



REPUBLIKA E SHQIPËRISË
-AUTORITETI I KONKURRENCËS-
Komisioni i Konkurrencës

Nr.____ Prot.

Datë / /2007

VENDIM

Nr.59, datë 09.11.2007

Për

“Abuzim me pozitën dominuese në Tregun e Telefonisë së Lëvizshme të Shoqërive Albanian Mobile Communication sh.a. dhe Vodafone Albania sh.a.”

Komisioni i Konkurrencës, i përbërë nga:

Lindita	MILO(LATI)	Kryetar
Lush	PËRPALI	Zv/Kryetar
Servete	GRUDA	Anëtar
Koço	BROKA	Anëtar

Në mbledhjen e tij të datës 09.11.2007, shqyrtoi çështjen me:

Objekt:

Ekzistenca ose jo e abuzimit me pozitën dominuese të shoqërive Albania Mobile Communication sh.a dhe Vodafone Albania sh.a në tregun e telefonisë së lëvizshme, ose shkelje të tjera të konkurrencës në këtë treg.

Baza ligjore:

- Ligji nr 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, neni 8, neni 9, neni 24 germa d, neni 74 pika 1, shkronja a dhe neni 75 pika 1.
- Kodi i Procedurave Administrative

Palët nën hetim:

- Albanian Mobile Communication sh.a (AMC) me seli në Rr.”Gjergj Legisi” Laprakë, Tiranë,
- Vodafone Albania sh.a. me seli në European Trade Center Blv.”Bajram Curri” Kt.11, Tiranë (tani e në vijim në formë të shkurtuar AMC dhe Vodafone).

Komisioni i Konkurrencës pas shqyrtimit të:

- Raportit të grupit të punës “Për hetimin e Thelluar në Tregun e Telefonisë së Lëvizshme”,
- Parashtrimeve të palëve në Seancat Dëgjimore përkatëse: të datave 07.06.2007 me AMC-në; dhe 13.06.2007 me Vodafone.

VËREN SE:

I. Fusha e zbatimit të ligjit për mbrojtjen e konkurrencës

1. Ligji për mbrojtjen e konkurrencës zbatohet për ndërmarrjet dhe grupimet e ndërmarrjeve, të cilat, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, ndikojnë ose mund të ndikojnë në treg dhe që e ushtrojnë veprimtarinë në territorin e Republikës së Shqipërisë (neni 2 i Ligjit Për Mbrojtjen e Konkurrencës). AMC dhe Vodafone ofrojnë shërbime të telefonisë së lëvizshme në territorin e Shqipërisë dhe konsiderohen si ndërmarrje në bazë të nenit 3 pika 1 të këtij ligji. Si rrjedhim, veprimtaria e këtyre dy ndërmarrjeve përfshihet në fushën e zbatimit të ligjit për mbrojtjen e konkurrencës.

II. Çështja në shqyrtim

2. Hetimi i thelluar i adresohet shërbimit publik të telefonisë së lëvizshme të ofruar nga dy kompanitë celulare AMC dhe Vodafone.

3. Tregu i telefonisë celulare u hap në Maj të vitit 1996 me licencimin e kompanisë AMC (licensa nr.1) dhe fillimin e aktivitetit të saj. Në 25.07. 2000, Telenor - Cosmote bleu 85 % të aksioneve të AMC-së, pjesa tjetër prej 12.6% të aksioneve zotërohen nga Shteti Shqiptar të administruara nga Ministria e Ekonomisë, e Tregtisë dhe Energjetikes së Shqipërisë dhe 2.4% zotërohen nga aksionerët e vegjël, punonjës të AMC-s ne kohën e privatizimit.

4. Më 9 qershor 2001, Vodafone, licencohet si operator i dytë i shërbimit celular në Shqipëri (licensa nr.2), me kapital të përbashkët të Vodafone International Holding (51% të aksioneve) dhe Panafone International Holding (49 % të aksioneve).

5. Më 1 mars të vitit 2004 u licencua operatori i tretë, Eagle Mobile (licensa nr 3) me 100% të aksioneve në zotërim të Albtelekom sh.a. Ky operator nuk ka patur veprimtari në treg gjatë gjithë periudhës së hetimit.

6. Në këto kushte në tregun e telefonisë së lëvizshme gjatë periudhës së hetimit kanë vepruar vetëm dy operatorë, shoqëritë nën hetim, AMC dhe Vodafone .

III. Periudha e hetimit

7. Hetimi në Tregun e telefonisë së lëvizshme përfshin vitet 2004 dhe 2005.

8. Për të parë sjelljen në një periudhë më të gjatë kohe të shoqërive objekt hetimi, Autoriteti i Konkurrencës ka analizuar tregun e telefonisë së lëvizshme nga viti 1996 deri në vitin 2005.

IV. Procedurat e ndjekura gjatë hetimit

9. Procedurat e ndjekura gjatë hetimit janë bazuar në kreun III të ligjit nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës” dhe Kodin e Procedurave Administrative.

10. Me nismën e tij, Autoriteti i Konkurrencës filloi në Shtator të vitit 2005 një hetim në Sektorin e Telefonisë së Lëvizshme. Shkak për fillimin e këtij hetimi u bënë shqetësimi i opinionit publik për çmime të larta në Tregun e Telefonisë Celulare, i prononcuar në median e shkruar dhe elektronike, kryesisht nga shoqatat dhe institucionet përfaqësuese të mbrojtjes së interesave të konsumatorëve (Shoqata e Mbrojtjes së Konsumatorëve, Avokati i Popullit, etj.) Ky shqetësim është bërë evident në Rekomandimet e Unionit Ndërkombëtar të Telekomunikacioneve (ITU)¹.

11. Komisioni i Konkurrencës, pasi administroi dhe shqyrtoi dokumentacionin e depozituar nga Sekretariati dhe pretendimet e dy operatorëve në këtë treg, AMC dhe Vodafone, gjykoj se mund të kishte kufizime të konkurrencës në këtë treg.

12. Me Vendimin e tij nr. 21, date 11.10.2005 Komisioni vendosi “Për nisjen e procedurës së hetimit të thelluar në tregun e telefonisë së lëvizshme në përgjithësi dhe veçanërisht në shoqëritë AMC sh.a dhe Vodafone Sh.a, përse i përket ekzistencës ose jo të abuzimit me pozitën dominuese ose shkelje të tjera të konkurrencës në këtë treg”

13. Në bazë të vendimit nr. 21, date 11.10.2005 të Komisionit të Konkurrencës, Sekretariati ka kryer procedurat hetimore në përputhje me ligjin nr 9121 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës” dhe Kodin e Procedurave Administrative. Në përfundim të këtij hetimi, Sekretariati ka paraqitur pranë Komisionit të Konkurrencës “Raportin e Hetimit të Thelluar”. Në bazë të nenit 47 të K.Pr.A., shoqërive nën hetim, AMC dhe Vodafone u janë vënë në dispozicion raporte të veçanta duke hequr nga raporti përfundimtar të dhënat konfidenciale të palëve.

14. Në zbatim të nenit 39, të ligjit 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, palët kanë dhënë pretendimet e tyre mbi Raportin e Hetimit të Thelluar në seancat dëgjimore të mbajtura, përkatësisht më 7 qershor 2007 për AMC dhe më 13 qershor 2007 për Vodafone.

¹ ERT të nisë një inspektim të marrëveshjes së interkoneksionit ndërmjet Altelekomit nga njëra anë dhe AMC dhe Vodafone nga ana tjetër, pasi këto marrëveshje në formën aktuale dhunojnë Aktin e Telekomunikacionit dhe dëmtojnë interesat publike”¹

V. Tregu përkatës

15. Në bazë të nenit 3, pika 7 të Ligjit “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, tregu përkatës përbëhet nga “produktet që vlerësohen si të zëvendësueshme nga konsumatorët ose klientët e tjerë, për sa u përket karakteristikave, çmimit dhe funksionimit të tyre dhe që ofrohen ose kërkohen nga ndërmarrjet në një zonë gjeografike me kushte të njëjta konkurrence, zonë kjo e cila veçohet nga zonat e tjera kufizuese”. Treg përkatës përfshin tregun e produkteve dhe tregun gjeografik.

V.A. Treg përkatës i produktit

16. Treg përkatës i produktit është shërbimi publik i telefonisë së lëvizshme, që ofrojnë secila nga të dy kompanitë celulare AMC dhe Vodafone, ose transmetimi i thirrjeve telefonike që ato kryejnë për përdoruesin fundor të tyre (të gjeneruar nga ky përdorues, apo me destinacion këtë përdorues).

17. Në këtë përcaktim është pasur në konsideratë shërbimi i telefonisë së lëvizshme, vetëm në kuptimin e thirrjeve zanore.

