plotë apo Forma e Thjeshtuar) duhet të jetë i saktë dhe I plotë. Informacioni i kërkuar duhet të jepet në Seksionin përkatës të Formularit.

Veçanërisht duhet të bëni kujdes që:

(a) zbatimi i afateve kohore të parashikuara në Ligji që kanë të bëjnë me njoftimin e përqendrimit dhe autorizimin nga ana e Komisionit.

(b) Në rast se një njoftim është jo i plotë, Autoriteti në përputhje me nenin 54, do të njoftojë me shkrim pa vonesë palët njoftuese apo përfaqësuesit e tyre duke përcaktuar edhe afatin kohor për plotësimin e tij. Procedura e shqyrtimit të njoftimit të përqendrimit fillon në datën në të cilën do jepet nga Sekretariati i Autoritetit të Konkurrencës, konfirmimi që njoftimi është i plotë sipas nenit 11 të rregullores "për zbatimin e procedurave të përqendrimit të ndërmarrjeve".

(c) Palët njoftuese gjatë kohës së përgatitjes së njoftimit duhet të verifikojnë që emrat e personave të kontaktit dhe numrat e tel/fax, adresa e-mail të vendosura në formular të jenë të sakta, funksionale dhe të përditësuara pasi mund të jetë shkak për deklarimin e njoftimit të paplotë.

(d) Sipas nenit 73 pika 1 (b) e ligjit informacioni jo plotë dhe mashtrues I dhënë me qëllim ose për arsye neglizhence, sjell si pasojë gjobitjen e palëve njoftuese deri në 1% te xhiros totale të vitit paraardhës. Në bazë të nenit 46 shkronja (c) e ligjit Komisioni mund të revokojë vendimin e tij në lidhje me një përqendrim të njoftuar, kur ai rezulton të jetë dhënë mbi bazë të informacioneve jo të sakta, për të cilat njëra prej ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim është përgjegjëse.

(e) Palët mund të kërkojnë nga Autoriteti një konfirmim me shkrim se njoftimi është i plotë, pavarësisht mos-sigurimit të ndonjë informacioni të kërkuar në Formular, kur ky informacion nuk është i disponueshëm plotësisht ose pjesërisht për shkaqe të arsyeshme dhe/ose ky informacion nuk është I nevojshëm në shqyrtimin e rastit konkret.

(f) Sekretariati, pas vlerësimit të argumenteve të palës(ve) njoftuese mund ti pranojë ato dhe mund të përjashtojë palët nga detyrimi për dhënien e ndonjë informacioni të veçantë të kërkuar

në Formular (Forma e Plotë apo e Forma e Thjeshtuar), përfshirë dokumente, atëherë kur mendon se një informacion i tillë nuk është i nevojshëm për shqyrtimin e çështjes.

2. Si bëhet njoftimi?

a) Njoftimi duhet të plotësohet në gjuhën shqipe.

b) Informacioni i kërkuar në këtë Formular duhet të parashtrohet në seksione dhe paragrafët përkatës të Formularit, duke nënshkruar një deklaratë sipas parashikimit në Seksionin 11. Formularit të njoftimit i bashkëngjitet edhe dokumentacioni shoqërues përkatës.

c) Për transparencë, dokumentacioni mbështetës i informacionit vendoset në anekset bashkëlidhur Formularit. Megjithatë, është e rëndësishme që pjesët kryesore të informacionit, veçanërisht informacioni për pjesët e tregut për palët dhe konkurrentët e tyre më të mëdhenj të paraqiten në Formularin e Njoftimit.

d) Dokumentet shoqëruese duhet të paraqiten në gjuhën shqipe. Nëse këto dokumente janë në gjuhë të huaj shoqërohet me një kopje të përkthyer dhe noterizuar në gjuhën shqipe.

e) Dokumentet shoqëruese duhet të jenë origjinale ose kopje të noterizuara.

f) Njoftimi paraqitet në adresën e mëposhtme:

Autoriteti i Konkurrencës

Rruga "Sami Frashri", Nr 4, Kati IV

Tiranë - Shqipëri.

g) Palët mund të marrin udhëzuesin dhe formularët (i thjeshtuar ose i plotë) në faqen zyrtare të internetit të Autoritetit të Konkurrencës www.caa.gov.al, në rubrikën Përqendrimet".

h) Njoftimi mund të dorëzohet në Autoritetin e Konkurrencës çdo ditë, Brenda orarit zyrtar i cili gjendet i publikuar në faqen zyrtare të internetit të Autoritetit të Konkurrencës.

i) Procedura e kontrollit të përqendrimeve bëhet kundrejt pagesës së parashikuar në rregulloren "Për përcaktimin e shpenzimeve për ndjekjen e procedurave pranë Autoritetit të Konkurrencës", në llogarinë bankare të institucionit:

I. Fillimi i Procedurës bëhet kundrejt pagesës me vlerë 15.000 lekë.

II. Autorizimi " Për realizimin e përkohshëm të përqendrimit" bëhet kundrejt pagesës me vlerë 300.000 lekë.

III. Autorizimi "Për realizimin e përqendrimit" jepet kundrejt pagesës me vlerë 500.000 lekë.

3. Konfidencialiteti

Në përputhje me legjislacionin në fuqi, Rregulloren "Mbi Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës", Kodin e Etikës, punonjësit e Autoritetit të Konkurrencës detyrohen të mos deklarojnë informacionin që ata e kanë përftuar gjatë kryerjes së detyrës së tyre profesionale dhe të ruajnë konfidencialitetin ndërmjet palëve njoftuese.

Nëse palët njoftuese mendojnë se interesat e tyre do të dëmtoheshin nëse një pjesë e informacionit që atyre u është kërkuar në Formularin e Njoftimit të paraqitur pranë Autoritetit të Konkurrencës, do të publikohej ose do t'u deklarohej palëve të tjera, ato duhet ta paraqesin këtë informacion të ndarë me secilën faqe qartësisht të shënuar "Sekrete të veprimtarisë ekonomike", duke dhënë edhe arsyet se pse ky informacion nuk duhet të deklarohet ose publikohet.

4. Përkufizimet për qëllimet e këtij Formulari

Pala ose palët njoftuese: në rastet kur një njoftim paraqitet vetëm nga një prej ndërmarrjeve që është palë në përqendrim, "palët njoftuese" përdoret për t'iu referuar vetëm ndërmarrjes që faktikisht paraqet njoftimin.

Pala(ët) në përqendrim ose palët: këto terma kanë të bëjnë me palët përftuese dhe të përftuara, ose me palët që bashkohen, duke përfshirë të gjitha ndërmarrjet në të cilat po përftohet një interes kontrolli ose që i nënshtrohet një oferte publike.

Përveç kur përcaktohet ndryshe, termat **palë(t) njoftuese dhe palë(t)** në përqendrim, përfshijnë të gjitha ndërmarrjet që u takojnë të njëjtave grupe si ato palë.

Vit: të gjitha referencat tek fjala "vit" në këtë Formular, duhet të kuptohet si vit kalendarik, nëse nuk përcaktohet ndryshe. I gjithë informacioni i kërkuar në këtë Formula**r**, nëse nuk përcaktohet ndryshe, duhet t'i takojë vitit që paraprin atë të njoftimit.

Të dhënat financiare të kërkuara në formularin e njoftimit të thjeshtë apo të plotë, duhet të jepen në Lek, me kursin zyrtar mesatar të këmbimit të vitit ose periudhave të tjera në fjalë publikuar nga Banka e Shqipërisë.

5. Kriteret që duhen përmbushur për përdorimin e Formularit të Thjeshtuar

Formulari i Thjeshtuar përcakton informacionin që duhet të jepet nga palët njoftuese kur njoftojnë një përqendrim pranë Autoritetit të Konkurrencës dhe kur ky përqendrim nuk shfaq probleme për konkurrencën në tregun përkatës.

Formulari i Thjeshtuar në bazë të nenit 9, pika 1 të Rregullores "Për zbatimin e procedurave të përqendrimit të ndërmarrjeve" plotësohet nga të gjitha palët njoftuese.

Sipas pikës 2 të nenit 9 të Rregullores, Sekretariati argumenton me shkrim nëse plotësohen kriteret e mëposhtme për formën e thjeshtuar, duke përjashtuar formularin e plotë:

a) Në rastin e transaksioneve që sjellin një përqendrim, veprimtaria ekonomike e ndërmarrjes së dalë pas përqendrimit realizohet në një treg produkti dhe gjeografik lokal, brenda territorit të Shqipërisë;

b) Palët pjesëmarrëse në përqendrim veprojnë në tregje të ndryshme përkatëse të produktit dhe atij gjeografik (nuk ka mbivendosje horizontale).

c) Kur palët në përqendrim janë përfshirë në veprimtari ekonomike në të njëjtin nivel tregu përkatës të produktit dhe atij gjeografik (marrëdhënie horizontale), me kusht që pjesa e tyre e kombinuar e tregut në nivel horizontal është më pak se 15% ose pjesa e kombinuar e tregut në nivel vertikal nuk është më shumë se 25%;

d) Një palë përfton kontroll të vetëm të një ndërmarrjeje mbi të cilën ajo ka pasur kontroll të përbashkët.

6. Njoftimi sipas Formularit të Plotë të Njoftimit

1. Autoriteti, kur gjen që kushtet për përdorimin e Formularit të Thjeshtuar nuk përmbushen, kërkon nga palët pjesëmarrëse në përqendrim, përdorimin e Formës së Plotë të Njoftimit.
2. Autoriteti, kur vlerëson se përqendrimi shkakton shqetësime për konkurrencën, pavarësisht se përmbushen kushtet për njoftimin në Formën e Thjeshtuar, vendos t'u kërkojë palëve njoftuese përdorimin e Formularit të Plotë të njoftimit.
3. Plotësimi i Formularit të Plotë të Njoftimit kërkohet edhe në rastin e një pale që përfton kontroll të vetëm të një ndërmarrjeje të përbashkët në të cilën ajo ka tashmë kontroll të përbashkët, nëse pala përftuese dhe ndërmarrja e përbashkët së bashku kanë një pozicion të fortë në treg, ose ndërmarrja e përbashkët dhe pala përftuese kanë pozicione të forta në tregjet e lidhura vertikalisht.

Shembuj të domosdoshmërisë të përdorimit të Formularit të Plotë të Njoftimit, janë ato raste të përqendrimeve, ku është e vështirë të përcaktohen tregjet përkatëse, për shembull:

- tregjet në zhvillim;
- kur një palë është një hyrës i ri ose potencial, ose një zotërues i
- rëndësishëm patente;
- kur nuk është e mundur të përcaktohen rregullisht pjesët e tregut të
- palëve;

- në tregjet me barriera të lartë hyrjeje,
- në tregje me një shkallë të lartë përqendrimi ose me probleme të njohura
- konkurrence;
- kur të paktën dy palë në përqendrim janë të pranishme në tregjet fqinjë
- ngushtësisht të lidhur; dhe
- në përqendrime që mundësojnë koordinimin e sjelljes së ndërmarrjeve të
- treg.

Aneksi I

FORMULARI I THJESHTUAR I NJOFTIMIT TË PËRQËNDRIMEVE

Seksioni 1
Përshkrimi i përqendrimit

1. Jepni një përmbledhje[93] të shkurtër të palëve pjesëmarrëse në përqendrim, formën e përqendrimit (bashkim, përftim kontrolli apo krjim i një ndërmarrjeje të përbashkët), fushat e veprimtarisë së palëve, tregjet në të cilat përqendrimi do të ketë ndikim (duke përfshirë tregjet e prekura), dhe arsyetimin strategjik dhe ekonomik të përqendrimit.

Seksioni 2
Informacioni për palët

2.1 Informacion për palën/palët njoftuese

Jepni të dhëna mbi:

2.1.1. Emrin dhe adresën e ndërmarrjes;

2.1.2 Llojin e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;

2.1.3 Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit;

2.1.4. Adresën postare të palëve njoftuese (ose të secilës prej palëve njoftuese) ku mund të dorëzohen dokumentet. Duhet të jepet emri, numri i telefonit dhe adresa e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit (në Shqipëri), që është i autorizuar të pranojë postën.

2.2. Informacioni mbi palët e tjera pjesëmarrëse në përqendrim

Për secilën palë në përqendrim (me përjashtim të palës ose palëve njoftuese) jepni të dhëna për:

2.2.1. Emrin dhe adresën e ndërmarrjes;

2.2.2. Llojin e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;

2.2.3 Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

2.2.4. Adresën postare të palëve njoftuese (ose të secilës prej palëve njoftuese) ku mund të dorëzohen dokumentet. Duhet të jepet emri, numri i telefonit dhe adresa e e-mail-it të personit në këtë adresë (mundësisht në Shqipëri), që është i autorizuar të pranojë postën.

2.3. Emërimi i përfaqësuesve

Në rastin kur njoftimet nënshkruhen nga përfaqësuesit e ndërmarrjeve, këta përfaqësues duhet të jenë të autorizuar me shkrim. Nëse është bërë një njoftim i përbashkët, të thuhet a është caktuar një përfaqësues i përbashkët.

Jepni të dhëna për secilin nga përfaqësuesit e autorizuar për të vepruar në emër të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, duke treguar se cilën ndërmarrje përfaqësojnë.

2.3.1. Emrin e përfaqësuesit

2.3.2. Adresën e përfaqësuesit

2.3.3. Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

2.3.4. Adresën e përfaqësuesit (në Shqipëri) ku mund të dërgohet korrespondenca dhe të dorëzohen dokumentet.

---

[93] Përmbledhja nuk duhet përmbajë informacione konfidenciale ose sekrete biznesi, në mënyrë që publikimi i saj nga Autoriteti i Konkurrencës, të mos i cënojë palët pjesëmarrëse në përqendrim.

Seksioni 3

Të dhëna të hollësishme për përqendrimin

3.1. Përshkruani formën e përqendrimit për të cilin bëhet njoftimi, veçanërisht sqaroni:

(a) nëse përqendrimi i propozuar është bashkim i plotë ose i pjesshëm, përftim kontrolli i drejtpërdrejtë ose i tërthortë, i një ose më shumë ndërmarrjeve ose të një pjese të këtyre të fundit, një ndërmarrje e përbashkët që kryen të gjitha funksionet e një njësie ekonomike të pavarur;

(b) nëse subjekt i përqendrimit janë ndërmarrjet në tërësi apo pjesë e tyre;

(c) një shpjegim i shkurtër për strukturën ekonomike dhe financiare të përqendrimit;

(ç) nëse ndonjë ofertë publike për letrat me vlerë të një pale nga një palë tjetër ka mbështetjen e bordeve mbikëqyrëse të mëparshme të menaxhimit ose të organeve të tjera që përfaqësojnë ligjërisht atë palë;

(d) data e propozuar apo e planifikuar të veprimeve kryesore që kanë për qëllim realizimin e përqendrimit;

(e) struktura e propozuar e pronësisë dhe kontrollit pas përfundimit të përqendrimit;

(g) mbështetje financiare ose të ndonjë forme tjetër që u sigurohet palëve nga çdo lloj burimi (duke përfshirë autoritetet publike), natyrën dhe masën e kësaj mbështetjeje; dhe

(h) Paraqisni një listë të sektorëve ekonomikë të përfshirë në përqendrim.

3.2. Deklaroni vlerën e transaksionit (çmimin e blerjes ose vlerën e të gjitha sendeve pasurore të përfshira, sipas rastit);

3.3 Për secilën nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim paraqisni të dhënat e mëposhtme për vitin e fundit financiar:

3.3.1 Xhiron në tregun ndërkombëtar;

3.3.2 Xhiron në tregun e brendshëm;

Të dhënat e mësipërme duhet të shoqërohen me një bilanc të audituar të vitit financiar paraardhës.

3.4 Përshkruani arsyet ekonomike të përqendrimit.

3.5 Përshkruani dhe argumentoni përfitimet që rezultojnë për konsumatorin në mënyrë direkte pas realizimit të përqendrimit, në mënyrë të veçantë:

- Rënien e çmimeve të produkteve dhe/ose shërbimeve;
- Rritjen e cilësisë së produkteve dhe/ose shërbimeve;
- Inovacionet teknologjike;
- Rritjen e mundësisë së zgjedhjeve të produkteve dhe/ose shërbimeve për konsumatorët.

Seksioni 4

Pronësia dhe kontrolli

4.1 Për secilën prej palët pjesëmarrëse në përqendrim paraqisni një listë të të gjitha ndërmarrjeve që i takojnë të njëjtit grup. Kjo listë duhet të përfshijë:

4.1.1. Të gjitha ndërmarrjet ose personat që kontrollojnë palët pjesëmarrëse në përqendrim, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë;

4.1.2. Të gjitha ndërmarrjet, aktive në tregjet e prekura (nëse ka), që kontrollohen në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë:

a) nga palët pjesëmarrëse në përqendrim;

b) nga ndonjë nga ndërmarrjet e përcaktuara në pikën 4.1.1 të këtij formulari.

4.2 Për kërkesat e përcaktuara në pikat a) dhe b) më sipër, duhet të specifikohet lloji dhe mënyrat e kontrollit.

4.3 Informacioni i kërkuar në këtë seksion mund të ilustrohet nga përdorimi i organigramave, grafikëve ose diagrameve për të treguar strukturën dhe kontrollin e ndërmarrjeve.

Seksioni 5
Dokumentacioni shoqërues

Palët njoftuese duhet të sigurojnë dokumentacionin e mëposhtëm:

5.1. Kopje të versioneve përfundimtare ose më të fundit të të gjithë dokumenteve rreth përqendrimit, të realizuar nëpërmjet një marrëveshjeje ndërmjet palëve në përqendrim, përftim të kontrollit apo nëpërmjet një oferte publike; dhe

5.2 Kopje të raporteve dhe llogarive vjetore më të fundit për të gjitha palët në përqendrim;

Seksioni 6
Përcaktimet e tregut[94]

Tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik përcaktojnë fushën brenda të cilit duhet të vlerësohet fuqia e tregut e njësisë së re që rezulton nga përqendrimi. Pala ose palët njoftuese duhet të japin të dhënat që kërkohen duke patur parasysh përcaktimet e mëposhtme:

6.1. Tregjet përkatës të produkteve:

Një treg përkatës i produktit përfshin të gjitha ato produkte (mallra dhe/ose shërbime), të cilat shihen si të shkëmbyeshëm ose të zëvendësueshëm nga konsumatori, për shkak të karakteristikave, çmimeve dhe qëllimit të përdorimit të tyre. Një treg përkatës produkti mund, në disa raste, të përbëhet nga një numër produktesh të veçanta, të cilat kanë karakteristika fizike ose teknike mjaft të ngjashme dhe janë të shkëmbyeshme ndërmjet tyre. Faktorët për vlerësimin e tregut përkatës të produktit përfshijnë analizat se pse produktet përshihen në këto tregje dhe përse të tjerat përjashtohen, duke përdorur përkufizimin e mësipërm dhe duke patur parasysh, për shembull, zëvendësueshmërinë, kushtet e konkurrencës, çmimet, elasticitetin e kryqëzuar të çmimit të kërkesës ose faktorë të tjerë, të nevojshëm për përkufizimin e tregjeve të produkteve.

6.2. Tregjet përkatës gjeografikë:

Tregu përkatës gjeografik përbëhet nga zona ku ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim përfshihen në ofertën dhe kërkesën e produkteve (mallra/shërbim) përkatëse, ku kushtet e konkurrencës janë mjaftueshmërisht homogjene dhe mund të dallohen nga zonat gjeografike fqinje, për shkak se kushtet e konkurrencës janë mjaft të ndryshme nga ato zona. Faktorët që merren parasysh për vlerësimin e tregut përkatës gjeografik përfshijnë: natyrën dhe karakteristikat e produkteve në fjalë, praninë e barrierave të hyrjes, preferencat e konsumatorit, ndryshime të ndjeshme në pjesët e tregut të ndërmarrjeve midis zonave gjeografike fqinje ose ndryshime të ndjeshme të çmimeve.

6.3. Tregje të prekura

Për qëllimet e informacionit të kërkuar në këtë Formular, tregjet e prekura përbëhen nga tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografikë, si dhe përkufizimet alternative të tregjeve përkatëse të mundshme të produkteve dhe gjeografike, mbi bazën e të cilëve:

(a) dy ose më shumë prej palëve në përqendrim janë angazhuar në veprimtari ekonomike në të njëjtit treg të produktit dhe ku përqendrimi do të çojë në një pjesë të kombinuar të tregut prej 15% ose më shumë. Këto janë marrëdhënie horizontale;

(b) një ose më shumë prej palëve në përqendrim janë përfshirë në veprimtari ekonomike në një treg produkti, që është në nivelin e sipërm apo të poshtëm të atij tregu produkti, ku është angazhuar edhe një palë tjetër në përqendrim, dhe ku çdo pjesë e tregut të tyre, individuale ose e kombinuar në çdo nivel është 25% ose më shumë, pavarësisht nëse ka ose jo marrëdhënie ekzistuese ofrues/blerës ndërmjet palëve në përqendrim. Këto janë marrëdhënie vertikale.

---

[94] Për më shumë informacion shih udhëzuesin "Për përcaktimin e tregut përkatës", miratuar me vendimin nr 76 të Komisionit të Konkurrencës, publikuar në www. caa.gov.al

Seksioni 7

Informacioni mbi tregjet

Për secilin treg të raportueshëm të përshkruar në Seksionin 6, për vitin paraprirës të operacionit, jepni sa më poshtë:(13)

7.1 Një vlerësim të madhësisë totale të tregut, në kuptimin e vlerës së shitjeve dhe volumit (njësi). Tregoni bazën dhe burimet për llogaritjet dhe paraqisni dokumente sipas rastit për të konfirmuar këtë llogaritje;

7.2 Shitjet në vlerë dhe volum, si dhe një vlerësim të pjesës së tregut për secilën nga palët në përqendrim; Tregoni nëse ka patur ndryshime të rëndësishme në shitje dhe pjesë të tregut në tre vitet e fundit financiare;

7.3 Një vlerësim të pjesës së tregut në vlerë (dhe ku mundet volumin) të tre konkurrentëve më të mëdhenj. Identifikoni burimet e përdorura për të llogaritur këto tregje dhe jepni dokumente sipas rastit për të konfirmuar llogaritjen; dhe

7.4 Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e email-it të personit të caktuar të kontaktit për konkurrentët e identifikuar sipas 7.3

Seksioni 8

Efektet bashkëvepruese të një ndërmarrje të përbashkët

8. Duke pasur parasysh Nenin 10, shkronja ç e Ligjit, lutemi përgjigjuni pyetjeve të mëposhtme:

(a) A kanë veprimtari në një masë të rëndësishme dy ose më shumë ndërmarrje mëmë në të njëjtin treg me ndërmarrjen e përbashkët ose në një treg në nivel të sipërm ose të poshtëm me atë të ndërmarrjes së përbashkët, ose në një treg fqinj të lidhur ngushtë me këtë treg?

Nëse përgjigja është “Po”, jeni të lutur të tregoni për secilin nga tregjet e përmendur këtu:

- xhiron e secilës shoqëri mëmë në vitin paraardhës financiar;
- rëndësinë ekonomike të veprimtarive të ndërmarrjes së përbashkët në lidhje me këtë xhiro;
- pjesën në treg të secilës ndërmarrje mëmë.

Nëse përgjigja është “Jo”, jeni të lutur të arsyetoni përgjigjen tuaj.

(b) Nëse përgjigja në shkronjën (a) është pohuse dhe sipas mendimit tuaj, krijimi i i ndërmarrjes së përbashkët nuk sjell bashkërendim të veprimtarive ndërmjet ndërmarrjeve të pavarura, që të kufizojë konkurrencën në kuptimin e Nenit 4 të Ligjit, jepni arsyet tuaja.

(c) Pavarësisht nga përgjigjet në shkronjat (a) dhe (b) dhe me qëllim që të sigurohet kryerja e një vlerësimi të plotë të çështjes nga Autoriteti, jeni të lutur të shpjegoni si zbatohen kriteret e neneve 5, 6, dhe 7 të Ligjit. Në përputhje me neni 5, pika 2 këto kritere nuk do të gjejnë zbatim nëse transaksioni i kryer:

(i) kontribuon në përmirësimin e prodhimit ose shpërndarjen e mallrave, ose në nxitjen e përparimit teknik dhe ekonomik;

(ii) u lejon konsumatorëve dhe përdorueseve një pjesëmarrje të drejtë në në rezultatet e përfitimit;

(iii) nuk vendos mbi ndërmarrjet përkatëse kufizime që nuk janë të domosdoshme për arritjen e këtyre objektivave; dhe

(iv) nuk u ofron këtyre ndërmarrjeve mundësinë e eliminimit të konkurrencës në lidhje me një pjesë të ndjeshme të produkteve në fjalë.

Seksioni 9

Deklarimi

Njoftimi duhet të përfundojë me deklarimin e mëposhtëm që duhet të nënshkruhet nga ose në emër të të gjitha palëve njoftuese:

Pala ose palët njoftuese deklarojnë që, sipas njohurive dhe besimit të tyre të plotë, informacioni i dhënë në këtë njoftim është i vërtetë, i saktë dhe i plotë; se janë dhënë kopje të vërteta dhe të plota të dokumenteve të kërkuara nga Formulari. Të gjitha vlerësimet e dhëna identifikohen si të vërteta dhe janë vlerësimet e tyre më të mira të mbështetura mbi faktet dhe se të gjitha mendimet e shprehura janë të sinqerta.

Vendi dhe data:

Emër Mbiemër:

Nënshkrimi:

Ose

Në emër të:

Përfaqësuesi ligjor:

Nënshkrimi

Referenca dhe shpjegime:

1. Ligji Nr. 9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës.
2. Rregullorja “Për zbatimin e procedurave të kontrollit të përqendrimit të ndërmarrjeve”
3. Udhëzimi “Për formën e njoftimit të përqendrimeve”
4. Udhëzuesi “Për përcaktimin e tregut përkatës”, miratuar me vendimin nr 76 të Komisionit të Konkurrencës;
5. Rregullorja “Për caktimin e shpenzimeve për ndjekjen e procedurave pranë Autoritetit të Konkurrencës”
6. Termi “përqendrim” është përkufizuar në Nenin 10 dhe 12 të Ligji Nr.9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës.
7. Për llogaritjen e xhiros, shih nenet 15, 16, 17 të Ligjit Nr.9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”. Dispozita të veçanta ndodhen në nenin 17 të Ligjit për institucionet e kreditit, institucionet të tjera financiare, ndërmarrjet e sigurimit.

ANEKSI II

FORMULARI I PLOTË I NJOFTIMIT TË PËRQËNDRIMEVE

Seksioni 1
Përshkrimi i përqendrimit

1. Jepni një përmbledhje[95] të shkurtër të palëve pjesëmarrëse në përqendrim, formën e përqendrimit (bashkim, përftim kontrolli apo krijim i një ndërmarrjeje të përbashkët), fushat e veprimtarisë së palëve, tregjet në të cilat përqendrimi do të ketë ndikim (duke përfshirë tregjet e prekura), dhe arsyetimin strategjik dhe ekonomik të përqendrimit.

Seksioni 2
Informacioni për palët

2.1. Informacion për palën/palët njoftuese

Jepni të dhëna mbi:

2.1.1. Emrin dhe adresën e ndërmarrjes;

2.1.2 Llojin e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;

2.1.3 Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

2.1.4. Adresën postare të palëve njoftuese (ose të secilës prej palëve njoftuese) ku mund të dorëzohen dokumentet. Duhet të jepet emri, numri i telefonit dhe adresa e e-mail-it të personit në këtë adresë (në Shqipëri), që është i autorizuar të pranojë postën.

2.2. Informacioni mbi palët e tjera pjesëmarrëse në përqendrim

Për secilën palë në përqendrim (me përjashtim të palës ose palëve njoftuese) jepni të dhëna për:

2.2.1. Emrin dhe adresën e ndërmarrjes;

2.2.2. Llojin e veprimtarisë ekonomike të ndërmarrjes;

2.2.3 Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

2.2.4. Adresën postare të palëve njoftuese (ose të secilës prej palëve njoftuese) ku mund të dorëzohen dokumentet. Duhet të jepet emri, numri i telefonit dhe adresa e e-mail-it të personit në këtë adresë (në Shqipëri), që është i autorizuar të pranojë postën.

2.3. Caktimi i përfaqësuesve

Në rastin kur njoftimet nënshkruhen nga përfaqësuesit e ndërmarrjeve, këta përfaqësues duhet të jenë të autorizuar me shkrim.

Nëse është bërë një njoftim i përbashkët, të cilësohet nëse është caktuar një përfaqësues i përbashkët.

Jepni të dhëna për secilin nga përfaqësuesit e autorizuar për të vepruar në emër të ndërmarrjeve pjesëmarrëse, duke treguar se cilën ndërmarrje përfaqësojnë.

2.3.1. Emrin e përfaqësuesit

2.3.2. Adresën e përfaqësuesit

2.3.3. Emrin, adresën, numrin e telefonit/ faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të kontaktit;

2.3.4. Adresën e përfaqësuesit (mundësisht në Shqipëri) ku mund të dërgohet korrespondenca dhe të dorëzohen dokumentet.

---

95 Përmbledhja nuk duhet përmbajë informacione konfidenciale ose sekrete biznesi, në mënyrë që publikimi i saj nga Autoriteti i Konkurrencës, të mos i cenojë palët pjesëmarrëse në përqendrim.

Seksioni 3

Të dhëna të hollësishme për përqendrimin

3.1. Përshkruani formën e përqendrimit për të cilin bëhet njoftimi, veçanërisht sqaroni:

(a) Nëse përqendrimi i propozuar është bashkim i plotë ose i pjesshëm, përftim kontrolli i drejtpërdrejtë ose i tërthortë, i një ose më shumë ndërmarrjeve ose të një pjese të këtyre të fundit, një ndërmarrje e përbashkët që kryen të gjitha funksionet e një njësie ekonomike të pavarur;

(b) Nëse subjekt i përqendrimit janë ndërmarrjet në tërësi apo pjesë e tyre;

(c) Një shpjegim i shkurtër për strukturën ekonomike dhe financiare të përqendrimit;

(ç) Nëse ndonjë ofertë publike për letrat me vlerë të një pale nga një palë tjetër ka mbështetjen e bordeve mbikëqyrëse të mëparshme të menaxhimit ose të organeve të tjera që përfaqësojnë ligjërisht atë palë;

(d) Data e propozuar apo të planifikuar të veprimeve kryesore që kanë për qëllim realizimin e përqendrimit;

(e) Struktura e propozuar e pronësisë dhe kontrollit pas përfundimit të përqendrimit;

(g) Mbështetje financiare ose të ndonjë forme tjetër që u sigurohet palëve nga çdo lloj burimi (duke përfshirë autoritetet publike), natyrën dhe masën e kësaj mbështetjeje; dhe

(h) Paraqisni një listë të sektorëve ekonomikë të përfshirë në përqendrim.

3.2. Deklaroni vlerën e transaksionit (çmimin e blerjes ose vlerën e të gjitha sendeve pasurore të përfshira, sipas rastit);

3.3 Për secilën nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim paraqisni të dhënat e mëposhtme për vitin e fundit financiar:

3.3.1 Xhiron në tregun ndërkombëtar;

3.3.2 Xhiron në tregun e brendshëm;

Të dhënat e mësipërme duhet të shoqërohen me një bilanc të audituar të vitit financiar paraardhës.

3.4 Përshkruani arsyet ekonomike të përqendrimit.

3.5 Përshkruani dhe argumentoni përfitimet që rezultojnë për konsumatorin në mënyrë direkt pas realizimit të përqendrimit, në mënyrë të veçantë:

- Rënien e çmimeve të produkteve dhe/ose shërbimeve;
- Rritjen e cilësisë së produkteve dhe/ose shërbimeve;
- Inovacionet teknologjike;
- Rritjen e mundësisë së zgjedhjeve të produkteve dhe/ose shërbimeve për konsumatorët.

Seksioni 4

Pronësia dhe kontrolli

4.1. Për secilën prej palët pjesëmarrëse në përqendrim paraqisni një listë të të gjitha ndërmarrjeve që i takojnë të njëjtit grup.

Kjo listë duhet të përfshijë:

4.1.1. Të gjitha ndërmarrjet ose personat që kontrollojnë palët pjesëmarrëse në përqendrim, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë;

4.1.2. Të gjitha ndërmarrjet, aktive në tregjet e prekura (nëse ka), që kontrollohen në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë:

a) nga palët pjesëmarrëse në përqendrim;

b) nga ndonjë nga ndërmarrjet e përcaktuara në pikën 4.1.1 të këtij formulari.

Për kërkesat e përcaktuara në pikat a) dhe b) më sipër, duhet të specifikohet lloji dhe mënyrat e kontrollit. Informacioni i kërkuar në këtë seksion mund të ilustrohet nga përdorimi i organigramave, grafikëve ose diagramave për të treguar strukturën dhe kontrollin e ndërmarrjeve.

4.2. Në lidhje me palët në përqendrim dhe çdo ndërmarrje ose person të identifikuar në përgjigje të Seksionit 4.1, jepni:

4.2.1. Një listë të të gjitha ndërmarrjeve të tjera që janë aktive në tregjet e prekura (tregjet e prekura janë përcaktuar në Seksionin 6) në të cilët ndërmarrjet ose personat e grupit kanë individualisht ose bashkërisht 10% ose më shumë të të drejtave të votës, kapitalit aksionar të dhënë ose letra të tjera me vlerë; **në secilin rast, identifikoni zotëruesin dhe deklaroni përqindjen e zotëruar**;

4.2.2. Një listë për secilën ndërmarrje, të anëtarëve të bordeve drejtuese ose mbikëqyrëse, të cilët janë gjithashtu edhe anëtarë të bordeve drejtuese ose mbikëqyrëse të një ndërmarrjeje tjetër që është aktive në tregjet e prekur; në secilin rast, identifikoni emrin e ndërmarrjes tjetër dhe pozicionet e mbajtura nga anëtarët në këto organe.

4.2.3. Jepni hollësi mbi blerjet e bëra gjatë tre viteve të fundit nga grupet e identifikuara në Seksioni 4.1, të ndërmarrjeve aktive në tregjet e prekura sipas përcaktimit në Seksionin 6.

4.3 Informacioni i dhënë këtu duhet të ilustrohet me organigrama ose diagrama për të mundësuar një kuptim më të mirë.

Seksioni 5
Dokumentacioni shoqërues

Palët njoftuese duhet të sigurojnë dokumentacionin e mëposhtëm:

5.1. Kopje të versioneve përfundimtare ose më të fundit të të gjithë dokumenteve rreth përqendrimit, të realizuar nëpërmjet një marrëveshjeje ndërmjet palëve në përqendrim, përftim të kontrollit apo nëpërmjet një oferte publike;

5.2. Në rastin e një oferte publike, një kopje të dokumentet të ofertës; nëse është e padisponueshme në kohën e njoftimit, ai duhet të dërgohet sa më shpejt që të jetë i mundur dhe jo më vonë se sa kur u është dërguar aksionerëve;

5.3. Kopje të raporteve dhe llogarive vjetore më të fundit për të gjitha palët në përqendrim; dhe

5.4. Kopje të të gjitha analizave, raporteve, studimeve, vëzhgimeve dhe çdo dokument i krahasueshëm me to, të hartuara nga ose për një anëtar(ë) të bordit të drejtorëve, bordit mbikëqyrës, person(a) të tjerë që ushtrojnë funksione të ngjashme të cilat u janë deleguar ose caktuar, ose mbledhjes së aksionerëve, me qëllim vlerësimin dhe analizimin e përqendrimit. Ky dokumentacion përfshin vlerësime në lidhje me pjesët e tregut, kushtet konkurrencës efektive, konkurrentët (faktikë ose potencialë), arsyet e përqendrimit, mundësinë për rritjen e shitjeve ose zgjerimin në produkte të tjera, zgjerimin në tregje të tjerë gjeografikë, dhe/ose kushte të përgjithshme të tregut .

5.5. Për secilin prej këtyre dokumenteve, tregoni (nëse nuk është në vetë dokumentin) datën e përgatitjes, emrin dhe pozicionin e secilit individ, që që ka përgatitur secilin prej këtyre dokumenteve.

Seksioni 6
Përcaktimi e tregut[96]

Tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik përcaktojnë fushën brenda të cilit duhet të vlerësohet fuqia e tregut e njësisë së re që rezulton nga përqendrimi. Pala ose palët njoftuese duhet të japin të dhënat që kërkohen duke pasur parasysh përcaktimet e mëposhtme:

6.1. Tregjet përkatës të produkteve:

Një treg përkatës i produktit përfshin të gjitha ato produkte (mallra dhe/ose shërbime*)*, të cilat shihen si të shkëmbyeshëm ose të zëvendësueshëm nga konsumatori, për shkak të karakteristikave, çmimeve dhe qëllimit të përdorimit të tyre. Një treg përkatës produkti mund,

[96] Për më shumë informacion shih udhëzuesin "Për përcaktimin e tregut përkatës", miratuar me vendimin nr 76 të Komisionit të Konkurrencës, publikuar në www. caa.gov.al

në disa raste, të përbëhet nga një numër produktesh të veçanta, të cilat kanë karakteristika fizike ose teknike mjaft të ngjashme dhe janë të shkëmbyeshme ndërmjet tyre. Faktorët për vlerësimin e tregut përkatës të produktit përfshijnë analizat se pse produktet përshihen në këto tregje dhe përse të tjerat përjashtohen, duke përdorur përkufizimin e mësipërm dhe duke patur parasysh, për shembull, zëvendësueshmërinë, kushtet e konkurrencës, çmimet, elasticitetin e kryqëzuar të çmimit të kërkesës ose faktorë të tjerë, të nevojshëm për përkufizimin e tregjeve të produkteve.

6.2. Tregjet përkatës gjeografikë:

Tregu përkatës gjeografik përbëhet nga zona ku ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim përfshihen në ofertën dhe kërkesën e produkteve (mallra/shërbim) përkatëse, ku kushtet e konkurrencës janë mjaftueshmërisht homogjene dhe mund të dallohen nga zonat gjeografike fqinje, për shkak se kushtet e konkurrencës janë mjaft të ndryshme nga ato zona. Faktorët që merren parasysh për vlerësimin e tregut përkatës gjeografik përfshijnë: natyrën dhe karakteristikat e produkteve në fjalë, praninë e barrierave të hyrjes, preferencat e konsumatorit, ndryshime të ndjeshme në pjesët e tregut të ndërmarrjeve midis zonave gjeografike fqinje ose ndryshime të ndjeshme të çmimeve.

6.3. Tregjet e prekura

Për qëllimet e informacionit të kërkuar në këtë Formular, tregjet e prekura përbëhen nga tregjet përkatëse të produktit në territorin e Shqipërisë, ku:

(a) dy ose më shumë prej palëve në përqendrim janë angazhuar në veprimtari ekonomike në të njëjtit treg të produktit dhe ku përqendrimi do të çojë në një pjesë të kombinuar të tregut prej 15% ose më shumë. Këto janë marrëdhënie horizontale;

(b) një ose më shumë prej palëve në përqendrim janë përfshirë në veprimtari ekonomike në një treg produkti, që është në nivelin e sipërm apo të poshtëm të atij tregu produkti, ku është angazhuar edhe një palë tjetër në përqendrim, dhe ku çdo pjesë e tregut të tyre, individuale ose e kombinuar në çdo nivel është 25% ose më shumë, pavarësisht nëse ka ose jo marrëdhënie ekzistuese ofrues/blerës ndërmjet palëve në përqendrim. Këto janë marrëdhënie vertikale.

6.4. Tregjet e lidhura me tregjet e prekura sipas kuptimit të paragrafit 6.3

Mbi bazën e përkufizimeve të mësipërme, përshkruani tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik të prekura nga transaksioni i njoftuar, të cilat lidhen ngushtë me tregjet e prekura (në tregjet e nivelit të sipërm, të poshtëm dhe tregjet fqinje horizontale), në të cilët transaksioni i njoftuar mund të ketë një ndikim të rëndësishëm, për shembull, ku:

(a) një prej palëve në përqendrim ka një pjesë tregu më të madhe se 15% dhe secila nga palët e tjera në përqendrim është një konkurrent potencial në atë treg.

Një palë mund të konsiderohet si konkurrent potencial, veçanërisht, nëse ai ka plane për të hyrë në një treg ose ka zhvilluar apo ndjekur këto plane në dy vjetët e fundit; (Sipas seksionit III, shkronja a))

(b) një prej palëve në përqendrim ka një pjesë tregu më të madhe se 25% dhe secila nga palët e tjera në përqendrim ka të drejta të rëndësishme të pronësisë intelektuale për atë treg; (Sipas seksionit III, shkronja b))

(c) një prej palëve në përqendrim është e pranishme në një treg produkti që është një treg fqinj i lidhur ngushtë me tregun e produktit, në të cilin është e angazhuar një palë tjetër në përqendrim dhe pjesët individuale ose të kombinuara të tregut të palëve në një nga këto tregje është 25% e më shumë. Tregjet e produktit janë tregje fqinje të lidhur ngushtë kur produktet janë plotësues të njëri-tjetrit ose nëse ata i takojnë një game produktesh që përgjithësisht blihet nga e njëjta kategori klientësh për të njëjtin përdorim përfundimtar;

6.5. Tregjet e paprekura

Në rastin kur nuk ka tregje të prekura sipas kuptimit të seksionit 6, paragrafi III, përshkruani në çfarë produktesh dhe në çfarë hapësire gjeografike të tregjeve do të kishte efekt përqendrimi i njoftuar.

Seksioni 7

Informacioni mbi tregjet e prekura

Për secilin nga tregjet përkatëse të prekura të produktit, për secilin nga tre vitet e fundit financiarë:

a) për territorin e Shqipërisë dhe

b) sipas gjykimit të palëve njoftuese, kur tregu përkatës gjeografik është i ndryshëm;

paraqisni sa më poshtë:

7.1. Një vlerësim të madhësisë totale të tregut, në kuptimin e vlerës së shitjeve dhe volumit (njësi). Tregoni bazën dhe burimet për llogaritjet dhe paraqisni dokumente sipas rastit për të konfirmuar këtë llogaritje;

7.2. Shitjet në vlerë dhe volum, si dhe një vlerësim të pjesës së tregut për secilën nga palët në përqendrim;

7.3. Një vlerësim të pjesës së tregut në vlerë (dhe ku mundet volumin) e të gjithë konkurruesve (duke përfshirë importuesit) që kanë të paktën 5% të tregut gjeografik. Identifikoni burimet e përdorura për të llogaritur këto tregje dhe jepni dokumente sipas rastit për të konfirmuar llogaritjen;

7.4. Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e email-it të personit të caktuar të kontaktit për konkurrentët e identifikuar sipas 7.3;

7.5. Një vlerësim të vlerës dhe volumit të përgjithshëm dhe burimit të importeve nga jashtë territorit të Shqipërisë dhe identifikoni:

(a) raportin e këtyre importeve që dalin nga grupet të cilëve u takojnë palët në përqendrim;

(b) Një vlerësim të masës që çdo kuotë, pengesa tarifore ose jo tarifore të tregtisë që ndikojnë mbi këto importe; dhe

(c) një vlerësim për masën në të cilën transporti dhe shpenzimet e tjera që ndikojnë mbi këto importe;

7.6. Masën e ndikimit që ushtrojnë mbi tregtinë ndërmjet Shqipërisë dhe shteteve të tjera:

(a) transportimi dhe shpenzimet e tjera; dhe

(b) barrierat e tjera jo tarifore për tregtinë;

7.7. Mënyrën në të cilën palët në përqendrim prodhojnë, caktojnë çmimin dhe shesin produktet dhe/ose shërbimet; për shembull, nëse ato prodhojnë në vend apo shesin nëpërmjet lehtësirave lokale të shpërndarjes;

7.8. Natyrën dhe masën e integrimit vertikal për secilën nga palët e përqendrimit krahasuar me konkurruesit e tyre më të mëdhenj;

Seksioni 8

Kushtet e përgjithshme në tregjet e prekura

8.1. Identifikoni pesë ofruesit më të mëdhenj të palëve në përqendrim dhe pjesët e tyre individuale të blerjeve nga secili prej këtyre ofruesave (të lëndëve të para ose mallrave që përdoren për qëllimet e prodhimit të produkteve përkatëse). Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit; dhe në rastet kur nuk ka person të tillë, të drejtorit ekzekutiv) për secilin nga këta ofrues.

Struktura e furnizimit në tregjet e prekura

8.2. Shpjegoni kanalet e shpërndarjes dhe rrjetet e shërbimit që ekzistojnë në tregjet e prekura. Për ta bërë këtë, merrni parasysh, atje ku është e mundur, sa më poshtë:

(a) sistemet e shpërndarjes mbizotëruese në treg dhe rëndësinë e tyre. Në cilën masë është realizuar shpërndarja nga palët e treta dhe/ose ndërmarrjet që i takojnë të njëjtit grup si dhe palët e identifikuara në Seksionin 4;

(b) Rrjetet e shërbimit (për shembull, mirëmbajtjen dhe riparimin) që mbizotërojnë dhe rëndësinë e tyre në këto tregje. Në cilën masë kryhen këto shërbime nga palët e

treta dhe/ose ndërmarrjet që i takojnë të njëjtit grup si dhe palët e identifikuara në Seksionin 4?

8.3. Jepni një vlerësim të kapacitetit të prodhimit ose ofrimit të shërbimit në tregun kombëtar dhe/ose në tregun gjeografik përkatës, nëse ky është i ndryshëm për të tre vitet e fundit. Gjatë kësaj periudhe, ç'pjesë e këtij kapaciteti i përket secilës prej palëve në përqendrim dhe cilat janë normat e tyre përkatëse të shfrytëzimit të kapacitetit. Sipas rastit, identifikoni vendndodhjen dhe kapacitetin e ambienteve prodhuese të secilës prej palëve në përqendrim në tregjet e prekura.

8.4. Përcaktoni nëse një prej palëve në përqendrim, ose një prej konkurrentëve, kanë produkte që mund të futen në treg në të ardhmen e afërt, ose plane për të zgjeruar (ose kontraktuar) prodhimin ose kapacitetin e shitjeve. Nëse po, jepni një vlerësim të shitjeve të planifikuara dhe pjesëve të tregut të palëve në përqendrim gjatë tre deri në pesë vitet e ardhshme.

8.5. Nëse ju mendoni se është i rëndësishëm ndonjë faktor tjetër nga ana e ofertës, ai/ato duhet të specifikohen.

Struktura e kërkesës në tregjet e prekura

8.6. Identifikoni pesë konsumatorët e pavarur më të mëdhenj të palëve, në secilin treg të prekur dhe pjesën e tyre individuale të shitjeve të totale për këto produkte, që i takojnë secilit prej këtyre konsumatorëve. Siguroni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dh adresën e e-mail-it të personit të kontaktit, për secilin prej këtyre konsumatorëve.

8.7. Shpjegoni strukturën e kërkesës për sa i përket:

(a) fazave të tregjeve në kuptimin e, për shembull, fillimit, zgjerimit, pjekurisë dhe rënies, dhe parashikimit të normës së rritjes së kërkesës;

(b) rëndësisë së preferencave të konsumatorëve, për shembull, në kuptimin e besnikërisë ndaj markës, sigurimi i shërbimeve para dhe pas shitjes, sigurimi i një game të gjerë produktesh, ose efektet e rrjetit;

(c) rolit dhe diferencimit të produktit në kuptimin e atributeve ose cilësisë dhe të masës në të cilën produktet e palëve në përqendrim janë zëvendësuese të afërta;

(d) rolit të shpenzimeve të kalimit (në kuptimin e kohës dhe shpenzimit) për konsumatorët nëse kalojnë nga një furnitor tek tjetri;

(e) shkallës së përqendrimit ose shpërndarjes së konsumatorëve;

(f) segmentimit të konsumatorëve në grupe të ndryshme me një përshkrim të "konsumator tipik" për secilin grup;

(g) rëndësisë së kontratave ekskluzive të shpërndarjes dhe tipave të tjerë të kontratave afat-gjata; dhe

(h) shkallën në të cilën autoritetet publike, institucionet e administratës qendrore dhe vendore, ndërmarrjet shtetërore ose organizma të ngjashëm, janë pjesëmarrës të rëndësishëm, si burim kërkese.

Hyrja në treg

8.8. Gjatë pesë vjetëve të fundit, ka pasur ndonjë hyrje të rëndësishme në ndonjë nga tregjet e prekura? Nëse përgjigja është "Po", identifikoni këto hyrje dhe jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e e-mail-it të personit të caktuar të kontaktit, si dhe një vlerësim të pjesës faktike të tregut për secilën nga këto hyrje. Nëse një nga palët në përqendrim ka hyrë në një treg të prekur në pesë vitet e fundit, jepni një analizë të pengesave të hasura në hyrje.

8.9. Sipas gjykimit të palëve njoftuese, a ka ndërmarrje (duke përfshirë ato që aktualisht veprojnë vetëm në tregjet jashtë territorit të Shqipërisë) që mund të hyjnë në treg? Nëse përgjigja është "Po", identifikoni këtë/këta hyrës me emër, adresë, numër telefoni, numër faksi dhe personin e caktuar të kontaktit. Shpjegoni pse kjo hyrje është e mundshme dhe jepni një vlerësim të kohës brenda së cilës kjo hyrje mund të ndodhë.

