



Mbështetur në nenin 26, paragrafi 1, nënparagrafi 1.1, nenin 9 paragrafi 3 të Ligjit Nr.08/L-056 për Mbrojtjen e Konkurrencës, Komisioni i Autoritetit të Konkurrencës, në mbledhjen e mbajtur me datë 00.00.2023, nxjerr këtë:

UDHËZIM ADMINISTRATIV NR. 00/2023 PËR PËRCAKTIMIN E KEQPËRDORIMIT TË POZITËS DOMINUESE

Neni 1

Qëllimi

Qëllimi i këtij udhëzimi është pasqyron i parimeve të përgjithshme, mbi të cilën Autoriteti i Konkurrencës (tutje Autoriteti) mbështetet për vlerësimin e keqpërdorimit të pozitës dominuese të një ose disa ndërmarrjeve në treg.

Neni 2

Koncepti i Keqpërdorimit të pozitës dominuese

1. Nuk është në vetvete e paligjshme që një ndërmarrje të jetë në një pozitë dominuese. Gjithashtu nuk është e ndaluar që një ndërmarrje që mban pozitën dominuese të “konkurrojë” rivalët e saj duke përdorur aftësi dhe efikasitet superior për të fituar klientë në dëm të ndërmarrjeve që janë më pak të afta ose më pak efikase. Kjo sjellje është pjesë e procesit konkurrues, i cili i shtyn ndërmarrjet të përmirësojnë performancën e tyre dhe të zhvillojnë dhe ofrojnë produkte që janë më tërheqëse për klientët, dhe nuk duhet të pengohen, si dhe një ndërmarrje e tillë dominuese ka të drejtë të konkurrojë sipas meritave të saj. Konkurrenca në bazë të meritës mund të çojë në largimin nga tregu ose në marginalizimin e konkurrentëve që janë më pak efikas, dhe po aq më pak tërheqës për konsumatorët nga pikëpamja, ndër të tjera, e çmimit, zgjedhjes, cilësisë ose inovacionit. Sidoqoftë, ndërmarrja në fjalë ka një përgjegjësi të veçantë për të mos lejuar që sjellja e saj të dëmtojë konkurrencën e vërtetë të pa-shtrembëruar në treg.
2. Ndërmarrja dominuese përfiton nga përdorimi i metodave të ndryshme nga ato të vëzhguara nën konkurrencën efektive. Kjo mund të ketë efekt në pengimin e ruajtjes së shkallës së konkurrencës ende ekzistuese në treg ose pengimin e rritjes së asaj shkalle të konkurrencës. *Kështu abuzimi me një pozitë dominuese mund të përshkruhet si çdo sjellje e një ndërmarrje dominuese që nuk mund të konsiderohet si konkurrencë e bazuar në cilësi dhe çmim ose parametra të tjerë të konkurrencës (si inovacioni) dhe që ka si efekt kufizimit të konkurrencës. Një abuzim i tillë mund të marrë formë të ndryshme*

3. Ndërsa format e abuzimit nuk janë të kufizuara, sjellja abuzive në përgjithësi bie në njërin ose të dyja kategoritë e mëposhtme:
 - 3.1. sjellje e cila shfrytëzon klientët ose furnizuesit (për shembull, çmimet tepër të larta), ose
 - 3.2. sjellje që rezulton në sjellje përjashtuese, sepse heq ose dobëson konkurrencën nga konkurrentët ekzistues, ose krijon ose forcon pengesat në hyrje, duke hequr ose dobësuar kështu konkurrencën e mundshme. Sjellja përjashtuese mund të përfshijë çmime tepër të ulëta dhe skema të caktuara zbritjeje, ku efekti i saj (i mundshëm) është të përjashtojë një treg, si dhe kufizime ose refuzime vertikale për të furnizuar aty ku këto (ka të ngjarë) të përjashtojnë tregje ose të dëmtojnë konkurrencën.
4. Nëse një ndërmarrje dominuese lidh një marrëveshje me furnizuesin ose klientin e saj për të zbatuar një sjellje abuzive, kjo marrëveshje mund të trajtohet gjithashtu nga neni 5 i Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës.

Neni 3

Qasja e Përgjithshme ndaj Sjelljeve Abuzive

1. Qëllimi i veprimtarisë zbatuese të Autoritetit në lidhje me sjelljen shfrytëzuese është të sigurojë që ndërmarrjet dominuese të mos dëmtojnë konkurrencën efektive duke pasur ndikim negativ në mirëqenien e konsumatorit. Abuzimi shfrytëzues rezulton nga një sjellje e cila konsiderohet e padrejtë ose e paarsyeshme ndaj atyre klientëve që varen nga një ndërmarrje dominuese për furnizimin e mallrave dhe shërbimeve në tregun relevant (p.sh. në veçanti, një çmim mund të jetë i tepërt nëse shumica e margjinës së fitimit të ndërmarrjes dominuese është e tepërt në krahasim me kostot e prodhimit dhe kur në të njëjtën kohë çmimi është ose (a) i padrejtë në vetvete ose (b) kur krahasohet me produktet konkurruese).
2. Qëllimi i veprimtarisë zbatuese të Autoritetit në lidhje me sjelljen përjashtuese është të ruajë procesin konkurrues në treg dhe të sigurojë që ndërmarrjet që mbajnë një pozitë dominuese të mos përjashtojnë konkurrentët e tyre me mjete të tjera, përveçse të konkurrojnë për meritat e produkteve ose shërbimeve që ata sigurojnë. Ajo që ka vërtet rëndësi është mbrojtja e një procesi konkurrues efektiv dhe jo thjesht mbrojtja e konkurrentëve. Kjo mund të nënkuptojë që konkurrentët që u japin më pak konsumatorëve për sa i përket çmimit, zgjedhjes, cilësisë dhe inovacionit do të largohen nga tregu.

Neni 4

Përjashtimi që çon në dëmtimin e konsumatorit (përjashtim anti-konkurrues')

1. Veprimtaria zbatuese në lidhje me sjelljen përjashtuese synon të sigurojë që ndërmarrjet dominuese të mos dëmtojnë konkurrencën efektive duke përjashtuar konkurrentët e tyre në një mënyrë anti-konkurruese, duke pasur kështu një ndikim negativ në mirëqenien e konsumatorit.
2. Në këtë Udhëzim Administrativ shprehja 'përjashtim anti-konkurrues' përdoret për të përshkruar një situatë ku qasja efektive i konkurrentëve aktualë ose potencialë në furnizime ose tregje pengohet ose eliminohet si rezultat i sjelljes së ndërmarrjes dominuese, kur ndërmarrja dominuese ka të ngjarë të jetë në gjendje të rrisë çmimet për të përfituar në dëm të konsumatorëve. Identifikimi i dëmit të mundshëm të konsumatorit mund të mbështetet në dëshmi cilësore dhe, ku është e mundur dhe e përshtatshme, sasiore.
3. Autoriteti në përgjithësi do të ndërhyjë sipas nenit 9, ku, në bazë të provave të qëndrueshme dhe bindëse, sjellja e supozuar abuzive ka të ngjarë të çojë në një përjashtim anti-konkurrues.

Autoriteti do të konsiderojë faktorët e mëposhtëm që janë përgjithësisht relevant për një vlerësim të tillë:

- 1) *Pozita e ndërmarrjes dominuese*: në përgjithësi, sa më e fortë të jetë pozita dominuese, aq më e lartë është gjasat që sjellja që mbron atë pozicion të çojë në një përjashtim anti-konkurrues
- 2) *kushtet në tregun relevant*: kjo përfshin kushtet për hyrje dhe zgjerim, të tilla si ekzistenca e ekonomive të shkallës dhe/ose shtrirjes dhe efektet e rrjetit. Ekonomitë e shkallës nënkuptojnë që konkurrentët kanë më pak gjasa të hyjnë ose të qëndrojnë në treg nëse ndërmarrja dominuese përjashton një pjesë të rëndësishme të tregut relevant. Në mënyrë të ngjashme, sjellja mund të lejojë ndërmarrjen dominuese të “informojë” një treg të karakterizuar nga efektet e rrjetit në favor të saj, ose të forcojë më tej pozitën e saj në një treg të tillë. Po kështu, nëse pengesat në hyrje në tregun në rrjedhën e sipërme dhe/ose në rrjedhën e poshtme janë të rëndësishme, kjo do të thotë se mund të jetë e kushtueshme për konkurrentët ta tejkalojnë përjashtimin e mundshëm nëpërmjet integritimit vertikal,
- 3) *pozita e konkurrentëve të ndërmarrjes dominuese*: kjo përfshin rëndësinë e konkurrentëve për ruajtjen e konkurrencës efektive. Një konkurrent specifik mund të luajë një rol të rëndësishëm konkurrues edhe nëse mban vetëm një pjesë të vogël në treg në krahasim me konkurrentët e tjerë. Për shembull, konkurrenti më i afërt me ndërmarrjen dominuese, mund të jetë një konkurrent veçanërisht novator, ose të ketë reputacionin e uljes sistematike të çmimeve. Në vlerësimin e tij, Autoriteti gjithashtu mund të marrë në konsideratë, në rastet e përshtatshme, në bazë të informacionit të disponueshëm, nëse ka kundër-strategji realiste, efektive dhe në kohë që konkurrentët do të kishin të ngjarë të vënë në funksion,
- 4) *pozita e klientëve ose furnizuesve të inputeve*: kjo mund të përfshijë shqyrtimin e selektivitetit të mundshëm të sjelljes në fjalë. Ndërmarrja dominuese mund ta zbatojë praktikën vetëm për klientët e përzgjedhur ose furnizuesit e inputit, të cilët mund të jenë të një rëndësie të veçantë për hyrjen ose zgjerimin e konkurrentëve, duke rritur kështu gjasat e një përjashtimi anti-konkurrues. Në rastin e klientëve, ata, për shembull, mund të jenë ata që kanë më shumë gjasa t'i përgjigjen ofertave nga furnizuesit alternativë, ata mund të përfaqësojnë një mjet të veçantë të shpërndarjes së produktit që do të ishte i përshtatshëm për një hyrje të re, ata mund të gjenden në një zonë gjeografike të përshtatshme për hyrjet e reja, ose ka gjasa që ata të ndikojnë në sjelljen e klientëve të tjerë. Në rastin e furnizuesve të inputeve, ata me të cilët ndërmarrja dominuese ka konkluduar aranzhime ekskluzive të furnizimit mund të jenë ata që kanë më shumë gjasa t'i përgjigjen kërkesave të klientëve që janë konkurrentë të ndërmarrjes dominuese në një treg në rrjedhën e poshtme, ose mund të prodhojnë një klasë të produktit - ose prodhojnë në një lokacion - veçanërisht të përshtatshëm për një hyrje të re. Çdo strategji në dispozicion të klientëve ose furnizuesve të inputeve që mund të ndihmojnë në kundërshtimin e sjelljes së ndërmarrjes dominuese gjithashtu do të merret parasysh,
- 5) *shtrirja e sjelljes së supozuar abuzive*: në përgjithësi, sa më e lartë përqindja e shitjeve totale në tregun relevant të prekur nga sjellja, sa më e gjatë të jetë kohëzgjatja e saj dhe sa më e rregullt të jetë zbatuar, aq më i madh është efekti i mundshëm i përjashtimit,
- 6) *dëshmi të mundshme të përjashtimit aktual*: nëse sjellja ka qenë në fuqi për një periudhë të mjaftueshme kohore, performanca në treg e ndërmarrjes dominuese dhe e konkurrentëve të saj mund të sigurojë dëshmi të drejtpërdrejta të një përjashtimi anti-

konkurrues. Për arsyet që i atribuohen sjelljeve të supozuara abuzive, pjesëmarrja në treg e ndërmarrjes dominuese mund të jetë rritur ose një rënie e pjesës së tregut mund të jetë ngadalësuar. Për arsye të ngjashme, konkurrentët aktualë mund të jenë marginalizuar ose mund të kenë dalë, ose konkurrentët e mundshëm mund të jenë përpjekur të hyjnë dhe kanë dështuar,

7) *dëshmi të drejtpërdrejta të çdo strategjie përjashtuese*: kjo përfshin dokumente të brendshme të cilat përmbajnë dëshmi të drejtpërdrejta të një strategjie për të përjashtuar konkurrentët, siç është një plan i detajuar për t'u angazhuar në sjellje të caktuara për të përjashtuar një konkurrent, për të parandaluar hyrjen ose për të parandaluar hyrjen në një treg, ose dëshmi të kërcënimeve konkrete të veprimit përjashtues. Dëshmitë e tilla të drejtpërdrejta mund të jenë të dobishme në interpretimin e sjelljes së ndërmarrjes dominuese.

