



Në mbështetje të nenit 26, paragrafi 1, nën paragrafi 1.1 dhe të nenit 4, paragrafi 2 të Ligjit Nr. 08/L-056 për Mbrojtjen e Konkurrencës, Komisioni i Autoritetit të Konkurrencës, në mbledhjen e mbajtur me datë 14.07.2023, miraton:

**UDHËZIM ADMINISTRATIV Nr. 01/2023**  
**PËR PËRCAKTIMIN E TREGUT PËRKATËS**

**Neni 1**  
**Qëllimi**

1. Me këtë Udhëzim Administrativ përcaktohet mënyra dhe kriteret për përkufizimin e tregut përkatës, si bazë për llogaritjen e pjesëmarrjes në treg, në procedurat të cilat i zbaton Autoriteti i Konkurrencës (në tekstin e mëtejshëm: Autoriteti) sipas dispozitave të Ligjit nr. 08/L-056 për Mbrojtjen e Konkurrencës (në tekstin e mëtejshëm Ligji).
2. Qëllimi i përcaktimit të tregut përkatës është përcaktimi i mallrave ose i shërbimeve (në tekstin e mëtejshëm: produktit) me të cilët ndërmarrjet konkurrojnë në treg, si dhe përcaktimi i zonës gjeografike në të cilën ato konkurrojnë.

**Neni 2**  
**Fushëveprimi**

1. Ky Udhëzim Administrativ zbatohet me rastin e përcaktimit të tregut përkatës të produktit dhe atij gjeografik.
2. Në kuptim të paragrafit 1 të këtij neni, Udhëzimi Administrativ zbatohet gjatë kryerjes së hetimit paraprak të gjendjes në tregun përkatës me qëllim të vërtetimit të ekzistencës së indikacioneve të mjaftueshme për fillimin e procedurës, si dhe në procedurat e përcaktimit të marrëveshjeve të ndaluara të ndërmarrjeve, konstatimit të abuzimit me pozitën dominuese të ndërmarrjeve dhe vlerësimin e lejueshmërisë së përqendrimeve.

### **Neni 3**

#### **Përkufizimet**

1. Nocionet dhe shprehjet e përdorura në këtë Udhëzim Administrativ, kanë këtë kuptim:

1.1. **Blerës** - është ndërmarrja e cili e blen produktin nga furnizuesi me qëllim të montimit të tij në produktin e ri, të cilin ky blerës e prodhon ose e blen një produkt nga furnitori me qëllim të rishitjes së mëtutjeshme ose shitje përdoruesit apo konsumatorit të fundit;

1.2. **Furnizuesi** - nënkupton prodhuesin ose ndonjë ndërmarrjen me shumicë tjetër të cilin blihen mallrat dhe/ose shërbimet për riprodhim ose shitje të mëtejshme, përkatësisht për përdorim final;

1.3. **Konkurrentë** - janë ndërmarrje që veprojnë në tregun e njëjtë përkatës duke konkurruar në ofrimin dhe shitjen e mallrave ose shërbimeve;

1.4. **Konkurrentët e mundshëm** - janë ndërmarrjet të cilat dëshirojnë dhe munden edhe më tutje të investojnë, ose të bartin kosto shtesë të domosdoshme për qasje në tregun përkatës, si përgjigje në rritjen e vogël, por të përhershme të çmimit;

1.5. **Ndërmarrje** - çdo person fizik ose juridik, privat ose publik, i angazhuar në veprimtari ekonomike, pavarësisht statusit juridik dhe mënyrës së financimit. Organi publik quhet ndërmarrje nëse angazhohet në veprimtari ekonomike.

1.6. **Konsumator** - çdo person fizik i cili blen dhe përdor mallra ose shërbime për plotësimin e nevojave të veta, që nuk ka të bëjë me veprimtari tregtare, biznesore, zejtare apo profesionale;

1.7. **Pengesat e hyrjes në treg** - janë të gjithë ata faktorë të cilët konkurrentëve të rinjë ua vështirësojnë ose ua parandalojnë qasjen në ndonjë treg.

1.8. **Pjesëmarrja në treg** - është masë e madhësisë relative të një ndërmarrjeje në tregun përkatës, të llogaritur në atë mënyrë që të gjendet përqindja me të cilën kjo ndërmarrje merr pjesë në prodhimin ose shitjen e tërësishme, në tregun përkatës në një periudhë të caktuar;

1.9. **Produkti plotësues (komplementar)** - është produkti i përbërë nga dy ose më shumë produkte të cilët zakonisht përdoren si një produkt i vetëm, kështu që vlera e përbërë në secilin produkt rritet kur ai përdoret si tërësi nga ana e konsumatorëve;

1.10. **Produkt zëvendësues (substituti)** - është produkti i cili bazuar në karakteristikat themelore teknologjike të tij, çmimin ose mënyrën e përdorimit apo shprehive të konsumatorëve mund ta zëvendësojë produktin tjetër (përkatës) duke i kënaqë nevojat e njëjta (homogjene) të klientit ose konsumatorit;

1.11. **Produkti përkatës** - është produkti më së ngushti i lidhur me tregun përkatës në kuptimin prodhues;

1.12. **Treg përkatës** - do të thotë një treg i përcaktuar nga tregu përkatës i produktit, apo shërbimit dhe tregun përkatës gjeografik.