8.10 Përshkruani faktorët e ndryshëm që ndikojnë në tregjet e prekura, që lidhen me çështjen në fjalë, duke bërë një vlerësim të hyrjes si nga pikëpamja gjeografike, ashtu edhe nga ajo e produktit. Duke bërë këtë, merrni parasysh, aty ku është e mundur, faktorët e mëposhtëm:

(a) kostot totale të hyrjes (Kërkimi dhe Zhvillimi, krijimi i sistemeve shpërndarëse, promovimit, reklamës, shërbimet etj) në një shkallë të barasvlefshëme me një konkurrues të rëndësishëm, që është i suksesshëm, duke treguar pjesën e tregut të një konkurrenti të tillë;

(b) çdo pengesë ligjore ose rregullator për hyrjen, si autorizimi qeveritar ose caktimi i një standardi në një formë të caktuar, si dhe pengesat që rrjedhin nga procedurat e certifikimit të produktit, ose nevojës për të patur një regjistër të verifikueshëm;

(c) çdo kufizim të krijuar nga ekzistenca e patentave, know-how dhe të drejtave të tjera të pronësisë intelektuale në këto tregje, si dhe çdo kufizim të krijuar nga licencimi i këtyre të drejtave;

(d) masën në të cilën secila prej palëve në përqendrim është zotërues, i licencuar ose licencues i patentave, know-how dhe të drejtave të tjera në tregjet në fjalë;

(e) rëndësinë e ekonomive të shkallës për prodhimin ose shpërndarjen e produkteve në tregjet e prekura; dhe

(f) të drejtën e hyrjes tek burimet e furnizimit, si disponueshmëria e lëndëve të para dhe infrastrukturës së nevojshme.

Kërkimi dhe zhvillimi

8.11. Jepni një përshkrim të rëndësisë së kërkimit dhe zhvillimit në aftësinë e një firme që vepron në tregut(gjet) për të konkurruar për një periudhë afatgjatë. Shpjegoni natyrën e kërkimit dhe zhvillimit dhe tregjet e prekura të kryera nga palët në përqendrim.

Për ta bërë këtë, merrni parasysh, sipas rastit, sa më poshtë:

(a) prirjen dhe intensitetin e kërkimit dhe zhvillimit në këto tregje dhe për palët në përqendrim;

(b) drejtimin e zhvillimit teknologjik për këto tregje për një periudhe kohe të përshtatshme (duke përshirë zhvillimet në produkte dhe/ose shërbime, proceset e prodhimit, sistemet e shpërndarjes, etj);

(c) novacionet kryesore që janë bërë në këto tregje dhe ndërmarrjet përgjegjëse për këto novacione; dhe

(d) ciklin e novacionit në këto tregje dhe ku janë palët në këtë cikël novacioni.

Marrëveshjet e Bashkëpunimit

8.12. Deri në cilën masë marrëveshjet e bashkëpunimit (horizontale, vertikale) janë të pranishme në tregjet e prekura?

8.13. Jepni hollësi për marrëveshjet më të rëndësishme të bashkëpunimit, ku janë angazhuar palët në përqendrim në tregjet e prekura, të tilla si, marrëveshjet e kërkim dhe zhvillimit, licencimit, prodhimit të përbashkët, specializimit, shpërndarjes, furnizimit afatgjatë dhe të marrëveshjeve për shkëmbim të informacionit.

Shoqatat tregtare

8.14. Në lidhje më shoqatat tregtare (ose grupimeve të ndërmarrjeve) në tregjet e prekura:

(a) identifikoni ato në të cilat palët në përqendrim janë anëtare; dhe

(b) identifikoni shoqatat tregtare më të rëndësishme, të cilave u takojnë konsumatorët dhe furnitorët e palëve në përqendrim.

Jepni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe adresën e email- it dhe personin e caktuar të kontaktit për të gjitha shoqatat tregtare të renditura më sipër.

Seksioni 9
Informacion i përgjithshëm i tregut

9.1. Përshkruani se si përqendrimi i propozuar mund të prekë interesat e konsumatorëve të ndërmjetëm dhe fundorë dhe zhvillimin e përparimit teknik dhe ekonomik.

9.3. Nëse ju doni që Autoriteti i Konkurrencës të shqyrtojë veçanërisht nëse shtimi i eficiencës që përftohet nga përqendrimi mund të forcojë aftësinë dhe nxitjet e njësisë pas përqendrimit, për të vepruar pozitivisht ndaj konkurrencës në interes të konsumatorëve, jeni të lutur të paraqisni një përshkrim dhe dokumentet shoqërues të eficiencës (duke përfshirë kostot fikse të shpenzimeve, prezantimet e produkteve të reja dhe përmirësimin e produktit/ shërbimit) që palët parashikojnë që do të rezultojë nga përqendrimi i propozuar në lidhje me çdo produkt përkatës. Për çdo eficiencë të pretenduar paraqisni:

(i) një përshkrim të detajuar se si përqendrimi i propozuar do të lejojë subjektin e ri të arrijë efikasitetin. Përcaktoni hapat që palët parashikojnë të marrin për të arritur eficiencën, rreziqet përkatëse dhe arritjen e eficiencës dhe kohën dhe shpenzimet e duhura për të arritur atë;

(ii) Nëse është e mundur, shkallën e eficiencës dhe një shpjegim të detajuar si është llogaritur kjo shkallë. Nëse është e rëndësishme, paraqisni gjithashtu një vlerësim të rëndësisë së eficiencës në lidhje me hedhjen në treg të produkteve të reja ose përmirësimet cilësore. Për efikasitetin që ka të bëjë me koston e shpenzimeve, tregoni veçmas kostot e shpenzimeve fikse, kostot e shpenzimeve të vazhdueshme dhe kostot e shpenzimeve të ndryshueshme (në lek për njësi dhe në Lek në vit);

(iii) masën në të cilën konsumatorët mund të përfitojnë nga efikasiteti dhe një shpjegim të detajuar se si është arritur ky konkluzion; dhe

(iv) arsyen pse pala ose palët nuk mund të arrijnë eficiencën në një shkallë të njëjtë nëpërmjet një mënyre tjetër, përveç përqendrimit të propozuar në mënyrë që nuk mund të shkaktojë shqetësime konkurrence.

Seksioni 10
Efektet bashkëvepruese të një ndërmarrje të përbashkët

10.1 Duke pasur parasysh Nenin 10, shkronja ç e Ligjit, lutemi përgjigjuni pyetjeve të mëposhtme:

(a) A kanë veprimtari në një masë të rëndësishme dy ose më shumë ndërmarrje mëmë në të njëjtin treg me ndërmarrjen e përbashkët ose në një treg në nivel të sipërm ose të poshtëm me atë të ndërmarrjes së përbashkët, ose në një treg fqinj të lidhur ngushtë me këtë treg?

Nëse përgjigja është “Po”, jeni të lutur të tregoni për secilin nga tregjet e përmendur këtu:

- xhiron e secilës shoqëri mëmë në vitin paraardhës financiar;
- rëndësinë ekonomike të veprimtarive të ndërmarrjes së përbashkët në lidhje me këtë xhiro;
- pjesën në treg të secilës ndërmarrje mëmë.

Nëse përgjigja është negative, jeni të lutur të arsyetoni përgjigjen tuaj.

(b) Nëse përgjigja në shkronjën (a) është pohuse dhe sipas mendimit tuaj, krijimi i i ndërmarrjes së përbashkët nuk sjell bashkërendim të veprimtarive ndërmjet ndërmarrjeve të pavarura, që të kufizojë konkurrencën në kuptimin e Nenit 4 të Ligjit, jepni arsyet tuaja.

(c) Pavarësisht nga përgjigjet në shkronjat (a) dhe (b) dhe me qëllim që të sigurohet kryerja e një vlerësimi të plotë të çështjes nga Autoriteti, jeni të lutur të shpjegoni si zbatohen kriteret e neneve 5, 6, dhe 7 të Ligjit. Në përputhje me neni 5, pika 2 këto kritere nuk do të gjejnë zbatim nëse transaksioni i kryer:

(i) kontribuon në përmirësimin e prodhimit ose shpërndarjen e mallrave, ose në nxitjen e përparimit teknik dhe ekonomik;

(ii) u lejon konsumatorëve dhe përdoruesve një pjesëmarrje të drejtë në rezultatet e përfitimit;

(iii) nuk vendos mbi ndërmarrjet përkatëse kufizime që nuk janë të domosdoshme për arritjen e këtyre objektivave; dhe

(iv) nuk u ofron këtyre ndërmarrjeve mundësinë e eliminimit të konkurrencës në lidhje me një pjesë të ndjeshme të produkteve në fjalë.

Seksioni 11

Deklarimi

11. Njoftimi duhet të përfundojë me deklarimin e mëposhtëm që duhet të nënshkruhet nga ose në emër të të gjitha palëve njoftuese:

Pala ose palët njoftuese deklarojnë që, sipas njohurive dhe besimit të tyre të plotë, informacioni i dhënë në këtë njoftim është i vërtetë, i saktë dhe i plotë; se janë dhënë kopje të vërteta dhe të plota të dokumenteve të kërkuara nga Formulari. Të gjitha vlerësimet e dhëna identifikohen si të vërteta dhe janë vlerësimet e tyre më të mira të mbështetura mbi faktet dhe se të gjitha mendimet e shprehura janë të sinqerta.

Vendi dhe data:

Emër Mbiemër:

Nënshkrimi:

Ose

Në emër të:

Përfaqësuesi ligjor:

Referenca dhe shpjegime:

1. Ligji Nr.9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës.
2. Rregullorja “Për zbatimin e procedurave të kontrollit të përqendrimit të ndërmarrjeve”
3. Udhëzimi “Për formën e njoftimit të përqendrimeve”
4. Udhëzuesi “Për përcaktimin e tregut përkatës”, miratuar me vendimin nr 76 të Komisionit të Konkurrencës
5. Termi “përqendrim” është përkufizuar në Nenin 10 dhe 12 të Ligji No. 9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës.
6. Për llogaritjen e xhiros, shih nenet 15, 16, 17 të Ligjit No. 9121, datë 28.7.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”. Dispozita të veçanta ndodhen në nenin 17 të Ligjit për institucionet e kreditit, institucionet të tjera financiare, ndërmarrjet e sigurimit.
7. Një treg i prekur do të konsiderohet ai treg , ku një palë në përqendrim ka një pjesë tregu më të madhe se 15% në nivelin e sipërm apo të poshtëm ku në atë treg ushtron veprimtari pala tjetër, dhe kur përqendrimi i tyre të çon në një pjesë tregu të kombinuar më shumë se 25%.
8. Siç shpjegohet në Udhëzimin, në kontekstin e para njoftimit, ju mund të diskutoni me Autoritetin deri në cilën masë përjashtimi nga paraqitja e informacionit të kërkuar do të ishte e përshtatshme për tregje të prekur.
9. Vlera dhe volumi i një tregu duhet të reflektojë prodhimin duke zbritur eksportet dhe shtuar importet për zonat gjeografike nën shqyrtim. Nëse është e gatshme, jeni të lutur të jepni informacion të ndarë mbi importet dhe eksportet përkatësisht sipas vendit të origjinës dhe destinacionit.
10. HHI (Indeksi Herfindahl-Hirschman), llogaritet duke mbledhur katrorët e pjesëve individuale të tregut të të gjitha firmave në treg. Për shembull, një treg që ka pesë firma me pjesë në treg prej përkatësisht 40 %, 20 %, 15 %, 15 %, dhe 10 %, ka një HHI prej 2550 (402 + 202 +

152 + 152 + 102 = 2550). HHI varion nga gati zero (në një treg të ndarë) në 1000 (në rastin e monopolit të pastër). HHI pas bashkimit llogaritet mbi prezumimin e punës që pjesët individuale në treg të shoqërive ndryshojnë. Megjithëse është më mirë të përfshihen të gjitha firmat në llogaritje, mungesa e informacionit në lidhje me firmat shumë të vogla mund të mos jetë i rëndësishëm pasi këto firma nuk ndikojnë në mënyrë të konsiderueshme mbi HHI.

11. Rritja e përqendrimit sipas matjes nëpërmjet HHI-së mund të llogaritet në mënyrë të pavarur për të gjithë përqendrimin e tregut, duke dyfishuar produktin e pjesëve të tregut të firmave pjesëmarrëse në përqendrim. Për shembull, një bashkim apo përftim kontrolli i dy firmave, me pjesë në treg përkatësisht 30% dhe 15%, do të rrisnin HHI-në me 900 (30 x 15 x 2 = 900).

    Shpjegimi për këtë teknikë është si më poshtë: Para përqendrimit, pjesët e tregut të firmave që bashkohen kontribuojnë në HHI nëpërmjet katrorëve të tyre individualisht: (a)2 + (b)2. Pas përqendrimit, kontributi është katrori i shumave të tyre: (a + b) 2, që është e barabartë me (a) 2 + (b) 2 + 2ab. Rritja në HHI përfaqësohet me 2ab.

12. D.m.th, ofruesit që nuk janë filiale, agjentë ose ndërmarrje që janë pjesë e grupit të palës në fjalë. Përveç atyre pesë furnitorëve të pavarur, palët njoftuese, nëse ato e mendojnë të nevojshme për një vlerësim të saktë të çështjes, identifikojnë furnitorët e brendshëm. E njëjta zbatohet për 8.6 në lidhje me konsumatorët.

13. Eksperienca ka treguar që shqyrtimi i çështjeve komplekse kërkon zakonisht më shumë hollësi kontakti për klientët. Në kuadrin e kontakteve para njoftimit, Autoriteti mund të kërkojë më shumë hollësi kontakti për klientit për tregje të caktuara të prekura.

14. Intensiteti i kërkimit dhe zhvillimit përkufizohet si shpenzim i zhvillimit të kërkimit si një raport i xhiros.

15. Duhet të vihet re që dhënia e informacionit sipas Seksionit 9.3 është vullnetare. Palëve nuk u kërkohet të ofrojnë ndonjë arsyetim për mos-mbushjen e këtij seksioni, Mosdhënia e informacionit mbi eficiencën nuk do të merret me kuptimin që përqendrimi i propozuar nuk krijon eficiencë ose që arsyet për përqendrim janë për rritjen e fuqisë së tregut. Mosdhënia e informacionit të kërkuar për eficiencën një fazën e njoftimit nuk pengon dhënien e informacionit në një fazë të mëvonshme. Megjithatë, sa më parë të jepet informacioni, aq më mirë Autoriteti mund të verifikojë pretendimin e eficiencës.

UDHËZIMI [97]

"PËR VLERËSIMIN E PËRQENDRIMEVE HORIZONTALE"

I. Hyrje

1. Autoriteti i Konkurrencës vlerëson të gjitha ato përqendrime që janë në përputhje me qëllimin e Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës (këtu e në vazhdim ligji) dhe të Rregullores "Për zbatimin e procedurave të përqendrimeve ndërmjet ndërmarrjeve". Në këtë kontekst, Autoriteti vlerëson nëse një përqendrim pengon ndjeshëm ose jo konkurrencën efektive, në veçanti si rezultat i krijimit ose forcimit të një pozicioni dominant, në tregun e brendshëm ose në një pjesë të ndjeshme të tij.

2. Qëllimi i këtij udhëzuesi është të shpjegojë se si Autoriteti vlerëson një përqendrim, në rastet kur ndërmarrjet pjesëmarrëse janë konkurrentë aktualë ose potencialë në të njëjtin treg përkatës. Udhëzimi është bazuar në kuadrin analitik të përdorur nga Komisioni Evropian në vlerësimin e përqendrimeve horizontale.

II. Të përgjithshme

3. Në vlerësimin e efekteve në konkurrencë të një përqendrimi në tregun përkatës, Autoriteti krahason kushtet që do të rezultojnë nga autorizimi i një përqendrimi, me kushtet që do të ekzistonin në se përqendrimi nuk do realizohej. Në raste të caktuara, Autoriteti i Konkurrencës mund të marrë parasysh ndryshimet e tregut në të ardhmen, të cilat mund të jenë të parashikueshme. Në mënyrë të veçantë, ai mund të marrë parasysh mundësinë e hyrjes dhe daljes nga tregu të ndërmarrjeve, në se përqendrimi nuk do të realizohet.

4. Analizimi i rasteve të përqendrimeve të njoftuara në Autoritet fillon me:

a) përcaktimin e tregut përkatës të produktit dhe gjeografik;

b) vlerësimin e ndikimit në konkurrencën e tregut përkatës, të shkaktuar nga një përqendrim.

Qëllimi kryesor i përcaktimit të tregut është të identifikohen në mënyrë sistematike kufizimet e menjëhershme të konkurrencës me të cilat do të përballet njësia e përqendruar.

5. Për të vlerësuar efektet në konkurrencë që shkakton një përqendrim në tregjet përkatëse, Autoriteti analizon efektet e mundshme anti konkurruese dhe faktorët kundërveprues të tillë si fuqia kundërvepruese e blerësve, masën e pengesave në hyrje dhe eficiencat e mundshme të paraqitura nga palët. Analizat e konkurrencës në raste të veçanta bazohen në një vlerësim të përgjithshëm të ndikimit të parashikuar të një përqendrimi, në kontekstin e elementeve dhe kushteve përkatëse. Në raste të veçanta Autoriteti vlerëson nëse plotësohen kushtet për të mbrojtur një ndërmarrje nga falimentimi. Por jo të gjithë elementët e mësipërm janë të përshtatshëm për çdo rast përqendrimi horizontal dhe nuk është e domosdoshme të analizohen me hollësi të gjithë elementët.

6. Në këtë këndvështrim, Komisioni i Konkurrencës përcakton në përputhje me nenin 13 të Ligjit, nëse një përqendrim pengon ndjeshëm konkurrencën efektive, në veçanti nga krijimi apo forcimi i pozicionit dominues duke e ndaluar atë.

III. Pjesa e tregut dhe nivelet e përqendrimit

7. Pjesët e tregut dhe nivelet e përqendrimit janë treguesit e parë më të përdorshëm të strukturës së tregut dhe rëndësisë së konkurrencës, si për palët pjesëmarrëse në përqendrim ashtu edhe për konkurrentët e tyre.

8. Normalisht, Autoriteti, përdor pjesët aktuale të tregut në analizat e tij. Megjithatë, këto pjesë tregu mund të përshtaten për të reflektuar disa ndryshime të arsyeshme në të ardhmen, si p.sh në formën e hyrjeve, daljeve apo zgjerimit të tregut. Pjesët e tregut pas përqendrimit

---

[97] Udhëzuesi mbi vlerësimin e përqendrimeve horizontale sipas rregullores së Këshillit mbi kontrollin e përqendrimeve ndërmjet ndërmarrjeve (2004/C 31/03)

llogariten duke supozuar se pjesa e kombinuar e tregut të palëve pjesëmarrëse pas përqendrimit, është shuma e pjesëve të tregut të tyre para përqendrimit. Të dhënat historike mund të shërbejnë për të treguar nëse pjesët e tregut kanë qenë të paqëndrueshme, p.sh kur tregu karakterizohet nga ofrues të fortë, të mëdhenj apo nëse ndërmarrjet kanë fituar apo humbur pjesë tregu.

9. Niveli i përgjithshëm i përqendrimit në një treg mund të sigurojë një informacion të dobishëm rreth situatës të konkurrencës. Në mënyrë që të matet nivelet e përqendrimit, Autoriteti zbaton Indeksin Herfindahl-Hirschman (HHI). HHI llogaritet si shuma e katrorëve të pjesëve individuale të tregut të të gjitha ndërmarrjeve në treg HHI i jep në mënyrë proporcionale më shumë peshë pjesëve të tregut që zënë ndërmarrjet e mëdha. Megjithëse është mirë që të gjitha ndërmarrjet në llogaritje të përfshihen, mungesa e informacionit rreth ndërmarrjeve shumë të vogla nuk ka shumë rëndësi, sepse ndërmarrje të tilla nuk ndikojnë ndjeshëm në indeksin HHI. Niveli absolut i indeksit HHI na jep një tregues fillestar të presionit të konkurrencës në treg pas përqendrimit. Ndryshimi i HHI (i njohur si 'delta") është një e dhënë e nevojshme për të parë ndryshimet e drejtpërdrejta në treg të shkaktuara nga përqendrimi.

Nivelet e pjesëve të tregut

10. Pjesët e mëdha të tregut, 50% e më tepër, në vetvete përbëjnë një evidencë të ekzistencës së një pozicioni dominant në treg. Megjithatë edhe konkurrentët më të vegjël veprojnë duke influencuar në kufizimin e ndjeshëm, nëse p.sh ato kanë aftësinë dhe nxitjen për të rritur ofertat e tyre. Një përqendrim që përfshin një ndërmarrje, pjesa e tregut e së cilës do të mbetet nën 50%, pas përqendrimit mund të krijojë probleme për konkurrencën për sa i përket faktorëve të tillë si: fuqizimi, numri i konkurrentëve, prania e kufizimeve të kapacitetit ose në çfarë mase produktet e palëve pjesëmarrëse në përqendrim janë zëvendësues të afërt.

Nivelet e indeksit (HHI)[98]

11. Kur indeksi HHI është nën 1000, përqendrimi nuk paraqet rrezik për kufizim të konkurrencës dhe në këtë rast, Autoriteti nuk bën analiza të hollësishme.

12. Autoriteti gjithashtu mund të mos identifikojë probleme që lidhen me konkurrencën në nivel horizontal, në ato përqendrime ku indeksi HHI pas përqendrimit është në nivelet ndërmjet 1000 dhe 2000 dhe një delta nën 250, ose me një përqendrim ku indeksi HHI pas përqendrimit është mbi 2000 dhe një delta nën 150. Në këto raste analiza të hollësishme mund të bëhen nga Autoriteti kur ekziston një ose më shumë nga faktorët e mëposhtëm:

- **a.** Një përqendrim përfshin një hyrës potencial ose një hyrës të fundit me një pjesë të vogël tregu;
- **b.** Një ose më shumë palë pjesëmarrëse në përqendrim janë shpikës të rëndësishëm që nuk reflektojnë në pjesët e tregut;
- **c.** Ekzistojnë ndërmjet palëve pjesëmarrëse në përqendrim kryqëzime të ndjeshme të pjesëve të tregut të zotëruara nga aksionarët;
- **d.** Një nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim është një ndërmarrje "maverick"[99] që ka një mundësi të madhe për përçarjen e sjelljes së koordinuar;
- **e.** Janë të pranishëm treguesit e koordinimit në të kaluarën apo në vijim, ose janë të pranishme praktikat lehtësuese;
- **f.** Një nga palët pjesëmarrëse në përqendrim ka një pjesë tregu para përqendrimit prej 50% e më shumë.

---

98 Përkufizimi i Indeksit Herfindal-Hirschmann (IHH) gjendet në faqen 20 të Fjalorthit Terminologjik të Konkurrencës

99 Sa më i madh të jetë numri i ndërmarrjeve në treg aq më shumë mundësi ka që një nga këto ndërmarrje të jetë "Maverick", e cila është një ndërmarje e njohur për ndjekjen e praktikave agresive dhe të pavarura në strategjinë e vendosjes së cmimeve(http://en.ëikipedia.org/ëiki/Cartel#Number_of_firms_in_industry)

IV. Efektet e mundshme anti konkurruese të përqendrimeve horizontale

13. Ekzistojnë dy mënyra kryesore në të cilat përqendrimet horizontale mund të pengojnë ndjeshëm konkurrencën efektive, në veçanti nga krijimi ose forcimi i një pozicioni dominant:

a. nga eliminimi i kufizimeve të rëndësishme të konkurrencës mbi një ose më shumë ndërmarrje, të cilat për pasojë kanë rritur fuqinë e tregut, pa përdorur sjelljen e koordinuar (këto janë efekte të pakoordinuara);

b. Nga ndryshimi i natyrës së konkurrencës në një mënyrë të tillë, që ndërmarrjet që më parë nuk kishin koordinuar sjelljet e tyre, tashti kanë më shumë mundësi që në mënyrë të dallueshme të koordinojnë dhe të ngrenë çmimet apo të dëmtojnë konkurrencën efektive. Një përqendrim e bën koordinimin më të lehtë, më të qëndrueshëm ose më efektiv për ndërmarrje të cilat koordinonin sjelljen e tyre para përqendrimit (këto janë efekte të koordinuara);

Efektet e pa-koordinuara

14. Një përqendrim mund të kufizojë ndjeshëm konkurrencën efektive në treg nga heqja e kufizimeve të rëndësishme të konkurrencës për një ose më shumë shitës, të cilët për pasojë kanë rritur fuqinë e tregut. Efekti më i drejtpërdrejtë i një përqendrimi do të jetë humbja e konkurrencës efektive ndërmjet ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim. P.sh nëse para përqendrimit, një nga ndërmarrjet pjesëmarrëse kishte rritur çmimet e veta, ajo do humbasë në shitje (volumin e shitjeve) ndaj ndërmarrjeve të tjera pjesëmarrëse në përqendrim. Përqendrimi në këtë rast heq këtë kufizim të veçantë. Edhe ndërmarrjet që nuk janë pjesëmarrëse në përqendrim, por që veprojnë në të njëjtin treg, mund të përfitojnë nga ulja e presionit konkurrues që rezulton nga përqendrimi, për aq kohë sa rritja e çmimit të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim mund të zhvendosë një pjesë të kërkesës drejt ndërmarrjet rivale, dhe si rezultat ndërmarrjet jo pjesëmarrëse e shohin shumë të leverdishëm që të rrisin edhe ato çmimet e tyre. Reduktimi i këtyre kufizimeve të konkurrencës mund të çojë në një rritje të ndjeshme të çmimit në tregun përkatës.

15. Në përgjithësi, përqendrimi që shkakton efekte të tilla jo koordinuese mund të kufizojë ndjeshëm konkurrencën efektive nga krijimi ose forcimi i një pozicioni dominant të një ndërmarrje të vetme, e cila në mënyrë tipike zotëron një pjesë tregu më të madhe se sa konkurrenti më i afërt i saj (konkurrenti tjetër më i madh i mbetur në treg) pas përqendrimit. Përqendrimet në tregjet oligopolistikë përfshijnë eliminimin e kufizimeve të rëndësishme të konkurrencës, që palët pjesëmarrëse në përqendrim ushtronin para përqendrimit ndaj njëri tjetrit. Këto kufizime, së bashku me uljen e presionit konkurrues ndaj konkurrentëve të mbetur edhe në rastet kur ekziston një mundësi e vogël e koordinimit ndërmjet anëtarëve të oligopolit, shkaktojnë një pengesë të ndjeshme të konkurrencës. Të gjitha përqendrimet që shkaktojnë efekte të pa koordinuese do të deklarohen si të pa pajtueshme me legjislacionin në fushën e konkurrencës.

Ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim zotërojnë pjesë tregu të madhe

16. Sa më e madhe pjesa e tregut aq më shumë ka të ngjarë që një ndërmarrje të zotërojë fuqi tregu. Sa më e madhe të ketë shtesa e pjesës së tregut aq më shumë ka të ngjarë që përqendrimi të shkaktojë një rritje të ndjeshme të fuqisë së tregu. Sa më e madhe të jetë rritja e shitjeve në bazë të së cilave përfitohen shtesa (marxhe) më të larta pas rritjes së çmimeve, aq më shumë ka të ngjarë që ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim, ti shohin këto çmime si të leverdishme, pavarësisht uljes së prodhimit që shoqëron këto rritje të çmimit. Pavarësisht se pjesa e tregut dhe shtesa e pjesës së tregut janë tregues fillestar të fuqisë së tregut dhe të rritjes së fuqisë së tregut ato janë faktorët të rëndësishëm për të vlerësuar një përqendrim.

Ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim janë konkurrentë të afërt

17. Brenda tregut përkatës, produktet mund të diferencohen, në mënyrë të tillë që disa produkte janë zëvendësues më të afërt se sa të tjerët. Sa më e madhe të jetë shkalla e

zëvendësueshmërisë ndërmjet produkteve të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim, aq më e madhe është edhe mundësia që ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim të rrisin çmimin në mënyrë të ndjeshme. P.sh një përqendrim ndërmjet dy prodhuesve që ofrojnë produkte të cilat janë zgjedhja e parë dhe e dytë për një numër domethënës klientësh mund të gjenerojë një rritje të ndjeshme çmimi. Kështu, fakti që rivaliteti ndërmjet palëve ka qenë një burim i rëndësishëm i konkurrencës në treg, mund të jetë një faktor thelbësor në kryerjen e analizave. Përfitimet shtesë para përqendrimit mund të shkaktojnë një rritje të ndjeshme të çmimit. Nxitja që ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim të rrisin çmimin, ka mundësi të bëhet e detyrueshme, nëse ndërmarrjet rivale prodhojnë zëvendësues të afërt të produkteve të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim, se sa kur ata ofrojnë zëvendësues më pak të afërt. Si rrjedhim, ka pak mundësi që përqendrimi të kufizojë ndjeshëm konkurrencën efektive, në veçanti nëpërmjet krijimit ose forcimit të një pozicioni dominant, nëse ekziston një shkallë e lartë e zëvendësueshmërisë ndërmjet produkteve të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim dhe të atyre të ofruara nga prodhuesit rivalë.

18. Shkalla e zëvendësueshmërisë mund të vlerësohet nëpërmjet anketimit mbi preferencat e klientëve, analizave të mostrave të blera, vlerësimit të elasticitetit të kryqëzuar të çmimit të produkteve të përfshira, ose raporteve të shmangies.

19. Në disa tregje mund të jetë relativisht e lehtë dhe jo e kushtueshme që ndërmarrjet aktive të ri pozicionojnë (për të këmbyer vendin) produktet e tyre ose të zgjerojnë shumëllojshmërinë e produkteve . Në këtë rast Autoriteti shqyrton nëse ky ri pozicionim ose zgjerim i linjës së produktit nga konkurrentët ose palët në përqendrim, mund të influencojnë në nxitjen e njësisë së përqendruar për të rritur çmimin pas përqendrimit. Në çdo rast, ri pozicionimi ose zgjerimi i linjës së produktit shpesh shoqërohet me rreziqe dhe kosto të pakthyeshme të lartë dhe kështu mund të jetë më pak e leverdishme se sa linja aktuale e produktit.

Klientët kanë mundësi të kufizuara për të ndërruar ofruesin

20. Klientët e palëve pjesëmarrëse në përqendrim mund të kenë vështirësi për të kaluar tek ofrues të tjerë (ndërruar ofruesin) sepse:

- ekzistojnë pak ofrues alternativë,
- këmbimi shoqërohet me kosto të ndjeshme.

Klientë të tillë janë veçanërisht të ekspozuar ndaj rritjes së çmimit. Përqendrimi mund të prekë aftësinë e kësaj kategorie klientësh për të mbrojtur vetveten ndaj rritjes së çmimit. Në veçanti ky mund të jetë rasti, i klientëve, që kanë përdorur burimin e furnizimit në mënyrë të dyfishtë nga të dy ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim si një mjet për të përfituar çmime konkurruese.

Konkurrentët nuk mund të rrisin ofertën nëse rritet çmimi

21. Kur kushtet e tregut janë të tilla, që konkurrentët e palëve pjesëmarrëse në përqendrim nuk kanë mundësi të rrisin ndjeshëm ofertën e tyre, në qoftë se rriten çmimet, atëherë ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim mund të nxiten për të reduktuar prodhimin nën nivelet e kombinuara para përqendrimit, duke rritur në këtë mënyrë çmimet e tregut. Përqendrimi rrit nxitjen për reduktimin e prodhimit, duke i dhënë ndërmarrjes pjesëmarrëse në përqendrim një bazë më të madhe të shitjeve për të cilat ajo do të përfitojë rezultate marxhinale më të larta që vijnë nga një rritje e çmimeve si rezultat i reduktimit të prodhimit.

22. Nga ana tjetër, kur kushtet e tregut janë të tilla që ndërmarrjet rivale kanë kapacitete të mjaftueshme dhe e shohin me leverdi zgjerimin në mënyrë të ndjeshme të prodhimit, atëherë Autoriteti e ka të pamundur të konkludojë nëse përqendrimi krijon ose forcon një pozicion dominant ose nëse konkurrenca efektive kufizohet ndjeshëm. Në veçanti, një zgjerim i tillë i prodhimit është i pamundur nëse:

a) konkurrentët përballojnë kufizime të kapaciteteve prodhuese dhe shtimi i këtyre kapaciteteve ka kosto të lartë; ose

b) kapacitetet e tepërta ekzistuese janë në mënyrë të ndjeshme më të kushtueshme për ti vënë në përdorim sesa kapaciteti aktual.

Kufizimet e kapacitetit janë të rëndësishme si në rastet kur produktet janë relativisht homogjene, ashtu dhe kur ndërmarrjet ofrojnë produkte të diferencuara.

Njësia e përqendruar priret të pengojë zgjerimin e konkurrentëve

23. Disa përqendrime të propozuara, nëse lejohen të realizohen, kërcënojnë ndjeshëm konkurrencën efektive, duke e vendosur ndërmarrjen e përqendruar në një pozicion të tillë, që i jep asaj mundësi dhe i krijon nxitje, për ta vështirësuar zgjerimin e ndërmarrjeve më të vogla dhe konkurrentëve potencialë, ose për të kufizuar aftësinë e ndërmarrjeve rivale për të konkurruar. Në një rast të tillë, konkurrentët nuk munden as individualisht, as të bashkuar të jenë në një pozicion për të detyruar njësinë e përqendruar deri në atë masë që ajo të mos rrisë çmimet, apo të ndërmarrë veprime të tjera që dëmtojnë konkurrencën. P.sh, njësia e përqendruar mund të ketë një shkallë të tillë kontrolli ose ndikimi mbi furnizimin me lëndë të para ose mundësi shpërndarjeje që e bëjnë zgjerimin ose hyrjen e ndërmarrjeve rivale shumë më të kushtueshme. Në mënyrë të ngjashme, kontrolli që njësia e përqendruar mund të ketë mbi patentat ose llojet e tjera të pronësisë intelektuale (si p.sh markat) e bëjnë zgjerimin ose hyrjen e rivalëve shumë të vështirë. Në tregjet ku aftësia e ndërthurjes së infrastrukturave të ndryshme ose platformave është e rëndësishme, përqendrimi mund t'i krijojë njësisë së përqendruar mundësi dhe nxitje për të rritur kostot ose për të ulur cilësinë e shërbimit të rivalëve të vet. Autoriteti, për të bërë vlerësimin e këtij përqendrimi, midis të tjerave merr parasysh edhe fuqinë financiare të njësisë së përqendruar në lidhje me rivalët e vet.

Përqendrimi eliminon një forcë të rëndësishme të konkurrencës

24. Disa ndërmarrje, kanë më shumë ndikim në procesin konkurrues në krahasim me pjesët e tregut që ato zotërojnë apo elementë të tjerë të ngjashëm një përqendrim që përfshin ndërmarrje të tilla mund të ndryshojë dinamikën e konkurrencës në mënyrë të ndjeshme anti konkurruese. Kjo ndodh veçanërisht kur tregu ka një nivel të lartë të përqendrimit. P.sh një ndërmarrje mund të jetë hyrëse e fundit, dhe pritet të ushtrojë një presion të ndjeshëm konkurrues mbi ndërmarrjet e tjera në treg në të ardhmen.

25. Në ato tregje, ku risia është një forcë e rëndësishme për konkurrencën, përqendrimi mund të rrisë aftësinë dhe inisjativën e ndërmarrjeve për të sjellë risi të reja në treg dhe për pasojë presion konkurrues mbi rivalët për risi në atë treg. Në mënyrë alternative konkurrenca efektive mund të pengohet ndjeshëm kur palët pjesëmarrëse në një përqendrim janë inovatorë shumë të rëndësishëm të të njëjtit produkt.

Efektet e koordinuara

26. Struktura në disa tregje mund të jetë e tillë, që ndërmarrjet ta konsiderojnë atë të mundshme, të arsyeshme ekonomikisht dhe të preferueshme për të përshtatur mbi një bazë të qëndrueshme politikën e veprimit në treg, duke synuar shitjen me çmime të rritura. Një përqendrim, në një treg të përqendruar mund të pengojë në mënyrë të ndjeshme konkurrencën efektive nëpërmjet krijimit ose forcimit të një pozicioni dominant kolektiv, sepse ai rrit aftësinë që kanë ndërmarrjet për të koordinuar sjelljet e tyre në drejtim të rritjes së çmimeve pa ndjerë nevojën që këto të fundit të lidhin një marrëveshje ose të përdorin një praktikë të bashkërenduar në kuptim të nenit 4 të Ligjit. Një përqendrim mund ta bëjë koordinimin më të lehtë, më të qëndrueshëm dhe më efektiv për ndërmarrjet që koordinonin sjelljet e tyre para përqendrimit. Gjithashtu, një përqendrim mund ta bëjë, koordinimin më të fuqishëm, duke i lejuar ndërmarrjet që të koordinojnë për çmime edhe më të larta.

27. Koordinimi i sjelljes mund të jetë i formave të ndryshme. Në disa tregje, koordinimi më i mundshëm mund të përshijë mbajtjen e çmimeve mbi nivelin e konkurrencës. Në tregje të tjera, koordinimi mund të synojë në kufizimin e prodhimit ose të sasisë së një kapaciteti të ri të hedhur në treg. Ndërmarrjet mund të koordinohen mbi bazën e ndarjes së tregut, p.sh të zonës gjeografike ose karakteristikave të tjera të klientëve ose nëpërmjet shpërndarjes së kontratave në tregjet e ofertës, si p.sh në rastet e prokurimeve.

28. Koordinimi ka më shumë mundësi të ndodhë në tregjet ku është relativisht më e thjeshtë për tu arritur një mirëkuptim i përbashkët mbi termat e koordinimit. Që koordinimi të jetë i qëndrueshëm duhet të plotësohen tre kushte:

1. Ndërmarrjet koordinuese kanë mundësi për të monitoruar në një shkallë të ndjeshme, nëse ruhen termat e koordinimit;
2. Disiplina kërkon ekzistencën e disa formave të mekanizmave mbështetës, të besueshëm që mund të veprojnë në qoftë se zbulohet shmangia (devijimi);
3. Kundërveprimi i personave të tretë të tillë si: konkurrentët aktualë apo të ardhshëm, që nuk janë pjesë e koordinimit, ashtu edhe klientëve që nuk rrezikojnë nga rezultatet e supozuara nga koordinimi.

29. Në vlerësimin e një përqendrimi, Autoriteti merr në konsideratë ndryshimet që sjell përqendrimi. Reduktimi i numrit të ndërmarrjeve në një treg mund të përbëjë në vetvete një faktor që lehtëson koordinimin. Sidoqoftë, një përqendrim mund të rris mundësinë ose rëndësinë e efekteve koordinuese në mënyra të tjera. P.sh një përqendrim mund të përfshijë një ndërmarrje "maverik" që ka një histori të pengimit apo përçarjes të koordinimit, si p.sh nga pamundësia për të ndjekur rritjen e çmimeve nga konkurrentët e vet, ose ka karakteristikat që i japin asaj një nxitje për të favorizuar zgjedhje strategjike të ndryshme nga ato që konkurrentët e koordinuar do të preferojnë. Në qoftë se ndërmarrjet që bashkohen apo përftojnë kontrollin kanë përshtatur strategji të ngjashme me ato të konkurrentëve të tjerë, ndërmarrjet që mbeten jashtë përqendrimit e kanë më të lehtë koordinimin dhe përqendrimi do të rris mundësinë, stabilitetin apo efektivitetin e koordinimit.

30. Në vlerësimin e efekteve të mundshme koordinuese, Autoriteti merr parasysh të gjithë informacionin përkatës, të vlefshëm, mbi karakteristikat e tregjeve të interesuara duke përfshirë si veçoritë strukturore ashtu edhe sjelljen e mëparshme të ndërmarrjeve. Evidencat mbi koordinimin e mëparshëm janë të rëndësishme në qoftë se karakteristikat e tregut përkatës nuk kanë ndryshuar në mënyrë të dallueshme ose nuk ka mundësi të ndryshojnë në një të ardhme të afërt. Të dhënat e koordinimit në tregje të ngjashme konsiderohen gjithashtu si një informacion i dobishëm.

Arritja e kushteve të koordinimit

31. Koordinimi është më shumë i mundshëm të shfaqet, në qoftë se konkurrentët mund të arrijnë lehtësisht një perceptim të përbashkët se si ata duhet të koordinojnë punën e tyre. Ndërmarrjet koordinuese duhet të kenë një pikëpamje të ngjashme për sa i përket veprimeve që konsiderohen se janë ose jo në përputhje me sjelljen e përbashkët .

32. Përgjithësisht, në një mjedis ekonomik pak të ndërlikuar dhe më të qëndrueshëm, ndërmarrjet e kanë më të lehtë që të arrijnë një mirëkuptim të përbashkët për termat e koordinimit. P.sh është më e lehtë për të koordinuar veprimet në një treg ku veprojnë pak lojtarëve se sa në një treg me shumë lojtarë. Gjithashtu, është më i lehtë të koordinohet çmimi i një produkti të vetëm, homogjen se sa koordinimi i qindra çmimeve në një treg me produkte shumë të diferencuara. Në mënyrë të ngjashme, është më i lehtë koordinimi për një çmim, kur kushtet e kërkesës dhe ofertës janë relativisht të qëndrueshme, se sa kur ato janë në ndryshim të vazhdueshëm. Në këtë kontekst kërkesa e paqëndrueshme, rritja e brendshme në mënyrë të dukshme nga disa ndërmarrje në treg, ose hyrja e shpeshtë nga ndërmarrje të reja tregon që situata aktuale nuk është mjaftueshmërisht e qëndrueshme për të realizuar koordinimin. Në tregjet ku shpikja është e rëndësishme, koordinimi bëhet më i vështirë, përderisa shpikjet, sidomos ato më të rëndësishmet, mund të lejojnë një ndërmarrje të fitojë përparësi më të madhe mbi rivalët e saj.

33. Koordinimi i parë nën këndvështrimin e ndarjes së tregut, do të jetë më i lehtë, në qoftë se:

a. klientët kanë karakteristika të thjeshta që i lejon ndërmarrjet koordinuese t'i përcaktojnë me lehtësi ato. Karakteristika të tilla mund të bazohen mbi gjeografinë, mbi llojin e klientëve ose thjesht mbi ekzistencën e konsumatorëve që blejnë veçanërisht nga një ndërmarrje e caktuar; si dhe

b. është e lehtë të identifikohet ofruesi i çdo klienti duke përdorur si mjet të koordinimit ndarjen e klientëve ekzistues tek ofruesit ekzistues (të mëparshëm).

34. Megjithatë, ndërmarrjet koordinuese mund të gjejnë mënyra të tjera për të kapërcyer problemet që rrjedhin nga mjediset ekonomike të mangëta, pak të ndërlikuara të ndarjes së tregut. P.sh ato mund të zbatojnë rregulla të thjeshta në politikën e tyre të çmimeve, në mënyrë që zvogëlojnë kompleksitetin e koordinimit për një numër të madh të çmimeve. Ose p sh, ndërmarrjet vendosin që të ruajnë një marrëdhënie fikse ndërmjet disa çmimeve bazë dhe një numri të çmimeve të tjera, në mënyrë të tillë që çmimet bazë të lëvizin paralelisht. Informacioni i rëndësishëm i disponueshëm publikisht, shkëmbimi i informacionit nëpërmjet shoqatave tregtare, ose informacioni i marrë nëpërmjet kryqëzimit të pjesëve që zotërojnë aksionarët ose pjesëmarrja në ndërmarrje të përbashkëta mund të ndihmojë ndërmarrjet të arrijnë termat e koordinimit. Sa më komplekse të jetë situata e tregut, aq më shumë transparencë ose komunikim kërkohet në mënyrë që të arrihet një mirëkuptim i përbashkët në termat e koordinimit.

35. Ndërmarrjet mund të kenë më të lehtë të arrijnë një mirëkuptim të përbashkët në termat e koordinimit në qoftë se ato janë relativisht simetrike, veçanërisht në termat e strukturës së kostos, pjesëve të tregut, niveleve të kapacitetit dhe niveleve te integrimit vertikal. Lidhjet strukturale të tilla si aksionarët e kryqëzuar ose pjesëmarrja në ndërmarrje të përbashkëta ndihmon në kanalizimin e nxitjeve ndërmjet ndërmarrjeve koordinuese.

Monitorimi i shmangieve

36. Ndërmarrjet koordinuese priren të rrisin pjesët e tyre të tregut duke shmangur termat e koordinimit, p.sh nga ulja e çmimeve, nga ofrimi në fshehtësi i zbritjeve, nga rritja e cilësisë dhe kapacitetit të produkteve, ose nga përpjekja për të fituar klientë të rinj. Vetëm një kërcënim i besueshëm dhe i ndjeshëm në kohë nga hakmarrja e rivalëve, i kufizon ndërmarrjet nga shmangia e elementëve të mësipërm. Për këtë arsye, është e nevojshme që tregjet të kenë një transparencë të mjaftueshme që i lejon ndërmarrjet koordinuese për të monitoruar në një masë të mjaftueshme nëse ndërmarrjet e tjera janë shmangur dhe kur ato do të hakmerren.

37. Transparenca në treg është aq e lartë, sa më i ulët është numri i pjesëmarrësve aktivë në të. Shkalla e transparencës shpesh varet nga mënyra se si realizohen transaksionet në një treg të veçantë. P.sh, transparenca është më e lartë në një treg ku transaksionet realizohen nga shkëmbimi publik ose në një ankand të hapur. Nga ana tjetër, transparenca mund të jetë më e vogël në një treg ku transaksionet negociohen në mënyrë konfidenciale ndërmjet blerësve dhe shitësve mbi baza bilaterale. Kur vlerësojmë nivelin e transparencës në treg, elementi kyç nga informacioni i disponueshëm është të identifikojmë nëse ndërmarrjet, mund të konkludojnë rreth veprimeve të ndërmarrjeve të tjera. Ndërmarrjet koordinuese duhet të jenë të afta të interpretojnë me një shkallë sigurie nëse sjellja jo e pritshme është rezultati i shmangies nga termat e koordinimit. P.sh një mjedis i paqëndrueshëm mund të jetë i vështirë për një ndërmarrje që të dijë nëse humbja nga shitjet e veta vjen në përgjithësi për shkak të nivelit të ulët të kërkesës apo për shkak se një konkurrent ofron veçanërisht çmime të ulura. Në ngjashmëri me këtë, kur kushtet e kërkesës apo të kostos luhaten, është e vështirë të interpretohet nëse një konkurrent është duke ulur çmimet e veta sepse ai pret të bien çmimet e koordinuara, apo sepse ai është duke u shmangur.

38. Në disa tregje, ku kushtet e përgjithshme duket se e bëjnë monitorimin nga shmangia më të vështirë, ndërmarrjet mund të angazhohen në praktika të cilat kanë si efekt lehtësimin e monitorimit të çështjeve, edhe kur ato praktika nuk janë të nevojshme për tu përdorur për qëllime të tilla. Këto praktika, të tilla si takimet për konkurrencën ose klauzolat më favorizuese për klientin, publikimet me dashje të informacionit, lajmërimet, apo këmbimet e informacionit ndërmjet shoqatave tregtare, mund të rrisin transparencën ose ndihmojnë konkurrentët për të interpretuar zgjedhjen e bërë. Këmbimi i mënyrës së së drejtuarit, pjesëmarrja në ndërmarrje të përbashkëta dhe rregullimet e ngjashme e lehtësojnë monitorimin.

Mekanizmat frenues

39. Koordinimi nuk është i qëndrueshëm në qoftë se pasojat e shmangies janë shumë të rrepta për të bindur ndërmarrjet koordinuese, që është në interesin e tyre më të mirë që tu përmbahen termave të koordinimit. Kjo është mënyra që e bën koordinimin të qëndrueshëm nga kërcënimi i hakmarrjes në të ardhmen.

40. Nëse hakmarrja realizohet pas disa intervalesh kohe ose nuk është e sigurt që ajo do të veprojë, mundësia për të mënjanuar përfitimet nga deviacioni (shmangia) është e pamjaftueshme P.sh, nëse një treg karakterizohet nga kërkesa jo të shpeshta dhe volume të larta dhe për aq kohë sa përfitimi nga shmangia në një moment të caktuar mund të jetë i madh, i sigurt dhe i menjëhershëm, ndërsa humbjet nga ndëshkimi mund të jenë të vogla, të pasigurta dhe të realizueshme vetëm pas disa kohësh, vendosja e një mekanizmi frenues shumë të rreptë mund të jetë e vështirë për t'u vendosur. Shpejtësia me të cilën mekanizmat mbështetës mund të zbatohen lidhet me çështjen e transparencës. Nëse ndërmarrjet kanë aftësi për të vëzhguar veprimet e konkurrentëve të tyre, pas një afati kohor domethënës, hakmarrja edhe nëse është e plotë, do të jetë e vonuar dhe kjo mund të ndikojë për të frenuar shmangien .

41. Besueshmëria e mekanizmave frenues varet nëse ndërmarrje të tjera koordinuese nxiten për tu hakmarrë. Mekanizma frenues të tillë, si dënimi i shmangësit nga një joshje e përkohshme në luftën e çmimit ose rritja e ndjeshme e prodhimit, lehtëson humbjen ekonomike afat shkurtër për ndërmarrjet që kryejnë hakmarrjen. Kjo nuk eliminon nxitjen për hakmarrje përderisa humbja afat shkurtër mund të jetë më e vogël sesa përfitimi afat gjatë i hakmarrjes, që rezultojnë nga kthimi i regjimit të koordinimit.

42. Hakmarrja nuk vendoset në një treg me shmangie. Në qoftë se ndërmarrjet koordinuese kanë bashkëveprim tregtar në tregje të tjera, ato ofrojnë metoda të ndryshme të hakmarrjes. Hakmarrja realizohet në disa forma, përfshirë shuarjen e ndërmarrjes së përbashkët ose të formave të tjera të bashkëpunimit, ose shitjen e aksioneve në kompanitë me pronësi të përbashkët.