18. Telefonia fikse, nuk mund të përfshihet në këtë treg për arsye të veçorive të ndryshme që ajo ka, në raport me telefoninë e lëvizshme. Nga pikëpamja e konsumatorëve, shërbimet e telefonisë fikse nuk janë të zëvendësueshme me shërbimet e telefonisë së lëvizshme, pra tregu i telefonisë së lëvizshme përbën një treg të ndarë nga tregu i telefonisë fikse

19. Përdoruesi i telefonisë së lëvizshme ka mundësi ta ketë këtë shërbim gjithmonë me vete² (nëpërmjet një aparati telefonik celular) dhe disponibël për ta përdorur në çdo vend, të paktën brenda territorit të shërbimit që mbulon operatori, ku përdoruesi është abonuar. Komisioni evropian e ka konfirmuar këtë analizë në udhëzime dhe gjatë analizës së rasteve konkrete³. Telefonia fikse nuk e ka këtë cilësi të komunikimit në lëvizje dhe si e tillë ajo nuk mund ta zëvendësojë telefoninë celulare. Pra, ky lloj shërbimi nuk bën pjesë në tregun e telefonisë së lëvizshme, pasi nuk plotëson karakteristikën thelbësore të shërbimit celular të përmendur më lart⁴.

2 Kusht paraprak për realizimin e këtij shërbimi është që përdoruesi i shërbimit celular të ketë një aparat telefonik celular dhe aksesin për këtë shërbim, që realizohet nëpërmjet një karte SIM të një operatori celular të instaluar në aparat.

3 Në rast se përdoruesi ka të përfshirë edhe shërbimin Roaming, ai mund ta përdorë telefonin e tij celular edhe në territoret e tjera, të mbuluara me shërbim nga operatorë të tjerë, me të cilët operatori i përdoruesit ka kontratë shërbimi Roaming.

4 “As regards the provision of mobile communications services, the Commission has found that, from a demand-side point of view, mobile telephony services and fixed telephony services constitute separate markets” (Commission guidelines on market analysis and the assessment of significant market power under the Community regulatory framework for electronic communications networks and services, OJ 2002/C 165/03, para. 66); çështja COMP/M.2574 Pirelli/Edizione/Olivetti/Telecom Italia, paragrafi 33: “Telefonia e Lëvizshme dallohet nga ajo fikse, pasi shërbimi i komunikimit (mobile) celular i lejon përdoruesit, përmes përdorimit të teknologjive Radiofonike, që të kënaqë kërkesat e tij të komunikimit në lëvizje, pavarësisht nga përdorimi i një aparati të përdoruesit të vendosur në një pikë terminale të rrjetit të telefonisë fikse.”

20. Shërbimi SMS nuk është pjesë e tregut përkatës, po për arsye të karakteristikave të ndryshme të këtij shërbimi me atë zanor. Shërbimi Telefonik (edhe ai Celular) ka si karakteristikë dalluese transmetimin e menjëhershëm të valëve zanore⁵ (zërit) nga pala thirrëse te ajo marrëse dhe anasjelltas, si dhe potencialisht është i pakufizuar në kohë⁶. Shërbimi SMS nuk e ka këtë veçori. Ky lloj shërbimi jep mundësi transmetimi të informacioneve të shkruara dhe të shkurtra (deri në 160 karaktere) dhe jo gjithmonë në koherencë për sa i përket momentit të dërgimit me atë të marrjes së këtij informacioni.

21. Treg përkatës i produktit: konsiderohen shërbimet publike të telefonisë së lëvizshme të ofruara nga AMC dhe Vodafone Albania, që përfshijnë aksesin e përdoruesve në rrjet dhe thirrjet dalëse të ofruara nëpërmjet paketave me parapagim dhe me kontratë.

22. Tregu përkatës është analizuar edhe me nëndarjet e tij sipas shërbimeve që ofrojnë operatorët, pasi efekti i këtij tregu është më i ndjeshëm në nivelin e konkurrencës dhe i drejtpërdrejtë për ndikimin që ai jep mbi konsumatorin:

- Parapagim;
- Kontratë (privatë dhe biznes);

23. Tregu përkatës është analizuar duke marrë në konsideratë shërbimet e terminimit të thirrjeve telefonike për secilin operator celular AMC dhe Vodafone. Ky treg është analizuar kryesisht për çmimet dhe efektet që ato japin mbi tregun përkatës.

V.B Tregu gjeografik

24. Treg gjeografik i shërbimit të telefonisë së lëvizshme të kompanive AMC dhe Vodafone është territori i Republikës së Shqipërisë. Në bazë të licencave individuale, me të cilat operatorët AMC dhe Vodafone Albania operojnë, ato ofrojnë shërbimet e tyre, vetëm në territorin e Republikës së Shqipërisë.

VI. Vlerësimi i pozitës dominuese⁷

25. Në bazë të nenit 3, pika 5 të Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës, me pozitë dominuese kuptohet “pozita e një ose me shumë ndërmarrjeve, që i lejon ato të jenë të afta të veprojnë, për sa i takon ofertës dhe kërkesës, në mënyrë të

⁵ Valët zanore të palës thirrëse, konvertohen në valë elektromagnetike, të cilat transmetohen tek pala marrëse, ku ri konvertohen në valë zanore. I gjithë ky proces, kryhet me shpejtësinë e lëvizjes së valëve elektromagnetike (≈ 300 000 km/sek) praktikisht në mënyrë të menjëhershme.

⁶ Kufizohet në kohë vetëm në shërbimin celular me parapagim, për aq kohë sa përdoruesi ka në dispozicion, nga sasia e shërbimit që ai ka blerë nëpërmjet kartës rimbushëse.

⁷ . Kjo dispozitë është e bazuar në të drejtën europiane , në veçanti në jurisprudencën e Gjykatës Europiane të Drejtësisë që lidhet me nenin 82 të Traktatit të BE-se: “ ... një pozite fuqie ekonomike që i jep mundësi një ndërmarrje të pengojë mbajtjen e një konkurrence efektive në tregun përkatës, duke e lejuar atë të silltet në mënyrë mjaft të pavarur përkundëjt konkurrentëve të saj dhe klientëve dhe së fundi përkundëjt konsumatorëve .”

pavarur nga pjesëmarrësit e tjerë në treg si: konkurrentet, klientët ose konsumatorët.”

26. Në nenin 8 të ligjit për mbrojtjen e konkurrencës, jepen kriteret e vlerësimit të pozitës dominuese të një ose më shumë ndërmarrjeve. Disa nga këto kritere, si pjesët e tregut, barrierat në hyrje dhe konkurrenca potenciale, zënë një vend qëndror në analizën e pozitës dominuese.

VI.A Pjesët e tregut përkatës të shoqërive AMC dhe Vodafone

27. Një nga kriteret kryesore, që përcaktojnë pozitën dominuese në treg është pjesa e tregut që zënë ndërmarrjet në tregun e produktit⁸. Pjesët e tregut llogariten duke u bazuar në numrin e abonentëve ose në të ardhurat e çdo ndërmarrjeje në treg.

28. Në bazë të vlerësimit të pjesëve të tregut të shoqërive AMC dhe Vodafone sipas kriterit të numrit mesatar të abonentëve dhe të ardhurave, rezulton se bazuar në numrin mesatar të abonentëve në vitin 2004, AMC sha zotëron përafërsisht 52 % dhe Vodafon 48 % të tregut dhe në vitin 2005. AMC sha 51 përqind dhe Vodafon sha 49 % të tregut⁹. Përsa i përket ndarjes së tregut sipas kriterit të të ardhurave nga shërbimet e thirrjeve në vitin 2004, AMC dhe Vodafon zotërojnë përkatësisht 49 % dhe 51 %, dhe në vitin 2005 përkatësisht 47 % dhe 52 % të tregut¹⁰.

29. Nga ndarja e tregut në tërësi, rezulton se shoqëritë AMC dhe Vodafone gjatë periudhës objekt hetimi zotërojnë 100 përqind të tregut të telefonisë së lëvizëshme.

⁸ Sipas të Drejtës së Konkurrencës të Bashkimit Evropian: zotërimi nga ndërmarrjet i pjesëve të konsiderueshme të tregut të produktit për një farë kohe, ka shumë të ngjarë që të jetë tregues i pozitës së tyre dominuese në treg, por vetëm ky tregues nuk mund ta provojë këtë pozitë. Rasti i vetëm, kur ky tregues konsiderohet i mjaftueshëm është kur ndërmarrjet zotërojnë 50% apo më shumë të tregut të produktit.

Ky vlerësim, konfirmohet edhe nga Gjykata Evropiane e Drejtësisë në Luksemburg (GjED) në çështjen nr. 85/76, date 13.02.1979 Hofmann-La Roche, (paragrafët 39, 41):”Ekzistenca e Pozitës Dominuese mund të rrjedhë nga disa faktorë, të cilët, të marrë veç e veç, nuk janë domosdoshmërisht vendimmarrës, por ndërmjet këtyre faktorëve ekzistenca e një pjese të lartë të tregut është shume e rëndësishme.

