



## Republika e Kosovës

### Republika Kosova - Republic of Kosovo

#### Autoriteti Kosovar i Konkurrencës

Autoritet Kosova za Konkurenciju - Kosovo Competition Authority

---

Në bazë të nenit 28 dhe nenin 3 paragrafi 1.8 të Ligjit për Mbrojtjen e Konkurrencës Ligji nr. 03/L-229, dhe plotësim ndryshimit të Ligjit nr. 04/L-226, Komisioni i Autoriteti Kosovar i Konkurrencës me datën **10.12.2018** nxjerr këtë:

### UDHËZIMIT ADMINISTRATIV Nr. 02/2018 PËR MËNYRËN E PËRCAKTIMIT TË TREGUT RELEVANT

#### I. DISPOZITAT E PËRGJITHSHME

*Objekti i Udhëzimit Administrativ*

##### Neni 1

1. Me këtë Udhëzim Administrativ përcaktohet mënyra dhe kriteret për përkufizimin e tregut relevant si bazë për llogaritjen e pjesëmarrjes në treg, në procedurat të cilat i zbaton Autoriteti për Mbrojtjen e Konkurrencës (në tekstin e mëtejshëm: Autoriteti) sipas dispozitave të Ligjit nr.03/L-229 për Mbrojtjen e Konkurrencës (në tekstin e mëtejshëm Ligji).
2. Në kuptim të paragrafit 1 të këtij neni, Udhëzimi Administrativ zbatohet gjatë kryerjes së hetimit paraprak të gjendjes në tregun relevant 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 2

*Domethënja e nocioneve*

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

- a) **ndërmarrje** - ka kuptimin sipas nenit 2 të plotësim ndryshimit të Ligjit.
- b) **furnizuesi**- nënkupton prodhuesin ose ndonjë ndërmarrjen me shumicë tjetër të i cili blehen mallrat dhe / ose shërbimet për riprodhim ose shitje të mëtejshme, përkatësisht për përdorim final;
- c) **produkt** – është shprehja juridiko-teknike për mallra ose shërbime;
- d) **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;
- e) **produkti relevant**- është produkti më së ngushti i lidhur me tregun relevant në kuptimin prodhues;

- f) **produkt zëvendësues (supstituti)**- është produkti i cili bazuar në karakteristikat themelore teknologjike të tijë, çmimin ose mënyrën e përdorimit apo shprehive të konsumatorëve mund ta zëvendësoj produktin tjetër (relevant) duke i kënaqë nevojat e njejta (homogjene) të klientit ose konsumatorit;
- g) **konkurrentë** -janë ndërmarrje që veprojnë në tregun e njëjtë relevant duke konkurruar në ofrimin dhe shitjen e mallrave ose shërbimeve;
- h) **konkurrentët e mundshëm** - janë ndërmarrjet të cilët dëshirojnë dhe munden edhe më tutje të investojnë ose të bartin kosto shtesë të domosdoshme për qasje në tregun relevant, si përgjigje në rritjen e vogël, por të përhershme të çmimit;
- i) **blerës**- është ndërmarrja e cili e blen nga furnizuesi produktin 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 shitjen përdoruesit apo konsumatorit të fundit;
- j) **konsumatori**- është person fizik i cili e blen, përkatësisht e shfrytëzon ose në ndonjë situatë të caktuar të mund ta shfrytëzoj ndonjë mall ose shërbim;
- k) **pjesmarrja në treg**- është masë e madhësisë relative të një ndërmarrje në tregun relevant, të llogaritur në atë mënyrë që të gjindet përqindja me të cilën kjo ndërmarrje merr pjesë në prodhimin ose shitjen e tërësishme, në tregun relevant në një periudhë të caktuar;
- l) **pengesat e hyrjes në treg**- janë të gjithë ata faktorë të cilët konkurrentëve të rij ju vështirsojnë ose ju parandalojnë qasjen në ndonjë treg.

## II. METODA E PËRCAKTIMIT TË TREGUT RELEVANT

### Neni 3

#### *Qëllimi i përkufizimit të tregut relevant*

1. Tregu relevant përcaktohet si treg i mallrave dhe shërbimeve të caktuar në një zonë gjeografike në të cilin kryhet veprimtaria e ndërmarrjeve.
2. Qëllimi i përcaktimit të tregut relevant 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 4

#### *Dimensionet themelore të tregut relevant*

1. Tregu relevant përcaktohet në atë mënyrë që konstatohet dimensionimi i tij prodhues (tregu relevant në kuptimin e produktit) dhe dimensio gjeografik (tregu relevant në kuptimin gjeografik).
2. Tregu relevant përcaktohet veçmas për çdo rast konkret.

### Neni 5

#### *Tregu relevant i produktit*

1. Tregu relevant i produktit i përfshin të gjitha produktet të cilët konsumatorët i konsiderojnë reciprokisht të zëvendësueshëm, për shkak të karakteristikave të tyre themelore, çmimeve, të mënyrës së përdorimit, ose përkatësisht shprehive të konsumatorëve.

## **Neni 6**

### *Tregu relevant gjeografik*

1. Tregu relevant 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, vendor dhe të huaj, si dhe treguesit e çmimeve dhe ndryshimet e tyre në nivel kombëtar dhe ndërkombëtar.
3. Për analizen 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 veçanrisht 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 rëndësishëm 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, rregulloret teknike dhe standardet.