Reagimi i të tretëve (palëve të interesuara)

43. Që një koordinim të jetë i suksesshëm, veprimet e ndërmarrjeve jo koordinuese, konkurrentëve dhe klientëve potencialë, nuk duhet të jenë të mundshme që të rrezikojnë rezultatet e pritshme të koordinimit. P.sh, nëse koordinimi synon reduktimin e kapacitetit të përgjithshëm në treg, dhe në qoftë se ndërmarrjet jo koordinuese e kanë të pa mundur ose nuk kanë nxitjen për të reaguar ndaj kësaj ulje, duke rritur kapacitetet e tyre në mënyrë të ndjeshme në atë masë që të pengonte uljen neto kapaciteteve, ose të paktën ta bënte këtë të pa përfitueshme, kjo do të dëmtonte vetëm konsumatorët.

44. Efektet e hyrjes dhe reagimi i fuqisë blerëse të klientëve japin një ndikim të mundshëm për stabilitetin e koordinimit. P.sh, në një situatë përqendrimi, një blerës i fuqishëm nga përqendrimi në një masë të madhe të kërkesave të veta me një ofrues, ose nga ofrimi i marrëveshjeve afat gjata, mund ta bëjë koordinimin e paqëndrueshëm.

Përqendrimi me një konkurrent potencial

45. Përqendrimet, ku një ndërmarrje që vepron në një treg përkatës, bashkohet apo përfton kontrollin me një konkurrent potencial në këtë treg, mund të ketë të njëjtat efekte anti konkurruese si me përqendrimet ndërmjet dy ndërmarrjeve aktive në të njëjtin treg përkatës, duke penguar ndjeshëm konkurrencën efektive, në mënyrë të veçantë krijimin apo forcimin e një pozicioni dominant.

46. Bashkimi ose përftimi i kontrollit me një konkurrent potencial gjeneron efekte anti konkurruese të koordinuara, në qoftë se konkurrenti potencial kufizon dukshëm sjelljet e ndërmarrjeve që veprojnë në treg. Ky është rasti, nëse konkurrenti potencial zotëron asete që mund të përdoren lehtësisht për hyrjen në treg pa shkaktuar kosto të pakthyeshme. Efektet anti konkurruese mund të ndodhin edhe kur një palë pjesëmarrëse në përqendrim ka shumë mundësi të shkaktojë kosto të pakthyeshme për hyrjen në treg në një periudhë relativisht të shkurtër kohe, pas së cilës kjo kompani kufizon sjelljen e ndërmarrjeve që veprojnë aktualisht në treg.

47. Që përqendrimi me një konkurrent potencial të ketë efekte anti konkurruese të dukshme, duhet të përmbushen dy kushte bazë:

1. Konkurrenti potencial duhet të ushtrojë aktualisht një ndikim detyrues të ndjeshëm ose ai ka shumë mundësi të rrisë fuqinë e konkurrencës efektive. Evidenca, që

një konkurrent potencial ka planifikuar për hyrjen në treg në mënyrë të ndjeshme ndihmon Autoritetin për të arritur në një konkluzion të tillë.

2. Nuk duhet të ketë një numër të mjaftueshëm të konkurrentëve të tjerë potencialë, të cilët do të mbajnë (ruajnë) presionin konkurrues në mënyrë të ndjeshme pas përqendrimit.

Përqendrimet që krijojnë ose forcojnë fuqinë blerëse në tregjet e rrjedhës së sipërme

48. Autoriteti, gjithashtu analizon edhe se në çfarë mase një përqendrim do të rrisë fuqinë e vet blerëse në tregjet e rrjedhës së sipërme. Nga njëra anë, një përqendrim që krijon ose forcon fuqinë e tregut të një blerësi mund të kufizojë ndjeshëm konkurrencën, në veçanti nga krijimi ose forcimi i pozicionit dominant. Ndërmarrjet që bashkohen ose përftojnë kontrollin mund të kenë një pozicion që të sigurojnë çmime më të ulta nga reduktimi i blerjeve të lëndëve të para. Kjo mund të sjellë një nivel më të ulët të produkteve në tregun e produktit përfundimtar, duke dëmtuar kështu mirëqenien konsumatore. Efekte të tilla, veçanërisht ngrihen kur shitësit në rrjedhën e sipërme janë relativisht të segmentuar. Konkurrenca në tregjet e rrjedhës së poshtme preket keq, në qoftë se njësia e përqendruar ka mundësi për të përdorur fuqinë e vet blerëse përballë ofruesve të tyre, për të përjashtuar rivalët e vet.

49. Nga ana tjetër, rritja e fuqisë blerëse sjell edhe përftime për konkurrencën. Në qoftë se fuqia blerëse e rritur ul koston e lëndëve të para, pa kufizuar konkurrencën në rrjedhën e poshtme ose prodhimin në total, atëherë një pjesë e këtyre kostove të ulura mund tu kalojë konsumatorëve në formën e çmimeve më të ulta.

50. Për të vlerësuar nëse një përqendrim kufizon konkurrencën në mënyrë të ndjeshme nga krijimi ose forcimi i një pozicioni dominant, është e nevojshme të analizohen kushtet e konkurrencës në tregjet e rrjedhës së sipërme dhe të vlerësohen efektet pozitive dhe negative (efektet pro dhe anti konkurruese) të listuar më sipër.

V. Reagimi i fuqisë kundërvepruese blerëse

51. Presioni konkurrues mbi një ofrues nuk ushtrohet vetëm nga konkurrentët e tij, por edhe nga klientët e tij. Edhe ato ndërmarrje që zotërojnë pjesë të mëdha tregu (të konsiderueshme), pas përqendrimit, mund të mos kenë më një pozicion që e kufizon ndjeshëm konkurrencën efektive, në veçanti duke vepruar në një masë të konsiderueshme në mënyrë të pavarur nga klientët e vet, në qoftë se këta të fundit zotërojnë një fuqi blerëse kundërvepruese. Në këtë kontekst, kundërveprimi (reagimi) i fuqisë blerëse duhet të kuptohet si një forcë negociuse që blerësi si rezultat i madhësisë së tij, rëndësisë së tij tregtare dhe aftësisë së tij për të kaluar tek ofruesit alternativë, shfaq në negociatat tregtare ndaj shitësit.

52. Kur është e nevojshme, Autoriteti vlerëson se sa dhe deri në çfarë mase, është e përshtatshme që klientët të mbajnë një pozicion për të kundërshtuar rritjen e fuqisë së tregut të krijuar nga një përqendrim. Do të konsiderohet si një burim i reagimit të fuqisë blerëse, një klient i cili kërcënon bindshëm për të kaluar në burime alternative të ofertës brenda një kuadri kohor të arsyeshëm, nëse ofruesi vendos për të rritur çmimet, të prishë cilësinë, ose kushtet e shpërndarjes. Ky duhet të jetë rasti, në qoftë se blerësi kalon menjëherë tek ofrues të tjerë, kërcënon bindshëm për integrim vertikal në tregjet e rrjedhës së sipërme ose do të mbështesë zgjerimin ose hyrjen në rrjedhën e sipërme, p.sh duke bindur një hyrës potencial për të hyrë duke u angazhuar se do të drejtojë një pjesë të madhe të blerjeve tek kjo kompani. Ka shumë mundësi që klientët e mëdhenj dhe të sofistikuar do ta zotërojnë në një masë më të madhe këtë lloj të reagimit të fuqisë blerëse, se sa ndërmarrjet e vogla të një industrie të segmentuar. Edhe një blerës mund të ushtrojë kundërveprimin e fuqisë blerëse nga refuzimi për të blerë produkte të tjera të prodhuara nga ofruesi, veçanërisht në rastin e produkteve rezistente, ose blerjeve të vonuara.

53. Në disa raste është e rëndësishme të tërhiqet vëmendja për nxitësit e blerësve për të përdorur fuqinë e tyre. P.sh, një firmë në rrjedhën e poshtme nuk do të dëshironte të bënte një investim për mbështetjen e një hyrjeje të re, në qoftë se përfitimet nga një hyrje e tillë në termat e kostove më të ulta të lëndëve të para do të shkonin në favor të konkurrentëve të vet.

54. Kundërveprimi i fuqisë blerëse nuk mund të jetë një argument i mjaftueshëm për të mënjanuar efektet e mundshme negative të një përqendrimi, në qoftë se sigurohet që një segment i veçantë i klientëve, që ka fuqi për të hyrë në bisedime, është i mbrojtur nga çmimet shumë më të larta ose kushtet e deformuara pas përqendrimit. Gjithashtu, nuk është e mjaftueshme që fuqia blerëse ekzistuese para përqendrimit, detyrimisht duhet të ekzistojë dhe të mbetet efektive edhe pas përqendrimit. Kjo ndodh sepse një përqendrim i dy ofruesve mund të zvogëlojë fuqinë blerëse, në qoftë se në këtë mënyrë eliminohet një alternativë tjetër e besueshme.

VI. Hyrja

55. Kur hyrja në treg është shumë e lehtë, atëherë përqendrimi nuk mund të shkaktojë një rrezik anti konkurrues të ndjeshëm, prandaj analiza e hyrjes përbëjnë një element të rëndësishëm të vlerësimit të përgjithshëm të konkurrencës. Që hyrja të konsiderohet si një kufizim i mjaftueshëm i konkurrencës, palët pjesëmarrëse në përqendrim duhet të tregojnë gjithmonë dhe qartë mundësinë për të deformuar ose për të eliminuar çdo pasojë anti konkurruese të mundshme të shkaktuar nga përqendrimi.

Mundësia e hyrjes

56. Për të analizuar nëse hyrja ose hyrja potenciale në një treg të caktuar ka mundësi të shkaktojë kufizim në sjelljen e ndërmarrjeve ekzistuese në atë treg, Autoriteti merr në konsideratë edhe sjelljen e pjesëmarrjes pas përqendrimit. Që hyrja të ndodhë, detyrimisht duhet mbajtur parasysh që përfitimet e rezultuara nga efektet e çmimit të prodhimeve shtesë të futura në treg, si dhe reagimet e mundshme të ndërmarrjeve ekzistuese të jenë të ndjeshme. Nga ana tjetër hyrja bëhet më e vështirë, kur ndërmarrjet ekzistuese janë të afta të mbrojnë pjesët e tyre të tregut duke ofruar marrëveshje afat gjata ose ulje të çmimeve ndaj atyre klientëve që hyrësi përpiqet t'i përftojë. Rreziku i lartë dhe kostot e dështimit të hyrjes zvogëlojnë mundësitë e hyrjes. Kostot e dështimit të hyrjes do të jenë më të larta, sa më i lartë të jetë niveli i kostove të pakthyeshme që shoqërojnë hyrjen në treg.

57. Hyrësit potencialë mund të ndeshin pengesa në hyrje të cilat përcaktojnë riskun dhe kostot e hyrjes dhe kanë ndikim mbi përfitueshmërinë e hyrjes. Pengesat e hyrjes specifikohen si veçori të tregut, të cilat i japin përparësi ndërmarrjeve ekzistuese ndaj konkurrentëve potencialë. Kur pengesat e hyrjes janë të vogla, atëherë palët pjesëmarrëse në përqendrim kanë më tepër mundësi të kufizohen nga hyrësit. Nga ana tjetër, kur pengesat e hyrjes janë të larta, atëherë rritjet e çmimeve nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim nuk kufizohen ndjeshëm nga hyrja në treg.

58. Pengesat e hyrjes në treg mund të marrin forma të ndryshme :

c) Pengesat ligjore përkufizojnë situatat ku pengesat rregullatorë kufizojnë numrin e pjesëmarrësve në treg, p.sh, duke kufizuar numrin e licencave etj. Këtu futen edhe pengesat tarifore dhe jo tarifore tregtare.

d) Ndërmarrjet e mëparshme në treg mund të kenë përparësi teknike të tilla si: hyrje preferenciale për lehtësira themelore, burimet natyrale, shpikjet, për veprimtaritë e Kërkim & Zhvillimit, ose të së drejtës të pronësisë intelektuale, të cilat vështirësojnë çdo firmë për të konkurruar me sukses. P.sh në disa industri mund të jetë e vështirë të përftosh materialet e lëndëve të para kryesore ose patentat që mbrojnë produktet dhe proceset. Faktorë të tjerë, si ekonomitë e shkallës dhe qëllimit, rrjetet e shpërndarjes dhe të shitjes, e drejta e hyrjes për teknologji të rëndësishme përbëjnë pengesa për hyrjen në treg.

ç) Pengesat në hyrje vijnë edhe si rezultat i pozicionit në treg të ndërmarrjes ekzistuese. Kjo e bën më të vështirë hyrjen në një industri të veçantë mbasi eksperienca, apo reputacioni shihen si domosdoshmëri për të konkurruar me efektivitet dhe të dyja së bashku janë të vështira për tu zotëruar nga një hyrës në treg. Faktorë të tillë si besnikëria konsumatore për një markë të veçantë, afërsia e marrëdhënies ndërmjet ofruesit dhe klientit, rëndësia e promovimit ose reklamat, apo përparësi të tjera lidhur me reputacionin duhet të mbahen parasysh në këtë kontekst. Pengesat në hyrje përkufizojnë situatat ku ndërmarrjet e mëparshme në treg janë të angazhuara për të

ndërtuar një kapacitet shumë më të madh, ose kur kostot e përballuara nga klientët në këmbim të një ofruesi të ri pengojnë hyrjen në treg.

59. Në zhvillimin e pritshëm të tregut, duhet të merret në konsideratë edhe vlerësimi i hyrjes nëse ajo është apo jo e leverdishme. Hyrja ka më shumë mundësi të sjellë përfitim në një treg që pritet të zhvillohet në të ardhmen, se sa në një treg që ka arritur pjekurinë ose që pritet të ketë rënie. Ekonomitë e shkallës ose efektet e rrjetit e bëjnë hyrjen të pa leverdishme, përveçse rasteve kur hyrësi mund të përfitojë një pjesë tregu shumë të madhe.

60. Hyrja mundësohet veçanërisht në qoftë se ofruesit në tregje të tjera zotërojnë linja prodhimi që mund të përdoren për të hyrë në tregun në fjalë, duke zvogëluar në këtë mënyrë kostot e pakthyeshme për hyrjen. Sa më vogël të jetë diferenca në përfitueshmërinë ndërmjet hyrjes dhe mos hyrjes përpara një përqendrimi, aq më e mundshme është rishpërndarja e linjave të prodhimit.

Afate kohore të papërcaktuara për hyrjen

61. Autoriteti shqyrton nëse hyrja do të jetë e mjaftueshme dhe e qëndrueshme për të frenuar ose eliminuar ushtrimin e fuqisë së tregut. Se çfarë përbën një periudhë kohore e përshtatshme për hyrjen do të varet nga karakteristikat dhe dinamikat e tregut si dhe aftësitë specifike të hyrësve potencialë. Sidoqoftë, hyrja konsiderohet normalisht në kohë nëse ndodh brenda dy vjetëve.

Mjaftueshmëria

62. Hyrja duhet të jetë e një qëllimi dhe madhësie të mjaftueshme për të frenuar dhe ndaluar efektet anti konkurruese të një përqendrimi. Hyrja në shkallë të vogël në disa tregje qoshe (“niche” nuk mund të konsiderohet e mjaftueshme.

VII. Eficiencat

63. Korporatat e organizuara në formën e përqendrimeve mund të jenë në të njëjtën linjë me kërkesat e konkurrencës dinamike dhe janë të afta të rrisin konkurrueshmërinë në industri, duke përmirësuar kushtet e zhvillimit dhe duke rritur standardet e jetesës në treg. Ekziston mundësia që eficiensat që sjell një përqendrim, të shkaktojnë kundërveprim dhe pasoja në konkurrencë dhe në veçanti dëmtimin e mundshëm të konsumatorëve.

Nisur nga qëllimi që të vlerësojmë nëse një përqendrim pengon ndjeshëm konkurrencën efektive, në veçanti nëpërmjet krijimit apo forcimit të pozicionit dominues, brenda kuptimit të nenit 13 të Ligjit, Komisioni bazuar në analizën e kryer nga Sekretariati, bën një vlerësim të përgjithshëm të përqendrimit. Në kryerjen e këtij vlerësimi, Komisioni merr në konsideratë faktorët e përmendur në këtë nen, duke përfshirë zhvillimin teknik dhe progresin ekonomik, me kusht që ky zhvillim krijon përparësi për konsumatorët dhe nuk përbën pengesa për konkurrencën.

64. Komisioni, në vlerësimin e përgjithshëm të një përqendrimi merr në konsideratë çdo pretendim të rëndësishëm të bazuar mbi eficiencën. Ai mund të vendosë se si pasojë e eficiencave që shkakton një përqendrim, nuk ka arsye për ta deklaruar atë në papajtueshmëri me dispozitat e Ligjit. Ky do të jetë rasti kur Komisioni mbi bazën e evidencave të mjaftueshme që zotëron, si dhe analizës së bërë nga Sekretariati, është i aftë të arrijë në përfundimin se eficiencat e krijuara nga përqendrimi rrisin aftësinë dhe nxitjen e njësisë së përqendruar për të vepruar pro konkurrencës në përfitim të konsumatorëve, duke balancuar efekteve anti konkurruese që mund të shkaktonte ai përqendrim.

65. Që Komisioni të marrë në konsideratë pretendimet e eficiensës, gjatë vlerësimit të përgjithshëm të përqendrimit dhe që të jetë i aftë për të arritur në një përfundim, se si pasojë e eficiencave nuk ka arsye për ta deklaruar përqendrimin në papajtueshmëri me tregun, duhet që këto eficienca të përmbushin kushtet kumulative të mëposhtme:

i. të sjellin përfitime për konsumatorët, dhe

ii. të jenë specifike; dhe

iii. të jenë të verifikueshme.

Përfitimi për konsumatorët

66. Referenca përkatëse në vlerësimin e pretendimeve të eficiensave është se si rezultat i përqendrimit, konsumatorët nuk do të përkeqësohen. Për këtë qëllim, eficiencat duhet të jenë të ndjeshme edhe në kohë e duhur, dhe në parim, duhet të sjellim përfitim për konsumatorët edhe në ato tregje përkatëse ku problemet e konkurrencës ndodhin ndryshe.

67. Përqendrimet mund të sjellin forma të ndryshme të përfitimeve të eficiensës, që të çojnë në çmime më të ulta ose në përfitime të tjera për konsumatorët. P.sh. ulje të kostove të prodhimit ose shpërndarjes, mund t'i krijojnë njësisë së përqendruar aftësi dhe nxitje për të vendosur çmime më të ulura pas përqendrimit. Përveç nevojës për të vlerësuar nëse eficiencat të çojnë në përfitime neto (të pastra) për konsumatorët, duhen vlerësuar edhe eficiencat e kostove që sjellin uljen e kostos variabël dhe asaj marxhinale, të cilat janë më të përshtatshme për vlerësimin e eficiensave se sa reduktimet në kostot fikse. Në parim, kostot variabël dhe marginale kanë më tepër mundësi të sjellin çmime më të ulta për konsumatorët.

68. Konsumatorët mund të përfitojnë nga produkte apo shërbime të reja apo të përmirësuara, p.sh ato që rezultojnë nga përfitimet eficiente në fushën e kërkim&zhvillimit dhe shpikjeve. Një kompani e përbashkët e krijuar me qëllim që të zhvillojë një produkti të ri, mund të sjellë këto lloj eficiencash të cilat duhet të merren në konsideratë gjatë vlerësimit.

69. Në kontekstin e efekteve të koordinuara, eficiencat mund të rrisin nxitjen e njësisë së përqendruar për të rritur prodhimin dhe ulur çmimet dhe në këtë mënyrë ulet edhe nxitja për të koordinuar sjelljen e vet me ndërmarrjet e tjera në treg. Eficiencat sjellin uljen e riskut të efekteve të koordinuara në tregun përkatës.

70. Në përgjithësi, sa më vonë që pritet të materializohen eficiencat në të ardhmen, aq më pak rëndësi do u japi atyre Autoriteti. Kjo nënkupton që eficiencat vlerësohen në kohë, me qëllim që të konsiderohen si një faktor kundërveprues.

71. Nxitja nga ana e njësisë së përqendruar që përfitimet e eficiencës t'i kalojë tek konsumatorët, shpesh lidhet me ekzistencën e presionit konkurrues nga ndërmarrjet e mbetura në treg dhe nga hyrja potenciale. Sa më të mëdha të jenë efekteve negative të mundshme në konkurrencën e tregut përkatës, aq më tepër Komisioni duhet të jetë i sigurte që eficiencat e pretenduara janë thelbësore, të mundshme për tu realizuar dhe për të kaluar në një masë të mjaftueshme tek konsumatorët. Është e pamundur që një përqendrim që çon në një pozicion tregu, që i përafrohet atij të një monopoli ose që çon në një nivel të ngjashëm të fuqisë së tregut, të mund të deklarohet nga Komisioni në pajtueshmëri me Ligjin, bazuar mbi arsyetimin që përfitimet e eficiensave janë të mjaftueshme për kundërveprimin e efekteve anti konkurruese të mundshme.

E veçanta e përqendrimit

72. Eficiensat janë të përshtatshme për vlerësimin e konkurrencës, nëse ato janë një pasojë e drejtpërdrejtë e një përqendrimi të njoftuar dhe që nuk mund të arrihen në një masë të ngjashme nga alternativat më pak anti konkurruese. Në këto rrethana, gjykohet që eficiensat janë shkaktuar nga përqendrimi dhe për pasojë janë specifike nga ky përqendrim. Për këtë arsye, palët që bashkohen apo përftojnë kontrollin duhet të sigurojnë në kohë të gjithë informacionin përkatës, të nevojshëm, për të treguar që nuk ka asnjë alternativë më pak anti konkurruese, reale dhe të arritshme të natyrës jo përqendrues. (p.sh marrëveshjet e licencës apo ndërmarrje e përbashkët bashkëpunuese, ose përqendrim i strukturuar ndryshe) se përqendrimi i njoftuar, i cili mbron eficiencat e pretenduara. Komisioni, në vlerësimin e përgjithshëm të përqendrimit, vlerëson vetëm alternativat që janë praktikisht të arsyetuara në një situatë ekonomike, të cilat përballohen nga palët pjesëmarrëse në përqendrim, në lidhje me forcimin e praktikave të veprimtarisë ekonomike në industrinë në fjalë.

Verifikueshmëria e eficiesave

73. Eficiensat duhet të jenë të verifikueshme në mënyrë që Komisioni të jetë i sigurt që ato do të materializohen dhe do të jenë të mjaftueshme për të balancuar dëmtimet e

mundshme që përqendrimi mund të sjellë tek konsumatorët. Sa më të sakta dhe bindëse të jenë pretendimet për eficiensat, aq më mirë Komisioni do ti vlerësojë ato. Atje ku është i mundshme, duhet të vlerësohen masa e eficiensave dhe përfitimet që rezultojnë për konsumatorët. Kur të dhënat e domosdoshme nuk janë të mjaftueshme që të lejojnë kryerjen e një analize sasiore të saktë, duhet të jetë e mundshme që të parashikohet një identifikim i qartë i ndikimit pozitiv mbi konsumatorët, jo vetëm ai marginal. Në përgjithësi, sa më e largët të jetë koha e fillimit të vlerësimit të ndikimit të eficiensave për të ardhmen, aq më e vogël është mundësia që Komisioni të jetë i aftë të përcaktojë eficencat aktuale.

74. Pjesa më e madhe e informacioneve, e zotëruar nga palët pjesëmarrëse në përqendrim duhet të vihet në dispozicion të Autoritetit në mënyrë që ta mundësojë atë të sqarojë dhe të vlerësojë nëse ky përqendrimi do të sjellë këto lloj eficiencash. Edhe ndërmarrjet ekzistuese kanë detyrimin për të siguruar në kohën e duhur të gjithë informacionin e përshtatshëm të nevojshëm, për të treguar që eficiensat e pretenduara janë specifike të përqendrimit dhe të mundshme për tu realizuar. Në mënyrë të ngjashme, edhe palët njoftuese, duhet të tregojnë së në ç'masë eficiensat janë të mundshme për të kundërvepruar ndaj çdo efekti anti konkurrues që rezulton nga një përqendrim, si dhe për përfitimet e konsumatorëve.

75. Evidencat përkatëse për vlerësimin e pretendimeve të eficiensave përfshijnë në veçanti, dokumente të brendshme që ishin përdorur nga manaxhimi për të vendosur mbi një përqendrim, deklarata të menaxhimit për pronarët dhe tregjet financiare në lidhje me efiencat e pritura, shembuj historike të eficiensave dhe të përfitimeve të konsumatorëve, studime të ekspertëve para përqendrimit mbi llojet dhe madhësitë e fitimeve të eficiensës dhe masën për të cilën konsumatorët kanë mundësi të përfitojnë.

VIII. Ndërmarrjet në prag falimentimi

76. Komisioni do të vlerësojë që një përqendrim problematik është në përputhje me tregun, kur një nga palët pjesëmarrëse në përqendrim është një ndërmarrje në prag të falimentimit. Komisioni i konsideron si shumë të rëndësishme kriteret që përcaktohen në nenin 13, pika 2 e ligjit në këtë rast. Kërkesa bazë është që keqësimi i strukturës së konkurrencës që ndjek përqendrimin nuk mund të cilësohet si i shkaktuar nga përqendrimi. Kjo thuhet atëherë kur struktura konkurruese e tregut do të keqësohet të paktën në të njëjtën masë në mungesë të përqendrimit.

UDHËZIM [100]

"PËR VLERËSIMIN E PËRQENDRIMEVE JO HORIZONTALE DHE KONGLOMERATE"

I. Hyrje

1. Autoriteti i Konkurrencës vlerëson të gjitha ato përqendrime që janë në përputhje me qëllimin e Ligjit Nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës (këtu e në vazhdim ligji) dhe të Rregullores "Për zbatimin e procedurave të përqendrimeve ndërmjet ndërmarrjeve". Në këtë kontekst, Autoriteti vlerëson nëse një përqendrim pengon ndjeshëm ose jo konkurrencën efektive, në veçanti si rezultat i krijimit ose forcimit të një pozicioni dominant, në tregun e brendshëm ose në një pjesë të ndjeshme të tij.

2. Qëllimi i këtij udhëzimi është të shpjegojë se si Autoriteti vlerëson një përqendrim, në rastet kur ndërmarrjet pjesëmarrëse janë aktive në tregje përkatëse të ndryshme. Në këtë udhëzim këto përqendrime do të quhen "përqendrime jo horizontale".

3. Dallojmë dy lloje të përqendrimeve jo horizontale:

a) përqendrime vertikale, dhe

b) përqendrime konglomerat.

4. Përqendrime vertikale janë ato përqendrime ku ndërmarrjet pjesëmarrëse në të, ushtrojnë veprimtari në nivele të ndryshme të zinxhirit të produktit. P.sh kur një prodhues i një produkti (në tregjet e rrjedhës së sipërme) bashkohet me një nga shpërndarësit e tij (që ndodhet në tregun e rrjedhës së poshtme).

5. Përqendrimet konglomerate ndodhin kur ndërmarrjet që marrin pjesë në përqendrim nuk kanë as marrëdhënie horizontale (si konkurrentë në të njëjtin treg përkatës) dhe as vertikale (si prodhues edhe klientë). Në këtë udhëzim, theksi do të vihet mbi ato përqendrime ndërmjet ndërmarrjeve pjesëmarrëse, të cilat ushtrojnë veprimtari në tregje të lidhura ngushtësisht me tregjet përkatës, si p.sh përqendrimi që përfshin prodhuesit e produkteve plotësuese ose të produkteve të së njëjtës linjë.

6. Shpjegimet e përgjithshme të dhëna në "Udhëzimin mbi përqendrimet horizontale" mundet të aplikohet gjithashtu për përqendrimet jo-horizontale. Qëllimi i këtij udhëzimi, është të përqendrohet mbi çështjet e konkurrencës që janë të përshtatshme në rastet e përqendrimeve jo horizontale. Si rezultat, ky udhëzim do t'i vijë në ndihmë Autoritetit për vlerësimin e pjesëve të tregut dhe të kufirit të xhiros në rastet e përqendrimeve.

7. Në praktikë, përqendrimet shkaktojnë efekte horizontale dhe jo horizontale. Ky mund të jetë rasti, kur ndërmarrjet pjesëmarrëse në një përqendrim nuk kanë një marrëdhënie vetëm vertikale apo konglomerate, por janë edhe konkurrentë aktualë ose potencialë të njëri-tjetrit, në një ose më shumë tregje përkatëse në fjalë. Në raste të tilla, Autoriteti vlerëson efektet horizontale, vertikale dhe/ose konglomerate në përputhje me përcaktimet që shtjellohen në këtë udhëzues.

II. TË PËRGJITHSHME

8. Konkurrenca efektive sjell përfitime për konsumatorët, të tilla si: ulje të çmimeve, cilësi më të lartë të produkteve, mundësi më të mëdha zgjedhjeje dhe të shpikjeve. Nëpërmjet kontrollit të përqendrimeve, Komisioni i Konkurrencës ndalon ato përqendrime që krijojnë ose forcojnë në mënyrë të ndjeshme fuqinë e tregut të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në to, duke i privuar konsumatorët nga këto përfitime. Me "*rritje të fuqisë së tregut*" nënkuptohet aftësia e një ose më shumë ndërmarrjeve, për të përfituar nga rritja e çmimeve, ulja e prodhimit, ulja e mundësive së zgjedhjes, ulja e cilësisë së mallrave dhe shërbimeve, zvogëlimi i shpikjeve apo ndikime negative mbi parametrat e konkurrencës.

---

[100] Udhëzues mbi vlerësimin e përqendrimeve jo-horizontale sipas rregullores së Këshillit mbi kontrollin e përqendrimeve (2008/C 265/07)

9. Përqendrimet jo-horizontale në përgjithësi, kanë më pak mundësi për të kufizuar ndjeshëm konkurrencën efektive sesa përqendrimet horizontale:

a) Së pari, ndryshe nga përqendrimet horizontale, përqendrimet vertikale dhe konglomerate nuk shkaktojnë humbjen e konkurrencës direkt ndërmjet ndërmarrjeve pjesëmarrëse në një përqendrim që veprojnë në të njëjtin treg përkatës. Si rezultat, në përqendrimet vertikale dhe konglomerate burimi kryesor i efekteve anti-konkurruese në krahasim me përqendrimet horizontale mungon.

b) Së dyti, përqendrimet vertikale dhe konglomerate sigurojnë mundësi reale për eficensat. Një karakteristikë e përqendrimeve vertikale dhe atyre konglomerate është që veprimtaritë ekonomike dhe/ose produktet e ndërmarrjeve pjesëmarrëse, janë plotësuese të njëra-tjetrës.

Integrimi i veprimtarive ekonomike ose produkteve plotësuese brenda një ndërmarrjeje të vetme, mund të shkaktojë eficenca të ndjeshme dhe të ketë efekte pro-konkurruese. Në këtë kontekst, në një marrëdhënie vertikale, si rezultat i produkteve plotësuese, një zbritje në rritjen e çmimeve në tregun e rrjedhës së poshtme do të çonte në rritjen e kërkesës në tregun e rrjedhës së sipërme. Një pjesë e përfitimeve të kësaj rritje të kërkesës, do të shkojë tek ofruesit në tregun e rrjedhës së sipërme. Ndërmarrja e integruar duhet t'i marrë parasysh këto përfitime. Në këtë mënyrë integrimi vertikal, ndikon në nxitjen për të kërkuar ulje të çmimeve dhe rritje të prodhimit sepse ndërmarrja e integruar mund të sigurojë një pjesë më të madhe të përfitimeve. Në mënyrë të ngjashme, përpjekje të tjera për të rritur shitjet në një nivel, (p.sh përmirësimi i shërbimeve ose synimi drejt shpikjeve) mund të sigurojë një shpërblim më të madh për një ndërmarrje të integruar, sesa do të ishin përfitimet që shtohen në nivele të tjera.

10. Integrimi mund të çojë në uljen e kostove të transaksionit dhe lejon një koordinim më të mirë për sa i përket dizenjimit të produkteve, organizimit të proceseve të prodhimit dhe mënyrave të përdorura të shitjes së produkteve. Po kështu, përqendrime të cilat përfshijnë produkte të së njëjtës linjë dhe që në përgjithësi ju shiten të njëjtit grup klientësh (pavarësisht nëse këto janë ose jo produkte plotësuese) mund të sjellin përfitime të menjëhershme (one stop shopping) për klientët.

11. Në rrethana të caktuara, përqendrimet jo-horizontale mund të kufizojnë ndjeshëm konkurrencën efektive, në veçanti nga krijimi apo forcimi i pozitës dominuese. Kjo është e rëndësishme sepse, një përqendrim jo-horizontal i tillë, mund të ndryshojë aftësinë dhe nxitjen për të konkurruar nga ana e ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim dhe konkurrentëve të tyre, duke u shkaktuar dëm konsumatorëve.

12. Në kuadrin e të drejtës së konkurrencës, nocioni "*konsumator*" përfshin si konsumatorët e ndërmjetëm dhe ata finalë. Kur klientët e ndërmjetëm janë konkurrentë aktualë ose potencialë të palëve në një përqendrim, Autoriteti në analizën e tij e përqendron vëmendjen mbi efektet që shkaktohen pas përqendrimit ndaj dy kategorive: a) klientëve të njësisë së përqendruar dhe b) atyre konkurrentëve që shesin produktet e tyre. Si pasojë, fakti që një përqendrim prek konkurrentët, në vetvete nuk përbën ndonjë problem, mbasi thelbi i problemit është ndikimi mbi konkurrencën efektive dhe jo thjesht ndikimi mbi konkurrentët në disa nivele të zinxhirit të ofertës. Në veçanti, fakti që konkurrentët mund të dëmtohen nga një përqendrim që krijon eficienca, nuk do të thotë që ai në vetvete shkakton probleme për konkurrencën.

13. Janë dy mënyra kryesore në të cilat përqendrimet jo-horizontale mund të pengojnë në mënyrë domethënëse konkurrencën efektive:

a) efektet jo të koordinuara, dhe

b) efektet e koordinuara.

14. Efektet jo të koordinuara kryesisht mund të ekzistojnë kur përqendrimet jo-horizontale shkaktojnë një përjashtim nga tregu. Në këtë udhëzim, nocioni "*përjashtim i treguť*" do të përdoret për të përshkruar të gjitha rastet ku hyrja e konkurrentëve aktualë ose potencialë për të ofruar ose tregtuar produkte, dëmtohet ose kufizohet si rezultat i përqendrimit dhe në këtë mënyrë zvogëlohet aftësia e ndërmarrjes dhe/ose nxitja e saj për të konkurruar. Si rezultat i një përjashtimi të tillë ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim, por edhe disa nga konkurrentët e saj kanë shumë mundësi të përfitojnë nga rritja e çmimit në kurriz të

konsumatorëve. Këto raste shkaktojnë pengesa të ndjeshme për konkurrencën efektive të cilat që këtu e më poshtë do të konsiderohen si "*përjashtime anti konkurruese"*.

15. Efektet e koordinuara shkaktohen nëse një përqendrim ndryshon natyrën e konkurrencës në një mënyrë të tillë, që ndërmarrjet të cilat më parë nuk koordinonin sjelljet e tyre, tashmë kanë më shumë mundësi të koordinojnë në mënyrë të dukshme veprimet e tyre lidhur me rritjen e çmimeve ose e thënë ndryshe dëmton konkurrencën efektive. Një përqendrim mundet gjithashtu ta bëjë koordinimin më të lehtë, më të qëndrueshëm dhe më efektiv për ndërmarrjet të cilat kishin koordinuar sjelljet e tyre para përqendrimit.

16. Në vlerësimin e efekteve të konkurrencës në një përqendrim, Autoriteti krahason kushtet e konkurrencës që mund të rezultojnë nga përqendrimi i njoftuar, me kushtet që mbizotëronin para realizimit të përqendrimit. Në shumicën e rasteve, kushtet e konkurrencës që ekzistojnë në kohën e përqendrimit, përbëjnë një krahasim të përshtatshëm për vlerësimin e efekteve të përqendrimit. Megjithatë, në disa rrethana të caktuara, Autoriteti merr parasysh ndryshimet e ardhshme të tregut që mund të parashikohen në mënyrë të arsyeshme. Në veçanti, për të kryer një krahasim të përshtatshëm mund të marrë në konsideratë faktin e mundësisë së hyrjes ose të daljes nga tregu të ndërmarrjeve nëse përqendrimi nuk është realizuar deri në atë moment. Gjithashtu, Autoriteti mund të marrë në konsideratë ndryshime të ardhshme të tregut, që rezultojnë nga ndryshimet e pa shmangshme rregullatorë.

17. Në vlerësimin e tij, Autoriteti vlerëson si efektet e mundshme anti-konkurruese edhe ato pro konkurruese që rrjedhin nga eficencat e provuara të përfituara nga konsumatorët. Autoriteti shqyrton hallkat e ndryshme të shkaqeve dhe efekteve për tu siguruar se cilat nga këto janë më të mundshme. Sa më shpejt dhe direkt të jenë perceptuar efektet anti-konkurruese të një përqendrimi, aq më të mundur e ka Autoriteti zgjidhjen e problemeve të konkurrencës. Gjithashtu, sa më të menjëhershme dhe direkt të perceptohen efektet pro-konkurruese të një përqendrimi, aq më të mundur e ka Autoriteti të zbulojë se në çfarë mase kundërveprojnë ndaj ndonjë efekti anti-konkurrues.

18. Udhëzimi përfshin skenarët kryesorë të dëmtimeve të konkurrencës dhe burimeve të eficencës në kuadrin e përqendrimeve vertikale dhe të përqendrimeve konglomerat.

III. PJESËT E TREGUT DHE NIVELET E PËRQENDRIMIT

19. Përqendrimet jo-horizontale nuk përbëjnë një kërcënim për konkurrencën efektive, vetëm nëse njësia e përqendruar ka një shkallë të konsiderueshme të fuqisë në treg në të paktën një nga tregjet përkatëse, por kjo nuk do të thotë se njësia e përqendruar duhet të ketë pozitë dominuese. Autoriteti i Konkurrencës do ti analizojë këtë çështje në fazën e procedurës paraprake për të vlerësuar ndikimin e këtij përqendrimi në nivelin e konkurrencës.

20. Pjesët e tregut dhe nivelet e përqendrimit sigurojnë treguesit e parë të nevojshëm të fuqisë së tregut dhe rëndësisë së konkurrencës si të palëve pjesëmarrëse në përqendrim ashtu edhe të konkurrentëve të tyre.

21. Autoriteti e ka të pamundur të zbulojë probleme në përqendrimet jo-horizontale, qofshin këto efekte koordinuese apo jo koordinuese, ku pjesët e tregut të hyrësve të rinj të pas përqendrimit në secilin nga tregjet në fjalë, është nën 25% dhe HHI pas përqendrimit është nën 1800.

22. Në praktikë, Autoriteti nuk do të hetojë përqendrime të tilla, përveç në rastet p.sh kur një ose shumë nga faktorët e mëposhtëm janë të pranishëm:

a. Një përqendrim përfshin një ndërmarrje që mund të zgjerohet në mënyrë domethënëse në të ardhmen e afërt, p.sh për arsye të një shpikjeje të kohëve të fundit;

b. Ekziston një kryqëzim domethënës në treg ndërmjet aksionarëve ose bordeve drejtuese të ndërmarrjeve pjesëmarrëse;

c. Një nga ndërmarrjet përqendrues është një ndërmarrje e cila ka një mundësinë e madhe që të përçajë koordinimin e sjelljes;

d. Ekzistojnë tregues të koordinimit të sjelljes në të kaluarën ose ato janë aktualë, ose të praktikave të lehtësimit të sjelljes në treg për palët pjesëmarrëse.

Autoriteti do të përdorë pjesën e tregut dhe pragun e indeksit HHI të trajtuara më sipër, si tregues fillestar të mungesës së problemeve që lidhen me konkurrencën. Megjithatë, këto elementë nuk lënë vend për një prezumim ligjor.

Autoriteti vlerëson se pjesët aktuale të tregut dhe niveli i përqendrimit të shprehura më sipër janë të pamjaftueshme për të gjykuar në lidhje me probleme të konkurrencës. Gjithashtu Autoriteti vlerëson se edhe ekzistenca e një shkalle të ndjeshme të fuqisë së tregut në të paktën një nga tregjet përkatëse, është një kusht i domosdoshëm për dëmtimin e konkurrencës por ky nuk është një kusht i mjaftueshëm .

IV. PËRQENDRIMET VERTIKALE

23. Ky seksion paraqet kuadrin analitik në lidhje me përqendrimet vertikale. Në analizën do të merren në konsideratë si efektet e mundshme anti konkurruese që rrjedhin nga përqendrimet vertikale, ashtu edhe efektet e mundshme pro- konkurruese që rrjedhin nga eficencat të provuara nga palët.

A. Efektet e pa koordinuara: Përjashtimi

24. Një përqendrim mendohet të çojë në përjashtim, nëse hyrja e konkurrentëve potencialë apo aktualë për ofertat apo tregjet është penguar apo eliminuar si rezultat i këtij përqendrimi, duke zvogëluar aftësinë dhe/ose nxitjen e këtyre ndërmarrjeve për të konkurruar. Një përjashtim i tillë mund të pengojë hyrjen ose zgjerimin e konkurrentëve ose të pengojë daljen e tyre nga tregu.

Përjashtimi mund të paraqitet edhe kur konkurrentët e përjashtuar nuk janë detyruar të dalin nga tregu: Kur konkurrentët janë në dis-avantazh, kjo çon në një konkurrim më pak efektiv. Një përjashtim i tillë shikohet si jo konkurrues n.q.s ndërmarrjet e përqendruara –dhe mundësisht disa nga konkurrentët gjithashtu- janë të afta të përfitojnë nga rritja e çmimeve në kurriz të konsumatorëve.

25. Mund të dallojmë dy forma përjashtimi.

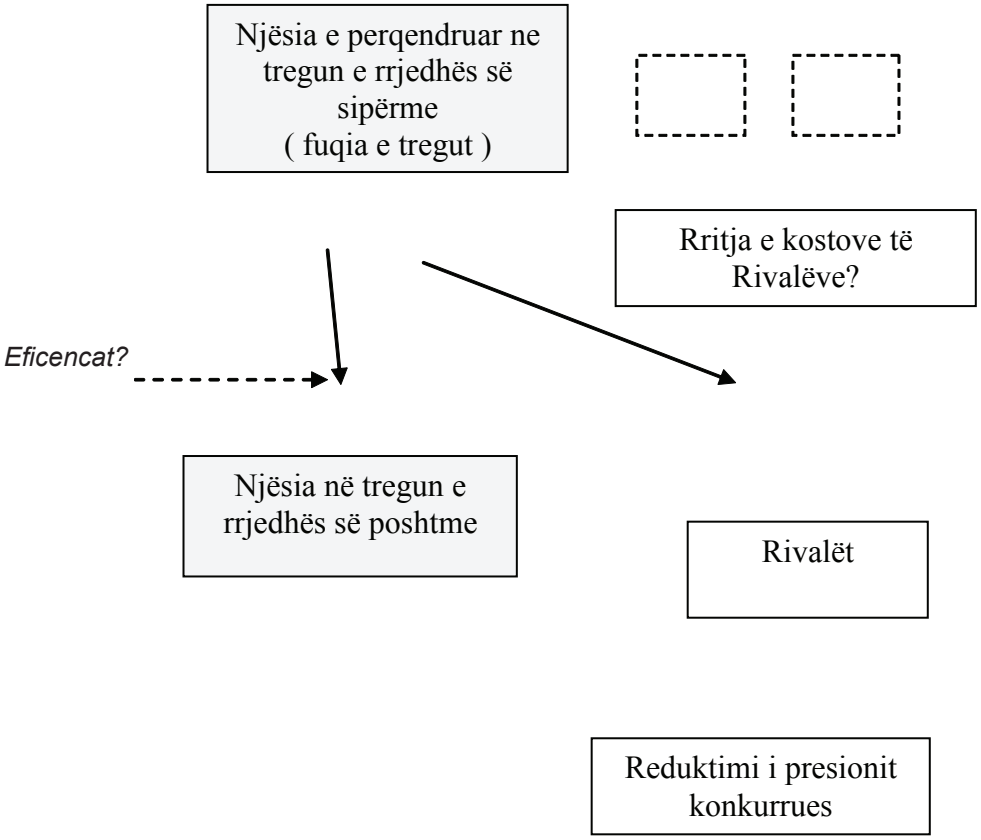
a) E para është kur një përqendrim pritet të rrisë koston e konkurrentëve të tregut të rrjedhës së poshtme duke kufizuar hyrjen e tyre në tregun e një inputi të rëndësishëm. (Përjashtim i inputeve)

b) E dyta është kur një përqendrim pritet të përjashtojë konkurrentët në tregun e rrjedhës së sipërme duke kufizuar hyrjen e tyre në sigurimin e një numri të mjaftueshme klientësh. (*Përjashtim i klientëve*).

1. *PËRJASHTIMI I INPUTEVE*

26. Përjashtimi i inputeve arrihet nëse njësia e re pas përqendrimit, ka mundësi të kufizojë hyrjen për produktet ose shërbimet, duke rritur kostot e konkurrentëve në tregun e rrjedhës së poshtme dhe duke ja vështirësuar atyre sigurimin e ofertave të inputit në çmime dhe kushte të ngjashme të cilat do të ishin ofruar në mungesë të këtij përqendrimi. Në këtë situatë, njësia e përqendruar do të përfitojë nga rritja e çmimeve në kurriz të konsumatorëve, duke shkaktuar kështu një pengesë domethënëse të konkurrencës efektive. Pavarësisht nga kjo, nuk është e nevojshme që ndërmarrjet rivale të njësisë së përqendruar të jenë të detyruara të dalin nga tregu. Ky krahasim relevant bëhet në qoftë se kostot e rritura të inputit, do të shkaktojnë çmime më të larta për konsumatorët. Sidoqoftë, çdo efiçensë e rezultuar nga përqendrimi mund të drejtojë njësinë e përqendruar të ulë çmimet, duke bërë që ndikimi i mundshëm mbi konsumatorët të jetë neutral ose pozitiv. (Paraqitja grafike e këtij mekanizmi është paraqitur në figurën 1).

Figura 1. ***Përjashtimi i inputeve***



Efekte të përgjithshme mbi konsumatorin?

27. Në vlerësimin e një skenari të mundshëm anti-konkurrues të përjashtimit të inputeve, në një situatë post –përqendrimi, Autoriteti shqyrton:

a) Mundësinë e njësisë së përqendruar për të përjashtuar hyrjen në inpute,

b) nëse njësia ka nxitje për ta bërë këtë; dhe

c) nëse njësia ka një strategji përjashtimi me efekte të dëmshme në konkurrencë në tregun e rrjedhës së poshtme.

Në praktikë, këta faktorë shpesh shqyrtohen së bashku, përderisa ato veprojnë të ndërthurur.

A. Aftësia për të përjashtuar hyrjen në tregun e inputeve

28. Përjashtimi i inputeve mund të ndodhë në forma të ndryshme. Njësia e përqendruar mund të vendosë që të mos bashkëpunojë me konkurrentët e saj potencialë ose aktualë me të cilat është e lidhur në një marrëdhënie vertikale tregu. Ndërmarrja e përqendruar mund të vendosë të kufizojë ofertuesit/prodhuesit dhe/ose të rrisë çmimet në kurriz të konkurrentët ofertues dhe/ose krijojë kushte më pak favorizuese në tregun e ofertës nga ato që mund të ishin para se përqendrimi të ndodhte. Njësia e përqendruar mund të zgjedhë një alternativë teknologjie të veçantë brenda njësisë së re, e cila nuk është në pajtueshmëri me teknologjinë e zgjedhur nga ndërmarrjet rivale. Përjashtimi gjithashtu mund të shfaqet në forma më të stërholluara si p.sh si ulja e cilësisë të inputit të ofruar.

29. Përjashtimi i inputeve mund të sjellë probleme në konkurrencë vetëm nëse inputi në tregun e rrjedhës së sipërme ka një ndikim të rëndësishëm për produktin në tregun e rrjedhës së poshtme. Ky është rasti, për shembull, kur ky input përfaqëson një faktor domethënës të kostos mbi çmimin e produktit të rrjedhës së poshtme. Pavarësisht nga kostoja e tij, një input mund të bëhet mjaft i rëndësishëm për arsye të tjera. Për shembull, një input

mund të bëhet një komponent kritik, pa të cilin produkti i rrjedhës së poshtme nuk mund të prodhohet ose të shitet efektivisht në treg. Gjithashtu ai mund të përfaqësojë një burim të rëndësishëm të diferencimit të produktit për produktet e rrjedhës së poshtme. Kjo mund të ndodhë sepse kosto e këmbimit për inpute alternative është relativisht e lartë.

30. Që inputet e përjashtuara të krijojnë probleme, ndërmarrjet e integruara vertikalisht që rezultojnë nga përqendrimi, duhet të kenë një fuqi tregu domethënëse në tregun e rrjedhës së sipërme, e cila ndikon në mënyrë të ndjeshme në kushtet e konkurrencës në këtë nivel tregu dhe që reflektohet në çmimet dhe kushtet e ofertës në tregun e rrjedhës së poshtme.

