

Manual

Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Shënim

Projekti “Nxitja e zbatimit të ligjit, politikës së konkurrencës dhe e kulturës së konkurrencës në Shqipëri” synon të forcojë zbatimin efektiv të ligjit të konkurrencës dhe të promovojë një kulturë përputhshmërie me rregullat e konkurrencës ndërmjet institucioneve publike dhe aktorëve të sektorit privat në Shqipëri. I zbatuar nga UNCTAD në bashkëpunim me Autoritetin e Konkurrencës, ky projekt kontribuon në rritjen e efikasitetit të tregut, mirëqenies së konsumatorit dhe zhvillimit ekonomik të qëndrueshëm.

Një përbërës kyç i projektit është ngritja e kapaciteteve dhe mbrojtja e konkurrencës, përfshirë organizimin e trajnimeve të specializuara për gjyqtarët dhe nëpunësit publikë, si dhe aktivitete të ndërgjegjësimit të biznesit.

Si pjesë e përpjekjeve për mbrojtje dhe informim, projekti ka hartuar manuale sektoriale të përputhshmërisë me ligjin e konkurrencës për sektorët e telekomunikacioneve dhe të shëndetësisë. Këto manuale ofrojnë udhëzime praktike për kompanitë mbi identifikimin dhe parandalimin e sjelljeve antikonkurrese, zbatimin e programeve të brendshme të përputhshmërisë dhe përafrimin e praktikave të biznesit me standardet kombëtare dhe ndërkombëtare.

Manualet janë rezultat i mbi 30 intervistave me aktorë shqiptarë, përfshirë përfaqësues nga institucionet publike, shoqatat e biznesit, ndërmarrjet private, juristët dhe akademikët, duke garantuar që rekomandimet të pasqyrojnë realitetet dhe sfidat specifike të secilit sektor.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Falënderime

Ky manual u hartua dhe koordinua nga Valentina Rivas, Oficere e Menaxhimit të Programeve, nën udhëheqjen dhe drejtimin e Teresa Moreira, Shefe e Degës për Politikën e Konkurrencës dhe të Mbrojtjes së Konsumatorit, në Divizionin për Mallrat dhe Tregtinë Ndërkombëtare, Konferenca e Kombeve të Bashkuara për Tregtinë dhe Zhvillimin (UNCTAD), me kontributin e çmuar të Iratxe Gurpegui, Eksperte për Përputhshmërinë, dhe Mimoza Kodhelaj, Autoriteti i Konkurrencës, në kuadër të projektit të bashkëpunimit teknik “Nxitja e zbatimit të ligjit, politikës së konkurrencës dhe e kulturës së konkurrencës në Shqipëri.”

UNCTAD shpreh mirënjohjen e saj për bashkëpunimin dhe mbështetjen e Autoritetit të Konkurrencës dhe palëve të tjera kombëtare që kontribuan përmes konsultimeve dhe pjesëmarrjes në aktivitetet e projektit.

UNCTAD shpreh gjithashtu mirënjohjen e saj për mbështetjen financiare të ofruar nga Banka Evropiane për Rindërtim dhe Zhvillim (BERZH) dhe Sekretariati Shtetëror Zviceran për Çështjet Ekonomike (SECO), të cilat mundësuan zbatimin e këtij projekti.

Më shumë informacion mbi projektin mund të gjendet në: <https://unctad.org/project/fostering-competition-law-and-policy-and-competition-culture-albania>. (email: ccpb@unctad.org)



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

State Secretariat for Economic Affairs SECO



European Bank
for Reconstruction and Development



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Parathënie

Ky manual ofron këshilla praktike për operatorët e telekomunikacioneve në Shqipëri, në veçanti për ata që operojnë në tregjet e telekomunikacioneve celulare, mbi mënyrën se si të zbatojnë programe efektive të përputhshmërisë me rregullat e konkurrencës. Ai fokusohet në mënyrën e menaxhimit të përputhshmërisë me ligjin e konkurrencës dhe përputhshmërisë me rregulloret specifike të sektorit, të cilat bazohen kryesisht në parimet e ligjit të konkurrencës. Gjithashtu, manuali ofron rekomandime praktike të përshtatura për sektorin dhe kontekstin e tregut mbi mënyrën se si të parandalohen dhe zbulohen shkeljet e ligjit të konkurrencës.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

!?! Keqkuptime të zakonshme mbi përputhshmërinë me konkurrencën

- “A na prek vërtet ligji i konkurrencës? Ne jemi një sektor i rregulluar.”
- “A jemi të detyruar me ligj të hartojmë dhe zbatojmë një program përputhshmërie? Kjo është e kushtueshme, kërkon kohë dhe tashmë shpenzojmë shumë burime për t’u përmbajtur rregullave sektoriale.”
- “A ia vlen? Sipas mendimit tim, nuk ka sjellje antikonkurrese në sektorin tonë, sepse ne monitorohemi nga rregullatori i telekomunikacioneve, AKEP.”

Por....



Pse përputhshmëria është e rëndësishme

“Operatorët e telekomunikacioneve mbajnë përgjegjësi për sjelljet antikonkurrese edhe nëse përmbushin rregullat sektoriale.”

“Investitorët dhe partnerët e biznesit kërkojnë informacion mbi masat që janë zbatuar për të parandaluar shkeljet e konkurrencës.”

“Operatorë të tjerë të telekomunikacioneve janë sanksionuar në nivel të BE-së dhe ne jemi nën hetim nga Autoriteti Shqiptar i Konkurrencës (AK).”

Operatorët e telekomunikacioneve nuk kanë detyrim ligjor për të hartuar dhe zbatuar një program përputhshmërie me konkurrencën, por kjo mund të jetë në interesin e tyre sepse:

- Një program i fortë përputhshmërie ndihmon në ndërtimin e besimit me investitorët, partnerët e biznesit dhe rregullatorin.
- Ka ndikim pozitiv në reputacionin e kompanisë dhe si rrjedhojë, në ruajtjen e klientëve.
- Rrit aftësinë për të tërhequr talente, pasi stafi ndjehet më i përkushtuar ndaj kompanive që kanë vlera, si respektimi i një fushe loje të ndershme, dhe që veprojnë në përputhje me to.
- Pasojat e shkeljeve të ligjit të konkurrencës mund të jenë shumë të kushtueshme (gjobat e larta, dëmshpërblimet civile, gjobat individuale, etj.) dhe po, kompanitë e rregulluara sektorialisht mbajnë gjithashtu përgjegjësi për shkelje të ligjit të konkurrencës.
- Siguron kuptimin e plotë të rrezikut të kompanisë për vendimarrje.
- Garanton që të gjitha departamentet të zbatojnë rregullat e konkurrencës në mënyrë të qëndrueshme dhe koherente.



1. Çfarë është ligji i konkurrencës dhe si ndërvepron ai me rregullat e telekomunikacioneve?

1.1 Ndërturja midis ligjit të konkurrencës dhe rregullave të telekomunikacioneve

Rregullimi i sektorit të telekomunikacioneve ka për qëllim vendosjen e rregullave dhe detyrimeve për ndërmarrjet me fuqi të konsiderueshme në treg, për të parandaluar shfaqjen e sjelljeve antikonkurruese.

Në sektorin e telekomunikacioneve, rregullatorët shpesh miratojnë rregulla të projektuara për të rritur konkurrencën në treg. Për shembull, ata mund të kërkojnë nga operatori ekzistues (incumbent) që t'u japë akses të drejtë operatorëve të rinj në infrastrukturën e tij ekzistuese të rrjetit. Edhe pse rregullat e telekomunikacioneve bazohen në parimet e ligjit të konkurrencës dhe synojnë të parandalojnë sjelljet antikonkurruese, ato nuk mund të parashikojnë dhe parandalojnë çdo shkelje të mundshme të konkurrencës. Si pasojë, ligji i konkurrencës vazhdon të zbatohet sa herë që një operator telekomunikacionesh ka sjellje antikonkurruese, pavarësisht masave parandaluese të përcaktuara nga rregullimi sektorial.