## **Neni 7**

### *Përkufizimi i rasteve të veçanta të tregut relevant*

1. Tregu relevant 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<sup>1</sup> dhe shprehive të konsumatorëve.
2. Gjat përcaktimit të tregut relevant, në kuptim të paragrafit 1 të këtij neni duhet të merren në konsiderim edhe rrethanat dhe kushtet e tjera të veçanta të tregut. Ky veprim zbatohet si rregull, te produktet plotësuese, vecanerisht nëse rritet çmimi i ndonje produkti (produktit sekondar dmth. tregut sekondar) e që është pjesë perberese e produktit plotësues, drejtpërdrejt ndikon në rritjen e çmimit të produktit relevant (produktit primar, dmth. tregut primar).
3. Përrjashtimisht nga neni 6, paragrafi 1 i kësaj udhezimi administrativ, tregu relevant gjeografik mund të përcaktohet edhe në nivelin ndërkombëtar.
4. Në kushtet e caktuara, duke i marrë parasysh të gjitha rrethanat dhe faktet konkrete, tregu relevant gjeografik, mund të përcaktohet, në kuptim të paragrafit 3, në nivel ndërkombëtar apo botëror, e sidomos në rastet:
  - a. 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 (shmb. 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
  - b. në qoftë se është fjala për produktet të cilat ndërmarrjet kosovare iu shesin klientëve me vendbanim apo seli jashtë Kosovës (për shembull, kur ndërmarrjet Kosovare dalin si ofertues në tenderët ndërkombëtare).

### **III. KRITERET PËR PËRCAKTIMIN E TREGUT RELEVANT**

#### **Neni 8**

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

1. Gjatë përcaktimit të tregut relevant 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 relevant 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 9**

##### *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:
  - a. 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 përherëshme e çmimeve relative në produktin përkatës; dhe / ose
  - b. kur mund të pritët në mënyrë të arsyeshme që blerësit, dmth. 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 vogëlve 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 10**

##### *Zëvendësueshmëria e ofertës*

1. 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 regtuar atë në një afat të shkurtër pa shkaktuar kosto shtesë të konsiderueshme.

## **Neni 11**

### *Konkurrentet e mundshëm*

1. Me rastin e konstatimit nese ka konkurrent te mundeshem eshte e nevojshme te percaktohet niveli i konkurrences se tregut dhe kushtet nen te cilat konkurrentet mund te hyjne ne tregun relevant.
2. Ekzistenca e konkurrentëve potencialë do të përcaktohet gjithashtu sipas ndryshimeve të parashikueshme në kushtet e tregut, veçanërisht në lidhje me pengesat për hyrje ne treg.

## **Neni 12**

### *Barierat për hyrje në treg*

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

## **IV. LLOGARITJA E PJESËMARRJES NË TREG**

### **Neni 13**

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

1. Pjesa e tregut për cilindo 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 HRK) ose në bazë të volumit të prodhimit dhe / ose shitjes (shprehur në numrin e njësisive ose matjeve të tjera).
3. Afati brenda kuptimit të paragrafit (1) të këtij neni do të caktohet nga Autoriteti në çdo rast të veç e veç.

### **Neni 14**

#### *Vlerësimet e përlllogaritjes 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:
  - a. të dhënat e paraqitura nga ndërmarrjet, duke përfshirë personat juridik dhe fizik të cilët nuk janë palë në procedurën konkrete (p.sh., konkurrentët)
  - b. të dhënat e shoqatave profesionale ose ekonomike si dhe të grupeve të interesit apo të odave të ndërmarrjeve,
  - c. të dhënat e organeve të administratës shtetërore,
  - d. të dhënat e institucioneve të pavarura të cilat merren me hulumtimin e tregut,
  - e. të dhënat e vetëqeverisjeve lokale.
  - f. të dhënat nga ndërmarrjet regjionale.
  - g. të dhënat e personave juridikë me autoritet publik,
  - h. të dhënat e Autoritetit.

2. Me kërkesë të Autoritetit, bazuar në nenin 61, paragrafi 3 të Ligjit nr.03/L-229, organet nga paragrafi 1 i këtij neni pika c), e), f) dhe g) janë të detyruar që Autoritetit, pa kompenzim 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 merrën në konsiderim edhe të dhënat e nxjerra në bazë të anketave të kryera në mesin e konsumatorëve ose të ndërmarrjeve të cilët nuk janë palë në procedurë, përkatësisht konkurrentët e tyre, mirë po për të cilët në mënyrë të arsyeshme mund të supozohet se kanë njohuri për marrëdhëniet në ndonjë treg relevantë.

## **V. DISPOZITAT KALIMTARE DHE PËRFUNDIMTARE**

### **Neni 15**

#### *Ndryshimi dhe plotësimi*

1. Ndryshimin dhe plotësimin e këtij Udhëzimi Administrativ mund ta propozojë çdo anëtar i Komisionit, e cila bëhet në mënyrën dhe procedurën e paraparë për miratimin e saj.

### **Neni 16**

#### *Hyrja në fuqi*

1. Ky Udhëzimi Administrativë e shfuqizon U.A. 02/2011 mbi mënyrën dhe kriteret për konstatimin e tregut përkatës (relevant) të dt. 15.04.2011.
2. Ky Udhëzim Administrative hynë në fuqi nga dita e nënshkrimit të Komisionit të Autoritetit Kosovar të Konkurrencës.

## **AUTORITETIT KOSOVAR TË KONKURRENCËS KOMISIONI**

\_\_\_\_\_  
Valon Prestreshi  
Kryetar

\_\_\_\_\_  
Ahmet Krasniqi  
Zëvendëskryetar

\_\_\_\_\_  
Fatime Haziri  
Anëtare

\_\_\_\_\_  
Muhamed Krasniqi  
Anëtar

\_\_\_\_\_  
Shaqir Morina  
Anëta