1.13. "**Tregu përkatës i produktit/shërbimit**" - do të thotë një treg që, si rregull, përfshin të gjithë produktet, ose shërbimet që konsiderohen si të këmbyeshme ose të zëvendësueshme nga konsumatori ose përdoruesi, duke pasur parasysh karakteristikat e tyre, çmimet ose përdorimin e synuar;

1.14. "**Treg referencë gjeografike**" - do të thotë një treg që, si rregull, përfshin një zonë në të cilën konkurrentët në tregun përkatës të produktit, apo të shërbimit konkurrojnë në shitje ose blerjen e produkteve ose shërbimeve, një fushë në të cilën kushtet e konkurrencës janë mjaftueshëm homogjene dhe të cilat mund të dallohen nga zonat fqinje, sepse kushtet e konkurrencës janë dukshëm të ndryshme në ato fusha;

#### **Neni 4** **Përcaktimi i tregut përkatës**

1. Tregu përkatës përcaktohet si:

1.1. *Tregu përkatës i produktit ose shërbimit*, që domethënë tregu që përfshin të gjitha mallrat ose shërbimet që vlerësohen si të këmbyeshme ose të zëvendësueshme nga konsumatori për arsye të karakteristikave, çmimeve dhe përdorimit të synuar;

1.2. *Tregu përkatës gjeografik*, që domethënë tregu që përfshin zonën në të cilën ndërmarrjet përkatëse përfshihen në furnizimin dhe kërkesën e mallrave ose shërbimeve, në të cilën kushtet e konkurrencës janë mjaft homogjene dhe mund të dallohen nga kushtet në zonat fqinje.

#### **Neni 5** **Dimensionet themelore të tregut përkatës**

1. Tregu përkatës përcaktohet në atë mënyrë që konstatohet dimensionimi i tij prodhues (tregu përkatës në kuptimin e produktit) dhe dimensionimi gjeografik (tregu përkatës në kuptimin gjeografik).

2. Tregu përkatës përcaktohet veçmas për çdo rast konkret (rast pas rasti).

#### **Neni 6** **Tregu përkatës i produktit**

Tregu përkatës i përfshin të gjitha produktet, të cilat konsumatorët i konsiderojnë reciprokisht të zëvendësueshëm, për shkak të karakteristikave të tyre themelore, çmimeve, të mënyrës së përdorimit, ose përkatësisht shprehive të konsumatorëve dhe përdorimit të synuar.

## **Neni 7**

### **Tregu përkatës gjeografik**

1. Tregu përkatës gjeografik e përfshin zonën gjeografike në të cilën ndërmarrjet marrin pjesë me oferta ose blerje të produkteve.
2. Qasja për vlerësimin e situatës në treg në kuptimin gjeografik në fillim e bënë analizën e të gjitha dimensioneve të atij tregu, duke u bazuar në treguesit e përgjithshëm të pjesëmarrjes së konkurrentëve në treg, vendorë dhe të huaj, si dhe treguesit e çmimeve dhe ndryshimet e tyre në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar.
3. Për analizën e të gjitha dimensioneve të tregut nga paragrafët 1 dhe 2 të këtij neni, vëmendje e veçantë i kushtohet kushteve të qasjes në treg, e veçanërisht kostove të transportit, mundësive të qasjes në kanalet e shpërndarjes dhe kostove të lidhura me to, pranisë dhe ndikimit të pengesave ligjore për hyrjen në treg, shprehive dhe zakoneve të konsumatorëve, si dhe fakteve të tjera të rëndësishme për përcaktimin e shkallës së integritimit të tregut në nivelin ndërkombëtar.
4. Me pengesa ligjore për hyrjen në treg, në kuptimin e paragrafit 3 të këtij neni, në veçanti konsiderohen: doganat, lejet, sistemi i blerjeve publike, udhëzimet administrative teknike dhe standardet.

## **Neni 8**

### **Përcaktimi i rasteve të veçanta të tregut përkatës**

1. Tregu përkatës i produktit mundet në rastet e veçanta të përcaktohet për një produkt të vetëm ose për një grup të produkteve, varësisht nga struktura e tregut dhe shprehive të konsumatorëve.
2. Gjatë përcaktimit të tregut përkatës, në kuptim të paragrafit 1 të këtij neni, duhet të merren në konsideratë edhe rrethanat dhe kushtet e tjera të veçanta të tregut. Ky veprim zbatohet si rregull, te produktet plotësuese, veçanërisht nëse rritet çmimi i ndonjë produkti (produktit sekondar d.m.th. tregut sekondar) e që është pjesë përbërëse e produktit plotësues, drejtpërsëdrejti ndikon në rritjen e çmimit të produktit përkatës (produktit primar, d.m.th. tregut primar).
3. Përrjashtimisht nga neni 7, paragrafi 1 i këtij Udhëzimi Administrativ, tregu përkatës gjeografik mund të përcaktohet edhe në nivelin ndërkombëtar.
4. Në kushtet e caktuara, duke i marrë parasysh të gjitha rrethanat dhe faktet konkrete, tregu përkatës gjeografik, mund të përcaktohet, në kuptim të paragrafit 3, në nivel ndërkombëtar apo botëror, e sidomos në rastet:
  - 4.1. Kur kemi të bëjmë me produktet të cilat grupet e caktuara të klientëve, përkatësisht të ndërmarrjeve me seli apo banim të përhershëm në Republikën e Kosovës i blejnë nga personat fizikë, ose juridikë apo shoqatat e tyre, respektivisht ndërmarrjet me banim apo qëndrim jashtë Republikës së Kosovës (shembull kur për shkak të kostos së transportit, produktet përkatëse në kufijtë e tregut të përcaktuara me dispozitat e nenit 6 paragrafi (1) të këtij U.A nuk janë të zëvendësueshme), dhe/ose

4.2. Në qoftë se është fjala për produkte, të cilat ndërmarrjet Kosovare ua shesin klientëve me vendbanim apo seli jashtë Kosovës (për shembull, kur ndërmarrjet Kosovare dalin si ofertues në tenderët ndërkombëtarë).

## **Neni 9**

### **Kriteret themelore për përcaktimin e tregut përkatës**

1. Gjatë përcaktimit të tregut përkatës fillohet nga kriteret e zëvendësueshmërisë së kërkesës për një produkt të caktuar, përkatësisht zëvendësueshmërisë së ofertës për produkte të caktuara nëse është e nevojshme edhe kriteret e ekzistencës së konkurrentëve potencialë, ose barrierat e qasjes në treg.
2. Tregu përkatës do të përcaktohet duke i zbatuar kriteret e përmendura në paragrafin 1 të këtij neni, me qëllim të konstatimit dhe dallimit të segmenteve të tregut të produkteve të caktuara për të cilat ndërmarrjet konkurrojnë.

## **Neni 10**

### **Zëvendësueshmëria e kërkesës**

1. Zëvendësueshmëria e kërkesës do të sjellë përcaktimin e produkteve, ose gamën e produkteve që konsiderohen si zëvendësues nga konsumatorët.
2. Supozohet se një produkt është produkt zëvendësues sidomos në rastet e mëposhtme:
  - 2.1. kur mund të pritët në mënyrë të arsyeshme që blerësit, pra konsumatorët e produktit përkatës, të kalojnë në zëvendësues të gatshëm në përgjigje të vogël hipotetike (në rangun 5% deri në 10%), por rritja e përhershme e çmimeve relative në produktin përkatës; dhe/ose
  - 2.2. kur mund të pritët në mënyrë të arsyeshme që blerësit, d.m.th. konsumatorët e produktit përkatës, të kalojnë në produkt të barasvlershëm ose të ngjashëm të një furnizuesi të ndryshëm, në përgjigje të tyre ose si reagim ndaj të vegjëlve hipotetike (në rangun 5% deri në 10%), rritja e çmimeve në produktin përkatës.
3. Përkufizimi i zëvendësueshmërisë së kërkesës, gjithashtu duhet të marrë parasysh grupet e konsumatorëve të cilët, pavarësisht ndryshimit në çmimet e produktit përkatës, nuk pranojnë produktin zëvendësues.
4. Përkufizimi i zëvendësueshmërisë së kërkesës gjithashtu duhet të marrë parasysh afatin kohor për furnizuesit që të përshtaten me furnizimin normal të tregut me zëvendësuesin.
5. Si rregull, dhe veçanërisht në rastet e vlerësimit të përqendrimeve ndërmjet ndërmarrjeve, vlerësimi i tregut përkatës do të marrë parasysh çmimin mbizotërues të tregut të produktit të veçantë në Republikën e Kosovës. Në rastet kur çmimi i tregut është formuar në mungesë të një produkti tjetër konkurrues, do të përcaktohet nëse çmimi në fjalë është rritur dukshëm në të kaluarën pikërisht për shkak të mungesës së konkurrencës.

