



REPUBLIKA E SHQIPËRISË  
-AUTORITETI I KONKURENCËS-  
KOMISIONI I KONKURENCËS

---

V E N D I M

Nr.275, datë 25.03.2013

“Për  
hapjen e procedurës së hetimit të thelluar ndaj ndërmarrjes Vodafone Albania  
SHA në tregun e telefonisë celulare me pakicë”

Komisioni i Konkurrencës me pjesëmarrjen e:

- Lindita MILO (LATI) Kryetar
- Rezana KONOMI Zv/Kryetar
- Servete GRUDA Anëtar
- Koço BROKA Anëtar
- Iva ZAIMI Anëtar

Në mbledhjen e tij të datës 18.03.2013, trajtoi çështjen me:

**Objekt:** Shqyrtimin e raportit të hetimit paraprak në tregun e telefonisë celulare me pakicë me parapagesë.

**Baza ligjore:** Nenet 24, (shkronja d); 26 dhe 43, (pika 1) të Ligjit Nr. 9121, datë 28.7.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, si dhe neni 12 i Rregullores “Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës”.

**Komisioni i Konkurrencës pas shqyrtimit të:**

- Raportit të hetimit paraprak “Në tregun e telefonisë celulare me pakicë me parapagesë”, të paraqitur nga Sekretariati i Autoritetit të Konkurrencës;
- Relacionit të Sekretarit të Përgjithshëm të Autoritetit të Konkurrencës për këtë qëllim Nr. 39/1 Prot., datë 11.03.2013.

**VËREN SE :**

**I. PROCEDURA E NDJEKUR**

1. Komisioni i Konkurrencës, në zbatim të nenit 42, pika 1, të Ligjit Nr .9121, datë 28.7.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës” (i ndryshuar), me propozim të Sekretariatit, me anë të Vendimit Nr. 261, datë 11.01.2013 të Komisionit të

Konkurrencës, “Për hapjen e procedurës së hetimit paraprak në tregun e telefonisë celulare me pakicë”, vendosi hapjen e hetimit për të parë nëse ka ose jo shenja të kufizimit të konkurrencës.

2. Në vazhdim të procedurës, Sekretari i Përgjithshëm i Autoritetit të Konkurrencës, në bazë të nenit 28 dhe 29 të Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, nenit 22 të Rregullores “Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës, si dhe Vendimit Nr. 261, datë 11.01.2013 të Komisionit të Konkurrencës, “Për hapjen e procedurës së hetimit paraprak në tregun e telefonisë celulare me pakicë”, me anë të Urdhrit Nr. 6, datë 17.01.2013 “Për ngritjen e grupit të punës për hetimin paraprak në tregun e telefonisë celulare me pakicë”, ngriti grupin e punës (GP) përkatës për ndjekjen procedurave të këtij hetimi.
3. Për mbledhjen e fakteve dhe të dhënave të nevojshme në lidhje me hetimin, bazuar në nenet 33 dhe 34 të Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, Grupi i Punës ka kërkuar të dhëna dhe informacion nga Autoriteti i Komunikimeve Elektronike dhe Postare (AKEP), si dhe nga ndërmarrjet që ushtrojnë veprimtari në këtë treg, përkatësisht: AMC, VODAFONE, EAGLE dhe PLUS, nga të cilat janë administruar edhe përgjigjet përkatëse të depozituara.
4. Në bazë të nenit 35 dhe 36 të Ligjit Nr. 9121, dt 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës” dhe Autorizimit të Komisionit të Konkurrencës Nr. 65, datë 04.02.2013 “Autorizim Inspektorësh”, Grupi i Punës gjatë periudhës së hetimit kreu inspektimet e nevojshme pranë ndërmarrjeve që veprojnë në treg, duke marrë shpjegime për fakte dhe dokumente që lidhen me objektin dhe qëllimin e hetimit nga përfaqësuesit e ndërmarrjeve, si më poshtë: nga data 06.02.2013 - 13.02.2013, ku u mbajtën dhe proces-verbalet përkatëse.