31. Njësia e përqendruar mund të ketë aftësinë të përjashtojë konkurrentët në tregun e rrjedhës së poshtme, vetëm nëse zvogëlimi i hyrjes për produktet ose shërbimet e saj në rrjedhën e sipërme, ndikon negativisht në disponueshmërinë e inputeve në tregun e rrjedhës së poshtme për sa i përket çmimit ose cilësisë. Ky mund të jetë rasti kur ofruesit e mbetur në tregun e rrjedhës së sipërme (i) janë më pak eficentë; (ii) ofrojnë më pak alternativa të preferueshme; (iii), ju mungon mundësia për të zgjeruar outputin në përgjigje të kufizimit të ofertës, për shembull, për shkak ata duhet të përballojnë kufizime të ofertës ose përgjithësisht të përballjes me një normë kthimi të ulët të shkallës. Gjithashtu, prezenca e kontratave ekskluzive ndërmjet njësive të përqendruara dhe siguruesve të pavarur të inputeve, mund të kufizojë aftësinë e konkurrentëve të rrjedhës së poshtme që të kenë një akses të mjaftueshëm tek inputet në tregun e rrjedhës së sipërme.

32. Nëse në një treg të inputeve ku ka konkurrencë oligopolistike, vendimi i njësisë së përqendruar për të kufizuar hyrjen në inputet e veta shkakton reduktimin e presionit konkurrues mbi ofruesit e mbetur të inputeve dhe nga ana tjetër i lejon ata të rrisin çmimin e inputit në kurriz të konkurrentëve jo të integruar të rrjedhës së poshtme. Në thelb, përjashtimi i inputeve nga njësia e përqendruar mund t'i vendosë konkurrentët e vet të rrjedhës së poshtme, duke mos lejuar ofruesit të integrohen vertikalisht në të njëjtin raport me rritjen e fuqisë së tregut. Sa më e vogël të jetë masa e diferencimit të produktit ndërmjet njësisë së përqendruar dhe ofruesve të tjerë të rrjedhës së sipërme, aq më e madhe do jetë rritja e fuqisë së tregut për palët e treta dhe aq më e lartë do jetë shkalla e përqendrimit në rrjedhën e sipërme. Gjithsesi, tendenca për të ngritur çmimin e inputeve mund të dështojë nëse ofruesit e pavarur të inputeve përballen me një reduktim të kërkesës për produktet e tyre duke iu përgjigjur me çmime më shumë agresive (nga ndarja në rrjedhën e poshtme e njësisë të përqendruara ose nga ndërmarrjet e pavarura në rrjedhën e poshtme).

B. Nxitja për të përjashtuar hyrjen në tregun e inputeve

33. Nxitja për të përjashtuar varet se në çfarë shkalle ky përjashtim do të jetë fitimprurës. Ndërmarrjet e integruara vertikalisht duhet të marrin parasysh se si oferta e tyre e inputeve për konkurrentët e rrjedhës së poshtme do të ndikojë jo vetëm në përfitimet e ndarjes në rrjedhën e sipërme, por edhe në ndarjen në rrjedhën e poshtme. Njësia e përqendruar duhet të përballet me një kundërti ndërmjet: përfitimit të humbur në tregun e rrjedhës së sipërme, (për shkak të reduktimit të inputit që i shitet konkurrentëve aktualë ose potencialë) dhe përftimit të fituar në terma afat shkurtra ose afat gjata, (nga zgjerimi i shitjeve në rrjedhën e poshtme ose sipas rastit, kur ata janë të aftë të ngrenë çmimet për konsumatorët).

34. Ky raport (*Trade-off*) varet nga niveli i përftimit që njësia e përqendruar siguron në rrjedhën e sipërme dhe të poshtme. Sa më i vogël të jetë marzhi në rrjedhën e sipërme, aq më e vogël do jetë humbja nga kufizimi i shitjes së inputeve. Anasjelltas, sa më i lartë të jetë marzhi në rrjedhën e poshtme, aq më i lartë është përftimi i fituar nga rritja e pjesës së tregut në rrjedhën e poshtme nga shpenzimet e konkurrentëve të përjashtuar.

35. Nxitja e ndërmarrjeve të integruara për të rritur më tepër koston e konkurrentëve, varet nga masa në të cilën kërkesa në rrjedhën e poshtme ka mundësi të devijohet me tej nga konkurrentët e përjashtuar. Sa më i lartë të jetë ky raport, aq më i vogël të jetë mundësia e kufizimeve nga njësia e përqendruar për përjashtimin e produkteve të konkurrentëve në rrjedhën e poshtme për më shumë produkte të njësisë së përqendruar dhe të konkurrentëve të përjashtuar që janë plotësues të afërt. Efekti mbi kërkesën në tregun e rrjedhës së poshtme do të jetë më i lartë nëse inputet e prekura përfaqësojnë një pjesë domethënëse të

kostos së konkurrentëve në tregun e rrjedhës së poshtme ose nëse këto inpute të prekura përfaqësojnë një përbërës kritik të produktit të rrjedhës së poshtme.

36. Nxitja për të përjashtuar konkurrentët aktualë ose potencialë mund të varet gjithashtu në varësi të shtrirjes në të cilën ndarja e rrjedhës së poshtme e ndërmarrjeve të integruara pritet të përfitojë nga nivelet e larta të çmimeve në rrjedhën e poshtme, si rezultat i strategjisë së përdorur për të rritur koston e konkurrentëve. Sa më të larta të jenë pjesët e tregut të njësisë së përqendruar në rrjedhën e poshtme, aq më e madhe do jetë baza e shitjeve mbi të cilat realizohet rritja e marzheve.

37. Një monopolist në rrjedhën e sipërme, që është i aftë të nxjerrë plotësisht të gjitha përfitimet e disponueshme në tregjet e lidhura vertikalisht, mund të mos ketë ndonjë nxitje për të përjashtuar konkurrentët që ndjekin një përqendrim vertikal. Aftësia për të nxjerrë përfitimet e disponueshme nga konsumatorët nuk ndiqet menjëherë nga një pjesë e madhe tregu. Gjetje të tilla mund të kërkojnë shumë analiza të plota të shtrëngimeve aktuale dhe të ardhshme sipas të cilit monopolisti vepron. Kur të gjithë përfitimet e disponueshme nuk mund të nxirren, një përqendrim vertikal- edhe kur përfshin një monopolist në rrjedhën e sipërme- mund t'i japë njësisë së përqendruar nxitjen për të rritur koston e konkurrentëve në rrjedhën e poshtme. Kështu ulen kufizimet e konkurrencës që shfaqen mbi njësinë e përqendruar në tregun e rrjedhës së poshtme.

38. Në vlerësimin e tij për nxitjet e pritshme të ndërmarrjeve të përqendruara, Autoriteti mund të marrë parasysh, strukturën zotëruese të njësisë së përqendruar, llojin e strategjive të adoptuara në treg në të shkuarën ose përmbajtja e dokumenteve strategjikë të tilla si planet e biznesit.

39. Nëse adoptimi i kursi të veçantë të sjelljes nga njësia e përqendruar, është një hap esencial për përjashtimin, Autoriteti shqyrton si nxitjet për të adoptuar sjellje të tilla, ashtu dhe faktorët përgjegjës, për uljen ose edhe eliminimin e këtyre nxitjeve, duke përfshirë edhe mundësinë që sjellja mund të jetë e papajtueshme me zbatimin dhe ligjin e konkurrencës në nivel kombëtar apo evropian. Në veçanti, Autoriteti do të marrë parasysh, mbi bazën e një analize përmbledhëse:

(i) mundësinë që kjo sjellje të ketë një karakter të qartë dhe mospërputhja me ligjin të jetë sa më e madhe;

(ii) mundësinë që kjo sjellje joligjore të mund të zbulohet, dhe

(iii) sanksionet që mund të vendosen për të.

C. Mundësia e ndikimit të përgjithshëm mbi konkurrencën efektive

40. Në përgjithësi, një përqendrim shkakton probleme në konkurrencë për shkak të përjashtimit të inputit ose kur ai mund të shkaktojë rritjen të çmimeve në tregun e rrjedhës së poshtme duke penguar në mënyrë domethënëse konkurrencën efektive.

a) Së pari, përjashtimi anti-konkurrues mund të ndodhë nëse një përqendrim vertikal u lejon palëve pjesëmarrëse në të që të rrisin koston e konkurrentëve në tregun e rrjedhës së poshtme duke i prirë nga një presion në rritje mbi çmimet e tyre të shitjes. Dëmi i ndjeshëm i konkurrencës efektive normalisht kërkon që ndërmarrjet e përjashtuara të luajnë një rol mjaft të rëndësishëm në procesin e konkurrencës, në tregun e rrjedhës së poshtme. Sa më i lartë të jetë raporti i konkurrentëve, të cilët do të përjashtohen nga tregu i rrjedhës së poshtme, aq më shumë pritet që përqendrimi të rezultojë në një rritje domethënëse të çmimeve në tregun e rrjedhës së poshtme dhe si pasojë, të pengojë konkurrencën efektive. Pavarësisht pjesës së vogël të tregut përkatës krahasuar me lojtarët e tjerë, një ndërmarrje e veçantë mund të luajë një rol konkurrues krahasuar me lojtarët e tjerë, mbasi ai është një konkurrent i afërt (plotësues) i ndërmarrjes të integruar vertikalisht, apo në mënyrë të veçantë ai është një konkurrent agresiv.

b) Së dyti, konkurrenca efektive mund të pengohet në mënyrë të ndjeshme nga ngritja e barrierave hyrëse për konkurrentët potencialë. Një përqendrim vertikal mund të përjashtojë konkurrencën potenciale në tregun e rrjedhës së poshtme, nëse njësia

e përqendruar nuk do të kishte mundësi për ofrimin e hyrësve potencialë ose kjo mundësi do të ishte shumë më e vogël në krahasim me situatën para përqendrimit. Mundësia që njësia e përqendruar të mbajë një strategji përjashtimi pas përqendrimit, mund të krijojë një efekt të fortë mbi hyrësit potencial. Konkurrenca efektive në tregun e rrjedhës së poshtme mund të pengohet në mënyrë të ndjeshme nga ngritja e barrierave në hyrje, në veçanti nëse inputi i përjashtuar mund të detyrojë konkurrentë potencialë të hyjnë në të dy nivelet, të rrjedhës së poshtme dhe të rrjedhës së sipërme me qëllim që të konkurrojnë efektivisht në secilin treg.

41. Nëse në tregun e rrjedhës së poshtme numri i konkurrentëve të mbetur është i mjaftueshëm për të krijuar besimin që kostot në këtë treg nuk pritet të ngrihen, (për shembull sepse ata vetë janë të integruar vertikalisht ose ata janë të aftë të këmbejnë inputet e tyre alternative), atëherë presioni konkurrues i ushtruar nga këto ndërmarrje mund të konsiderohet si një kufizim të mjaftueshëm ndaj njësisë së përqendruar, duke penguar çmimet e outputit të rriten mbi nivelet para përqendrimit.

42. Efekti mbi konkurrencën në tregun e rrjedhës së poshtme, duhet vlerësuar në prani të faktorëve kundërveprues të tillë si: prezenca e fuqisë blerëse ose mundësia që hyrjet në rrjedhën e sipërme mund të ruajnë konkurrencën efektive.

43. Efekti mbi konkurrencën në tregun e rrjedhës së poshtme duhet vlerësuar nga këndvështrimi i faktorëve kundër balancues të tillë si fuqia blerëse ose mundësia për të mbajtur konkurrencën efektive nga hyrësit në rrjedhën e sipërme. Autoriteti mund të vendosë që, si pasojë e eficencave që sjell përqendrimi, nuk ka vend për të deklaruar përqendrimin si të papajtueshëm me tregun përkatës. Ky është rasti kur Autoriteti është në pozicionin që të vendosë mbi bazën e të dhënave të mjaftueshme, që eficensat e gjeneruara nga përqendrimi, priten të rrisin aftësinë dhe nxitjen e njësive të përqendruara që të veprojnë në mënyrë pro-konkurruese për të mirën e konsumatorëve. Në këtë mënyrë kundërvepron mbi efektet e pafavorshme të konkurrencës që përqendrimi mund të sjellë.

44. Një përqendrim vertikal lejon njësinë e përqendruar të përmbajë në vetvete paraprakisht ndonjë rritje të dyfishtë të çmimeve, rezultat i vendosjes së çmimeve në mënyrë të pavarur nga palët pjesëmarrëse në situatën para përqendrimit. Duke u bazuar në kushtet e tregut, duke zvogëluar kombinimin e rritjes së çmimeve, (përkatësisht sipas situatës ku vendimet për çmimet në të dy nivelet nuk janë të njëjtën linjë) mund të lejohet që ndërmarrja e integruar vertikalisht të zhvillojë me përfitim outputin në tregjet e rrjedhës së poshtme.

45. Një përqendrim vertikal mund t'i lejojë palët që të koordinojnë më mirë procesin e prodhimit dhe shpërndarjes dhe të ruajnë koston e produkteve.

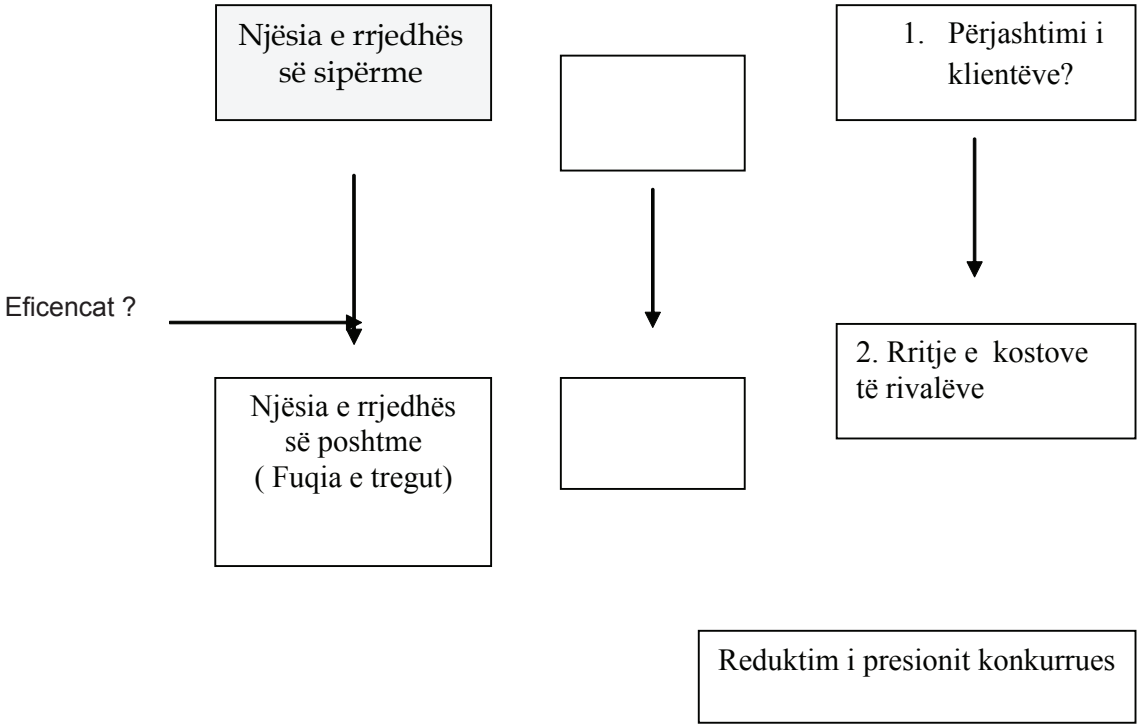
46. Më përgjithësisht, një përqendrim vertikal mund të drejtojë nxitjet e palëve për sa i përket investimeve në produkte të tjera, në proceset e reja prodhimi dhe në marketingun e produkteve. Për shembull, nëse krahasojmë sjelljen e një ndërmarrje shpërndarëse në rrjedhën e poshtme para dhe pas përqendrimit mund të themi se: ndërsa përpara përqendrimit, ndërmarrja mund të mos jetë e gatshme të investojë për reklama dhe për të informuar konsumatorin për cilësitë e produkteve të njësisë në rrjedhën e sipërme, megjithëse ka përfituar nga një investim i bërë nga ndërmarrje të tjera në të njëjtin treg, duke rritur kështu numrin e shitjeve, në një situatë post përqendrimi njësia e përqendruar mund ti reduktojë këto probleme.

2. *PËRJASHTIMI I KLIENTËVE*

47. Përjashtimi i klientëve mund të ndodhë kur një ofertues integrohet me një klient të rëndësishëm në tregun e rrjedhës së poshtme. Për shkak të kësaj prezence në rrjedhën e poshtme, njësia e përqendruar mund të përjashtojë hyrjen për një bazë të mjaftueshme klientësh të konkurrentëve potencialë ose aktualë që ndodhen në tregun e rrjedhës së sipërme(tregu i inputeve), dhe redukton aftësitë e tyre ose nxitjen për të konkurruar. Kjo mund të rrisë koston e produkteve të konkurrentëve të rrjedhës së sipërme duke e bërë të vështirë që ata të sigurojnë oferta të inputit me çmime dhe kushte të njëjta si në situatën para përqendrimit. Kjo mund të lejojë njësinë e përqendruar të përfitojë nga vendosja e çmimeve më të larta në tregun e rrjedhës së poshtme. Çdo efiçensë që rezulton nga

përqendrimi, mund të çojë njësinë e përqendruar që të ulë çmimet dhe përgjithësisht kjo nuk ka ndikim negativ mbi konsumatorët. Ashtu si tek përjashtimi i klientëve që shkaktonte dëm tek konsumatorët, nuk është nevojshme që konkurrentët e ndërmarrjes së përqendruar të detyrohen të dalin nga tregu. Një krahasim i përshtatshëm është rasti i kostove të rritura të inputit i cili çon në çmime më të larta për konsumatorët. Një paraqitje grafike e këtij mekanizmi është paraqitur në Figurën 2.

Figura 2. ***Përjashtimi i klientëve.***



Efekti i përgjithshëm mbi konsumatorët?

48. Në vlerësimin e një skenari të mundshëm anti-konkurrues të përjashtimit të klientëve nga njësia e përqendruar, Autoriteti shqyrton:

a) Së pari, nëse njësia e përqendruar mund të ketë aftësinë të përjashtojë hyrjen në tregjet e rrjedhës së poshtme, duke reduktuar blerjet e saj nga konkurrentët e rrjedhës së sipërme;

b) Së dyti, nëse do të ketë nxitjen për të reduktuar blerjet e saj në rrjedhën e poshtme; dhe

c) Së treti, nëse strategjia e përjashtimit do të ketë një efekt thelbësor të dëmshëm mbi konsumatorët në tregun e rrjedhës së poshtme.

A. Aftësia për të përjashtuar hyrjen në tregjet e rrjedhës së poshtme.

49. Një përqendrim vertikal mund të ndikojë konkurrentët në rritjen e kostos së hyrjes së klientëve në rrjedhën e poshtme, ose në kufizimin e hyrjen në një bazë të ndjeshme të klientëve. Përjashtimi i klientëve mund të marrë forma të ndryshme. Për shembull, njësia e përqendruar mund të ofrojë të gjitha produktet e kërkuara nga ndarja e rrjedhës së sipërme dhe si rezultat, mund të ndalojë blerjet nga konkurrentet në rrjedhën e sipërme të tij. Kjo gjithashtu mund të reduktojë blerjet e tij nga konkurrentët e rrjedhës së sipërme ose blerje jo të favorshme nga këta rivalë sesa nga ajo që mund të kenë bërë në një situatë para përqendrimit.

50. Duke marrë parasysh nëse njësia e përqendruar mund të ketë aftësinë të përjashtoje hyrjen në tregun e rrjedhës së poshtme, Autoriteti shqyrton nëse ka alternativa ekonomike të mjaftueshme në tregun e rrjedhës së poshtme, që konkurrentët (aktualë ose potencialë) të rrjedhës së sipërme të shesin produktet e tyre. Përjashtimi i klientëve përbën një shqetësim, kur përqendrimet vertikale përfshijnë një ndërmarrje, e cila është një konsumator i rëndësishëm që ka një fuqi të konsiderueshme në tregun e rrjedhës së poshtme. E kundërta ndodh nëse ekziston një bazë të gjerë klientësh, prezent apo të pritshëm, që kanë mundësi të ndryshojnë ofruesit e pavarur, bëhet e pamundur edhe shkaktimi i i shqetësimeve në konkurrencë.

51. Përjashtimi i klientëve mund të çojë në çmime të larta të inputeve, veçanërisht nëse ka ekonomi domethënëse të shkallës ose qëllimit në tregun e inputeve, ose kur kërkesa karakterizohet nga efektet e rrjetit. Kjo ndodh kryesisht në rrethana të tilla kur aftësia e konkurrentëve (aktualë ose potencialë) për të konkurruar në rrjedhën e sipërme dobësohet.

52. Për shembull, përjashtimi i klientëve mund të çojë në çmime të larta të inputeve kur konkurrentët ekzistues të rrjedhës së sipërme veprojnë në ose afër minimumit të shkallës efiçente. Masa e përjashtimit të klientëve dhe humbja korrensponduese e outputit për konkurrentët e rrjedhës së sipërme rrit koston variabile të produktit, duke rezultuar në një presion rritës mbi çmimet në kurriz të klientëve të tyre, të cilët operojnë në tregun e rrjedhës së poshtme.

53. Në prani të ekonomive të shkallës ose qëllimit, përjashtimi i klientëve mund të sjellë hyrjen në rrjedhën e poshtme të hyrësve potencialë jo-tërheqës duke reduktuar në mënyrë domethënëse të ardhurat e pritura. Kur përjashtimi i klientëve efektivisht rezulton në një kufizim të hyrjes, çmimet e inputeve mund të mbeten në nivele më të larta se ato që kanë qenë më parë. Ky është rasti i rritjes së kostos së ofrimit të inputit të konkurrentëve në rrjedhën e poshtme të ndërmarrjes të përqendruar.

54. Kur përjashtimi i klientëve kryesisht ndikon mbi të ardhurat e konkurrentëve të rrjedhës së sipërme, kjo mund të ulë në mënyrë të konsiderueshme aftësinë dhe nxitjen e tyre për të investuar në reduktimin e kostos, cilësinë e produktit dhe të kërkim zhvillimit. Kjo mund të ulë aftësinë e tyre për të konkurruar në periudha afatgjata dhe mundësisht edhe daljen e tyre nga tregu.

55. Në vlerësimin e tij Autoriteti mund të marrë parasysh ekzistencën e tregjeve të ndryshme përgjegjës për përdorimet e ndryshme të inputeve. Nëse një pjesë e rëndësishme e tregut në rrjedhën e poshtme është përjashtuar, një ofrues i rrjedhës së sipërme mund të dështojë në arritjen e shkallës efiçente dhe gjithashtu mund të operojë me kosto të larta në tregje të tjera. Anasjelltas, një ofrues i rrjedhës së sipërme, mund të vazhdojë të veprojë efektivisht nëse gjen përdorues ose tregje sekondare për inputet e tij, pa shkaktuar kosto të konsiderueshme të larta.

56. Në vlerësimin e tij dhe mbi bazën e informacionit në dispozicion Autoriteti merr në konsideratë nëse ka kundër-strategji efektive dhe të mbështetura në kohë nga ndërmarrjet rivale. Kundër-strategji të tilla përfshijnë mundësinë që konkurrentët e rrjedhës së sipërme të vendosin çmime shumë agresive për të mbajtur nivelet e shitjeve në tregun e rrjedhës së poshtme, pra të lehtësojë efektet e përjashtimit.

B. Nxitja për të përjashtuar hyrjen në tregjet e rrjedhës së poshtme

57. Nxitja për të përjashtuar varet nga shkalla e përfitueshmërisë. Njësia e përqendruar përballet me një kundërti (*trade off)* ndërmjet kostove shoqëruese të mundshme të produkteve të pa prokuruar të konkurrentëve të rrjedhës së sipërme dhe fitimit të mundshëm që rezulton nga kryerja e kësaj, mbasi kjo lejon njësinë e përqendruar të rrisë çmimet në tregjet e rrjedhës së sipërme ose të poshtme.

58. Kostot shoqëruese nga zvogëlimin e blerjeve nga konkurrentët ofrues të rrjedhës së sipërme, janë më të larta nëse ndarja në rrjedhën e sipërme të ndërmarrjes së integruar është më pak efiçente sesa ofruesit e përjashtuar. Kosto të tilla janë gjithashtu më të larta nëse ndarja në rrjedhën e sipërme e ndërmarrjes së përqendruar, është kufizuar

nga kapaciteti ose produktet e konkurrentëve të cilat janë më tërheqëse për shkak të diferencimit të produktit.

59. Nxitja për tu marrë me përjashtimin e klientëve, varet nga masa në të cilën ndarja në rrjedhën e sipërme e njësisë së përqendruar përfiton nga nivele më të larta të çmimeve në tregun e rrjedhës së sipërme, si rezultat i përjashtimit të konkurrentëve të rrjedhës së sipërme. Kjo nxitja bëhet më e lartë sa më e madhe të jetë ndarja në rrjedhën e poshtme e ndërmarrjeve të integruara që pritet të përfitojnë nga nivelet e larta të çmimeve, si rezultat i strategjisë së përjashtimit. Në këtë kontekst sa më e madhe të jetë pjesa e tregut e njësisë së përqendruar në rrjedhën e poshtme, aq më e madhe është dhe volumi i shitjeve mbi të cilat bazohet rritja e marzhit.

60. Në rastin kur adoptimi i një sjelljeje të veçantë nga njësia e përqendruar është një hap i rëndësishëm në përjashtim, Autoriteti shqyrton nxitjet për të adoptuar sjellje të tilla, si dhe faktorët përgjegjës për të reduktuar ose edhe eliminuar këto nxitje (përfshirë edhe mundësinë që sjellja të jetë e jashtëligjshme).

C. Ndikimi i pritshëm në konkurrencën efektive

61. Përjashtimi i konkurrentëve në tregun e rrjedhës së sipërme mund të ketë një ndikim të kundërt në tregun e rrjedhës së poshtme dhe të dëmtojë konsumatorët. Nga refuzimi i hyrjes konkurruese të një baze klientësh të rëndësishëm, për përjashtimin e produkteve të konkurrentëve në rrjedhën e sipërme, përqendrimi mund të reduktojë aftësinë e tyre për të konkurruar në të ardhmen. Për pasoje, konkurrentët në rrjedhën e poshtme rrezikojnë të pozicionohen në një dis-avantazh konkurrues, për shembull në formën e rritjes së kostos së inputit. Kjo mund të lejojë njësinë e përqendruar të përfitojë nga rritja e çmimeve ose të reduktojë outputin e përgjithshëm në tregun e rrjedhës së poshtme.

62. Ndikimi negativ mbi konsumatorët kërkon kohë për t'u materializuar, kur ndikimi fillestar i përjashtimit të klientëve është në rrjedhën e të ardhurave të konkurrentëve në tregun e sipërm. Në këtë mënyrë reduktohen nxitjet e tyre për të investuar në zvogëlimin e kostos, cilësinë e produktit ose në përmasa të tjera konkurruese, me qëllim që të mbeten konkurrues.

63. Vetëm kur një pjesë e mjaftueshme e outputit në rrjedhën e sipërme është prekur nga ulja e të ardhurave që rezultojnë nga përqendrimi vertikal, përqendrimi mund të pengojë konsiderueshëm konkurrencën efektive në tregun e rrjedhës së sipërme. Nëse në rrjedhën e sipërme, mbetet një numër konkurrentësh që nuk janë prekur, konkurrenca nga këto ndërmarrje mund të jetë e mjaftueshme për të parandaluar rritjen e çmimeve në tregun e rrjedhës së sipërme dhe si pasojë në tregun e rrjedhës së poshtme. Konkurrenca e mjaftueshme nga këto ndërmarrje, të cilat nuk janë përjashtuar nga tregu në rrjedhën e poshtme, kërkon që ato të mos përballen me barriera në zgjerim p.sh ndërmjet kufizimit të kapacitetit ose diferencimit të produktit. Kur reduktimi i konkurrencës në rrjedhën e sipërme prek një pjesë të rëndësishme të outputit në rrjedhën e poshtme, përqendrimi pritet (si me përjashtimin e inputeve) të rrisë nivelin e çmimeve në tregun e rrjedhës së poshtme dhe si pasojë të pengojë konkurrencën efektive.

64. Konkurrenca efektive në tregun e rrjedhës së sipërme mund të pengohet ndjeshëm nga ngritja e barrierave në hyrje për konkurrentët potencialë. Kjo mund të ndodhë në veçanti nëse përjashtimi i klientëve, përmbushë për disa konkurrentë potencialë nevojën për të hyrë në të dy nivelet e tregut (në rrjedhën e sipërme dhe të poshtme) me qëllim që të konkurrojnë efektivisht në secilin tregje. Në këtë kontekst, përjashtimi i klientëve dhe përjashtimi i inputeve, mund të bëhet pjesë e të njëjtës strategji. Shqetësimi për ngritjen e barrierave të hyrjes, është veçanërisht i përshtatshëm në ato industri që janë të hapura për konkurrencë, ose pritet ta bëjnë këtë në të ardhmen.

65. Efekti konkurrues duhet të vlerësohet, duke marrë parasysh faktorët kundërveprues siç janë prezenca e fuqisë kundërvepruese e blerësve ose mundësia që hyrja mund të mbajë konkurrencën efektive në tregjet e rrjedhës së poshtme ose të sipërme. Më tej, efekti mbi nevojat e konkurrencës duhet të vlerësohet duke marrë parasysh eficencat reale nga palët e përqendruara.

B. Efekte të tjera të pakoordinuara

66. Njësia e përqendruar e integruar vertikalisht, mund të fitojë akses në informacionet tregtare që i përkasin aktiviteteve të konkurrentëve në rrjedhën e poshtme ose të sipërme. Për shembull, duke u bërë ofrues i konkurrentëve në rrjedhën e poshtme, një ndërmarrje mund të sigurojë informacion, i cili e lejon atë të vendosë çmime më pak agresive në tregun e rrjedhës së poshtme në dëm të konsumatorëve. Gjithashtu, mund t'i vendosë konkurrentët në një dis-avantazh konkurrues, duke i kthyer mendjen atyre për hyrjen ose zgjerimin në treg.

C. Efektet e koordinuara

67. Një përqendrim mund të ndryshojë natyrën e konkurrencës në mënyrë të tille, që ndërmarrjet që në të shkuarën nuk kishin sjellje të koordinuar, tani kanë më shumë mundësi të koordinohen dhe të rrisin çmimet e tyre, të cilat dëmtojnë konkurrencën efektive. Një përqendrim mund ta bëjë koordinimin më të lehtë, më të qëndrueshëm ose më efektiv për ndërmarrjet të cilat kanë qenë të koordinuara përpara përqendrimit.

68. Koordinimi i tregut mund të arrihet kur konkurrentët janë të aftë të identifikojnë dhe gjurmojnë objektivat e përbashkëta (pa hyrë në një marrëveshje ose në një praktikë e bashkërenduar) duke shmangur konkurrencën nga presioni i një sistemi koherent me kërcënime të nënkuptuara. Në kuadër të një konkurrence normale, çdo ndërmarrje vazhdimisht ka një nxitje për të konkurruar. Kjo nxitje i mban çmimet të ulta dhe parandalon ndërmarrjet nga maksimizimi i përbashkët i fitimit të tyre. Koordinimi konsiderohet pikënisja nga kushtet normale konkurruese në kuptimin që, ndërmarrjet janë të afta të mbajnë çmime në tejkalim të asaj çfarë maksimizimi i përfitimeve në terma afatshkurtër nga ana e tyre do të kishte ndodhur. Ndërmarrjet do të shmangen nga reduktimi i çmimeve të larta të vendosur nga konkurrentët e tyre në mënyrë të koordinuar, sepse ata marrin pjesë në një sjellje e cila mund të sjellë një koordinim në të ardhmen. Që të shfaqen efektet e koordinuara, duhet që përftimet që ndërmarrja realizon nga një konkurrencë agresive në një periudhë afatshkurtër, të jenë më të vogla se sa zvogëlimi i pritshëm i të ardhurave që ka sjellja në një periudhë afatgjatë, si dhe një përgjigje agresive nga konkurrentët (një dënim).

69. Koordinimi është më i mundshëm të shfaqet në tregjet ku është e thjeshtë të arrihet një mirëkuptim për koordinimin. Tre kushte janë të nevojshme që koordinimi të jetë i qëndrueshëm.

a) Së pari, ndërmarrjet e koordinuara duhet të jenë të afta të vëzhgojnë në një shkallë të mjaftueshme nëse kushtet e koordinimit po zbatohen.

b) Së dyti, nëse ka disa forma të mekanizmit mbajtës që mund të aktivizohen kur zbulohet një devijim.

c) Së treti, konkurrentët aktualë dhe të ardhshëm që nuk marrin pjesë në koordinim, ashtu si dhe klientët, nuk do jenë të aftë të rrezikojnë nga rezultatet e pritura nga koordinimi.

Arritja e kushteve të koordinimit

70. Një përqendrim vertikal bën që ndërmarrjet në rrjedhën e sipërme dhe të poshtme të tregut të arrijnë një mirëkuptim për sa i përket koordinimit.

71. Për shembull, kur një përqendrim vertikal çon në përjashtim, kjo sjell një reduktim të numrit të konkurrentëve efektivë në treg. Përgjithësisht një reduktim në numrin e lojtarëve, e bën më të lehtë koordinimin ndërmjet lojtarëve të mbetur në treg.

72. Përqendrimet vertikale mund të rrisin gjithashtu shkallën e barazisë ndërmjet ndërmarrjeve aktive në treg. Kjo mund të rrisë mundësinë e koordinimit.

Gjithashtu, integrimi vertikal mund të rrisë nivelin e transparencës së tregut, duke e bërë atë më të lehtë koordinimin ndërmjet lojtarëve të mbetur në treg.

73. Një përqendrim mund të përfshijë eliminimin e ***elementëve rebelë*** (maverick) në treg. Një *element rebel* është një ofrues që për arsyet e veta nuk ka dëshirë të pranojë rezultatet

e koordinuara dhe në këtë mënyrë ruan një konkurrencë agresive. Përqendrimi vertikal i elementit rebel mund të ndryshojë nxitjet e tij deri në atë pikë që koordinimi nuk mund të parandalohet.

Monitorimi i devijimeve

74. Përqendrimi vertikal mund të lehtësojë koordinimin duke rritur nivelin e transparencës së tregut ndërmjet ndërmarrjeve si dhe përmes aksesit në informacionin delikat të konkurrentëve, duke e bërë më të lehtë monitorimin e çmimeve. Një problematikë e tillë mund të ngrihet, nëse niveli i transparencës së çmimit është më i lartë në rrjedhën e poshtme sesa në rrjedhën e sipërme. Ky është rasti kur çmimet për konsumatorët përfundimtarë janë publike, ndërsa transaksionet në tregun e ndërmjetëm janë konfidenciale. Integrimi vertikal mund t'u japë prodhuesve në rrjedhën e sipërme kontrollin mbi çmimet përfundimtarë dhe të monitorojë devijimet më efektivisht.

Mekanizmat Sigurues

75. Përqendrimet vertikale bëjnë që ndërmarrjet e koordinuara të respektojnë kushtet e koordinimit. Për shembull, një ndërmarrje e integruar vertikalisht mund të jetë në një pozicion që të ndëshkojë me efektivisht ndërmarrjen rivale për arsye se ajo është një klient ose ofrues vendimtar i tyre, kur ajo devijon nga kushtet e koordinimit.

Reagimi i ndërmarrje jashtë rrjetit në një përqendrim

76. Përqendrimet vertikale, për të destabilizuar koordinimin, nëpërmjet rritjes së barrierave në hyrje ose kufizimit të mundësisë për të konkurruar, mund të reduktojnë fushën e veprimit të ndërmarrjeve që veprojnë jashtë rrjetit të tyre.

77. Një përqendrim vertikal mund të përfshijë gjithashtu eliminimin e një blerësi përçarës në treg. Nëse ndërmarrjet e rrjedhës së sipërme i konsiderojnë shitjet e një blerësi të veçantë mjaft të rëndësishme, ato duke u përpjekur për të mbrojtur biznesin e tyre, mund të joshen të devijojnë nga kushtet e koordinimit. Në mënyrë të ngjashme, një blerës i rëndësishëm mund të jetë i aftë të provokojë ndërmarrjet e koordinuara të devijojnë nga këto kushte. Në këtë mënyrë ai përqendron një pjesë të madhe të kërkesave të tij mbi një ofrues të vetëm ose ofron kontrata me kushte afatgjata. Përftimi i një blerësi të tillë mund të rrisë riskun e koordinimit në treg.

V. PËRQENDRIMET KONGLOMERATE

78. Përqendrimet konglomerat janë përqendrime ndërmjet ndërmarrjeve të cilat janë në një marrëdhënie e cila nuk është as horizontale (si konkurrentë në të njëjtin treg përkatës) as vertikale (si ofruesit dhe klientë). Në praktikë, vëmendja është mbi përqendrimet ndërmjet ndërmarrjeve të cilat janë aktive në tregje ngushtësisht të lidhura (p.sh. përqendrimet që përfshijnë ofrues të produkteve plotësuese ose të produkteve që i përkasin të njëjtës linjë, e cila përgjithësisht blihet nga i njëjti grup klientësh për të njëjtin përdorim përfundimtar).

79. Ndërsa është pranuar që përqendrimet konglomerate në shumicën e rasteve nuk shkaktojnë probleme konkurrence, në raste të caktuara ato mund të dëmtojnë konkurrencën. Në vlerësimin e tij, Autoriteti merr parasysh si efektet e mundshme anti-konkurruese të shkaktuara nga përqendrimet konglomerate, ashtu edhe ato pro-konkurruese që lindin nga eficencat e provuara nga palët.

A. Efektet e pa koordinuara. Përjashtimi

80. Problemi kryesor në përqendrimet konglomerate është ai i përjashtimit nga tregu. Kombinimi i produkteve në tregjet e lidhura, mund t'i japë njësisë së përqendruar mundësinë dhe ta nxitë që të transmetojë një pozicion tregu të fuqishëm nga një treg në një tjetër me anë të praktikave kushtëzuese ose praktikave të tjera përjashtuese.(të lidhura) Praktikat e lidhura ose të kushtëzuara janë praktika të zakonshme tregtare dhe si të tilla shpeshherë nuk kanë

efekte anti konkuruese. Ndërmarrjet përfshihen në këto praktika me qëllim që t'u sigurojnë klientëve të tyre produkte më të mira ose t'u ofrojnë atyre mënyra të tjera me kosto më të ulta. Në disa rrethana të caktuara, këto praktika mund të çojnë në një zvogëlim të aftësisë ose motivimit të konkurrentëve aktualë ose potencialë për të konkurruar. Kjo mund të reduktojë presionin konkurrues mbi njësinë e përqendruar duke e lejuar atë të rrisë çmimet.

81. Në vlerësimin e një skenari të tillë të mundshëm, Autoriteti shqyrton nëse njësia e përqendruar ka:

a) aftësinë për të përjashtuar konkurrentët e saj;

b) nxitjen ekonomike për të bërë këtë; dhe

c) strategjia e përjashtimit e zbatuar mund të ketë një efekt të dëmshëm mbi konkurrencën, duke shkaktuar kështu dëm për konsumatorët.

Në praktikë këta faktorë shpesh shqyrtohen së bashku, përderisa ato veprojnë të ndërthurur.

A. Aftësia për të përjashtuar

82. Mënyra më e shpejtë në të cilën njësia e përqendruar mund të jetë e aftë për të përdorur fuqinë e saj të tregut për të përjashtuar konkurrentët në atë treg apo në një treg tjetër, është nëpërmjet kushtëzimit të shitjeve në mënyrë që të lidhë produktet së bashku në tregjet e ndara. Kjo realizohet nga zbatimi i praktikave të shitjeve të lidhura/ të kushtëzuara dhe shitjeve të grupuara / të bashkëngjitura. (tying or bundling).

83. "*Praktikat e shitjeve të* grupuara / të bashkëngjitura*" i referohen mënyrave të përdorura* nga njësia e përqendruar *për ofrimin e produkteve dhe vendosjen e çmimeve.* Në këtë aspekt, dallojmë praktika të bashkëngjitura të pastra dhe praktika të bashkëngjitura mikse. Në rastin e parë, produktet shiten vetëm së bashku, në përpjesëtime fikse. Në zbatimin e praktikave mikse, produktet mund të shiten veçmas , por shuma e çmimeve të secilit produkt të marrë veçmas është më e madhe se sa çmimi i shitjes së produkteve të bashkëngjitura. Rabatet mund të konsiderohen si një formë e zbatimit të praktikave të bashkëngjitura mikse kur varen nga blerja e produkteve të tjera.

84. "Praktika e shitjeve të lidhura/ të kushtëzuara ", i referohet situatave ku klientët që blejnë një produkt, (produkt lidhës) ju kërkohet nga prodhuesi të blejnë gjithashtu një produkt tjetër (produktin e lidhur). Kushtëzimi mund të vendoset mbi baza teknike ose kontraktuale. P.sh *kushtëzimi teknik,* ndodh kur produkti lidhës është dizenjuar në mënyrë të tillë, që punon vetëm me produktin e lidhur (dhe jo me alternativa të afruara nga konkurrentët).

Kushtëzimi kontraktual kërkon që, klienti kur blen produktin lidhës ndërmerr vetëm blerjen e produktit të lidhur (dhe jo alternativat që ofrojnë konkurrentët).

85. Karakteristikat specifike të produkteve mund të jenë relevante për të përcaktuar nëse ndonjë nga këto praktika të shitjeve ndërmjet tregjeve të veçanta janë të disponueshme nga njësia e përqendruar. Zbatimi i praktikave të bashkëngjitura nuk ka mundësi të ndodhë në praktikë nëse p.sh, produktet nuk blihen të mënyrë të njëkohshme ose nga të njëjtët klientë. Në mënyrë të ngjashme, praktika e kushtëzuar mbi baza teknike paraqitet vetëm si një opsion në disa industri.

86. Me qëllim që njësia e përqendruar të jetë e aftë të përjashtoje konkurrenët, duhet të ketë një shkallë të ndjeshme të fuqisë së tregut, por jo domosdoshmërisht të jetë në pozitë dominuese në një nga tregjet në fjalë. Efektet e praktikave të mësipërme pritet të jenë të ndjeshme kur të paktën një nga produktet e palëve në përqendrim, konsiderohet nga shumë klientë si shumë i rëndësishëm dhe që nuk ka alternativë tjetër. (p.sh për arsye të diferencimit të produkteve ose kapaciteteve të kufizuara nga ana e konkurrentëve).

87. Që përjashtimi të jetë një problem potencial, duhet të ketë shumë klientë për secilin produkt përkatës. Sa më shumë klientë të tentojnë të blejnë produktet së bashku (në vend të blerjes së vetëm të njërit nga produktet) aq më e madhe është kërkesa për produktet individuale që ndikohen nga zbatimi i këtyre praktikave në procesin e shitjes. Një sjellje e tillë nga ana e blerësve, ka shumë të ngjarë të jetë e ndjeshme kur produktet në fjalë janë plotësuese.

88. Në përgjithësi, efektet përjashtuese të praktikave të shitjeve të kushtëzuara ose të

bashkëngjitura, në një moment të dhënë kanë një ndikim dinamik mbi kushtet e ofertës në treg në të ardhmen në industritë ku ka ekonomi të shkallës dhe modele të kërkesës. Vihet re, se kur një ofrues i produkteve zëvendësuese ka fuqi në treg për një nga produktet, (produkti A) vendimi për të zbatuar praktika shitje të bashkëngjitura ose kushtëzuara, mund të rezultojë në një zvogëlim të shitjeve të ofruesve të pa integruar të produktit plotësues (produkti B). Për më tepër, nëse ka rrjete të jashtme në lojë, kjo do të zvogëlojë në mënyrë të konsiderueshme në të ardhmen qëllimet e konkurrentëve për të zgjeruar shitjet e produktit B. Në mënyrë alternative, kur hyrjet në treg për produktet plotësuese, parashikohen nga hyrësit potencialë, vendimi për të grumbulluar shitjet nga njësia e përqendruar mund të ketë efektin e frenimit të një hyrjeje të tillë. Disponueshmëria e kufizuar e produkteve plotësuese, të cilët mund të kombinohen, mund të dekurajojë hyrësit potenciale të hyjnë në tregun A.

89. Duhet theksuar fakti se, tendencat për të përjashtuar, janë më të vogla kur palët pjesëmarrëse në përqendrim nuk mund të angazhohen në një strategji të vetme afat gjatë të zbatimit të praktikave të shitjes të kushtëzuara ose të bashkëngjitura. (p.sh kjo ndodh në rastet kur zbatimi i praktikave të shitjeve të kushtëzuara mbi baza teknike apo praktikave të shitjeve të bashkëngjitura janë të kushtueshme për t'u ndryshuar.

90. Në vlerësimin e tij Autoriteti, në bazë të informacionit të nevojshëm merr në konsideratë faktin nëse ndërmarrjet konkurruese mund të paraqesin kundra strategji efektive dhe në kohën e duhur. Mekanizmi i praktikave të shitjeve të bashkëngjitura çon në përjashtim nga tregu n.q.s ndërmarrja blen produkte të bashkëngjitura dhe i rishet ato si të veçanta duke përfituar nga diferenca në çmim. Për më tepër konkurrentët mund të vendosin të aplikojnë një politikë më agresive të çmimit për të ruajtur pjesët e tyre të tregut, duke mbajtur parasysh zvogëlimin e efekteve të përjashtimit.

91. Klientët mund të kenë një motiv të fortë për të blerë një shumëllojshmëri të produkteve në fjalë nga një burim i vetëm, (*one stop shopping*) sesa nga shumë ofrues duke përfituar nga ulja e kështu kostos së transaksionit. Fakti se njësia e përqendruar do të ketë një shumëllojshmëri të produkteve, nuk krijon probleme për konkurrencën.

B. Nxitja për të përjashtuar

92. Nxitja për të përjashtuar konkurrentët nëpërmjet përdorimit të praktikave të shitjeve të kushtëzuara ose të bashkëngjitura, varet nga shkalla se sa përfitim paraqet strategjia e ndjekur. Njësia e përqendruar duhet të vendosë një ekuilibër ndërmjet kostove shoqëruese nga zbatimi i praktikave të shitjeve të kushtëzuara ose të bashkëngjitura të produkteve të veta dhe mundësisë për të fituar nga zgjerimi i pjesëve të tregut në tregjet në fjalë.

93. Praktikat e shitjeve të pastra të kushtëzuara ose të bashkëngjitura, mund të shkaktojnë në vetvete humbje për ndërmarrjen e përqendruar. P.sh n.q.s një numër i konsiderueshëm i klientëve, nuk është i interesuar të blejë produktin në paketë (produktin e bashkëngjitur), por preferon të blejë vetëm një produkt (p.sh produktin që përdoret si manovrues), atëherë shitjet e këtij produkti (që përfshihet në paketë) mund të bien në mënyrë të onsiderueshme. Gjithashtu, humbjet mund të shfaqen edhe nëse klientët që para përqendrimit, "përzienin dhe përputhnin" shitjet e tyre për këtë lloj produkti të një pale përqendruese me produktin e një ndërmarrjeje tjetër, vendosin të blejnë produktin e bashkëngjitur të ofruara nga konkurrentët ose të mos blejnë më të gjitha.

94. Në këtë kuptim, është i përshtatshëm vlerësimi i vlerës relative të produkteve të ndryshme. Njësia e përqendruar është e gatshme të tërhiqet nga shitjet në një treg me përfitim më të madh, me qëllim për të fituar pjesë tregu në një treg tjetër ku xhiroja është relativisht e ulët dhe përfitimet janë modeste.

95. Megjithatë, vendimi për të zbatuar praktika të shitjeve të kushtëzuara ose të bashkëngjitura, mund të rrisë përftimet nga ruajtja ose rritja e fuqisë në treg, në tregjet e produkteve të kushtëzuara ose nga një kombinimi i të dyve.

96. Në vlerësimin e nxitjeve të mundshme të njësisë së përqendruar, Autoriteti mund të marrë në konsideratë faktorë të tjerë të tillë si struktura e pronësisë së njësisë së përqendruar,

llojin e strategjisë së adoptuar në të kaluarën në treg ose përmbajtjen e dokumenteve strategjikë të tillë si planet e biznesit.

97. Kur adoptimi i një sjelljeje të veçantë nga njësia e përqendruar përbën një etapë të rëndësishme në përjashtimin e tregut, Autoriteti shqyrton gjithashtu motivimin (motivime të tilla përfshijnë mundësinë që sjellja të jetë e paligjshme) për të adoptuar sjellje të tilla dhe faktorët përgjegjës për zvogëlim ose edhe eliminim.

C. *Ndikimi i përgjithshëm i pritshëm mbi çmimet dhe zgjedhjet*

98. Zbatimi i praktikave të shitjeve të kushtëzuara ose të bashkëngjitura mund të rezultojnë në një reduktim të konsiderueshëm të perspektivave të shitjes me të cilat përballohen konkurrentët e një përbërësi të vetëm në treg. Zvogëlimi i shitjeve nga konkurrentët, nuk përbën një problem në vetvete. Megjithatë, në disa industri të caktuara, nëse ky reduktim është i konsiderueshëm, mund të çojë në një zvogëlim të aftësisë ose motivimit të konkurrentëve për të konkurruar. Kjo mund të lejojë që njësia e përqendruar të fitojë fuqi tregu dhe/ose të mbajë fuqi tregu nga shitja e këtyre produkteve në mënyrë të vazhdueshme.