## **Neni 11**

### **Zëvendësueshmëria e ofertës**

Zëvendësueshmëria e ofertës do të thotë kapaciteti i prodhuesit dhe/ose furnizuesit, në rastin e rritjes së çmimit në produktin përkatës, për të kaluar prodhimin në produktin zëvendësues dhe/ose për të tregtuar atë në një afat të shkurtër pa shkaktuar kosto shtesë të konsiderueshme.

## **Neni 12**

### **Konkurrentët e mundshëm**

1. Me rastin e konstatimit nëse ka konkurrentë të mundshëm është e nevojshme të përcaktohet niveli i konkurrencës së tregut dhe kushtet nën të cilat konkurrentët mund të hyjnë në tregun përkatës.
2. Ekzistenca e konkurrentëve potencialë do të përcaktohet, gjithashtu sipas ndryshimeve të parashikueshme në kushtet e tregut, veçanërisht në lidhje me pengesat për hyrje në treg.

## **Neni 13**

### **Pengesat për hyrje në treg**

Me nocionin e pengesës së hyrjes në treg nënkuptohen, të gjitha rrethanat të cilat konkurrentëve të mundshëm u qëndrojnë në rrugën e hyrjes në treg, e veçanërisht ato të cilat, me sjelljen dhe veprimet e tyre, i vendosin tashmë ndërmarrjet e pranishme duke e kufizuar, ose penguar hyrjen e ndërmarrjeve të tjera në atë treg.

## **Neni 14**

### **Metoda e përlogaritjes së pjesëmarrjes në treg**

1. Pjesa e tregut për cilëndo nga ndërmarrjet që veprojnë në tregun e caktuar përkatës do të llogaritet në bazë të prodhimit dhe/ose shitjes së produktit përkatës në tregun përkatës brenda një afati të përcaktuar kohor.
2. Pjesa e tregut sipas paragrafit (1) të këtij neni do të llogaritet në bazë të vlerës së prodhimit dhe/ose shitjes (shprehur në euro) ose në bazë të volumit të prodhimit dhe/ose shitjes (shprehur në numrin e njësi, ose matjeve të tjera).
3. Afati brenda kuptimit të paragrafit (1) të këtij neni do të caktohet nga Autoriteti në çdo rast veç e veç.

**Neni 15**  
**Vlerësimet e përlogaritjes së pjesëmarrjes në treg**

1. Me rastin e llogaritjes së pjesëmarrjes në treg përdoren të gjitha të dhënat ose dokumentet në dispozicion, e në mënyrë të veçantë:

1.1. të dhënat e paraqitura nga ndërmarrjet, duke përfshirë personat juridikë dhe fizikë, të cilët nuk janë palë në procedurën konkrete (p.sh., konkurrentët);

1.2. të dhënat e shoqatave profesionale, ose ekonomike, si dhe të grupeve të interesit apo të odave të ndërmarrjeve;

1.3. të dhënat e organeve të administratës shtetërore;

1.4. të dhënat e institucioneve të pavarura, të cilat merren me hulumtimin e tregut;

1.5. të dhënat e vetëqeverisjeve lokale;

1.6. të dhënat nga ndërmarrjet regjionale;

1.7. të dhënat e personave juridikë me autoritet publik;

1.8. të dhënat e Autoritetit.

2. Me kërkesë të Autoritetit, bazuar në nenin 64, paragrafi 3 të Ligjit nr. 08/L-056, organet nga paragrafi 1 i këtij neni janë të detyruar që Autoritetit, pa kompensim t'i dorëzojnë të gjitha të dhënat dhe dokumentet e kërkuara.

3. Kur është e nevojshme për ndonjë rast të veçantë, në kuptim të paragrafit 1 të këtij neni, do të merren në konsiderim edhe të dhënat e nxjerra në bazë të anketave të kryera në mesin e konsumatorëve, ose të ndërmarrjeve të cilat nuk janë palë në procedurë, përkatësisht konkurrentët e tyre, mirëpo për të cilët në mënyrë të arsyeshme mund të supozohet se kanë njohuri për marrëdhëniet në ndonjë treg përkatës.

**Neni 16**  
**Ndryshimi dhe plotësimi i Udhëzimit Administrativ**

Ndryshimi dhe plotësimi i këtij Udhëzimi Administrativ mund të propozohet nga çdo anëtar i Komisionit dhe bëhet në mënyrën dhe procedurën e paraparë për miratimin e saj.

**Neni 17**  
**Hyrja në fuqi**

Ky Udhëzim Administrativ hynë në fuqi shtatë (7) ditë pas publikimit në Gazetën Zyrtare të Republikës së Kosovës.

**Kryetarja**  
Neime Binaku - Isufi

---