



**REPUBLIKA E SHQIPËRISË  
AUTORITETI I KONKURENCËS  
-KOMISIONI I KONKURENCËS-**

---

**VENDIM**

**Nr. 137, datë 05. 02. 2010**

**PËR  
MIRATIMIN E UDHËZIMIT  
“PËR VLERËSIMIN E MARRËVESHJEVE HORIZONTALË”**

Komisioni i Konkurrencës me pjesëmarrjen e:

<b>Lindita MILO(LATI)</b>	<b>Kryetar</b>
<b>Servete GRUDA</b>	<b>Anëtar</b>
<b>Koço BROKA</b>	<b>Anëtar</b>
<b>Rezana KONOMI</b>	<b>Anëtar</b>

Në mbledhjen e tij të datës 05 /02/2010, shqyrtoi çështjen me:

**Objekt :**

Miratimin e Udhëzimit “Për Vlerësimin e marrëveshjeve horizontale” në zbatim të Ligjit nr 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”

**Baza ligjore:**

Ligji nr 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës” i ndryshuar, neni 24, shkronja d), dh).

Komisioni i Konkurrencës pas shqyrtimit të Projekt Udhëzimit “Për vlerësimin e marrëveshjeve horizontale”:

**VENDOSI:**

1. Të miratojë Udhëzimin “Për vlerësimin e marrëveshjeve horizontale”

Ky vendim hyn në fuqi menjëherë.

**KOMISIONI I KONKURRENCES**

**Servete Gruda**

( \_\_\_\_\_ )  
**Anetar**

**Koço Broka**

( \_\_\_\_\_ )  
**Anetar**

**Rezana Konomi**

( \_\_\_\_\_ )  
**Anetar**

**Lindita MILO(LATI)**

---

**KRYETAR**

### **Udhëzim**

#### **“Për vlerësimin e marrëveshjeve horizontale”<sup>1</sup>**

#### **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 kishen 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 shkakuar kështu efekte negative në treg lidhur me çmimet, prodhimin, novacionet<sup>2\*</sup>, 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

---

<sup>1</sup> 32001 Y 0106 (01); Njoftimi i Komisionit; Udhëzues mbi zbatimin e nenit 81 të Traktatit të KE për marrëveshjet e bashkëpunimit horizontal” (OJ C3, 6.1.2001; P. 2 – 30)

<sup>2\*</sup> Inovacionet (Shpikjet)

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 praktikatat 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 integritit 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, 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 (*per se*). 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 sasi të 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 të çmimet, prodhimi, novacionet, ose shumëllojshmëria, ose të 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 ( $900+625+625+400$ ) 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 eficaenca 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 eficaencat 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, efica 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 përbërur me kërkesat në rritje të ndërmarrjeve më të mëdha, për të cilat ato shpesh punojnë si nën-kontraktorë. Për të qenë konkurrese, 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 zëvendësojë 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 (knoë-hoë) dhe burimet e tjera.
2. Bashkëpunimi K&Zh me anën e nënkontraktorëve 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, rallë 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 shkaktojnë 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 mundshme, 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 facto* 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 përmirësuar. 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.

Shëmbujt 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 (“nënkontraktori”).
3. Marrëveshjet e nënkontraktimit janë marrëveshje vertikale. Megjithatë ekzistojnë dy përjashtime për këtë rregull:
- Marrëveshjet e nënkontraktimit midis konkurrentëve dhe
  - Marrëveshjet e nënkontraktimit midis jo-konkurrentëve që përfshijnë transferimin e know-how tek nënkontraktorët.

### **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 ashtuquajtur “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 nënkontraktuara), 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 rjetit, 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 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 nënkontraktin 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 imputi 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 shkaktajnë 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.

*Shëmbujt përkatës për marrëveshjet e prodhimit dhe të specializimit do t'i gjeni në Aneksin Nr. 2.*

## 4. 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 konkurrese.
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 zëvendësueshmëria 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.

### Shëmbull 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 konkurrese, 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 sigurtë 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 eficientia. 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.

## 5. 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 njërin 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 konkurrense me produktet e kontratës, ose

(b) ofruesi është një sigures 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 një 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 eliminonë 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 mbulohe 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 eliminonë 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 eficientave 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 integritit 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 tregëtimit do t'i gjeni në Aneksin Nr. 4.

## 6. 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 ndërveprueshmëria 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 diskriminuuese, 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 standartizimin 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 efikasitetit për konsumatorin, kur një standard i ri mund të shkaktojë vjetrimin e shpejtë dhe të pajustificueshëm 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 përfitim të konsumatorëve dhe ekonomitë në përgjithësi, për të pasur vetëm një zgjidhje teknologjike. Megjithatë, ky standard duhet të vendoset në baza jo diskriminuuese. 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 efikasitetit 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 standartizimit 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 pranuar 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 të 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

gjykojen 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 aktualë 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 marrëveshjet 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 të 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 demonstroi 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.

Shëmbujt 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 vjeçare. 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 të 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 ulët 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 autovetura, 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 autoveturave. 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 autoveturave, 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 risë 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 eficiencës.

### 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 barazpeshohen 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 kënaqësi 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:** Përsa 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 efikasitet 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 eficient 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 të 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 efikasitet domethënëse, të cilat së bashku përbëjnë përfitimet e konsumatorëve porsa i përket shërbimit të përmirësuar dhe koston 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. Ata 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 ligjërish 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 standardevë, 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 kasetat 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 videokasetat, 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 ndërruar 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 aksesin 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 efienca 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 inkuorporuar ( 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 synohet 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 pranuarra dhe konkurrenca do të vazhdojë të ekzistojë për karakteristikat e tjera të produktit. Për këto arsye, kushtet për përjashtim janë përmbushur.