99. Praktikat e përjashtimit të tregut, mund të frenojnë hyrjen e konkurrentëve potencialë. Kjo mund të ndodhë në një treg të veçantë, p.sh nga zvogëlimi i kërkesave për shitje të konkurrentëve potencialë që veprojnë në atë treg në një nivel më të ulët konkurrence që nuk i lejon ata të mbijetojnë në treg. Në rastin e produkteve plotësuese, njësia e përqendruar nëpërmjet zbatimit të praktikave të shitjeve të kushtëzuara ose të bashkëngjitura në një treg, pengon hyrjen në një treg tjetër, vetëm në qoftë se zbatimi i këtyre praktikave të shitjes detyron hyrjen e konkurrentëve potencialë në të dy tregjet e produktit në të njëjtën kohë sesa hyrjen vetëm në një prej tyre ose hyrjen në mënyrë të njëpasnjëshme. Kjo e fundit mund të ndikojë në mënyrë domethënëse, në veçanti në ato industri, ku struktura e kërkesës në një moment të caktuar ka pasoja dinamike në të ardhmen për kushtet e ofertës në treg.

100. Vetëm kur një pjesë e madhe e tregut të produktit është prekur nga përjashtimi që rezulton nga përqendrimi, atëherë themi se ky përqendrim ka një ndikim të ndjeshëm mbi konkurrencën efektive në atë treg. Një përqendrim konglomerat nuk ka mundësi të dëmtojë konkurrencën në treg, nëse në çdonjërin nga tregjet mbeten aktorë efektivë të produktit të vetëm. Gjithashtu, konkurrenca në treg nuk dëmtohet, edhe pse numri i konkurrentëve të produktit të vetëm të mbetur është i vogël, mbasi ata këta kanë aftësinë dhe motivimin që të zgjerojnë produktin e tyre.

101. Për të vlerësuar efektet mbi konkurrencën, duhet të marrim parasysh edhe faktorë kundërshtues të tjerë, si prezenca e fuqisë kundërvepruese të blerësit ose mundësinë që hyrja do të ruajë konkurrencën efektive në tregjet e rrjedhës së sipërme ose të poshtme.

102. Gjithashtu, efektet në konkurrencë duhet të vlerësohen nën dritën e eficencave të provuara nga palët pjesëmarrëse në përqendrim. Në këtë kontekst, shumë prej eficencave të identifikuara në përqendrimet vertikale zbatohen edhe në rastin e përqendrimeve konglomerate që përfshijnë produktet plotësuese.

103. Kur prodhuesit e produkteve plotësuese vendosin çmimet e tyre në mënyrë të pavarur, ato nuk marrin parasysh efektin pozitive të rënies së çmimit të produktit të tyre, në shitjet e një produkti tjetër. Në varësi të kushteve të tregut, një ndërmarrje e përqendruar mund ta shfrytëzojë këtë efekt dhe të ketë një motivim të caktuar që të zvogëlojë marzhet nëse kjo shkakton në përgjithësi përfitime më të larta. (ky motivimi shpesh referohet si “efekti Cournot”). Në shumicën e rasteve, ndërmarrja e përqendruar do të shfrytëzojë këtë efekt si mjet të shitjeve të bashkëngjitura mikse. P.sh ndërmarrja e përqendruar vendos kushtin e uljes së çmimit edhe nëse klientët blejnë ose jo të dy produktet e hedhura në treg nga kjo ndërmarrja.

104. E veçantë për përqendrimet konglomerate, është se ato mund të prodhojnë kosto më të ulta në formën e ekonomive të qëllimit (si nga ana prodhimit ashtu edhe në konsumit), që përbëjnë një avantazh të dukshëm në ofrimin e produkteve së bashku se sa ofrimi veçmas. P.sh, mund të jetë më eficente që disa përbërës të tregtohen së bashku si të bashkëngjitura

se sa veç e veç. Përputhshmëria më e madhe dhe sigurimi i cilësisë janë dy elementë që sjellin një përfitim më të madh për klientin. Megjithatë, ekonomi të tilla të qëllimit janë të nevojshme, por jo të mjaftueshme për të siguruar një justifikim eficient që rezulton nga zbatimi i praktikave të shitjeve të kushtëzuara ose të bashkëngjitura. Në fakt, përftimet nga ekonomitë e qëllimit shpesh mund të realizohen pa zbatuar praktikat e shitjeve të bashkëngjitura mbi baza teknike apo kontraktuale.

B. Efektet koordinuese

105. Përqendrimet konglomerat, munden në disa raste që të lehtësojnë koordinimin anti-konkurrues në treg edhe pse nuk ka ndonjë marrëveshje apo praktikë të bashkërenduar në kuptim të nenit 3, pika 4 e Ligjit. Në veçanti, koordinimi është më i mundshëm të ndodhë në ato tregje ku është më e thjeshtë të identifikohen këto kushte të koordinimit dhe ku ai ka një karakter të qëndrueshëm.

106. Një nga mënyrat në të cilin një përqendrim konglomerat mund të influencojë në një rezultat të koordinuar në një treg të caktuar, është nëpërmjet uljes së numrit të konkurrentëve efektivë, deri në atë shkallë sa koordinimi i heshtur përbën një mundësi reale. Sidoqoftë, kur konkurrentët nuk janë të përjashtuar nga tregu, situata në të cilën ata ndodhen është lehtësisht e cenueshme. Si rezultat, për konkurrentët e përjashtuar ekziston mundësia e zgjedhjes: a)mos ta kundërshtojnë situatën e koordinuar; b) të preferojnë të mbijetojnë në një situatë tregu me nivele çmimesh të ngritura.

RREGULLORE
"PËR MARRËVESHJET ME RËNDËSI TË VOGËL"

KREU I
DISPOZITA TË PËRGJITHËSHME

Neni 1
Qëllimi

Qëllimi i kësaj rregulloreje është përcaktimi i kushteve që duhet të përmbushin marrëveshjet me rëndësi të vogël, si dhe i kufizimeve që këto marrëveshje nuk duhet të përmbajnë, në mënyrë që të përjashtohen nga ndalimi në zbatim të nenit 7 të Ligjit nr 9121, datë 28.07.2003 "Për mbrojtjen e konkurrencës"(i ndryshuar)".

Neni 2
Përkufizime

Në kuptim të kësaj rregulloreje:

1. "Ndërmarrje" është çdo person fizik ose juridik, privat ose publik, që kryen veprimtari ekonomike. Si ndërmarrje konsiderohen edhe organet e administratës qëndrore dhe vendore, entet ose institucionet publike kur kryejnë veprimtari ekonomike.
2. "Ndërmarrje të lidhura" janë ato ndërmarrje të cilat direkt ose indirekt:
   - kanë fuqinë të ushtrojnë më tepër sesa gjysmën e të drejtave të votës;
   - kanë fuqinë të caktojë më tepër sesa gjysmën e anëtarëve të bordit mbikëqyrës, bordit menaxherial ose përfaqësuesit ligjor të ndërmarrjes; ose
   - kanë fuqinë të menaxhojë veprimtarinë e ndërmarrjes.
3. Shitjet aktive, janë ato që synojnë të sigurojnë klientët të cilët janë pjesë e një territor ekskluziv shpërndarjeje ose bëjnë pjesë në një grup klientësh eskluziv.
4. Shitje pasive, janë shitjet e kryera për plotësimin e kërkesave të klientëve individualë, duke ofruar shpërndarjen e produkteve te këta klientë.

Neni 3
Rregulla të përgjithshme

1. Neni 4 i Ligjit ndalon marrëveshjet ndërmjet ndërmarrjeve të cilat mund të kenë si objekt ose pasojë pengimin, kufizimin ose shtrembërimin e konkurrencës në treg.
2. Marrëveshjet ndërmjet ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme, në shumë pak raste mund të ndikojnë në konkurrencën në treg.
3. Autoriteti, për marrëveshjet që plotësojnë kriteret e kësaj rregulloreje, nuk fillon procedurat hetimore.
4. Kjo rregullore gjithashtu aplikohet për vendimet e bashkimeve të ndërmarrjeve dhe për praktikat bashkërenduese.

KREU II
Marrëveshjet me rëndësi të vogël

Neni 4
Kuptimi i marrëveshjeve me rëndësi të vogël

1. Konsiderohen si marrëveshje që nuk kufizojnë ndjeshëm konkurrencën në kuptim të nenit 4 të Ligjit :

a. Marrëveshjet e lidhura ndërmjet ndërmarrjeve, të cilat janë konkurrentë aktualë ose potencialë, kur totali i pjesës së tregut të palëve në marrëveshje nuk tejkalon 10% në secilin prej tregjeve përkatëse të ndikuar nga marrëveshja (marrëveshje ndërmjet konkurrentëve).

b. Marrëveshjet e lidhura ndërmjet ndërmarrjeve ,të cilat nuk janë konkurrentë aktualë ose potencialë, kur pjesa e tregut e secilës palë në marrëveshje nuk tejkalon 15% të secilit nga tregjet përkatëse të ndikuar nga marrëveshja (marrëveshje ndërmjet jo-konkurrentëve).

Në rast pamundësie të klasifikimit të marrëveshjes si marrëveshje ndërmjet konkurrentëve ose jo-konkurrentëve, atëherë është i zbatueshëm kriteri i pjesës së tregut prej 10 për qind.

2. Kur konkurrenca në tregun përkatës, kufizohet nga efekti kumulativ i një marrëveshjeje për shitjen e produkteve të ofruara nga ndërmarrje të ndryshme, pjesa e tregut sipas pikës 1 të këtij neni reduktohet në 5%, si për marrëveshjet ndërmjet konkurrentëve ashtu edhe për marrëveshjet ndërmjet jo-konkurrentëve.

3. Marrëveshjet nuk kufizojnë konkurrencën nëse gjatë dy viteve të njëpasnjëshme kalendarikë, pjesët e tregut të palëve në marrëveshje (sipas pikës 1 dhe 2 të këtij neni) nuk tejkalojnë 2%.

4. Për të llogaritur pjesën e tregut është e nevojshme të përcaktohet tregu përkatës bazuar në udhëzimin "Për përcaktimin e tregut përkatës". Pjesët e tregut duhet të llogariten mbi bazën e vlerës së shitjeve ose kur është e përshtatshme të vlerës së blerjeve. N.q.s të dhënat në vlerë nuk janë të disponueshme përdoren vlerësimet bazuar në informacionet e tjera të vlefshme të tregut.

Neni 5

Kufizimet e rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis konkurrentëve

1. Neni 4 i kësaj rregulloreje, nuk zbatohet për marrëveshjet që përmbajnë kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis konkurrentëve.

2. Kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis konkurrentëve janë ato të cilat direkt ose indirekt, veçmas ose të kombinuar me faktorë të tjerë nën kontrollin e palëve kanë për objekt:

   a) Fiksimin e çmimeve kur shiten produkte tek palët e treta;

   b) Kufizimin e prodhimit ose të shitjeve;

   c) Ndarjen e tregjeve ose ndarjen e konsumatorëve.

Neni 6

Kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis jo-konkurrentëve

1. Neni 4 i kësaj rregulloreje, nuk zbatohet për marrëveshjet që përmbajnë kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis jo-konkurrentëve.

2. Kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis jo-konkurrentëve janë ato të cilat direkt ose indirekt, veçmas ose të kombinuar me faktorë të tjerë të cilat kanë për objekt:

   a) Kufizimin e shpërndarësit për të përcaktuar çmimin e tij të shitjes;

   b) Kufizimin e territorit ose të klientëve, ku shpërndarësi mundet të shesë produkte;

   c) Kufizimin e shitjeve aktive ose pasive, tek konsumatorin përfundimtar, nga pjesëmarrësit e sistemit përzgjedhës të shpërndarjes, që operojnë në nivelin e shitjes me pakicë;

   d) Kufizimin midis ofruesit të pjesëve përbërëse të një produkti për shitjen e tyre vetëm tek blerësi, i cili i përdor këto elementë për të prodhuar produktin përfundimtar. Nëpërmjet kësaj marrëveshjeje, kufizohet mundësia e ofruesit për t'i shitur këto pjesë përbërëse direkt tek konsumatori përfundimtar ose te riparuesit.

3. Nuk konsiderohen kufizime sipas pikës 2 të këtij neni rastet e mëposhtme:

   (v) Shitjet aktive në territore ekskluzive ose tek një grup klientësh ekskluziv;

   (vi) Shitjet tek klientët përfundimtar nga shpërndarësi që operon në tregun e shitjes me shumicë,

   (vii) Shitjet tek shpërndarësit e paautorizuar nga pjesëmarrësit e sistemit përzgjedhës të shpërndarjes;

(viii) Shitja e pjesëve përbërëse të një produkti, që ofrohen me qëllim prodhimin e një produkti përfundimtar, nga shpërndarësi tek klientët, që mund ti përdornin ato për të prodhuar të njëjtin tip (lloj) të produkteve si ato të prodhuara nga ofruesi.

Neni 7

Kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet ndërmjet konkurrentëve në raste të veçanta

Neni 4 i kësaj rregulloreje, nuk zbatohet për marrëveshjet që përmbajnë kufizime të rënda të konkurrencës në marrëveshjet midis konkurrentëve. Në këto raste konkurrentët veprojnë, për qëllime të marrëveshjes, në nivele të ndryshme të zinxhirit të shpërndarjes së produktit dhe që lidhet me një nga kufizimet e rënda sipas nenit 5 dhe 6 të kësaj rregulloreje.

KREU III

Dispozita të tjera

Neni 8

Hyrja në fuqi

Rregullorja "Për marrëveshjet me rëndësi të vogël" , miratuar me vendimin nr 121, datë 10.09.2009 të Komisionit të Konkurrencës, ndryshuar me Vendimin nr 164, datë 14.12.2010 të Komisionit të Konkurrencës shfuqizohet.

Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

RREGULLORE
"PËR GJOBAT DHE LEHTËSIMIN PREJ TYRE"

Kreu I
DISPOZITA TË PËRGJITHSHME

Neni 1
Objekti

Objekti i kësaj rregulloreje është përcaktimi i metodologjisë, me anë të së cilës Autoriteti Konkurrencës llogarit gjobat që vendosen ndaj ndërmarrjeve, të cilat shkelin Ligjin "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", si dhe lehtësimin e tyre nga gjobat në rastet e bashkëpunimit me Autoritetin e Konkurrencës për identifikimin e marrëveshjeve të ndaluara.

Neni 2
Qëllimi

Qëllimi i kësaj rregulloreje është përcaktimi i metodologjisë dhe procedurave për vendosjen e gjobave ndaj ndërmarrjeve të cilat shkelin ligjin nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", nxitja e bashkëpunimit me ndërmarrjet si dhe parandalimi i ndërmarrjeve nga marrja pjesë në shkeljet e ligjit**.**

Neni 2
Përkufizime

Në këtë rregullore, fjalët e mëposhtme kanë këto kuptime:

1. "Ligj" është Ligji Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (i ndryshuar).

2. "Vlera e shitjeve" konsiderohet vlera totale që del nga të gjitha shitjet e produkteve të lidhura me shkeljen, të realizuara nga ndërmarrja gjatë vitit të fundit financiar kur ka ndodhur shkelja.

3. "Xhiroja totale"është xhiroja që llogaritet sipas neneve 15, 16 dhe 17 të Ligjit.

4. "Vlera e Shtuar" është prova e cila nuk zotërohej më parë, e cila i bën të mundur që Autoriteti të provojë shkeljen e dyshuar.

Kreu II
PËRCAKTIMI I GJOBËS

Neni 3
Llogaritja e gjobës

Autoriteti ne përllogaritjen e gjobës fillimisht përcakton vlerën bazë të saj, për çdo ndërmarrje apo grupim ndërmarrjesh . Vlera bazë mund të zmadhohet duke marrë parasysh rrethanat rënduese ose zvogëlohet duke marrë parasysh rrethanat lehtësuese.

Neni 4
Vlera bazë e gjobës

1. Komisioni në përcaktimin e vlerës bazë, përdor vlerën e të ardhurave nga shitja e produkteve të ndërmarrjes, me të cilat lidhet në mënyrë të drejtpërdrejtë, ose të tërthortë , shkelja e kryer në tregun përkatës. Komisioni merr për bazë vlerën e shitjeve të realizuara

nga ndërmarrja gjatë vitit të fundit financiar të pjesëmarrjes në shkelje. (këtu e më pas "vlera e shitjeve").

2. Kur shkelja nga një grupim ndërmarrjesh lidhet me veprimtarinë e anëtarëve të këtij grupimi, vlera e shitjeve do të përputhet me shumën e vlerës së shitjeve të anëtarëve të grupimit.

3. Autoriteti, ne përcaktimin e vlerës së shitjeve nga një ndërmarrje, përdor të dhëna të plota dhe më të besueshme që disponon për atë ndërmarrje. Kur të dhënat që janë vënë në dispozicion nga një ndërmarrje janë të paplota ose jo të besueshme, Autoriteti mund të përcaktojë vlerën e shitjeve të saj mbi bazën e të dhënave të pjesshme që ai ka siguruar dhe/ose çdo informacioni tjetër të cilin ai e sheh si të përshtatshëm.

4. Vlera e shitjeve përcaktohet pas zbritjes së tatimeve, taksave dhe tarifave të tjera që lidhen drejtpërdrejt me shitjet, siç parashikohet në ligj. .

5. Kur shtrirja gjeografike e një shkelje kalon kufijtë e territorit të Republikës së Shqipërisë, Autoriteti:

a) përcakton vlerën totale të shitjeve të produkteve, me të cilat lidhet shkelja në zonën gjeografike të tregut përkatës; ose,

b) përcakton pjesën e shitjeve në këtë treg të çdo ndërmarrje pjesëmarrëse në shkelje.

Llogaritja e xhiros në tregun përkatës shërben për llogaritjen e vlerës bazë të gjobës.

6. Vlerësimi i rëndësisë së shkeljes bëhet rast pas rasti, për të gjitha llojet e shkeljeve, duke marrë parasysh rrethanat e çështjes.

7. Vlera bazë e gjobës lidhet me një përqindje të vlerës së shitjeve, në varësi të shkallës së rëndësisë së shkeljes, e shumëzuar me numrin e viteve të shkeljes.

8. Përqindja e vlerës së shitjeve që merret parasysh, do të jetë në një nivel deri në 30% të vlerës së shitjeve. Autoriteti, me qëllim që vendosë nëse përqindja e vlerës së shitjeve që do të merret parasysh në një çështje të dhënë do të jetë në nivelin e sipërm apo të poshtëm të shkallës, vlerëson një numër faktorësh, të tillë si natyra e shkeljes, pjesa e kombinuar e tregut të të gjitha ndërmarrjeve në fjalë, shtrirja gjeografike e shkeljes dhe nëse praktika anti-konkurruese është zbatuar ose jo.

9. Marrëveshjet horizontale që caktojnë çmimin, ndarja e tregut dhe kufizimi i prodhimit, të cilat konsiderohen sekrete nga natyra e tyre, janë ndër kufizimet më të dëmshme të konkurrencës. Prandaj, përqindja e vlerës së shitjeve që merret parasysh për një shkelje të tillë përgjithësisht do të jetë në nivelin e sipërm të shkallës.

10. Bazuar në kohëzgjatjen e pjesëmarrjes së çdo ndërmarrjeje në shkelje, vlera e përcaktuar mbi bazën e shitjeve shumëzohet me numrin e viteve të pjesëmarrjes në shkelje duke patur parasysh që:

a) Periudhat më të vogla se gjashtë muaj llogariten si gjysmë viti;

b) Periudhat më të gjatë se gjashtë muaj por më të shkurtra se një vit llogariten si një vit i plotë.

11. Pavarësisht nga kohëzgjatja e pjesëmarrjes së ndërmarrjes në shkelje, Autoriteti do të përfshijë në vlerën bazë edhe një shumë ndërmjet 15% deri 25% të vlerës së shitjeve, siç është cituar më sipër, me qëllim pengimin e ndërmarrjeve për të mos hyrë në marrëveshje horizontale në të ardhmen, të fiksimit të çmimit, ndarjes së tregut, ose te furnizuesve dhe kufizime të prodhimit. Autoriteti mund t'a zbatojë këtë vlerë shtesë edhe në rastet e shkeljeve të tjera.

Neni 5

Rrethanat rënduese

1. Në llogaritjen e gjobës, Autoriteti mban parasysh rrethanat që çojnë në rritjen ose zvogëlimin e vlerës bazë të përcaktuar më sipër.

2. Vlera bazë mund të rritet kur Komisioni arrin në konkluzionin se ekzistojnë rrethana rënduese, të tilla si:

a) Ndërmarrja vazhdon, ose përsërit, të njëjtën shkelje edhe pas konstatimit nga Komisioni.;

b) Ndërmarrja nuk sjell informacionin e kërkuar nga Autoriteti sipas Ligjit, ose pengon Autoritetin gjatë hetimit të tij;

c) Ndërmarrja ka rolin e drejtuesit ose nismëtarit të shkeljes.

Në rastet e parashikuara në germën "a" dhe "b" dhe "c" vlera bazë do të rritet deri në masën 100 %.

3. Komisioni mund të rrisë masën e gjobës , mbi ndërmarrjet, të cilat kanë një xhiro vjetore të madhe, rrjedhoje të shitjes së produkteve me të cilat lidhet shkelja.

4. Komisioni mund të vendosë rritjen e gjobës me qëllim që të kalohet vlera e fitimeve të padrejta, të realizuara si rezultat i shkeljes, kur një vlerë e tillë mund të llogaritet. Gjoba në çdo rast nuk duhet të kalojë 10 % të xhiros totale të vitit financiar paraardhës të ndërmarrjes apo grupimit të ndërmarrjeve.

Neni 6

Rrethanat Lehtësuese

1. Vlera bazë mund të ulet kur Komisioni arrin në përfundimin se ekzistojnë rrethana lehtësuese, të tilla si:

a) Ndërmarrja siguron të dhëna se ajo i jep fund shkeljes sapo ndërhyn Autoriteti përveç rastit të marrëveshjeve të horizontale (kartel);

b) Ndërmarrja siguron të dhëna se shkelja ka ardhur si rezultat i neglizhencës;

c) Ndërmarrja siguron të dhëna se përfshirja e saj është shumë e kufizuar dhe se gjatë periudhës në të cilën ajo ka qenë pjesë e marrëveshjes së ndaluar, ajo ka shmangur zbatimin e saj duke zbatuar praktika konkurruese në treg;

d) Ndërmarrja ka bashkëpunuar efektivisht me Autoritetin dhe nuk ka përfituar nga programi "Për Lehtësimin nga Gjobat";

e) Kur sjellja anti-konkuruese e ndërmarrjes është autorizuar, nxitur ose përkrahur nga autoritet publike ose nga legjislacioni.

2. Në raste të veçanta, Komisioni, me kërkesë të palës, mund të marrë në konsideratë edhe paaftësinë paguese të ndërmarrjes të deklaruar dhe të vërtetuar.

Kreu III

Lehtësimi nga gjobat

Neni 7

Ndërmarrjet nën hetim këshillohen nga ana e Komisionit për mundësinë e përfitimit të lehtësimit nga gjoba nëse bashkëpunon me Autoritetit sipas parashikimeve të Ligjit dhe kësaj rregulloreje..

Neni 8

Lehtësimi i plotë nga gjoba

1. Komisioni mund të japë lehtësim të plotë nga çdo gjobë, nëse kjo ndërmarrje është e para që ndihmon në zbulimin dhe ndalimin e marrëveshjes së të ndaluar , si dhe në përcaktimin e personave përgjegjës duke siguruar prova dhe të dhëna, të pazotëruara më parë nga Autoriteti, që i mundësojnë këtij të fundit të :

a) të fillojë një hetim në lidhje me një marrëveshje të ndaluar;

b) të zbulojë një shkelje në bazë të nenit 4 të Ligjit.

2. Për përfitim nga lehtësimi plotë i gjobës ndërmarrja duhet:

a) Ti sigurojë Autoritetit një kopje ose përshkrim të marrëveshjes së ndaluar, , ku përfshihen: qëllimi, veprimtaria, funksionimi, produktet përkatëse, tregu përkatës,

zgjatja dhe vlerësimi i volumit të tregut të ndikuar nga marrëveshja e ndaluar, data e lidhjes së marrëveshjes, vendndodhja, përmbajtja dhe pjesëmarrësit në marrëveshje si dhe përshkrime të tjera të cilat ndihmojnë Autoritetin në zbulimin e shkeljes.

b) Të japë emrin dhe adresën e ndërmarrjes që aplikon për lehtësim nga gjoba si dhe emrat dhe adresat e të gjitha ndërmarrjeve pjesëmarrëse në marrëveshje.

c) Të japë emrat, pozicionet, vendndodhjet e zyrave dhe kur është e nevojshme, adresat e të gjithë individëve të cilët, për sa ka dijeni ndërmarrja kërkuese, janë ose kanë qenë të përfshirë në marrëveshjen e ndaluar, duke përshirë të gjithë ata individë të cilët kanë qenë të përfshirë për llogari të kërkuesit.

d) Të informojë Autoritetin nëse ndërmarrja është tërhequr nga pjesëmarrja në marrëveshjen e ndaluar;

e) Të qëndrojë në dispozicion të Autoritetit për t'iu përgjigjur kërkesave që mund të kontribuojnë për rastin;

f) Të mos shkatërrojë, falsifikojë ose korrigjojë informacionin përkatës ose të dhënat që lidhet me marrëveshjen e ndaluar;,.

g) Të japë të dhëna të tjera që lidhen me marrëveshjen e ndaluar.

3. Lehtësimi nga gjobat, sipas pikës 2 të këtij neni, nuk do të jepet nëse, në kohën e aplikimit, Autoriteti ka pasur të dhëna të mjaftueshme:

a) për të ndërmarrë një hetim, në lidhje me një marrëveshje të ndaluar;

b) ka ndërmarrë një hetim të tillë;

c) Për të marrë një vendim nga Komisioni.

4. Lehtësimi nga gjoba, sipas pikës 2 të këtij neni, do të jepet në rastin kur Autoriteti në kohën e aplikimit nuk kishte të dhëna të mjaftueshme për të zbuluar një shkelje sipas nenit 4 të Ligjit.

5. Ndërmarrja, e cila ka ndërmarrë nismën të detyrojë ndërmarrjet e tjera të bashkohen në marrëveshje, ose të qëndrojnë në të, nuk përfiton nga ky lehtësim.

Neni 9

Procedurat për lehtësimin e plotë nga gjobat

1. Ndërmarrja që kërkon lehtësim të plotë nga gjobat, paraqet pranë Autoritetit një kërkesë për t'u konsideruar e imunizuar plotësisht ose pjesërisht nga gjoba..

2. Autoriteti nuk pranon kërkesën për lehtësim nga gjobat kur ajo është depozituar pas përfundimit të raportit të hetimit.

3. Kërkuesi informon Autoritetin për aplikimet për lehtësimet e mëparshme ose që ai ka përfituar.

4. Kur kërkesa për imunitet nga gjoba është dhënë, Komisioni përcakton afatin kohor brenda të cilit kërkuesi, duhet të sjellë informacionin dhe të dhënat e kërkuara, me qëllim plotësimin e kritereve për lehtësim nga gjobat. Në rast të mosrespektimit të kritereve të mësipërme kërkuesi nuk përfiton lehtësim nga gjobat.

5. Nëse ndërmarrja nuk ka plotësuar kriteret dhe afatet vendosura, , Autoriteti informon me shkrim atë. Në një rast të tillë, ndërmarrja mund të tërheqë aplikimin ndaj lehtësimit, ose ti kërkojë Autoritetit të marrë në konsideratë kërkesën e saj për lehtësim të pjesshëm nga gjobat.

6. Komisioni nuk merr në konsideratë kërkesa të tjera për lehtësim nga gjobat para se të jetë shprehur për një aplikim ekzistues në lidhje me të njëjtën shkelje.

Neni 10

Lehtësimi i pjesshëm nga gjoba

1. Ndërmarrja, që njofton pjesëmarrjen në një marrëveshje të ndaluar dhe që nuk plotëson kushtet për lehtësim të plotë nga gjoba, mund të aplikojë për të përfituar lehtësim të pjesshëm nga gjoba.

2. Për të përfituar lehtësim të pjesshëm nga gjoba, ndërmarrja duhet t'i sigurojë Autoritetit vlera të shtuara në lidhje me marrëveshjen e ndaluar. Në vlerësimin që kryen Autoriteti, merren në konsideratë provat që kanë lidhje me shkeljen dhe kohën kur është kryer ajo. Këto prova kanë më shumë vlerë se sa provat e krijuara më pas. Në mënyrë të ngjashme, provat e lidhura drejt për drejt me faktet në fjalë do të konsiderohen me një vlerë më të madhe se sa ato indirekte.

3. Komisioni në vendimin përfundimtar vendos për nivelin e lehtësimit të pjesshëm nga gjobat për:

a) Ndërmarrjen e parë, në masën 30-50%;

b) Ndërmarrjen e dytë, në masën 20-30%;

c) Ndërmarrjet vijuese, në masën deri në 20%.

4. Me qëllim që të përcaktohet niveli i lehtësimit të pjesshëm nga gjoba, Autoriteti merr parasysh kohën në të cilën janë paraqitur provat që plotësojnë kushtin sipas pikës 2 të këtij neni dhe shkallën në të cilën paraqitet vlera e shtuar. Komisioni mund të marrë parasysh nivelin dhe vijueshmërinë e çdo bashkëpunimi të ofruar nga ndërmarrja.

5. Nëse një ndërmarrje është e para që ofron prova të lidhura me fakte të panjohura më parë nga Autoriteti, të cilat kanë lidhje të drejtpërdrejtë me rëndimin e peshës se shkeljes ose me rritjen e kohëzgjatjes se marrëveshjes së dyshuar, atëherë ai nuk i merr parasysh këto elementë në përcaktimin e masës e gjobës për ndërmarrjen që ofroi e para ose vetme provat në fjalë.

Neni 11

Procedurat për lehtësimin të pjesshëm nga gjoba

1. Ndërmarrja që kërkon lehtësim të pjesshëm nga gjoba paraqet një kërkesë me shkrim pranë Autoritetit duke sjellë të dhëna të mjaftueshme për marrëveshjen në fjalë. Në kërkesë, duhet të identifikohet qartë koha e paraqitjes së saj.

2. Me marrjen e kërkesës të ndërmarrjes Autoriteti i lëshon kësaj te fundit një vërtetim me shkrim duke konfirmuar datën e marrjes së provave në dorëzim.

3. Nëse Komisioni arrin në përfundimin se provat e paraqitura nga ndërmarrja përbëjnë vlerë të shtuar atëherë informon ndërmarrjen me shkrim, jo më vonë se sa data në të cilën raporti i hetimit i është dërguar ndërmarrjes, duke e njoftuar atë për përfitimin e lehtësimit të pjesshëm nga gjoba.

4. Komisioni informon me shkrim ndërmarrjet në rast se arrin në përfundimin se ndërmarrja nuk përfiton nga ky lehtësim.

Neni 12

Në rastet të veçanta Komisioni i Konkurrencës mund të vendosë një gjobë simbolike.

Në raste të tilla Komisioni duhet të justifikojë arsyet e marrjes së një vendimi të tillë.

Neni 13

Hyrja në fuqi

1. Rregullorja "Për Gjobat dhe Lehtësimin e Tyre", miratuar me vendimin Nr. 9 datë 01. 06. 2004 të Komisionit të Konkurrencës shfuqizohet.

2. Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë

UDHËZIM
"PER PËRCAKTIMIN E TREGUT PËRKATËS"

I. Qëllimi

1. Qëllimi i udhëzimit është që duke u mbështetur në nenin 3 të Ligjit nr 9121 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", i ndryshuar, (këtu e më poshtë Ligji), të shpjegojë metodat, kriteret dhe procedurat për përcaktimin e tregut përkatës, të ndarë në tregun përkatës të produktit dhe tregun përkatës gjeografik.

2. Përcaktimi i tregut përkatës është një instrument për të identifikuar kufijtë e konkurrencës ndërmjet ndërmarrjeve dhe bën të mundur krijimin e një kuadri brenda të cilit Politika dhe Ligji i Konkurrencës zbatohen nga Autoriteti i Konkurrencës.

3. Përcaktimi i tregut përkatës synon zbatimin e rregullave të konkurrencës në mbështetje të Ligjit në lidhje me:

a- Marrëveshjet e Ndaluara;

b- Abuzimi me Pozitën Dominuese;

c- Kontrollin e Përqendrimeve.

4. Përcaktimi i tregut përkatës, si në atë të produktit dhe në atë gjeografik, ka një ndikim vendimtar në vlerësimin e konkurrencës. Duke bërë publike procedurat që Autoriteti ndjek kur përcakton Tregun Përkatës dhe duke treguar kriteret dhe evidencat, synohet të rritet transparenca e politikës dhe vendim – marrjes së Komisionit të Konkurrencës.

5. Ky udhëzim bën të mundur që edhe ndërmarrjet të marrin pjesë në përpjekjet e Autoritetit për përcaktimin e tregut përkatës, me qëllim rritjen e konkurrencës në raste konkrete. Ndërmarrjet mund të marrin parasysh përcaktimin e tregut përkatës në vendimmarrjen e tyre të brendshme kur parashikojnë p.sh blerje ose shitje të aksioneve apo pjesëve të pronësisë, bashkimin ndërmjet tyre, krijimin e ndërmarrjeve të përbashkëta ose nënshkrimin e marrëveshjeve të caktuara. Ndërmarrjet do të jenë më të qarta për të kuptuar se çfarë lloj informacioni Autoriteti konsideron si më të përshtatshëm për qëllimet e përcaktimit të tregut.

6. Objektivi i përcaktimit të tregut si në dimensionin e produktit dhe atë gjeografik, është identifikimi i konkurrentëve aktualë dhe potencialë të ndërmarrjeve që janë të përfshirë në atë treg, sjelljen e këtyre ndërmarrjeve, dhe ndërmarrjet që kanë mundësinë të shmangin konkurrentët nga sjellja e pavarur ndaj presionit konkurrues efektiv.

7. Përcaktimi i tregut përkatës mundëson llogaritjen e pjesëve të tregut, përcaktimin e fuqisë së ndërmarrjes, strukturën e tregut me qëllim vlerësimin e konkurrencës në këtë treg .

II. Përcaktimi i tregut përkatës.

8. Ekzistojnë dy dimensione për përcaktimin e tregut: dimensioni i produktit dhe dimensioni gjeografik. Produktet që duhet të përfshihen në tregun përkatës dhe kufijtë gjeografikë të atij tregu, përcaktohen në varësi të hapësirës në të cilën klientët mund të zgjedhin shumë lehtë midis produkteve të zëvendësueshme, ose furnitorët mund të kenë më të lehtë furnizimin e këtyre produkteve alternative. Çelësi për përcaktimin e tregut përkatës është zëvëndësueshmëria.

8.1 **Tregu përkatës i produktit** përcaktohet si: "Një treg përkatës i produktit përfshin të gjitha ato mallra dhe/ose shërbime të cilat vlerësohen si të këmbyeshme ose të zëvendësueshme nga konsumatori, për arsye të karakteristikave të prodhimit, çmimeve dhe qëllimit të përdorimit të tyre". [101]

---

[101] Identifikimi i tregut përkatës të produktit kërkon paraprakisht një analizë, e cila do të marrë në konsideratë faktorë të tillë thelbësore si: zëvendësueshmëria, konkurrenca, çmimet, elasticiteti i kërkesës së mallit në varësi të çmimeve të prodhimeve të tjera, etj. Që dy produkte të konsiderohen nga blerësit si të zëvendësueshëm , nuk është kusht që ata duhet të jenë të njëjtë nga pikëpamja e karakteristikave të tyre fizike dhe funksionale, çmimeve ose cilësisë. Përkundrazi përcaktuese në këtë rast është një shkallë e mjaftueshme e zëvendësueshmërisë të tyre për të kënaqur nevojat dhe dëshirat e blerësve, me synimin që secili nga këto produkte të mund të përbëjë një alternativë reale ekonomike për prodhimin tjetër, e që konsumatori të mund të zgjedh kur të vendosi për të blerë.

8.2 **Tregu përkatës gjeografik** përcaktohet si: "Një treg përkatës gjeografik përfshin zonën në të cilën ndërmarrjet përkatëse janë përfshirë në ofertën dhe kërkesën e mallrave ose shërbimeve, në të cilën kushtet e konkurrencës janë mjaftueshmërisht homogjene dhe që mund të dallohen nga zona fqinje sepse kushtet e konkurrencës janë vlerësuar të ndryshme në këto zona". Elementët, të cilët duhet të merren në konsideratë kur përcaktojmë tregun gjeografik, përmbledhin:

- natyrën dhe karakteristikat e prodhimeve përkatëse;
- ekzistencën e pengesave te hyrjes;
- parapëlqimet e konsumatorëve;
- dallimet ndërmjet pjesëve te tregut te ndërmarrjeve, ne zonat gjeografike fqinje; si edhe
- ndryshimet thelbësore ndërmjet çmimeve të ofruesve dhe nivelet e kostove të transportit.

III. Kriteret bazë për përcaktimin e tregut.

9. Kriteret për përcaktimin e tregut përkatës janë: zëvendësueshmëria nga ana e kërkesës, zëvendësueshmëria nga ana e ofertës, konkurrenca potenciale dhe barrierat e hyrjes në treg.

10. Kriteret për përcaktimin e tregut përkatës zbatohen për analizat e sjelljeve të ndryshme të konkurrentëve në treg dhe ndryshimeve strukturore të tregut. Kjo analizë mund të çojë në rezultate të ndryshme që varen nga natyra e çështjeve të konkurrencës të marra në shqyrtim. P.sh qëllimi i përcaktimit të tregut gjeografik mund të jetë i ndryshëm për produkte të njëjta në kohë të ndryshme në varësi të qëllimit kur analizohet ky treg (p.sh një përqendrim ose një analizë e sjelljes së ndërmarrjeve në një periudhë të mëparshme).

III.1 . Zëvendësueshmëria nga ana e kërkesës

11. Zëvësueshmëria nga ana e kërkesës ndodh sepse një rritje e çmimeve e bën një produkt më pak të pëlqyer nga konsumatorët, të cilët vendosin të blejnë më pak nga ai dhe më shumë nga produktet alternative zëvëndësuese. Një njësi matëse formale e zëvëndësueshmërisë nga ana e kërkesës, i njohur si elasticitet**,** shikon se si reagon kërkesa ndaj ndryshimit të çmimit, kur të gjitha faktorët e tjerë mbeten të pandryshuara. Vlerësimi i Elasticitetit te Çmimeve nga ana e kërkesës kryhet nëpërmjet testit SSNIP[102] (*Small But Not Significant Non-transitory Increase in Price*) ose ndryshe Testi i Monopolistit Hipotetik.

12. Një shembull praktik i këtij testi mund të sigurohet nga zbatimi i tij tek një përqendrim p.sh për shishet e pijeve joalkoolike. Një çështje për tu shqyrtuar do të ishte të vendosej n.q.s lloje të ndryshme shishesh të pijeve joalkoolike i përkasin te njëjtit dhe vetëm një tregu. Në praktikë, pyetja që do të drejtohej do të ishte n.q.s konsumatori i shijes A do ta ndërronte me shije tjetër, kur ballafaqohet me një rritje të vazhdueshme çmimi për shijen A nga 5% tek 10%. N.q.s një numër i mjaftueshëm i konsumatorëve do të ndërronin p.sh le

---

[102] Në përdorimin e testit SSNIP për të përkufizuar tregun e produktit, do të duhet të gjejmë se, kur një monopolist hipotetik i një lloji të caktuar produkti apo një sërë produktesh, të cilat duhet të përbëjnë një treg, mund të imponojë një rritje domethënëse jo tranzitore por të vogël në çmim (SSNIP). ***Hapi i parë*** i testit është të analizohen karakteristikat e produkteve, duke përfshirë qëllimin që këto do të përdoren në mënyrë që të gjenden zëvendësuesit e mundshëm, të cilët mund të përfshihen në përcaktimin e tregut përkatës. ***Hapi i dytë*** shqyrton se çfarë ndodh atëherë kur çmimi relativ i këtyre prodhimeve të zëvendësueshme rritet. Testi SSNIP zakonisht është konceptuar se pretendon një rritje të çmimeve për grupin e produkteve në fjalë në një nivel prej 5 – 10%, ndërsa të gjitha çmimet e tjera mbeten të pandryshuara. Madhësia absolute e rritjes së çmimeve e përdorur në test do të jetë në varësi të rrethanave të hetimit, por në përgjithësi praktika e ndjekur do të jetë rritja hipotetike me rreth 5 %, ndërkohë që pretendohet që çmimet e tjera mbeten të pandryshuara, deri në një vit. Në shumë shembuj, një rritje e çmimit të produkteve me rreth 5 % (dhe çmimet e tjera të pandryshuara) në mënyrë të arsyeshme pritet t'i bëjë klientët të rishikojnë vendimet për blerjet, duke sjellë kështu një nivel efektiv gjatë të cilit merret parasysh testi. Një rritje prej 5 % çmimesh pritet gjithashtu të ketë një efekt të ndjeshëm mbi kufirin e fitimit të ndërmarrjes, qëllimi kryesor është në qoftë se kërkesa do të reduktohet në një hapësirë të tillë aq sa të kompensojë efektin e kufirit më të lartë.

të themi shijen B deri tek ajo pikë që çmimi rritet për shijen A, nuk do të ishin me përfitim zotërimet që rezultojnë nga humbja e shitjeve, atëherë tregu do të përfshijë të paktën shijet A dhe B. Procesi do të shtrihej në lidhje me shije të tjera të disponueshme deri sa një grup i produkteve të identifikohet me një rritje të tillë çmimi, i cili nuk do të ndikonte në një zëvendësim të mjaftueshëm në kërkesë.

13. Informacionet që përdoren për të parë mundësinë e zëvendësimit nga ana e kërkesës janë: Informacion se çfarë ndryshime çmimesh janë bërë në kohë, karakteristikat e produkteve, informacion i klientëve për konkurrentet, dokumente si studimi i marketingut, analizat e tregut të përgatitura për investitorët, plani i biznesit, vlerësime ekonometrike mbi elasticitetin.

III.2. Zëvendësueshmëria nga ana e ofertës.

14. Kur reagimi i firmave që duan të hyjnë në treg është relativisht i shpejtë, kemi të bëjmë me zëvendësueshmëri nga ana e ofertës. Ndërmarrjet që plotësojnë kushtet për t'u konsideruar si konkurrentë ekzistues duhet të merren parasysh në përkufizimin e tregut përkatës së produkteve.

15. Zëvendësueshmëria nga ana e ofertës ndodh nëse ofruesit janë të aftë të këmbejnë produktet e tyre me produktet e tregut përkatës dhe ti tregtojnë ato në periudha afatshkurtra pa sjellë kosto shtesë, në përgjigje të ndryshimeve të vogla ose përhershme të çmimeve. Nëse plotësohen këto kushte, produkti shtesë që është vënë në treg do të ketë një efekt të disiplinuar mbi sjelljen konkurruese të ndërmarrjeve të përfshira. Një ndikim i tillë është ekuivalent me efektin e zëvendësueshmërisë nga ana e kërkesës.

16. Një shembull praktik për analizën e zëvendësueshmërisë nga ana e ofertës kur përcaktohet tregu i produktit konstatohet në rastin e letrës. Letra zakonisht ofrohet në kategori të ndryshme cilësie, nga letra e shkruar standarde, te letra e cilësisë së lartë që do të përdoret, p.sh, për publikimin e librave të artit. Nga një këndvështrim i kërkesës, nuk mund të mos përfillen këto dallime cilësie të letrës, pasi nuk mund të shtypet një libër arti ose një vepër letrare luksi duke përdorur një letër me cilësi të zakonshme. Megjithatë, fabrikat e letrës mund të prodhojnë letër me cilësi te ndryshme dhe në afate të shkurtra mund ta përshtatin prodhimin duke mesatarizuar shumë pak kostot e papërfillshme të përshtatjes. Kur nuk ka vështirësi të veçanta në shpërndarje, prodhuesit e letrës janë të aftë të konkurrojnë për porosi të cilësive të ndryshme, në veçanti n.q.s porositë janë shoqëruar me kohë të mjaftueshme që lejon modifikimin e planeve të prodhimit. Në këto rrethana, Autoriteti nuk do të përcaktonte një treg të ndarë për secilën cilësi letre dhe përdorimin e saj përkatës. Cilësitë e ndryshme të letrës janë përfshirë në tregun përkatës dhe shitjet e tyre janë mbledhur me synim për të vlerësuar volumin dhe vlerën e tregut.

17. Informacioni që është i vlefshëm gjatë analizës së zëvendësimit nga ana e ofertës është: karakteristikat e produktit, informacion mbi variacionet e çmimeve dhe të shitjeve sipas zonës, sa ju kushton klientëve për të kërkuar produktet që furnizohen nga zona të tjera gjeografike etj.

III.3. Konkurrenca potenciale

18. Burimi i tretë i kufizimit nga këndvështrimi i konkurrencës, konkurrenca potenciale, nuk merret në konsideratë kur përcaktohet tregu, deri kur kushtet nën të cilat ajo efektivisht mundet te sjelle një kufizim konkurrence, varen nga analiza e një sere faktorësh dhe rrethanash duke i krahasuar me kushtet e hyrjes. N.q.s kërkohet, kjo analizë ndërmerret vetëm në një fazë vijuese, përgjithësisht sapo pozicioni i ndërmarrjeve të përfshira në tregun përkatës të jetë siguruar tashmë, dhe kur kjo pozitë ngre shqetësimet nga një këndvështrim i konkurrencës.

19. Kur reagimi është i mundshëm por jo i menjëhershëm, kemi të bëjmë me konkurrencën potenciale ; ndërmarrjet konsiderohen si konkurrentë potenciale, por nuk futen në tregun përkatës.

III.4. Barrierat e hyrjes

20. Barrierat e hyrjes në tregun përkatës (në tregun e produktit ose tregut gjeografik), përfshijnë të gjitha pengesat që kufizojnë hyrjen e lirë në treg të një konkurrenti potencial.

21. Barrierat e hyrjes në tregun përkatës janë si më poshtë:
    - a- Barriera ligjore, rregulla, licenca ose kritere specifike.
    - b- Barriera ekonomike, si p.sh barrierat strukturore(kapitali fillestar, kapitali i investuar, patentat, know how, ekonomitë e shkallës, kostot e transportit, diferencimi i produkteve, niveli i kërkesës dhe ofertës ose barriera të ngjashme).
    - c- Barriera natyrore që vijnë si pasojë e kufizimeve të burimeve natyrore.
    - d- Barrierat strategjike, që krijohen nga konkurrentët ekzistues, sjellja dhe aktiviteti i të cilëve pengon konkurrentët potencial të hyjnë në tregun përkatës.

IV. Procesi i përcaktimit të tregut përkatës në praktikë.

IV.1. Dimensioni i produktit .

22) Ka një sërë të dhënash që lejojnë vlerësimin e shkallës së zëvendësueshmërisë. Në rastet individuale, lloje të ndryshme të dhënash do të jenë përcaktuese në vartësi të karakteristikave dhe specifikave të industrive dhe produkteve që shqyrtohen. Të njëjtat lloje të dhënash nuk kanë të njëjtën rëndësi në raste të tjera. Në shumicën e rasteve, një vendim duhet të bazohet duke marrë në konsideratë një numër kriteresh dhe të dhënash. Autoriteti është transparent për metodat që ndjek mbi bazën e të dhënave empirike me qëllim që të arrijë në një përdorim eficent të të gjithë informacionit të nevojshëm që i përket rasteve individuale. Ai nuk ndjek një hierarki të ngurtë të informacionit ose tipeve të ndryshme të të dhënave.

23) Procesi i përkufizimit të tregut përkatës mund të përmblidhet si vijon: “Në bazë të një informacioni paraprak ose informacioni të ofruar nga ndërmarrjet e përfshira, Autoriteti do të ketë mundësi që të përcaktojë tregjet e mundshme përkatëse në kuadër të të cilëve p.sh një përqendrim ose një praktikë kufizuese e konkurrencës duhet të vlerësohet”. Në përgjithësi dhe për të gjitha qëllimet praktike kur trajtohen raste individuale, çështja do të ishte për të vendosur për disa alternativa të mundshme të tregut përkatës, Për sa i përket tregut të produktit, çështja shtrohet: n.q.s produktet A dhe B i përkasin ose jo të njëjtit treg të produktit qe shpesh. N.q.s në një përcaktim alternativ të besueshëm të tregut, veprimi në fjalë nuk ngre probleme të konkurrencës, çështja e përcaktimit të tregut do të lihet e hapur, duke ulur ngarkesën e ndërmarrjeve për ofrimin e informacionit.

IV.2. Dimensioni Gjeografik

24) Për të përcaktuar tregun gjeografik nevojitet një këndvështrim paraprak mbi bazën e një tërësie treguesish për sa i përket shpërndarjes së pjesës së tregut të palëve dhe konkurrentëve të tyre, po ashtu dhe një analizë paraprake e procesit të vendosjes së çmimit dhe të diferencave në çmime në nivel lokal dhe atë kombëtar. Ky këndvështrim paraprak përdoret kryesisht si një hipotezë për të fokusuar kërkimet e Autoritetit me qëllim që të arrihet në një përkufizim sa më të saktë të tregut gjeografik.

25) Arsyet që qëndrojnë pas çdo konfigurimi të veçantë të çmimeve dhe pjesëve të tregut duhet të studiohen. Ndërmarrjet mund të zotërojnë pjesë të mëdha të tregut të brendshëm për arsye të peshës në të kaluarën dhe anasjelltas. Hipotezat e para drejtohen kundrejt një analize të karakteristikave të kërkesës (rëndësia e preferencave kombëtare ose lokale, modelet aktuale të blerjes nga konsumatorët, diferencimet në produkt/marka, etj.) me qëllim që të dallohet nëse shoqëritë në zona të ndryshme realisht krijojnë një burim alternativ të ofertës për konsumatorët. Eksperimenti teorik është përsëri i bazuar mbi zëvendësueshmërinë si pasojë e ndryshimeve në çmimet relative, dhe pyetja për tu përgjigjur është gjithashtu: nëse klientët e palëve do të zhvendosnin porositë e tyre drejt ndërmarrjeve të vendosura diku tjetër në një periudhe afatshkurtër dhe me një kosto të pa konsiderueshme.