“... megjithëse madhësia e pjesëve të tregut ndryshon nga tregu në treg, me të vërtetë mund të thuhet që pjesë të mëdha të tregut përbejnë në vetvete, me përjashtim të rasteve të jashtëzakonshme, prove të ekzistencës së një pozite dominuese. Ky interpretim i dhënë nga gjykata shërbeu si bazë edhe për përcaktimin e përqindjes së mjaftueshme së pjesës së tregut të një ndërmarrjeje për vlerësimin e pozitës dominuese të saj vetëm mbi bazën e këtij kriteri. Konkretisht në çështjen AKZO shprehimisht të trajtuar prej po kësaj gjykate (GJED), thuhet: “Në rast të zotërimit të një pjese tregu prej të paktën 50%, Pozita Dominuese mund të prezumohet. Në këtë rast barra e provës do të kalojë mbi ndërmarrjen që zotëron mbi 50% të tregut, e cila duhet të japë argumente për mohimin e prezumimit (që nuk zotëron 50% të tregut – shënimi ynë)”

⁹ Burimi: Pasqyra “Ecuria e abonentëve të AMC në vite” dhe pasqyra “Numri i klientëve” Vodafone.

¹⁰ Burimi: Llogaritë vjetore, pasqyra e të ardhurave për AMC dhe Vodafone 2004 dhe 2005.

VI.B Pengesat në hyrjen në treg (administrative, teknike dhe ekonomike)

30. Tregu i telefonisë së lëvizshme në Shqipëri është i rregulluar nga institucione publike¹¹. Institucioni i ngarkuar për rregullimin e tregut të telekomunikacioneve në Republikën e Shqipërisë është Enti Rregullator i Telekomunikacioneve (ERT).

31. Pengesat në hyrje janë faktorë të cilët i pengojnë operatorët e rinj të hyjnë në një treg të caktuar. Këto mund të jenë administrative, teknike dhe ekonomike

Barrierat administrative

32. Në Shqipëri, numri i licencave është kufizuar në bazë të akteve nënligjore dhe më konkretisht me Vendim të Këshillit të Ministrave ("Qeveria angazhohet të hapë sektorin e telekomunikacioneve për konkurrencë nëpërmjet lejimit të pjesëmarrjes së interesave private. Edhe me hapjen e plotë të tregut të telekomunikacioneve për konkurrencë, disa shërbime do të vazhdojnë të ekzistojnë në këtë kategori ku numri i licencave është i kufizuar, për shkak të burimeve të kufizuara natyrore siç janë frekuencat"¹². Kjo shpreh mjaft qarte faktin se kemi të bëjmë me një treg ku ekzistojnë barrierat hyrëse administrative).

Barrierat teknike

33. Spektri i radiofrekuencave është një burim natyror i kufizuar,¹³ ndërkohë që plani kombëtar i radiofrekuencave ose ndryshimi i tij miratohet nga Këshilli i Ministrave. Për ushtrim normal të një veprimtarie teknike në këtë treg është e nevojshme që një shoqëri e licensuar në këtë treg të ketë në dispozicion mesatarisht 40-50 radio-frekuenca në bandën 900Mhz dhe rreth 80-100 radio frekuenca në bandën 1800 Mhz. Shqipërisë i janë lënë në dispozicion nga Rrjeti Europian i Telekomunikacionit rreth 174 radiofrekuenca në bandën 900 Mhz dhe rreth 384 në bandën 1800 Mhz.

Barrierat ekonomike

34. Operatorët për tu futur në tregun e telefonisë së lëvizshme, duhet të kryejnë investime të mëdha, si për blerjen e liçensës, ashtu edhe për ndërtimin e rrjetit të tij të telefonisë celulare, që do të thotë se këto përbëjnë barrierat ekonomike për operatorët e rinj për të hyrë në treg.

11 Barrierat ligjore ose rregullatore nuk bazohen në kushte ekonomike, por rezultojnë nga masa shtetërore legjislative, administrative ose të tjera, që kanë një efekt direkt mbi kushtet e hyrjes dhe/ose pozicionimin e operatorëve në tregun përkatës (Rekomandimi i Komisionit Europian i datës 11.02.2003 "Për produktin përkatës dhe tregun e shërbimeve në sektorin e komunikimeve elektronike").

12 Politika e Zhvillimit të Telekomunikacioneve në Republikën e Shqipërisë, miratuar me Vendimin nr 288, datë 18.06.1999 dhe i ndryshuar (1999, 2001, 2002, 2003)

¹³ Po aty, neni 69

35. Operatorët ekzistues, AMC dhe Vodafone, kanë krijuar avantazhe të konsiderueshme në tregun e telefonisë celulare. Ato kanë krijuar rrjetet e tyre, klientët përkatës (abonentët), eksperiencë në menaxhimin e tregut, emër nëpërmjet marketingut, si dhe fuqi të konsiderueshme ekonomike dhe financiare. Në këto kushte, operatorëve të rinj do tu duhet kohë dhe mjete monetare të konsiderueshme, për tu bërë pjesë efektive e këtij tregu. Numri i abonentëve potencialë të mbetur në treg është relativisht i kufizuar. Për të siguruar një nivel konkurrues të pranueshëm, këta operatorë të rinj do të duhet t'i marrin përdoruesit e shërbimeve të tyre nga operatorët ekzistues, proces i vështirë për shkak të epërsive që kanë këta të fundit. Ky proces padyshim që përbën një barrierë të konsiderueshme për operatorët e rinj, që duan të futen në treg.

36. Avantazh për operatorët AMC dhe Vodafon përbën edhe fakti që operatori i tretë i licensuar në mars të vitit 2004, Eagle Mobile, nuk e ka ushtruar aktivitetin e tij gjatë periudhës objekt hetimi

VI.C Konkurrenca potenciale

37. Nga analiza e tregut të telefonisë së lëvizshme rezulton se, për periudhën 2004-2005, konkurrenca në tregun e telefonisë ka qenë e ulët. Kjo ka ardhur kryesisht nga mungesa e operatorëve të tjerë në treg, për shkak të barrierave të larta hyrëse.

Eagle Mobile nuk ka ushtruar aktivitet gjatë periudhës objekt hetimi. Në këtë mënyrë kjo shoqëri nuk ka ushtruar ndonjë fuqi kundërvepruese ndaj shoqërive AMC dhe Vodafon, duke mos krijuar asnjë efekt në konkurrueshmërinë e tregut.

38. Qëndrueshmëria dhe rritja e normave të fitimit të operatorëve AMC dhe Vodafone, çojnë në konkluzionin që tregu nuk ka qenë mjaftueshëm konkurrues, sepse tregjet konkurrenciale karakterizohen nga ulja e normave të fitimit në kohë.

Tabela 1--Treguesit e fitimit për shoqërinë AMC për vitet 2003-2005¹⁴ (në përqindje)

Treguesit e fitimit	2004	2005
Norma e EBITDA	57	56
Norma e fitimit neto	30.2	33.2

Tabela 2-- Treguesit e fitimit për shoqërinë Vodafone për vitet 2003-2005 (në përqindje)

Treguesit e fitimit	2004	2005
Norma e EBITDA	51	55
Norma e fitimit neto	18.9	26.4

14 Të dhënat marrë nga llogaritë vjetore të AMC dhe Vodafon dhe përpunuar nga ana jonë.(EBITDA është llogaritur duke zbritur nga të ardhurat të gjitha shpenzimet e kryera, para interesave, taksave dhe amortizimit).

VI.D Fuqia ekonomike dhe financiare e ndërmarrjeve

39. Kompanitë AMC dhe Vodafone janë dy ndërmarrje të mëdha jo vetëm në tregun e telefonisë së lëvizshme, por dhe në ekonominë shqiptare. Ato janë pjesë e grupeve ndërkombëtare të telekomunikacionit, Cosmote dhe Vodafone, të listuara në bursat ndërkombëtare.

40. AMC dhe Vodafone për periudhën e hetimit rezultojnë kompani me xhiron vjetore më të lartë në Shqipëri. Totali i xhiros së tyre për vitin 2004, prej 33 835 819 lekë, përbën rreth 4.45 % të Produktit të Brendshëm Bruto¹⁵.

Tabela 3- Të ardhurat vjetore(në mijë lekë)

KOMPANITE	2004	2005
Të ardhurat AMC	16 829 067	18 319 973
Të ardhurat Vodafone	17 006 752	19 716 893
Totali i të ardhurave	33 835 819	38 036 866

41. Normat e fitimit, (shih tabela nr.2) kanë qenë të larta, të qëndrueshme dhe në rritje.

42. Këta tregues, por edhe tregues të tjerë, si numri i abonentëve, (ky numër ka ardhur në rritje të vazhdueshme, në fund të vitit 2005 ka arritur 1 530 867) përqindja e lartë e mbulimit të territorit dhe mbulimit të popullsisë me shërbime, evidentojnë fuqinë e konsiderueshme ekonomike dhe financiare të shoqërive AMC dhe Vodafone

VI.E Fuqia kundërvepruese e blerësve

43. Konsumatorët në tregun e telefonisë së lëvizshme në Shqipëri, nuk zotërojnë fuqi kundërvepruese për tu marrë në konsideratë.

44. Në ndarjen e tregut sipas shërbimeve rezulton se 97% janë abonentë të shërbimit me parapagim dhe 3% abonentë me kontratë (si për tregun në tërësi ashtu edhe për shoqëritë AMC dhe Vodafone në veçanti). Abonentët e shërbimit me parapagim janë përdorues të vegjël dhe nuk kanë mundësi negociuese, pjesa tjetër e abonentëve përbëjnë një numër të vogël (megjithatë pjesa më e madhe e këtyre të fundit janë persona fizikë).