Prandaj, operatorët e telekomunikacioneve nuk mund të mbështeten vetëm te përputhshmëria me rregullimin sektorial; respektimi i ligjit të konkurrencës duhet të jetë gjithashtu një pjesë themelore e strategjisë së tyre të biznesit.

1.2 Baza e ligjit të konkurrencës

Ashtu si rregullimi i sektorit të telekomunikacioneve, ligji i konkurrencës mbron procesin konkurrues (d.m.th. një fushë loje të drejtë). Ai nuk synon të mbrojë kompani apo konkurrentë të veçantë, por funksionimin e lirë dhe efektiv të tregut.

Duke mbrojtur procesin konkurrues, rregullat e konkurrencës maksimizojnë mirëqenien e konsumatorëve, që do të thotë:

- **Çmime më të ulëta për të gjithë:** Kompanitë synojnë të shesin sa më shumë që të jetë e mundur dhe mund të rrisin shitjet duke ulur çmimet.
- **Cilësi më e mirë:** Bizneset mund të tërheqin më shumë klientë dhe të zgjerojnë pjesën e tyre të tregut duke përmirësuar cilësinë e produkteve dhe shërbimeve të tyre. Cilësia mund të nënkuptojë: produkte që zgjasin më shumë ose funksionojnë më mirë, shërbim më të mirë pas shitjes apo mbështetje teknike, ose një shërbim më miqësor dhe më të mirë.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- **Më shumë zgjedhje:** Në një treg konkurrues, bizneset përpiqen ta bëjnë produktin e tyre të dallohet nga të tjerët. Kjo sjell më shumë mundësi zgjedhje për konsumatorët, duke i lejuar ata të zgjedhin produktin që ofron balancën më të mirë midis çmimit dhe cilësisë.
- **Inovacion:** Për të prodhuar produkte të reja dhe më të mira, bizneset duhet të jenë inovatore në konceptet e produkteve, dizajn, teknika prodhimi dhe shërbime, ndër të tjera.
- **Konkurrentë më të fortë në tregjet ndërkombëtare:** Konkurrenca brenda tregjeve kombëtare ndihmon kompanitë vendase të bëhen më të forta edhe jashtë vendit - dhe të mund të përballen me konkurrentë globalë.

Në Shqipëri, konkurrenca rregullohet nga Ligji nr. 9121/2003, “Për Mbrojtjen e Konkurrencës”, i miratuar për herë të parë në datë 28.07.2003, i ndryshuar për herë të fundit në datë 16.09.2010. Ky kuadër ligjor përputhet me parimet ndërkombëtare dhe të BE-së të së drejtës së konkurrencës, duke synuar nxitjen e efikasitetit të tregut dhe mbrojtjen e mirëqenies së konsumatorëve.

Sipas ligjit të konkurrencës, ekzistojnë disa lloje shkeljesh, përfshirë:

1.2.1 Marrëveshjet kufizuese horizontale – marrëdhënie të paligjshme të konkurrentëve

Marrëveshjet midis dy ose më shumë konkurrentëve (aktuale ose potenciale) janë të ndaluara kur qëllimi ose efekti i tyre është kufizimi i konkurrencës. Si rregull i përgjithshëm, marrëveshjet e mëposhtme midis konkurrentëve konsiderohen se kanë një qëllim ose efekt të tillë:

- Fiksimi i çmimeve ose përcaktimi i kushteve të dëmshme tregtare.
- Ndarja e tregut (produkteve, klientëve ose zonave gjeografike) apo burimeve të furnizimit.
- Kufizimi i prodhimit, kapaciteteve, investimeve ose zhvillimit teknik.
- Bojkotimi i një furnizuesi, klienti ose partneri tregtar.

Për qëllime të konkurrencës, termi “marrëveshje” është shumë i gjerë. Ai nuk përfshin vetëm një marrëveshje të formalizuar me shkrim (p.sh. një kontratë ose një letër-qëllimi), por edhe një deklaratë me gojë të qëllimeve, një marrëveshje verbale, “marrëveshje xhentëlmenësh¹”, një marrëveshje të heshtur (p.sh. përmes shkëmbimit të mendimeve apo informacionit), ose një sjellje të njëjte dhe përfundimtare nga dy ose më shumë palë.

¹ “gentlemen's agreements”



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

1.2.2 Marrëveshjet kufizuese vertikale – marrëdhëniet midis shpërndarësve, furnitorëve dhe prodhuesve

Marrëveshjet vertikale janë marrëveshje midis kompanive që operojnë në nivele të ndryshme të prodhimit, shpërndarjes ose zinxhirit të furnizimit - për shembull midis prodhuesve dhe shitësve me pakicë, ose midis furnitorëve dhe shpërndarësve.

Jo të gjitha marrëveshjet vertikale janë të paligjshme - vetëm ato që synojnë të kufizojnë konkurrencën janë problematike. Prandaj, vlerësimi i efekteve pro-konkurruese dhe antikonkurruese të marrëveshjeve vertikale është një proces kompleks dhe duhet bërë rast pas rasti.

Në përgjithësi, marrëveshjet vertikale ku pjesa e tregut e furnitorit dhe e blerësit tejkalon 30% mund të konsiderohen të dëmshme dhe duhet të vlerësohen me kujdes. Për më tepër, ligji i konkurrencës ndalon marrëdhëniet vertikale që përfshijnë kufizime të rënda ("hard-core restrictions"), si për shembull:

- **Mbajtja e çmimit të rishitjes (RPM Resale Price Maintenance)** - kur punohet me shpërndarës ose shitës të tjerë të palëve të treta, ligjet e konkurrencës zakonisht u ndalojnë kompanive të përcaktojnë çmimet e rishitjes për produktet ose shërbimet e tyre për klientët fundorë. Lejohen vetëm çmimet maksimale ose çmimet e rekomanduara.
- **Kufizimet e shitjeve ndaj klientëve të caktuar ose në terriore të veçanta** – në përgjithësi, dhe me disa përjashtime të kufizuara, rregullat e konkurrencës u ndalojnë furnitorëve të vendosin kufizime mbi klientët ose terrioret ku një shpërndarës mund të rishesë produktet e tij.
- **Parandalimi i përdorimit efektiv të internetit** – në përgjithësi, dhe me disa përjashtime të kufizuara, ligji i konkurrencës nuk lejon që furnizuesi të pengojë përdorimin efektiv të internetit nga ana e blerësve ose e klientëve të tij në shitjen e mallrave ose shërbimeve.

1.2.3 Abuzimi me pozitën dominuese

Ligji për mbrojtjen e konkurrencës ndalon ndërmarrjet me pozitë dominuese në tregun përkatës, të kryejnë praktika që mund të shtrembërojnë konkurrencën.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Një ndërmarrje me pozitë dominuese mund të ndikojë kushtet e tregut si: - çmimet, prodhimin ose inovacionin - pa pasur nevojë të koordinojë sjelljen e saj me aktorët e tjerë në treg. Ekzistenca e pozitës dominuese varet nga kombinimi i disa faktorëve, të cilët në se konsiderohen veçmas, nuk janë domosdoshmërisht përcaktues:

- **Ekzistenca e pjesëve të mëdha të tregut.** Në veçanti, kjo ndodh kur një ndërmarrje ose aktor tjetër tregu zotëron një pjesë tregu prej 40% ose më shumë.²
- **Ekzistenca e pengesave për zgjerimin dhe hyrjen në treg,** që parandalon konkurrentët të zgjerojnë aktivitetet në treg ose pengojnë konkurrentët potencialë të hyjnë në treg.³ Pengesa të zgjerimit apo hyrjes, konsistojnë për shembull në ekzistencën e tarifave ose kuotave, rregullime për sektorët specifike, kërkesa për licencim, kërkesa për autorizim, të drejta të pronësisë intelektuale, rrjet i konsoliduar shpërndarjeje dhe shitjesh, ekonomi të shkallës, integrim vertikal, aksesin në lëndë të para thelbësore ose kosto të larta fikse (sunk costs).
- **Klientë me fuqi kundërvepruese blerjeje.** Fuqia kundërveruese e blerësve mund të pengojë një ndërmarrje me pjesë të lartë tregu të veprojë në mënyrë të pavarur nga klientët.