26) N.q.s. është e nevojshme, do duhet të ndërmerret një kontroll i mëtejshëm mbi faktorët e ofertës për t'u siguruar që ato ndërmarrje të cilat janë vendosur në zona të ndryshme, nuk përballen me pengesa për shitjet e tyre në terma të konkurrencës së lirë dhe efektive në tregun gjeografik si një të tërë. Kjo analizë do të përfshijë një shqyrtim të kërkesave për një prani lokale me qëllim: të shitjes në këtë zonë, kushtet e hyrjes në kanalet e shpërndarjes, kostot e shoqëruara me ngritjen e një rrjeti shpërndarjeje, dhe prezenca ose mungesa e pengesave rregullatorë që ngrihen si pasojë e prokurimit publik, rregullimi i çmimeve, kuotave dhe tarifave që limitojnë tregtinë ose prodhimin, standardet teknikë, monopolet, liria e krijimit të një biznesi, kërkesat për autorizim administrativ, rregullimin e paketimeve, e.t.j.

27) Shkurtimisht, Autoriteti duhet të identifikojë pengesat e mundshme që izolojnë ndërmarrjet e ndodhura në një zonë të dhënë, nga presioni konkurrues i ndërmarrjeve të ndodhura jashtë kësaj zonë, me qëllim që të përcaktohet shkalla e saktë e penetrimit të tregut në nivel kombëtar dhe më gjerë.

28) Modelet aktuale dhe evoluimi i tregtisë sjellin tregues të nevojshëm shtesë duke krijuar tregje të ndryshme gjeografike, si për rëndësinë ekonomike të secilit nga faktorët e kërkesës ose ofertës të përmendur më sipër, ashtu dhe për shtrirjen tek e cila ato mund ose nuk mund të ndërtojnë pengesa aktuale. Analiza e tregjeve të zhvilluara në përgjithësi ngre pyetjen e kostove të transportit dhe shtrirjen në të cilën ato mund të vështirësojnë tregtinë ndërmjet zonave të ndryshme, duke pasur parasysh vendndodhjen e fabrikave, koston e produktit dhe nivelet e çmimeve relative.

IV.3. Procesi i mbledhjes së të dhënave

29) Kur nevojitet të bëhet përcaktimi i saktë i tregut, Autoriteti duhet te kontaktoje shpesh me klientët kryesorë dhe ndërmarrjet kryesore në industritë e linjës për tu informuar mbi këndvështrimin e tyre për kufijtë e tregut të produktit dhe atij gjeografik dhe të marrë të dhëna faktike të nevojshme për të arritur në një përfundim të caktuar. Autoriteti, mundet gjithashtu të kontaktojë shoqatat përkatëse profesionale të biznesit dhe ndërmarrjet aktive në tregjet e shumicës, me qëllim që të jetë në gjendje të përcaktojë, kur është e nevojshme tregjet e produktit dhe ato gjeografikë, të ndara për nivele të ndryshme të produktit ose shpërndarjes së produkteve në fjalë. Gjithashtu mund të kërkojë informacion shtesë për ndërmarrjet e përfshira.

30) Nëse është e nevojshme, Autoriteti i kërkon aktorëve të tregut të përmendur më lart, informacion mbi tregun përkatës. Këto kërkesa përfshijnë zakonisht pyetje që lidhen me perceptimet e ndërmarrjeve ndaj reagimeve të rritjes hipotetike të çmimeve dhe këndvështrimeve të tyre për kufijtë në tregun përkatës.

31) Autoriteti, do të kërkojë informacion faktik që konsiderohet i nevojshëm për të arritur në konkluzione për shtrirjen e tregut përkatës. Ai mundet gjithashtu të diskutojë me zyrtarë të këtyre ndërmarrjeve, për të arritur një kuptim më të drejtë për mënyrën se si zhvillohen negociatat midis ofruesve dhe klientëve si dhe të çështjeve që lidhen me tregun përkatës. Kur është e nevojshme, Autoriteti mundet gjithashtu të shkojë në ambientet e palëve, të klientëve të tyre dhe/ose të konkurrentëve të tyre, me qëllim që të sqarohen proceset e produktit dhe të shitjes së produkteve.

IV.4. Të dhëna për përcaktimin e tregjeve-dimensioni i produktit

32) Llojet e të dhënave që Autoriteti i konsideron përkatëse për të vlerësuar nëse dy produkte janë të zëvendësueshme nga ana e kërkesës, mund të klasifikohen si më poshtë:

a- **Të dhënat e një zëvendësimi në një të shkuar të afërme**. Në raste të caktuara është e mundur që të analizohen të dhëna që lidhen me situata të kohëve të fundit ose tronditjeve në treg që ofrojnë shembuj aktualë të zëvendësueshmërisë midis dy produkteve. Kur ka pasur ndryshime në çmimet relative në të kaluarën (duke i konsideruar faktorët e tjerë të pandryshueshme), reagimi në termat e sasisë të

kërkuara, do të jenë vendimtare për të vërtetuar zëvendësueshmërinë. Hedhja në treg e produkteve të reja në të kaluarën, mund të ofrojë informacion të nevojshëm kur është e mundur, që në mënyrë të saktë të analizohen produktet të cilat kanë humbur shitje si pasojë e produkteve të reja.

b- **Pikëpamjet e klientëve dhe të konkurrentëve**. Autoriteti në kuadër të monitorimit, kontakton me klientët dhe konkurrentët kryesorë të ndërmarrjeve përkatëse, me qëllim njohjen e pikëpamjeve të tyre mbi kufijtë e tregut të produktit, ashtu si dhe informacionet më të nevojshme për të arritur në konkluzionin e përcaktimit të tregut. Përgjigjet e arsyetuara të klientëve dhe konkurrentëve, për atë se çfarë do të ndodhte nëse çmimet relative të produkteve të konsideruara si të zëvendësueshme rriten lehtë (për shembull nga 5 në 10%) në territorin gjeografik potencial, merren parasysh kur janë të mbështetura në të dhëna faktike.

c- **Preferencat e konsumatorëve**. Në rastin e mallrave të konsumit, mund të jetë e vështirë për Autoritetin që të njohë direkt pikëpamjen e konsumatorëve përfundimtar, mbi produktet zëvendësuese. Studimet e tregut të përdorura në të kaluarën nga ndërmarrjet për vendimmarrjen e tyre lidhur me fiksimin e çmimeve të produkteve të tyre dhe/ose përcaktimin e veprimeve të tyre tregtare të marketingut, mund t'i sigurojnë Autoritetit të dhëna të vlefshme për të përkufizuar tregun përkatës. Anketimet e konsumatorëve për të njohur zakonet e tyre të konsumit dhe të sjelljeve të blerjeve, mendimet e shprehura nga shitësit me pakicë dhe në mënyrë më të përgjithshme, studimet e tregut të dërguara nga palët dhe nga konkurrentët e tyre, duke marrë parasysh edhe rëndësinë e markave për produktet në fjalë, janë përdorur për të përcaktuar nëse një pjese domethënëse e konsumatorëve i konsiderojnë dy produkte si të zëvendësueshëm.

IV.5. Kostot e transferimit të kërkesës kundrejt produkteve potencialisht të zëvendësueshme.

33) Ekzistojnë një numër pengesash dhe kostosh që mund ta prapësojë Autoritetin që të konsiderojë dy produkte zëvendësuese nga ana e kërkesës në të njëjtin treg përkatës. Është e pamundur të hartohet një listë e plotë e të gjitha pengesave potenciale për zëvendësim te produktit ashtu si dhe të kostove te transferimit. Këto pengesa mund të kenë gamë të gjerë origjinash.

34) **Kategori të ndryshme të konsumatorëve dhe diskriminimi i çmimit**. Një grup klientësh, të një produkti përkatës mund të krijojnë një treg të veçantë, më të ngushtë kur mund të jetë subjekt i diskriminimit të çmimit. Në këto raste duhet të plotësohen dy kushte:

a. të përcaktohet se cilit grup i përket një klient individual në momentin që produkti përkatës i shitet atij; dhe

b. kur tregtia midis klientëve ose arbitrazhi nga palët e treta nuk mund të realizohen.

IV.6. Të dhënat për të përcaktuar tregjet – Dimensioni gjeografik.

35) Llojet e të dhënave që Autoriteti merr ne konsideratë për të arritur në një konkluzion mbi përcaktimin e tregut gjeografik janë si vijon:

a. **Prova që në të shkuarën ka pasur zhvendosje të porosive drejt zonave të tjera gjeografike.** Në raste të caktuara, të dhënat mbi ndryshimin e çmimeve midis zonave të ndryshme dhe reagimet e mundshme të klientëve mund të jenë të nevojshme. Në përgjithësi, të njëjtat teste cilësore të përdorura për të përcaktuar tregun e produkteve, mund të shërbejnë në përcaktimin e tregut gjeografik, por duhet të kemi parasysh se krahasimet e çmimit në shkallë ndërkombëtare mund të jenë më komplekse, si rezultat i disa faktorëve si: luhatjet e kursit të këmbimit, taksat dhe diferencat cilësore të produkteve.

b. **Karakteristikat themelore të kërkesës.** Natyra e kërkesës për produktin përkatës mund të përcaktojë shtrirjen e tregut gjeografik. Faktorë të tillë si preferencat kombëtare ose preferencat për marka kombëtare, gjuha, kultura, stili i jetesës dhe

nevoja e një prezence lokale, kanë mundësi të konsiderueshme për të kufizuar shtrirjen gjeografike të konkurrencës.

c. **Pikëpamjet e klientëve dhe konkurrentëve**. Kur është e përshtatshme, Autoritetit kontakton klientët dhe konkurrentët e palëve gjatë monitorimit të tregut me qëllim marrjen e mendimeve të tyre mbi kufijtë e tregut gjeografik, ashtu si dhe pjesën më të madhe të fakteve.

d. **Shpërndarja gjeografike e blerjeve.** Një shqyrtim i shpërndarjes aktuale gjeografike të blerjeve siguron të dhëna të nevojshme mbi shtrirjen e mundur të tregut gjeografik.

e. **Flukset tregtare dhe te transportit**. Kur numri i klientëve është shumë i madh dhe nuk është e mundur krijimi i një imazhi të qartë të shpërndarjes gjeografike të blerjeve vetëm mbi bazën e informacioneve të marra nga ata, informacioni alternativ mbi flukset tregtare mund të përdoret duke u mbështetur në statistikat tregtare për produktin përkatës. Flukset tregtare dhe analiza e tyre, lejon marrjen e informacioneve për të përcaktuar tregun gjeografik, por ato nuk përbëjnë në vetvete konkluzione përfundimtare.

f. **Pengesat dhe kostot e transferimit që çojnë në riorientimin e porosive drejt ndërmarrjeve në zona të tjera**. Mungesa e blerjeve ose e flukseve tregtare ndërkufitare, për shembull, nuk do të thotë domosdoshmërish që tregu të jetë vetem kombëtar.

Para se të arrijmë në përfundimin që një treg gjeografik përkatës është kombëtar, duhet të shikojmë nëse nuk ekzistojnë pengesa që e izolojnë atë. Pengesa më e qartë për një konsumator që ti zhvendosë porositë e tij në një zonë tjetër gjeografike, është impakti i kostos së transportit, kufizimet e transportit që vijnë nga legjislacioni ose natyra e produkteve përkatëse. Impakti i kostove të transportit zakonisht kufizon shtrirjen e një tregu gjeografik për produktet voluminoze me vlera të vogla; duke pasur parasysh që disavantazhet e transportit mundet gjithashtu të kompensohen nga një avantazh krahasues në kostot të tjera(kosto e punës ose lëndët e para). Aksesi në rrjetet e shpërndarjes në një zonë të dhënë, pengesat rregullatorë që ekzistojnë në sektorë të caktuar, kuotat ose tarifat doganore, gjithashtu mund të krijojnë pengesa që izolojnë një zonë gjeografike të dhënë nga presioni konkurrencial i ndërmarrjeve jashtë kësaj zone.

36) Mbi bazën e të dhënave të mbledhura, Autoriteti përcakton një treg gjeografik që mund të shkojë nga një dimension lokal në një dimension global.

37) Pikat e mëposhtme përshkruajnë faktorët e ndryshëm që mund të shërbejnë për të përcaktuar tregjet përkatëse. Kjo nuk do të thotë që në çdo rast individual do të jetë i nevojshëm mbajtja e të dhënave dhe vlerësimi i secilit faktor. Shpesh në praktikë të dhënat merren nga një bashkim apo grupim i këtyre faktorëve që janë të mjaftueshëm për të arritur në një konkluzion.

V. LLOGARITJA E PJESËVE TË TREGUT

38) Përcaktimi i tregut përkatës si në dimensioni e produktit dhe atë gjeografik, lejon të identifikohen se cilët janë aktorët (ofruesit, klientët/ konsumatorët) aktivë në këtë treg. Mbi këtë bazë, është e mundur llogaritja e madhësisë toatale të tregut si dhe e pjesëve të tregut të ndërmarrjeve, mbi bazën e shitjeve të tyre në tregun e produktit përkatës në zonat përkatëse. Në praktikë, madhësia totale e tregut dhe pjesët e tregut të ndërmarrjeve, shpesh janë të disponueshme nga burimet e tregut, p.sh vlerësimet e ndërmarrjeve, studimet e kërkuara nga industritë përkatëse dhe/ose nga shoqatat e biznesit. Në raste të tjera, kur këto vlerësime nuk janë të besueshme, Autoriteti i kërkon secilit ofrues në tregun përkatës që t'i sigurojë shifrat e tij të shitjes, në mënyrë që të mund të llogarisë madhësinë totale të tregut dhe pjesët e tregut të secilit.

39) Shitjet janë përgjithësisht referenca për të llogaritur pjesët e tregut. Megjithatë ka tregues të tjerë, që varen nga produkte specifike ose industri të veçanta, që mund të ofrojë informacion të vlefshëm, si p.sh. kapaciteti, numri i operatorëve në tregjet e produkteve të prokuruara, njësitë e flotave në rastin ajro-hapësinor ose rezervat e mbajtura në rastin e sektorëve si ato të shfrytëzimit të minierave.

40) Si rregull, si volumet ashtu dhe vlerat e shitjes përbëjnë një informacion të nevojshëm. Në rastet e produkteve të diferencuara, duhet të merren në konsideratë shitjet në vlerë e shoqëruar dhe me pjesët e tregut te secilit, për një reflektim më e mirë të pozicionit relativ dhe të fuqisë së çdo ofruesi. Një firmë që ka pjesë të madhe në treg mund të ketë mundësinë të rrisë çmimet e saj në mënyrë të pavarur nga firmat e tjera. Ndryshimet e pjesëve te tregut në kohë mund të na japin të dhëna mbi dinamikën e tregut.

41) Autoriteti i Konkurrencës do të përcaktojë tregun përkatës rast pas rasti sipas çështjes në shqyrtim.

UDHËZIM
"MBI VLERËSIMIN E PASOJAVE TË LEGJISLACIONIT MBI KONKURRENCËN"

Mbështetur në nenin 24, shkronja dh, nenet 69, 70 dhe 82 te ligjit nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për mbrojtjen e konkurrencës", Autoriteti i Konkurrencës

Udhëzon:

I. Hyrje

1.1 Rëndësia e vlerësimit të pasojave mbi konkurrencën

Legjislacioni i hartuar nga organet e administratës qendrore, ato vendore, ose nga iniciues të pavarura, mund të ketë pasoja negative mbi konkurrencën në treg. Vlerësimi i këtyre akteve legjislative ka për qëllim analizën e pasojave që ka ose mund të kenë këto akte mbi konkurrencën.

Zbatimi i hapave kryesore analitike ne vlerësimin legjislative ka për qellim përmirësimin e cilësisë se propozimit si dhe ndihmon për te shpjeguar nevojshmërinë e një veprimi apo, ne te kundërt, demonstron qe nuk duhet te ndërmerret një veprim i caktuar legjislativ.

Ligji nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për mbrojtjen e konkurrencës" parashikon vlerësimin *ex post* dhe *ex ante*, nga Autoriteti i Konkurrencës, te akteve normative. Ky ligj përcakton gjithashtu detyrimin e organeve te administratës qendrore dhe vendore qe te kërkojnë vlerësimin e Autoritetit për çdo projekt akt-normativ që prek konkurrencën në treg.

Vlerësimi *ex post* i ligjeve ekzistuese është detyrë e Autoritetit dhe presupozon identifikimin e akteve normative në fuqi dhe analizën e pasojave mbi konkurrencën. Bashkëpunimi me rregullatorët sektorialë dhe autoritetet kompetente (ministritë apo organet e qeverisë vendore) është i dëshirueshëm dhe në disa raste i domosdoshëm për kryerjen e këtij vlerësimi. Për vlerësimin e projekt-akteve normative (vlerësimi *ex ante*) është e domosdoshme që hartuesit e këtyre projekt ligjeve të bashkëpunojnë dhe te marrin parasysh sugjerimet dhe rekomandimet e parashtruara nga Autoriteti i Konkurrencës.

Vlerësimi indipendent – d.m.th nga autoritetet vetë apo hartuesit e ligjeve – përbën një hallkë shumë të rëndësishme të vlerësimit legjislativ, kjo sepse këto autoritete kanë një njohje më të mirë të realitetit dhe sektorit ekonomik ku ato veprojnë.

Me qellim përmirësimin e këtij procesi, nxitjen e bashkëpunimit të hartuesve te projekt-akteve dhe autoriteteve kompetente për zbatimin e ligjeve ekzistuese me Autoritetin e Konkurrencës, dhe përhapjen e një metodologjie të përgjithshme për vlerësimin e akteve normative, Autoriteti i Konkurrencës ka përgatitur këtë udhëzim në të cilin janë përcaktuar kriteret dhe standardet e mëposhtme qe duhet te merren parasysh nga institucionet përkatëse, qendrore apo vendore.

Kjo do te krijojë mundësinë e rritjes se cilësisë te akteve normative te propozuara, si dhe shmangien e pasojave kufizuese te konkurrencës ne këto projekt-akte.

1.2 Rëndësia e mbrojtjes dhe nxitjes së konkurrencës

Neni 11 i Kushtetues se Republikës se Shqipërisë, përcakton qarte se "sistemi ekonomik i Republikës së Shqipërisë bazohet në pronën private e publike, si dhe në ekonominë e tregut dhe në lirinë e veprimtarisë ekonomike". Vlerësimi i pasojave konkurruese nuk është vetëm detyrë e vënë nga legjislacioni ne fushën e mbrojtjes se konkurrencës, por rrjedh dhe nga parimi i ekonomisë së tregut dhe nga liria ekonomike e garantuar drejtpërdrejte nga Kushtetuta e Shqipërisë.

Integrimi i Shqipërisë në Bashkimin Evropian dhe standardet që kërkohen të arrihen në këtë proces, është një tjetër faktor përcaktues dhe nxitës për fushën e konkurrencës. Marrëveshja e Stabilizim Asocimit dhe dispozitat përkatëse te saj qe prekin ketë fushe, shërbejnë si një katalizator për zhvillimin dhe zbatimin e politikave te konkurrencës ne përputhje me standardet dhe praktikat me te mira evropiane.

Një mjedis konkurrues siguron se do te ketë hyrës potenciale ne "garën" për te prodhuar një produkt te ri apo për te ofruar një shërbim me te mire. Si pasoje, konkurrenca e fuqishme përbën nxitësin kryesore te rritjes se produktivitetit dhe siguron qe tregu do te mbetet konkurrues. Njëkohësisht ajo ka një pasojë pozitive tek konsumatoret, te cilët përfitojnë nga mundësia e zgjedhjeve, cilësia, çmimet e drejta dhe produktet e reja.

1.3 Rëndësia e identifikimit të tregut të prekur

Legjislacioni mund të prekë shumë tregje ose një sërë sektorësh ekonomikë. Për shembull, legjislacioni për tatimet ose për rregullat e sigurisë në punë zbatohet për të gjithë sektorët e ekonomisë në kushte të njëjta ose të ngjashme. Por legjislacioni mund të prekë dhe një sektor ekonomik ose një treg përkatës të veçantë. Në shumë raste pasojat mbi konkurrencën mund të vlerësohen duke pasur si referencë një treg përkatës në kuptimin e së drejtës së konkurrencën.

Pikënisja për identifikimin e tregut apo tregjeve te prekura nga ndonjë mase apo politike e caktuar, është identifikimi i produkteve apo shërbimeve qe preken drejtpërdrejtë nga legjislacioni. Analiza duhet të përqendrohet tek ato produkte apo shërbime qe mund te jene prekur ne mënyrë direkt ose indirekte nga një mase apo politike e caktuar ose një akt normativ, sepse konsumatoret apo furnizuesit do ti zëvendësonin me produkte te tjera si përgjigje ndaj masës së parashikuar.

Në përgjithësi vlerësimi i pasojave të aktit normativ përqendrohet në tregun përkatës të përkufizuar si "produktet që vlerësohen si të zëvendësueshme nga konsumatorët ose klientët e tjerë, për sa u përket karakteristikave, çmimit dhe funksionit të tyre dhe që ofrohen ose kërkohen nga ndërmarrjet në një zonë gjeografike me kushte të njëjta konkurrence, zonë kjo e cila veçohet nga zonat e tjera kufizuese" (neni 3 pika 7 e Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës).

Ne vlerësimin e pasojave indirekte, vlerësimi duhet te përqendrohet më së pari në gadishmerine dhe mundësinë e konsumatoreve për te zëvendësuar produktet apo shërbimet e prekura nga masa apo politika e re ne produkte alternative që nuk preken nga kjo mase apo politike, dhe së dyti në gadishmerine dhe mundësinë e furnizuesve et ofruesve për te ofruar produkte apo shërbimeve alternative nga ato te prekura nga masa apo politika e re.

Ne përcaktimin e pasojës te masës apo politikes se parashikuar, duhet te identifikohet dhe dimensioni gjeografik i tregut. Tregu mund te jete lokal, rajonal, kombëtar apo ndërkombëtar.

Vlerësimi legjislativ duhet të analizojë dhe pasojat në tregjet fqinje si dhe pasojat në procesin e furnizimit me lëndë të para, të prodhimit dhe të shpërndarjes. Hartuesit e akteve normative duhet te marrin ne konsiderate pasojat e propozimeve te tyre mbi furnizuesit për lëndët e para qe kërkohen për te prodhuar produkte te prekura. Hartuesit e politikave akteve normative duhet gjithashtu te marrin ne konsiderate nëse propozimet e tyre prekin ato qe shpërndajnë, me shumice apo pakice, prodhimet e prekura. Kjo kërkon një kuptim te thellë te procesit te prodhimit dhe shpërndarjes.

1.4 Hapat e vlerësimit legjislativ

1.4.1 Vlerësimi paraprak: identifikimi i dispozitave që rrezikojnë të kufizojnë konkurrencën në treg

Kjo analizë do te identifikoje propozimet qe mund te kenë rrezikun me te madh ne lidhje me pasojën mbi konkurrencën. Ky vlerësim do te behet nga institucionet iniciuese te aktit duke u bazuar në pyetësorin, sipas Aneksit 1, bashkëlidhur në këtë udhëzim.

Nga përgjigjet e marra, do te vlerësohet nëse projekt-akti normativ rrezikon të ketë një pasojë mbi konkurrencën. Nëse nga analiza paraprake e dispozitave rezulton *qoftë dhe një përgjigje pozitive* ndaj pyetjeve të pyetësorit, ky projekt-akt duhet t'i nënshtrohet analizës së thelluar, ose etapës së dytë të vlerësimit legjislativ. Hartuesit e projekt-akteve normative duhet ta shohin atë me një sy kritik, domethënë të frymëzohen nga ky pyetësor dhe të identifikojnë dhe çdo dispozite të ngjashme me shembujt e dhënë në pyetësor dhe që ata gjykojnë që mund të ketë pasoja negative të ngjashme mbi konkurrencën.

Nëse institucioni hartues i aktit normativ identifikon dispozita që mund të kufizojnë konkurrencën, ai duhet të përgatisë një informacion te shkurtër ne lidhje me vlerësimin. Me konkretisht,

informacioni duhet te përmbajë një shpjegim të masave të marra në dispozitën e identifikuar dhe të qëllimit të hartimit të këtij akti normativ (shih më poshtë kapitullin III); një shpjegim nëse kjo masë ka apo jo ndonjë pasojë të dëmshme për konkurrencën; një shpjegim te përgjigjeve pozitive të pyetjeve të parashtruara ne Aneksin 1 bashkëlidhur, duke shpjeguar në mënyrë sa më konkrete përgjigjet e dhëna.

Ne një situate te tille institucioni iniciues duhet te njoftoje zyrtarisht Autoritetin. Të dy autoritetet do te ndërmarrin mbledhjen e një informacioni shtese dhe kryerjen e një vlerësimi te detajuar te konkurrencës ne lidhje me aktin e propozuar. Ky vlerësim i detajuar do te jete ne proporcionalitet me shkallen e pasojave mbi konkurrencën.

1.4.2 Vlerësimi i detajuar

Faza e dyte do te jete kryerja e një vlerësimi te detajuar dhe te thelle, ku do te identifikohet ne mënyrë me te hollësishme natyra dhe shkalla e pasojave qe mund te rrjedhin nga zbatimi i këtij akti te propozuar. Me konkretisht vlerësimi i detajuar përfshin hapat dhe analizën e parashtruara në kapitullin III të këtij udhëzimi.

II. Domosdoshmëria e rregullimit dhe alternativat përpara ligjbërësit

2.1 Parime të përgjithshme të ndërhyrjes në shtetit

Ndërhyrja e shtetit në treg i nënshtrohet parimeve të përgjithshme kushtetuese. Megjithëse ky udhëzim përqendrohet në vlerësimin e pasojave të legjislacionit mbi konkurrencën, disa nga kërkesat e një ekonomie tregu ku vepron në mënyrë efikase konkurrenca efektive mund të plotësohen nëse ndiqen këto parime të përgjithshme:

1. *parimi i ligjshmërisë*. Një masë e marrë që prek aktivitetin ekonomik të ndërmarrjeve mund të merret vetëm me ligj;
2. *parimi i interesit publik*. Shteti mund të ndërhyjë në treg vetëm me qëllim ndjekjen ose përmbushjen e një interesi publik;
3. *parimi i proporcionalitetit*. Sipas nën-parimit të adekuacionit, masa e marrë duhet të jetë e tillë që të mund të përmbushë qëllimin e vënë. Sipas nën-parimit të domosdoshmërisë, masa e propozuar duhet të jetë e domosdoshme për përmbushjen e interesit publik. Dhe sipas nën-parimit të përpjesëtueshmërisë, kufizimi i veprimtarisë ekonomike dhe kufizimi i parimit të ekonomisë së tregut duhet të jetë në përpjesëtim me objektivin e ndjekur.

Hartuesit e politikave dhe institucionet propozues duhet te përcaktojnë qëllimin dhe objektivat që duhet të arrihen me aktin e propozuar. Pyetja kryesore që duhet të shtrohet është se perse është e nevojshme ndërhyrja e shtetit. Në përgjithësi, shteti ndërhyn me anë të një legjislacioni për të rregulluar një sektor ekonomik apo për të arritur objektiva të tjera sociale. Rregullimi ekonomik ka për qëllim eliminimin e dështimit të tregut, i cili mund të marrë formën e fuqisë së tregut deri në monopol natyror, eksternaliteteve (për shembull ndotja e ambientit); tregu mund të dështojë në ofrimin e disa lloj produkteve ose shërbimeve që janë në interes të të gjithës (*public goods*); ose mund të dështojë në dhënien e informacioneve të domosdoshme për funksionimin e drejtë të një tregu. Nga ana tjetër, legjislacioni me objektiv social ka për qëllim ndër të tjera rritjen e sigurisë në vendin e punës, ose shpërndarjen sa më te drejtë te të ardhurave, rritjen e sigurisë së mallrave të konsumimit, qofshin këto medikamente apo ushqime. Në lidhje me këtë të fundit, rregullat për informimin e konsumatorëve bëjnë të mundur ndërgjegjësimin e tyre në procesin e zgjedhjes së produkteve që konsumojnë.

2.2 Përcaktimi i qëllimit të legjislacionit

Një akt normativ hartohet dhe adoptohet me një qëllim të caktuar ekonomik, social apo organizativ. Shpjegimi i qëllimit të ligjit ndihmon qartësimin e objektivave që duhet te ndiqen. Për të arritur qëllimin dhe objektivat e përcaktuara, akti normativ parashikon masa ose instrumente të caktuara. Disa nga këto instrumente ose masa që parashikohen të merren mund të kenë një ndikim mbi konkurrencën dhe ta kufizojnë atë.

Për këtë qëllim, hartuesit e akteve normative duhet të shtrojnë tre pyetje:

1. *së pari*, cili është qëllimi i përgjithshëm i hartimit të aktit normativ, dhe si rrjedhim i ndërhyrjes së shtetit;
2. *së dyti*, cilat janë masat dhe instrumentet që mendohet të përdoren për të arritur qëllimin ose objektivat e vëna;
3. *së treti*, cili është qëllimi i përdorimit të masës të përfshirë në dispozitën e identifikuar në analizën paraprake, masë e cila mund të kufizojë konkurrencën.

Kjo analizë mundëson autoritetin propozues të vlerësojë domosdoshmërinë e masave të identifikuara në pikën tre. Duhet pasur parasysh që ne disa raste, problemet e tregut mund te zgjidhen përmes alternativave jo-rregullator. Hartuesit e projekt-akteve duhet të marrin në konsideratë mundësinë e mos ndërhyrjes në treg, domethënë që të hiqet dorë nga hartimi i një projekt ligji nëse avantazhet nuk janë qartësisht të identifikueshme. Nga ana tjetër duhen marrë parasysh mundësi të tjera ndërhyrje, si për shembull me anë të fushatave informuese dhe edukuese, dhe duke lejuar vete-rregullimin ose duke mundësuar bashke-rregullimi.

2.3 Identifikimi i alternativave dhe vlerësimi i pasojave mbi konkurrencën

Kur ekzistojnë dy ose më shumë mënyra për të arritur objektivin e legjislacionit, ligjbërësi duhet të vlerësojë pasojat negative ose positive mbi konkurrencën dhe të zgjedhë alternativën që nuk kufizon ose kufizon më pak konkurrencën ose atë që e nxit më shumë.

Kjo etapë presupozon identifikimin e alternativave në dispozicion. Për këtë, këshillimi me përfaqësuesit e industrisë mund të jetë shumë i vlefshëm.

Nëse identifikohet një masë ose instrument, i përfshirë në një dispozitë projekt aktit, i cili mund të kufizojë konkurrencën, hartuesit duhet te marrin analizojnë nëse ekzistojnë apo jo alternativa te tjera për që kufizojnë më pak konkurrencën por gjithashtu duke mos cenuar arritjen e objektivave dhe qëllimit të përgjithshëm. Institucionet hartuese të projekt-akteve duhet të bëjnë një vlerësim paraprak të pasojave të çdo mase alternative mbi konkurrencën ne tregjet e prekura. Në këtë mënyrë, i jepet mundësia hartuesve te politikave apo institucioneve propozuese qe ti paraprijnë problemeve qe mund te dalin si dhe te reduktojnë mundësitë e pasojave te paparashikuara në treg. Së fundi, duke vlerësuar paraprakisht pasojat kufizuese mbi konkurrencën në treg, hartuesit do të mund të krahasojnë masat apo instrumentet alternative dhe të identifikojnë atë që kufizon më pas konkurrencën.

Në këtë etapë, është e rëndësishme që hartuesit të bëjnë një listë me subjektet e prekura në mënyrë të drejtpërdrejtë ose jo nga masa ose instrumenti i parashikuar. Ne shume raste, ky identifikim është i qarte por ne disa raste, nevojitet për përdoret procesi konsultues për te identifikuar se kusht është prekur nga propozimet e tyre.

III. Metodologjia e përgjithshme për vlerësimin e pasojave të legjislacionit mbi konkurrencën

3.1 Pasojat e legjislacionit mbi numrin e ofruesve në treg

Në përgjithësi, kur në treg janë aktive shumë ndërmarrje që ofrojnë produkte dhe shërbime, probabiliteti i krijimit të ndërmarrjeve që zotërojnë fuqi tregu është më i vogël. Tregu në këtë rast është konkurrues. Anasjelltas, sa më pak ndërmarrje të ketë në treg, aq më shumë shtohet mundësia që një ose më shumë nga këto ndërmarrje të ketë fuqi tregu dhe mundësia e kufizimit të konkurrencës në këtë treg. Si rrjedhim, legjislacioni që ndikon në numrin e ndërmarrjeve në treg, qoftë në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, ndikon në nivelin e konkurrencës në treg.

3.1.1 Kufizimi direkt i numrit të ofruesve

Legjislacioni mund të kufizojë në mënyrë direkt numrin e ofruesve në treg me parashikimin e të drejtave ekskluzive ose speciale, liçensave ose autorizimeve për të ushtruar një aktivitet ekonomik. Legjislacioni ndikon në numrin e ofruesve në treg nëse disa ndërmarrje ndalohen të tregtojnë një produkt ose shërbim të caktuar. Gjithashtu, legjislacioni kufizon numrin e ofruesve

nëse vë pengesa në hyrjen e ndërmarrjeve të reja në treg. Duhet theksuar që hyrja, ose kërcënimi për te hyre ne treg, është një presion i rëndësishëm konkurrues mbi kompanitë ekzistuese ne treg. Politikat qe ne mënyrë te drejtpërdrejte pengojnë hyrjen krijojnë mundësinë qe te pengojnë presionin konkurrues ndaj kompanive ekzistuese.

Legjislacioni i cili i jep të drejtën ekskluzive të aktivitetit në një treg ose zonë gjeografike një ndërmarrje te caktuar kufizon në mënyrë të ndjeshme konkurrencën. Hartuesit e politikave dhe propozuesit e akteve kur marrin ne konsiderate mundësinë e dhënies te të drejtave eksluzive, duhet te sigurojnë qe kontratat te lidhen për një periudhe relativisht te shkurtër kohore, për te lejuar konkurrimin e herëpashershëm për te drejtën eksluzive.

Për disa aktivitete ekonomike, legjislacioni parashikon liçensë ose autorizim paraprak për ushtrimin e aktivitetin. Sa më shumë kushte të parashikojë legjislacioni për marrjen e liçensës ose autorizimit, aq më shumë rriten pengesat për subjektet e rinj që dëshirojnë të hyjnë në treg. Gjithashtu, koha e marrjes së autorizimit ose liçensës pengon hyrjen e menjëhershme të aktorëve të rinj në treg.

Legjislacioni ose akte të tjera normative mund të kufizojë numrin ofruesve që marrin pjesë në një prokurim publik ose të parashikojë kushte pjesëmarrjeje të cilat kufizojnë mundësinë e pjesëmarrjes të disa ndërmarrjeve. Nëse një akt i propozuar mundëson që një furnizues i vetëm te fitoje kontratën, dhe furnizuesi i vetëm është (si ne shume kontrata ne sektorin publik) i vetmi blerës ne treg, procesi prokurues është i ngjashëm me dhënien e një te drejte eksluzive për te furnizuar. Hartuesit e politikave dhe propozuesit e akteve mund te marrin ne konsiderate qe ekzistojnë përfitime te qarta (qe rezultojnë nga efiçenca ne administrimin e procesit te prokurimit dhe kostove me te ulëta për shkak te konkurrencës ndërmjet ofertuesve) nga dhënia e një kontrate te vetme, por duhet te jene te ndërgjegjshëm se këto përfitime duhet te vlerësohen duke pasur parasysh humbjen e konkurrencës në treg. Vlerësimi i pasojave mbi konkurrencën në këtë rast ka për qëllim analizën e domosdoshmërisë të këtyre kushteve dhe vlerësimin e alternativave të tjera.

Shembull (hipotetik)

Shoqata e profesioneve te lira (kontabël ose avokatë inxhinierë ose arkitektë) ngarkohet nga ligji për përgatitjen e provimeve për testimin e njohurive në fushën e tyre. Ligji i njeh mundësinë të organizojnë provime dhe të limitojnë numrin e tyre në funksion të nevojave të tregut dhe numrit të operatorëve indipendentë që veprojnë në treg. Kjo i jep mundësinë shoqatës që të kontrollojë në mënyrë direkt numrin e operatorëve në treg dhe të ulin nivelin e konkurrencës në treg. Kjo masë nuk bazohet në asnjë arsye të interesit publik, siç do të ishte për shembull rritja e cilësisë së shërbimeve.

3.1.2 Kufizimi indirekt i numrit të ofruesve

Numri i ofruesve në treg mund të kufizohet në mënyrë indirekte, kur legjislacioni vendos kushte për hyrjen ose kërkesa të veçanta gjatë ushtrimit të aktivitetit ekonomik. Përmbushja e kërkesave mund të ketë pasoja të ndryshme mbi ndërmarrjet që duan të hyjnë në treg ose ndërmarrjet e vogla dhe të mesme: nëse këto masa rrisin koston e veprimtarisë vetëm për këto kategori ndërmarrjes, është e nevojshme të bëhet një rivlerësim i kushteve duke filluar nga përmbushja e parimit të domosdoshmërisë dhe proporcionalitetit. Kur pasoja e legjislacionit mbi kostot është e vogël dhe prek te gjithë furnizuesit ne mënyrë te barabarte, pasoja mbi konkurrencën mund të jetë e dobët. Kur kostoja që shtohet si pasojë e legjislacionit është e madhe, furnizuesit mund te detyrohen te dalin nga tregu, gjë që prek negativisht numrin e ofruesve ne treg dhe si rrjedhim nivelin e konkurrencës.

Vlerësimi i pasojave mbi konkurrencën duhet të përqendrohet në identifikimin e rasteve të mëposhtme:

7. Legjislacioni i propozuar rrit ne mënyrë të ndjeshme koston e furnizuesve te rinj në krahasim me furnizuesit ekzistues. Furnizuesit ekzistues mundet shpesh qe të influencojnë hartimin e projekt-akteve legjislative me qëllim përjashtimin e tyre nga pasojat e këtij projekt-akti, te paktën për një periudhe kohore. Ky përjashtim, edhe nëse është i përkohshëm, mund

te frenoje hyrësit e rinj të cilët duhet të përballen me kosto me te larta për te vepruar ne përputhje me këtë politike te re. Të njëjtën pasojë mund të ketë dhënia e te drejtave preferenciale (*grandfather rights*) për disa produkte ose për përdorimin e infrastrukturave ekzistuese krahasuar me hyrësit e rinj ne treg. Ne këto raste, furnizuesit e rinj ne treg përballojnë kosto me te larta se furnizuesit ekzistues gjë që frenon hyrjet në treg.

8. Legjislacioni i propozuar rrit ne mënyrë të ndjeshme koston e disa furnizuesve ekzistues në krahasim me furnizues te tjerë ekzistues. Për shembull, një politike apo akt i hartuar qe imponon teknologji te reja mbi kompanitë do te favorizoje hyrësit e rinj ne treg qe e kane adaptuar tashme këtë teknologji. Një politike e tille qe specifikon një standard produkti, mund te favorizoje furnizuesit qe tashme e plotësojnë këtë standard ne krahasim me te tjerë qe nuk e plotësojnë atë.
9. Legjislacioni i propozuar rrit ne mënyrë të ndjeshme kostot e hyrjes, apo daljes, ne tregun e prekur. Politikat apo aktet e hartuara qe rrisin koston e hyrjes do te frenonin hyrjen ne treg. Kostot duhet te krahasohen me te ardhurat e mundshme te kompanive për te vlerësuar efektin e tyre frenues. Hartuesit e politikave dhe Institucionet propozuese te akteve duhet gjithashtu te marrin ne konsiderate nëse një kompani e re është ne gjendje të përballojë rritjen e kostos apo nëse ato do te prekin ne mënyrë te drejtpërdrejte fitimet e kompanisë.

Në fushën e prokurimeve publike, vlera e kontratës se ofruar mund te kufizojë numrin e firmave qe janë ne gjendje te konkurrojnë, dhe kjo mund ne vetvete te kufizoje numrin e furnizuesve potenciale. Shpesh, ne kontratat e mëdha, nen-kontratat u lihen furnizuesve me te vegjël dhe kjo u mundëson hartuesve te politikave dhe propozuesve te akteve te përdorin nën-kontraktimin për te siguruar qe ekziston një konkurrence e mjaftueshme në treg.

Numri i ofruesve në treg mund të kufizohet dhe me anë të kontrollit paraprak të njohurive. Megjithëse për disa profesione është e domosdoshme që ofruesit të mund të provojnë që kanë njohuri të mjaftueshme për të siguruar një kualitet të mjaftueshëm shërbimi, vendosja e kushteve të pa-përpjesëtueshme me interesin publik mund të shkaktojë pasoja të dëmshme për konkurrencën dhe si rrjedhim mbi cilësinë e përgjithshme dhe çmimin e shërbimeve. Në veçanti, duhet bërë kujdes me kushte të tilla si domosdoshmëria e një eksperience në fushë për dhënien e liçensave.

Shembull (real)

Ligji për kontrollin e tatimeve detyron ndërmarrjet të kryejnë pagesat e ndryshme nëpërmjet një banke ose institucioni financiar. Në rast të kundërt, këto shpenzime nuk do të zbriten nga të ardhurat me qëllim llogaritjen e tatim-fitimit. Kjo dispozitë ka pasoja të ndryshme mbi koston e ndërmarrjeve: në veçanti, për ndërmarrjet e vogla në zona të largëta ku mungojnë pikat e shërbimit të bankave kostoja e kësaj dispozite është shumë e madhe. Megjithëse masa e marrë plotëson objektivin e kësaj dispozite, d.m.th kontrollin e shpenzimeve dhe uljen e evazimit tatimor, ky objektiv mund të arrihet dhe me anë të masave të tjera, si p.sh. kontrolli periodik i të gjitha ndërmarrjeve. Nga ana tjetër, duhet vlerësuar kostoja e përgjithshme për ndërmarrjet e vogla dhe fitimin e përgjithshëm të kësaj mase. Një përjashtim për ndërmarrjet që veprojnë në zona të largëta mund të bëjë që kjo dispozitë të përmbushë parimin e proporcionalitetit.

Shembull (real)

Ligji për avokatinë i jep mundësinë dhomave të avokatisë nëpër rrethe që të kufizojnë numrin e avokatëve të cilët mund të përfaqësojnë klientët para Gjykatave të Apelit dhe Gjykatës së Lartë në Tiranë. Në listën e hartuar nga Dhomat e avokatëve mund të figuro në vetëm avokatë me shumë vjet eksperiencë. Megjithëse kjo dispozitë nuk redukton në mënyrë direkte numrin e avokatëve në treg, nëse vihet në jetë ajo kufizon në mënyrë të ndjeshme konkurrencën për ofrimin e shërbimeve juridike përpara Gjykatave të Apelit dhe Gjykatës së Lartë. Kufizimi i konkurrencës nuk mund të justifikohet për shkak të rritjes së cilësisë në shërbim. Në fakt, cilësia ulet për shkak se klienti nuk përfaqësohet nga i njëjti avokat në të gjitha shkallët.

3.2 Pasojat e legjislacionit mbi kërkesën

Konkurrenca mund të kufizohet dhe kur një masë e marrë kufizon mundësinë e konsumatorëve për të zgjedhur ose për të ndërruar nga një produkt në tjetrin. Çdo masë që ndikon në zgjedhjen e konsumatorëve ul dhe nivelin e zëvendësueshmërisë ndërmjet produkteve të ndryshme.

3.2.1 Kufizimi i zgjedhjes së konsumatorëve

Konkurrenca kufizohet dhe kur konsumatorët ose klientët kanë mundësi më të pakta zgjedhjeje. Kur një akt normativ kufizon mundësinë e konsumatorëve të furnizohen jashtë një zone të caktuar gjeografike ose i detyron ata të furnizohen tek një furnizues të caktuar, mundësia e kufizuar në zgjedhje ul konkurrencën duke sjellë në këtë mënyrë dhe uljen e cilësisë së shërbimeve për konsumatorët.

Shembull (hipotetik)

Projekt-akti për arsimin e lartë vë kërkesa për akreditimin e institucioneve. Një nga kushtet është dhe formimi dhe kualifikimi i personelit pedagogjik. Për të marrë pikët e duhura, personeli duhet të kryejë studime ose kualifikime post-universitare në një Universitet publik. Kurset e ofruara nga Universitetet private ose shkollat e larta të tjera nuk japin të drejtë për pikë (ose akreditim). Kjo krijon një diskriminim ndërmjet universiteteve dhe redukton zgjedhjen e konsumatorëve. Një masë e tillë nuk mund të justifikohet për shkak të rritjes së cilësisë, sepse Universitetet e akredituara duhet të kenë mundësinë të rrisin kualifikimin e personelit pedagogjik me qëllim që të jenë sa më konkurruese në treg.

3.2.2 Rritja e kostos së zëvendësimit të ofruesve

Kostoja e zëvendësimit të ofruesve mund të rritet nëse ligji parashikon afate të gjata për denoncimin e kontratave, ose mundësi të kufizuar për ndërrimin e furnizuesve. Kur legjislacioni i jep mundësi ofruesve të parashikojnë afate kontraktore fillestare prej një kohe të konsiderueshme (6 muaj ose një vit), konsumatori nuk mund të ushtrojë një presion të mjaftueshëm ndaj furnizuesit për shkak të pamundësisë së denoncimit të kontratës.

Mungesa e masave të marra në një treg mund të rrisë gjithashtu koston e ndërrimit të furnizuesit. Për shembull, nëse legjislacioni për telekomunikacionin nuk parashikon mundësinë e mbartjes së numrit të telefonit (portabilitetin e numrave), kostoja e ndërrimit të operatorit është e konsiderueshme për konsumatorin. Marrja e masave për detyrimin e operatorëve që të sigurojnë të njëjtin numër do të ulë koston e konsumatorëve dhe do të rrisë presionin konkurrues ndaj operatorëve të telefonisë së lëvizshme apo fikse.

3.4 Pasojat e legjislacionit mbi parametrat e konkurrencës (çmimi, sasia, inovimi)

Legjislacioni mund të ndërhyjë në mënyrë direkt ose indirekte mbi parametrat kryesorë të konkurrencës siç janë çmimi, sasia e ofruar ose teknologjia e përdorur.

3.4.1 Kontrolli i çmimeve

Projekt-aktet normative mund të parashikojnë kontrollin e çmimeve me anë të një fiksimi paraprak të çmimeve nga një autoritet kompetent ose me anë të miratimit të çmimeve të propozuara nga ndërmarrjet ose një shoqatë ndërmarrjesh. Rekomandimet e çmimeve mund të kenë të njëjtën pasojë nëse respektohen nga shumica e ndërmarrjeve në treg. Fiksimi i çmimeve përbën një nga kufizimet më të dëmshme për konkurrencën. Vendosja e një çmimi më të lartë se niveli i konkurrencës rezulton në humbje të efiçencës allokative: konsumatorët paguajnë më shumë se në situatë konkurrence. Vendosja e një çmimi më të ulët se niveli i konkurrencës krijon barriera në hyrje dhe mund të shkaktojë ulje të investimeve dhe ulje të cilësisë në sektorin ekonomik të prekur.

Çmimet minimum propozohen për te siguruar ruajtjen e standardeve te cilësisë apo sigurisë, ne interes te konsumatoreve. Ato kanë si pasojë mbrojtjen e prodhuesve ekzistues nga procesi

konkurrues. Ne mungese te një çmimi dysheme, prodhuesit me efiçente do të mund të shesin produktet e tyre me çmime me te ulëta se rivalet e tyre dhe konsumatorët do te përfitonin nga këto çmime. Prodhuesit jo-efiçente do ti duhet te gjejnë mjete më efektive prodhimi për te mbetur ne treg. Nëse objektivi i politikes është rritja e cilësinë së produktit, rregullimi i drejtpërdrejte i cilësisë mund te jete një mjet me pak kufizues i konkurrencës.

Nga ana tjetër, çmimet maksimale mund te veprojnë si një pike orientuese për furnizuesit, të cilët do të vendosin çmimet në nivelin maksimal të lejuar. Çmimet tavan mund te synojnë mbrojtjen e konsumatorëve nga prodhuesit qe janë te fuqishëm ne treg, por mund te kenë dhe pasojën e kundërt.

Skemat e llogaritjes mund të kenë si pasoje të tërthortë fiksimin e çmimit final në treg. Të tilla skema mund të jenë të justifikueshme kur i japin përdoruesve baza llogaritje të standardizuara, formula llogaritje dhe të dhëna për këtë qëllim. Të tilla skema ose shkëmbime informacionesh duhet të jenë të domosdoshme. Ato nuk duhet të shërbejnë si mjet i shkëmbimit të informacioneve mbi sjelljen e ndërmarrjeve në treg. Nga ana tjetër, këto skema duhet të lënë të lira ndërmarrjet të caktojnë çmimet finale dhe politikën e uljeve të çmimeve në treg.