## **II. TREGU PËRKATËS**

### **II.1. Tregu përkatës i produktit**

5. Tregu përkatës i produktit përfshin të gjitha shërbimet e telefonisë celulare të ofruar nga kompanitë celulare në tregun e shitjes me pakicë me parapagesë, që përfshin të gjitha shërbimet e telefonisë celulare me pakicë me parapagesë (si thirrjet dalëse, sms, mms, internetin).

### **II.2 Tregu përkatës gjeografik**

6. Zona gjeografike i shërbimit të telefonisë së lëvizshme të kompanive celulare me pakicë është territori i Republikës së Shqipërisë. Në bazë të licencave individuale, me të cilat operatorët operojnë, ato ofrojnë shërbimet e tyre, vetëm në territorin e Republikës së Shqipërisë.

## **III. VLERËSIMI I POZITËS DOMINUESE NË TREGUN PËRKATËS**

7. Kriteret kryesore të vlerësimit të pozitës dominuese të një ose më shumë ndërmarrjeve, bazuar në nenin 8 të Ligjit janë: pjesët e tregut përkatës, pengesat në hyrje në tregun përkatës, konkurrenca potenciale, fuqia ekonomike dhe financiare, varësinë ekonomike të furnizuesve të blerësve, fuqinë kundërvepruese të blerësve; zhvillimin e rrjetit të shpërndarjes etj., si dhe karakteristika të tjera të tregut përkatës.

### **III.1 Pjesët e tregut përkatës të konkurrentëve**

8. Një nga kriteret kryesore, që përcaktojnë pozitën dominuese në treg është pjesa e tregut që zënë ndërmarrjet në tregun përkatës. Përvoja e vendeve të Bashkimit Europian (BE) udhëzon që pozita dominuese nuk është e mundur nëse pjesa e tregut përkatës të ndërmarrjes është më e vogël se 40%.
9. Referuar ndarjes në tërësi e tregut për periudhën Janar-Nëntor 2012 (thirrje dalëse, SMS të ardhura totale, dhe nr pajtimtarësh), ndërmarrja me pjesë tregu me të lartë për nga numri i pajtimtarëve, të ardhurave nga thirrjeve dalëse dhe SMS është Vodafone Albania. Pozita në treg e tre konkurrentëve aktual të marrë së bashku është më e vogël se konkurrenti Vodafone (për nga të ardhurat). Operatori AMC ka zvogeluar pjesën e tregut në të gjithë treguesit në krahasim me vitin 2011, ndërsa dy operatorët e vegjël (Eagle Mobile dhe Plus Communication) zënë një pjesë shumë të vogël të tregut përkatës.
10. Nga vlerësimi i kriterit të ndarjes së tregut përkatës në tërësi (të ardhurat dhe pajtimtarët) rezulton se, Vodafone Albania zotëron për periudhën Janar-Nëntor 2012 44% të pjesës së tregut për nga numri i pajtimtarëve, duke e rritur këtë pjesë me rreth 4%, (krahasuar me vitin 2011), ka pjesën kryesore të tregut për nga kriteri i të ardhurave rreth 54% ose më shumë se tre operatorët e marrë së bashku. Vodafone Albania për periudhën Janar-Nëntor 2012 ka rritur pjesën e tregut për nga kriteri i të ardhurave me 2.81%.
11. Konkurrenti më i afërt i Vodafone është AMC me 39.16% të tregut për nga numri i pajtimtarëve i cili është ulur me 2.15%; zotëron 36.14% të pjesës së tregut për nga kriteri i të ardhurave, i cili është ulur me 2.14% për periudhën Janar-Nëntor 2012, krahasuar me Vitin 2011. Dy konkurrentët e tjerë zënë në tregun përkatës rreth 9% sipas të ardhurave dhe 17% sipas numrit pajtimtarëve.

### **III.2 Vlerësimi i fuqisë së tregut**

12. Nga të dhënat vihet re një vlerë shumë e lartë e indeksit HHI<sup>1</sup>, ku sipas të ardhurave të gjeneruara në tregun përkatës është 4375 dhe për numrin përdoruesve është 3656. Operatori Vodafone e rrit ndjeshëm shkallën e përqendrimit sipas treguesit të të ardhurave, si dhe tejkalon vetë ky operator shkallën e lartë të përqendrimit duke

---

<sup>1</sup> Indeksi Herfindahl-Hirschmann ("HHI"), mat përqendrimin e tregut duke mbledhur përqindjet e tregut në katror të të gjitha firmave të industrisë. Kur një HHI është më i vogël se 1 000, atëherë përqendrimi i tregut konsiderohet si i ulët kur një HHI është midis 1 000 dhe 1 800 konsiderohet mesatarisht i përqendruar, ndërsa nëse HHI është më i madh se 1 800 konsiderohet si i lartë.

shkuar në 3010. Në këtë shkallë përqendrimi nuk ndjehet shume fuqia e dy operatorëve me te rinj: Eagle Mobile dhe Plus Communication.

### **III.3 Pengesat në hyrjen në treg**

13. Tregu i telefonisë së lëvizshme në Shqipëri është i rregulluar nga AKEP. 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.

#### **III.3.1 Barrierat administrative dhe teknike**

14. Në Republikën e Shqipërisë numri i licencave për të ushtruar veprimtari në tregun e telefonisë celulare është i kufizuar, për shkak të burimeve të kufizuara natyrore siç janë frekuencat. Aktualisht në treg janë dhënë të 4 (katër) licencat dhe nuk ka licenca të tjera në dispozicion.

#### **III.3.2 Barrierat ekonomike**

15. Operatorët për tu futur në tregun e telefonisë së lëvizshme, duhet të kryejnë investime të mëdha, si për blerjen e licensës, ashtu edhe për ndërtimin e rrjetit të tij të telefonisë celulare, që do të thotë se këto përbëjnë barrierë ekonomike për operatorët e rinj për të hyrë në treg.
16. Ekonomitë e shkallës dhe të qëllimit mund t'i japin ndërmarrjes dominuese një avantazh mbi konkurrentët e vegjël. 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.

### **III.4 Konkurrenca potenciale**

17. Autoriteti i Konkurrencës dhe AKEP kane ndërmarrë një sërë aktesh rregulluese për rritjen e konkurrencës në treg, nëpërmjet zbatimit të ligjit të konkurrencës dhe nxjerrjes së akteve rregulluese të këtij tregu, por përsëri tregu ka një shkallë shumë të lartë përqendrimi, në sajë të pjesës së madhe të tregut, kryesisht të Vodafone.

### **III.5 Fuqia kundërvepruese e bleresve.**

18. Struktura e tregut të telefonisë së lëvizshme celulare me pakicë është e tillë, që përdoruesit që blejnë sasira të konsiderueshme shërbimi celular janë mjaft të pakët në numër, gjithashtu numri i përdoruesve me parapagesë zë rreth 90-95% të numrit të përgjithshëm të përdoruesve. Vodafone shërbimin me parapagesë e ka 95% të të gjithë shërbimit me pakicë. Abonentët e shërbimit me parapagim gjithsesi janë përdorues të vegjël dhe nuk kanë fuqi kundërvepruese. Në këto kushte është e qartë, që përdoruesit në tregun e telefonisë celulare me pakicë me parapagesë, nuk

zotërojnë ndonjë fuqi kundërvepruese, për tu marrë në konsideratë. Kjo fuqi kundërvepruese është akoma edhe më e pandjeshme për shkak të efektit të mbajtjes së abonmentëve brenda rrjetit VF Club.

### **III.6 Fuqia ekonomike dhe financiare e ndërmarrjeve**

19. Vodafone Albania<sup>2</sup> Sh.A. është pjesë e Vodafone Group Plc - kompani lider në botë në fushën e komunikimeve elektronike. Marka Vodafone renditet si marka e shtatë më e vlerësuar në botë. Vodafone është i pranishëm në më shumë se 30 vende të botës dhe është partner me rrjete të tjera në mbi 40 vende. Kompania Vodafone është një ndërmarrje e madhe jo vetëm në tregun e telefonisë së lëvizshme, por dhe në ekonominë shqiptare.
20. Kompania Vodafone rezulton të ketë rritur xhiron me te madhe duke rezultuar me 52% të të ardhurave totale. Kompania AMC<sup>3</sup> ka ulur të ardhurat në krahasim me vitin 2011 me rreth 2% dhe të ardhurat e saj rezultojnë rreth 70% më pak se Vodafone Albania. Kompania AMC ka ulur të ardhurat në vite nga 42% në vitin 2009 në 32% në vitin 2012<sup>4</sup>.
21. Treguesi i xhiros së realizuar, por edhe tregues të tjerë, si numri i pajtimtarëve, të ardhurat e gjeneruara në tregun përkatës, etj, evidentojnë fuqinë e konsiderueshme ekonomike dhe financiare të ndërmarrjes Vodafone.

Nisur nga pjesët e tregut<sup>5</sup>, konkretisht sipas: a- numrit të pajtimtarëve (44%); b- të ardhurave në tregun përkatës (54%);, por si dhe nga 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 3, pika 5 dhe nenit 8 të Ligjit nr. 9121 datë 28.07.2003 "Për mbrojtjen e konkurrencës", por dhe nga përvoja e rasteve precedente të Gjykatës Europiane të Drejtësisë, ndërmarrja Vodafone Albania ka pozitë dominuese tregun e telefonisë celulare me pakicë me parapagesë.

## **IV. SHENJA E KUFIZIMIT TË KONKURENCËS NË TREG**

Nga analiza e kushteve të konkurrencës në treg për të gjithë operatorët rezulton se:

### **IV.I. Diferencimi i tarifave brenda rrjetit dhe jashtë rrjetit**

---

<sup>2</sup> Burimi: [http://ëëë.vodafone.al/vodafone/Vodafone\\_Albania\\_202\\_1.php](http://ëëë.vodafone.al/vodafone/Vodafone_Albania_202_1.php)

<sup>3</sup> Sipas AKEP, Analize e Tregut të telefonisë së lëvizshme fq 61

<sup>4</sup> Burimi për të ardhurat e vitit 2012 janë të dhënat e sjella nga ndërmarrjet

<sup>5</sup> 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. Shih cshtjen nr. 85/76, date 13.02.1979 Hofmann-La Roche, (paragrafët 39, 41) si dhe dhe AKZO "Në rast të zotërimit të një pjese tregu prej të paktën 50%, Pozita Dominuese mund të prezumohet".

22. Sjellja e ndërmarrjes Vodafone Albania me pozitë dominuese në tregun përkatës është analizuar në kuptim të evidentimit të shenjave të kufizimit të konkurrencës në treg si pasojë e sjelljes me planet tarifore që kjo ndërmarrje ofron dhe sjellja e kësaj ndërmarrje në lidhje me konkurrentët e saj lidhur me distributorët e kartave telefonike.
23. Klientët në Vodafone Club nxiten dhe mbahen në Club nëpërmjet tarifimit dhe ofertave shumë herë më avantazhuese brenda rrjetit (on-net) sesa jashtë rrjetit (off-net). Tentativa për të reduktuar çmimet përkundrejt operatorëve të tjerë mbetet simbolike dhe këto tarifa, të vëna në zbatim që prej Tetorit 2012, nuk reflektojnë absolutisht reduktimet në tarifat e terminimit nga ana e operatorëve të tjerë.
24. Rrjedha e fluksit të trafikut drejt on-net (ku Vodafone 95% të thirrjeve të tij i ka brenda rrjetit) është rezultat i zbatimit të diferencimit të tarifave midis praktikave për thirrjet on-net dhe off-net. Rrjedhja e fluksit të trafikut on-net (Vodafone zotëron 51% të thirrjeve on-net/totalin e thirrjeve on-net të të gjithë operatorëve) ka prirje për të zvogëluar pjesët e tregut të operatorëve më të vegjël.

#### **IV.2. Bonusi si politikë përjashtuese për konkurrentët**

25. Ndërmarrja me pozitë dominuese Vodafone, ka rritur përqindjen e bonusit që përfitohet nga pikat e shitjes së produkteve të operatorëve celularë. Ky bonus jepet vetëm me kushtin që t'i jepet përparësi ndërmarrjes Vodafone ndaj operatorëve të tjerë celularë, si dhe heqja e logove reklamuese të operatorëve të tjerë dhe vendosja në pikat e shitjes e vetëm logove të Vodafone.

#### **IV.2. Kufizimi i zgjedhjes konsumatore**

26. Operatori Vodafone ka ofruar një shërbim në kuadrin e ofertave promovionale për planet tarifore me parapagesë "oferta e portabilitetit për klientët me parapagesë" që përfshin komunitetin e Vodafone Club dhe Planin tarifor Vodafone card. Në bazë të këtyre ofertave klientet Vodafone Club do të përfitojnë me shumë trafik dhe shërbime celulare me një çmim më të ulët me qëllim për t'i mbajtur brenda rrjetit. Vodafone për uljet e përfuara nga klienti gjatë kohës që është përdorur shërbimi, i kërkon kompensim nëse klienti do të kalojë në një operator tjetër.
27. Në këtë mënyrë tërhiqen klientë të rinj dhe brenda rrjetit, duke ofruar për klientët tarifa më të ulëta, sesa çmimet që u ofrohen klientëve aktualë të Vodafone, për të rritur kështu pjesën e tregut të Vodafone në raport me operatorët e tjerë.
28. Referuar analizës së mësipërme, rezulton se ka shenja të kufizimit të konkurrencës si pasojë e sjelljes së ndërmarrjes me pozitë dominuese në tregun përkatës

Vodafone Albania, në kuptim të nenit 9, pika 1 dhe 2 të Ligjit Nr. 9121, datë 28.07.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, i ndryshuar.

### **PËR KËTO ARSYE:**

Komisioni i Konkurrencës, në mbështetje të nenit 24, (shkronja d) dhe nenit 43, pika 1, të Ligjit Nr. 9121, datë 28.7.2003 “Për mbrojtjen e konkurrencës”, si dhe në nenin 12 të Rregullores “Për funksionimin e Autoritetit të Konkurrencës”,

### **V E N D O S I:**

- I. Hapjen e procedurës së hetimit të thelluar ndaj ndërmarrjes Vodafone Albania Sha, në tregun e telefonisë celulare me pakicë.
- II. Hetimi i thelluar të përfshijë periudhën kohore nga 01.01.2011 deri në 31.12.2012.
- III. Procedurat e hetimit të thelluar duhet të përfundojnë jo më vonë se 6 muaj nga data e marrjes së këtij vendimi.
- IV. Ngarkohet Sekretari i Përgjithshëm për zbatimin e këtij vendimi dhe njoftimin e palëve të përfshira në këtë hetim.

Ky vendim hyn në fuqi menjëherë.

### **KOMISIONI I KONKURRENCËS**

**Servete GRUDA**

( \_\_\_\_\_ )  
**Anëtar**

**Koço BROKA**

( \_\_\_\_\_ )  
**Anëtar**

**Iva ZAJMI**

( \_\_\_\_\_ )  
**Anëtar**

**Rezana KONOMI**

( \_\_\_\_\_ )  
**Zv. Kryetar**

**Lindita MILO (LATI)**

\_\_\_\_\_  
**K R Y E T A R**