Tabela 4- Përqindja e shërbimeve me parapagim dhe kontratë sipas numrit mesatar të secilit shërbim

Emërtimi	2004	%	2005	%
Nr. mesatar abone. parap. AMC Vod	1147239	97	1353428	97
Nr. mesatar abon. kontr. AMC Vod	32164	3	41292	3
Totali	1179403	100	1394719.5	100

45. Shoqëritë AMC dhe Vodafone¹⁶ për periudhën 2004 dhe 2005, kanë ofruar një numër të vogël programesh shërbimi dhe pa ndonjë ndryshim të

¹⁵ PBB (v.2004)= 752 368 000 000 lekë, burimi: Raporti Statistikor i BSH-së, shkurt 2007

ndjeshëm në çmimet e përdorimit të këtyre programeve (duke përjashtuar shërbimin me kontratë biznes, mundësia e zgjedhjes së të cilit është e kufizuar). Në këto kushte, mundësitë e konsumatorit për të zgjedhur janë të pakta dhe pa efekt.

46. Ndërrimi i llojit të shërbimit (nga shërbimi me kontratë në atë me parapagim dhe anasjelltas), si dhe ndërrimi i operatorit ka kosto¹⁷ për konsumatorin, që do të thotë që konsumatori për ndërmarrjen e një veprimi të tillë duhet të ketë interes ekonomik.

47. Mungesa e portabilitetit të numrave dhe informacioni i kufizuar, ul ndjeshmërinë e përdoruesit për të ndërruar operatorin.

VI. F Karakteristika të tjera të tregut

48. Produkti përkatës në tregun e telefonisë së lëvizshme është homogjen;

49. Kërkesa në tregun e telefonisë së lëvizshme në Shqipëri ka qenë e qëndrueshme¹⁸.

50. Kosto në tregun e telefonisë së lëvizshme në Shqipëri, është uniforme, prej teknologjisë gati të njëjtë të produktit të këtij tregu, por edhe për kushtet e përafërta që kanë shoqëritë AMC dhe Vodafone.

51. Nisur nga pjesët e tregut, pengesat e hyrjes në treg, konkurrenca potenciale, fuqia ekonomike e ndërmarrjeve, fuqia kundërvepruese e blerësve dhe karakteristikat e tjera të tregut, rezulton se në mbështetje të nenit 8 të Ligjit nr. 9121 datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, kompanitë **AMC dhe Vodafone kanë pozitë dominuese në tregun e telefonisë së lëvizshme.**

VII. Sjellja e Ndërmarrjeve në Treg

52. Shoqëritë kanë aplikuar tarifa të përafërta, të qëndrueshme dhe pa fleksibilitet konkurrues, gjatë gjithë periudhës objekt hetimi (shihni grafiket¹⁹ në vijim).

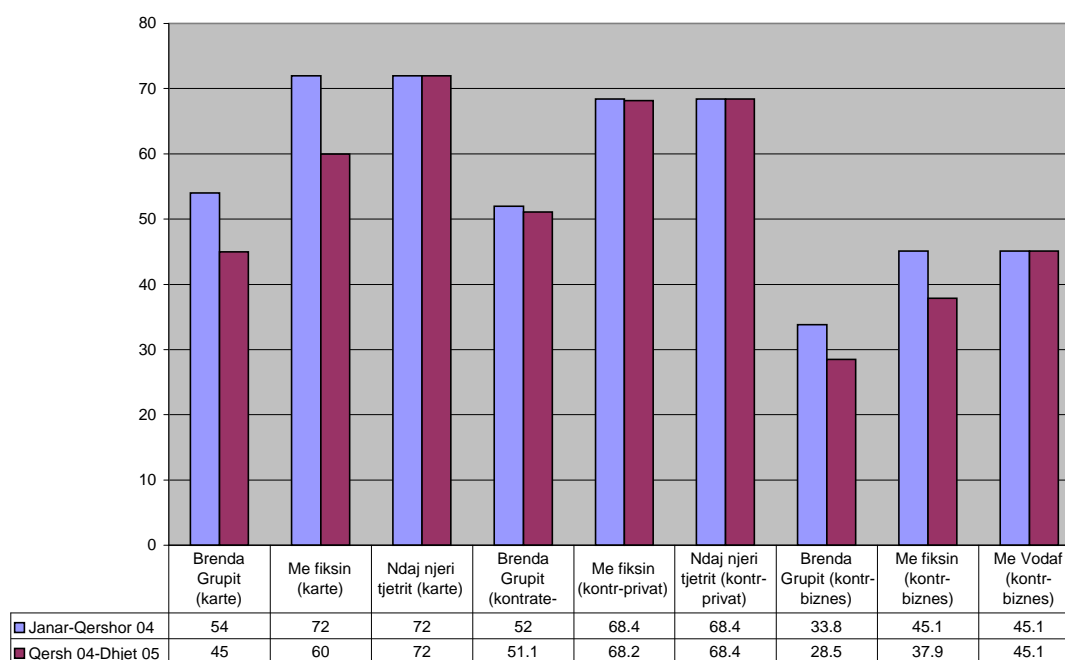
¹⁶ Pasqyrat financiare të konsoliduara 2005 ... te saktësohet burimi

¹⁷ Në rastet e ndërrimit të llojit të shërbimit, konsumatori detyrohet të shpenzojë: për blerjen e një karte të re të aksesit të shërbimit (SIM), dhe për njoftimin e të njohurve për ndërrimin e numrit. Si dhe një kosto psikologjike të spostimit.

¹⁸ Rritmi i rritjes së kërkesës në tregun e telefonisë ka qenë mjaft i lartë, për shembull për vitet 2003, 2004,2005 ai ka qenë përkatësisht: 29%, 15% dhe 21%, sipas numërit të abonentve.

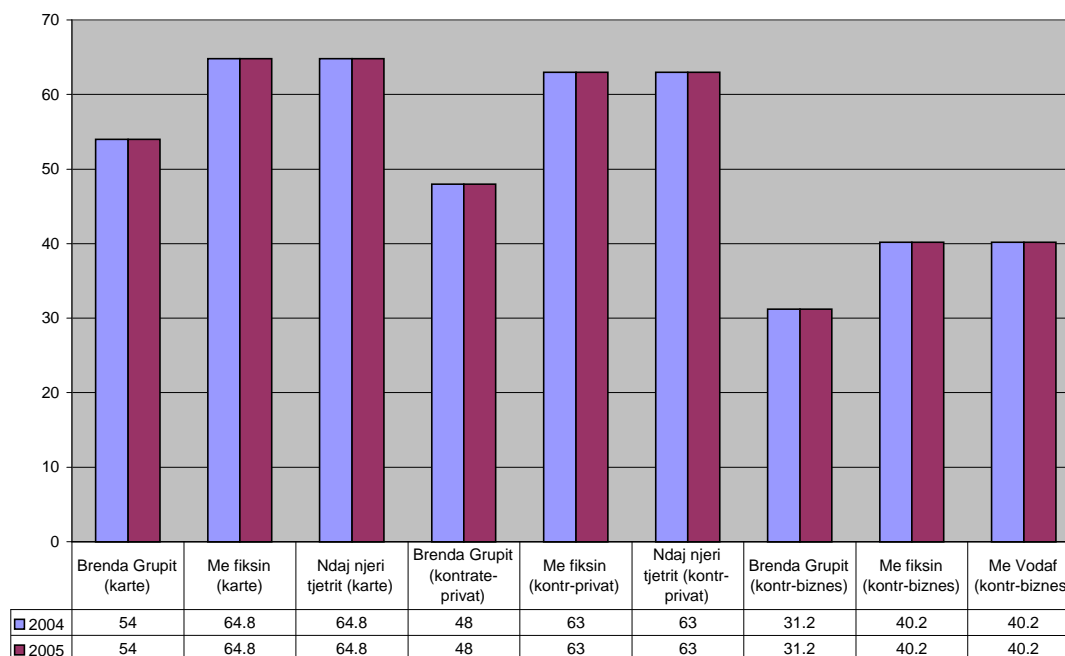
¹⁹ Burimi: AMC Dosja Nr 1 e pyetësorit, pasqyrat “Tarifat e aplikuar nga AMC”, Vodafone “Dosja e tarifave”.

Grafiku 1-Tarifat e AMC-se per periudhen 2004 dhe 2005



53. Tarifat e aplikuara nga AMC gjatë periudhës objekt hetimi kanë ndryshuar vetëm në Qershor 2004, ku ka pasur ulje vetëm për thirrjet brenda rrjetit për të tre llojet e shërbimeve dhe për thirrjet drejt rrjetit fikse për shërbimin me parapagim dhe atë me kontratë biznes). AMC në Qershor 2004 ka rritur të gjitha tarifat për thirrjet dalëse ndërkombëtare.

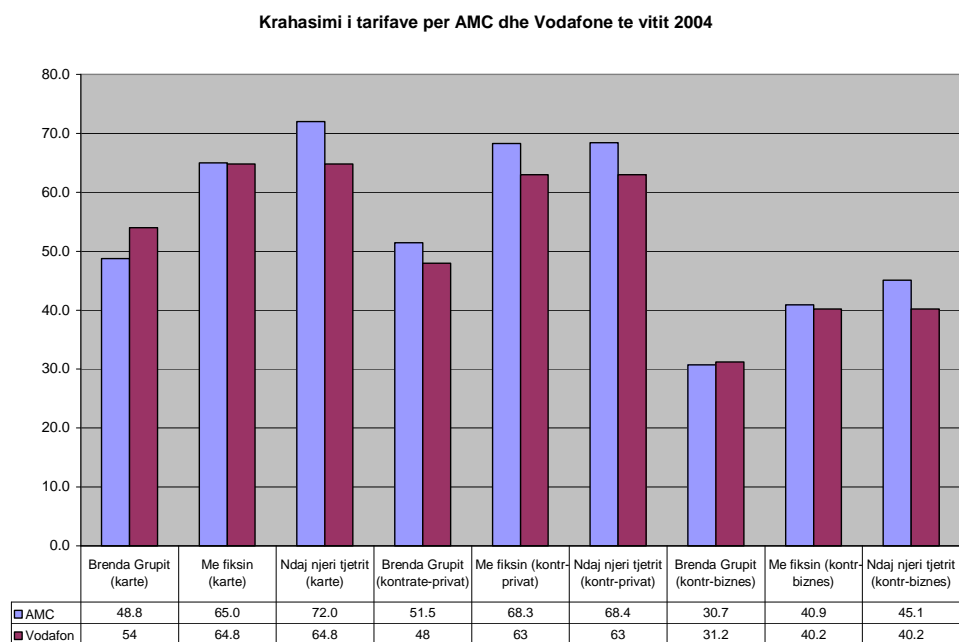
Grafiku 2-Tarifat e thirrjeve per Vodafone per periudhen 2004 dhe 2005



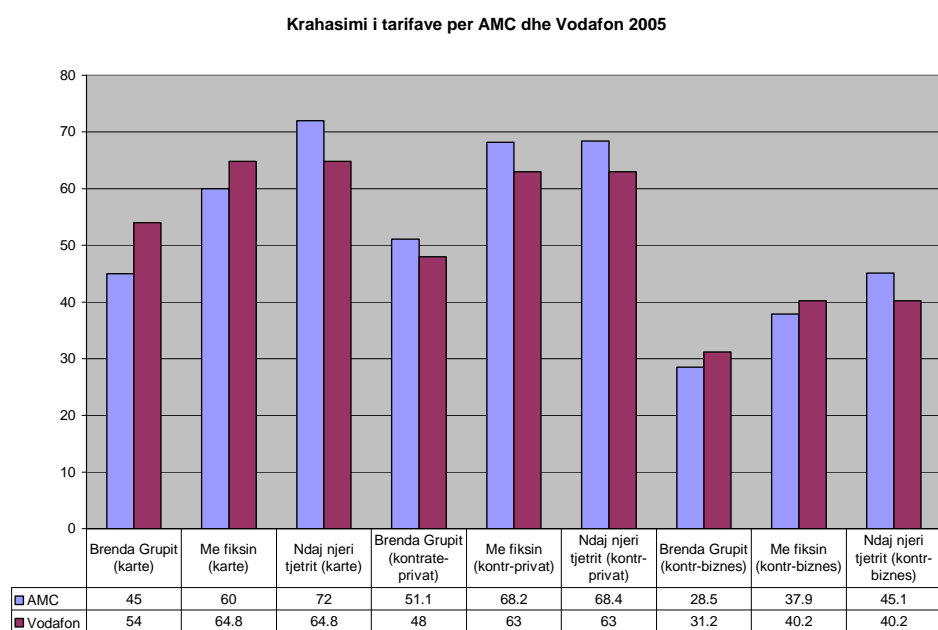
54. Vodafone, gjatë gjithë periudhës objekt hetimi, ka aplikuar tarifa të pandryshuara, sipas të dhënave të deklaruara nga kompanitë dhe të paraqitura në grafikun nr 2, të mësipërm.

55. Tarifat e aplikuar nga të dy operatorët janë të përafërta dhe përgjithsisht komplementare. Ndryshimet e këtyre tarifave, midis operatorëve, krijojnë simetri në tërësinë e shërbimeve të thirrjeve. Grafikët 3 dhe 4 si më poshtë, shprehin krahasimet e tarifave respektivisht për vitet objekt hetimi 2004 dhe 2005.

Grafiku 3



Grafiku 4



56. Të dyja shoqëritë AMC dhe Vodafone, nuk kanë zbatuar Vendimin Nr. 179, datë 07.05.2004 të ERT-së, me anë të të cilit ajo vendosi të rekomandojë tarifën e terminimit kombëtar për telefoninë e lëvizshme prej 22 lekë/minutë. Kjo do të thotë që tarifa e terminimit kombëtar në tregun e telefonisë së lëvizshme të ishte jo më i lartë se 22 lekë/minutë për vitin 2004 dhe jo më e lartë se 28 lekë/minutë për 2005. Komisioni i Konkurrencës çmon që ky çmim pasqyrore në atë kohë tarifën e një tregu me konkurrencë efektive.

57. Ulja e tarifave të terminimit me marrëveshje në nivelin 28 lekë/minutë në fund të vitit 2004 nuk ka ndikuar në uljen e tarifave të produktit përkatës për të dy kompanitë, AMC dhe Vodafon, gjatë periudhës objekt hetimi.

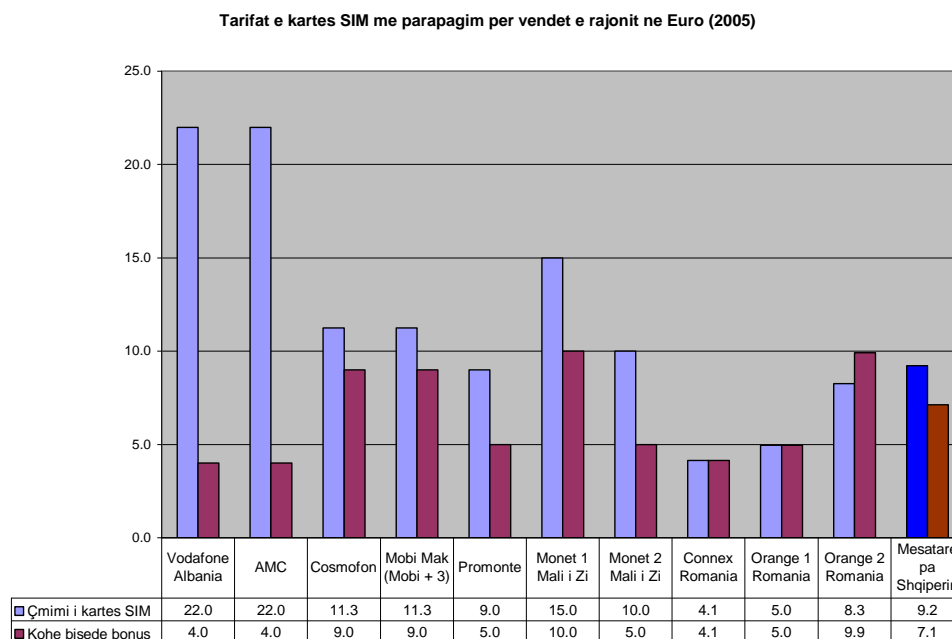
58. Të dyja shoqëritë, AMC dhe Vodafone, kanë aplikuar tarifë terminimi kombëtar mbi dy herë më të lartë, krahasimisht me tarifën mesatare të terminimit të vendeve të rajonit.

Tabela 5- Tarifa e terminimit te operatoreve shqiptare dhe tarifat e terminimit te vendeve te rajonit në 31 Dhjetor 2004²⁰,

Tarifë terminimi	Eurocent./minutë								
	Shqiperi	Bullgari	Kroaci	Rumani	Mali Zi	Serbi	Maqedoni	Turqi	Mesatare pa Shqip
	23	19.1	8.8	7.3	16.5	2.5	11.8	8.4	10.6

59. Te dyja shoqëritë, AMC dhe Vodafone, kanë aplikuar tarifa për shërbimin me parapagim mesatarisht mbi dy herë më të larta se mesatarja respektive e vendeve të rajonit. Ky fakt shprehet në grafikun nr. 5 të paraqitur më poshtë:

Grafiku 5



60. Grafiku i mësipërm tregon se tarifa e aplikuar nga operatorët AMC dhe

20-Marrë Dokumenti i Analizës së Telefonisë së Lëvizshme të ERT-së. fq. 16, Burimi: Cullen International Country Comperative Report, August 29, 2005.

Vodafone është afërsisht 2.4 herë më e lartë se mesatarja e rajonit, dhe koha e bisedës bonus është afërsisht 2.5 herë më e ulët se mesatarja e rajonit.

61. Te dyja shoqëritë, AMC dhe Vodafone, kanë aplikuar tarifa për shërbimin me kartë për thirrjet brenda rrjetit dhe jashtë rrjetit, më të larta se sa mesatarja e rajonit. Ky fakt evidentohet nga të dhënat e paraqitura në tabelën nr 7 dhe grafiku nr 6

Tabela 6-Krahasimi i tarifave te shërbimit me karte për kompanitë e rajonit për thirrjet brenda rrjetit dhe jashtë rrjetit Nëntor 2005 (ne euro)²¹

Lloji i shërbimit	KOMPANITE								
	AMC	Voda fon	Glob ul	Cosm ote	Mobi tel	Vip net	Vala 900	Promo nte	pa Shqipërinë
	Shqip ëri	Shqip ëri	Bullg ari	Ruma ni	Serb i	Kro aci	Kosov e	Mali i Zi	Tarifa mesat
Brenda rrjetit	0.306	0.367	0.19	0.16	0.124	0.14	0.16	0.096	0.145
Jashtë rrjetit	0.408	0.441	0.19	0.16	0.147	0.315	0.16	0.115	0.181

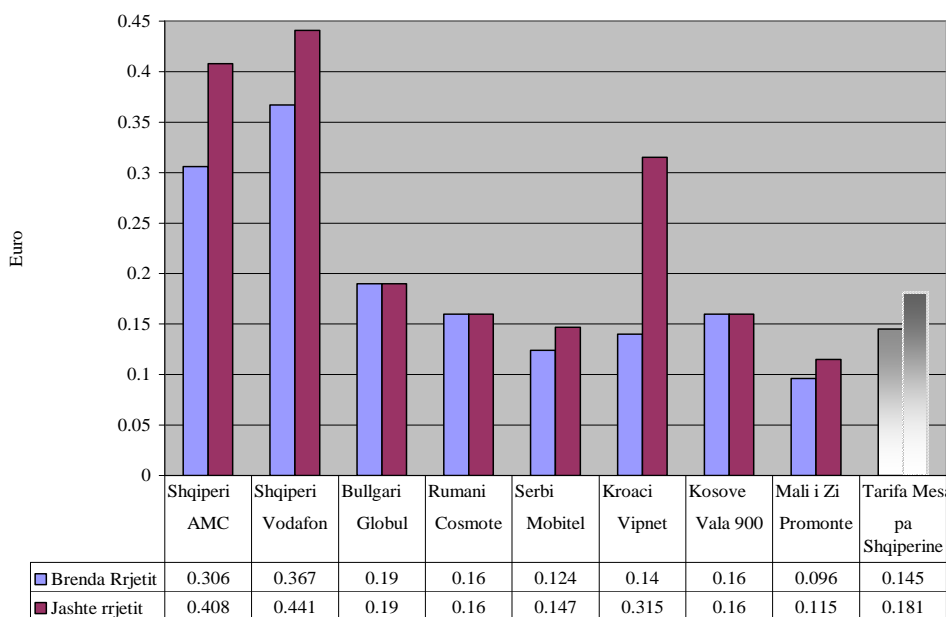
Grafiku 6

²¹ Burimi: Tarifat e thirrjeve të operatorëve të rajonit janë marrë nga dosja nr. 1 e pyetësorit të AMC-së, nga pasqyra tarifave të fqinjëve.

Kursi i këmbimit të përdorur është ai i nëntorit 2005

Albania	Leke / EURO	1 Euro = 122.46
Bulgaria	BGN / EURO	1 Euro = 1.948 Lev
Serbia	Dinnar / EURO	1 Euro = 84.96 Dinar
FYROM	MKD / EURO	1 Euro = 60.23 Denar
CROATIA	HRK / EURO	1 Euro = 7.4 Hrk

Krahasimi i tarifave te sherbimit me karte per kompanite e rajonit Nentor 2005



VIII. Abuzimi i AMC sh.a dhe Vodafone Albania sh.a me Pozitën e tyre Dominuese²²

62. Bazuar në Ligjin nr 9121, datë 28.07.2003 “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, **neni 9, pika 1** “Ndalohet çdo abuzim nga një ose më shumë ndërmarrje me pozitë dominuese në treg”**dhe 2, germa a** ”Mund të përbëjnë abuzim veçanërisht vendosja, në mënyrë të drejtpërdrejtë ose të tërthortë, e çmimeve të padrejta blerjeje ose shitjeje, ose e kushteve të tjera të padrejta të tregtimit”

63. Sipas nenit **neni 9, pika 2**, gërma a, një ndër *format kryesore* të abuzimit me pozitën dominuese është zbatimi i çmimeve të padrejta prej tyre (*Unfair Pricing* ose *Excessive Prices*)²³. Çmimi i praktikuar është i padrejtë kur ai

²² Komisioni i Konkurrencës konstaton që ndërmarrjet që janë në pozitë dominuese nuk mund të kenë të njëjtën shkallë lirie veprimesh (qoftë edhe për te mbrojtur interesat e tyre) kur këto çojnë në forcimin e pozitës së tyre dominuese dhe abuzimin me të. Në lidhje me këtë pikë për të qartësuar se çfarë kihet parasysh më lart po jepet tekstualisht një sentence nga Çështja Deutsche Grammophon GmbH v Metrosh-Grossmarkte : “Ashtu siç del dhe nga sentenca e Gjykatës, ndryshimi i çmimit mund të jetë një tregues vendimtar për një abuzim me pozitën dominuese sipas nenit 86 të Traktatit të Bashkimit Ekonomik Europian, në se ai është i madh dhe i vendosur pa motiv objektiv”. Po kështu dhe në rastin Sirena v Eda-s tekstualisht shprehet : “Atë që kërkon shfrytëzimi abuziv i një pozicioni dominues, këtë abuzim nuk e tregon domosdoshmërisht vetëm çmimi i lartë i prodhimit, por megjithatë ai mund të jetë një tregues vendimtar, kur nuk është i përligjur dhe tepër i lartë, si dhe asnjansës.”

²³ Në çështjen General Motors, 1975, par. 12, Gjykata e Drejtësisë së KE-së konsideron që : «Abuzimi mund të konsistojë, në veçanti, në vjeljen e një çmimi të ekzagjeruar në raport me vlerën ekonomike të shërbimit të ofruar»; Gjykata e Drejtësisë ka trajtuar gjithashtu në çështjen United Brands, 1978, par. 250 si abuzim«[. . .] praktikën e një çmimi të ekzagjeruar pa lidhje të arsyeshme me vlerën ekonomike të shërbimit të ofruar. »

është shumë më i lartë se çdo të ishte në një treg konkurrues. Për të vlerësuar karakterin e padrejtë të çmimit, në radhë të parë mund të krahasohet niveli i çmimit me vlerën ekonomike të produktit, ose e thënë ndryshe me koston e tij²⁴. Në radhë të dytë, dhe në pamundësi për të përcaktuar koston e prodhimit, niveli i çmimit në treg, si dhe norma e fitimit, mund të krahasohet me nivelin e çmimit ose të fitimit të produkteve të krahasueshme apo me çmimin dhe normën e fitimit të të njëjtëve produkte në tregje gjeografike të ndryshme²⁵. Sipas rastit dhe informacioneve në dispozicion, mund të përdoren dhe metoda të tjera²⁶.

64. Për vërtetimin e abuzimit do të duhet të kalohet në tre teste. Provimi i njërit prej tyre, ose dhe me tepër, do të provonte abuzimin me pozitën dominuese²⁷.

VIII.A Vendosja e çmimeve të larta pa lidhje të arsyeshme me vlerën ekonomike të produktit

65. Çmimet e shërbimeve të ofruara nga këto shoqëri, nuk kanë lidhje të arsyeshme me koston përbërëse të tyre. “Vlera ekonomike mund të marrë si orientim koston e produktit, çmimin e mallrave të tjerë të ngjashëm, ose çmimin e një prodhimi të ngjashëm në një territor tjetër”²⁸.

66. Po të zbatonin shoqëritë tarifën e terminimit kombëtar prej 22 lekë/minutë të dhënë në Vendimin Nr.179, datë 07.05.2004 të ERT, i cili është konsideruar si banchmark për atë periudhë, si dhe tarifën e terminimit kombëtar 28 lekë/minutë si benchmark për vitin 2005, atëhere tarifat e terminimit fundor kombëtar në llogjikën e formimit të tarifave të pakicës, duhet të reflektonin të paktën me një minimum ndryshimi, fakt i cili nuk është evidentuar gjatë periudhës nën hetim.

67. Po të merret në konsideratë që tarifa e aplikuar e terminimit ndërkombëtar gjatë periudhës në hetim ka qenë më i ulët se kostoja e tij, atëhere humbja vjetore për këtë shkak, është e barabartë me trafikun vjetor hyrës ndërkombëtar shumëzuar me humbjen për minutë (diferenca midis koston dhe

²⁴ Në këtë rast duhet parë «nëse ekziston një diferencë tepër e lartë excessive ndërmjet koston dhe çmimit të kërkuar, dhe nëse kjo vërtetohet, të ekzaminohet nëse ka vendosje çmimi të padrejtë qoftë në nivelin absolut, qoftë duke e krahasuar me produkte konkurrenente » (*United Brands*, ECJ 1978, paragrafi 252).

²⁵ Në çështjen SACEM, çështje të bashkuara 110/88, 241/88 dhe 242/88, 1989, në veçanti në paragrafin 25, Gjykata e Drejtësisë ka konsideruar që : «[...] kur një ndërmarrje në pozitë dominuese vendos tarifa që janë shumë më të larta se tarifat që praktikohen në vendet e tjera anëtare, dhe kur krahasimi kryhen në një bazë homogjene, kjo diferencë duhet konsideruar si shenjë që tregon abuzim të pozitës dominuese.»

²⁶ Gjykata e Drejtësisë së KE ka qenë gjithmonë e hapur për metodën e ndjekur për përcaktimin e çmimit të padrejtë. Në çështjen *United Brands*, 1978, par. 253, ajo konsideron : «mund të konceptohen metoda të tjera – dhe doktrina ekonomike ka konceptuar disa nga këto – për të nxjerrë kriteret e përcaktimit të çmimit të padrejtë të një produkti.»

²⁷ Çështja *British Leyland v Commission* ECR nr 311/84, 3283 (1986)

²⁸ *Bellamy&Child* (2001) “European Community Law of Competition”.

çmimit të terminimit ndërkombëtar). Nëse ky aktivitet nuk do të ishte me humbje, atëherë fitimi i dy kompanive celulare do të ishte akoma më i madh.

VIII.B . Sigurimi i përfitimeve tregtare, të cilat nuk do të siguroheshin në një treg të prezumuar konkurrues

68. Për këtë test mund të vlerësohet niveli i lartë dhe në rritje i normave të EBITDA-s dhe fitimit për të dyja shoqëritë. Në tregje me konkurrence normale normat e fitimit vijnë përgjithësisht në ulje. Ky fakt është shprehur në tabelën nr 1 “Treguesit e fitimit për shoqërinë AMC për vitet 2004 dhe 2005” dhe në tabelën nr 2 “Treguesit e fitimit për shoqërinë Vodafon për vitet 2004 dhe 2005”

69. Treguesi i të Ardhurës Mesatare për Përdorues për Minutë të Përdorur nga Abonentët (ARPU/MOU) e të dy shoqërive kanë vlerat më të larta të krahasuara me vende të Evropës Perendimore. Ky fakt, i paraqitur edhe në tabelën nr 7, evidenton se tarifat e aplikuara për abonentët vëndas janë të larta.

Tabela 7-Vlera e ARPU (Euro në vit) dhe MOU për Vodafone Group 2004²⁹

<i>Shërbimet</i>	<i>Shqipëri</i>	<i>Gjermani</i>	<i>Itali</i>	<i>Greqi</i>	<i>Spanjë</i>	<i>Irlandë</i>
Parapagim	171	121	306	211	179	370
Kontratë	2458	482	927	781	687	1186
Mesatare	241	303	360	398	408	602
Parapagim %	97	52	92	66	54	72
Min/përdorues	202	227	401	442	472	635
ARPU/MOU mesatare	1.19	1.33	0.90	0.90	0.86	0.95

VIII. C Krahasimi i tarifave me tregje të tjera gjeografike³⁰

70 Komisioni i Konkurrencës konstaton se, në mungesë të një modeli të kostos të detajuar të shërbimeve, mund të përdoret alternativa krahasuese

29 Marrë nga Dokumenti i Analizës Tregut të ERT-së, fq 38. Të dhënat nga Vodafone Group. Treguesi i ARPU/MOU mesatare është llogaritur nga Autoriteti i Konkurrencës.

30 Komisioni Federal Zvicëran i Konkurrencës ndërmori një hetim në tregun e Telefonisë së Lëvizshme kundrejt 3 shoqërive Swisscom, Orange dhe Sunrise, të cilat kishin pozitë dominuese. Komisioni i Konkurrencës përdori si një nga metodat kryesore të hetimit atë të krahasimit me vende të tjera të BE-së (Benchmarking). Komisioni Zvicëran i Konkurrencës u detyrua ta përdorë këtë metode në pamundësi të analizës së çmimit të lartë (excessive), pasi shoqëria Swisscom refuzoi disa herë t’ja dërgonte analizën lidhëse mes kostos dhe çmimit të shërbimeve të saja të ofruar në treg. Krahasimi u fokusua në dy vende me karakteristika të ngjashme me Zvicërën në dy aspekte. Kështu u mor për bazë Suedia si vendi i ngjashëm duke parë kriterin e GDP-së. Ndërsa për kriterin e territorit gjeografik dhe të ndërtimit të rrjetit u mor për bazë Austria. Gjatë hetimit rezultoi se 3 shoqëritë e sipërpërmendura jo vetëm që ishin në pozitë dominuese , por edhe kishin abuzuar me këtë pozitë dominuese duke hedhur në treg shërbime me çmime tejet të larta (excessive prices) dhe u vendos ndëshkimi me gjobë i këtyre shoqërive.

(benchmark³¹ -u) të tarifës së shërbimit me ato të shërbimeve respektive, ose të ngjashme në rajon.

71. Sipas "Cullen Report 2 – Country Comparative Report (2006) "Shqipëria përfaqëson një përjashtim në lidhje me çmimet, që e vendos atë midis vendeve me çmime më të larta të EU-së"³².

72. Në të njëjtin raport paraqitet krahasimi i tarifave mesatare të shportave³³ të shërbimeve të telefonisë të lëvizshme midis vendeve të rajonit dhe me tarifën³⁴ e vendeve europiane. Sikurse paraqesin edhe grafikët 7³⁵ a, b, dhe c, në tre grupimet, tarifën mesatare të shërbimeve celulare të aplikuara në Shqipëri, janë më të larta e rajonit dhe për përdoruesit e mesëm dhe të mëdhenj të shërbimit celular janë të niveleve të tarifave më të larta në Europë (shih grafikun 7 b dhe c). Në këtë raport nënvizohet se: "*..Shqipëria ka tarifën që janë afër më të lartave që gjenden në vendet e Komunitetit Europian.*"³⁶.

31 Vendimi i Komisionit Europian i 25 Korrik 2001 në lidhje me procedimin sipas nenit 82 të traktatit (COMP/C-1/36.915-Deuche Post AG-Interception of cross-border mail), paragrafi 159. "*Në lidhje me çështjen e Gjykatës së Drejtësisë, drejtësia e një çmimi të caktuar mund të testohet duke e krahasuar këtë çmim me vlerën ekonomike të të mirës ose shërbimit të ofruar. Një çmim i cili është vendosur në një nivel i cili duket jo i arsyeshëm në lidhje me vlerën ekonomike të shërbimit të ofruar, duhet të cilësohet si eksziv në vetvete përderisa ka efektet e shfrytëzimit të padrejtë të konsumatorëve. Në një treg i cili është i hapur për konkurrencën testi normal që do të aplikohet do të ishte krahasimi i çmimit të operatorit dominues me çmimet e konkurrentëve të tjerë. Për shkak të ekzistencës së DPAG's si monopol i gjerë, një krahasim i tillë çmimi nuk është i mundur në rastin konkret. Për më tepër DPAG ka prezantuar së fundmi një sistem transparent, ndërkombëtar të llogaritjes së kostos dhe nuk ekziston asnjë e dhënë e besueshme për periudhën përkatëse të këtij rasti. Në vijimshëri Komisioni nuk është në gjendje të bëjë një analizë të detajuar kostoje të kostos mesatare të DPAG për shërbimet në fjalë përgjatë kësaj periudhe. Për këtë arsye duhet të përdoret alternativa e benchmarkut.*"

32 Albania represents the exception with prices that would rank among the highest in the EU Raporti Cullen Report 2 – Country Comparative Report June 26, 2006, fq. 14.

33 Tarifën janë mesatarizuar duke grupuar përdoruesit sipas tre grupeve: a) shporta e përdoruesve të vegjël (pra që përdorin më pak telefonin celular) b) shporta e përdoruesve të mesëm dhe c) shporta e përdoruesve të mëdhenj.

34 Tarifën mesatare për vendet europiane janë paraqitur të ndara në tre grupe, minimalet, maksimalet dhe vlerat mesatare të gjithë Europës.

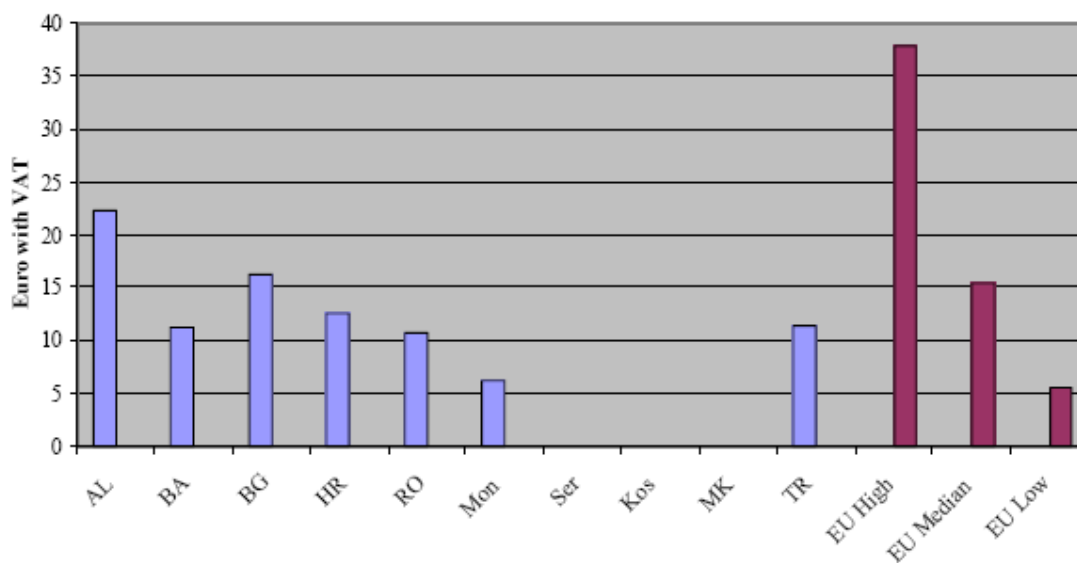
35 Cullen Report 2 – Country Comparative Report June 26, 2006 faqe 162, 163 figura 40,41.42.

36 The figures suggest that the prices for the low usage basket compare favourably with those of the EU. Tariffs for all countries and geographic units except Albania are below the EU median. For the medium and high usage baskets the tariffs in South East Europe appear to be relatively higher when comparing with the EU. Albania has tariffs which are close to the highest found in the EU and also Turkey has tariffs above the EU median. Fq 162. Cullen Report 2 – Country Comparative Report June 26, 2006 (perk. Shifrat tregojnë se çmimet e shportave të përdoruesve të vegjël janë konkurrese me to të BE.. Tarifën e të gjitha vendeve dhe zonave gjeografike, duke përjashtuar Shqipërinë, janë më të ulëta se mesatarja e BE-së. Tarifën e përdoruesve të mesëm dhe të lartë në Europën Juglindore duket se janë relativisht të larta kur i krahasojmë me ato të BE-së. Shqipëria ka tarifën të cilat i afrohen vlerave më të larta në BE. Edhe Turqia ka tarifën të cilat i

73. Të dhënat e paraqitura në këto grafikë konfirmojnë që shoqëritë objekt hetimi kanë aplikuar tarifa më të larta se vendet e rajonit me nivel të Produktit të Brendshëm Bruto (GDP) dhe të ardhura për frymë të krahasueshme me Shqipërinë (p.sh Maqedonia).

Grafiku 7 (a) Tarifat mesatare të përdoruesve të vegjël të telefonisë së lëvizshme sipas vendeve të rajonit dhe krahasuar me tarifat e vendeve europiane për vitin 2005

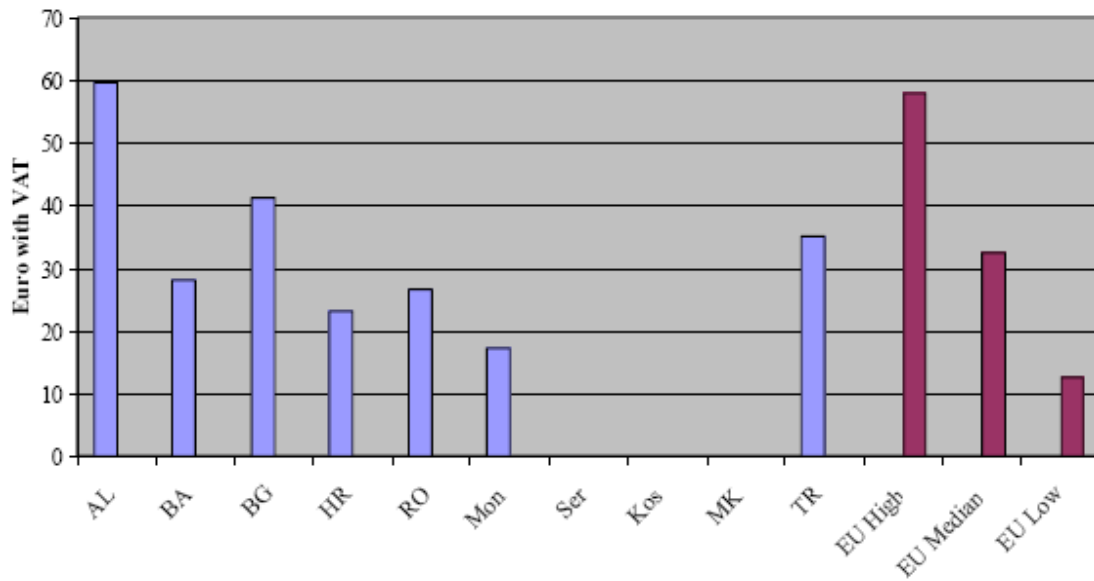
Low usage mobile basket



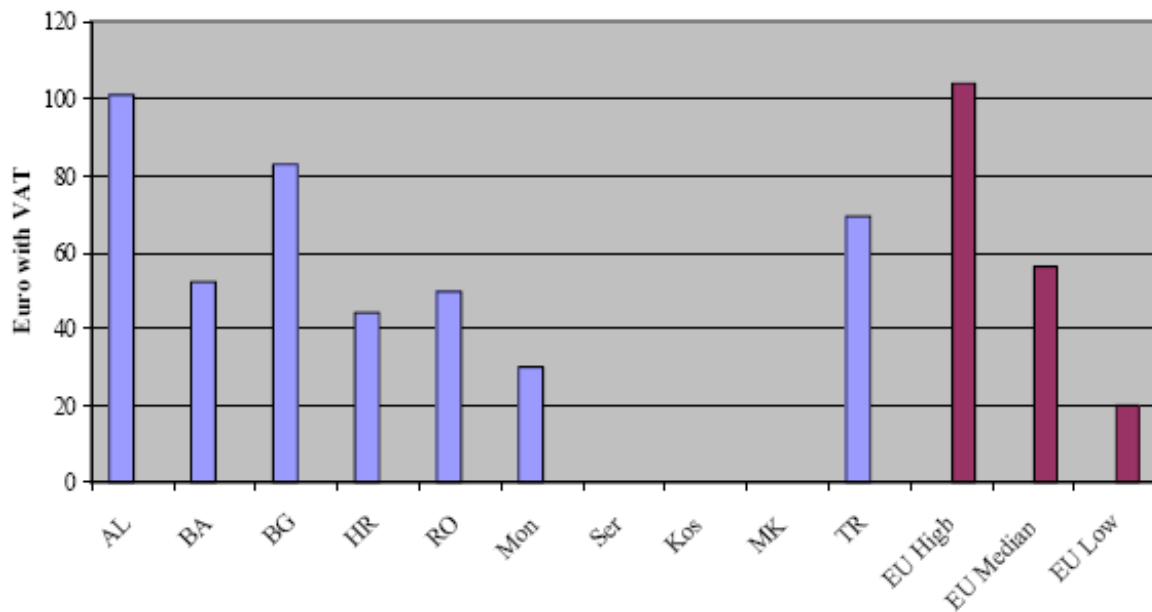
Grafiku 7 (b) Tarifat mesatare të përdoruesve të mesëm të telefonisë së lëvizshme sipas vendeve të rajonit dhe krahasuar me tarifat e vendeve europiane për vitin 2005

afrohen mesatares së BE-së. Fq 162. Raporti i “Cullen” 2 – Raporti krahasues i vendit 26 Qershor 2006. *).

Medium usage mobile basket



Grafiku 7 (c) Tarifat mesatare të përdoruesve të mëdhenj të telefonisë së lëvizshme sipas vendeve të rajonit dhe krahasuar me tarifat e vendeve europiane për vitin 2005
High usage mobile basket



PËR KËTO ARSYE:

Komisioni i Konkurrencës, bazuar në nenin 24, germa d; nenet 8, 9,; nenin 74, germa a; neni 75 dhe nenin 80 të Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003, "Për Mbrojtjen e Konkurrencës",

VENDOSI:

1. Shoqëritë AMC sha dhe Vodafone sha kanë abuzuar me pozitën dominuese duke vendosur çmime të padrejta në tregun të telefonisë së lëvizshme gjatë periudhës objekt hetimi (2004, 2005).
2. Për shkeljen e konstatuar në pikën 1, shoqëria Albania Mobile Communication sh.a. (AMC) gjobitet me 2 % te xhiros vjetore të produktit përkatës të vitit 2005, që e shprehur në vlerë është 211 552 000 lekë.
3. Për shkeljen e konstatuar në pikën 1, shoqëria Vodafone Albania sh.a. (Vodafone) gjobitet me 2 % te xhiros vjetore të produktit përkatës të vitit 2005, që e shprehur në vlerë është 242 633 000 lekë.
4. Ngarkohet Policia Tatimore për vjeljen e gjobave.

Ky vendim hyn në fuqi menjëherë.

U shpall në Tiranë, sot më 09.11.2007

KOMISIONI I KONKURRENCES

Lush PËRPALI

Zv/Kryetar

Servete GRUDA

Anëtar

Koço BROKA

Anëtar

Lindita MILO(LATI)

KRYETAR