Referuar ligjit të konkurrencës pozita dominuese nuk është e paligjshme. Por, kur një ndërmarrje e përdor këtë pozitë dominuese për të eliminuar konkurrencën, për të shfrytëzuar klientët ose për të penguar të tjerët të hyjnë në treg, kjo konsiderohet abuzim.

Këtu paraqiten disa nga mënyrat e abuzimit me pozitën dominuese:

- **Çmime të tepruara/eksesive ose grabitqare:** Një ndërmarrje mund të vendosë në mënyrë të paarsyeshme çmime jashtëzakonisht të larta për të nxjerrë fitime të pajustificuara; ose, përkundrazi, çmime shumë të ulëta për të nxjerrë konkurrentët nga tregu (të njohura si predatory pricing), me synimin për t'i rritur ato më vonë pasi konkurrenca të jetë dobësuar ose eliminuar.
- **Marrëveshje ekskluzive dhe zbritje/rabate besnikërie:** Ndërmarrjet dominuese mund të lidhin klientët me marrëveshje ekskluzive ose t'u ofrojnë zbritje të kushtëzuara me blerje ekskluzive ose kryesisht nga ato. Kjo praktikë mund të kufizojë aksesin e konkurrentëve në treg.

² Udhezimi mbi zbatueshmërinë e neneve 8 dhe 9 të Ligjit nr. 9121, datë 23.07.2003, "Për mbrojtjen e konkurrencës"; Guidance on the Commission's enforcement priorities in the application of Article 82 of the EU Treaty to abusive conduct by dominant undertakings (2009/C 45/02), OJ C 45, 24.2.2009, fq. 7–20. Dostupne në: https://caa.gov.al/ep-content/uploads/2023/05/Udhezimi_per_poziten_dominuese.pdf

³ Vendimi i datës 14 shkurt 1978, *United Brands and United Brands Continental v Commission*, Case 27/76, EU:C:1978:22, EU:C:1978:22, paragrafët 122 dhe 124; Vendimi i datës 13 shkurt 1979, *Hoffmann-La Roche kundër Komisionit*, Çështja 85/76, EU:C:1979:36



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- **Refuzimi për të ofruar:** Një ndërmarrje dominuese mund të refuzojë të ofrojë produkte ose shërbime thelbësore për konkurrentët ose t'i shesë ato me çmime padrejtësisht të larta.
- **Produktet e lidhura (Tying and bundling):** Kjo ndodh kur një ndërmarrje detyron blerësit të blejnë një produkt dytësor kur blejnë produktin kryesor.
- **Kufizimi i prodhimit ose zhvillimit:** Një ndërmarrje dominuese mund të kufizojë prodhimin, furnizimin ose zhvillimin teknologjik për të fituar avantazh, duke ndikuar negativisht në inovacionin dhe zgjedhjen e konsumatorëve.



2. Çfarë është përputhshmëria (compliance)?

Përputhshmëria përfshin të gjitha veprimet që një ndërmarrje ndërmerr rreth tre shtyllave themelore: parandalimit, zbulimit dhe korrigjimit të shkeljeve.

- **Parandalimi** përfshin të gjitha iniciativat që synojnë vendosjen e politikave të qarta dhe ndërtimin e një kulture të përputhshmërisë brenda organizatës, për të penguar shkeljet e mundshme përpara se ato të ndodhin.
- **Zbulimi.** “Rreziku zero” nuk ekziston, dhe shkeljet mund të ndodhin pavarësisht përpjekjeve parandaluese. Prandaj, përputhshmëria duhet të përfshijë gjithashtu mekanizma për zbulimin e çdo sjelljeje të gabuar.
- **Korrigjimi.** Përputhshmëria duhet të shërbejë gjithashtu për korrigjimin e problemeve të identifikuara, përmirësimin e politikave dhe marrjen e masave për të minimizuar dëmin.

Për shumë ndërmarrje, përputhshmëria shkon përtej respektimit të ligjit, ajo përfshin gjithashtu angazhimin ndaj etikës së biznesit, integritetit dhe qëndrueshmërisë.

Sipas praktikave më të mira, udhëzimeve të autoriteteve të konkurrencës dhe standardeve ndërkombëtare, një program efektiv përputhshmërie duhet të përfshijë disa elemente kyçe. Megjithatë, nuk ekziston një qasje unike që i përshtatet të gjithëve; një program i përputhshmërisë i hartuar për një ndërmarrje mund të mos jetë efektiv për një ndërmarrje tjetër. Një program përputhshmërie duhet të përshtatet me kalimin e kohës me kontekstin dhe rreziqet e një ndërmarrje. Prandaj, hapi i parë në krijimin dhe zbatimin e një programi të përshtatur është vlerësimi i rrezikut.

Elementet e një programi të përputhshmërisë janë si më poshtë:⁴

- **Vlerësimi i rrezikut.** Një ndërmarrje duhet të identifikojë dhe vlerësojë rreziqet e përputhshmërisë duke marrë parasysh ndikimin e mundshëm të tyre në aktivitetet e ndërmarrjes. Vlerësimet e rrezikut duhet të rishikohen rregullisht, veçanërisht kur ndërmarrja hyn në një treg të ri. Ndërmarrjet duhet të përcaktojnë prioritetet e rreziqeve, veprimet e duhura për trajtimin e tyre (zbutje, pranim, shmangie, transferim) dhe të caktojnë përgjegjësitë për njësitë dhe individët. Kjo mundëson ndërmarrjen të alokojë burimet në mënyrë efektive, të adresojë cenueshmëri specifike dhe të zbatojë masat e synuara.

⁴ OECD (2021), *Competition Compliance Programmes*, OECD Competition Committee Discussion Paper, https://ëëë.oecd.org/en/publications/2021/10/competition-compliance-programmes_2c1675af.html.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- **Toni pozitiv nga drejtuesit e lartë.** Programet efektive të përputhshmërisë kërkojnë mbështetje të qartë dhe të dukshme nga drejtuesit më të lartë të kompanisë – përfshirë Presidentin, Bordin Drejtues dhe Drejtorin Ekzekutiv. Angazhimi i burimeve në programin e përputhshmërisë, duhet të kryhet nga një person i autorizuar. Kur drejtuesit tregojnë mbështetje dhe i japin rëndësi përputhshmërisë, ata inkurajojnë punonjësit të respektojnë politikat dhe praktikatat e vendosura.
- **Politika të qarta dhe kontrole.** Ndërmarrja duhet të vendosë udhëzime dhe rregulla të brendshme mbi mënyrën e kryerjes së proceseve të biznesit dhe menaxhimit e marrëdhënieve me palët e interesit (përfshirë klientët, konkurrentët, furnitorët dhe shpërndarësit) për të shmangur shkeljet e ligjit të konkurrencës dhe sjelljet joetike.
- **Trajnimi dhe komunikimi.** Trajnimi i detyrueshëm për përputhshmëri është një komponent thelbësor i çdo programi efektiv. Ai duhet të jetë i detyrueshëm për të gjithë punonjësit në pozicione me rreziqe të identifikuar, si edhe pjesë e trajnimit fillestar për punonjësit e rinj. Programi i trajnimit duhet të përshtatet sipas profilit të rrezikut të ndërmarrjes. Përveç trajnimit, ndërmarrja dhe drejtuesit duhet të komunikojnë rregullisht mbi angazhimin e tyre ndaj përputhshmërisë dhe të mbajnë një politikë të “tolerancës zero” ndaj çdo shkeljeje të ligjit të konkurrencës. Përputhshmëria me ligjin e konkurrencës mund të jetë e ndërlikuar dhe ndërmarrjet shpesh caktojnë një person kontakti përmes të cilit stafi mund të ngrejë shqetësime ose pyetje në lidhje me vendimet dhe praktikatat e biznesit, të cilat duhet të jenë në përputhje me rregullat e konkurrencës.
- **Sinjalizimi (Whistleblowing).** Kompania duhet të krijojë kushte sinjalizimi ku stafi dhe grupet e interesit të raportojnë në konfidencialitet mbi dyshimet për shkelje të ligjit të konkurrencës. Programi, për personat që raportojnë shkeljet e mundshme duhet të krijojë mbrojtje të vecantë.
- **Disiplina.** Organizata duhet të miratojë rregullore, procedura dhe sanksione për sjellje antikonkurruese. Masat disiplinore për të adresuar shkeljet e politikave të përputhshmërisë duhet të zbatohen në mënyrë të qëndrueshme.
- **Auditimi dhe vlerësimi.** Angazhimi ndaj përmirësimit të vazhdueshëm duhet të jetë në qendër të programit të përputhshmërisë. Monitorimi i rregullt është thelbësor për të siguruar që programi të mbetet i përditësuar, efektiv dhe në përputhje me objektivat e tij kryesore. Efektiviteti i programit mund të vlerësohet përmes sondazheve, vlerësimeve të trajnimeve dhe intervistave me personel kyç, për të matur njohuritë dhe qëndrimet e tyre ndaj përputhshmërisë dhe sjelljeve të paligjshme.



3. Pse operatorët e telekomunikacioneve duhet të kenë një program përputhshmërie me konkurrencën?

Përfitimet nga hartimi dhe zbatimi i një programi të përputhshmërisë me konkurrencën për operatorët e telekomunikacioneve janë si më poshtë:

- **Ndërtimi dhe ruajtja e besimit me investitorët.** Një sistem i fortë përputhshmërie tregon angazhimin e kompanisë ndaj praktikave etike të biznesit dhe respektimit të ligjit të konkurrencës, duke reduktuar rrezikun e ndëshkimeve ligjore dhe dëmtimin e reputacionit. Kjo qasje proaktive siguron investitorët dhe partnerët e biznesit se operatori po i menaxhon rreziqet në mënyrë efektive, gjë që forcon besimin në stabilitetin dhe qëndrueshmërinë afatgjatë të ndërmarrjes. Një histori e provuar e përputhshmërisë mund të rrisë besueshmërinë e ndërmarrjes në tregjet financiare, duke tërhequr investime të reja, si edhe partneritete të reja biznesi.
- **Ndërtimi i një reputacioni të konsoliduar.** Zbatimi i një programi përputhshmërie me konkurrencën rrit ndjeshëm reputacionin e ndërmarrjes duke treguar angazhimin ndaj praktikave të ndershme dhe etike të biznesit. Kjo forcon besimin te klientët, të cilët kanë më shumë gjasa të qëndrojnë besnikë ndaj një marke që perceptohet si e përgjegjshme dhe transparente.
- **Ndërtimi i besimit me rregullatorin sektorial.** Si njësi ekonomike të mirërregulluara, ndërmarrjet e telekomunikacioneve ndërveprojnë rregullisht me autoritetin rregullator sektorial. Një program i fortë përputhshmërie, që jo vetëm siguron respektimin e rregullave sektoriale, por edhe parandalon proaktivisht shkeljet e mundshme të ligjit të konkurrencës, ndihmon në ndërtimin dhe ruajtjen e një marrëdhënieje besimi me rregullatorin. Kjo mund të çojë në bashkëpunim më konstruktiv dhe në një proces rregullator më të qetë dhe efikas.

Një arsye tjetër për të zhvilluar dhe zbatuar një program përputhshmërie qëndron në faktin se shkeljet e ligjit të konkurrencës mund të jenë shumë të kushtueshme. Për shembull:

- **Gjobat** mund të arrijnë deri në 10% të xhiros vjetore të vitit paraardhës financiar.





Shembuj të operatorëve të telekomunikacioneve të gjobitur për sjellje antikonkurruese

Telefónica dhe Portugal Telecom

Në janar 2013, Komisioni Evropian vendosi gjoba prej 66 894 000 euro për Telefónica-n dhe 12 146 000 euro për Portugal Telecom, pasi ato kishin përfshirë në një kontratë një klauzolë që ndalonte konkurrencën ndërmjet tyre në tregjet e telekomunikacioneve në Gadishullin Iberik, duke shkelur rregullat e BE-së për konkurrencën.

Slovak Telekom

Në tetor 2014, Komisioni Evropian vendosi një gjobë prej 38 838 000 euro ndaj Slovak Telekom a.s. dhe kompanisë mëmë Deutsche Telekom AG, për abuzim me pozitën dominuese për më shumë se pesë vjet, duke përjashtuar konkurrentët nga tregu slovak i shërbimeve broadband, në kundërshtim me rregullat antikartel të BE-së. Në veçanti, Komisioni konstatoi se Slovak Telekom kishte refuzuar t'u siguronte “unbundled access” në rrjetin lokal konkurrentëve dhe kishte aplikuar një ngjeshje të fitimeve (margin squeeze) ndaj operatorëve alternativë.

Burimet: Komisioni Evropian, Vendimet AT.39839 dhe AT.39523

<https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.39839>

<https://competition-cases.ec.europa.eu/cases/AT.39523>

Abuzim me pozitën dominuese në tregun e telefonisë celulare (2004–2005)

Në vitin 2007, Autoriteti Shqiptar i Konkurrencës (AK) përfundoi hetimin e tij mbi abuzimin me pozitën dominuese në tregun e telefonisë celulare, që përfshinte dy operatorët: AMC dhe Vodafone. Hetimi, i nisur në shtator 2005, konstatoi se të dy kompanitë kishin pozitë dominuese dhe kishin abuzuar me këtë pozitë gjatë viteve 2004–2005 duke aplikuar praktika çmimesh të padrejta.

Duke përdorur një sërë testesh analitike - përfshirë krahasime çmimesh me vlerën e produktit dhe krahasime ndërkombëtare (benchmarks), AK përcaktoi se çmimet e aplikuara ishin të pajustificuara dhe pa arye shumë të larta në raport me kushtet normale të konkurrencës.

Komisioni i Konkurrencës vendosi gjoba si më poshtë:

- Për AMC, në masën 2% të xhiros së saj në tregun përkatës për vitin 2005 (211,552,000 lekë ~ 1,711,245 euro);
- Për Vodafone Albania, në masën 2% të xhiros së saj për vitin 2005 (242,633,000 lekë ~ 1,962,660 euro).

Burimi: Autoriteti i Konkurrencës, Raporti Vjetor 2007. <https://caa.gov.al/ep-content/uploads/2023/05/raporti-2007.pdf>



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- Sanksione ndaj individëve deri në 5 milionë lekë.⁵
- **Dëmshpërblime civile për sjellje antikonkurruese.** Çdo person ose ndërmarrje që është dëmtuar nga një sjellje antikonkurruese mund të kërkojë dëmshpërblim në gjykatën kompetente ndaj një ndërmarrjes që është dënuar nga Autoriteti i Konkurrencës për shkelje të ligjit të konkurrencës.

⁵ Sipas nenit 78 të Ligjit shqiptar për mbrojtjen e konkurrencës, Komisioni mund të vendosë gjoba ndaj individëve deri në 5 milionë lekë, nëse ata, me dashje ose nga pakujdesia, kryejnë ose bashkëpunojnë në kryerjen e veprimeve të sanksionuara në përputhje me nenin 73, paragrafi 1 dhe nenin 74, paragrafi 1.



4. Cila është politika e Autoritetit të Konkurrencës për programet e përputhshmërisë?

Autoriteti i Konkurrencës (AK) e vlerëson pozitivisht miratimin e programeve të përputhshmërisë me konkurrencën nga bizneset. Referuar praktikave të autoriteteve të konkurrencës në BE, AK publikoi në vitin 2017 një program që inkurajon ndërmarrjet të krijojnë programe në përputhshme me rregullat e konkurrencës.⁶ Ai ofron një sërë këshillash praktike për hartimin dhe zbatimin e masave efektive të përputhshmërisë. Manuali i përputhshmërisë ofron këshilla praktike mbi mënyrën e përshtatjes së programeve të përputhshmërisë me rreziqet që mund të hasin operatorët e telekomunikacioneve lidhur me konkurrencën.⁷

AK nuk ofron imunitet ose ulje gjjobash vetëm për shkak të miratimit të një programi përputhshmërie, siç mund të jetë rasti në juridiksione të tjera. Përkundrazi, AK beson se shpërblimi për një program përputhshmërie të mirëzbatuar qëndron në zbulimin e hershëm të sjelljeve antikonkurruese dhe mundësinë që ndërmarrjet të përfitojnë nga programi i lehtësimit nga gjjobat (leniency) për të marrë imunitet të plotë ose ulje të gjjobës. Kjo qasje është përafëruar me politikën e miratuar nga Komisioni Europian.

Programi i lehtësimit nga gjjobat (leniency) u mundëson ndërmarrjeve që janë pjesë e një marrëveshjeje midis konkurrentëve të përfitojnë imunitet ose reduktim të gjjobës, në këmbim të zbulimit të sjelljes antikonkurruese dhe bashkëpunimit me Autoritetin e Konkurrencës gjatë hetimit.

⁶ https://caa.gov.al/wp-content/uploads/2023/05/Programi_i_prputhshmrir_red.compressed.pdf Program i prputhshmrir me rregullat e konkurrencës

⁷ https://caa.gov.al/wp-content/uploads/2023/05/Programi_i_prputhshmrir_red.compressed.pdf



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve



PROGRAMI I LEHTËSIMIT NGA GJOBA

KUSH, PSE, ÇFARË, SI



Kush mund të aplikojë për programin e lehtësimit nga gjoba

Ndërmarrjet që marrin pjesë në marrëveshje të ndaluara



Pse duhet të aplikoni për programin e lehtësimit nga gjoba

- Imunitet i plotë për aplikuesin e parë dhe që nuk është lider i kartelit
- Reduktim të gjobës (50% deri 20%)



Cfarë nevojitet për aplikimin e lehtësimit nga gjoba

- Aplikim përpara se të ketë filluar procedura e hetimit nga Autoriteti
- Vënia menjëherë në dispozicion e provave kur Komisioni i Konkurrencës nuk disponon prova të mjaftueshme,



Si të aplikosh për programin e lehtësimit nga gjoba

- Nëpërmjet faqes zyrtare www.caa.gov.al
- Email : competition@caa.gov.al
- Telefon : +355 4 22 34 504



5. Cilat janë rreziqet e përputhshmërisë me rregullat e konkurrencës për operatorët e telekomunikacioneve?

5.1. Dinamika konkurruese në sektorin shqiptar të telekomunikacioneve

Sektori i telekomunikacioneve në Shqipëri ka kaluar nga një monopol shtetëror në një treg të liberalizuar në fillim të viteve 2000 dhe që prej asaj kohe rregullohet nga legjislacioni sektorial dhe mbikëqyret nga AKEP, autoriteti rregullator i telekomunikacioneve.

Tregjet fikse dhe celulare në Shqipëri paraqesin dinamika konkurruese shumë të ndryshme, çka ka ndikim të drejtpërdrejtë në mënyrën se si duhet projektuar dhe zbatuar një program përputhshmërie me konkurrencën. Tregu i internetit fiks dhe të gjerë (broadband) është i fragmentuar, me më shumë se 250 ofrues lokalë të shërbimeve të internetit (ISP) të licencuar nga AKEP. Tregu i shërbimeve celulare është i përqendruar vetëm në dy operatorë.

Në vitin 2016 ekzistonin katër operatorë celularë. Njëri prej tyre falimentoi në vitin 2017. Në vitin 2022, dy operatorë (One Telecommunications dhe Albtelecom) u përqendruan, duke krijuar operatorin e dytë më të madh në treg (One Albania). Ky përqendrim u miratua nga Autoriteti i Konkurrencës me angazhime në formën e detyrimeve, ndër të cilat One Albania ka detyrimin të garantojë akses në infrastrukturën e saj për Operatorët Virtualë të Rrjeteve Celulare (MVNO).⁸ Deri më tani, nuk është paraqitur asnjë kërkesë për licencim MVNO.

Aktualisht, dy operatorët kryesorë celularë zotërojnë pjesë shumë të ngjashme në tregun e shërbimeve celulare.⁹

Operatori	Pjesa e SIM	Vëllimi i të dhënave	Përdoruesit e internetit	Pjesa e të ardhurave
Vodafone Albania	47%	54%	56%	56%
One Albania	53%	46%	44%	44%

⁸ Operatori Virtual i Rrjetit Mobil (MVNO) është një ofrues shërbimesh telekomunikacioni që u ofron klientëve shërbime celulare duke marrë me qira infrastrukturën e rrjetit nga një operator fizik ekzistues, pa zotëruar ose operuar vetë infrastrukturën e rrjetit radio.

⁹ Autoriteti i Rregullimit për Komunikimet Elektronike dhe Postare (AKEP), *Raporti Vjetor 2023*, disponueshëm në: <https://akep.al/ëp-content/uploads/2024/07/AKEP-RAPORTI-VJETOR-2023-FINAL.pdf>



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Sa i përket mbulimit të rrjetit, si Vodafone Albania ashtu edhe One Albania mbulojnë 99% të popullsisë me rrjetin 3G. Në lidhje me LTE (4G), rrjeti i Vodafone Albania mbulon 97% të territorit dhe 100% të popullsisë, ndërsa rrjeti i One Albania mbulon 96% të territorit dhe 99% të popullsisë.¹⁰

Të dy operatorët, Vodafone Albania dhe One Albania, janë gjithashtu të pranishëm dhe lider në tregun e internetit fiks broadband, me pjesë tregu deri në rreth 20%. Prania e tyre si në tregun e telekomunikacioneve fikse, ashtu edhe në atë celular, u mundëson atyre të ofrojnë paketa të kombinuara (multi-play) që përfshijnë shërbime fikse dhe celulare.

Për më tepër, One Albania është një nga dy ofruesit e aksesit në rrjetin broadband, në veçanti për akses në infrastrukturën e saj të fibrës optike të përdorur, duke zotëruar 76% të këtij tregu në vitin 2022.¹¹

Operatori	Pjesa e tregut (në bazë të abonentëve, 2023) ^a
One Albania	~22%
Vodafone Albania	~20%
A.S.C	~10%
Abissnet	~7%
Digicom	~5%
Nisatel	~4%
Të tjerë (OA)	~32%

^a Ibid

Tregu i telekomunikacioneve në Shqipëri karakterizohet nga pengesa të larta hyrje. Në tregjet e telekomunikacioneve fikse dhe celulare, operatorët e rinj përballen me kërkesa të konsiderueshme për investime kapitale dhe me procedura administrative të ngarkuara për ndërtimin e rrjeteve të tyre. Megjithatë, hyrja e operatorëve të rinj mund të lehtësohet në mënyrë efektive përmes aksesit në infrastrukturën ekzistuese.

¹⁰ Ibid

¹¹ Autoriteti i Rregullimit për Komunikime Elektronike dhe Postare (AKEP), *Analiza e Tregut me Shumicë për Broadband – Vendimi nr. 18, 09.07.2024*, prill 2024. Disponueshëm në: https://akep.al/wp-content/uploads/2024/07/AKEP-draft-BB-market-decision-EN-v2_8.4.2024.pdf



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Autoriteti i Konkurrencës (AK) ka ndërhyrë tashmë në tregun e telekomunikacioneve. Në janar 2025,¹² AK hapi një hetim për një marrëveshje të mundshme të ndaluar midis Vodafone Albania dhe One Albania lidhur me shërbimet e paketave me parapagesë. Në qershor 2024, AK nisi një hetim mbi ofrimin dhe aksesin në shërbimet e internetit në komplekset rezidenciale, me synimin për të shqyrtuar pretendimet se administratorët e ambienteve rezidenciale po kufizonin zgjedhjen e konsumatorëve duke kërkuar që banorët të lidhin kontrata ekskluzivisht me një ofrues të vetëm të shërbimit të internetit. Në vitin 2022,¹³ AK mori një vendim kundër Vodafone Albania për abuzim me pozitën dominuese në tregun me shumicë të terminimit ndërkombëtar të thirrjeve telefonike dhe e urdhëroi të mos: (i) vendosë çmime ose kushte tregtare të padrejta; (ii) kufizojë prodhimin, tregjet ose zhvillimet teknike; (iii) vendosë kushte diskriminuese; dhe (iv) zbatojë lidhje antikonkurruese të produkteve ose shërbimeve (tying).

5.2 Rreziqet e konkurrencës në tregjet e telekomunikacioneve celulare

Për shkak të numrit të kufizuar të operatorëve, tregu shqiptar i telekomunikacioneve celulare paraqet një rrezik të lartë për sjellje të bashkërenduara midis operatorëve me qëllim maksimizimin e fitimeve.

Karakteristika të tjera të tregut e bëjnë sjelljen e koordinuar edhe më të mundshme. Tregjet e telekomunikacioneve celulare paraqesin pengesa të larta hyrje, si nevoja për të siguruar licenca të kufizuara spektri, për të kaluar procedura të ndërlikuara rregullatore, si dhe për të bërë investime të mëdha në ndërtimin dhe mirëmbajtjen e infrastrukturës së rrjetit. Kjo do të thotë se vetëm disa operatorë të mëdhenj ekzistues, me burime financiare të konsiderueshme, mund të hyjnë dhe të konkurrojnë realisht në treg. Këta operatorë të konsoliduar gjithashtu gëzojnë pozita të forta të markës/brandit, të cilat operatorët e rinj do ta kishin të vështirë t'i arrinin.

Për më tepër, mungesa e operatorëve virtualë celularë (MVNO) dhe e çdo sfiduesi tjetër të besueshëm eliminon kërcënimin e konkurrencës potenciale. Me pak aktorë që janë të aftë ose të gatshëm të prishin status quo-në, operatorët ekzistues përballen me pak presion për të konkurruar në mënyrë agresive në çmim apo cilësi, gjë që e bën më të lehtë bashkërendimin e sjelljes.

Përveç kësaj, me pjesë tregu afër 40–50% në tregjet me pakicë dhe pozitë monopoliste në disa tregje me shumicë (për shembull, në terminimin me shumicë të thirrjeve), operatorët e telekomunikacioneve mund të kenë pozitë dominuese. Kjo situatë e veçantë, e kombinuar me pengesat e larta të hyrjes, rrit rrezikun e abuzimit me pozitën dominuese individuale ose kolektive në tregun shqiptar të telekomunikacioneve celulare.

¹² <https://caa.gov.al/vendosen-nen-hetim-paraprak-vodafone-albania-sha-dhe-one-albania-sha-ne-tregun-me-pakice-te-sherbimeve-celulare/>

¹³ <https://caa.gov.al/sot-ne-date-24-06-2022-komisioni-i-konkurrences-bazuar-ne-legjislacionin-per-konkurrencen-mori-vendimin-nr-894-date-24-06-2022-per-hapjen-e-procedures-se-hetimit-te-thelluar-ndaj-ndermarrjes-vod/>



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

Në veçanti, ofruesit e shërbimeve të telekomunikacioneve celulare në Shqipëri mund të shkelin, në mënyrë të pavetëdijshme ose të qëllimshme, ligjin e konkurrencës në disa mënyra. Rreziqet më të zakonshme të konkurrencës përfshijnë:

- **Refuzimi për të ofruar:** Operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare kontrollojnë aksesin në rrjetet e nevojshme për operatorët virtualë celularë (MVNO) për të ofruar shërbime me pakicë. Në këtë kontekst, operatorët nuk duhet të mohojnë aksesin në infrastrukturën thelbësore në mënyrë që të pengojnë hyrjen e konkurrentëve potencialë ose zgjerimin e atyre ekzistues.
- **Ngjeshja e çmimeve:** Operatorët e telekomunikacioneve që kontrollojnë infrastrukturën e domosdoshme nuk duhet të vendosin çmime të tilla të aksesit sa që konkurrentët, po aq eficientë, të mos jenë në gjendje të konkurrojnë në tregun me pakicë, për shkak të çmimeve me pakicë të aplikuara nga operatorët ekzistues.
- **Produktet e lidhura (Tying and bundling):** Operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare janë aktivë si në tregjet fikse, ashtu edhe në ato celulare, gjë që u mundëson të ofrojnë paketa të kombinuara që përfshijnë të dyja shërbimet. Edhe pse ofertat e tilla mund të sjellin eficientë në prodhim ose shpërndarje në përfitim të konsumatorëve, operatorët duhet të shmangin praktikën ku lidhja e produkteve (kushtëzimi i blerjes së shërbimeve celulare me blerjen e shërbimeve fikse) ose berja bashke në formë pakete të shërbimeve (ofrimi i të dyja shërbimeve me një çmim të reduktuar) rezulton në mbylljen e tregut për konkurrentët në tregun e telekomunikacioneve fikse.
- **Çmime grabitqare:** Operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare duhet të përmbahen nga vendosja e çmimeve nën kosto në mënyrë që konkurrentët po aq eficient të detyrohen të përballojnë humbje të paqëndrueshme ose të largohen nga tregu. Çmimet grabitqare mund të përdoren gjithashtu strategjikisht për të penguar hyrjen e një MVNO-je të mundshëm dhe të besueshëm, veçanërisht kur hyrja e tij duket e afërt dhe reale.
- **Fiksimi i çmimeve ose ndarja e tregut:** Operatorët duhet të jenë të kujdesshëm për të mos u përfshirë ose për të mos lehtësuar marrëveshjet për fiksimin e çmimeve ose ndarjen e tregut. Ky rrezik është veçanërisht i lartë për shkak të strukturës së tregut me pak lojtarë dhe dinamikës së kufizuar konkurruese.
- **Koordinimi për të bllokuar hyrjen në treg:** Po ashtu, operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare nuk duhet të bashkërendojnë sjelljen e tyre për të penguar, kufizuar ose vonuar hyrjen e operatorëve të rinj (MVNO) në treg.
- **Shkëmbimi i informacionit tregtar të ndjeshëm:** Operatorët duhet të shmangin ose të menaxhojnë me kujdes çdo situatë që mund të çojë në shkëmbimin e informacionit tregtar të ndjeshëm.
- **Sjellje shfrytëzuese:** Operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare nuk duhet të shfrytëzojnë pozitën e tyre në treg duke dëmtuar drejtpërdrejt konsumatorët përmes çmimeve eksessive/të tepruara ose kushteve të padrejta kontraktuale.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

5.3 Rreziqet e konkurrencës në tregjet fikse të telekomunikacioneve

Sjelljet antikonkurruese nuk duken si një rrezik kryesor i përputhshmërisë në tregun shqiptar të telekomunikacioneve fikse me pakicë. Tregu është shumë i fragmentuar, me mbi 250 ofrues të shërbimeve të internetit (ISP), dhe barrierat e hyrjes janë relativisht të ulëta. Këto karakteristika e ulin mundësinë e ekzistencës së një pozite dominuese në treg, si dhe rrezikun për praktika të koordinuara ose marrëveshje të fshehta midis konkurrentëve. Për këtë arsye, burimet e përputhshmërisë duhet të përqendrohen në fusha të tjera me ekspozim më të lartë ndaj rrezikut veçanërisht në mbrojtjen e konsumatorit, duke përfshirë transparencën e kushteve kontraktuale, praktikatat e faturimit dhe cilësinë e shërbimit.

Megjithatë, në tregun e aksesit në rrjetet fikse me gjerësi të lartë (broadband), One Albania zotëron një pjesë të konsiderueshme të tregut e cila, e kombinuar me rolin e saj si ofrues i shërbimeve të internetit me pakicë, mund të krijojë stimuj për sjellje antikonkurruese, si refuzimi për t'u dhënë akses rrjeteve të reja hyrëse. Për të zbutur këtë rrezik, One Albania duhet të miratojë masa të përshtatshme të përputhshmërisë për të parandaluar refuzimet e pajustificuara për të ofruar akses në infrastrukturën e saj të pashfrytëzuar me fibër optike (shih Seksionin 6 për rekomandime specifike mbi mënyrën se si të trajtohet kjo çështje).

Prandaj, këto udhëzime përqendrohen kryesisht në përputhshmërinë me konkurrencën në tregun e telekomunikacioneve celulare, ku struktura është më e përqendruar dhe rreziqet e sjelljeve antikonkurruese janë ndjeshëm më të larta.



6. Si mund të zbusin operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare rreziqet e përputhshmërisë me konkurrencën?

Për të parandaluar rreziqet e konkurrencës, operatorët shqiptarë të telekomunikacioneve celulare duhet të përqendrohen në krijimin e një kulture përputhshmërie me zero tolerancë ndaj sjelljeve antikonkurruese dhe në vendosjen e rregullave të qarta për ta integruar këtë kulturë brenda kompanisë. Ky manual ofron disa rekomandime për veprimet parandaluese dhe kontrollet që operatorët e telekomunikacioneve celulare mund të ndërmarrin. Siç u përmend më sipër, nuk ekziston një qasje unike që i përshtatet të gjithëve ("one-size-fits-all") për përputhshmërinë; prandaj, çdo kompani duhet të vlerësojë me kujdes kontekstin dhe strukturën e saj të qeverisjes për të përshtatur këto rekomandime sipas rrethanave të veta specifike:

- ✓ **Miratoni një kod sjelljeje** ose një **deklaratë për konkurrencën**, ku drejtuesit e kompanisë angazhohen në një politikë të qartë të zero tolerancës ndaj sjelljeve antikonkurruese.
- ✓ **Vendosni një strategji komunikimi** për politikën e zero tolerancës ndaj sjelljeve antikonkurruese, për shembull duke e komunikuar atë gjatë takimeve strategjike të biznesit, aktiviteteve të zhvillimit të ekipit apo takimeve të hapura me stafin ("townhall").
- ✓ **Miratoni një manual për përputhshmërinë me konkurrencën**, i cili përcakton dhe shpjegon qartë rregullat, kontrollet dhe procedurat e brendshme për të parandaluar sjelljet antikonkurruese. Manuali duhet të përmbajë një deklaratë të përgjithshme që ndalon:
 - Koordinimin ose shkëmbimin e informacionit tregtar të ndjeshëm me konkurrentët,
 - Strategjitë abuzive të çmimeve që synojnë përjashtimin e konkurrentëve aktualë ose potencialë,
 - Refuzimin për të ofruar akses në infrastrukturën thelbësore që mund të kufizojë ose pengojë hyrjen në treg, dhe
 - Sjelljet që shfrytëzojnë konsumatorët.
- ✓ **Vendosni rregulla dhe procedura që lidhen me strategjinë e përcaktimit të çmimeve të kompanisë.**
 - Njësitë me shumicë dhe me pakicë duhet të hartojnë strategjitë e tyre të çmimeve në mënyrë të pavarur.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- Të vendosen barriera informacioni midis njësive me shumicë dhe me pakicë për të shmangur shkëmbimin e informacionit në lidhje me politikat dhe strategjitë e çmimeve. Në të njëjtën mënyrë, të zbatohen barriera informacioni edhe për zhvillimin e produkteve dhe informacionin mbi aksesin në rrjet.
- Përfaqësuesit e programit të përputhshmërisë me konkurrencën ose të departamentit juridik duhet të jenë të pranishëm në diskutimet për çmime midis funksioneve të ndryshme (p.sh. strategji, financë dhe marketing) për t'u siguruar që nuk po ndodh ndonjë sjellje antikonkurruese.
- Të dokumentohet arsyetimi dhe struktura e kostos që qëndron pas vendimeve të çmimeve.
- Përfaqësuesit e përputhshmërisë me konkurrencën ose të departamentit juridik duhet të miratojnë strategjitë e çmimeve duke kryer (me ndihmën e financës ose kontabilitetit):
 - **Teste të brendshme për ngjeshjen e fitimeve (margine squeeze):**
 - Siguroni që çmimet me shumicë dhe me pakicë të kenë një marzh të mjaftueshëm për një operator po aq eficient që të jetë në gjendje të tregtojë me fitim në tregun fundor.¹⁴
 - **Teste për çmime grabitqare:**
 - Të shmanget vendosja e çmimeve nën koston mesatare të ndryshueshme ose kosto marxhinale afatgjatë, pasi kjo mund të tregojë qëllim grabitqar.
 - Kur çmimet janë të ulëta (p.sh. oferta hyrëse), të dokumentohen arsyet legjitime, si fushatat promovuese ose zbritjet sezonale.
 - Të sigurohet që çmimet e ulëta të jenë të kufizuara në kohë dhe të mos aplikohen në mënyrë selektive për të synuar konkurrentët.
 - **Teste për çmime të tepruara/eksesive:**
 - Të krahasohen çmimet dhe kushtet kontraktuale me tregje të ngjashme (vende fqinje ose vende të BE-së, ose ofertat e MVNO-ve).
 - Të verifikohet justifikimi i çdo rritjeje të konsiderueshme të çmimeve.

¹⁴ Referenca që Komisioni Evropian zakonisht përdor për të përcaktuar kostot e një konkurenti po aq efikas janë *Kostot Mesatare Afatgjata Shtesë (LRAIC)* të degës poshtë rrjedhës së ndërmarrjes së integruar dominuese. Shih: *Komisioni Evropian, Udhëzimet mbi prioritetet e zbatimit të nenit 102 të Traktatit të BE-së për sjelljen përjashtuese abuzive të ndërmarrjeve dominuese*, OJ C 45, 24.2.2009, paragrafi 25.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

✓ **Vendosni rregulla dhe procedura të brendshme për ofertat e kombinuara ose “multi-play”.**

- Përfaqësuesit e përputhshmërisë me konkurrencën ose të departamentit juridik duhet të jenë të pranishëm gjatë diskutimeve për zhvillimin ose hartimin e produkteve midis funksioneve të ndryshme (p.sh. strategji, financë dhe marketing) për të kuptuar kontekstin dhe arsyet themelore që qëndrojnë pas hartimit të ofertave.
- Të dokumentohet arsyetimi dhe struktura e kostos për të gjitha ofertat “multi-play”.
- Të kërkohej që përfaqësuesit e përputhshmërisë me konkurrencën ose të departamentit juridik të verifikojnë dhe miratojnë të gjitha ofertat “multi-play”, duke:
 - Siguruar që produkti i lidhur (në këtë rast, shërbimet fikse të telekomunikacioneve) të ofrohet gjithashtu veçmas, në kushte transparente dhe komercialisht të arsyeshme.
 - Vendosur një test çmimi për të verifikuar që zbritjet e shumëfishta në paketë nuk e bëjnë të paqëndrueshme ofrimin e produkteve individuale për konkurrentët.

✓ **Vendosni rregulla dhe procedura të brendshme për të parandaluar refuzimin e aksesit (refusal to supply).**

- Të hartohet një ofertë standarde referuese, sipas së cilës do të jepet akses për operatorët e rinj, që të përmbajë ndër të tjera: fushën e aksesit, çmimet, specifikimet teknike, marrëveshjet e nivelit të shërbimit (SLA), kohëzgjatjen, kushtet e tjera komerciale dhe kërkesat teknike.
- Të krijohet një procedurë e brendshme për trajtimin e kërkesave për akses, e cila përcakton rolet dhe përgjegjësitë, afatet për shqyrtimin dhe përgjigjen ndaj kërkesave për akses, si dhe procedurat e qarta për instalimin dhe aktivizimin.
- Të vendoset një pikë kontakti ose portal i dedikuar për operatorët e rinj që dëshirojnë të kërkojnë akses në rrjet.
- Të dokumentohen të gjitha vendimet që lidhen me aksesin (pranimi, negociimi, refuzimi).
- Ekipi i përputhshmërisë me konkurrencën duhet të rishikojë proceset për të gjitha kërkesat për akses.

✓ **Vendosni rregulla dhe procedura të brendshme për të parandaluar marrëveshje antikonkurruese ose bashkërendime të fshehta**, si përcaktimi i çmimeve, koordinimi për të bllokuar hyrjen në treg ose ndarja e informacionit tregtar të ndjeshëm.



Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- Të zbatohen rregulla për pjesëmarrjen në shoqata tregtare, ngjarje sektoriale, grupe pune, partneritete biznesi dhe takime formale ose informale ku stafi mund të jetë në kontakt me konkurrentët:
 - Ekipi i përputhshmërisë me konkurrencën ose ai ligjor duhet të kryejë verifikimet e duhura për çdo shoqatë tregtare ose grup pune përpara se t'i bashkohet, për t'u siguruar që këto struktura zbatojnë një sistem të përshtatshëm të përputhshmërisë me konkurrencën.
 - Vetëm stafi që ka përfunduar trajnimin për përputhshmërinë me konkurrencën mund të autorizohet të përfaqësojë kompaninë në këto takime.
 - Për çdo takim të rëndësishëm, ekipi i përputhshmërisë me konkurrencën ose ai juridik duhet të shqyrtojë agjendën për të siguruar që temat janë legjitime dhe të ndalojë pjesëmarrjen nëse nuk është kështu.
 - Të vendosen rregulla të qarta për komunikimin dhe temat që mund dhe nuk mund të diskutohen. Temat e ndaluara mund të përfshijnë: (i) çmimet aktuale ose të ardhshme, zbritjet, strategjitë e çmimeve; (ii) ndarjen e klientëve, pjesët e tregut ose territoret; (iii) kushtet tregtare; (iv) kërkesat, kushtet dhe marrëveshjet për akses të MVNO-ve; dhe (v) planet e investimeve ose lançimit të produkteve.
 - Të vendoset një protokoll për rastet kur diskutohen tema të ndaluara. T'i kërkohet stafit të:
 - Kundërshtojë menjëherë diskutimin.
 - Largohet nga takimi dhe të kërkojë që ky kundërshtim dhe mbyllja e takimit të pasqyrohen në procesverbalin e takimit.
 - Raportoje menjëherë incidentin tek ekipi i përputhshmërisë me konkurrencën ose tek departamenti juridik.
 - Të mbahen regjistra të brendshëm për të gjitha takimet ku marrin pjesë konkurrentë, duke përfshirë agjendën, listën e pjesëmarrësve dhe pikat kryesore të diskutimit.
 - Të rishikohen ose të ruhen procesverbalet zyrtare kur janë të disponueshme, dhe të kërkojnë korrigjime nëse është e nevojshme.
 - Për kontaktet informale, të vendoset një ndalim i qartë për çdo diskutim “off-the-record” që përfshin tema tregtare të ndjeshme.



✓ **Hartohoni dhe zbatoni një plan trajnimi për përputhshmërinë me konkurrencën, i cili të përbëhet nga:**

- Trajnim vjetor i detyrueshëm për të gjithë punonjësit (departamentet ligjore, tregtare, rregullatore, të strategjisë, çmimeve, marketingut dhe zhvillimit të produkteve) mbi bazat e ligjit të konkurrencës, me fokus në rreziqet kryesore në sektorin e telekomunikacioneve, si dhe në sjelljet që lejohen dhe ndalohen gjatë ndërveprimeve me konkurrentët dhe në strategjitë e tjera të biznesit.
- Module të synuara trajnimi sipas funksioneve, për shembull:
 - Ekipet me shumicë dhe pakicë duhet të trajnohen mbi kufijtë e çmimeve të shumicës dhe pakicës, barrierat e brendshme të informacionit, procedurat e brendshme për strategjitë e çmimeve dhe mënyrën e trajtimit të kërkesave për akses të MVNO-ve.
 - Ekipet e çmimeve, strategjisë, financës dhe marketingut duhet të trajnohen mbi proceset e brendshme të rishikimit të çmimeve, arsyetimin e çmimeve hyrëse ose promovuese dhe rëndësinë e dokumentimit të arsyetimit dhe strukturës së kostove të çmimeve.
 - Ekipet e zhvillimit të produkteve duhet të trajnohen mbi mënyrën e ndërtimit, testimit dhe verifikimit të ofertave “multi-play” dhe strategjive të çmimeve.
- Seanca informuese për çdo pjesëmarrje në shoqata tregtare ose grupe pune, për të diskutuar sjelljet e lejueshme, temat e ndaluara dhe mënyrën e veprimit nëse ngrihen dhe diskutohen çështje të ndjeshme.
- Trajnimi gjatë punësimit (onboarding) për punonjësit e rinj duhet të përfshijë një prezantim të manualit të përputhshmërisë me konkurrencën të kompanisë dhe rreziqeve kryesore të konkurrencës në sektorin e telekomunikacioneve.

✓ **Krijoni një mënyrë sinjalizimi (“whistleblowing”) për raportimin e modeleve të dyshimta:**

- Të miratohet një politikë për raportimin e shkeljeve, e cila të përmbajë të paktën:
 - Qëllimin dhe fushën e zbatimit të kanalit të sinjalizimit, duke përfshirë llojet e çështjeve që mund të raportohen (p.sh. sjellje antikonkurruese); dhe.
 - Të drejtat dhe mbrojtjet që u ofrohen sinjalizuesve, duke përfshirë konfidencialitetin, mundësinë për raportim anonim, dhe masat kundër hakmarrjes.

Përputhshmëria me konkurrencën në sektorin e telekomunikacioneve

- Të vendoset një mjet i sigurt, konfidencial dhe i aksesueshëm që mundëson dorëzimin e raporteve anonime ose të identifikuar.
- Të ofrohen kanale alternative sinjalizimi: telefon, e-mail, kuti fizike për raportime dhe raportim në person.
- Të komunikohet gjerësisht sinjalizimi dhe politika e mbrojtjes së sinjalizuesve për të gjithë punonjësit (dhe, nëse është e përshtatshme, për palë të treta si kontraktorë apo partnerë).
- Të përcaktohen rolet dhe përgjegjësitë për trajtimin dhe ndjekjen e raporteve.

7. Mbrojtja e Konsumatorit dhe Përputhshmëria me Konkurrencën

Ligji për konkurrencën dhe mbrojtja e konsumatorit e përforcojnë njëri-tjetrin. Në tregjet ku ekziston konkurrencë efektive, prodhuesit kanë stimuj për t'u përshtatur me objektivat e mbrojtjes së konsumatorit - për shembull, për të tërhequr klientë nga rivalët, ata kanë më shumë gjasa të ofrojnë informacionin e nevojshëm për të reduktuar kostot e ndërrimit të ofruesit. Në të njëjtën kohë, kur konsumatorët janë në gjendje të ushtrojnë zgjedhjet e tyre në mënyrë efektive, ata mund të veprojnë si një disiplinë konkurruese ndaj prodhuesve. Në disa juridiksione, si në Spanjë, ligjet e konkurrencës përfshijnë aspekte të mbrojtjes së konsumatorit, dhe nuk është e pazakontë që kompanitë të përfshijnë mbrojtjen e konsumatorit si pjesë të programeve të tyre të përputhshmërisë me konkurrencën.

Përputhshmëria nuk duhet të funksionojë në mënyrë të izoluar. Shumë nga iniciativat, veprimet dhe procedurat e përshkruara më sipër mund të shfrytëzohen gjithashtu për të adresuar çështjet e mbrojtjes së konsumatorit. Për shembull, gjatë zhvillimit të ofertave “multi-play”, operatorët e telekomunikacioneve duhet të marrin në konsideratë jo vetëm efektet e mundshme të përjashtimit të konkurrentëve, por edhe respektimin e të drejtave të konsumatorëve. Ata duhet të sigurojnë që kushtet e ofertës të komunikohen qartë, që çmimet e paketave të jenë të krahasueshme me ato të komponentëve individualë të disponueshëm në treg, dhe që kohëzgjatja e kontratës dhe kushtet e ndërprerjes të mos pengojnë ose dekurajojnë ndërrimin e operatorëve. Operatorët e telekomunikacioneve duhet gjithashtu të garantojnë bartjen e shpejtë dhe efektive të numrit, në mënyrë që ndërrimi i ofruesit të mos përbëjë barrë të panevojshme për konsumatorët.

Programet e trajnimit mund të projektohen për të mbuluar si përputhshmërinë me konkurrencën, ashtu edhe çështjet e mbrojtjes së konsumatorit, duke siguruar një mirëkuptim koherent dhe të unifikuar midis ekipeve.