4. Kur ndjek një rast, Autoriteti do të zhvillojë analizën e faktorëve të përgjithshëm të përmendur në paragrafin 3, së bashku me faktorët më specifikë të potencuar në nëparagrafët 1,,2,3,4,5,6,7, që kanë të bëjnë me lloje të caktuara të sjelljes përjashtuese, dhe çdo faktor tjetër që ai mund të konsiderojë të jetë i përshtatshëm. Ky vlerësim zakonisht do të bëhet duke krahasuar situatën aktuale ose të mundshme në të ardhmen në tregun relevant (me sjelljen e ndërmarrjes dominuese të përfshirë) me një kundër-fakt të përshtatshëm, siç është mungesa e thjeshtë e sjelljes në fjalë ose me një skenar tjetër alternativ realist, në lidhje me praktikën e vendosura të biznesit.
5. Mund të ketë rrethana kur nuk është e nevojshme që Autoriteti të kryejë një vlerësim të detajuar para se të konkludojë se sjellja në fjalë ka të ngjarë të rezultojë në dëm të konsumatorit. Nëse duket se sjellja mund të ngrejë vetëm pengesa në konkurrencë dhe se nuk krijon efikasitet, mund t'i atribuohet efekti anti-konkurrues i saj. Ky mund të jetë rasti, për shembull, nëse ndërmarrja dominuese i pengon klientët e saj të testojnë produktet e konkurrentëve ose u siguron stimuj financiarë klientëve të saj me kusht që ata të mos testojnë produkte të tilla, ose paguan një shpërndarës ose një klient për të vonuar prezantimin të produktit të një konkurrenti.

Neni 5

Sjellje përjashtuese bazuar në çmime

1. Sjelljen përjashtuese të bazuar në çmime, të zbatueshme konsideratat nga paragrafët 1 deri në 5 të këtij neni. Konkurrenca e rreptë me çmime është përgjithësisht e dobishme për konsumatorët. Me qëllim parandalimit të përjashtimit anti-konkurrues, Autoriteti normalisht do të ndërhyjë vetëm kur sjellja në fjalë ka qenë ose është në gjendje të pengojë mundësinë e konkurrimit nga konkurrentët të cilët konsiderohen të jenë po aq efikas sa ndërmarrja dominuese.
2. Megjithatë, Autoriteti pranon që, në rrethana të caktuara, një konkurrent më pak efikas mund të ushtrojë gjithashtu një kufizim i cili duhet të llogaritet kur merret parasysh nëse sjellja e veçantë e bazuar në çmime çon në një përjashtim anti-konkurrues. Autoriteti do të marrë një pikëpamje dinamike për atë kufizim, duke pasur parasysh se në mungesë të një praktike abuzive, një konkurrent i tillë mund të përfitojë nga avantazhet e lidhura me kërkesën, të tilla si efektet e rrjetit dhe të të mësuarit, të cilat do të tentojnë të rrisin efikasitetin e tij.
3. Për të përcaktuar nëse një konkurrent hipotetik aq efikas sa ndërmarrja dominuese do të përjashtohet nga sjellja në fjalë, Autoriteti do të shqyrtojë të dhënat ekonomike në lidhje me koston dhe çmimet e shitjes, dhe në veçanti nëse ndërmarrja dominuese është duke u angazhuar në caktimin e çmimeve nën kosto. Kjo do të kërkojë që të disponohen të dhëna mjaft të

besueshme. Aty ku është e mundur, Autoriteti do të përdorë informacion mbi kostot e vetë ndërmarrjes dominuese. Nëse informacioni i besueshëm për ato kosto nuk është i disponueshëm, Autoriteti mund të vendosë të përdorë të dhënat e kostos së konkurrentëve ose të dhëna të tjera të besueshme të krahasueshme.

4. Standardet e kostos që Autoriteti ka të ngjarë të përdorë janë *kostoja mesatare e shmangshme* (AAC) dhe *kostoja mesatare shtesë afatgjatë* (LRAIC)¹. Dështimi për të mbuluar AAC tregon se ndërmarrja dominuese po sakrifikon fitimet në një afat të shkurtër dhe se një konkurrent po aq efikas nuk mund t'u shërbejë klientëve të synuar pa pësuar humbje. LRAIC është zakonisht mbi AAC sepse, në kontrast me AAC (e cila përfshin vetëm kostot fikse nëse bëhen gjatë periudhës në shqyrtim), LRAIC përfshin kostot fikse specifike të produktit të bëra para periudhës në të cilën është kryer sjellja abuzive. Dështimi për të mbuluar LRAIC tregon se ndërmarrja dominuese nuk po mbulon të gjitha kostot fikse (që i atribuohen) për prodhimin e mallit ose shërbimit në fjalë dhe se një konkurrent po aq efikas mund të përjashtohet nga tregu. Për të zbatuar këto standarde të kostos, mund të jetë e nevojshme të shikoni të ardhurat dhe kostot e kompanisë dominuese dhe konkurrentëve të saj në një kontekst më të gjerë. Mund të mos jetë e mjaftueshme vetëm të vlerësohet nëse çmimi ose të ardhurat i mbulojnë kostot për produktin në fjalë, por mund të jetë e nevojshme të shikohen të ardhurat shtesë në rast se sjellja e kompanisë dominuese në fjalë ndikon negativisht në të ardhurat e saj në tregje të tjera ose në tregjet e produkteve të tjera.
5. Nëse të dhënat sugjerojnë qartë se një konkurrent po aq efikas mund të konkurrojë në mënyrë efektive me sjelljen me çmime të ndërmarrjes dominuese, Autoriteti, në parim, do të dalë në përfundim se sjellja me çmime e ndërmarrjes dominuese nuk ka të ngjarë të ketë një ndikim negativ në konkurrencën efektive, dhe kështu edhe tek konsumatorët, dhe për këtë arsye nuk ka gjasa të ndërhyjë. Nëse, përkundrazi, të dhënat sugjerojnë se çmimi i ngarkuar nga ndërmarrja dominuese ka potencialin të përjashtojë konkurrentë po aq efikas, atëherë Autoriteti do ta integrojë këtë në vlerësimin e përgjithshëm të përjashtimit anti-konkurrues, duke marrë parasysh dëshmi të tjera sasiore dhe/ose cilësore relevante.

¹ ***Kostoja mesatare e shmangshme*** është mesatarja e kostove që mund të ishin shmangur nëse kompania nuk do të kishte prodhuar një sasi të veçantë të prodhimit (ekstra), në këtë rast shumë e supozuar të jetë subjekt i sjelljes abuzive. Në shumicën e rasteve, AAC dhe kostoja mesatare e ndryshueshme (AVC) do të jenë të njëjta, pasi shpesh janë vetëm kostot variabël që mund të shmangen. ***Kostoja mesatare shtesë afatgjatë*** është mesatarja e të gjitha kostove (të ndryshueshme dhe fikse) që ndërmerr një kompani për të prodhuar një produkt të veçantë. ***Kostoja mesatare shtesë afatgjatë*** dhe kostoja mesatare totale (ATC) janë përfaqësues të mirë të njëri-tjetrit dhe janë të njëjtë në rastin e ndërmarrjeve të produkteve të vetme. Nëse ndërmarrjet me shumë produkte kanë ekonomi të shtrirjes, LRAIC do të ishte nën ATC për secilin produkt individual, pasi kostot e vërteta të zakonshme nuk merren parasysh në LRAIC. Në rastin e produkteve të shumta, çdo kosto që mund të ishte shmangur duke mos prodhuar një produkt ose gamë të veçantë nuk konsiderohet të jetë kosto e zakonshme. Në situatat kur kostot e zakonshme janë të rëndësishme, ato mund të duhet të merren parasysh kur vlerësohet aftësia për të përjashtuar konkurrentët po aq efikasë.

Neni 6

Nevoja objektive dhe efikasiteti

1. Në zbatimin e Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës, Autoriteti gjithashtu do të shqyrtojë pretendimet e parashtruara nga një ndërmarrje dominuese se sjellja e saj është e justifikuar. Një ndërmarrje dominuese mund ta bëjë këtë ose duke demonstruar se sjellja e saj është objektivisht e nevojshme (e domosdoshme dhe proporcionale me qëllimin që pretendohet se ndiqet nga ndërmarrja dominuese) ose duke demonstruar se sjellja e saj prodhon efikasitete të konsiderueshme të cilët tejkalojnë çdo efekt anti-konkurrues ndaj konsumatorëve.
2. Çështja nëse sjellja është objektivisht e nevojshme dhe proporcionale duhet të përcaktohet në bazë të faktorëve të jashtëm për ndërmarrjen dominuese. Sjellja përjashtuese, për shembull, mund të konsiderohet objektivisht e nevojshme për arsye shëndetësore ose sigurie të lidhura me natyrën e produktit në fjalë. Sidoqoftë, dëshmia nëse sjellja e këtij lloji është objektivisht e nevojshme duhet të marrë parasysh se normalisht është detyrë e autoriteteve publike të vendosin dhe zbatojnë standardet e shëndetit dhe sigurisë publike. Nuk është detyrë e një ndërmarrjeje dominuese të ndërmarrë hapa me iniciativën e saj për të përjashtuar produktet të cilat i konsideron, me të drejtë ose të gabuar, si të rrezikshme ose inferiore ndaj produktit të vet.
3. Autoriteti konsideron se një ndërmarrje dominuese mund të justifikojë gjithashtu sjelljen që çon në përjashtimin e konkurrentëve në bazë të efikasiteteve që janë të mjaftueshme për të garantuar që nuk ka gjasa të ketë ndonjë dëm neto për konsumatorët. Në këtë kontekst, ndërmarrja dominuese në përgjithësi pritet të demonstrojë, me një shkallë të mjaftueshme probabiliteti, dhe në bazë të provave të verifikueshme, se kushtet e mëposhtme kumulative janë përmbushur:
 - 1) Efikasitetet janë ose ka të ngjarë të jenë, të realizuara si rezultat i sjelljes. Ato, për shembull, mund të përfshijnë përmirësime teknike në cilësinë e mallrave, ose një ulje të kostos së prodhimit ose shpërndarjes;
 - 2) Sjellja është e domosdoshme për realizimin e atyre efikasiteteve: nuk duhet të ketë alternativa më pak anti-konkurruese ndaj sjelljes që janë të afta të prodhojnë efikasitete të njëjta;
 - 3) Sjellja nuk eliminon konkurrencën efektive, duke hequr të gjitha ose shumicën e burimeve ekzistuese të konkurrencës aktuale ose të mundshme. Rivaliteti midis ndërmarrjeve është një shtytës thelbësor i efikasitetit ekonomik, përfshirë efikasitetet dinamike në formën e inovacionit. Në mungesë të tij, ndërmarrjes dominuese do t'i mungojnë stimujt e duhur për të vazhduar të krijojë dhe të përcjellë përfitime nga efikasiteti. Aty ku nuk ka konkurrencë të mbetur dhe asnjë kërcënim të parashikueshëm në hyrje, mbrojtja e rivalitetit dhe procesi konkurrues i tejkalon përfitimet e mundshme të efikasitetit. Sipas mendimit të Autoritetit, sjellja përjashtuese e cila ruan, krijon ose forcon një pozitë në treg që i afrohet asaj të një monopoli, normalisht nuk mund të justifikohet me arsyetimin se krijon gjithashtu përfitime nga efikasitetet.

- 4) Është përgjegjësi e ndërmarrjes dominuese të sigurojë të gjitha provat e nevojshme për të demonstruar se sjellja në fjalë është e justifikuar në mënyrë objektive. Pastaj i takon Autoritetit të bëjë vlerësimin përfundimtar nëse sjellja në fjalë nuk është objektivist e nevojshme dhe, bazuar në një peshim të efekteve të dukshme anti-konkurrese kundrejt çdo efikasiteti të prezantuar dhe të vërtetuar, ka të ngjarë të rezultojë në dëm të konsumatorit.
4. Në peshimin e efekteve të dukshme anti-konkurrese kundrejt konsideratave të efikasitetit ekonomik të parashtruara nga ndërmarrja dominuese, Autoriteti do të konsiderojë në veçanti se përjashtimi i konkurrentëve mund të ketë efekte serioze negative për të gjithë klientët në një afat të gjatë, ndërsa përfitimet nga efikasitetet mund të jenë të dobishme vetëm për grupe të veçanta të klientëve dhe mund të jetë efektive vetëm për një periudhë të kufizuar kohore.

Neni 7

Format e veçanta të abuzimit

1. Nuk ka një listë shteruese të praktikave abuzive dhe shembujt e dhënë më poshtë janë një përfaqësim i formave më të zakonshme të abuzimit që nuk përpiqen të paraqesin një listë të kufizuar.

1.1. Marrëveshjet ekskluzive

- 1.1.1. Një ndërmarrje dominuese mund të përpiqet të përjashtojë konkurrentët e saj duke i penguar ata të shesin tek klientët përmes përdorimit të detyrimeve ekskluzive të blerjes, të referuara së bashku si marrëveshje ekskluzive. Ky seksion përcakton rrethanat të cilat ka shumë të ngjarë të nxisin një ndërhyrje nga Autoriteti në lidhje me aranzhimet e marrëveshjeve ekskluzive të arritura nga ndërmarrjet dominuese.

1.2. Blerjet ekskluzive

- 1.2.1. Një detyrim ekskluziv i blerjes kërkon që një klient në një treg të veçantë të blejë ekskluzivisht ose në një masë të madhe vetëm nga ndërmarrja dominuese
- 1.2.2. Ekzistojnë disa lloje të aranzhimeve të marrëveshjeve ekskluzive. Një mundësi është një kontratë midis shitësit dhe blerësit që kërkon që blerësi të blejë të gjitha njësitë e një produkti të caktuar nga shitësi. Në mënyrë më tipike, megjithatë, (a) një shitës bie dakord të shesë vetëm produktin e shitur nga shitësi ose (b) një prodhues i rrymës bie dakord të përdorë vetëm kontributin e shitësit në mallrat e shitura në rrjedhën e poshtme.
- 1.2.3. Gjithashtu marrëveshjet afariste që nuk kërkojnë ekskluzivitet të plotë mund të kenë të njëjtat karakteristika që mund të dëmtojnë konkurrencën. Marrëveshje të tilla përfshijnë dispozita që kërkojnë që një shpërndarës ose shitës me pakicë të blejë një përqindje të lartë (dhe jo të gjitha) të nevojave të tij për një mall të veçantë. Kjo mund të jetë për shembull një kërkesë për stok ose një kërkesë për blerje minimale.
- 1.2.4. Ekskluziviteti nuk ka nevojë të shprehet shprehimisht në një marrëveshje formale, por mund të jetë rezultat de facto i marrëveshjeve ose i politikës së shitësit për të mos bërë afarizëm me një blerës që blen produktet e rivalëve të tij.

- 1.2.5. Për më tepër, marrëveshjet ekskluzive mund të zbatohen përmes krijimit të stimujve të drejtpërdrejtë ose të tërthortë për t'u drejtuar burimeve alternative të furnizimit ose kanaleve të shpërndarjes, për shembull nëse zbritjet kushtëzohen nga ekskluziviteti, në mënyrë eksplicite ose në efekt. Këto diskutohen pjesërisht më poshtë për zbritjet me kusht.

1.3. Teoria e dëmit

- 1.3.1. Teoritë e përbashkëta specifike të dëmit konkurrues që përshkruajnë mekanizmin me të cilin shkaktohet dëmi, janë duke rritur kostot e rivalëve ose (1) duke përjashtuar kanale specifike të shpërndarjes ose (2) duke parandaluar që rivalët të veprojnë në një shkallë efikase.
- 1.3.2. Për të bindur klientët që të pranojnë blerje ekskluzive, ndërmarrja dominuese mund të duhet t'i kompensojë ata, tërësisht ose pjesërisht, për humbjen në konkurrencë që rezulton nga ekskluziviteti. Kur jepet një kompensim i tillë, mund të jetë në interesin individual të një klienti të hyjë në një detyrim ekskluziv blerjeje me ndërmarrjen dominuese. Por do të ishte e gabuar të konkludohej automatikisht nga kjo se të gjitha detyrimet ekskluzive të blerjes, të marra së bashku, janë të dobishme për klientët në përgjithësi, përfshirë ata që aktualisht nuk blejnë nga ndërmarrja dominuese dhe konsumatorët përfundimtarë.
- 1.3.3. Rastet kur ka të ngjarë që konsumatorët në tërësi nuk do të përfitojnë përfshijë, në veçanti, nëse ka shumë klientë dhe detyrimet ekskluzive të blerjes të ndërmarrjes dominuese, të marra së bashku, kanë efektin e parandalimit të hyrjes ose zgjerimit të ndërmarrjeve konkurruese.

1.4. Analiza

- 1.4.1. Përveç faktorëve të përmendur në paragrafin 3 të nenit 4, faktorët e mëposhtëm në përgjithësi do të kenë një rëndësi të veçantë në përcaktimin nëse Autoriteti do të ndërhyjë në lidhje me aranzhimet e blerjes ekskluzive.
- 1.4.2. Kapaciteti për detyrimet e blerjes ekskluzive që rezulton në përjashtim anti-konkurrues lind në veçanti kur, pa detyrime, një kufizim i rëndësishëm konkurrues ushtrohet nga konkurrentët të cilët ose nuk janë ende të pranishëm në treg në kohën e dakordimit të detyrimeve, ose të cilët nuk janë në gjendje të konkurrojnë për furnizimin e plotë të klientëve.
- 1.4.3. Konkurrentët mund të mos jenë në gjendje të konkurrojnë për të gjithë kërkesën e një klienti individual, sepse ndërmarrja dominuese është një partner tregtar i pashmangshëm të paktën për një pjesë të kërkesës në treg, për shembull sepse marka e tij është një "artikull që duhet blerë patjetër" i preferuar nga shumë konsumatorë përfundimtarë ose sepse kufizimet e kapacitetit për furnizuesit e tjerë janë të tillë që një pjesë e kërkesës mund të sigurohet vetëm nga furnizuesi dominues.
- 1.4.4. Çdo aranzhim i marrëveshjeve ekskluzive ë përjashton në mënyrë të natyrshme furnizuesit rivalë nga kanale ose priza të veçanta të shpërndarjes të paktën në një farë mase, në atë që disa kanale ose dalje bëhen të pa-disponueshme. Sidoqoftë, ky përjashtim nuk ka nevojë të ketë pasoja anti-konkurruese kur rivalët kanë

akoma qasje të përshtatshme në shpërndarësit ose shitësit e tjerë. Prandaj, për të dëmtuar konkurrencën, shkalla e përjashtimit duhet të jetë mjaft e madhe.

- 1.4.5. Kur shkalla e përjashtimit është e vogël, efektet e rëndësishme anti-konkurrese ka të ngjarë të mungojnë. Për shembull, nëse klientët e rrymës që i nënshtrohen kontratës ekskluzive për një pjesë të vogël të shitjeve totale të tregut, rivalët e furnizuesit në përgjithësi nuk ka gjasa të pësojnë ndonjë të metë konkurrese. Prandaj, shtrirja e përjashtimit shpesh është çështja e parë e trajtuar në një hetim ekskluziv.

1.5. Ekzistenca e një marrëveshje ekskluzive-tregtare

- 1.5.1. Një aranzhimet e marrëveshjeve ekskluzive mund të vijë në shumë forma: mund të jenë de jure ose de facto.
- 1.5.2. Ekskluziviteti de jure përcaktohet qartë kur një detyrim kontraktual eksplicit i imponohet blerësit për të blerë një lloj të veçantë mallrash ose shërbimesh vetëm nga një furnizues specifik. E njëjta gjë ndodh nëse blerësit premtojnë të marrin të gjitha ose shumicën e kërkesave të tyre nga ndërmarrja dominuese. Pavarësisht nga terminologjia e përdorur (blerje ekskluzive, markë e vetme, kontratë me kërkesa, ose detyrim mos-konkurrimi) karakteristika e përbashkët është se blerësi pengohet shprehimisht në blerjen e produkteve konkurrese nga furnizuesit e tjerë.
- 1.5.3. Ekskluziviteti de facto mund të lindë nëse blerësit kanë nxitje të forta për të mos blerë nga burimet alternative të furnizimit edhe kur nuk ekziston ndonjë detyrim specifik për të mos e bërë këtë. Ekskluziviteti de facto mund të lindë nga ofrimi i stimujve financiarë ose të tjerë që do të tërhiqeshin nëse blerësi përdor një burim alternativ furnizimi. Ekskluziviteti de facto mund të lindë edhe nga aranzhimet që kufizojnë hapësirës në raftet e disponueshme për rivalët. Gjithashtu nëse një marrëveshje furnizimi specifikon që një sasi duhet të blihet dhe kjo sasi është ekuivalente ose afër kërkesave të përgjithshme të klientit, mund të krijohet ekskluziviteti de facto. E njëjta gjë vlen edhe për stimujt financiarë për të përqendruar kërkesën e blerësit duke dhënë zbritje të kushtëzuara nga ekskluziviteti (shih pjesën për zbritjet e kushtëzuara më poshtë).
- 1.5.4. Fakti që një klient kërkoi një aranzhim ekskluziv nuk do të thotë se një marrëveshje, e marrë në mënyrë kumulative me aranzhime të tjera të ngjashme në tregun relevant, nuk mund të përjashtojë rivalët.

1.6. Shtrirja e përjashtimit

- 1.6.1. Një pikënisje e zakonshme është një ekzaminim i shtrirjes së përjashtimit në një treg relevant të përcaktuar siç duhet, thjesht duke marrë parasysh proporcionin e tregut relevant të mbuluar nga aranzhimet e ekskluzivitetit.
- 1.6.2. Sa më e madhe të jetë proporcioni i tregut relevant që i nënshtrohet sjelljes, aq më shumë ka gjasa që aranzhimet e marrëveshjeve ekskluzive të rezultojnë në efekte anti-konkurrese,. Për tregut relevant mund të nënkuptojnë që konkurrentët nuk kanë mjete të mjaftueshme për të furnizuar produktin e tyre në një mënyrë kosto efektive. Anasjelltas, kontratat ekskluzive që prekin vetëm një pjesë të vogël të tregut relevant mund të shembull, aranzhimet ekskluzive të marrëveshjeve që

mbulojnë një pjesë të madhe të kenë më pak gjasa të përjashtojnë konkurrentët nga klientët ose burimet e furnizimit.

- 1.6.3. Nuk ka një shkallë të caktuar të mbulimit të tregut sipas të cilit një marrëveshje ekskluzive e tregtisë duhet të konsiderohet domosdoshmërisht anti-konkurrese. Duke pasur një përqindje relativisht të ulët të tregut relevant që i nënshtrohet arranzhimeve të marrëveshjeve ekskluzive të tregtimit sugjeron që mund të ketë burime alternative të krahasueshme të kanaleve të furnizimit ose shpërndarjes, përfshirë shitjet e drejtpërdrejta për klientët në dispozicion të konkurrentëve. Ky mund të jetë një tregues i fortë se aranzhimi nuk ka efekte anti-konkurrese. Sidoqoftë, aranzhimet ekskluzive që përjashtojnë një përqindje më të ulët të tregut të përgjithshëm relevant, mund të jenë akoma anti-konkurrese nëse zbatohen në kanalet e shpërndarjes ose burimet e furnizimit që janë veçanërisht të rëndësishme për hyrjet e mundshme të konkurrentëve të rinj ose zgjerimin e konkurrentëve ekzistues.

Neni 8

Fushëveprimi i ekskluzivitetit

1. Një marrëveshje mund të konsiderohet si marrëveshje ekskluzive edhe nëse nuk mbulon tërësinë e blerjeve ose shitjeve të partnerit të biznesit të ndërmarrjes dominuese. Kjo ndodh sepse një marrëveshje që mbulon shumicën, por jo të gjitha shitjet ose kërkesat e një partneri kontraktues, mund të çojë ende në një përjashtim të konsiderueshëm të një tregu relevant. Edhe pa ekskluzivitetin e plotë, rivalët mund të mos jenë ende në gjendje të arrijnë një shkallë minimale efikase për të disiplinuar në mënyrë efektive njësinë dominuese që angazhohet në kontratën pjesërisht ekskluzive.
2. Analiza e përjashtimit për shkak të ekskluzivitetit të pjesshëm mund të analizohet në mënyrë më të përshtatshme nën një kornizë të zbritjeve të besnikërisë (shih nenin mbi zbritjet e kushtëzuara më poshtë).

Neni 9

Gjatësia e aranzhimeve

1. Përveç shtrirjes së përjashtimit dhe fushëveprimit të ekskluzivitetit, faktorë të tjerë që do të analizohen përfshijnë kohëzgjatjen e aranzhimeve dhe aftësinë e palëve kontraktuese për t'i ndërprerë ato. Për shembull, aranzhimet e marrëveshjeve ekskluzive që veprojnë përmes ndalimeve kontraktuale për të bërë biznes me rivalët kanë më pak gjasa të përjashtojnë rivalët kur ato janë të shkurtra në kohëzgjatje, ose realisht mund të ndërpriten lehtësisht nga secila palë. Sidoqoftë, kur ndërmarrja dominuese në fjalë është një partner tregtar i pashmangshëm për palën tjetër, për shembull sepse zotëron një markë të domosdoshme ose për shkak të kapacitetit të kufizuar të prodhimit nga ana e konkurrentëve të saj, përjashtimi mund të lindë edhe nëse marrëveshjet ekskluzive janë të një kohëzgjatje të shkurtër ose mund të ndërpriten me një njoftim të shkurtër.
2. Të tjerat duke qenë të barabarta, sa më e gjatë të jetë kohëzgjatja e një detyrimi ekskluziviteti, aq më i fortë është potenciali i tij për përjashtim. Analiza e kohëzgjatjes gjithashtu duhet të marrë parasysh kontekstin dhe dinamikën e tregut relevant, si dhe ndëshkimet për përfundimin e hershëm të kontratës ose marrëveshjes në fjalë. Një marrëveshje me sa duket afatgjatë e marrëveshjeve ekskluzive mund të jetë iluzore nëse blerësi mund ta përfundojë me lehtësi marrëveshjen. Faktorët që duhen marrë parasysh mund të përfshijnë periudhën kohore ose

njoftimin e kërkuar për përfundimin, dhe nëse përfundimi shkakton ndëshkime financiare ose ekonomike të tjera për palën përfunduese (dhe, nëse po, ashpërsinë e këtyre ndëshkimeve).

3. Kushtet për rinovimin e aranzhimeve gjithashtu duhet të merren parasysh. Kontratat me një kohëzgjatje relativisht të shkurtër, por me dispozita automatike të rinovimit mund të kenë një afat më të gjatë, në varësi të faktorëve të tjerë, siç janë dënimet dhe procedurat e përfundimit.
4. Është gjithashtu e rëndësishme të merret parasysh shkalla në të cilën marrëveshjet ekskluzive të marrëveshjeve mbivendosen. Nëse disa marrëveshje ekskluzive të tregtimit në një treg relevant janë shkallëzuar në mënyrë që vetëm shumë pak të dalin për rinovim në çdo vit të caktuar, kjo mund të kontribuojë në përjashtimin pasi vetëm një pjesë e vogël e të gjithë kërkesës është e diskutueshme në çdo vit të caktuar. Kjo mund të jetë veçanërisht e rëndësishme kur ka ekonomi të konsiderueshme të shkallës, pasi nëse një rival nuk mund të konkurrojë në mënyrë efektive për kontrata të mjaftueshme, ai mund të mos jetë në gjendje të arrijë shkallë efikase me përfitim brenda një periudhe të arsyeshme kohore.

Neni 10

Zbritje me kusht

1. Zbritjet me kusht janë zbritje që u jepen klientëve për t'i shpërblyer ata për një formë të veçantë të sjelljes blerëse. Natyra e zakonshme e një zbritje me kusht është se klientit i jepet një zbritje nëse blerjet e tij gjatë një perudhe referimi të përcaktuar tejkalojnë një prag të caktuar; zbritja jepet ose për të gjitha blerjet (zbritje prapavepruese) ose vetëm për ato që bëhen më shumë se ato që kërkohen për të arritur pragun (zbritjet shtesë). Zbritjet me kusht nuk janë një praktikë e pazakontë. Ndërmarrjet mund të ofrojnë zbritje të tilla në mënyrë që të tërheqin më shumë kërkesë, dhe si të tilla ato mund të stimulojnë kërkesën dhe të përfitojnë nga konsumatorët. Megjithatë, zbritje të tilla - kur jepen nga një ndërmarrje dominuese - gjithashtu mund të kenë efekte aktuale ose të mundshme përjashtuese të ngjashme me detyrimet ekskluzive të blerjes. Zbritjet me kusht mund të kenë efekte të tilla pa përfshirë domosdoshmërisht një sakrificë për ndërmarrjen dominuese.
2. Përveç faktorëve të përmendur tashmë në paragrafin 3 të nenit 3, faktorët e mëposhtëm janë të një rëndësie të veçantë për Autoritetin në përcaktimin nëse një sistem i caktuar zbritjesh me kusht mund të rezultojë në një përjashtim anti-konkurrues dhe, rrjedhimisht, do të jetë pjesë e prioriteteve për zbatimit të Autoritetit.
3. Ashtu si me detyrimet ekskluzive të blerjes, gjatat e përjashtimit anti-konkurrues janë më të larta kur konkurrentët nuk janë në gjendje të konkurrojnë me kushte të barabarta për të gjithë kërkesën e secilit klient individual. Një zbritje me kusht e dhënë nga një ndërmarrje dominuese mund t'i mundësojë asaj të përdorë pjesën 'e pakontestueshme' të kërkesës së secilit klient (d.m.th. Shumën që do të blihej nga klienti nga ndërmarrja dominuese në çdo rast) si një levë për të ulur çmimin që duhet të paguhet për pjesën 'e kundërshtueshme' të kërkesës (d.m.th. shumën për të cilën klienti mund të preferojë dhe të jetë në gjendje të gjejë zëvendësues).
4. Me fjalë të përgjithshme, zbritjet prapavepruese mund të përjashtojnë ndjeshëm tregun, pasi ato mund ta bëjnë më pak tërheqëse për klientët që të kalojnë për sasi të vogla të kërkesës tek një furnizues alternativ, nëse kjo do të çonte në humbjen e zbritjeve prapavepruese. Efekti potencial pengues i zbritjeve prapavepruese është, në parim, më i fortë në njësinë e blerë të fundit të produktit para se të tejkalohej pragu. Sidoqoftë, ajo që është e rëndësishme për një vlerësim të efektit rritës të besnikërisë së një zbritje, nuk është thjesht efekti në konkurrencë për të siguruar njësinë e fundit individuale, por efekti pengues i sistemit të

zbritjeve tek konkurrentët (aktualë apo potencialë) e furnizuesit dominues. Sa më i lartë zbritja si përqindje e çmimit të përgjithshëm dhe sa më i lartë pragu, aq më i madh është nxitja nën prag dhe, për rrjedhojë, aq më i fortë është përjashtimi i mundshëm i konkurrentëve aktualë ose potencialë.

5. Gjatë zbatimit të metodologjisë së shpjeguar nga paragrafët 1,2,3,4,5 të nenit 5, Autoriteti synon të hetojë, për aq sa të dhënat të jenë të disponueshme dhe të besueshme, nëse sistemi i zbritjes është i aftë të pengojë zgjerimin ose hyrjen edhe të konkurrentëve që janë po aq efikas, duke e bërë më të vështirë për të furnizuar një pjesë të kërkesave të klientëve individualë. Në këtë kontekst, Autoriteti do të vlerësojë se çfarë çmimi do të ofronte një konkurrent në mënyrë që të kompensojë klientin për humbjen e zbritjes me kusht, nëse ky i fundit do të ndryshonte një pjesë të kërkesës së tij (“shkalla relevante”) nga ndërmarrja dominuese. Çmimi efektiv që konkurrenti do të duhet të përmbushë nuk është çmimi mesatar i ndërmarrjes dominuese, por çmimi normal (lista) minus zbritjen që konsumatori humbet duke kaluar, e llogaritur mbi gamën përkatëse të shitjeve dhe në periudhën relevante kohore.
6. Gama përkatëse mbi të cilën mund të llogaritet çmimi efektiv në një rast të veçantë varet nga faktet specifike të secilit rast dhe nga fakti nëse zbritja është shtesë ose prapavepruese. Për zbritjet shtesë, shkalla relevante është zakonisht blerjet shtesë që po konsiderohen. Për zbritjet prapavepruese, në përgjithësi do të jetë e rëndësishme të vlerësohet në kontekstin specifik të tregut për atë se sa nga kërkesat e blerjes së një klienti mund të kalohen realisht tek një konkurrent (“pjesa e kundërshtueshme” ose “pjesëmarrja e kundërshtueshme”). Nëse ka të ngjarë që klientët të jenë të gatshëm dhe të aftë të kalojnë sasi të mëdha të kërkesës të një konkurrent (potencial) relativisht shpejt, shkalla relevante ka të ngjarë të jetë relativisht e madhe. Nëse, nga ana tjetër, ka të ngjarë që klientët të jenë të gatshëm ose të aftë të ndryshojnë në mënyrë graduale sasi të vogla, atëherë shkalla relevante do të jetë relativisht e vogël.
7. Sa më i ulët të jetë çmimi efektiv i vlerësuar mbi shkallën relevante në krahasim me çmimin mesatar të furnizuesit dominues, aq më i fortë është efekti i rritjes së besnikërisë. Sidoqoftë, përderisa çmimi efektiv mbetet vazhdimisht mbi LRAIC të ndërmarrjes dominuese, kjo normalisht do të lejojë një konkurrent po aq efikas të konkurrojë me fitim pavarësisht zbritjes. Në ato rrethana, zbritja normalisht nuk është e aftë të përjashtojë në mënyrë anti-konkurrese.
8. Aty ku çmimi efektiv është nën AAC, si rregull i përgjithshëm skema e zbritjes është e aftë të përjashtojë edhe konkurrentë po aq efikasë. Aty ku çmimi efektiv është midis AAC dhe LRAIC, Autoriteti do të hetojë nëse faktorë të tjerë çojnë drejt konkluzionit se ka të ngjarë të ndikohet hyrja ose zgjerimi edhe i konkurrentëve po aq efikasë. Në këtë kontekst, Autoriteti do të hetojë nëse dhe në çfarë mase konkurrentët kanë kundër-strategji realiste dhe efektive në dispozicion të tyre, për shembull kapacitetin e tyre për të përdorur gjithashtu një pjesë ‘të pakontestueshme’ të kërkesës së blerësve të tyre si levë për të ulur çmimin për shkallën relevante. Aty ku konkurrentët nuk kanë kundër-strategji të tilla në dispozicion, Autoriteti do të konsiderojë se skema e zbritjes është e aftë të përjashtojë konkurrentë po aq efikasë.

Neni 11

Efikasitetet

1. Në rast se janë përmbushur kushtet e përcaktuara në nenet 3,4,5,6, Autoriteti do të marrë në konsideratë pretendimet e ndërmarrjeve dominuese që sistemet e zbritjes arrijnë avantazhe në kosto ose të tjera të cilat i kalojnë klientëve. Përparësitë e kostos që lidhen me transaksionet shpesh kanë më shumë gjasa të arrihen me objektiva të standardizuar të

vëllimit sesa me objektiva të individualizuar të vëllimit. Në mënyrë të ngjashme, skemat shtesë të zbritjes në përgjithësi kanë më shumë gjasa t'i japin rishitësve një nxitje për të prodhuar dhe rishitur një vëllim më të lartë sesa skemat e zbritjes prapavepruese. Nën të njëjtat kushte, Autoriteti do të marrë në konsideratë dëshmitë që demonstrojnë se aranzhimet e marrëveshjeve ekskluzive të rezultojnë në avantazhe për klientët e veçantë, nëse këto aranzhime janë të nevojshme për ndërmarrjen dominuese për të bërë investime specifike për marrëdhëniet, në mënyrë që të jetë në gjendje t'i furnizojë ata klientë.

Shembull 1: Zbritjet e besnikërisë

Ndërmarrja A është një furnizues i shasive të patentuara që përdoren në kamionë të rëndë. Shumica e prodhuesve të kamionëve të rëndë preferojnë të përdorin shasinë e patentuar të Ndërmarrja A (afërsisht 80 përqind) të kamionëve të rëndë. Sidoqoftë, ka disa kamionë të rëndë ku shasia e Ndërmarrja Anuk ka përparësi kryesore ndaj sistemeve konkurruese, dhe prodhuesit në përgjithësi përshtaten me shasitë nga Ndërmarrja A ose konkurrentët e saj, kryesisht në varësi të çmimit. Kërkesa për shasinë e Ndërmarrja Anë përgjithësi ka qenë e qëndrueshme në krahasim me kërkesën për shasinë e konkurrentëve të saj. Gjithashtu ka pasur rritje të ulët ose aspak në prodhimin e kamionëve të rëndë. Rritja e shitjeve të ndërmarrja Aka ngecur. Për të adresuar këtë, Ndërmarrja A u ofron prodhuesve të kamionëve të rëndë një marrëveshje të re furnizimi. Marrëveshja përmban një ofertë për t'u paguar atyre prodhuesve një zbritje të kushtëzuar prej 10 përqind në çmimin e çdo shasie të kamionëve të rëndë që ata blejnë nga Ndërmarrja A. Klienti do të kualifikohet për zbritjen prej 10 përqind vetëm nëse klienti blen të paktën 15 përqind më shumë shasi nga Ndërmarrja A sesa ata kanë blerë gjatë vitit të kaluar financiar. Struktura e zbritjes siguron që klientët e ndërmarrja Aduhet të blejnë më shumë shasi nga ndërmarrja A për kamionët që mund të përdorin shasinë e konkurrentëve të saj, nëse duan të marrin një zbritje prej 10 përqind për çdo shasi të kamionëve të rëndë të blerë atë vit.

Vlerësim

Ka të ngjarë që Ndërmarrja A të ketë një pozicion dominues në treg për shasitë e kamionëve të rëndë. Ka një pjesëmarrje të konsiderueshme në treg në vend dhe nuk ka 13 zëvendësues të afërt në dispozicion të sistemit të tij të patentuar, i cili preferohet në shumicën e kamionëve të rëndë. Efekti i mundshëm i zbritjes është të pengojë ose parandalojë furnizuesit konkurrues të shasive të kamionëve të rëndë që të mos jenë në gjendje të konkurrojnë në mënyrë efektive me meritat e tyre për të shitur shasi të kamionëve të rëndë. Struktura e zbritjes me kusht krijon një nxitje për prodhuesit e kamionëve të rëndë për të rritur blerjet e tyre nga Ndërmarrja A me 15 përqind, pasi zbritja do të aplikohet për çdo shasi të shitur. Rivalët e ndërmarrja Anuk ka gjasa të jenë në gjendje të përgjigjen në mënyrë efektive duke ofruar një zbritje ekuivalente ose më të lartë, pasi prodhuesit e kamionëve të rëndë do të humbasin zbritjen prej 10 përqind të ofruar nga ndërmarrja A në 80 përqind të shasive që ata tashmë blejnë nga ajo ndërmarrje nëse nuk përmbushin objektivin shtesë prej 15 përqind. Sjellja ka të ngjarë të ketë efektin e kufizimit të ndjeshëm të konkurrencës efektive në furnizimin me shasi të kamionëve të rëndë. Sjellja ka të ngjarë të jetë në kundërshtim me nenin 9 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës.

Neni 12

Lidhja dhe bashkimi

1. Një ndërmarrje dominuese mund të përpiqet të përjashtojë konkurrentët e saj duke lidhur ose bashkuar (produktet).
2. ‘Lidhja’ zakonisht i referohet situatave kur klientëve që blejnë një produkt (produkti lidhës) u kërkohet gjithashtu të blejnë një produkt tjetër nga ndërmarrja dominuese (produkti i lidhur).
3. ‘Bashkimi’ zakonisht i referohet mënyrës së ofrimit dhe çmimit të produkteve nga ndërmarrja dominuese. Në rastin e bashkimit të pastër, produktet shiten vetëm së bashku në përmasa fikse. Në rastin e paketimit të përzier, shpesh të referuar si një zbritje me shumë produkte, produktet gjithashtu vihen në dispozicion veçmas, por shumica e çmimeve kur shiten veçmas është më e lartë se çmimi i bashkuar.
5. Lidhja dhe bashkimi janë praktika të zakonshme që synojnë t'u ofrojnë klientëve produkte ose oferta më të mira në mënyra më kosto-efektive. Sidoqoftë, një ndërmarrje që është dominuese në një treg produkti (ose më shumë) të një lidhjeje ose bashkimi (e referuar si tregu lidhës) mund të dëmtojë konsumatorët duke lidhur ose bashkuar duke përjashtuar tregun për produktet e tjera që janë pjesë e lidhjes ose bashkimit (referuar si tregu i lidhur) dhe, indirekt, tregu lidhës.
6. Autoriteti do të ndërmarr veprime sipas nenit 9 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës kur një ndërmarrje është dominuese në tregun e lidhjes dhe kur, përveç kësaj, plotësohen kushtet e mëposhtme: (I) produktet lidhëse dhe të lidhura janë produkte të dallueshme, dhe (II) praktika e lidhjes ka të ngjarë të çojë në një përjashtim anti-konkurrenës.

Neni 13

Produktet e dalluara

1. Nëse produktet do të konsiderohen si të dallueshme nga Autoriteti varet nga kërkesa e klientit. Dy produkte janë të dallueshme nëse, në mungesë të lidhjes ose bashkimit, një numër i konsiderueshëm i klientëve do të blinin ose do të kishin blerë produktin lidhës pa blerë gjithashtu produktin e lidhur nga i njëjti furnizues, duke lejuar kështu prodhim më vete për të dy produktet, atë lidhës dhe atë të lidhur. Dëshmitë se dy produkte janë të dallueshme mund të përfshijnë dëshmi të drejtpërdrejta që, kur u jepet një zgjedhje, klientët blejnë produktin lidhës dhe atë të lidhur veçmas nga burime të ndryshme furnizimi, ose dëshmi të tërthorta, të tilla si prania në treg e ndërmarrjeve të specializuara në prodhimin ose shitjen e produktit të lidhur pa produktin lidhës ose të secilit prej produkteve të bashkuar nga ndërmarrja dominuese, ose dëshmi që tregojnë se ndërmarrjet me pak fuqi në treg, veçanërisht në tregjet konkurrenës, kanë prirje të mos i lidhin apo të mos i bashkojnë produktet e tilla.

Neni 14

Përjashtimi anti-konkurrenës në tregun e lidhur dhe/ose lidhës

1. Lidhja ose bashkimi mund të çojë në efekte anti-konkurrenës në tregun e lidhur, tregun lidhës, ose të dyja në të njëjtën kohë. Sidoqoftë, edhe kur qëllimi i lidhjes ose bashkimit është të mbrojë pozicionin e ndërmarrjes dominuese në tregun lidhës, kjo bëhet në mënyrë indirekte duke përjashtuar tregun e lidhur. Përveç faktorëve të përmendur tashmë në paragrafin 3 të nenit

- 4, Autoriteti konsideron se faktorët e mëposhtëm janë në përgjithësi të një rëndësie të veçantë për identifikimin e rasteve të përjashtimit anti-konkurrues të mundshëm ose aktual.
2. Rreziku i përjashtimit anti-konkurrues pritet të jetë më i madh kur ndërmarrja dominuese e bën strategjinë e saj të lidhjes ose bashkimit të qëndrueshme, për shembull përmes lidhjes teknike e cila është e kushtueshme të anulohet. Lidhja teknike gjithashtu zvogëlon mundësitë për rishitje të përbërësve individual.
3. Në rastin e bashkimit, ndërmarrja mund të ketë një pozitë dominuese për më shumë se një nga produktet në pako. Sa më i madh numri i produkteve të tilla në pako, aq më i fortë është përjashtimi i mundshëm anti-konkurrues. Kjo është veçanërisht e vërtetë nëse bashkimi është e vështirë për një konkurrent të përsëritet, ose i vetëm ose në kombinim me të tjerët.
5. Lidhja mund të çojë në më pak konkurrencë për klientët e interesuar për të blerë produktin e lidhur, por jo produktin lidhës. Nëse nuk ka një numër të mjaftueshëm klientësh që do të blejnë vetëm produktin e lidhur, për të mbështetur konkurrentët e ndërmarrjes dominuese në tregun e lidhur, lidhja mund të bëjë që ata klientë të përballen me çmime më të larta.
6. Nëse produkti lidhës ose produkti i lidhur mund të përdoren në proporcione të ndryshueshme si inpute në një proces prodhimi, klientët mund të reagojnë ndaj rritjes së çmimit për produktin lidhës duke rritur kërkesën e tyre për produktin e lidhur duke ulur kërkesën e tyre për produktin lidhës. Duke lidhur dy produktet, ndërmarrja dominuese mund të kërkojë të shmangë këtë zëvendësim dhe, si rezultat, të jetë në gjendje të rrisë çmimet e saj.
7. Nëse çmimet që ndërmarrja dominuese mund të ngarkojë në tregun e lidhjes janë të rregulluara, lidhja mund t'i lejojë ndërmarrjes dominuese të rrisë çmimet në tregun e lidhur në mënyrë që të kompensojë humbjen e të ardhurave të shkaktuara nga rregullimi në tregun lidhës.
8. Nëse produkti i lidhur është një produkt plotësues i rëndësishëm për klientët e produktit lidhës, një reduktim i furnizuesve alternativë të produktit të lidhur (dhe kështu një disponueshmëri e zvogëluar e atij produkti) mund ta bëjë më të vështirë hyrjen vetëm në tregun lidhës.

Neni 15

Zbritjet me shumë produkte

1. Zbritja me shumë produkte mund të jetë anti-konkurrese në tregun e lidhur ose atë lidhës nëse është aq e gjerë sa konkurrentët po aq efikasë që ofrojnë vetëm disa nga përbërësit nuk mund të konkurrojnë kundër bashkimit me zbritje.
2. Në teori, do të ishte ideale nëse efekti i zbritjes mund të vlerësohej duke shqyrtuar nëse të ardhurat shtesë mbulojnë kostot shtesë për secilin produkt në bashkimin (e produkteve) e ndërmarrjes dominuese. Sidoqoftë, në praktikë vlerësimi i të ardhurave shtesë është kompleks. Prandaj, në praktikën e tij të zbatimit, Autoriteti në shumicën e situatave do të përdorë çmimin shtesë si një përfaqësues të mirë. Nëse çmimi shtesë që klientët paguajnë për secilin prej produkteve të bashkuara të ndërmarrjes dominuese mbetet mbi LRAIC të ndërmarrjes dominuese nga përfshirja e atij produkti në pakon bashkuese, Autoriteti normalisht nuk do të ndërhyjë pasi një konkurrent po aq efikas me vetëm një produkt duhet, në parim, të jetë në gjendje të konkurrojë me fitim kundër paketës me produkte të bashkuara. Sidoqoftë, mund të kërkohej veprime për zbatim nëse çmimi shtesë është nën LRAIC, sepse në një rast të tillë edhe një konkurrent po aq efikas mund të parandalohet nga zgjerimi ose hyrja.
3. Nëse provat sugjerojnë që konkurrentët e ndërmarrjes dominuese po shesin bashkime identike, ose mund ta bëjnë këtë në kohën e duhur pa u penguar nga kosto të mundshme shtesë, Autoriteti në përgjithësi do ta konsiderojë këtë si një bashkim (produktesh) që konkurron kundër një bashkimi (produktesh), në këtë rast pyetja relevante nuk është nëse të ardhurat shtesë mbulojnë

kostot shtesë për secilin produkt në pako, por përkundrazi nëse çmimi i bashkimit të produkteve si tërësi është grabitqar.

Neni 16

Efikasitetet

1. Me kusht që kushtet e përcaktuara në nenet 3,4,5,6 janë përmbushur, Autoriteti do të shqyrtojë pretendimet e ndërmarrjeve dominuese se praktikrat e tyre të lidhjes dhe bashkimit mund të çojnë në kursime në prodhim ose shpërndarje që do të jenë me përfitim për klientët. Autoriteti gjithashtu mund të marrë parasysh nëse praktika të tilla zvogëlojnë kostot e transaksionit për klientët, të cilët përndryshe do të detyroheshin të blinin komponentët veç e veç, dhe të mundësonin kursime të konsiderueshme në kostot e bashkimit dhe shpërndarjes për furnizuesit. Ai gjithashtu mund të shqyrtojë nëse kombinimi i dy produkteve të pavarura në një produkt të ri, të vetëm, mund të rrisë aftësinë për të sjellë një produkt të tillë në treg në dobi të konsumatorëve. Autoriteti gjithashtu mund të marrë parasysh nëse praktikrat e lidhjes dhe bashkimit i lejojnë furnizuesit të kalojnë te konsumatori efikasitete që dalin nga prodhimi ose blerja e sasive të mëdha të produktit të lidhur.

Shembull 2: Lidhja dhe bashkimi

Një ndërmarrje ka patentën mbi përbërësin aktiv në ilaçin e vetëm që mund të trajtojë një gjendje të zakonshme neurologjike (Ilaçi A). Patenta për Ilaçin A zgjat edhe pesë vjet të tjera. Ndërmarrja ka patentën për një ilaç tjetër që trajton një gjendje neurologjike të ndryshme dhe relativisht të rrallë (Ilaçi B). Patenta për Ilaçin B është pothuajse në përfundim. Prodhuesit e barnave gjenerike po bëjnë plane për të prodhuar një version gjenerik të Ilaçit B. Ndërmarrja vendos të ndryshojë praktikën e saj të shitjes për të shitur vetëm si një bashkim ilaçin A dhe ilaçin B. Ndërmarrja i shkruan të gjitha farmacive duke deklaruar se do të shesë Ilaçin A në një farmaci vetëm nëse farmacia pranon të blejë të gjitha kërkesat e saj të ilaçit B nga ndërmarrja. Farmacitë normalisht blejnë ilaçe nga një sërë prodhuesish. Në mungesë të lidhjes, nuk ka përfitime për barnatoret për të blerë Ilaçin A dhe Ilaçin B nga i njëjti prodhues.

Vlerësim

Ka të ngjarë që ndërmarrja të ketë një pozicion dominues në furnizimin e Ilaçit A. Është furnizuesi monopol i Ilaçit A (për kohëzgjatjen e patentës) dhe nuk ka ilaçe të krahasueshme. Nëse një farmaci nuk mund të shpërndajë Ilaçin A, ka të ngjarë të humbasë një numër të konsiderueshëm klientësh. Si rezultat, ka të ngjarë që pothuajse të gjitha farmacitë të blejnë të dyja Ilaçin A dhe Ilaçin B ekskluzivisht nga ndërmarrja. Kjo do të parandalojë ose pengojë prodhuesit e barnave gjenerike të konkurrojnë për të furnizuar Drogën B në shumicën e farmacive. Sjellja ka të ngjarë të ketë efektin e kufizimit të konsiderueshëm të konkurrencës efektive në furnizimin me Ilaçin B. Sjellja ka të ngjarë të shkelë nenin 9 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës

Neni 17

Çmimet Grabitqare

1. Autoriteti i Konkurrencës në përgjithësi do të ndërhyjë aty ku ka dëshmi që tregojnë se një ndërmarrje dominuese angazhohet në sjellje grabitqare duke pësuar qëllimisht humbje, ose duke humbur fitimet pritshme në një afat të shkurtër (të referuar më tutje si ‘sakrificë’), në mënyrë që të përjashtojë ose që të ketë gjasa për të përjashtuar një ose më shumë konkurrentë të tij aktualë ose të mundshëm me qëllim forcimin ose ruajtjen e fuqisë së tij në treg, duke shkaktuar kështu dëm konsumatori.
2. Autoriteti gjithashtu mund të hetojë praktika grabitqare nga ndërmarrjet dominuese në tregjet dytësore në të cilat ato nuk janë ende dominuese. Në veçanti, do të ketë më shumë gjasa që Autoriteti të gjejë një abuzim të tillë në sektorët ku aktivitetet mbrohen nga një monopol ligjor. Ndërsa ndërmarrja dominuese nuk ka nevojë të përfshihet në sjellje grabitqare për të mbrojtur pozitën e saj dominuese në tregun e mbrojtur nga monopoli ligjor, ajo mund të përdorë fitimet e bëra në tregun e monopolit për të ndër-subvencionuar aktivitetet e saj në një treg tjetër dhe në këtë mënyrë të kërcënojë të eliminojë konkurrencë efektive në atë treg tjetër.

Neni 18

Sakrifica

1. Autoriteti do ta shikojë një sjellje që përfshin në vete sakrificë, duke vendosur një çmim më të ulët për të gjithë ose një pjesë të caktuar të prodhimit të tij gjatë periudhës kohore përkatëse, ose duke zgjeruar prodhimin e tij gjatë periudhës përkatëse kohore, ndërmarrja dominuese ka pësuar ose po pëson humbje që mund të ishin shmangur. Autoriteti do të marrë AAC (Kostoja e Mesme e Shmangshme) si pikënisjen e duhur për të vlerësuar nëse ndërmarrja dominuese ka pësuar ose po pëson humbje të shmangshme. Nëse një ndërmarrje dominuese ngarkon një çmim nën AAC (KMSH) për të gjithë ose një pjesë të prodhimit të tij, nuk po mbulon kostot që mund të ishin shmangur duke mos prodhuar atë prodhim: po pëson një humbje që mund të ishte shmangur.² Kështu që, çmimi nën AAC (KMSH) do të shihet në shumicën e rasteve nga Autoriteti si një tregues i qartë i sakrificës.
2. Megjithatë, koncepti i sakrificës nuk përfshin vetëm çmimet nën AAC (KMSH). Për të treguar një strategji grabitqare, Autoriteti gjithashtu mund të hetojë nëse sjellja e dyshuar grabitqare çoi në një periudhë afatshkurtër në të ardhura neto më të ulëta nga sa mund të pritej nga një sjellje alternative e arsyeshme, domethënë nëse ndërmarrja dominuese pësoi një humbje që mund të ishin shmangur.
3. Në disa raste do të jetë e mundur të mbështetet në dëshmi të drejtpërdrejta të përbëra nga dokumente të ndërmarrjeve dominuese të cilat tregojnë qartë një strategji grabitqare, siç është një plan i detajuar për të sakrifikuar për të përjashtuar një konkurrent, për të parandaluar hyrjen ose për të parandaluar shfaqjen e një tregu, ose dëshmi për kërcënime konkrete të veprimit grabitqar.

Neni 19

Përjashtim anti-konkurrues

1. Nëse ka të dhëna të mjaftueshme e të besueshme, Autoriteti i Konkurrencës do të zbatojë analizën e konkurrentit po aq efikas, të përshkruar në paragrafët 20 deri në 22, për të përcaktuar nëse sjellja është e aftë të dëmtojë konsumatorët. Normalisht vetëm çmimi nën LRAIC është i aftë të përjashtojë konkurrentë po aq efikas nga tregu.
2. Përveç faktorëve të përmendur tashmë në paragrafin 3 nenit 4, Autoriteti në përgjithësi do të hetojë nëse dhe si sjellja e dyshuar zvogëlon gjasat që konkurrentët të konkurrojnë. Për shembull, nëse ndërmarrja dominuese është më mirë e informuar për koston ose kushtet e tjera të tregut, ose mund të shtrembërojë sinjalet e tregut në lidhje me përfitimin, ajo mund të përfshihet në sjellje grabitqare në mënyrë që të ndikojë në pritshmëritë e hyrjeve të mundshme dhe në këtë mënyrë të pengojë hyrjet. Nëse sjellja dhe efektet e saj të mundshme ndihen në tregje të shumta dhe/ose në periudha të njëpasnjëshme në hyrje të mundshme, mund të tregohet se ndërmarrja dominuese po synon një reputacion për sjellje grabitqare. Nëse konkurrenti i synuar varet nga financimi i jashtëm, ulje të konsiderueshme të çmimeve ose sjellje të tjera

² Në shumicën e rasteve kostoja mesatare e ndryshueshme AVC (KMN) dhe AAC (KMSH) do të jenë të njëjta, pasi shpesh vetëm kostot variabël mund të shmangen. Sidoqoftë, në rrethanat kur AVC dhe AAC ndryshojnë, kjo e fundit pasqyron më mirë sakrificën e mundshme: për shembull, nëse ndërmarrja dominuese duhet të zgjeronte kapacitetin në mënyrë që të ishte në gjendje të paraprinte, atëherë kostot e fundosura të atij kapaciteti shtesë duhet të merren parasysh në duke parë humbjet e ndërmarrjes dominuese. Ato kosto do të pasqyroheshin në AAC, por jo në AVC.

grabitqare nga ndërmarrja dominuese mund të ndikojnë negativisht në performancën e konkurrentit, në mënyrë që qasja i tij në financime të mëtejshme të minohet seriozisht.

3. Autoriteti nuk konsideron se është e nevojshme të tregohet se konkurrentët kanë dalë nga tregu në mënyrë që të demonstrojë se ka pasur një përjashtim anti-konkurrues.
4. Kjo nuk do të thotë që Autoriteti do të ndërhyjë vetëm nëse ndërmarrja dominuese ka të ngjarë të jetë në gjendje të rrisë çmimet e saj mbi nivelin që ekziston në treg para sesa sjellja të ndodhë. Është e mjaftueshme, për shembull, që sjellja ka të ngjarë të parandalojë ose vonojë një rënie të çmimeve që përndryshe do të kishte ndodhur. Identifikimi i dëmit të konsumatorit nuk është një llogaritje mekanike e fitimeve dhe humbjeve, dhe nuk kërkohet dëshmi të fitimeve të përgjithshme. Dëmi i mundshëm i konsumatorit mund të demonstrohet duke vlerësuar efektin e mundshëm përjashtues të sjelljes, të kombinuar me marrjen parasysh të faktorëve të tjerë, siç janë pengesat në hyrje. Në këtë kontekst, Autoriteti gjithashtu do të marrë parasysh mundësitë për ri-hyrje.
5. Mund të jetë më e lehtë për ndërmarrjen dominuese të përfshihet në sjellje grabitqare nëse synon në mënyrë selektive klientë të veçantë me çmime të ulëta, pasi kjo do të kufizojë humbjet e pësuar nga ndërmarrja dominuese.
6. Ka më pak gjasa që ndërmarrja dominuese të angazhohet në sjellje grabitqare nëse sjellja ka të bëjë me një çmim të ulët të zbatuar përgjithësisht për një periudhë të gjatë kohore

Neni 20

Efikasitetet

Në përgjithësi konsiderohet e pamundur që sjellja grabitqare të krijojë efikasitete.

Shembulli 3: Çmimet Grabitqare

Një ndërmarrje boton gazetën e vetme në një qytet të madh rajonal. Ndërmarrja siguron gazetën falas dhe ka krijuar një lexues të konsiderueshëm përmes fokusit të saj në lajmet dhe ngjarjet lokale. Ndërmarrja tërheq të ardhura të konsiderueshme nga bizneset vendore që reklamojnë në gazetë dhe krijon fitime të konsiderueshme. Shumica e bizneseve vendase e konsiderojnë thelbësore reklamimin në gazetë. Një hyrje e re fillon të botojë një gazetë konkurruese rajonale dhe ofron tarifa reklamimi të krahasueshme me ato të ofruara nga ndërmarrja. Pjesëmarrësi i ri (hyrja e re) fillon të fitojë disa shitje reklamash nga ndërmarrja. Ndërmarrja ul normat e reklamimit për të gjithë klientët e saj në më pak se 50 përqind të tarifave të ofruara nga hyrja e re. Me normat e reja të reklamimit, ndërmarrja nuk mbulon shpenzimet e saj për shtypjen dhe shpërndarjen e gazetës së saj. Dokumentet e bordit të ndërmarrjes tregojnë se është e gatshme të pësojë këto humbje për të rivendosur pozitën e saj si gazeta e vetme rajonale dhe fitimet që gjeneron kjo pozitë. Regjistruesi i ri nuk është në gjendje të tërheqë reklamues të mjaftueshëm dhe mbyll gazetën e tij. Pas mbylljes, ndërmarrja rrit normat e reklamimit në nivelin e tyre origjinal.

Vlerësim

Ka të ngjarë që ndërmarrja të ketë një pozitë dominuese. Duke qenë gazeta e vetme rajonale i ka mundësuar ndërmarrjes të krijojë një lexues të konsiderueshëm. Reklamimi në gazetë është mënyra më efektive që bizneset lokale të arrijnë tek banorët vendas, dhe nuk ka zëvendësues të afërt në dispozicion. Ulja e tarifave të reklamave nga ndërmarrja ishte e konsiderueshme. Tarifat e reduktuara ishin shumë më të ulëta se ato të ofruara nga hyrja e re dhe nuk ishin të mjaftueshme për të mbuluar kostot e shtypjes dhe shpërndarjes së gazetës. Tarifat e reduktuara të reklamave nuk ishte një ofertë afatshkurtër, e cila zgjati deri në mbylljen e gazetës rivale. Humbjet financiare të bëra nga ndërmarrja gjatë kësaj periudhe ishin të konsiderueshme. Ndërmarrja kishte për qëllim të detyronte gazetën rivale të mbyllej dhe ta parandalonte që ajo të konkurronte sipas meritave të saj. Me uljen e çmimeve të saj, sjellja kishte efektin ose efektin e mundshëm të kufizimit të ndjeshëm të konkurrencës efektive. Sjellja ka mundësi të shkelë nenin 9 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës.

Neni 21

Refuzimi i furnizimit dhe shtrydhja e margjinave

1. Në përgjithësi, çdo ndërmarrje, qoftë dominuese apo jo, nuk duhet të parandalohet nga zgjedhja e partnerëve të saj tregtarë, të disponojë lirshëm pronën e saj dhe të vendosë se si të organizojë sistemin e saj të shpërndarjes.
2. Prandaj, Autoriteti i Konkurrencës konsideron se ndërhyrja në bazë të ligjit të konkurrencës kërkon shqyrtim të kujdesshëm kur zbatimi i nenit 9 do të çonte në vendosjen e një detyrimi për furnizim në një ndërmarrje dominuese. Ekzistenca e një detyrimi të tillë - edhe për një shpërblim të drejtë - mund të minojë stimujt e ndërmarrjeve për të investuar dhe inovuar dhe, në këtë mënyrë, ndoshta të dëmtojë konsumatorët. Njohuria se ata mund të kenë një detyrë për të furnizuar kundër vullnetit të tyre mund të bëjë që ndërmarrjet dominuese - ose ndërmarrjet që parashikojnë se mund të bëhen dominuese - të mos investojnë, ose të investojnë më pak, në

aktivitetin në fjalë. Gjithashtu, konkurrentët mund të joshen nga ‘udhëtimi falas’ me investimet e bëra nga ndërmarrja dominuese në vend që të investojnë vetë. Asnjë nga këto pasoja, në planin afatgjatë, nuk do të ishte në interes të konsumatorëve.

3. Në mënyrë tipike, problemet e konkurrencës lindin kur ndërmarrja dominuese konkurron në tregun “në rrjedhën e poshtme” me blerësin të cilin ai refuzon të furnizojë. Termi “treg në rrjedhën e poshtme” përdoret për t’iu referuar tregut për të cilin nevojitet një input i refuzuar për të prodhuar një produkt ose për të ofruar një shërbim.
4. Llojet e tjera të refuzimit ndoshta të paligjshme të furnizimit, në të cilat furnizimi është i kushtëzuar me pranimin nga blerësi të kufizimeve në sjelljen e tij, nuk trajtohen në këtë seksion. Për shembull, ndalimi i furnizimeve me qëllim ndëshkimin e konsumatorëve për bërje biznes me konkurrentët ose refuzimin e furnizimit të klientëve që nuk pajtohen me marrëveshjet e lidhjes (së produkteve), do të shqyrtohet nga Autoriteti në përputhje me parimet e përcaktuara në seksionet për marrëveshjet ekskluzive dhe lidhjen dhe bashkimin.
5. Koncepti i refuzimit të furnizimit mbulon një gamë të gjerë praktikash, të tilla si refuzimi për të furnizuar produkte për klientët ekzistues ose të rinj, refuzimi për të licencuar të drejtat e pronësisë intelektuale (përfshirë kur licenca është e nevojshme për të siguruar informacionin e ndërfaqes), ose refuzimi i dhënies së qasjes në një strukturë thelbësore ose një rrjet.
6. Autoriteti nuk e konsideron të nevojshme që produkti i refuzuar të ishte tashmë i tregtuar: mjafton që të ketë kërkesë nga blerësit potencialë dhe që të mund të identifikohet një treg potencial për inputet në fjalë. Gjithashtu, nuk është e nevojshme që të ketë një refuzim aktual nga ana e një ndërmarrjeje dominuese; mjafton një ‘refuzim konstruktiv’. Një refuzim konstruktiv, për shembull, mund të marrë formën e vonesës së padrejtë ose degradimit të furnizimit të produktit ose të përfshijë vendosjen e kushteve të paarsyeshme në këmbim të furnizimit.
7. Së fundi, në vend që të refuzojë furnizimin, një ndërmarrje dominuese mund të ngarkojë një çmim për produktin në tregun e sipërm, i cili, në krahasim me çmimin që ngarkon në tregun e poshtëm, nuk lejon as një konkurrent po aq efikas të tregtojë me fitim në tregun e rrjedhës së poshtme në baza të qëndrueshme (e ashtuquajtura 'shtrydhje e magjinës'). Në rastet e 'shtrydhje së magjinave, standardi në të cilin Autoriteti do të mbështetet në përgjithësi për të përcaktuar kostot e një konkurenti po aq efikas janë LRAIC i divizionit në rrjedhën e poshtme të ndërmarrjes dominuese të integruar.
8. Autoriteti do t’i konsiderojë këto praktika si një prioritet për zbatim, nëse të gjitha rrethanat e mëposhtme janë të pranishme:
 - 1) refuzimi lidhet me një produkt ose shërbim që është objektivisht i nevojshëm për të qenë në gjendje të konkurrojë në mënyrë efektive në një treg në rrjedhën e poshtme;
 - 2) refuzimi ka gjasa të çojë në eliminimin e konkurrencës efektive në tregun e poshtëm; dhe
 - 3) refuzimi ka gjasa të çojë në dëmtim të konsumatorit.
9. Në disa raste të veçanta, mund të jetë e qartë se vendosja e një detyrimi për furnizim siç duket nuk është e aftë të ketë efekte negative në stimujt e pronarit të inputeve dhe/ose operatorëve të tjerë për të investuar dhe inovuar në rrjedhën e sipërme, qofshin ex ante ose ex post. Autoriteti konsideron se ka shumë gjasa që një rast i tillë të shfaqet kur rregullorja tashmë imponon një detyrim për të furnizuar sipërmarrjen dominuese dhe është e qartë, nga konsideratat që bazohen në një rregullore të tillë, se kur është vendosur një detyrim të tillë për furnizim, është bërë tashmë balancimi i nevojshëm i stimujve nga autoriteti publik. Ky mund të jetë gjithashtu rasti kur pozita e ndërmarrjes dominuese në rrjedhën e sipërme të tregut është zhvilluar nën mbrojtjen e të drejtave të veçanta ose ekskluzive ose është financuar nga burimet shtetërore. Në raste të tilla të veçanta, nuk ka asnjë arsye që Autoriteti të devijojë nga standardi i tij i përgjithshëm i zbatimit

për të treguar përjashtim të mundshëm anti- konkurrues, pa marrë parasysh nëse tre rrethanat e përmendura në paragrafin 8 i nenit 21 janë të pranishme.

Neni 22

Domosdoshmëria objektive e të dhënave

1. Autoriteti do të marrë parasysh nëse furnizimi i inputit të refuzuar është objektivisht i nevojshëm që operatorët të jenë në gjendje të konkurrojnë në mënyrë efektive në treg. Kjo nuk do të thotë që, pa inputin e refuzuar, asnjë konkurrent nuk mund të hyjë ose të mbijetojë në tregun në rrjedhën e poshtme. Përkundrazi, një input është i domosdoshëm aty ku nuk ka zëvendësim aktual ose potencial në të cilin mund të mbështeten konkurrentët në tregun e rrjedhës së poshtme në mënyrë që të kundërshtojnë – të paktën në planin afatgjatë – pasojat negative të refuzimit. Në këtë drejtim, Autoriteti normalisht do të bëjë një vlerësim nëse konkurrentët mund të përsërisin efektivisht inputin e prodhuar nga ndërmarrja dominuese në të ardhmen e parashikueshme. Nocioni i përsëritjes (së prodhimit) nënkupton krijimin e një burimi alternativ të furnizimit efikas që është i aftë të lejojë konkurrentët të ushtrojnë një kufizim konkurrues ndaj ndërmarrjes dominuese në tregun e rrjedhës së poshtme.
2. Kriteret e përcaktuara në paragrafin 8 të nenit 21 zbatohen si për rastet e ndërprerjes së furnizimit të mëparshëm, ashtu edhe për refuzimet për të furnizuar një të mirë ose shërbim të cilin kompania dominuese nuk ua kishte furnizuar më parë të tjerëve (refuzime *de novo* për të furnizuar). Sidoqoftë, ndërprerja e një marrëveshjeje ekzistuese të furnizimit ka më shumë të ngjarë të jetë abuzive sesa një refuzim për furnizim *de novo*. Për shembull, nëse ndërmarrja dominuese kishte furnizuar më parë ndërmarrjen kërkuese dhe kjo e fundit kishte kryer investime specifike për marrëdhëniet në mënyrë që të përdorte inputin e refuzuar më pas, Autoriteti mund të ketë më shumë gjasa të konsiderojë inputin në fjalë si të domosdoshëm. Në mënyrë të ngjashme, fakti që pronari i inputit thelbësor në të kaluarën e ka parë në interesin e tij për të furnizuar atë, është një tregues se furnizimi i inputit nuk nënkupton ndonjë rrezik që pronari të mos marrë kompensim adekuat për investimin fillestar. Prandaj, i takon kompanisë dominuese të demonstrojë pse rrethanat kanë ndryshuar në të vërtetë në atë mënyrë që vazhdimi i marrëdhënies së saj ekzistuese të furnizimit do të rrezikonte kompensimin e saj adekuat.

Neni 23

Eliminimi i konkurrencës efektive

1. Nëse kërkesat e përcaktuara në paragrafët 1 dhe 2 të nenit 22, janë përmbushur, Autoriteti konsideron se refuzimi i një ndërmarrjeje dominuese për të furnizuar në përgjithësi është i detyruar të eliminojë, menjëherë ose me kalimin e kohës, konkurrencën efektive në tregun e rrjedhës së poshtme. Në përgjithësi, sa më e lartë të jetë pjesëmarrja në treg e ndërmarrjes dominuese, aq më e madhe është mundësia e eliminimit të konkurrencës efektive në tregun e rrjedhës së poshtme. Sa më pak e kufizuar të jetë në kapaciteti ndërmarrja dominuese në krahasim me konkurrentët në tregun e rrjedhës së poshtme, aq më afër zëvendësueshmëria midis prodhimit të ndërmarrjes dominuese dhe asaj të konkurrentëve të saj në tregun e poshtëm, sa më i madh është proporcioni i konkurrentëve në tregun e rrjedhës së poshtme që janë prekur, dhe ka më shumë gjasa që kërkesa që mund të shërbehet nga konkurrentët e përjashtuar të devijohet prej tyre në favor të ndërmarrjes dominuese.

Neni 24

Dëmi ndaj konsumatorit

1. Në shqyrtimin e ndikimit të mundshëm të refuzimit të furnizimit në mirëqenien e konsumatorit, Autoriteti do të shqyrtojë nëse, për konsumatorët, pasojat e mundshme negative të refuzimit të furnizimit në tregun relevant i tejkalojnë me kalimin e kohës pasojat negative të vendosjes së një detyrimi për furnizim.
2. Autoriteti konsideron se dëmi ndaj konsumatorit, për shembull, mund të lindë kur konkurrentët që përjashton ndërmarrja dominuese, si rezultat i refuzimit, parandalohen të sjellin mallra ose shërbime novatore në treg dhe/ose kur inovacioni pasues ka gjasa të shuhet. Kjo mund të ndodhë veçanërisht nëse ndërmarrja që kërkon furnizim nuk synon të kufizohet në thelb në përsëritjen e mallrave ose shërbimeve të ofruara tashmë nga ndërmarrja dominuese në tregun e rrjedhës së poshtme, por synon të prodhojë mallra ose shërbime të reja ose të përmirësuara për të cilat ka ose një kërkesë e mundshme e konsumatorit, ose ka gjasa të kontribuojnë në zhvillimin teknik.
3. Autoriteti gjithashtu konsideron se refuzimi i furnizimit mund të çojë në dëmtim të konsumatorit kur çmimi në tregun e inputeve në rrjedhën e sipërme është i rregulluar, çmimi në tregun e rrjedhës së poshtme nuk është i rregulluar dhe ndërmarrja dominuese, duke përjashtuar konkurrentët në tregun e poshtëm përmes një refuzimi i furnizimit, është në gjendje të marrë më shumë fitime në tregun e parregulluar në rrjedhën e poshtme sesa përndryshe do të merrte.

Neni 25

Efikasitetet

1. Autoriteti do të marrë në konsideratë pretendimet e ndërmarrjes dominuese se refuzimi i furnizimit është i nevojshëm për të lejuar ndërmarrjen dominuese të realizojë një kthim adekuat nga investimet e kërkuara për të zhvilluar inpute për biznesin e saj, duke krijuar kështu stimuj për të vazhduar të investojë në të ardhmen, duke marrë rrezikun e projekteve të dështuara në konsideratë. Autoriteti gjithashtu do të marrë në konsideratë pretendimet e ndërmarrjes dominuese se inovacioni i saj do të ndikohet negativisht nga detyrimi për të furnizuar, ose nga ndryshimet strukturore në kushtet e tregut që do të sjellë imponimi i një detyrimi të tillë, përfshirë zhvillimin e inovacionit të mëtejshëm nga konkurrentët.
2. Sidoqoftë, kur merren parasysh pretendimet e tilla, i takon ndërmarrjes dominuese të demonstrojë çdo ndikim negativ që një detyrim për të furnizuar ka të ngjarë të ketë në nivelin e inovacionit të saj. Nëse një ndërmarrje dominuese e ka furnizuar më parë inputin në fjalë, kjo mund të jetë e rëndësishme për vlerësimin e çdo pretendimi se refuzimi i furnizimit është i justifikuar për arsye efikasiteti.

Shembulli 4: Refuzimi për të bërë biznes

Një ndërmarrje zotëron fabrikën e vetme të çimentos në një qytet rajonal. Fabrika tjetër më e afërt e çimentos është një distancë e konsiderueshme larg. Kostoja e transportit të çimentos në qytet nga fabrika tjetër më e afërt e çimentos është e rëndësishme. Ndërmarrja gjithashtu zotëron të gjitha fabrikat e betonit të gatshëm që i shërbejnë qytetit rajonal. Nuk është e mundur të transportohet beton të gatshëm në qytet nga fabrika tjetër më e afërt e përzierjes së gatshme (të betonit). Çimentoja është një kontribut thelbësor në betonin e gatshëm. Një pjesëmarrës i ri planifikon të krijojë një fabrikë betoni të gatshëm në qytetin rajonal. Pjesëmarrësi i ri ka një rekord të fortë të operimit të suksesshëm të operacioneve të betonit të gatshëm në qytete të tjera. Hyrja e re i afrohet ndërmarrjes për të blerë furnizime me çimento. Ndërmarrja refuzon të furnizojë hyrjen e re me çimento. Një nga arsyet e saj për ta bërë këtë është të mbrojë punësimin e punëtorëve të saj në fabrikat e tij të betonit të gatshëm. Pjesëmarrësi i ri nuk vazhdon me planet e tij për të krijuar një fabrikë të gatshme për përzierje (të betonit) në qytet.

Vlerësim

Ndërmarrja ka një pozitë dominuese në furnizimin me çimento në qytetin rajonal. Është furnizuesi i vetëm i çimentos në qytet dhe konkurrenti më i afërt i mundshëm do të pësonte kosto shumë të larta transporti për transportimin e çimentos në qytet. Ndërsa një nga motivimet e ndërmarrjes është të mbrojë punësimin e punëtorëve të saj, ajo po kërkon ta arrijë këtë duke parandaluar ndërmarrjen rivale të hyjë në treg të furnizimit të betonit të gatshëm dhe duke larguar konkurrencën në biznes. Efekti i refuzimit të ndërmarrjes për të furnizuar është të parandalojë hyrjen e re që të hyjë në treg për furnizimin e betonit të gatshëm dhe të konkurrojë me ndërmarrjen në bazë të meritave të saj. Sjellja ka si qëllim dhe efekt kufizimin e konsiderueshëm të konkurrencës efektive. Sjellja ka gjasa të shkelë nenin 9 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës.

Shembulli 5: shtrydhja e margjinës/e çmimit

Ndërmarrja X mban 90 përqind të depozitave të njohura në botë të një minerali të rrallë tokësor (REM) i cili bëhet një kontribut kryesor në zhvillimin e ekraneve me prekje (touchscreen). Ndërsa eksplorimi është duke u zhvilluar në një numër vendesh të reja të mundshme me REM dhe po zhvillohen teknologji të reja të ekranit me prekje, nuk dihet se sa vite do kalojnë para se të bëhet e disponueshme. Ndërmarrjat A, B dhe C janë prodhuesit kryesorë të ekraneve me prekje për përdorim në smartphone (telefona të mençur), tableta dhe pajisje të tjera. Ato përbëjnë 70 përqind të kërkesës botërore për REM. Ndërmarrja X themelon një filial për të filluar konkurrimin me Ndërmarrjat A, B dhe C në prodhimin dhe furnizimin e ekraneve me prekje. Menjëherë pas kësaj, Ndërmarrja X rrit ndjeshëm çmimin e shitjes së REM. Edhe me qasjen në burimet e mbetura të REM (të cilat gjithashtu rrisin çmimet e tyre në përgjigje të rritjes së çmimit të X), ndërmarrjat A, B dhe C të gjitha kërkojnë qasje në REM nga Ndërmarrja X për të prodhuar ekranet e tyre me prekje. Ndërmarrja X ofron një numër kontratash dyvjeçare për të ofruar ekranet me prekje për prodhuesit kryesorë të celularëve dhe tabletave, ku çmimi i ofruar për ekran është vetëm pak mbi atë që tani do t'i kushtojë ndërmarrjave A, B dhe C për të blerë REM-in e nevojshëm për të prodhuar çdo ekran me prekje.

Vlerësim

Ka të ngjarë që Ndërmarrja X të ketë një pozicion dominues në furnizimin me REM. Ajo ka 90 përqind të furnizimit botëror të REM dhe në të ardhmen e parashikueshme nuk ka gjasa të ketë hyrje të re. Ndërmarrja X ofron ekrane me prekje me një çmim mbi atë që do t'i kushtonte konkurrentëve të saj për të blerë REM të kërkuar për të prodhuar çdo ekran me prekje. Sidoqoftë, nëse Ndërmarrja X do të duhej të paguante të njëjtin çmim për REM siç ngarkoi Ndërmarrjat A, B dhe C, do të kishte një humbje në çdo ekran me prekje të shitur kur merrte parasysh kostot e tjera të prodhimit dhe shpërndarjes. Sjellja ka të ngjarë të ketë efektin e kufizimit të ndjeshëm të konkurrencës efektive në furnizimin e ekraneve me prekje. Sjellja ka gjasa të shkelë nenin 9 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës.

Neni 26

Ndryshimi dhe plotësimi i këtij Udhëzimi Administrativ

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

Neni 27

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