Shembull (real)

Ligji Nr. 9267, date 29.7.2004, për veprimtarinë e sigurimit, të risigurimit dhe ndërmjetësimit në sigurime dhe risigurime parashikon në nenet 99 dhe 100 mënyrën e llogaritjes së primit dhe miratimin e primit të pastër nga Ministria e Financave[103]. Ligji radhit miratimin e primeve në masat të cilat kanë për qëllim menaxhimin e rrezikut dhe në veçanti sigurimin e një kapitali të mjaftueshëm për vazhdimin e aktivitetit. Së pari analiza e vlerësimit të këtij ligji duhet të identifikojë mekanizmat alternativë për menaxhimin e rrezikut, që është dhe objektivi kryesor i masës së marrë në shqyrtim. Nga një vështrim i ligjit vihet re që ekzistojnë mekanizma të tjerë për mbulimin e rrezikut të aktivitetit të sigurimit dhe risigurimit si detyrimi për krijimin e rezervave të sigurisë (neni 93), rregullat për investimin e kapitalit (neni 95) ose detyrimi për mbajtjen e një fondi garancie (neni 98). Analiza e dispozitës që parashikon mënyrën e llogaritjes së primit dhe parimin e miratimin të primit duhet të përfshijë së pari vlerësimin e efikasitetit të kësaj mase për arritjen e objektivit. Meqë ekzistojnë mekanizma të tjerë të menaxhimit të riskut, analiza duhet të tregojë se çfarë përmirësimi shtesë sjellin këto dispozita për menaxhimin e rrezikut të aktivitetit të sigurimit. E thënë ndryshe, duhet analizuar domosdoshmëria dhe efektiviteti i këtyre masave, duke marrë parasysh ekzistencën e mekanizmave të tjerë. Në radhë të dytë, analiza përfshin vlerësimin e pasojave mbi konkurrencën. Parashikimi dhe monitorimi i mënyrës së llogaritjes së primit mund të përbëjë një mekanizëm efikas dhe të domosdoshëm për menaxhimin e rrezikut; nga ana tjetër vendoja e rregullave për mënyrën e llogaritjes së primit të pastër nuk kufizon ndjeshëm konkurrencën. Ndërsa miratimi i primeve (ose e një pjese të primeve) nuk justifikohet për arsyen e menaxhimit të rrezikut. Miratimi i primeve mund të rezultojë në ngrirjen e çmimeve dhe fiksimin e çmimeve për primin përfundimtar.

3.4.2 Kufizimi i sasisë së prodhuar ose ofruar

Kufizimi i sasisë së prodhuar ose ofruar në treg ka për pasojë rritjen e çmimeve dhe uljen e cilësisë. Kufizimi i sasisë mund të bëhet në mënyrë direkt: çdo ndërmarrje duhet të prodhojë një sasi të caktuar; ose në mënyrë indirekte: legjislacioni rrit koston e prodhimit gjë që rezulton dhe në uljen e sasisë së prodhuar. Masa të tilla duhet të analizohen duke identifikuar masat alternative për arritjen e objektivit të vënë (për shembull mbrojtjen e konsumatorëve, të ambientit ose punëtorëve), dhe vlerësimin e pasojave për konkurrencën të çdo mase të identifikuar.

3.4.3 Kufizimi i teknologjisë së përdorur

Përdorimi i teknologjisë mund të kufizohet nga adoptimi i një standardi teknik ose teknologjik. Kjo zgjedhje mund të favorizojë një nga pronarët ose tregtuesit e kësaj teknologjie. Për ndërmarrjet e tjera aktive në industri, adoptimi i një standardi të caktuar mund të rrisë koston e prodhimit; në

[103] Shih Aneksin 2 për dispozitën e plotë.

raste të caktuara adoptimi i një standardi mund të çojë deri në nxjerrjen jashtë tregu të këtyre ndërmarrjeve. Nga ana tjetër, adoptimi i një teknologjie mund të rrisë koston e ndërmarrjeve që dëshirojnë të hyjnë në treg duke reduktuar në këtë mënyrë konkurrencën e mundshme.

Kufizimi i përdorimit të një procesi ekonomik mund të sjellë të njëjtat pasoja negative për konkurrencën. Avantazhi i një procesi të caktuar mund të privilegjojë një pjesë të ndërmarrjeve ekzistuese duke rritur koston dhe njëkohësisht reduktuar mundësinë e ndërmarrjeve të tjerave që konkurrojnë.

Zhvillimi i produkteve te reja është një forme kryesore me te cilën furnizuesit konkurrojnë me njeri-tjetrin për te tërhequr konsumatorët. Aktet qe kufizojnë hapësirën për novacione, për shembull përmes kufizimeve mbi karakteristikat e produkteve qe mund te furnizohen ne treg, mund te kufizojnë intensitetin e konkurrencës ndërmjet furnizuesve ekzistues dhe furnizuesve te rinj. Kufizimet mbi procesin e prodhimit apo mbi mënyrat e furnizimit te produktit, mund gjithashtu te kufizojnë mundësinë për novacione dhe të kufizojnë konkurrencën.

3.5 Pasojat e legjislacionit mbi parametra të tjerë.

Legjislacioni mund të ndikojë në parametra të tjerë të rëndësishëm për konkurrencën. Kufizimi i reklamës ul nivelin e informacionit në treg, ndërsa masa të tjera mund të nxisin bashkëpunimin ndërmjet ndërmarrjeve në treg duke ulur kështu nivelin e konkurrencës.

3.5.1 Kufizimi i reklamës

Kufizimi i reklamës ndikon negativisht në nivelin e konkurrencës së treg. Reklama shërben të informojë konsumatorët dhe klientët e tjerë për karakteristikat e produktit. Kufizimet mbi reklamën mund te kufizojnë konkurrencën, veçanërisht nëse ato pengojnë hyrësit e rinj ne treg për te bere te mundur ndërgjegjësimin e konsumatorëve për produktet e tyre te reja. Konsumatorët duhet të jenë në gjendje të krahasojnë karakteristikat e produkteve të ndryshme, përfshi dhe çmimin, me qëllim zgjedhjen e produktit që i përshtatet më mirë nevojave të tyre. Për këto arsye, ndalimi i reklamës së krahasuar kufizon ndjeshëm konkurrencën në treg. Nga ana tjetër, reklama duhet të jetë objektive dhe të përmbajë informacione të vërtetueshme. Kufizimi i reklamës mashtruese dhe jo objektive përmirëson informacionin ndaj konsumatorëve duke rritur në këtë mënyrë konkurrencën në treg.

Ndalimi reklamës mund të ketë si qëllim dhe uljen e sasisë së konsumuar të një produkti nga konsumatorët, produkt që mund të jetë i dëmshëm për shëndetin. I tillë është dhe rasti i duhanit ose pijeve alkoolike. Në këto raste, kufizimi i reklamës është krejtësisht i justifikuar.

3.5.2 Nxitja e bashkëpunimit ndërmjet ndërmarrjeve

Legjislacioni mund të nxisë bashkëpunimin ndërmjet ndërmarrjeve të një sektori, të nxisë shkëmbimin e informacionit ose të ndikojë ndjeshëm në rritjen e transparencës në treg. Të njëjtat pasoja mund të vihen re dhe pas miratimit e një praktike ose marrëveshje të lidhur nga ndërmarrjet ose shoqatat e ndërmarrjeve në treg.

3.5.3 Reduktimi i cilësisë dhe i shumëllojshmërisë

Ndihma ose avantazhet që i jepen një produkti i jep ndërmarrjes prodhuese një avantazh ndaj produkteve të tjerë. Avantazhet mund të jenë ndihma financiare ose avantazhe fiskale, por dhe garancia e blerjes së sasisë së prodhuar. Gjithashtu, vendosja e një çmimi të ulët pengon investimet në produkte të reja dhe rritjen e cilësisë së produkteve ekzistuese. Së fundi, vendosja e një tavani për fitimet mund të pengojë ndërmarrjet të investojnë dhe të futen në tregje të reja.

IV. Pasojat e rregullimit mbi barazinë e konkurruesve

Adoptimi i një legjislacioni që kushtëzon veprimtarinë e operatorëve në treg me marrjen e një vendimi paraprak rrezikon të diskriminojë operatorët duke avantazhuar në këtë mënyrë disa prej tyre në treg.

4.1 Parimi i barazisë në ligj

Në radhë të parë, akti normativ mund të parashikojë kushte të ndryshme për operatorë të ndryshëm ose kushte për zbatimin e të cilave autoritetet zotërojnë një shkallë të lartë discrecioni ose lirie në zbatim. Aktet normative duhet të trajtojnë në mënyrë të barabartë ndërmarrjet në treg; trajtimi i ndryshëm duhet të bazohet në kritere objektive. Për shembull, duhet evituar avantazhimi dhe krijimi i lehtësirave për ndërmarrjet e mëdha sepse kjo rrit mundësinë e krijimit të ndërmarrjeve që zotërojnë fuqi tregu dhe pengon ndërmarrjet e tjera të jenë konkurruese në treg.

4.2 Parimi i barazisë në zbatimin e ligjit

Në radhë të dytë, ligjbërësi duhet të marrë parasysh faktin që zbatimi i ligjit mund të çojë në diskriminimin e konkurrentëve dhe së fundi shtrembërimin të konkurrencës. Kjo mund të vijë dhe nga zbatimi i pabarabartë i ligjit për subjektet dhe avantazhimi i disa ndërmarrjeve, megjithëse autoriteti zbatues qëndron në lirinë e dhënë nga ligji.

Konkurrentët mund të disavantazhohen dhe në qoftë se rregulla të qarta zbatohen për disa ndërmarrje dhe jo për të tjera. Akti normativ mund të parashikojë kushte ose detyrime financiare të njëjta për ndërmarrjet, por autoriteti i ngarkuar me zbatimin e ligjit nuk e zbaton këtë të fundit për të gjithë subjektet që bien në fushën e zbatimit. Për shembull, detyrimet doganore ose tatimet nuk vilen për disa nga ndërmarrjet, duke i avantazhuar në këtë mënyrë në procesin e konkurrencës. Për të evituar ketë shtrembërim të konkurrencës, ligjbërësi duhet të parashikojë instrumente dhe mjete të mjaftueshme për zbatimin e ligjit, me qëllim zbatimin e njëjtë për të gjithë pjesëmarrësit në treg dhe garantimit të kushteve bazë të njëjta.

Për shembull, qe një regjim licencimi te jete efektive, ai duhet qe te monitorohet dhe zbatohet ne mënyrë efektive. Nxitja për te vepruar ne përputhje me regjimin e licencimit duhet gjithashtu te parashikojë mekanizma dhe sanksione të afta të ulin interesin e ndërmarrjeve për te mos vepruar ne përputhje me këtë regjim. Përndryshe, kompanitë apo individë te pa-licencuara do te vazhdojnë te operojnë ne konkurrim me kompanitë apo individët e licencuar dhe kjo mund te destabilizoje vete regjimin e liçensimit dhe së fundi konkurrencën në treg.

V. Ndihma shtetërore

Subsidat dhe masat e tjera të cilat ndihmojnë ndërmarrjet mund të kufizojnë ose shtrembërojnë ndjeshëm konkurrencën. Hartuesit e akteve normative duhet të identifikojnë masat të cilat përbëjnë ndihmë shtetërore dhe t'i njoftojnë pranë Drejtorisë së Ndihmës Shtetërore.

[Adresa e drejtorisë/ministrisë]

[Të pyetet Ministria e ekonomisë nëse e sheh të arsyeshme që të jepet një listë e shkurtër e masave që mund të përbëjnë ndihmë shtetërore.]

ANEKS 1

Pyetësor për hartuesit e akteve normative

Pyetje mbi pasojat e legjislacionit mbi konkurrencën	**Po**	**Jo**	**Nuk e di**
Ka lidhje/ka të bëjë legjislacioni direkt me produkte ose shërbime të caktuara? Në veçanti, ka të bëjë legjislacioni me rregullat e prodhimit ose tregtimit, të shitjes ose të blerjes të një produkti?			
Ka pasoja direkte ose indirekte legjislacioni mbi ndërmarrjet që veprojnë në sektorin ekonomik ose sektorët ekonomikë të përfshirë në rregullim?			
Parashikon legjislacioni përjashtim të sektorit ekonomik ose të veprimtarisë së disa ndërmarrjeve nga fusha e zbatimit të ligjit për mbrojtjen e konkurrencës?			

Pasojat direkte mbi strukturën = numrin e ndërmarrjeve

Ndikon legjislacioni në numrin ose madhësinë e ndërmarrjeve që veprojnë në treg?			
Parashikon ligji liçensë ose forma të tjera autorizimi për ushtrimin e aktivitetit ekonomik në treg?			
Parashikon ligji të drejta ekskluzive ose speciale për një ose më shumë ndërmarrje në treg?			
Parashikon ligji një numër limit të ndërmarrjeve aktive në treg?			

Pasojat mbi koston e prodhimit ose shpërndarjes

A rrit legjislacioni koston për ndërmarrjet aktive në një ose disa tregje?			
Preken disa ndërmarrje ekzistuese më shumë se të tjerat nga kostoja e rregullimit ?			
A rrit ligji koston e fillimit të aktivitetit për ndërmarrjet që duan të hyjnë në treg ?			
A rrit ligji koston operacionale për ndërmarrjet që mund të hyjnë në treg pa rritur koston e ndërmarrjeve ekzistuese ?			

Pasojat mbi sjelljen e ndërmarrjeve

Pyetje mbi pasojat e legjislacionit mbi konkurrencën	**Po**	**Jo**	**Nuk e di**
A kufizon legjislacioni mundësinë e ndërmarrjeve për të zgjedhur çmimin e produkteve të tyre ?			
A kufizon legjislacioni mundësinë e ndërmarrjeve për të zgjedhur cilësinë e produkteve të tyre ?			
A kufizon legjislacioni mundësinë e ndërmarrjeve për të zgjedhur gamën e produkteve të tyre ?			
A kufizon legjislacioni mundësinë e ndërmarrjeve për të zgjedhur teknologjinë për prodhimin ose shpërndarjen e produkteve të tyre ?			
A kufizon legjislacioni mundësinë e ndërmarrjeve për të bërë reklamë për produktet ose shërbimet e tyre?			

Pasojat mbi kërkesën

A kufizon ligji mundësinë e konsumatorëve ose klientëve të një produkti për të zgjedhur ndërmjet ndërmarrjeve që ofrojnë produkte ose shërbime të ngjashme ?			

Pasojat mbi organizimin dhe fushën e veprimit

A kufizon legjislacioni lirinë e organizimit e brendshëm të veprimtarisë së ndërmarrjeve aktive në treg?			
A kufizon legjislacioni lirinë e ndërmarrjes për të qenë aktive në një nivel tjetër të tregut ose në një treg tjetër (prodhim-shpërndarje) ?			
A nxit legjislacioni kontaktet ndërmjet ndërmarrjeve aktive në të njëjtin treg ose në nivele të ndryshme të prodhimit ose shpërndarjet së këtij produkti?			

ANEKS 2

SHEMBULL VLERËSIMI LEGJISLATIV

Vlerësimi i pasojave të mundshme mbi konkurrencën të neneve 99 dhe 100 të ligjit Nr. 9267, date 29.7.2004, "Për veprimtarinë e sigurimit, të risigurimit dhe ndërmjetësimit në sigurime dhe risigurime"

I. Dispozita në shqyrtim

Ky vlerësim legjislativ ka për qëllim vlerësimin e pasojave të mundshme mbi konkurrencën të dispozitave që parashikojnë mënyrën e llogaritjes dhe miratimin e primeve të pastra në sektorin e sigurimeve dhe risigurimeve.

Sipas nenit 99 të ligjit 9267 mbi "Primet e sigurimit ose te risigurimit" (këtej e tutje "Ligji për sigurimet"), primi i sigurimit ose i risigurimit përbëhet nga:

a. pjesa e llogaritur për mbulimin e rrezikut te marre ne sigurim i quajtur primi i pastër;
b. pjesa e llogaritur për mbulimin e shpenzimeve administrative;
c. elementet e kursimit për klasa te caktuara te sigurimit te jetës;
ç. pjesa e llogaritur për fitimin e shoqërisë, duke përfshirë fitimin nga investimi pa risk dhe investimi ne sigurime me risk.

Neni 100 parashikon miratimin i primeve:

4. Primi i pastër për mbulimin e rrezikut te marre ne sigurimin e detyrueshëm miratohet nga Ministri i Financave.
5. Primet e sigurimit vullnetar përcaktohen nga vete shoqëria e sigurimit.
6. Autoriteti, ne funksion te mbikëqyrjes se veprimtarisë se shoqërisë se sigurimit, kërkon bazat teknike te përdorura për llogaritjen e tarifave dhe primeve për te gjitha produktet e sigurimit vullnetar.
7. Autoriteti, për shoqëritë qe ushtrojnë veprimtarinë e sigurimit te jetës, ka te drejte te rekomandoje bazën e te dhënave statistikore qe përdoren ne llogaritjen e primit.
5. Shoqëria e sigurimit dhe ndërmjetësit ne sigurime janë te detyruar te zbatojnë primet e sigurimit te detyrueshëm.

II. Qëllimi i legjislacionit dhe i dispozitës së veçantë

Ligji për sigurimet ka si objekt vendosjen e parimeve dhe e rregullave te përgjithshme për veprimtarinë e sigurimit dhe te risigurimit, te ndërmjetësimit ne sigurime dhe risigurime dhe mbikëqyrjen nga shteti te subjekteve qe marrin përsipër te ushtrojnë veprimtaritë e parashikuara ne këtë ligj (neni 1). Me "sigurim" nënkuptohet transferimi i një rreziku te mundshëm, te një humbjeje financiare ose te një demi material nga i siguruari te siguruesi, sipas një kontrate sigurimi (neni 3 pika 1 e Ligjit për sigurimet).

Sigurimi ndahet në "sigurim të detyruar", i cili nënkupton sigurimin, për te cilin ekziston një detyrim ligjor; dhe në "sigurimin vullnetar", i cili nënkupton sigurimin, për te cilin nuk ekziston një detyrim ligjor (neni 3 pika 2 dhe 3 i Ligjit për sigurimin).

Aktiviteti i sigurimit ka dy karakteristika të përgjithshme: nga njëra anë shoqëritë e sigurimit kryen një tërësi operacionesh të të njëjtës natyrë me qëllim shpërndarjen e rrezikut tek të gjithë të siguruarit; nga ana tjetër, i siguruari nënshkruan një kontratë e cila i garanton mbulimin e një rreziku të mundshëm përkundrejt pagesës së një primi, i cili përfaqëson dhe "çmimin" e paguar për shërbimin e ofruar.

Meqë shoqëritë e sigurimit duhet të jenë afta të "shpërndajnë" rrezikun dhe të përmbushin detyrimet kontraktore ndaj të siguruarve, ligji për sigurimin i kushton një vëmendje të veçantë "menaxhim i rrezikut", i cili nënkupton tërësinë e metodave dhe te rregullave qe përdoren nga shoqëria e sigurimit ose e risigurimit për përcaktimin, vlerësimin dhe analizimin e te gjitha rreziqeve te mundshme, me qellim shmangien e humbjeve financiare (neni 3 pika 37).

Llogaritja e primit të parashikuar në nenin 99 dhe miratimi i primeve të parashikuara në nenin 100 të Ligjit për sigurimet kanë për qëllim menaxhimin e e rrezikut. Kjo shihet nga vendosja e këtyre dy dispozitave në kreun e menaxhimit të rrezikut dhe veçanërisht në seksionin që i përket kapitalit të shoqërisë së sigurimit. Vjelja e primit nga të siguruarit përbën dhe të ardhurën kryesore të shoqërive të sigurimit, gjë që tregon dhe rolin e kontrollit të llogaritjes së primit dhe kontrollit të nivelit të primit nga Ministria e Financave dhe Autoritetit mbikëqyrës së këtij sektori.

III. Alternativat ekzistuese për arritjen e qëllimit të dëshiruar

Kreu VI i ligjit për sigurimet jep një sërë rregullash të cilat kanë për qëllim të sigurojnë që shoqëritë e sigurimit të mund të shlyejnë detyrimet ndaj të siguruarve si dhe një sërë rregullash kontabël që kanë si qëllim sigurimin e kontrollit të vazhdueshëm të gjendjes financiare të shoqërive të sigurimit. Shoqëria e sigurimit, gjate gjithë veprimtarisë se saj, duhet te zotërojë një kapital te mjaftueshëm, qe përbën edhe aftësinë paguese te saj (neni 96 pika 1 e Ligjit për sigurimet).

1. Rezervat e sigurisë

Ligji për sigurimet parashikon krijimin dhe mbajtjen e rezervave të sigurisë, te cilat janë aktivet qe shërbejnë për te mbuluar përgjegjësitë afatgjata te shoqërisë se sigurimit. Rezerva minimale përbëhet nga jo më pak se 15 për qind dhe nuk kalojnë 30 për qind te totalit te primeve te shkruara neto mesatare vjetore ne dy vitet e fundit. Kjo rezerve krijohet për te garantuar aftësinë paguese dhe fondin e garancisë se shoqërisë se sigurimit (neni 93 pika 3 i Ligjit për sigurimet). Për këtë, shoqëria e sigurimit është e detyruar të krijojë dhe të mbajë çdo vit financiar me burimet e veta rezervën e sigurisë ne nivelin jo me pak se 1/3 e fitimit te vitit ushtrimor, nëse fitimi nuk përdoret për mbulimin e humbjeve te trashëguara nga vitet e mëparshme (neni 93 pika 1 i Ligjit për sigurimet).

2. Provizionet teknike dhe matematike

Në bilancin e shoqërive të sigurimit duhet të figurojnë provizione teknike dhe matematike të mjaftueshme për sigurimin e pagesës totale të detyrimeve ndaj të siguruarve (neni 101 i Ligjit për sigurimet).

Gjatë gjithë veprimtarisë së saj, shoqëria e sigurimit duhet të mbulojë këto provizione teknike dhe matematike me aktive ekuivalente. Aktivet ne mbulim te provizioneve teknike dhe matematike duhet të korrespondojnë me përgjegjësitë financiare te kontraktuara. Investimi i aktiveve ne mbulim te provizioneve teknike dhe matematike duhet të respektojnë rregulla mbi ruajtjen e vlerës, perfitueshmerisë dhe likuiditetit të investimeve (neni 102 i Ligjit për sigurimet).

3. Fondi i garancisë

Shoqëritë e sigurimeve duhet të depozitojnë në një bankë një fondi garancie, i cili duhet të jetë i barabarte me 1/3 e nivelit te kërkuar te aftësisë paguese ose i kapitalit të shoqërisë. Ligji parashikon kufij minimalë për çdo klasë sigurimi (neni 98 i Ligjit të sigurimit).

Nga kjo analizë e shkurtër e ligjit vihet re që ekzistojnë mekanizma të tjerë për mbulimin e rrezikut të aktivitetit të sigurimit dhe risigurimit si detyrimi për krijimin e rezervave të sigurisë (neni 93), rregullat për investimin e kapitalit (neni 95) ose detyrimi për mbajtjen e një fondi garancie (neni 98). Këto mekanizma kanë për qëllim vetëm menaxhimin e rrezikut të aktivitetit të sigurimit dhe risigurimit. Ato nga një anë bazohen në kritere objektive, nga ana tjetër nuk ndërhyjnë në çmimin final në treg as dhe në sasinë ose cilësinë e produkteve të sigurimit ose risigurimit.

IV. Vlerësimi i pasojave mbi konkurrencën

Në radhë të parë, duhet bërë dallimi ndërmjet rregullave ose metodologjisë për llogaritjen e primit dhe miratimit të primit ose një pjese të tij. Gjithashtu, duhet bërë dallimi ndërmjet sigurimit vullnetar dhe ai i detyruar.

1. Sigurimi i detyruar

Në bazë të nenit 100 pika 1 të Ligjit për sigurimet, Ministri i Financave miraton *primi i pastër* për mbulimin e rrezikut te marre ne *sigurimin e detyrueshëm*. Primi i pastër quhet pjesa e primit e cila llogaritet të mbulojë rrezikun e marre ne sigurim (neni 99 shkronja a) i Ligjit për sigurimin).

Primi i pastër përbën dhe një nga kostot kryesore të primit final të sigurimit. Nëse ky element i kostos kontrollohet nga një autoritet mbikëqyrës, kjo do të thotë një pjesë e rëndësishme e kostos miratohet nga autoritetet publike. Miratimi nënkupton dhe mundësinë e refuzimit të një primi të propozuar nga një shoqëri sigurimi, dhe me këtë vendosjen e një primi më të ulët ose më të lartë. Miratimi i një primi të njëjtë për çdo ndërmarrje (primi të njëjtë në treg) eliminon konkurrencën. Autoriteti mbikëqyrës mund të miratojë dhe një nivel të ndryshëm të primit për çdo ndërmarrje, nivel primi ky që do i korrespondonte më shumë nivelit të rrezikut të marrë nga çdo ndërmarrje. Ndryshimi i propozimit të ndërmarrjeve si dhe fiksimi i një niveli më të ulët ose më të lartë do të prishte ekuilibrin në treg duke disavantazhuar një nga ndërmarrjet nga shoqëritë e tjera. Gjithashtu, fiksimi i primit të pastër mund të përmbajë një gabim të nivelit të tij, i cili mund të rezultojë në inefiçiencë allokative dhe produktive.

Nëse miratimi i primit ka për qëllim sigurimin e mbulimin të rrezikut të përgjithshëm, duhet analizuar me autoritetet kompetente se në çfarë rastesh miratimi i primit të pastër i shërben qëllimit të menaxhimit të rrezikut. Gjithashtu, analiza e përbashkët me autoritetet mbikëqyrëse duhet të vlerësojë nëse mekanizmat e tjerë të përdorur të paraqitur në pjesën e tretë (III) janë të mjaftueshëm për menaxhimin e rrezikut. Miratimi i primit të pastër është i domosdoshëm nëse mekanizmat e tjerë janë të pamjaftueshëm. Së fundi, në qoftë se miratimi i primit të pastër bëhet me qëllim mbulimin dhe menaxhimin e rrezikut të sigurimit, duhet analizuar përse ky mekanizëm i zbatohet vetëm sigurimit të detyruar. Nëse një masë e tillë është efikase dhe e nevojshme për menaxhimin e rrezikut të sigurimit, nuk ka pse të bëhet dallim ndërmjet sigurimit të detyruar dhe atij vullnetar.

Së fundi, pika 5 e nenit 100 parashikon që shoqëria e sigurimit dhe ndërmjetësit ne sigurime janë te detyruar te zbatojnë *primet* e sigurimit te detyrueshëm. Kjo dispozitë është shumë e paqartë mbi pjesën e primit që duhet të miratohet nga autoriteti mbikëqyrës. Është e qartë që miratimi i totalitetit të primit nuk mund të ketë si qëllim menaxhimin e rrezikut të sigurimit, sepse një pjesë e mirë e primit nuk varet nga ky risk. Nga ana tjetër, meqë sigurimi është i detyruar me ligj, mund të jetë e domosdoshme që primet finale (ose çmimi final) të miratohet nga një organ kompetent për të mënjanuar shfrytëzimin dhe abuzimin e konsumatorëve (të siguruarve). Në këtë rast, autoriteti mund të fiksojë një prim maksimal të cilën shoqëritë e sigurimit nuk mund ta kalojnë. Konkurrenca me çmimet (primet) mbetet gjithmonë e mundshme.

2. Sigurimi vullnetar

Në bazë të nenit 100 pika 2 dhe 3, "primet e sigurimit vullnetar përcaktohen nga vete shoqëria e sigurimit. Autoriteti, ne funksion te mbikëqyrjes se veprimtarisë se shoqërisë se sigurimit, kërkon bazat teknike te përdorura për llogaritjen e tarifave dhe primeve për te gjitha produktet e sigurimit vullnetar."

Siç shihet, parashikimi dhe monitorimi i mënyrës së llogaritjes së primit mund të përbëjë një mekanizëm efikas dhe të domosdoshëm për menaxhimin e rrezikut të sigurimit; nga ana tjetër kontrolli ose miratimi i rregullave për mënyrën e llogaritjes së primit të pastër nuk kufizon ndjeshëm konkurrencën. Në këtë rast parimi i konkurrencës është respektuar.

3. Sigurimi i jetës

Sipas pikës 4 të nenit 100, "autoriteti, për shoqëritë qe ushtrojnë veprimtarinë e sigurimit te jetës, ka te drejte te rekomandoje bazën e te dhënave statistikore qe përdoren ne llogaritjen e primit". Në këtë rast autoriteti nuk kontrollon mënyrën e llogaritjes së primit të një shoqërie sigurimi individuale, por mund të rekomandojë një bazë statistikore për llogaritjen e primit. Një rekomandim i tillë është i justifikueshëm për arsye të menaxhimit më efiçient të rrezikut.

Nga ana tjetër, ky rekomandim duhet të kufizohet në dhënien e të dhënave statistikore ose në dhënien e formulave të llogaritjes. Kontaktet ndërmjet shoqërive të sigurimit nga njëra anë, dhe

autoriteti nga ana tjetër, mund të shërbejnë dhe për shkëmbimin e eksperiencës për llogaritjen e rrezikut. Shoqëritë e sigurimit në këtë rast të përcaktojnë nivelin e primit si dhe politikën e uljeve të çmimeve. Rekomandimet e autoritetit mbikëqyrës nuk duhet të lehtësojnë shkëmbimin e informacioneve ndërmjet shoqërive të sigurimit dhe as të japin informacione mbi sjelljen efektive të tyre në treg.

V. Peshimi i pasojave pozitive dhe negative

Miratimi ose caktimi i primit të pastër për sigurimin e detyruar ka pak mundësi të shërbejë për menaxhimin e rrezikut të sigurimit. Nga njëra anë mekanizmat e tjerë të parashikuar në ligj – rezervat e sigurisë, provizionet teknike dhe fondet e garancisë – mund të jenë të mjaftueshme për mbulimin e rrezikut të sigurimit nga shoqëritë e sigurimit. Kjo përforcohet dhe nga fakti që miratimi i primit të pastër nuk parashikohet për sigurimin vullnetar.

Miratimi ose caktimi i primit të pastër ka si pasojë fiksimin e një pjese të rëndësishme të çmimit final të tregut. Megjithëse autoriteti mbikëqyrës mund të miratojë nivele të ndryshme primesh për shoqëri të ndryshme, kjo masë rrezikon të çojë në nivelimi e primeve drejt një çmimi minimal, i cili mund të kufizojë konkurrencën në tregun e sigurimeve të detyrueshme. Pasojat e mundshme negative kalojnë në këtë rast të pasojat pozitive.

Përcaktimi i bazës së llogaritjes justifikohet nëse ajo shërben për llogaritjen dhe menaxhimin e rrezikut. Në sektorin e sigurimeve këto skema llogaritje dhe bazat e përbashkëta rrisin efiçiencën ekonomike dhe ndihmojnë në mbulimin e rrezikut të sigurimit.

VI. Përfundimi i analizës dhe rekomandime

Rekomandohet që autoriteti mbikëqyrës të bëjë një analizë më të thellë për domosdoshmërinë e mekanizmit të miratimit të primit të pastër për sigurimin e detyruar. Nëse ky mekanizëm nuk përmirëson në mënyrë të dukshme menaxhimin e rrezikut të sigurimit, duhet parashikuar modifikimi i kësaj dispozite.

"Kodi i Etikës i Autoritetit të Konkurrencës"

Në mbështetje të nenit 24 të Ligjit nr 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", duke marrë parasysh Ligjin Nr. 8549, datë 11.11.1999 "Statusi i Nëpunësit Civil", Ligjin Nr 9131 ,datë 08.09.2003 "Për Rregullat e Etikës Administratën Publike", Ligjin Nr. 9367, datë 07.04.2005 " Për Parandalimin e konfliktit të interesit në ushtrimin e funksioneve publike", Ligjin Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", Ligjin nr 8484, datë 12.05.1999 "Kodi i Procedurave Administrative", si dhe eksperiencën e Autoriteteve të Konkurrencës të vendeve anëtare të BE-së,

Komisioni i Konkurrencës miraton këtë Kod Etike si më poshtë

Neni 1
Qëllimi

Qëllimi i këtij Kodi është të përcaktojë standardet e përgjithshme në ushtrimin e veprimtarisë së Autoritetit të Konkurrencës, në përputhje me misionin e këtij institucioni të pavarur në ushtrimin e veprimtarisë së tij në funksion të zhvillimit dhe mbrojtjes së konkurrencës së lirë dhe efektive në treg.

Neni 2
Fusha e zbatimit

2.1. Ky Kod Etike zbatohet për të gjithë zyrtarët e Autoritetit të Konkurrencës.

2.2. Termi "zyrtar" në kuptim të këtij kodi përdoret për:

a) anëtarët e Komisionit të Konkurrencës,

b) nëpunësit e Kabinetit

c) nëpunësit që gëzojnë statusin e nëpunësit civil,

d) nëpunësit ose bashkëpunëtorët me kontratë të përkohshme.

Neni 3
Dispozita të përgjithshme

3.1. Gjatë ushtrimit të detyrës së tij, zyrtari punon për të arritur standardet më të larta të etikës profesionale e personale në përputhje me legjislacionin e detyrueshëm për zbatim.

3.2. Dispozitat e këtij Kodi mbështeten dhe plotësojnë parimet e përgjithshme si i drejtësisë, barazisë, ligjshmërisë, paanshmërisë, përgjegjshmërisë, proporcionalitetit, eficencës, mbrojtjes së sekretit shtetëror dhe konfidencialitetit si dhe parime të tjera që janë përcaktuar në Ligjin Nr. 9121, datë 28.7.2003 "Për mbrojtjen e konkurrencës", Kodin e Procedurave Administrative, Ligjin Nr. 9131 datë 08.09.2003, "Për rregullat e etikës në administratën publike", ligjin nr. 9367, datë 7.4.2005, "Për parandalimin e konfliktit të interesave në ushtrimin e funksioneve publike".

Neni 4
Parime të përgjithshme

4.1. Zyrtari, kryen detyrat e tij me përgjegjshmëri, profesionalizëm, devotshmëri dhe vendosmëri duke i kushtuar kohën dhe energjinë e duhur.

4.2. Zyrtari vepron në mënyrë të paanshme, shmang favorizimet e padrejta, dhuratat apo çfarëdo përfitimi tjetër që ndikojnë ose mund të ndikojnë në paanësinë e kryerjes së detyrave të tij, si dhe është transparent në marrjen e vendimeve. Zyrtari duhet të ketë kujdes që të shmangë keqkuptimet dhe pasojat negative për reputacionin e institucionit apo të nëpunësve të tij.

4.3. Gjatë zbatimit të detyrave të ngarkuara me ligj zyrtari duhet të krijojë një marrëdhënie besimi dhe bashkëpunimi si ndërmjet njëri-tjetrit ashtu edhe midis tij dhe palëve të treta.

Për këtë qëllim, si në komunikimin me shkrim edhe në atë verbal, nëpunësi duhet të jetë i sjellshëm, i gatshëm për bashkëpunim dhe për tu përgjigjur sa më parë. Zyrtari duhet të përdorë një gjuhë të thjeshtë dhe të arsyetojë përgjigjet, duke bashkëpunuar në njohjen dhe zgjidhjen e çështjeve të ndryshme.

Neni 5

Ndalimi i diskriminimit

Ndalohet çdo dallim, përjashtim ose parapëlqim për arsye të tilla si raca, origjina kombëtare, mosha, aftësia e kufizuar, gjinia, gjendja civile, lidhjet familjare, origjina shoqërore, besimi, prirjet seksuale, bindjet politike në të gjithë veprimtarinë e Autoriteti të Konkurrencës.

Neni 6

Parimi i paanshmërisë

6.1. Zyrtari në ushtrim të funksioneve të tij, trajton në mënyrë të ndershme dhe të paanshme të gjitha subjektet me të cilët hyn në marrëdhënie.

6.2. Në ushtrimin e detyrave të tij, zyrtari:

a) nuk merr përsipër detyra si dhe nuk jep udhëzime apo premtime në lidhje me çështjet që hyjnë në kompetencën e organeve të Autoritetit;

b) nuk merr pjesë në takime jozyrtare me subjekte të interesuar për çështjet në shqyrtim, nëse kjo nuk është autorizuar nga eprori.

c) nuk duhet të takojë subjekte të interesuara për veprimtarinë e Autoritetit, përveç rastit kur është i pranishëm të paktën edhe një zyrtar tjetër;

6.3. Zyrtari i cili ndodhet apo mund të ndodhet në situatat e sipërpërmendura, duhet të informojë eprorin e drejtpërdrejtë ose Komisionin.

6.4. Zyrtari mund të jetë anëtar i organizatave të ndryshme politike ose jo politike. Në çdo rast pikëpamjet politike të nëpunësit apo mendimet e tij mbi politikën duhet të shprehen qartësisht në mënyrë individuale dhe jo në funksionin e tij si nëpunës i Autoritetit.

Neni 7

Konflikti i Interesave

7.1. Anëtari i Komisionit dhe nëpunësi në zbatimin e detyrave të tij, nuk duhet të marrë vendime ose të kryejë veprimtari që përbëjnë konflikt interesi.

7.2. Në kuptim të këtij Kodi Etike, konflikt interesi është gjendja në të cilën zyrtari ka interesa të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, që ndikojnë, mund të ndikojnë ose duket sikur ndikojnë në kryerjen në mënyrë të padrejtë të detyrave dhe përgjegjësive të tij publike.

Konflikti i interesit, përfshin disa përkufizime të tjera, për lloje të ndryshme të shfaqjes së tij, si më poshtë:

a) "Konflikt rast pas rasti interesi" është gjendja me konflikt interesi në njërën nga tri llojet e mëposhtme, që shfaqet rast pas rasti dhe lidhet me një vendimmarrje të veçantë.

b) "Konflikt faktik i interesit" është gjendja në të cilën interesat private të zyrtarit ndikojnë, kanë ndikuar ose mund të kenë ndikuar në kryerjen në mënyrë të padrejtë të detyrave dhe përgjegjësive të zyrtarit.

c) "Konflikt në dukje interesi" është gjendja në të cilën interesat e zyrtarit duken në pamje ose në formë sikur kanë ndikuar, ndikojnë ose mund të ndikojnë në kryerjen në mënyrë të padrejtë të detyrave apo përgjegjësive të zyrtarit

d) "Konflikt i mundshëm interesi" është gjendja në të cilën interesat e zyrtarit mund të shkaktojnë në të ardhmen shfaqjen e konfliktit faktik ose në dukje të interesit nëse zyrtari do të përfshihej në detyra apo përgjegjësi te caktuara.

7.3. Zyrtari kur gjendet në situatat e sipërpërmendura, i raporton me shkrim eprorit të drejtpërdrejtë, titullarit të njësisë së personelit ose Komisionit, të cilët marrin masat përkatëse, sipas procedurave e modaliteteve të përcaktuara në ligjin Nr. 9367, datë 7.4.2005 "Për parandalimin e konfliktit të interesave në ushtrimin e funksioneve publike" si dhe në Ligjin Nr. 9131 datë 08.09.2003, "Për rregullat e etikës në administratën publike".

Neni 8

Dhuratat apo përfitimet e tjera

8.1. Zyrtari nuk duhet të pranojë për vete apo për të tjerët, dhurata apo mjete të tjera të cilat kanë vlerë ekonomike nga çdo subjekt, interesat e cilit preken, mund të preken apo duket sikur preken nga veprimtaria e Autoritetit, me përjashtim të dhuratave me vlerë simbolike.

8.2. Për mënyrën e reagimit ndaj dhuratave dhe ofertave, mbahen parasysh kriteret dhe procedurat e parashikuara në Ligjin Nr. 9131 datë 08.09.2003, "Për rregullat e etikës në administratën publike", ose në rast se shihet e nevojshme të kryhet denoncimi në organet e ndjekjes penal.

Neni 9

Mbrojtja e personalitetit të zyrtarit

9.1. Çdo zyrtar mbron dhe respekton personalitetin e homologëve, vartësve dhe eprorëve të tij gjatë marrëdhënieve të punës. Ai duhet të parandalojë çdo veprim apo qëndrim që cenon dinjitetin e tjerëve.

9.2. Zyrtari ndalohet të kryejë çdo veprim që përbën shqetësim seksual ndaj homologëve, vartësve, eprorëve ose ndaj të tretëve. Në kuptim të këtij Kodi, shqetësim seksual konsiderohet çdo veprim i kryer nga një zyrtar i cili kërkon favore të natyrës seksuale duke përdorur ndikimin apo pozitën e tij në Autoritet.

9.3. Zyrtari dhe veçanërisht zyrtarët në pozicione drejtuese kujdesen që të mos ketë raste të shqetësimeve seksuale në punë ose për shkak të punës në Autoritetin e Konkurrencës. Zyrtari raporton menjëherë çdo rast shqetësimi seksual apo dyshimi për një situatë të tillë te Kryetari i Komisionit të Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 10

Përdorimi i informacionit

10.1. Zyrtari nuk duhet të përdorë për qëllim përfitimi personal informacionet që siguron apo ka siguruar gjatë kryerjes së detyrës së tij. Kjo vlen edhe pas mbarimit të detyrës për sa kohë që vetë institucioni nuk bën publike të tilla informacione.

10.2. Zyrtari nuk duhet të nxjerrë jashtë institucionit informacione në lidhje me çështje që po shqyrtohen nga Autoriteti dhe nuk duhet të japë opinione apo gjykime për çështje të tilla, nëse nuk ka autorizimin përkatës nga titullari.

10.3. Zyrtari nuk duhet të japë informacion që bën të mundur identifikimin e zyrtarëve të tjerë të përfshirë në mënyrë të drejtpërdrejtë në këtë çështje.

10.4. Zyrtari nuk duhet të japë informacion për masat që janë marrë ose do të merren në lidhje me çështjet në shqyrtim, përpara se ato të jenë miratuar në mënyrë përfundimtare nga Autoriteti dhe t'ju jenë komunikuar zyrtarisht palëve.

10.5. Zyrtari kujdeset për informacionin që siguron apo ka siguruar për shkak të detyrës duke:

a) E ruajtur në mënyrë të sigurt;

b) Diskutuar për këtë informacion vetëm me zyrtarë të tjerë të Autoritetit të Konkurrencës të cilëve i duhet për të kryer detyrën e tij.

Neni 11

Marrëdhëniet me organet e medias së shkruar dhe elektronike.

11.1. Zyrtarët mund të bëjnë deklarime publike në lidhje me probleme të përgjithshme të konkurrencës apo të veprimtarisë së Autoritetit të Konkurrencës. Këto deklarime nuk duhet të paragjykojnë veprimtarinë e hetimit e të vendimmarrjes të Sekretariatit e Komisionit të Konkurrencës.

11.2. Për sqarime të kërkuara nga ana e organeve të medias në lidhje me veprimtarinë e Autoritetit të Konkurrencës, duhet të informohet menjëherë eprori ose Komisioni i Konkurrencës.

Neni 12

Veprimtari të tjera

Zyrtari nuk mund të zhvillojë veprimtari që janë haptazi në kundërshtim me përmbushjen e detyrave funksionale të tij.

Neni 13

Sjellja në jetën sociale

13.1. Zyrtari nuk duhet të përdori pozitën që ka në Autoritet për të përfituar të mira që nuk i takojnë. Në marrëdhëniet me të tretët, eviton të deklarojë ose të nënkuptojë këtë pozitë në të gjitha rastet kur kjo përmendje nuk i përgjigjet kërkesave objektive.

13.2. Zyrtari nuk kërkon asnjë përfitim personal që nuk i takon në bazë të ligjit, nëpërmjet përdorimit të statusit të tij si nëpunës i Autoritetit.

13.3. Zyrtari nuk hyn në marrëdhënie që mund të kompromet ojnë pavarësinë e gjykimit të tij me persona të cilët lidhen me çështjet që Autoriteti ka në shqyrtim.

Neni 14

Mbrojtja e aseteve të institucionit

Të gjithë zyrtarët duhet të kujdesen për mbrojtjen e aseteve dhe përdorimin eficent të tyre.

Neni 15

Sanksionet dhe detyrimi për informim

15.1. Çdo zyrtar, është i detyruar të njohë dhe të zbatojë këtë Kod Etike në ushtrimin e funksioneve të tij. Moszbatimi i këtij kodi sjell përgjegjësi disiplinore sipas legjislacionit përkatës e në veçanti Ligjit Nr. 9121, datë 28.7.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, Kodit të Punës të Republikës së Shqipërisë dhe ligjit Nr. 8549 datë 11.11.1999 “Për statusin e nëpunësit civil”.

15.2. Çdo zyrtar, është i detyruar të informojë Komisionin ose Sekretarin e Përgjithshëm, për çdo shkelje ose dyshim për shkelje të këtij Kodi.

RREGULLORE

"PËR PARANDALIMIN E KONFLIKTIT TË INTERESAVE NË USHTRIMIN E FUNKSIONEVE PUBLIKE NË AUTORITETIN E KONKURRENCËS"

KREU I
DISPOZITA TË PËRGJITHSHME

Neni 1
Baza ligjore

Kjo rregullore hartohet dhe miratohet në bazë të nenit 46, pika 1 e Ligjit Nr. 9367, datë 07.04.2005 "Për parandalimin e konfliktit të interesave në ushtrimin e funksioneve publike", të ndryshuar, nenit 24 germa dh) të Ligjit Nr. 9121 datë 28.07. 2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", të ndryshuar dhe nenit 5 pika 1 të Rregullores "Për Funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës".

Neni 2
Objekti

Objekti i kësaj rregulloreje është përcaktimi i rregullave, mjeteve, mënyrave dhe procedurave për identifikimin, deklarimin, regjistrimin, trajtimin, zgjidhjen e rasteve të konfliktit të interesave si dhe sanksionet për shkeljen e kësaj rregulloreje.

Neni 3
Përkufizime

1. Në kuptim të kësaj rregulloreje termat e mëposhtëm kanë këto përkufizime:
   a) **"Zyrtar"** është çdo person, që kryen detyra dhe ushtron kompetenca në pozicionet: Kryetar i Komisionit të Konkurrencës, Zv/Kryetar i Komisionit të Konkurrencës, Anëtar i Komisionit të Konkurrencës, Drejtor Kabineti pranë Komisionit të Konkurrencës, punonjës të Kabinetit të Komisionit të Konkurrencës, Sekretari i Përgjithshëm, Drejtor Drejtorie pranë Sekretariatit, Përgjegjës Sektori pranë Drejtorisë përkatëse dhe Specialist pranë Sektorit përkatës.
   b) **"Epror i një zyrtari"** në kuptimin e kësaj rregulloreje është sipas hierarkisë,Komisioni i Konkurrencës, Kryetari i Komisionit të Konkurrencës, Zv/kryetari i Komisionit të Konkurrencës, Sekretari i Përgjithshëm, Drejtor Kabineti dhe drejtorët e Drejtorive pranë Sekretariatit, që kanë kompetenca vendimmarrëse, emëruese, drejtuese, urdhëruese, vlerësuese ose kontrolluese të drejtpërdrejta mbi zyrtarin, ose që i janë dhënë kompetenca të caktuara në zbatim të ligjit.
   c) **"Person i lidhur me një zyrtar",** është çdo person fizik ose juridik, i cili rezulton të ketë pasur ose të ketë lidhje interesi, pasurore ose vetjake jo pasurore me zyrtarin, sipas nenit 5 te Ligjit.
   d) **"Parim i proporcionalitetit"**, është raporti ndërmjet rëndësisë së detyrave, përgjegjësive dhe kompetencave të një zyrtari të Autoriteti te Konkurrencës me masat për parandalimin e konfliktit të interesave, raport në të cilin sa më të rëndësishme të jenë detyrat, përgjegjësitë dhe/ose kompetencat e tij, aq më të shumta janë kufizimet e interesave vetjake.
   e) "***Konflikt i interesit***" është gjendja e konfliktit ndërmjet detyrës publike dhe interesave privatë të një zyrtari, në të cilën ai ka interesa privatë, të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, që ndikojnë, mund të ndikojnë ose duket sikur ndikojnë në kryerjen

në mënyrë të padrejtë të detyrave dhe përgjegjësive të tij publike. Konflikti i interesit, përfshin disa përkufizime të tjera, për lloje të ndryshme të shfaqjes së tij, si më poshtë:

i) "**Konflikt rast për rast interesi**" është gjendja me konflikt interesi në njërën nga tri llojet e mëposhtme, që shfaqet rast për rast dhe lidhet me një vendimmarrje të veçantë;

ii) "**Konflikt faktik i interesit**" është gjendja në të cilën interesat private të zyrtarit ndikojnë, kanë ndikuar ose mund të ndikojnë në kryerjen në mënyrë të padrejtë të detyrave dhe përgjegjësive të zyrtarit;

iii) "**Konflikt në dukje interesi**" është gjendja në të cilën interesat e zyrtarit duken në pamje ose në formë sikur kanë ndikuar, ndikojnë ose mund të ndikojnë në kryerjen në mënyrë të padrejtë të detyrave apo përgjegjësive të zyrtarit.

iv) "**Konflikt i mundshëm interesi**" është gjendja në të cilën interesat e zyrtarit mund të shkaktojnë në të ardhmen shfaqjen e konfliktit faktik ose në dukje të interesit nëse zyrtari do të përfshihej në detyra apo përgjegjësi te caktuara.

f) "**Ligj"** në kuptimin e kësaj rregulloreje është Ligji Nr. 9367, datë 07.04.2005 "Për parandalimin e konfliktit të interesave në ushtrimin e funksioneve publike", i ndryshuar.

Neni 4

Fusha e zbatimit

Rregullorja përcakton norma të detyrueshme për t'u zbatuar nga çdo zyrtar pranë Autoritetit të Konkurrencës, sipas përcaktimit në pikën 1 germa "*b"* të nenit 4 të kësaj rregulloreje, i cili ka përgjegjësi, kryen detyra ose ushtron kompetencë thelbësore dhe përcaktuese për përmbajtjen përfundimtare të aktit si dhe merr pjesë në vendimmarrje.

Neni 5

Vendimmarrja për një akt

Për qëllimet e kësaj rregulloreje:

a) vendimmarrje për një akt do të vlerësohet, në çdo rast, çasti i fundit i procesit vendimmarrës, gjatë të cilit vendoset përmbajtja përfundimtare e aktit;

b) vendimmarrje për një akt do të vlerësohen edhe ato çaste paraprake të vendimmarrjes, sipas shkronjës "a" të kësaj pike, të cilat janë thelbësisht të rëndësishme dhe përcaktuese për përmbajtjen përfundimtare të aktit, që përfshijnë, por nuk janë të kufizuara sipas ligjit:

Neni 6

Kompetenca thelbësore dhe përcaktuese për një akt

1. Një zyrtar i Autoritetit të Konkurrencës ka kompetencë thelbësore dhe përcaktuese në një akt, nëse pjesëmarrja, ndikimi dhe qëndrimi tij në vendimmarrjen për këtë akt, sipas nenit 5 të kësaj Rregullore përcakton përmbajtjen e vetë aktit.

2. Si kompetencë thelbësore e përcaktuese e një zyrtari për një akt përfshihet në secilin nga çastet paraprake të mësipërme të vendimmarrjes, mundësia për të ndikuar mbi vendimmarrjen që buron nga:

a) roli zyrtar dhe/apo pozicioni urdhërues, propozues, këshillues, zbatues ose kontrollues i ushtruar, që rrjedh nga pjesëmarrja, ndikimi dhe qëndrimi për përgatitjen e aktit;

b) zotërimin e informacionit, në lidhje me aktin, që lidhet kryesisht me të dhëna të ndjeshme për biznesin, të dhëna për tatimet e doganat, kuadrin rregullator, informacione sensitive personale, informacione për organet e hetimit e të

ndjekjes penale, informacione për politikat ekonomike vendore dhe administrimin financiar;

c) çdo shkak tjetër në përputhje me specifikat konkrete e përkatëse të funksionit e të veprimtarisë së zyrtarëve.

3. Pavarësisht nga përcaktimet e pikave të mësipërme të kësaj rregulloreje, do të përbëjë çast paraprak të vendimmarrjes apo kompetencë thelbësore e përcaktuese për një akt ose kontratë, çdo rast i vlerësuar si i tillë nga Autoriteti Përgjegjës i Autoritetit të Konkurrencës, si dhe nga eprorët e një zyrtari në këtë Institucion.

4. Në secilin prej çasteve të mësipërme, zyrtari, pjesëmarrës në vendimmarrje, me kompetencë thelbësore dhe përcaktuese, për nxjerrjen e aktit konkret është i detyruar të deklarojë, në zbatim të pikës 1, të nenit 7 të Ligjit, nëse ka një interes privat që mund të shkaktojë rënien në konflikt interesi të çfarëdo lloji.

5. Në të njëjtat raste, eprori ose institucioni epror mund t'i kërkojë zyrtarit të deklarojë rast pas rasti interesat private në zbatim të nenit 7, pikës 2 të Ligjit

6. Kur vlerësohet se ka rrezik për rënien në konflikt interesi të zyrtarit, vepron sipas nenit 37 të Ligjit.

Neni 7

Interesat privatë

1. Interesat konkrete që mund të bëhen shkak për lindjen e konfliktit të interesave, si dhe masa e kufizimit të tyre janë konkretisht:

   a) të drejta dhe detyrime pasurore të çdo lloj natyre;

   b) çdo marrëdhënie tjetër juridiko-civile;

   c) dhurata, premtime, favore, trajtime preferenciale;

   ç) negocime të mundshme për punësim në të ardhmen nga ana e zyrtarit gjatë ushtrimit të funksionit apo negocime për çdo lloj forme tjetër marrëdhëniesh me interes privat për zyrtarin, pas lënies së detyrës, të kryer nga ai gjatë ushtrimit të detyrës;

   d) angazhime në veprimtari private me qëllim fitimi ose çdo lloj veprimtarie, që krijon të ardhura, si dhe angazhime në organizata fitimprurëse dhe jofitimprurëse, sindikata ose organizata profesionale, politike, shtetërore dhe çdo organizatë tjetër;

   dh) **marrëdhënie:**

      i) familjare apo të bashkëjetesës;

      ii) të komunitetit;

      iii) etnike;

      iv) fetare;

      v) të njohura të miqësisë apo të armiqësisë;

   e) angazhime të mëparshme, nga të cilat kanë buruar ose burojnë interesa të përmendur në shkronjat e mësipërme të këtij neni.

2. Kufizimet e interesave privatë, të përcaktuara shprehimisht në këtë rregullore,zbatohen së bashku me kufizimet e përcaktuara në nenin 23 të ligjit Nr. 9721, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" të ndryshuar, sipas parimit, që zbatohet ai kufizim që është më i rreptë.

3. Vlerësohet shkak për lindjen e konfliktit të interesit, çdo lloj interesi privat i një zyrtari, çdo lidhje apo gërshetim ndërmjet dy a më shumë prej tyre, nëse për shkak të këtij interesi ose për shkak të daljes jashtë kufizimeve të detyrueshme të këtij interesi, shfaqet një gjendje me konflikt interesi, sipas përkufizimeve të pikave 1 e 4 të nenit 3 të ligjit

KREU II
PROCESI I IDENTIFIKIMIT DHE REGJISTRIMIT TË KONFLIKTIT TË INTERESIT

Neni 8
Deklarimi rast për rast i interesave privatë të zyrtarit

1. Çdo zyrtar i Autoritetit të Konkurrencës, në ushtrimin e kompetencave apo në kryerjen e detyrave të tij publike, në bazë të njohjes së tij dhe në mirëbesim, detyrohet të bëjë vetë-deklarim paraprak, rast për rast, të ekzistencës së interesave të tij private, që mund të bëhen shkak për lindjen e një konflikti interesi.
2. Deklarimi rast për rast i interesave privatë bëhet çdo herë nga zyrtari, kur kjo kërkohet nga eprori ose institucioni epror. Deklarimi, si rregull, duhet kërkuar dhe bërë paraprakisht. Kur kjo nuk është e mundur ose kur nuk ka ndodhur, deklarimi mund të kërkohet dhe të bëhet sa më shpejt të jetë e mundur.
3. Vetë-deklarimi ose deklarimi me kërkesë bëhet me shkrim, kur zyrtari përfshihet në një vendimmarrje për një akt dhe i bashkëngjitet praktikës përkatëse të vendimmarrjes.

Neni 9
Identifikimi i interesave privatë të zyrtarit nga persona të tretë

Ofrimi i informacionit për interesat private të zyrtarit është:

a) detyrë e çdo zyrtari që ka dijeni;

b) e drejtë e palëve të interesuara dhe e çdo personi, që ka dijeni dhe që ka interes në përgjithësi e që përputhet me qëllimin e Ligjit.

Burime të tjera informacioni për interesat private të një zyrtari, mund të jenë edhe ato burime të parashikuara në nenin 9 të Ligjit

Neni 10
Lëshimi i autorizimit nga zyrtari

1. Autoriteti i Konkurrencës (autoriteti përgjegjës) vë në dispozicion të zyrtarëve të saj modelin e autorizimit, që këta duhet të lëshojnë brenda 30 ditëve nga data e fillimit të marrëdhënieve të punës.
2. Çdo zyrtar që merr pjesë në një grup pune është i detyruar të deklarojë nëse ka apo nuk ka konflikt interesi në këtë grup pune.
3. Autorizimi dorëzohet në autoritetin përgjegjës të Autoritetit të Konkurrencës.

Neni 11
Autoritetet përgjegjëse për parandalimin, kontrollin dhe zgjidhjen e gjendjeve të konfliktit të interesave

1. Autoritetet përgjegjëse për zbatimin e Ligjit dhe të kësaj rregulloreje në Autoritetin e Konkurrencës janë:

   a) Kryetari i Autoritetit të Konkurrencës dhe eprorët e zyrtarëve, sipas hierarkisë;

   b) Sekretari i përgjithshëm dhe eprorët e zyrtarëve, sipas hierarkisë brenda Sekretariatit
2. Autoriteti përgjegjës në Autoritetin e Konkurrencës, i cili zbaton detyrat e përcaktuara në Ligj dhe në nenin 13 të kësaj rregulloreje është Drejtori i Drejtorisë së Shërbimeve te Brendshme (Drejtoria e Burimeve Njerëzore, Shërbimeve dhe Dokumentacionit).

Neni 12

Detyrat e Autoritetit Përgjegjës
(Drejtori i Drejtorisë së Shërbimeve te Brendshme)

1. Autoriteti Përgjegjës për zbatimin e ligjit dhe të akteve të Autoritetit të Konkurrencës, të nxjerra në zbatim të kësaj rregulloreje, është i autorizuar që, në mënyrë aktive, në emër të Autoritetit të Konkurrencës:
   a) të mbledhë nga burimet e ligjshme të informacionit të dhëna për interesat privatë të zyrtarëve në Autoritetin e Konkurrencës;
   b) të pranojë informacionet e siguruara në mënyrë të ligjshme;
   c) të verifikojë besueshmërinë e këtyre informacioneve;
   ç) të vërë në dijeni zyrtarin për informacionet e siguruara për të dhe t'i japë mundësi zyrtarit të provojë të kundërtën, nëse ky i fundit e kërkon një gjë të tillë;
   d) të bëjë regjistrimin e interesave privatë të zyrtarit, jo më vonë se 30 ditë nga data e fillimit të marrëdhënieve të punës në Autoritetin e Konkurrencës.
   dh) të shpërndajë dhe mbledhë autorizimet e detyrueshme për t'u lëshuar nga zyrtarët e Autoritetit të Konkurrencës, sipas nenit 10 të Ligjit dhe nenit 12 të kësaj Rregulloreje.
   e) të krijojë regjistrin përkatës dhe mbajë regjistrimet rast për rast të konfliktit të interesit;
   f) bazuar në regjistrimin dhe vlerësimin e interesave private të zyrtarëve të Autoritetit të Konkurrencës, u sugjeron atyre dhe/ose eprorëve të tyre, çështjet dhe momentet kur zyrtarët, dhe/ose eprorët e tyre duhet të tregohen të kujdesshëm për parandalimin e:
      i. konfliktit rast për rast të interesit (faktik, në dukje dhe të mundshëm);
      ii. konfliktit të vazhdueshëm të interesit;
   ë) kryen me autorizim të Kryetarit të Komisionit të Konkurrencës, verifikim të interesave të deklaruara apo të padeklaruara të zyrtarëve dhe punonjësve të këtij institucioni, duke shfrytëzuar të gjitha mundësitë që i jep ligji, dhe informon për këtë, sipas rastit Kryetarin e Komisionit të Konkurrencës;
   f) mbështet eprorin e zyrtarit në vlerësimin e kryerjes së padrejtë të detyrave për shkak të konfliktit të interesit, në marrjen e masave disiplinore apo në propozimin për vendosjen e gjobave në rast kundërvajtjesh administrative të zyrtarit, në kuptim te Ligjit;
   g) përgatit guida, informon, këshillon e trajnon zyrtarët në lidhje me këtë ligj, me të drejtat e detyrimet e tyre dhe me parandalimin sa më të mirë të konfliktit të interesave;
   gj) merr masa për të siguruar aksesin e informimin e publikut në të dhënat personale të zyrtarëve dhe në dokumentet e tjera zyrtare që lidhen me konfliktin e interesit;
   h) në bashkëpunim me Drejtorinë Juridike dhe Integrimit:
      i. marrin masa për të lehtësuar ankimin administrativ të palëve të interesuara në lidhje me aktet e marra në konflikt interesi, zyrtarëve përgjegjës, si dhe mbështesin Autoritetin e Konkurrencës në ndërmarrjen e hapave ligjore për dëmshpërblimin e palëve të treta të dëmtuara dhe kalimin e barrës së dëmshpërblimit te zyrtarët përgjegjës;
      ii. orientojnë,vlerësojnë, kontrollojnë apo kryejnë hetim administrativ në lidhje me konfliktin e interesit të zyrtarëve të Autoritetit të Konkurrencës, në përputhje me rregulloren dhe urdhrat e miratuara nga Komisioni i Konkurrencës;
      iii. shtrojnë çështje dhe kërkojnë këshilla nga Kryetari i Komisionit të Konkurrencës, për zbatimin e Ligji, kur kjo ka të bëjë me çështjen e konfliktit të interesave;
   i) mbështet ILDKP-në në kryerjen e deklarimit periodik të interesave nga zyrtarët e Autoritetit të Konkurrencës;
   j) njofton me shkrim ILDKP-në për rastet e largimit nga funksioni të zyrtarëve që mbartin detyrimin për deklarim të interesave private periodike në ILDKP;
   k) njofton me shkrim ILDKP-në për rastet e emërimit të zyrtarëve që mbartin detyrimin

për deklarim të interesave private periodike në ILDKP;

l) bën me dije zyrtarët e Autoritetit të Konkurrencës për çdo këshillë apo udhëzim të ILDKP-së;

ll) mbështet misionet monitoruese, vlerësuese apo të verifikimit dhe të hetimit administrativ të ILDKP-së për zyrtarët e Autoritetit të Konkurrencës;

m) i paraqet ILDKP-së çdo vit për vitin pararendës, por jo më vonë se data 31 janar, një raport për veprimtarinë e kryer në zbatim të Ligjit, përfshirë rastet e konfliktit të interesave, mënyrat e ndjekura për parandalimin ose trajtimin e tyre, rezultatet e arritura, si dhe çështjet e lidhura me deklarimin periodik;

n) ndjek e zbaton detyra të tjera që i ngarkohen sipas kësaj rregulloreje ose urdhrave të titullarit të institucionit në zbatim të Ligjit.

KREU III
MËNYRAT E TRAJTIMIT DHE TË ZGJIDHJES SË KONFLIKTIT TË INTERESAVE

Neni 13
Mënyrat bazë të trajtimit dhe të zgjidhjes së konfliktit të interesave

Për parandalimin sa më të hershëm dhe sa më efikas të çdo konflikti interesi, të çdo lloji qoftë ai:

1. Çdo zyrtar apo epror i zyrtarit, duke filluar nga ai më i afërt, në ushtrimin e funksioneve të tyre, paraprakisht, sipas rrethanës, nevojës, në mënyrë të shkallëzuar ose në proporcion me rëndësinë e situatës, mënjanon dhe zgjidh vetë çdo situatë të konfliktit të interesit, të çdo forme qoftë ajo, duke përdorur, sipas rastit dhe përshtatshmërisë, një apo disa nga mënyrat e parashikuara ne pikat 1 dhe 4 të nenit 37 të Ligjit.
2. Zyrtari njofton eprorin ose institucionin epror, sipas rastit, për zgjidhjen e sugjeruar ose të marrë dhe provon e dokumenton këtë zgjidhje.
3. Eprori njofton me shkrim dhe në mënyrë të arsyetuar zyrtarin në konflikt interesi, si dhe eprorin e vet për zgjidhjen e dhënë.
4. Pavarësisht pikave të mësipërme, zyrtarët përgjegjës, për parandalimin dhe shmangien e konfliktit të interesit, nuk çlirohet nga përgjegjësia e rënies në konflikt interesi, kur masat e marra nga vetë ai nuk rezultojnë të frytshme në parandalimin dhe shmangien e tij.

Autoriteti Përgjegjës, në trajtimin e rasteve të konfliktit të interesave, mban parasysh edhe ligjet specifike në fushën e veprimtarisë së Autoritetit të Konkurrencës. Mënyrat e trajtimit dhe të zgjidhjes së konfliktit të interesit, sipas këtij neni, duhet të bëhen bazuar në mirëkuptimin dhe bashkëpunimin ndërmjet zyrtarit dhe eprorit, duke synuar së bashku përdorimin e mënyrës më të mirë për parandalimin dhe zgjidhjen e gjendjes me konflikt interesi.

Neni 14
Zgjidhja e rasteve të veçanta të konfliktit të vazhdueshëm të interesave

Kur trajtimi dhe zgjidhja e konfliktit të vazhdueshëm të interesit nuk mund të arrihet nëpërmjet mënyrave të dhëna në nenin 37 të ligjit, që zyrtari të vazhdojë të qëndrojë në të njëjtin funksion, duhet detyrimisht të zgjidhë çështjen e konfliktit te interesit me një nga mënyrat e parashikuara në nenin 38 të tij.

Neni 15
Sanksionet

1. Çdo shkelje e detyrimeve të përcaktuara në këtë rregullore, kur nuk përbën vepër penale, përbën Çdo shkelje e detyrimeve të përcaktuara në këtë rregullore nga zyrtarët përbën

shkelje disiplinore, pavarësisht nga përgjegjësia penale apo administrative. Masat disiplinor zbatohen në përputhje me ligjet që rregullojnë marrëdhëniet e punës dhe/ose statusin e zyrtarëve.

2. Konkurrencës, i propozon kryetarit të AK-së largimin nga funksioni të këtij anëtari.
3. Mosdhënia e autorizimit, sipas pikës 1, të nenit 13 të kësaj rregulloreje sjell ndërprerjen e marrëdhënieve të punës, sipas procedurave të përcaktuara në legjislacionin qe rregullon marrëdhëniet e punës.

Neni 16

Për çështjet të cilat nuk mund të zgjidhen në këtë rregullore, aplikohet Ligji në mënyrë të drejtpërdrejtë.

Neni 17
Ndryshime në Rregullore

Ndryshimet në këtë rregullore bëhen me propozim të Autoritetit Përgjegjës në përputhje me Ligjin dhe udhëzimet e Inspektoratit të Lartë të Deklarimit dhe Kontrollit të Pasurive.

Rregullore

"Për Caktimin e Shpenzimeve Për Ndjekjen e Procedurave Pranë Autoritetit të Konkurrencës"

Në mbështetje të neneve 24, shkronja dh) dhe 84, shkronja b) të ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003"Për Mbrojtjen e Konkurrencës", Autoriteti i Konkurrencës nxjerr rregulloren "Për caktimin e shpenzimeve për ndjekjen e procedurave pranë Autoritetit të Konkurrencës"

Neni 1

Tërheqja e "Formularit të Njoftimit të Përqendrimit", nga ndërmarrjet pjesëmarrëse të përcaktuara nenin 12, të Ligjit (që bashkohen, përftojnë kontrollin, si dhe për rastet kur pjesa e ndërmarrjes preket nga transaksioni i kryer), bëhet kundrejt pagesës me vlerë 15.000 lekë.

Autorizimi " Për realizimin e përkohshëm të përqendrimit" i dhënë nga Komisioni, në bazë të kërkesës së ndërmarrjeve pjesëmarrëse, sipas nenit 60, pika 1, e Ligjit, bëhet kundrejt pagesës me vlerë 300.000 lekë.

Autorizimi "Për realizimin e përqendrimit" i dhënë nga Komisioni, në përputhje me nenin 56, të Ligjit, jepet kundrejt pagesës me vlerë 500.000 lekë.

Neni 2

Njoftimi nga ndërmarrjet për përjashtimin e marrëveshjeve, sipas përcaktimeve në nenin 5, 6 dhe 7 të Ligjit, bëhet kundrejt pagesës me vlerë 15.000 lekë."

Vendimi për përjashtimin e marrëveshjeve nga ndalimi, i dhënë nga Komisioni, sipas nenit 50 të Ligjit, jepet kundrejt pagesës me vlerë 500.000 lekë.

Vendimi i dhënë nga Komisioni, për shtyrjen në kohë të përjashtimeve të marrëveshjeve të përcaktuara në pikën 1 të këtij neni, jepet kundrejt pagesës me vlerë 300.000 lekë.

Neni 3

Depozitimi dhe shqyrtimi i ankesave pranë Autoritetit të Konkurrencës, që kanë për objekt shkeljet e nenit 4 (Marrëveshjet e Ndaluara) dhe nenit 9 (Abuzimi me Pozitën Dominuese) është pa pagesë.

Dhënia e vlerësimeve dhe rekomandimeve nga Autoriteti, në përputhje me nenin 69 të Ligjit, për çështje që lidhen me konkurrencën, me kërkesën e organeve të administratës qendrore dhe vendore, bëhet pa pagesë.

Neni 4

Pagesat e parashikuara në nenin 1, pika1 dhe nenin 2, pika 1 të kësaj rregulloreje do të bëhen në zyrën e llogarisë të Autoritetit, kundrejt mandat arkëtimit.

Pagesat e parashikuara në nenin 1, pika 2, 3 dhe në nenin 2, pika 2, 3 të kësaj rregulloreje do të bëhen në llogarinë bankare të Autoritetit, kundrejt mandat arkëtimit.

Neni 5

Të gjitha pagesat e parashikuara në këtë rregullore nuk janë të rimbursueshme.

Neni 6

Kjo rregullore hyn në fuqi menjëherë.

UDHËZIM
"PËR FORMËN E NJOFTIMIT TË MARRËVESHJEVE"

Në mbështetje të nenit 49, pika 3 të ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës", Autoriteti i Konkurrencës

UDHËZON

Neni 1
Qëllimi

Ky udhëzim përcakton përmbajtjen dhe formën e Formularit të Njoftimit, (bashkëlidhur këtij Udhëzimi) që do të plotësohet nga një ndërmarrje ose grup ndërmarrjesh kur njoftojnë Autoritetin për një marrëveshje. Një "marrëveshje" është përcaktuar në Kreun I, neni 4, 5, 6, 7 të Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 "Për Mbrojtjen e Konkurrencës" (tani e më pas do t'i referohemi si "Ligji")

Neni 2
Përcaktimet dhe udhëzimet në lidhje me Formularin bashkëlidhur

Marrëveshje horizontale: nënkuptojnë ato marrëveshje që lidhen ndërmjet ndërmarrjeve konkurrente (ndërmjet prodhuesve ose grosistëve) që veprojnë në të njëjtin nivel ekonomik.

Marrëveshje vertikale: nënkuptojnë ato marrëveshje që lidhen ndërmjet ndërmarrjeve që veprojnë në nivele të ndryshme tregu (prodhues-shpërndarës).

Pala ose palët që bëjnë njoftimin: në rastet kur një njoftim është paraqitur vetëm nga njëra prej ndërmarrjeve pjesëmarrëse në marrëveshje, "palët që bëjnë njoftimin" përdoret për t'iu referuar vetëm ndërmarrjes që po paraqet faktikisht njoftimin.

Pala(ët) në marrëveshje ose palët: përfshijnë të gjitha ndërmarrjet të cilat u përkasin grupeve të njëjta si këto "palë".

Tregjet e prekura: Seksioni 3 i këtij Formulari kërkon që palët që bëjnë njoftimin të përcaktojnë tregjet përkatëse të produktit dhe për më tepër të identifikojnë cilët nga këto tregje përkatëse mund të preken nga marrëveshja e njoftuar. Ky përcaktim i tregut të prekur përdoret si bazë e të dhënave të kërkuara për një numër pyetjesh të tjera që përmban ky Formular. Përcaktimet e paraqitura në këtë mënyrë nga palët që bëjnë njoftimin i referohen në këtë Formular si treg(je) të prekura. Ky term i referohet tregut përkatës si për mallrat ashtu edhe për shërbimet, të cilat i përmbledhim në përcaktimin e dhënë në Ligj "treg përkatës" , (neni 3, pika 7).

Tregu përkatës: Përcaktimi i tregut përkatës është një mjet për të identifikuar dhe përcaktuar kufijtë e konkurrencës ndërmjet ndërmarrjeve. Çdo kufizim konkurrence analizohet duke pasur parasysh një treg të caktuar. Në bazë të këtij tregu përcaktohen pjesët e tregut që i takojnë çdo ndërmarrje. *Tregu që merret si bazë në llogaritjen e pjesëve të tregut dhe përcaktimin e kufizimeve të konkurrencës quhet treg përkatës.*

Ky përkufizim përfshin dy komponentët e tregut përkatës: *tregu i produktit* dhe *tregu gjeografik.*

Tregu i produktit: Tregu i produktit përfshin të gjithë mallrat ose shërbimet që konsiderohen të zëvendësueshëm nga konsumatori në sajë të karakteristikave, të çmimit të produkteve dhe të përdorimit që do i bëjnë.

Tregu gjeografik: Tregu gjeografik përfshin në radhë të parë hapësirën tokësore ku tregtohen mallrat që përbëjnë tregun e produkteve. Tregu gjeografik mund të jetë lokal (një qytet apo rreth), kombëtar (Republika e Shqipërisë), ose Evropian madje dhe botëror.

Pjesa e tregut: i referohet pjesës së tregut përkatës ku ushtron veprimtarinë e saj ndërmarrja. Për të llogaritur pjesën e tregut mund të bazohemi në xhiron e realizuar për çdo produkt, në sasinë e produkteve të shitura, në numrin e abonentëve ose të klientëve që ka, etj. Llogaritja sipas xhiros

së realizuar të çdo produkti është më e përshtatshme, sepse xhiroja reflekton dhe vlerën reale të produktit dhe jep një prezantim më të mirë të vendit që zë produkti në treg.

Fuqia e tregut (market power): nënkupton mundësinë e ndërmarrjes për të praktikuar (aplikuar) çmime më të larta se në situatë konkurrence për një kohë të konsiderueshme dhe të fitojë më shumë se normalisht.

Pengesat në hyrje (barriers to entry): përdoret për të emërtuar vështirësitë e ndryshme që hasin ndërmarrjet për të hyrë në një treg të caktuar.

Konkurrenca potenciale: paraqet mundësinë e konkurrencës dhe presionit konkurrues të ushtruar nga ndërmarrjet ekzistuese (*incumbent, or potential competitor*) ndaj ndërmarrjeve të reja që duan të futen në një treg specifik.

Vit: të gjitha referencat për fjalën "vit" në këtë formular duhet të lexohen në kuptimin e vitit kalendarik, përveç rasteve kur është përcaktuar ndryshe. Të gjitha të dhënat e kërkuara në këtë Formular, përveç rasteve kur është përcaktuar ndryshe, duhet të lidhen me vitin pararendës të njoftimit.

Neni 3

Nevoja për një njoftim të saktë dhe të plotë

Të gjitha të dhënat e kërkuara në Formularin e Njoftimit duhet të jenë të plota dhe të sakta. Të dhënat e kërkuara duhet të përfshihet në Seksionin përkatës të këtij Formulari. Dokumentacioni që do të shoqërojë Formularin do të përdoret vetëm për të plotësuar të dhënat e siguruara në Formular.

Në veçanti duhet të bëhet kujdes që: Në zbatim të neneve 49 dhe 50 të Ligjit, afati kohor lidhur me shqyrtimin e njoftimit, do të fillojë të llogaritet me marrjen e të gjitha të dhënave nga Autoriteti, që duhet të sigurohen nga ndërmarrjet në formularin e njoftimit. Kjo bëhet për të siguruar që Autoriteti të jetë i aftë për të vlerësuar eficencën ekonomike në rastin e dhënies së autorizimit për përjashtim të marrëveshjes nga ndalimi.

Palët që bëjnë njoftimin, gjatë përgatitjes së njoftimit, duhet të bëjnë kujdes që emrat dhe numrat e kontaktit, veçanërisht numrat e faksit, të dërguara pranë Autoritetit të jenë ata të duhurit, pra të jenë të saktë dhe më të fundit.

Nëse njoftimi nuk është i plotë dhe i saktë, Autoriteti do të njoftojë me shkrim brenda 15 ditëve nga momenti i marrjes së njoftimit, palët që bënë njoftimin ose përfaqësuesit e tyre që ta plotësojnë atë. Njoftimi do të jetë i efektshëm vetëm në datën, në të cilën do të merret nga Autoriteti të dhënat e sakta dhe të plota.

Në njoftim, të dhënat jo të sakta, jo të plota ose mashtruese do t'i nënshtrohen Ligjit si më poshtë:

Në zbatim të nenit 73, pika 1/a dhe b e Ligjit të dhënat jo të sakta, jo të plota ose mashtruese, mund ta bëjnë palën ose palët që kanë bërë njoftimin përgjegjëse për vendosjen e gjobave deri në masën 1 për qind të xhiros totale të vitit paraardhës financiar.

Në zbatim të nenit 51, pika 1, shkronja c të Ligjit, Komisioni mund të revokojë ose ndryshojë vendimin e tij lidhur me përjashtimin nga ndalimi të marrëveshjes.

Neni 4

Detyrimi për njoftim

Njoftimi i marrëveshjes sipas nenit 49 të Ligjit duhet të plotësohet nga ndërmarrja (et) palë në marrëveshje. Në se ndërmarrja (et), autorizon një person për ndjekjen e procedurës, ai duhet të jetë i pajisur me autorizimin me shkrim, ku përcaktohet e drejta për përfaqësim.

Nëse njoftimi është i përbashkët, ndërmarrjet duhet të autorizojnë me shkrim vetëm një përfaqësues, që ka të drejtën për të ndjekur procedurën.

Palët njoftuese ose përfaqësuesit e tyre duhet të kenë një adresë në Shqipëri ku mund të dërgohet korrespondenca.

Çdo palë që bën njoftimin, është përgjegjëse për saktësinë e të dhënave që sigurohet në të.

Neni 5

Si të njoftohet

Njoftimi për marrëveshjen duhet të plotësohet në gjuhën shqipe.

Të dhënat e kërkuara në Formularin bashkëlidhur duhet të përgatiten duke përdorur numrat e seksioneve dhe paragrafëve të Formularit, duke nënshkruar një deklaratë siç jepet në Seksionin 10, si dhe duke i bashkëlidhur dokumentacionin mbështetës.

Dokumentet bashkëlidhur njoftimit duhet të dorëzohen në gjuhën zyrtare. Nëse gjuha zyrtare nuk është shqip, atëherë, njoftimit i duhet bashkëlidhur një përkthim i noterizuar në gjuhën shqipe. Autoriteti mund të kërkojë në çdo kohë përkthimin në shqip të dokumenteve bashkëlidhur.

Dokumentet bashkëlidhur njoftimit duhet të përmbajnë të paktën një origjinal ose një kopje të noterizuar të origjinalit. Me kërkesën e Autoritetit palët që bëjnë njoftimin duhet të vërtetojnë që kopjet e tjera janë të vërteta dhe të plota.

Njoftimi duhet të dërgohet pranë Autoritetit në ditët e punës, brenda orarit zyrtar, në adresën në vazhdim:

Autoriteti i Konkurrencës

Rruga "S. Frashëri", Nr. 4,

Kutia Postale 2435, Tel: 04/23 45 05, Fax: 04/ 23 45 04

e-mail: caa1@icc-al.org

www.caa.gov.al

Tiranë, SHQIPËRI

Neni 6

Ruajta e konfidencialitetit dhe sekreteve tregtare

Autoriteti në zbatim të nenit 30 ruan sekretin profesional dhe nuk jep të dhëna konfidenciale lidhur me veprimtarinë e palëve njoftuese.

Neni 7

Hyrja në fuqi

Ky Udhëzim hyn në fuqi menjëherë.

FORMULAR PËR NJOFTIMIN E MARRËVESHJEVE

SEKSIONI 1
Informacione të Përgjithshme

1.1 Informacion mbi palën/palët njoftuese

Jepni të dhëna mbi:

1.1.1 Emërtimin, formën ligjore dhe adresën e ndërmarrjes;
1.1.2 Kodin fiskal (nipt);
1.1.3 Natyra e biznesit të ndërmarrjes;
1.1.4 Xhiron e përgjithshme kombëtare dhe më gjerë;
1.1.5 Xhiron nga shitjet e produkteve brenda vendit dhe jashtë tij, që prek marrëveshja;
1.1.6 Emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe/ose teleks, dhe pozicionin e punës së personit të kontaktit;
1.1.7 Roli që luan ndërmarrja në marrëveshje.
1.1.8 Llojin e aktivitetit ekonomik të ndërmarrjes (kryesor dhe sekondar, specifikoni pozicionin që zë në zinxhirin e prodhimit);

1.2 Informacion mbi palët e tjera pjesëmarrëse në marrëveshje.

Për secilën palë pjesëmarrëse në marrëveshje (me përjashtim të palës/palëve njoftuese) jepni të dhëna për:

1.2.1 Emërtimin, formën ligjore dhe adresën e ndërmarrjes;
1.2.2 Kodin fiskal (nipt)
1.2.3 Natyra e biznesit të ndërmarrjes;
1.2.4 Xhiron e përgjithëshme kombëtare dhe më gjërë;
1.2.5 Xhiron nga shitjet e produkteve brenda vendit dhe jashtë tij, që prek marrëveshja
1.2.6 Emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe/ose teleks, si dhe pozicionin e punës të personit kontakt.
1.2.7 Roli që luan në marrëveshje
1.2.8 Llojin e aktivitetit ekonomik të ndërmarrjes (kryesor dhe sekondar, specifikoni nivelin që zë në zinxhirin e prodhimit).

1.3 Adresa për shërbimet

Jepni një adresë ku mund t'ju dërgohet korrespondenca shkresore (mundësisht në Tiranë)

1.4 Caktimi i përfaqësuesve

Në rastin kur njoftimet nënshkruhen nga përfaqësuesit e ndërmarrjeve, këta përfaqësues duhet të jenë të autorizuar me shkrim.

Nëse është bërë një njoftim i përbashkët, të thuhet a është caktuar një përfaqësues i përbashkët.

Nëse po, ju lutemi jepni të dhënat që kërkohen në seksionin 1.4.1 deri 1.4.4.

Nëse jo, ju lutemi jepni të dhëna për secilin nga përfaqësuesit e autorizuar për të vepruar në emër të ndërmarrjeve palë në marrëveshje, duke treguar se cilën ndërmarrje përfaqësojnë.

1.4.1 Emri i përfaqësuesit
1.4.2 Adresa e përfaqësuesit
1.4.3 Emri i personit të kontaktit (si dhe adresa n.q.s është e ndryshme nga 1.4.2)
1.4.4 Numri i telefonit, numri i faksit dhe/ose teleks.

SEKSIONI 2
Përshkrimi i marrëveshjes

Paraqisni një përshkrim të shkurtër të marrëveshjes që ka të bëjë me objektin e njoftimit, duke treguar ndërmarrjet palë në to, produktet dhe/ose shërbimet e përfshira dhe qëllimin ekonomik që palët pjesëmarrëse presin të arrijnë nga kjo marrëveshje. Nëse kjo është theksuar në një dokument të shkruar, përshkruani shkurtimisht përmbajtjen e atij dokumenti dhe bashkëlidhni një kopje të tij. Nëse një dokument i tillë nuk ekziston (ose është i pjesshëm), siguroni një përshkrim të detajuar të përmbajtjes së marrëveshjes.

SEKSIONI 3
Informacion për tregun përkatës në marrëveshje

Palët njoftuese duhet të sigurojnë një përshkrim të shkurtër të tregjeve përkatëse të prekura nga marrëveshja.

Tregjet përkatëse të produktit dhe ai gjeografik, përcaktojnë fushën brenda të cilit duhet të vlerësohet çdo kufizim i konkurrencës që rezulton nga marrëveshja.

Pala apo palët njoftuese duhet të sigurojnë të dhënat e kërkuara duke patur parasysh përcaktimet e mëposhtme:

I. Tregu përkatës i produktit

Një treg përkatës i produktit përfshin të gjitha ato produkte (mallra dhe/ose shërbime), të cilat shihen si të shkëmbyeshëm ose të zëvendësueshëm nga konsumatori, për shkak të karakteristikave, çmimeve dhe përdorimit të paramenduar të tyre. Një treg përkatës produkti mund, në disa raste, të përbëhet nga një numër produktesh të veçanta, të cilat kanë karakteristika fizike ose teknike mjaft të ngjashme dhe janë të shkëmbyeshme ndërmjet tyre.

Faktorët për vlerësimin e tregut përkatës të produktit përfshijnë analizat pse disa produkte ose shërbime përshihen në këto tregje dhe përse të tjerat përjashtohen, duke përdorur përkufizimin e mësipërm dhe duke patur parasysh, për shembull, zëvendësueshmërinë, kushtet e konkurrencës, çmimet, elasticitetin e kryqëzuar të çmimit të kërkesës ose faktorë të tjerë, të nevojshëm për përkufizimin e tregjeve të produkteve.

Përcaktimi i tregut përkatës të produktit përqendrohet në përgjithësi në zëvendësueshmërinë nga pikëpamja e kërkesës. Autoriteti i Konkurrencës për të vlerësuar konkurrencën e përgjithshme në kushtet e tregut, duhet të konsiderojë mundësinë e zëvendësueshmërinë nga pikëpamja e ofertës, d.m.th, mundësinë për prodhues të tjerë që shndrojnë me lehtësi kapacitet e tyre për produktet ose shërbimet e hedhura në treg nga ata, në zëvendësim të atyre të ofruara nga palët në marrëveshje.

II. Tregu përkatës gjeografik

Tregu përkatës gjeografik përfshin zonën ku ndërmarrjet palë në marrëveshje përfshihen në ofertën dhe kërkesën e produkteve përkatëse, ku kushtet e konkurrencës janë mjaftueshmërisht homogjene dhe mund të dallohen nga zonat gjeografike fqinje, sepse, në mënyrë të veçantë, kushtet e konkurrencës janë mjaft të ndryshme nga ato zona.

Faktorët që merren parasysh për vlerësimin e tregut përkatës gjeografik përfshijnë: natyrën dhe karakteristikat e produkteve dhe shërbimeve përkatëse, kostot e transportit, praninë e barrierave të hyrjes, preferencat e konsumatorit, ndryshime të mjaftueshme në pjesët e tregut të ndërmarrjeve midis zonave gjeografike fqinje ose ndryshime të ndjeshme të çmimeve.

III. Tregjet e prekur

Për qëllimet e informacionit të kërkuar në këtë Formular, tregjet e prekura konsistojnë në (apo kanë të bëjnë me) tregjet përkatëse të produktit në territorin e Shqipërisë ku:

a) Dy ose më shumë palë në marrëveshje angazhohen në veprimtari ekonomike në të njëjtin treg të produktit. Këto janë marrëdhënie horizontale;

b) Një ose më shumë nga palët në marrëveshje angazhohen në veprimtari ekonomike në një treg të produktit, i cili është në nivelin e sipërm apo të poshtëm të tregut të produktit ku angazhohet çdo palë tjetër në marrëveshje. Këto janë marrëdhënie vertikale.

Në bazë të përcaktimeve të mësipërme identifikoni çdo treg të prekur nga marrëveshja.

IV. Tregjet e lidhura me tregjet e prekura sipas kuptimit të paragrafit III

Përshkruani tregjet përkatëse të produktit dhe gjeografik të prekura nga marrëveshja e njoftuar, të cilat lidhen ngushtë me tregjet e prekura (në tregjet e nivelit të sipërm, të poshtëm dhe tregjet fqinje horizontale), ku ndonjë nga palët në marrëveshje ushtron veprimtarinë dhe të cilat nuk janë vetë tregje të prekura në kuptimin e paragrafit III.

V. Tregjet e paprekura

Në rastin kur nuk ka tregje të prekura sipas kuptimit të paragrafit IV, përshkruani në çfarë produktesh dhe në çfarë hapësire gjeografike të tregjeve do të kishte efekt marrëveshja e njoftuar.

SEKSIONI 4

Informacione të tjera për tregjet përkatëse / Përmasat e tregut

Për çdo treg përkatës të produktit të prekur nga marrëveshja siguroni si më poshtë:

Për secilin nga tre vitet e fundit financiar një vlerësim të madhësisë totale të tregut, në terma të vlerës së shitjeve dhe volumit (njësi) territorin e Shqipërisë dhe sipas gjykimit të palëve njoftuese, kur tregu përkatës gjeografik është i ndryshëm. Tregoni metodologjinë e llogaritjeve dhe siguroni dokumentet ku të konfirmohen këto llogaritje; (tregu përkatës i produktit është përcaktuar në Seksionin III- C.3.1)

Një vlerësim të volumit të shitjeve për produktet e prekura nga marrëveshja, për territorin e Shqipërisë dhe sipas gjykimit të palëve njoftuese, kur tregu përkatës gjeografik është i ndryshëm;

Një vlerësim të vlerës (dhe ku mundet volumin) për të gjithë konkurruesit (duke përfshirë importuesit) të prekur nga kjo marrëveshje. Siguroni dokumente ku mundet të konfirmoni llogaritjen e këtyre pjesëve të tregut. Siguroni emrin, adresën, numrin e telefonit, të faksit dhe personin e duhur të kontaktit të këtyre konkurruesve;

Një vlerësim të vlerës dhe volumit total, si dhe burimet e importeve nga jashtë territorit të Shqipërisë dhe identifikoni :

a) Përpjesën e këtyre importeve që u përkasin palës (ve) në marrëveshje;

SEKSIONI 5

Informacione për objektin dhe/ose efektet e marrëveshjes dhe mbi pozicionin e palëve në treg/Konkurrentët kryesorë

5.1 Pozicioni konkurrues i secilës palë në marrëveshje për çdo treg përkatës.

Lidhur me këtë siguroni:

5.1.1 Një vlerësim të pjesës së tregut të konkurrentëve kryesorë (shqiptarë dhe të huaj së bashku) që ushtrojnë veprimtarinë në të njëjtat tregje, duke treguar një nga pesë më të mëdhenjtë. Siguroni emrin, adresën, numrin e telefonit, të faksit dhe personin e duhur të kontaktit të këtyre konkurruesve;

5.1.2 Listën e pesë klientëve të mëdhenj të secilës ndërmarrje pjesë në marrëveshje, duke siguruar informacionin e nevojshëm për të kontaktuar me ta.

Për secilën nga ndërmarrjet palë në marrëveshje e treguara në seksionin 1, të sigurohet:

5.1.3 Një listë e të gjitha ndërmarrjeve të tjera të cilat ushtrojnë veprimtarinë në tregjet e prekura nga kjo marrëveshje (tregjet e prekura janë përcaktuar në Seksionin 3), ku ndërmarrjet ose personat e grupit kanë individualisht ose bashkërisht 10% ose më shumë të pjesës së kapitalit, (5% në rastin e ndërmarrjeve të listuara) ose të pjesës me të drejtën e votës, duke specifikuar përqindjen e mbajtur;

Në secilin rast identifikoni zotëruesin dhe përcaktoni përqindjen e zotëruar prej tij.

SEKSIONI 6
Përshkrimi i konkurrencës potenciale

I. Hyrja në treg

6.1 Ka pasur ndonjë hyrje të rëndësishme në ndonjë nga tregjet e prekura gjatë pesë viteve të fundit? Nëse përgjigja është "Po", aty ku është e mundshme, siguroni emrin, adresën, numrin e telefonit, numrin e faksit dhe personin e caktuar të kontaktit, si dhe një vlerësim të pjesës ekzistuese të tyre të tregut.

6.2 Në gjykimin e palëve njoftuese, a ka ndonjë ndërmarrje (duke përfshirë ato që aktualisht veprojnë vetëm në tregjet jashtë territorit të Shqipërisë) që mund të hyjë në treg? Nëse përgjigja është "Po", ju lutem shpjegoni përse dhe identifikoni këtë/këta hyrës me emër, adresë, numër telefoni, numër faksi dhe personin e caktuar të kontaktit, si dhe një vlerësim të kohës brenda së cilës mund të ndodhë kjo hyrje.

6.3 Përshkruani faktorët e ndryshëm që ndikojnë në hyrjen në tregjet e prekura që lidhen me çështjen në fjalë, duke bërë një vlerësim të hyrjes si nga pikëpamja gjeografike, ashtu edhe nga ajo e produktit. Duke bërë këtë, merrni parasysh, aty ku është e mundur, faktorët e mëposhtëm:

a) kostot totale të hyrjes (kërkimi dhe zhvillimi, krijimi i sistemeve shpërndarëse, promocioni, reklama, shërbimi, etj.) mbi një shkallë të barasvlershme me një konkurrues të rëndësishëm që është i suksesshëm, duke treguar pjesën e tregut të një konkurrenti të tillë;

b) çdo pengesë ligjore ose rregullator, në çdo formë që të paraqitet, të tillë si: autorizimet qeveritare, vlefshmërinë e ekskluzivitetit në prodhim ose shpërndarje, ose standardet e ndryshme;

c) çdo kufizim i krijuar nga ekzistenca e patentave, know-how dhe të drejtat e tjera të pronësisë intelektuale në këto tregje, si dhe çdo kufizim i krijuar nga liçensimi i këtyre të drejtave;

d) rastet në të cilat palët në bashkim janë të liçensuara ose liçensues të patentave, know-how dhe të drejtave të tjera në tregjet në fjalë;

e) rëndësia e ekonomive të shkallës për prodhimin e produkteve në tregjet e prekura;

f) aksesi në burimet e furnizimit, të tilla si disponueshmëria e lëndëve të para.

II. Kërkimi dhe zhvillimi

6.4 Jepni një vlerë të rëndësisë së kërkimit dhe zhvillimit në aftësinë e një firme që vepron në tregun (tregjet) përkatës për të konkurruar për një periudhë afatgjatë. Shpjegoni natyrën e kërkimit dhe zhvillimit në tregjet e prekura, të zbatuara nga palët në marrëveshje.

Duke bërë këtë, merrni parasysh, aty ku është e mundur:

a) prirjen dhe intensitetin e kërkimit dhe zhvillimit në këta tregje dhe për palët në marrëveshje;

b) drejtimin e zhvillimit teknologjik për këta tregje, për një periudhë të përshtatshme kohe (duke përfshirë zhvillimet në produktet, proceset e prodhimit, sistemet e shpërndarjes, etj.);

c) novacionet kryesore që janë bërë në këta tregje dhe ndërmarrjet përgjegjëse për këto novacione;

ç) ciklin e novacionit në këta tregje dhe ku janë palët në këtë cikël novacioni.

III. Marrëveshjet e bashkëpunimit

6.5 Në ç'masë ekzistojnë marrëveshjet e bashkëpunimit (horizontale dhe vertikale) në tregjet e prekura?

6.6 Jepni hollësi për marrëveshjet më të rëndësishme të bashkëpunimit, ku janë angazhuar palët në marrëveshje në tregjet e prekura, të tilla si: marrëveshjet e kërkimit dhe zhvillimit, liçensimit, prodhimit të përbashkët, specializimit, shpërndarjes, furnizimit afatgjatë dhe të shkëmbimit të informacionit.

SEKSIONI 7
Arsyet që marrëveshja nuk kufizon konkurrencën

Tregoni arsyen pse objekti ose efekti i marrëveshjes, sipas palëve që paraqesin njoftimin, nuk pengon, kufizon ose shkatërron konkurrencën në treg apo në një pjesë të rëndësishme të tij.

SEKSIONI 8
Treguesit ekonomikë për përjashtim nga ndalimi i marrëveshjes kufizuese për konkurrencën

Tregoni pse dhe në çfarë mase marrëveshja edhe pse kufizon konkurrencën mund të cilësohet për përjashtim nga ndalimi në veçanti nëse:

a) Kontribuon për përmirësimin e kushteve të furnizimit të tregut;

b) Sjell përfitime esenciale për konsumatorët.

Tregoni nëse këto efekte e bëjnë ndërmarrjen shumë konkurruese në tregun ndërkombëtar dhe nëse këto efekte janë fituar në bazë të:

a) Rritjes së prodhimit;

b) Përmirësimit të cilësisë së prodhimit;

c) Përmirësimit të cilësisë së shpërndarjes; dhe

d) Progresit teknik dhe teknologjik.

Theksoni arsyen pse kufizimet në konkurrencë janë të nevojshme për të arritur qëllimin e theksuar në paragrafin e mësipërm dhe pse këto efekte nuk mund të arrihen pa këtë marrëveshje.

SEKSIONI 9
Dokumentacioni që i bashkëlidhet njoftimit

Njoftimi duhet të jetë i shoqëruar me dokumentet e mëposhtme:

a) Një kopje e versionit përfundimtar ose ai më të vonshmi i të gjitha dokumenteve përkatëse rreth marrëveshjes;

b) Një kopje të bilancit të tre viteve të fundit financiarë dhe nëse është e nevojshme kopje të raporteve dhe llogarive vjetore më të vonshme të të gjithë palëve në marrëveshje, së bashku me bilancin përfundimtar përkatës për palët pjesëmarrëse në marrëveshje;

c) Kopje të analizave, raporteve, studimeve dhe kërkimeve të përgatitura për qëllimin e vlerësimit të kësaj marrëveshje, lidhur me kushtet konkurrenciale të tregut, konkurrentëve (ekzistues dhe potencialë) dhe kushteve në tregjet përkatëse të prekura;

Të gjitha dokumentet bashkëlidhur formularit të njoftimit duhet të jenë origjinale ose kopje të noterizuara.

SEKSIONI 10
Deklarimi

Kur njoftimet janë firmosur nga përfaqësuesit e ndërmarrjeve, këta përfaqësues duhet të paraqesin provë shkresore që ata janë të autorizuar të veprojnë. Autorizimet me shkrim duhet të shoqërojnë njoftimin.

Njoftimi duhet të mbyllet me deklarimin e mëposhtëm, i cili duhet të firmoset nga, ose në emër të të gjitha palëve të njoftimit:

I nënshkruari deklaron se, me njohuritë dhe besimin e tij të plotë, informacioni i dhënë në këtë njoftim është i vërtetë, i saktë, i plotë dhe jo mashtrues; që janë siguruar kopje të plota të dokumenteve të kërkuara nga Formulari; që të gjitha vlerësimet janë identifikuar si të tilla dhe janë vlerësimet e tyre më të mira të fakteve themelore dhe; se të gjitha opinionet e shprehura janë të sinqerta.

Ata janë të vetëdijshëm për dispozitat e Nenit 73, pika 1, të Ligjit.

Vendi dhe data:

Nënshkrimi:

Emri/at

Në emër të: