



Komisioni për Mbrojtjen e Konkurrencës sipas nenit 28 paragrafi (3), në lidhje me nenin 19 paragrafi (1) pika 2) të Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr. 145/10, 136/11 dhe 41/14), në seancën e mbajtur më 28.12.2015, miratoi

Udhëzime për vlerësimin e përqendrimeve horizontale për qëllimet e Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës¹

I. HYRJE

1. Neni 17 i Ligjit për mbrojtjen e konkurrencës („Gazeta zyrtare e Republikës së Maqedonisë” nr. 145/10, 136/11 dhe 41/14), parashikon që Komisioni për Mbrojtjen e konkurrencës (në tekstin e më tutjeshëm: Komisioni) duhet të vlerësojë bashkimet në suaza që parasheh Ligji për mbrojtjen e konkurrencës (në tekstin e më tutjeshëm LMK) në kuptim të vërtetimit nëse ato janë në përputhje me LMK-në. Për këtë qëllim, Komisioni doemos të vlerësojë, në lidhje me nenin 17 paragrafi (2) dhe (3), nëse përqendrimi do të prish në mënyrë të konsiderueshme konkurrencën efektive, veçanërisht si rezultat i krijimit ose përforcimit të pozitës dominuese në treg ose të një pjese të konsiderueshme të saj.

2. Në bazë të kësaj, Komisioni doemos të merr parasysh çdo prishje të konsiderueshme të konkurrencës efektive e cila mund të ndodh si rezultat i përqendrimit. Krijimi ose përforcimi i pozitës dominuese është një formë primare e prishjes së tillë të konkurrencës. Koncepti i dominimit është përcaktuar në nenin 10 të LMK-së.

Përkatësisht, pozita dominuese mund të përkufizohet si:

„një situatë kur një ose më shumë ndërmarrje kanë fuqi ekonomike e cila u mundëson atyre të pengojnë ruajtjen e konkurrencës efektive në tregun relevant, duke u mundësuar një shkallë të konsiderueshme të sillen në mënyrë të pavarur nga konkurrentët e tyre, klientëve e tyre dhe, përfundimisht nga konsumatorët “.

3. Krijimi ose përforcimi i pozitës dominuese nga një ndërmarrje e vetme, si rezultat i përqendrimit paraqet një bazë kryesore për miratimin e një vendimi se përqendrimi do të çojë në një prishje të konsiderueshme të konkurrencës efektive.

¹ Këto udhëzime janë në përputhje me [Guidelines on the assessment of horizontal mergers](#) under the Council Regulation on the control of concentrations between undertakings Official Journal C 31, 05.02.2004, p. 5-18



Gjithashtu, koncepti i dominimit zbatohet në rrethana oligopolistike në raste të ekzistimit të dominimit kolektivë. Si pasojë, pritet që shumica e rasteve në të cilat do të konstatohet se përqendrimi nuk është në përputhje me LMK-në, do të jenë në bazë të ekzistimit të dominimit. Prandaj, ky koncept siguron një indikacion të rëndësishëm në aspektin e standardit për parandalimin, kufizimin ose prishjen e konkurrencës, i cili do të zbatohet gjatë përcaktimit nëse përqendrimi do të prish konkurrencën efektive në një shkallë të konsiderueshëm.

4. Qëllimi i këtyre udhëzimeve është të japë udhëzime në lidhje me mënyrën se si Komisioni i vlerëson përqendrimet, kur ndërmarrjet pjesëmarrëse janë konkurrencte ose janë konkurrencte potenciale në të njëjtin treg relevant. Në këto udhëzime, **përqendrimet e tilla do të shënohen si „përqendrime horizontale”**. Edhe pse udhëzimet e paraqesin qasjen analitike që përdor Komisioni në vlerësimin e tij të përqendrimeve horizontale, ai nuk mund të japë detaje për të gjitha zbatimet e mundshme të kësaj qasjeje. Komisioni zbaton metodën e përshkruar në këto udhëzime, në varësi të fakteve dhe rrethanave të veçanta të secilit rast individualisht.

5. Parimet e përfshira këtu do të zbatohen edhe më tej, të zhvilluara dhe të përpunuara nga Komisioni në raste individuale. Kohë pas kohe, Komisioni mund të rishikojë këtë raport në aspekt të ndryshimeve të ardhshme.

II. SHËNIME INICIALE

6. Konkurrenca efektive për konsumatorët u siguron përfitime siç janë: çmime të lira, produkte me cilësi të lartë, përzgjedhje të gjerë të mallrave, shërbimeve dhe inovacioneve. Nëpërmjet të kontrollit të përqendrimeve, Komisioni pengon përqendrimet që blerësit sigurisht do ti privojnë konsumatorët nga këto përfitime, duke rritur në mënyrë të konsiderueshme fuqinë e tregut të këtyre ndërmarrjeve. **Nën „ rritjen e fuqisë së tregut” nënkuptohet aftësia e një ose më shumë ndërmarrjeve në mënyrë profitabile ti rrisin çmimet, të zvogëlojnë prodhimin, zgjedhjen ose cilësinë e mallrave dhe shërbimeve, të reduktojnë inovacionet, ose përndryshe të ndikojnë në parametrat e konkurrencës.** Në këto udhëzime, shprehja „ çmimet e rritura” shpeshherë përdoret si shkurtesë për këto mënyrë të ndryshme, përmes të cilave përqendrimi mund të rezultojë në prishjen e konkurrencës. Gjithashtu edhe furnizuesit edhe blerësit mund të kenë fuqinë e tregut. Megjithatë, për të qenë më të qartë, fuqia e tregut këtu zakonisht i referohet fuqisë së tregut të furnizuesit. Kur bëhet fjalë për fuqinë e blerësve, do të përdoret termi „ fuqia e blerësit”.

7. Gjatë vlerësimit të efekteve të përqendrimit mbi konkurrencën, Komisioni i krahason kushtet konkurruese që do të rezultojnë nga përqendrimi i parashtruar me kushtet që do të mbizotërojnë pa këtë përqendrim. Në shumicën e rasteve, kushtet konkurruese që ekzistojnë në kohën e përqendrimit e përbëjnë krahasim



relevantë për vlerësimin e efekteve të përqendrimit. Megjithatë, në disa rrethana, Komisioni mund të marrë në konsideratë ndryshimet e ardhshme në treg të cilat mund realisht të parashikohen. Ai mund, në mënyrë të veçantë, të mbanë llogari për hyrjen dhe daljen e mundshme të ndërmarrjeve në treg, në qoftë se përqendrimi nuk ndodh kur shqyrtohet se cili është krahasimi relevantë.

8. Vlerësimi i Komisionit të përqendrimeve zakonisht përfshinë:

(a) përkufizimin e tregjeve relevante të produktit dhe tregjet gjeografike;

(b) vlerësimin konkurrues të përqendrimit.

Qëllimi kryesor i përcaktimit të tregut është në mënyrë sistematike të identifikojë kufizimet e drejtpërdrejta konkurruese me të cilat përballen ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim. Udhëzime mbi këtë çështje mund të gjenden në Udhëzimet e Komisionit për përcaktimin e tregut relevantë për qëllimet e LMK-së. Mendimet e ndryshme që çojnë në përcaktimin e tregjeve relevante, mund gjithashtu të jenë me rëndësi për vlerësimin konkurrues të përqendrimit.

9. Këto udhëzime janë të strukturuar rreth elementeve të mëposhtme:

(a) Qasja e Komisionit rreth pjesëve të tregjeve dhe pragjeve të përqendrimit (Pjesa 3)

(b) Gjasat se përqendrimi do të ketë efekte anti-konkurruese në tregjet përkatëse, në mungesë të faktorëve të cilat veprojnë si një kundërpeshë (Pjesa 4).

(c) Gjasat se fuqia e blerësit do të veprojë si një kundërpeshë ndaj rritjes së fuqisë së tregut që buron nga përqendrimi (Pjesa 5).

(d) Gjasat që hyrja e ndërmarrjeve të reja do të mbajë konkurrencën efektive në tregjet relevante (Pjesa 6).

(e) Gjasat që efikasitetet do të veprojnë si një kundërpeshë në raport me efektet e dëmshme mbi konkurrencën, që ndryshme mund të rezultojnë nga përqendrimi (Pjesa 7).

(f) Kushtet për aprovimin e përqendrimit në rast të ekzistimit të një „Kompanie me vështirësi serioze financiare” (Pjesa 8).

10. Për të vlerësuar ndikimin e mundshëm të përqendrimit në tregjet relevante, Komisioni analizon efektet e mundshme ant-konkurruese dhe faktorët relevantë të cilat veprojnë si një kundërpeshë siç janë fuqia e blerësit, niveli i barrierave të hyrjes dhe efikasitetet e mundshme në të cilat thirren pjesëmarrësit në përqendrim. Në rrethana të jashtëzakonshme, komisioni shqyrton se a janë plotësuar kushtet për aprovimin e përqendrimit në rast të ekzistimit të „një kompanie me vështirësi serioze financiare”.



11. Në kontekst të këtyre elementeve, Komisioni përcakton, në bazë të nenit 17 të LMK-së, nëse përqendrimi në mënyrë të konsiderueshme do të pengojë, kufizojë ose prishë konkurrencën efektive, veçanërisht nëpërmjet krijimit ose përforcimit të pozitës dominuese, dhe për këtë arsye duhet të shpallet se nuk është në pajtim me LMK-në. Duhet të theksohet se këto faktorë nuk paraqesin „listën e kontrollit” e cila mekanikisht do të zbatohet në çdo kund dhe për çdo rast. Përkundrazi, analiza konkurruese në një rast të veçantë do të bazohet në një vlerësim të plotë të ndikimit të mundshëm të përqendrimit në kontekstin e faktorëve dhe gjendjeve relevante. Jo çdo herë të gjitha elementet do të jenë relevante për çdo bashkim horizontal, dhe ndoshta nuk do të jetë e nevojshme të analizohen të gjitha elementet e një rasti në të njëjtën mënyrë të detajuar.

III. PJESËT E TREGUT DHE NIVELET E PËRQENDRIMIT

12. Pjesët e tregut dhe nivelet e përqendrimit sigurojnë indikacione të para të dobishme për strukturën e tregut dhe rëndësinë konkurruese dhe të pjesëmarrësve në përqendrim dhe konkurrenteve të tyre.

13. Normalisht, Komisioni në analizën e tij i përdor pjesët aktuale të tregut. Megjithatë, pjesët aktuale të tregut mund të përshtaten realisht për te reflektuar disa ndryshime të ardhme të sigurta, për shembull në kontekst të daljes, hyrjes apo zgjerimit e ndërmarrjeve në treg. Pjesët e tregut në përqendrim llogariten në bazë të supozimit se pjesa e kombinuar e tregut pas bashkimit të pjesëmarrësve në bashkim është shuma e pjesëve të tyre në treg para përqendrimit. Të dhënat historike mund të përdoren në qoftë se pjesët e tregut kanë qenë të ndryshueshme, për shembull, kur tregu është karakterizuar me porosi të mëdha. Ndryshimet në pjesët e mëparshme të tregut mund të sigurojnë informacione të dobishme në lidhje me procesin konkurrues procesin konkurrues dhe për rëndësinë e mundshme të ardhshme të konkurrentëve të ndryshëm, për shembull, të vërtetohet nëse ndërmarrjet kanë fituar ose humbur pjesë të tregut. Në çdo rast, Komisioni interpreton pjesët e tregut në bazë të kushteve të mundshme të tregut, për shembull, nëse tregu është shumë dinamik në karakter dhe në qoftë se struktura e tregut është e paqëndrueshme për shkak të inovacionit apo rritjes.

14. Niveli global i përqendrimit në një treg mund gjithashtu të sigurojë informacione të dobishme në lidhje me gjendjen konkurruese. Për të matur nivelet e përqendrimit, komisioni shpesh do të zbaton indeksin e Herfindahl-Hirschman (HHI)². Indeksi HHI llogaritet si një shumë e katrorëve të pjesëve

² Në qoftë se kjo është përkatëse, Komisioni mund të përdorë edhe masa të tjera përkatëse, si përsëmbull, shkallën e përqendrimit (concentration ratios) i cili e mat pjesën e përbashkët të tregut të disa (zakonisht tre ose katër) ndërmarrjeve udhëheqëse në treg.



individuale të tregut të të gjitha ndërmarrjeve në treg³. Indeksi HHI u jep në mënyrë proporcionale, peshë më të madhe pjesëve të tregut të ndërmarrjeve më të mëdha. Edhe pse është më mirë në përlllogaritjen të përfshihen të gjitha ndërmarrjet, mungesa e informacionit për shumë ndërmarrje të vogla mund të mos jetë e rëndësishme sepse ndërmarrjet e tilla nuk ndikojnë në mënyrë të konsiderueshme në indeksin HHI. Edhe pse niveli absolut i HHI mund të jap një tregues fillestar për presionin konkurrues të tregut pas përqendrimit, ndryshimi i HHI (i njohur si „delta”) është një indikacion i dobishëm për ndryshimin në përqendrimin e tregut drejtpërdrejt i shkaktuar nga përqendrimi në fjalë⁴.

Nivelet e pjesëve të tregut

15. Vetë LMK-ja në nenin 10 paragrafi (2) përcakton prezumimin që një ndërmarrje ka pozitë dominuese, nëse pjesa e saj e tregut relevant është më shumë se 40%. Megjithatë, konkurrentët më të vogël mund të kenë ndikim të mjaftueshëm kufizues në qoftë se, për shembull, kanë mundësi dhe motiv që ti rrisin ofertat e tyre. Përqendrimi i cili përfshinë firmën, pjesa e tregut e të cilit mbetet nën 40% pas bashkimit, mund të çojë në parandalimin, kufizimin ose prishjen e konkurrencës në lidhje me faktorët e tjerë siç janë fuqia dhe numri i konkurrentëve, praninë kufizimeve të kapacitetit dhe shkallës në të cilën produktet e pjesëmarrësve në përqendrim janë zëvendësues të afërt.

16. Përqendrimet të cilat, për shkak të pjesës së kufizuar të tregut të ndërmarrjeve të përfshira, nuk mund të prishin konkurrencën efektive, mund të konsiderohen se janë në pajtim me LMK-në. Pa kufizuar mundësinë e zbatimit të neneve 7 dhe 11 të LMK-së, indikacioni për këtë efekt ekziston, sidomos kur pjesa e tregut të ndërmarrjeve nuk tejkalon 25 % të tregut relevant.

Nivelet HHI

17. Nuk është e mundshme që Komisioni do të identifikojë parandalimin e mundshëm, kufizimin ose prishjen e konkurrencës të përqendrimit horizontal në tregun relevant me indeksin HHI, i cili në një përqendrim është më pak se 1000. Për tregje të tilla nuk ka nevojë për analiza të gjera .

³ Për shembull, një treg i cili përmban pesë ndërmarrje me një pjesë të tregut prej 40%, 20%,15%,15% и 10 %, përkatësisht ka HHI prej 2 550 ($40^2 + 20^2 + 15^2 + 15^2 + 10^2 = 2 550$).HHI sillet nga afër zero (në një treg atomistike) deri 10 000 (në rastin e një monopoli të pastër).

⁴ Rritja e përqendrimit siç matet me HHI mund të llogaritet në mënyrë të pavarur nga përqendrimi i përgjithshëm i tregut duke dyfishuar produktin e pjesëve të tregut të ndërmarrjeve të cilët bashkohen. Për shembull, bashkimi i dy ndërmarrjeve me pjesë të tregut prej 30% dhe 15% në mënyrë përkatëse do të rriste HHI për 900 ($30 \times 15 \times 2 = 900$). Shpjegimi për këtë teknikë është si më poshtë: Para përqendrimit, pjesët e tregut të ndërmarrjeve që bashkohen kontribuojnë në HHI me katrorët e tyre individualisht: $(a)^2+(b)^2$. Pas përqendrimit, kontributi është katrori i shumës së tyre $(a + b)^2$,, i cili është i barabartë me $(a)^2 +(b)^2 +2ab$. Rritja e HHI, për këtë shkak është i paraqitur me $2ab$.



18. Gjithashtu nuk është e mundshme që Komisioni do të identifikojë parandalimin e mundshëm, kufizimin ose prishjen e konkurrencës të përqendrimit horizontal me indeksin HHI, i cili për një përqendrim është ndërmjet 1000 dhe 2000 dhe delta nën 250, ose për përqendrimin me indeksin HHI, i cili për një përqendrim është mbi 2000 dhe delta nën 150, përveç në rrethana të veçanta, si për shembull, kur janë të pranishëm një ose më shumë nga faktorët e mëposhtme:

- (a) përqendrimi përfshin një pjesëmarrës potencial ose një pjesëmarrës i cili para pak kohësh ka hyrë në treg, me një pjesë të vogël të tregut;
- (b) një ose më shumë nga pjesëmarrësit në përqendrim janë novatorë në ato mënyra të cilat nuk kanë reflektuar në pjesët e tregut;
- (c) ka aksionarë të rëndësishëm të kryqëzuar ndërmjet pjesëmarrësve të tregut;
- (d) një nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim është një firmë për të cilën ekziston gjasë e madhe se do të prish sjelljen e koordinuar të pjesëmarrësit e tjerë të tregut;
- (e) ekzistojnë indikacione për koordinimin e kaluar ose të tanishëm ose praktika të cilët atë e lehtësojnë;
- (f) njëri nga pjesëmarrësit në përqendrim ka pjesë të tregut para përqendrimit prej 40% ose më shumë.

19. Secila prej këtyre niveleve HHI, në kombinim me deltat relevante, mund të përdoren si një indikatorë inicial të mungesës së ekzistimit të parandalimit të mundshëm, kufizimit ose prishjes së konkurrencës, respektivisht shqetësimeve konkurruese. Megjithatë, ato nuk shkaktojnë prezumim as për ekzistimin e as për mungesën e shqetësimeve të tilla.

IV. EFEKTET E MUNDSHME ANT-KONKURRENCË TË PËRQENDRIMEVE HORIZANTALE

20. Ekzistojnë dy mënyra kryesore me të cilat përqendrimet horizontale mund në mënyrë të konsiderueshme të prishin konkurrencën efektive, veçanërisht nëpërmjet krijimit ose përforcimit të pozitës dominuese:

- (a) duke eliminuar kufizimet e rëndësishme konkurruese për një ose më shumë ndërmarrje, të cilat si pasojë do të kenë rritje të fuqisë së tregut, pa sjellje të koordinuar (efekte të pakoordinuara);



(b) Duke ndryshuar natyrën e konkurrencën në atë mënyrë që firmat të cilat më parë nuk kanë koordinuar sjelljen e tyre, tash ekzistojnë gjasa më të mëdha për ti koordinuar sjelljet e tyre dhe për ti rritur çmimet ose përndryshe të prishin konkurrencën efektive. Përqendrimi mund të bëjë koordinimin me të lehtë, më të qëndrueshëm, ose më efektiv për ndërmarrjet të cilat kanë koordinuar sjelljen e tyre para se të ndodh përqendrimi (efekte të koordinuara).

21. Komisioni vlerëson nëse ndryshimet e sjellë nga përqendrimi do të rezultojnë në ndonjërin nga këto efekte. Dy instancat e përmendura më lartë mund të jenë të rëndësishme në vlerësimin e një transaksioni të veçantë.

1. Efektet e pakoordinuara

22. Përqendrimi mund në mënyrë të konsiderueshme të prish konkurrencën efektive në treg duke hequr kufizimet e rëndësishme konkurruese të një ose më shumë shitësve, të cilët në mënyrë të vazhdueshme kanë rritur fuqinë e tregut. Efekti më i drejtpërdrejt i përqendrimit do të jetë humbja e konkurrencës ndërmjet ndërmarrjeve të cilat janë bashkuar. Për shembull, në qoftë se para përqendrimit një nga ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim ka rritur çmimin e saj, ajo do të kishte humbur një pjesë të shitjeve për shkak se blerësit do të orientoheshin në ndonjë ndërmarrje tjetër pjesëmarrëse në një përqendrim. Përqendrimi e heq këtë kufizim. Ndërmarrjet që nuk përfshihen në përqendrim, ndërsa janë të pranishme në tregun e njëjtë relevant munden gjithashtu të kenë dobi nga ulja e presionit konkurrues që rezulton nga përqendrimi, për shkak se rritja e çmimeve nga ndërmarrjet e bashkuara mund të orientoj një pjesë të kërkesës drejt ndërmarrjeve konkurruese, të cilat, nga ana tjetër mund të vërtetojnë se është fitimprurëse për ti rritur çmimet e tyre. Reduktimi i këtyre kufizimeve konkurruese mund të çojë në rritje të konsiderueshme të çmimeve në tregun relevant.

23. Në përgjithësi, përqendrimi i cili sjell efekte të tilla të pakoordinuara në mënyrë të konsiderueshme do ta prish konkurrencën efektive nëpërmjet krijimit ose përforcimit të pozitës dominuese të një ndërmarrje, që në mënyrë tipike, pas përqendrimit do të ketë një pjesë të konsiderueshme më të madhe të tregut sesa konkurrenti tjetër.

Gjithashtu, përqendrimet në tregjet oligopolistike që përfshijnë eliminimin e kufizimeve të rëndësishme konkurruese të cilët palët në përqendrim paraprkishtë ia kanë imponuar njëri-tjetrit së bashku duke reduktuar presionin konkurrues mbi konkurrentet e tjerë, mund, edhe kur ka pak gjasa të koordinimit ndërmjet anëtarëve të oligopolit, të rezultojë gjithashtu në prishje të konsiderueshme të konkurrencës. LMK sqaron se të gjitha përqendrimet të cilat sjellin efekte të tilla të pakoordinuara gjithashtu nuk janë në pajtim me LMK-në.

24. Një sërë faktorësh, që janë marrë veç e veç nuk janë vendimtare, mund të ndikojnë në to nëse do të paraqiten efekte të rëndësishme të pakoordinuara si rezultat i bashkimit. Edhe kjo nuk duhet të llogaritet si një listë përfundimtare.



Ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim kanë pjesë të mëdha të tregut

25. Sa më e madhe është pjesa e tregut, aq më shumë ka gjasa që ndërmarrje të posedon fuqi në treg. Dhe sa më i madh është shtimi i pjesës së tregut, aq më shumë ka gjasa që përqendrimi të çojë në një rritje të konsiderueshme të fuqisë së tregut. Edhe pse pjesët e tregut dhe pjesët shtesë të tregut sigurojnë vetëm indikacione të para të fuqisë së tregut dhe rritjen e fuqisë së tregut, ato paraqesin faktorë të rëndësishëm në vlerësim.

Ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim janë konkurrentë të afërt

26. Produktet brenda tregut relevant mund të ndryshojnë në një mënyrë që disa prej tyre janë zëvendësuesit më të afërt se të tjerët. Sa më e lartë është shkalla e shkëmbimit ndërmjet produkteve në ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim, aq më shumë është e mundshme që këto ndërmarrje do të rrisin në mënyrë të ndjeshme çmimet. Për shembull, përqendrimi ndërmjet dy prodhuesve të cilat ofrojnë produkte që një pjesë e konsiderueshme e konsumtarëve i konsiderojnë si zgjedhjet e tyre të parë ose të dytë, mund të gjenerojë një rritje të ndjeshme të çmimeve. Prandaj, fakti që rivaliteti në mes palëve ka qenë një burim i rëndësishëm i konkurrencës në treg mund të jetë një faktor qendror gjatë analizës. Diferencat e lartë para përqendrimit gjithashtu mund të shkaktojnë një rritje të konsiderueshme në çmimet. Motivi i ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim për ti rritur çmimet është më i kufizuar, kur ndërmarrjet tjera konkurrense, prodhojnë produkte të cilat janë zëvendësues të afërt të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim, sesa kur ato ofrojnë produkte që nuk janë zëvendësues të afërt. Prandaj është më pak e mundshme që përqendrimi në mënyrë të konsiderueshme të prish konkurrencën efektive, veçanërisht nëpërmjet krijimit ose përforsimit të pozitës dominuese, kur ka një shkallë të lartë zëvendësuese ndërmjet produkteve të ndërmarrjeve pjesëmarrëse në përqendrim dhe të atyre të prodhuesve rivalë.

27. Kur të dhënat janë në dispozicion, shkalla zëvendësuese mund të vlerësohet përmes ekzaminimeve të preferencave të konsumatorëve, analizës së skemave të blerjes ose vlerësimit të çmimeve të kryqëzuara elastike të produkteve në fjalë. Në tregjet ku furnizimet kryhen përmes shpalljes në një thirrje të hapur mund të vlerësohet nëse prania e ofertës e një pjesëmarrësi tjetër në përqendrim ka ndikuar në përcaktimin e ofertave të paraqitura në të kaluarën nga një prej pjesëmarrësve në përqendrim gjatë një thirrje të hapur.

28. Në disa tregje ndërmarrjet aktive do të mundën relativisht lehtë dhe jo shumë shtrenjtë ti rivendosin prodhimet e tyre ose të zgjerojnë portofolin e tyre të produktit. Veçanërisht, Komisioni shqyrton nëse mundësia e rivendosjes së produkteve ose zgjerimi i linjës së produktit nga konkurrentët ose palët në përqendrim mund të ndikojë në motivin e ndërmarrjes së bashkuar për ti rritur çmimet. Megjithatë, rivendosja e produkteve ose zgjerimi i linjës së produktit shpesh përfshin rreziqe dhe shpenzime të mëdha të pakthyeshme dhe mund të jetë më pak fitimprurëse sesa linja aktuale.



Blerësit kanë mundësi të kufizuara për zëvendësimin e furnizuesve

29. Blerësit mund të kenë vështirësi në kalimin te furnizuesit e tjerë për shkak të numrit të vogël të furnizuesve alternativë ose për shkak se ato përballen me shpenzime të konsiderueshme për kalim (riorientim). Blerësit e tillë janë veçanërisht të ndjeshëm ndaj rritjes së çmimeve. Përqendrimi mund të ndikojë në aftësinë e këtyre blerësve për të mbrojtur nga rritja e çmimeve. Posaçërisht, kjo mund të jetë një rast për konsumatorët që kanë përdorur burimin e dyfishtë të furnizimit nga të dy ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim si një mënyrë për të marrë çmime konkurruese. Dëshmitë për mënyrat e kaluara të kalimit të konsumatorëve dhe reagimet ndaj ndryshimeve të çmimeve mund të japin informacion të rëndësishëm në këtë drejtim.

Nuk është e mundur që konkurrentët do të rrisin ofertën gjatë rritjes së çmimeve

30. Nëse kushtet e tregut janë të tilla që konkurrentët e palëve në përqendrim nuk do rrisin në mënyrë të konsiderueshme ofertën e tyre gjatë rritjes së çmimeve, ndërmarrjet pjesëmarrëse në përqendrim mund të kenë motiv të zvogëlojnë prodhimin në nivelin e përbashkët të prodhimit para përqendrimit, me çka shkaktojnë rritjen e çmimeve të tregut. Përqendrimi rrit motivin për të zvogëluar prodhimin duke i mundësuar ndërmarrjes së bashkuar një bazë më të madhe të shitjes në të cilën paguan marzhe më të larta si rezultat i rritjes së çmimeve të shkaktuara nga zvogëlimi i prodhimit.

31. Kur kushtet e tregut janë të tilla që ndërmarrjet konkurrencte kanë kapacitet të mjaftueshëm dhe konsiderojnë që është profitabile dhe adekuate për të zgjeruar prodhimin, Komisioni sigurisht nuk do të vërteton se përqendrimi do të çojë në krijimin apo forcimin e pozitës dominuese, ose në mënyrë të konsiderueshme të prish konkurrencën efektive.

32. Rritja e tillë i prodhimit veçanërisht është e pamundur kur konkurrentët përballen me kufizime të patejkalueshme të kapacitetit dhe zgjerimi i kapacitetit është i shtrenjtë, ose nëse shfrytëzimi i kapacitetit ekzistues është dukshëm më i shtrenjtë sesa kapaciteti i cili është aktualisht në përdorim.

33. Edhe pse kufizimet e kapacitetit janë ndoshta me të rëndësishme, kur malli është relativisht homogjenë, ato gjithashtu mund të jenë të rëndësishme kur ndërmarrjet ofrojnë çmime të diferencuara.

Ndërmarrja e bashkuar është në gjendje të pengojë zgjerimin e konkurrentëve

34. Disa përqendrime të propozuara, nëse lejohen të zbatohen, do të prishin ndjeshëm konkurrencën efektive, duke lënë ndërmarrjen e bashkuar në një pozicion ku ajo do të ketë aftësi dhe motiv për të kufizuar zgjerimin ndërmarrjeve më të vogla dhe konkurrentëve potencial, ose për të kufizuar



aftësinë e ndërmarrjeve rivale për të konkurruar. Në një rast të tillë konkurrentët nuk mund të, qoftë individualisht ose së bashku, të jenë në gjendje për të kufizuar ndërmarrjen e bashkuar në një shkallë të tillë që pastaj ajo të mos i rrisë çmimet, ose të marrë veprime të tjera të dëmshme për konkurrencën. Për shembull, ndërmarrja e bashkuar mund të ketë një shkallë të tillë të kontrollit apo ndikimit mbi furnizimet e materialeve hyrëse ose mundësive për shpërndarje, ashtu që zgjerimi ose hyrja e ndërmarrjeve konkurrense mund të jetë më shtrenjtë. Ngjashëm, kontrolli i ndërmarrjes së bashkuar mbi patentat ose llojet e tjera të pronësisë intelektuale (për shembull brend- markë) mund të bëjë zgjerimin ose hyrjen e ndërmarrjeve konkurrense më të vështirë. Në tregjet ku ndërveprimi në mes të infrastrukturave të ndryshme ose platformave është e rëndësishme, përqendrimi mund të japë ndërmarrjes së bashkuar një mundësi dhe motiv për të rritur çmimet ose për të ulur cilësinë e shërbimit të konkurrentëve të saj. Në marrjen e këtij vlerësimi, Komisioni mund të marrë parasysh, ndër të tjera, edhe fuqinë financiare të ndërmarrjes së bashkuar në krahasim me konkurrentët e saj.

Përqendrimi eliminon një forcë të rëndësishme konkurruese

35. Disa ndërmarrje kanë një ndikim më të madh në procesin konkurrues sesa për to tregojnë pjesët e tyre të tregut ose masa të ngjashme. Përqendrimi i cili përfshinë një ndërmarrje të tillë mund të ndryshojë dinamikën konkurruese në mënyrë të konsiderueshme, anti-konkurrentë, sidomos kur tregu tashmë është i përqendruar. Për shembull, ndërmarrja mund të jetë një pjesëmarrëse e re në treg nga e cila pritët që në të ardhmen të ushtroj një presion të rëndësishëm konkurrues ndaj ndërmarrjeve të tjera në treg.

36. Në tregjet ku inovacionet paraqesin një forcë të rëndësishme konkurruese, përqendrimi mund të përmirësojë aftësinë dhe motivin e ndërmarrjes për të sjellë inovacione të reja në treg, dhe me këtë të imponoj edhe një presion konkurrues ndaj konkurrentëve për të sjellë diçka të re në treg.

2. Efektet e koordinuara

37. Në disa tregje struktura mund të jetë e tillë që ndërmarrjet do të konsiderojnë që është e mundur, ekonomikisht dhe racionalist, dhe për këtë arsye më mirë është të miratojnë në bazë të qëndrueshëm, një kurs të veprimit në treg me qëllim të shitjes me çmime të rritura. Përqendrimi në një treg të përqendruar mund të prish ndjeshëm konkurrencën efektive nëpërmjet krijimit ose forcimit të pozitës dominuese kolektive, sepse ajo rrit mundësinë që ndërmarrjet mund të koordinojnë sjelljet e tyre në këtë mënyrë dhe të rrisin çmimet, madje edhe pa një marrëveshje ose sjellje të harmonizuar në kuptim të nenit 7 të LMK-së. Përqendrimi mund gjithashtu të bëjë koordinimin më të lehtë, më të qëndrueshëm ose më efektive për ndërmarrjet të cilat tashmë kanë qenë të koordinuara para përqendrimit, ose duke bërë koordinimin më të fuqishëm apo duke u mundësuar ndërmarrjeve të koordinohen për çmime edhe më të larta.



38. Koordinimi mund të ketë forma të ndryshme. Në disa tregje, forma më e mundshme e koordinimit mund të përfshijë mbajtjen çmimeve mbi nivelin konkurrues. Në tregjet e tjera, koordinimi mund të jetë i drejtuar në kufizimin e prodhimit ose madhësinë e kapaciteteve të reja në treg. Ndërmarrjet mund të koordinohen gjithashtu duke e ndarë tregun, për shembull, sipas zonës gjeografike ose karakteristikave tjera të konsumatorëve, ose duke ndarë kontratat në tregjet ku furnizimi bëhet përmes një thirrje të hapur.

39. Koordinimi ka më shumë gjasa të ndodhë në tregjet ku është relativisht e lehtë të arrihet një pëlqim i përbashkët për kushtet e koordinimit. Pastaj, tri kushte janë të nevojshme për të qenë koordinimi i qëndrueshëm. E para, ndërmarrjet koordinuese duhen të jenë në gjendje të mjaftueshme për të kontrolluar nëse pjesëmarrësit veprojnë në përputhje me kushtet e koordinimit. E dyta, nga aspekti disiplinor duhet të ketë një formë të mekanizmit të besueshëm parandalues që mund të aktivizohet në qoftë se vërehet largimi nga sjellja e koordinuar. E treta, reagimet e autsjarderave, (ato të cilët nuk janë të përfshirë në sjelljen e koordinuar) siç janë konkurrentet aktual dhe të ardhshëm që nuk marrin pjesë në koordinim, si dhe blerësit, nuk duhet të jenë në gjendje të prishin rezultatet që priten të ndodhin nga koordinimi.

40. Komision shqyrton nëse do të ishte e mundur për tu arritur kushtet e koordinimit ose nëse për koordinimin ekziston mundësia për të qenë i qëndrueshëm. Në këtë drejtim, Komisioni i shqyrton ndryshimet të cilët i ka shkaktuar përqendrimi. Zvogëlimi i numrit të ndërmarrjeve në treg mund, në vetvete, të jetë një faktor që lehtëson koordinimin. Megjithatë, përqendrimi mund të rrisë gjasat ose rëndësinë e efekteve të koordinuara në mënyra të tjera. Për shembull, përqendrimi mund të përfshijë një ndërmarrje i cili ka një histori të pengimit ose ndërprerjes së koordinimit, për shembull duke mos ndjekur rritjen e çmimeve nga konkurrentët e saj, ose ka karakteristika që i jep një motiv për të përkrah zgjedhje të ndryshme strategjike sesa konkurrentët e saj koordinuese do të preferonin. Nëse ndërmarrja e bashkuar do të miratonte strategji të ngjashme me ato të konkurrentëve të tjerë, ndërmarrjeve tjera do të kishin më lehtë për tu koordinuar, dhe përqendrimi do të rrisë gjasat, qëndrueshmërinë ose efikasitetin e koordinimit.

41. Në vlerësimin e mundësisë të efekteve të koordinuara, Komisioni merr parasysh të gjitha të dhënat relevante në dispozicion mbi karakteristikat e tregjeve në fjalë, duke përfshirë njëkohësisht edhe karakteristikat strukturore dhe sjelljet e kaluara të ndërmarrjeve. Dëshmia e koordinimit të kaluar është e rëndësishme nëse karakteristikat e tregjeve relevante nuk kanë ndryshuar dukshëm ose nuk ka gjasa që të ndodhë në të ardhmen e afërt. Gjithashtu, dëshmi për koordinim të tregjeve të ngjashme mund të jetë e dobishme informacioni.



Arritja e raporteve të koordinimit

42. Koordinimi shumë më lehtë do rivendoset në qoftë se konkurrentët lehtë mund të arrijnë në një qëndrim të përbashkët për mënyrën se si duhet të veprojnë. Ndërmarrjet koordinuese duhet të kenë pikëpamje të ngjashme në lidhje me atë se cilat veprime do të konsiderohen se janë në përputhje me sjelljen e harmonizuar, dhe cilat jo.

43. Në përgjithësi, sa është mjedisi ekonomik më pak kompleks dhe më i qëndrueshëm, aq më lehtë ndërmarrjet mund të arrijnë një mirëkuptim të përbashkët për kushtet e koordinimit. Për shembull, është më lehtë koordinimi ndërmjet disa lojtarëve sesa ndërmjet shumë lojtarëve. Gjithashtu më lehtë është koordinimi për një çmim të vetëm, homogjen, sesa qindra çmime në një treg me shumë produkte të diferencuara. Ngjashëm, më lehtë është koordinimi i një çmimi kur kushtet e kërkesës dhe ofertës janë relativisht të qëndrueshme, sesa kur ato vazhdimisht ndryshohen. Në këtë kontekst, kërkesa e ndryshueshme, rritja e konsiderueshme e brendshme e disa ndërmarrjeve në treg ose hyrje e shpeshtë e ndërmarrjeve të reja mund të tregojë që situata e tanishme nuk është mjaft e qëndrueshme për të bërë koordinimin. Në tregjet ku risia është e rëndësishme, koordinimi mund të jetë më i vështirë sepse inovacionet, veçanërisht ato më të rëndësishmet, një ndërmarrjes mund ti mundësojnë një avantazh të madh në krahasim me rivalet e saj.

44. Koordinimi nëpërmjet ndarjes së tregut do të jetë më e lehtë në qoftë se konsumatorët kanë karakteristika të thjeshta që u lejojnë ndërmarrjeve koordinuese lehtë ti shpërndajnë. Karakteristikat e tilla mund të jenë në baza gjeografike, llojeve të blerësve ose thjeshtë në ekzistimin e blerësve të cilët zakonisht blejnë nga një kompani specifike. Koordinimi me anë të ndarjes së tregut mund të jetë relativisht i thjeshtë në qoftë se është lehtë të identifikohet furnizuesi i çdo konsumatori, ndërsa metoda e koordinimit është shpërndarja e klientëve ekzistues për furnizuesit e tyre tradicional.

45. Ndërmarrjet koordinuese mund të gjejnë mënyra të tjera për të kapërcyer problemet që rrjedhin nga qarqet komplekse ekonomike në të cilët mungon ndarja e tregut. Ato mund, për shembull, të vendosin rregullat të thjeshta për vendosjen e çmimeve të cilat zvogëlojnë kompleksitetin e koordinimit të një numri të madh të çmimeve. Një shembull i një rregulli të tillë është vendosja e një numri të vogël të pikave të çmimeve, në këtë mënyrë zvogëlohet problemi i koordinimit. Një shembull tjetër është të pasja e një lidhje fikse ndërmjet disa çmimeve themelore, dhe një numër të madh të çmimeve të tjera, në mënyrë që çmimet në thelb të lëvizin paralelisht. Informacionet publike të rëndësishme në dispozicion, shkëmbimi i informacionit nëpërmjet shoqatave ose informacione të marra nëpërmjet kryqëzimit të aksionareve ose duke marrë pjesë në investime të përbashkëta mund gjithashtu të ndihmojnë ndërmarrjet të plotësojnë kushtet për koordinim. Sa më komplekse është situata e tregut, aq më shumë do të jetë e nevojshme transparenca ose komunikimi për të arritur një mirëkuptim të përbashkët për kushtet e koordinimit.



46. Ndërmarrjet mund të kenë më lehtë të arrijnë një mirëkuptim të përbashkët për kushtet e koordinimit në qoftë se ato janë relativisht simetrike, veçanërisht për sa përket strukturave të shpenzimeve, pjesëve të tregut, niveleve të kapacitetit dhe niveleve të integritimit vertikal. Lidhjet strukturore siç janë aksionarët e kryqëzuar ose pjesëmarrësit në investime të përbashkëta mund gjithashtu të ndihmojnë në harmonizimin e motiveve ndërmjet ndërmarrjeve koordinuese.

Monitorimi i përjashtimeve

47. Ndërmarrjet koordinuese shpeshherë janë në sprovë të rrisin pjesën e tyre të tregut duke hequr dorë nga kushtet e koordinimit, për shembull, duke ulur çmimet, duke ofruar zbritje të fshehta, duke përmirësuar cilësinë e produktit ose të kapacitetit ose duke u përpjekur të fitojnë blerës të rinj. Vetëm kërcënimi bindës i hakmarrjes në kohë dhe përkatës ndalon ndërmarrjet nga përjashtimi. Prandaj, tregjet duhet të jenë transparente për të lejuar ndërmarrjet koordinuese në mënyrë të mjaftueshme të kryejnë monitorim nëse ndërmarrjet tjera heqin dorë, dhe kështu të dinë se kur të marrin masa për hakmarrje.

48. Transparenca në treg shpeshherë është më i lartë sesa është numri më i vogël i pjesëmarrësve aktivë në treg. Mandej, shkalla e transparencës shpesh varet se si transaksionet tregut ndodhin në një treg të caktuar. Për shembull, transparenca me siguri do të jetë e lartë në treg ku transaksionet do të zhvillohen në një bursë publike ose në një ankand të hapur. Në të kundërtën, transparenca mund të jetë e ulët në një treg ku transaksionet në mënyrë të fshehtë kontrahohen ndërmjet blerësve dhe shitësve në baza dypalëshe. Gjatë vlerësimit të nivelit të transparencës në treg, është një element kyç të identifikohet se cila ndërmarrje mund të sjell konkludime për sjelljet e ndërmarrjeve të tjera nga informacionet që i kanë në dispozicion. Ndërmarrjet e koordinuara duhet të vërtetojnë me një siguri të caktuar, nëse sjella e papritur e një ndërmarrje të caktuar është rezultat i heqjes dorë nga koordinimi. Për shembull, në mjedise të paqëndrueshme, një ndërmarrje mund të ketë vështirë të vërteton nëse humbjet e shitjeve të saja janë për shkak të një niveli të përgjithshëm të ulët të kërkesës ose për shkak të një konkurrenti i cili ofron veçanërisht çmime të ulëta. Ngjashëm, kur kërkesa e përgjithshme ose shpenzimet janë të ndryshueshme, mund të jetë e vështirë të interpretohet nëse konkurrenti i ul çmimet e tija, sepse ai pret uljen e çmimeve të koordinuara ose për shkak se ai bën përjashtime.

49. Në disa tregje ku mund të shihet se kushtet e përgjithshme e vështirësojnë monitorimin e përjashtimeve, ndërmarrjet megjithatë mund të përfshihen në praktika të cilët e kanë efektin e lehtësimit të detyrës monitoruese, madje edhe kur të njëjtat nuk janë futur kryesisht për qëllime të tilla. Këto praktika, siç janë publikimi vullnetar i informacionit, shpalljet ose shkëmbimi i informacionit nëpërmjet organizatave tregtare, mund të rrisin transparencën ose të ndihmojnë konkurrentët për të interpretuar zgjedhjet e bëra. Pozicionet e kryqëzuara të



drejtorëve, pjesëmarrja në investimet e përbashkëta dhe angazhimet e ngjashme mund gjithashtu të lehtësojnë monitorimin.

Mekanizmat parandalues

50. Koordinimi nuk është i qëndrueshëm nëse pasojat gjatë përjashtimit nuk janë të ashpra për të bindur ndërmarrjet e koordinuara që ajo është në interesin e tyre më të mirë për t'iu përmbajtur kushteve të koordinimit. Prandaj, kërcënimi i hakmarrjes së ardhshme është ajo që e bën koordinimin të qëndrueshëm. Megjithatë, kërcënimi është i besueshëm vetëm në qoftë se, gjatë zbulimit të devijimit nga një ndërmarrje, ekziston siguri e mjaftueshme se disa mekanizma parandalues do të aktivizohen.

51. Hakmarrja që manifestohet me një vonesë të konsiderueshme kohore, ose nuk është e sigurt që do të aktivizohet, është më pak e mundshme se do të jetë e mjaftueshme për të neutralizuar përfitimet nga devijimi. Për shembull, nëse një treg karakterizohet me porosi të rralla me një vëllim të madh, mund të jetë e vështirë për të vendosur një mekanizëm të fortë parandalues, sepse përfitimi nga devijimi në momentin duhur mund të jetë e madhe, e sigurt dhe momental, ndërsa humbjet nga dënimi mund të jetë të vogla të pasigurta dhe të realizohen pas një kohe. Shpejtësia me të cilin mekanizmi parandalues mund të zbatohet është i lidhur me çështjen e transparencës. Nëse ndërmarrjet janë në gjendje për të vëzhguar aktivitetet e konkurrenteve të tyre me një vonesë të konsiderueshme, atëherë hakmarrja në mënyrë përkatëse do të zvarritet, dhe kjo mund të ndikojë nëse ajo është e mjaftueshme për të parandaluar deviacionin.

52. Besueshmëria e mekanizmit të parandalimit varet nëse ndërmarrjet e tjera koordinuese kanë një motiv për t'u hakmarrë. Disa mekanizma parandalues, siç janë ndëshkimi i aty që heq dorë me përfshirjen e tij në një luftë çmimesh ose në një rritje të konsiderueshme të prodhimit, mund të sjellin një humbje ekonomike afatshkurtër për ndërmarrjet të cilët do ta zbatojnë hakmarrjen. Kjo domosdoshmëri nuk e largon motivin e hakmarrjes, sepse humbja afatshkurtër mund të jetë më e vogël sesa përfitimi afatgjatë i hakmarrjes i cili do të rezultojë me kthimin e regjimit të koordinimit.

53. Hakmarrja s'është patjetër të ndodh në të njëjtin treg si deviacioni. Nëse ndërmarrjet koordinuese kanë bashkëveprim në tregjet e tjera, ato mund të ofrojnë metoda të ndryshme të hakmarrjes. Hakmarrja mund të jetë e llojllojshme, përfshirë anulimin e investimeve të përbashkëta ose formave të tjera të bashkëpunimit ose shitjeve të aksioneve në kompanitë në pronësi të përbashkët.

Reaksionet e pjesëmarrësve të jashtëm

54. Për të qenë koordinimi i suksesshëm, sjelljet e ndërmarrjeve të pakoordinuara dhe konkurrentëve potencial, si dhe të blerësit, nuk duhet të prishin rezultatin që pritej ndodhë nga koordinimi. Për shembull, nëse koordinimi



synon reduktimin e kapacitetit të përgjithshëm në treg, kjo vetëm do të dëmtojë konsumatorët, në qoftë se ndërmarrjet e pakoordinuara nuk janë në gjendje, ose nuk kanë motiv për t'iu përgjigjur kësaj ulje me rritjen e kapacitetit të tyre të mjaftueshëm për të parandaluar zvogëlimin neto të kapacitetit, ose të paktën të bëjnë që zvogëlimi i kapacitetit të koordinuar të jetë i padobishëm.

55. Efektet e hyrjes dhe fuqisë blerëse të kompensimit të konsumatorëve shqyrtohen në pjesët e mëvonshme. Megjithatë, vëmendje e veçantë i është kushtuar ndikimit të mundshëm të këtyre elementeve në stabilitetin e koordinimit. Për shembull, duke u përqendruar të një pjesë të madhe të furnizimeve të tij te një furnizues ose duke ofruar kontrata afatgjata, blerësi i madh mund të bëjë koordinimin të paqëndrueshëm me vënien me sukses në provë disa nga ndërmarrjet e koordinuara, që të heq dorë nga koordinimi me qëllim të përfitimit të biznesit të ri të konsiderueshëm.

3. Bashkimi me një konkurrent potencial

56. Përqendrimet ku ndërmarrja e cila tashmë është aktive në tregun relevant bashkohet me një konkurrent potencial në këtë treg, mund të ketë efekte të ngjashme anti-konkurrense si përqendrimet ndërmjet dy ndërmarrjeve që tashmë janë aktive në tregun e njëjtë relevant dhe, në këtë mënyrë, ndjeshëm prish konkurrencën efektive, veçanërisht duke krijuar ose përforcuar pozitën dominuese.

57. Bashkimi si një konkurrent potencial mund të gjenerojë efekte horizontale anti-konkurrense, pa marrë parasysh a kanë qenë të koordinuara apo jo, në qoftë se konkurrenti potencial ndjeshëm kufizon sjelljen e ndërmarrjeve aktive në treg. Ky është rasti nëse konkurrenti potencial posedon mjete që mund të përdoren me lehtësi për të hyrë në treg pa bërë shpenzime të pakthyeshme të konsiderueshme. Efekte anti-konkurrense mund të paraqiten kur partneri që bashkohet me siguri do të bëjë shpenzimet e nevojshme të pakthyeshme për të hyrë në treg në një periudhë relativisht të shkurtër pas së cilës kjo kompani do të kufizojë sjelljen e ndërmarrjeve që janë tashmë aktive në treg.

58. Në mënyrë që bashkimi si një konkurrent potencial ka efekte të rëndësishme anti-konkurrense, medoemos duhet të plotësohen dy kushte themelore. E para, konkurrenti potencial duhet tashmë të ushtrojë një ndikim të rëndësishëm kufizues ose duhet të ketë mundësi të konsiderueshme se ai do të rritet në një forcë të rëndësishme konkurruese. Dëshmi se një konkurrent potencial ka plane për të hyrë në treg si një pjesëmarrës i rëndësishëm, mund të ndihmojë Komisionin për të sjellë një konkluzion. E dyta, nuk duhet të ketë një numër të mjaftueshëm të konkurrentëve të tjerë potencial të cilat mund të mbajnë një presion të mjaftueshëm konkurrues pas bashkimit.



4. Përqendrimet të cilët krijojnë ose forcojnë fuqinë e blerësve në tregjet e ngritjes së tyre

59. Komisioni mund të analizon deri në çfarë mase një ndërmarrje e bashkuar do ta rrisë fuqinë e saj si një blerës në tregun e ngritjes së saj. Nga njëra anë, përqendrimi i cili krijon ose forcon fuqinë e tregut të një blerësi, mund të prish ndjeshëm konkurrencën efektive, veçanërisht nëpërmjet krijimit ose forcimit të pozitën dominuese. Firma e bashkuar mund të jetë në një pozicion për të marrë çmime më të ulëta, duke zvogëluar furnizimin e saj të lëndëve të para. Kjo mund, nga ana tjetër, të çojë në një reduktim të nivelit të tij të sasisë së prodhuar të tregut të produktit final, dhe kështu të dëmtojë mirëqenien e konsumatorit. Efekte të tilla mund të paraqiten veçanërisht kur shitësit në tregjet në cilët janë ngritur janë relativisht të fragmentuara. Ndikimi mbi konkurrencën në tregjet në rënie mund të jetë gjithashtu negative sidomos në se ndërmarrje e bashkuar do të përdorë fuqinë e saj si një blerës vis-à-vis furnizuesve të saj për ti larguar rivalët e saj në treg.

60. Nga ana tjetër, rritja e fuqisë së blerësit mund të jetë e dobishme për konkurrencën. Nëse rritja e fuqisë së blerësit ul shpenzimet e dhëna pa e kufizuar konkurrencën në rënie ose prodhimin e përgjithshëm, atëherë një pjesë e këtyre zvogëlimeve të shpenzimeve ka gjasa që të kalojnë mbi konsumatorët në formën e çmimeve më të ulëta.

61. Për të vlerësuar nëse një bashkim ndjeshëm prish konkurrencën efektive duke krijuar ose forcuar fuqinë e blerësit, kërkohet të bëhet një analizë në kushtet konkurruese në tregjet që janë në ngritje dhe vlerësim të efekteve mundshme pozitive dhe negative të përshkruara mësipërm.

V. FUQIA E BLERËSVE SI NJË KUNDËRVEPRIM

62. Presioni konkurrues mbi furnizuesin nuk ushtrohet vetëm nga konkurrentët, por mund të aplikohet edhe nga blerësit. Edhe kompanitë me aksione shumë të larta të tregut mund të mos jenë në gjendje, pas bashkimit, të prishin ndjeshëm konkurrencën efektive, veçanërisht duke vepruar deri në një shkallë të konsiderueshme, pavarësisht nga blerësit e tyre, nëse këto të fundit posedojnë fuqi kundërvepruese të një blerësi. Fuqia kundërvepruese e blerësit në këtë kontekst duhet të kuptohet si një forcë e bisedimeve që blerësi ka vis-à-vis shitësit në bisedimet tregtare, për shkak të madhësisë së tij, rëndësinë komerciale të shitësit dhe aftësinë e tij për të kaluar në furnizuesit alternativ.

63. Komisioni shqyrton, kur është relevante, deri në çfarë mase konsumatorët do të jenë në gjendje për të kundërshtuar rritjen e fuqisë së tregut, të cilën bashkimi ka gjasa për ta krijuar. Një burim i fuqisë kundërvepruese i blerësit do të jetë nëse një blerës do të mund në mënyrë bindëse të kërcënohet se do të largohet, në një periudhë të arsyeshme kohore, kah burimet alternative të furnizimit nëse një furnizues vendos për ti rritur çmimet ose të prishë cilësinë apo kushtet e dorëzimit. Ky do të ishte rasti kur blerësi do të mund të kalojë menjëherë në furnizuesit e tjerë, i cili kërcënohet se do të integrohet vertikalisht në tregun e



ngritjes ose të sponsorizojë zgjerimin e tregut të ngritjes apo hyrjes së re, për shembull, duke bindur një pjesëmarrës potencial të hyjë me detyrë për plasimin e porosive të mëdha me këtë ndërmarrje. Kjo është më e mundshme që konsumatorët e mëdhenj dhe të sofistikuar më shumë do të posedojnë këtë tip të fuqisë së kompensimit të një blerësi sesa ndërmarrjet e vogla të fragmentuara. Blerësi gjithashtu mund të aplikojë fuqinë blerëse e kompensimit të blerjes duke refuzuar blerjen e produkteve tjera të prodhuara nga furnizuesi ose, veçanërisht në rastin e mallrave me një afat më të gjatë, duke e vonuar furnizimin.

64. Në disa raste, mund të jetë e rëndësishme që ti kushtohet vëmendje e veçantë shtytjes së blerësve për të shfrytëzuar fuqinë e tyre blerëse. Për shembull, firma në tregun i cili është në rënie mund të mos dëshirojë të investojë në mbështetjen e një hyrje të re nëse shfrytëzojnë një hyrje të tillë, në kushte të shpenzimeve më të ulëta të imputeve, gjithashtu do të mund të jenë në favor të konkurrentëve të saj.

65. Fuqia e kompensimit të blerësit nuk mund të jetë e mjaftueshme për të neutralizuar në një shkallë të mjaftueshëm efektet e mundshme negative të përqendrimit, nëse ajo siguron që vetëm një segment i caktuar nga blerësit, me një fuqi të caktuar të bisedimeve, do të jetë i mbrojtur nga çmimet shumë më të larta ose kushteve të përkeqësuar pas përqendrimit. Përveç kësaj, nuk është e mjaftueshme që fuqia e blerësit të ekziston para përqendrimit, ajo gjithashtu duhet të vazhdojë të ekzistoj dhe të jetë efikase edhe pas përqendrimit. Kjo është për shkak se bashkimi i dy furnizuesve mund të zvogëlojë fuqinë e blerësit, në qoftë se në këtë mënyrë largon një alternativë të besueshme.

VI. HYRJE

66. Kur hyrja në një treg është mjaft e lehtë, përqendrimi me siguri nuk do të paraqesë ndonjë rrezik të madh anti-konkurrues. Prandaj, analizat e hyrjes paraqesin një element të rëndësishëm të vlerësimit të përgjithshëm të konkurrencës. Për të konsideruar hyrja si një kufizim i mjaftueshëm konkurrues për palët në përqendrim, duhet të tregohet se hyrja e ndërmarrjeve të reja është e mundshme, se ajo do të ndodhë në kohë dhe kanë kohë të mjaftueshëm për të penguar të gjitha efektet anti-konkurruese të përqendrimit.

Mundësia e hyrjes së konkurrentëve të rinj

67. Komisioni shqyrton nëse është e mundur të ndodhë hyrje e konkurrentëve të rij ose nëse hyrja potenciale mund të kufizojë sjelljen e palëve në përqendrim pasi të jetë kryer përqendrimi. Për të qenë hyrja e mundshme, ai duhet të jetë mjaft i dobishëm duke marrë parasysh efektet e çmimeve të injektimit të prodhimit shtesë në treg dhe përgjigjet e mundshme të ndërmarrjeve që tashmë janë të pranishme në treg. Sipas kësaj, një hyrje është më pak e mundshme, nëse ajo do të jetë ekonomikisht e qëndrueshme në një shkallë të madhe, duke rezultuar në



nivele mjaftë të shtypura të çmimeve. Hyrja me siguri do të jetë më e vështirë nëse tashmë ndërmarrjet e pranishme në treg janë në gjendje për ti mbrojtur aksionet e tyre të tregut, duke ofruar kontrata afatgjate ose duke dhënë ulje preventive të çmimeve për ato konsumatorë që ndërmarrjen e re dëshirojnë ta përfiton. Përveç kësaj, rreziku i lartë dhe shpenzimet e dështuar të hyrjes mund të bëjnë hyrjen më pak të mundshme. Shpenzimet e hyrjes së dështuar do të jenë aq të larta sa është niveli më i lartë e shpenzimeve të pakthyeshme lidhur me hyrjen.

68. konkurrentët potencial që dëshirojnë të hyjnë në treg mund të përballen me barriera në hyrje të cilat i përcaktojnë rreziqet dhe shpenzimet e hyrjes, dhe kështu ndikojnë në profitabilitetin e hyrjes. Barrierat e hyrjes janë karakteristika specifike të tregut, që ndërmarrjeve aktuale të cilat u japin përparësi ndërmarrjeve ekzistuese në raport me konkurrentët potencial. Kur barrierat e hyrjes janë të ulëta, është shumë e mundshme që sjellja e ndërmarrjeve të cilat janë bashkuar do të jetë e kufizuar për shkak të mundësisë së hyrjes së ndërmarrjeve të reja. Ndryshe, kur barrierat e hyrjes janë të larta, rritja e çmimeve nga ndërmarrjet që bashkohen nuk do të kufizohen ndjeshëm nga hyrja. Shembujt e mëparshëm të hyrjes dhe daljes në industrinë, mund të japin informacione të dobishme në lidhje me madhësinë e barrierave të hyrjes.

69. Barrierat e hyrjes mund të marrin forma të ndryshme:

(a) Përparësitë juridike që përfshijnë situatat kur barrierat rregulluese e kufizojnë numrin e pjesëmarrësve në treg, për shembull, duke kufizuar numrin e licencave. Ato gjithashtu mbulojnë barrierat doganore dhe jo-doganore të tregtisë.

(b) Ndërmarrjet tashmë të pranishme në treg gjithashtu mund të kenë përparësi teknike, siç janë qasja preferenciale në infrastrukturë që janë të nevojshme për kryerjen e veprimtarisë, burimet natyrore, inovacionet, dhe kërkim dhe zhvillim, ose të drejta në pronësi intelektuale, të cilët e vështirësojnë garën e suksesshme të çdo ndërmarrje. Për shembull, në disa industri, mund të jetë e vështirë për të marrë materialet themelore hyrëse (inpute) ose disa produkte ose procese mund të jenë të mbrojtura nga patenta. Faktorët e tjerë siç janë ekonomitë e vëllimit dhe sasisë, rrjetet e shpërndarjes dhe shitjes, qasje në teknologjitë e rëndësishme, mund gjithashtu të paraqesin pengesa në hyrje.

(c) Për veç kësaj, barrierat e hyrjes mund të ekzistojnë për shkak të pozicionit të vendosur të ndërmarrjeve tashmë të pranishme në treg. Gjegjësisht, për të hyrë në një industri të caktuar mund të jetë e vështirë, për shkak se për një konkurrencë efektive është e nevojshme përvoja dhe reputacioni të cilat vështirë se mund ti ketë një ndërmarrje e cila dëshiron të hyj në treg si një pjesëmarrëse e re. Faktorët siç janë lojaliteti i konsumit ndaj një marke të caktuar të produktit, lidhjet e afërta ndërmjet furnizuesve dhe blerësve, rëndësia e promovimit ose reklama, ose përparësi të tjera në lidhje me reputacionin, do të merren parasysh në këtë kontekst. Barrierat e hyrjes përfshijnë gjithashtu situatat kur ndërmarrjet tashmë të pranishme në treg janë angazhuar në ndërtimin e një kapaciteti jashtëzakonisht të madh, ose kur shpenzimet me të cilat përballen konsumatorët në kalimin të një furnizues i ri mund të pengojnë hyrjen e ndërmarrjeve të reja.



70. Evolucion i pritshëm i tregut duhet të merret parasysh kur vlerësohet nëse hyrja do të jetë fitimprurëse. Tregu i cili pritet të realizojë një rritje të lartë në të ardhmen, është më e mundshme që hyrja të jetë më e dobishme sesa në një treg i cili është i pjekur ose për të cilin pritej të bjerë. Ekonomitë e mëdha ose efektet e rrjeteve mund të bëjnë hyrjen të padobishme, në qoftë se ndërmarrja e re nuk mund të marrë një pjesë mjaftë të madhe të tregut.

71. Hyrja është veçanërisht e mundshme në qoftë se furnizuesit në tregjet e tjera tashmë posedojnë objekte të prodhimit që mund të përdoren për të hyrë në treg si objekt analizash, duke reduktuar kështu kostot e pakthyeshme të hyrjes. Sa më i vogël dallimi fitimprurës ndërmjet hyrjes dhe mos-hyrjes në treg para bashkimit, aq më shumë është e mundshme rishpërndarja e tillë e objekteve të prodhimit.

Në kohën e caktuar

72. Komisioni shqyrton nëse hyrja do të jetë mjaftë e shpejtë dhe qëndrueshme për të penguar përdorimin e fuqisë së tregut. Çka paraqet një periudhë e përshtatshme kohore, varet nga karakteristikat dhe dinamikat e tregut si dhe nga aftësitë specifike të pjesëmarrësve të ri të mundshëm të tregut. Megjithatë, hyrje konsiderohet normalisht në kohë, nëse ndodh brenda dy viteve.

Mjaftueshëm

73. Hyrja duhet të jetë e fushës dhe madhësisë së mjaftueshme për të penguar apo parandaluar efektet anti-konkurrese të përqendrimit. Hyrja, me një vëllim të vogël mund të konsiderohet e pamjaftueshme.

VII. EFIKASITETET

74. Riorganizimet e korporatave në formën e bashkimit mund të jenë në një linjë me kërkesat e konkurrencës dinamike dhe janë të aftë për ngritjen e konkurrencës në industri, duke i përmirësuar kushtet e rritjes dhe ngritjen e standardit jetësorë. Është e mundur që përfitimet e realizuara nga bashkimi të tejkalojnë efektet mbi konkurrencën, dhe veçanërisht në lëndimin e mundshëm të konsumatorëve që në të kundërtën do të mund të ndodhë. Për të vlerësuar nëse një vlerësim do të prishte ndjeshëm konkurrencën efektive, veçanërisht nëpërmjet krijimit ose forcimit të pozitës dominuese, në kuptim të Nenit 16 paragrafi (2) dhe (3) të KMK-së, Komisioni kryen një vlerësim gjithëpërfshirës konkurrues të bashkimit. Gjatë vlerësimit, Komisioni merr parasysh faktorët e theksuara në nenin 17 paragrafi (4), duke përfshirë zhvillimin e progresit teknik dhe ekonomik me kusht që ajo të jetë për të mirën e konsumatorëve dhe të mos i shkaktojë pengesa për konkurrencën.



75. Komisioni në një vlerësim gjithëpërfshirës i shqyrton të gjitha pohimet për të arritur efikasitetet. Ai mund të vlerëson që, si pasojë e efikasiteteve që dalin si rezultat i bashkimit, nuk ka bazë për të shpallur se bashkimi nuk është në përputhje me KMK-në, sipas Nenit 17 paragrafi (3). Ky do të ishte rasti kur Komisioni është në gjendje të konkludojë, në bazë të provave të mjaftueshme, që efikasitetet e gjeneruar që rrjedhin si rezultat i bashkimit me siguri do të rrisin aftësinë dhe nxitjen e ndërmarrjes së bashkuar për të sjellë pro-konkurrese në dobi të konsumatorëve, duke ju kundërvu efekteve negative mbi konkurrencën, të cilën bashkimi përndryshe mund ta ketë.

76. Në mënyrë që Komisioni në vlerësimin e tij të bashkimit i merr parasysh pohimet e efikasitetit dhe është në gjendje për të sjellë një konkludim se, si pasojë e efikasiteteve, nuk ka bazë të shpallet që përqendrimi nuk është në përputhje me KMK-në, përfitimet duhet të jenë në dobi të konsumatorëve, të jenë specifike për bashkimin dhe të mund të verifikohen. Këto kushte janë komulative.

Përfitimet e konsumatorëve

77. Si një pikë e rëndësishme gjatë vlerësimit të pohimeve të efikasitetit është se konsumatorëve nuk do ju bëhet më keq si rezultat i bashkimit. Për këtë qëllim, efikasitetet duhet të jenë të qëndrueshme dhe në kohë, dhe duhet në parim, të jenë në dobi për konsumatorët në ato tregje relevante në të cilat, në të kundërtën, është e mundshme që mund të prishet konkurrenca.

78. Përqendrimet mund të shkaktojnë lloje të ndryshme të efikasiteteve të cilët mund të sjellin çmime më të lira ose përfitime tjera për konsumatorët. Për shembull, kursimet e shpenzimeve në prodhimin ose shpërndarjen e ndërmarrjes së bashkuar mund të jap aftësinë dhe motivin për të vendosur çmime më të ulëta pas bashkimit. Në përputhje me nevojën të vërtetohet nëse efikasitetet do të sjellin në përfitimet neto për konsumatorët, efikasitetet e shpenzimeve që çojnë në uljen e kostove të ndryshueshme ose marginale janë më relevante për vlerësimin e përfitimeve sesa uljet në shpenzimet fikse; të parët, në parim, me siguri do të rezultojnë në çmime më të ulëta për konsumatorët. Zvogëlimet e shpenzimeve që janë rezultat vetëm i uljes anti-konkurrese të daljes (prodhimit), nuk mund të konsiderohen si përfitime në dobi për konsumatorët.

79. Konsumatorët mund gjithashtu të përfitojnë nga produktet ose shërbimet e reja ose të përmirësuara, që janë për shembull rezultat i efikasitetit më të mirë në fushën e kërkimit, zhvillimit dhe inovacionit. Ndërmarrja e krijuar me një investim të përbashkët e cila është themeluar për të zhvilluar një produkt të ri dhe mund të sjellë një lloj të efikasiteteve që Komisioni mund ti merr në konsideratë.

80. Në kontekst të efekteve të koordinuara, efikasitetet mund të ndikojnë në ndërmarrjen e bashkuar për të rritur prodhimin dhe për ulur çmimet, dhe në këtë mënyrë të ulë ndikimin e saj për të koordinuar sjelljen e saj në treg me ndërmarrje të tjera në treg.



81. Në përgjithësi, sa më vonë pritet efikasitetet të materializohen në të ardhmen, aq më e vogël është pesha që Komisioni mund të japë atyre. Kjo tregon se, që të konsiderohen si një faktor kundërveprues, efikasitetet duhet të jenë në kohë të caktuar.

82. Nxitja e ndërmarrjes së bashkuar për të sjellë përfitimet e efikasitetit të konsumatorët është shpesh e lidhur me ekzistimin e presionit konkurrues nga ndërmarrjet tjera në treg dhe nga hyrja e mundshme e konkurrentëve të rinj. Sa më të mëdha janë efektet e mundshme negative mbi konkurrencën, aq më shumë Komisioni duhet të jetë i sigurt që përfitimet janë të qëndrueshme, dhe se gjasat janë të mëdha të realizohen, dhe që do të barten në një shkallë të mjaftueshme, të konsumatorit. Është shumë e vështirë përqendrimi që çon në një pozicion në treg i cili afrohet atij të një monopoli ose të çon në një nivel të ngjashëm të fuqisë së tregut, mund të vërtetohet se është në përputhje me KMK-në, me arsyetimin se përfitimet e efikasitetit do të jenë të mjaftueshme për të luftuar efektet e saj anti-konkurrese.

Specifikimi i përqendrimit

83. Efikasitetet janë relevante për një vlerësim konkurrues kur ato janë një pasojë e drejtpërdrejt e përqendrimit për të cilën është parashtruar përqendrimi, dhe nuk mund të arrihen në një masë të ngjashme me më pak alternativa anti-konkurrese. Në këto rrethana, konsiderohet se përfitimet janë të shkaktuara nga përqendrimi dhe për këtë arsye janë specifike për përqendrimin (mundet të ndodhin vetën nëse bëhet përqendrimi). I mbetet palëve në përqendrim në një afat të arsyeshëm të sigurojnë të gjitha informatat relevante të nevojshme për të treguar se nuk ka më pak alternativa anti-konkurrese, realiste dhe të arritshme të natyrës jo të përqendrimit (për shembull, kontratë për licencim ose investim kooperativë të përbashkët) ose të natyrës së përqendrimit (investim i përqendruar i përbashkët ose përqendrim i strukturuar ndryshe) nga përqendrimi i paralajmëruar i cili i përmban efikasitetet e theksuara. Komisioni shqyrton vetëm alternativat që janë të arsyeshme praktike në situatën e biznesit me të cilën ballafaqohen palët në përqendrim duke pas parasysh praktikat e vendosura të biznesit në industrinë përkatëse.

Ekziston mundësia e verifikimit

84. Përfitimet duhet të vërtetohen, që Komisioni mund të jetë në mënyrë të arsyeshëm i sigurt që efikasitetet mund të materializohen, dhe do të jenë mjaftë të mëdha për të luftuar dëmin potencial për konsumatorët. Sa më precize dhe më bindëse janë pohimet e efikasitetit, aq më mirë, Komisioni mund të vlerësojë pohimet. Aty ku është e mundur, efikasitetet dhe përfitimet që paraqitet si rezultat i tyre të konsumatorëve do të kuantifikohen. Kur të dhënat e nevojshme nuk janë në dispozicion për të mundësuar një analizë të saktë sasior, duhet të jetë e mundur të parashikohet jo në mënyrë marginale, por me një ndikim të qartë pozitiv mbi konsumatorët.



85. Shumica e informatave, që Komisionit i mundësojnë të vlerësojë nëse bashkimi do ti realizojë efikasitetet të cilat do ti mundësojnë të aprovojë përqendrimin, janë në pronësi vetëm për palët në përqendrim. Prandaj, palëve në përqendrim u mbetet detyrë të për të siguruar në një afat të arsyeshëm të gjitha të dhënat relevante të nevojshme për të demonstruar se efikasitetet e subjekteve janë specifike për një përqendrim të caktuar dhe ka gjasa që ato të realizohen. Ngjashëm, palëve në përqendrim u mbetet të tregojnë deri në çfarë mase mund të paraqesin një kundërpeshë të çfarëdo efekteve negative të konkurrencës që përndryshe mund të rezultojnë nga bashkimi, dhe kështu të jenë në dobi për konsumatorët.

86. Dëshmia relevante për vlerësimin e pohimeve të efikasitetit përfshin, në veçanti, dokumentet e brendshme të cilët janë përdorur nga menaxhmenti gjatë vendosjes mbi përqendrimin, deklaratat e menaxhmentit për pronarët dhe për tregjet financiare në lidhje me efikasitetet e pritshme, shembujt historikë për efikasitetet dhe përfitimit e konsumatorëve si dhe studime nga ekspertë të jashtëm para përqendrimit për llojin dhe madhësinë e efikasiteteve të arritura, dhe masën në të cilën konsumatorët kanë gjasa për përfitim.

VIII. NDËRMARRJE ME VËSHTIRËSI SERIOZE FINANCIARE

87. Nëse njëri nga pjesëmarrësit në bashkim është një ndërmarrje me vështirësi serioze financiare, përkatësisht është para falimentimit, Komisioni mund të vendosë edhe pse një përqendrim problematik është në përputhje me KMK-në. Kushti themelor është të vërtetohet se përkeqësimi i strukturës konkurruese e cila rrjedh pas përqendrimit nuk është e shkaktuar nga përqendrimi. Kjo paraqet një rast kur struktura konkurruese e tregut do të përkeqësohet në të njëjtën masë në mungesë të përqendrimit.

88. Komisioni i konsideron këto tri kritere si veçanërisht relevante për zbatimin e “mbrojtjes në bazë të ekzistimit të vështirësive serioze financiare”:

- ndërmarrja në fjalë, për shkak të vështirësive financiare në një të ardhme të afërt do të përjashtohet nga tregu, nëse nuk merret përsipër nga ndonjë ndërmarrje tjetër.
- nuk ekziston blerje tjetër alternative më pak anti-konkurruese të përqendrimit për të cilën është parashtruar njoftimi.
- në mungesë të përqendrimit, mjetet e një ndërmarrje me vështirësi serioze financiare, në mënyrë të pashmangshme do të dilnin nga tregu.

89. Parashtruesit e njoftimit duhet në një afat të përshtatshëm të sigurojnë të gjitha informatat relevante të nevojshme për të demonstruar se përkeqësimi i strukturës konkurruese që ndjek bashkimin nuk është shkaktuar nga bashkimi.



REPUBLIKA E MAQEDONISË
KOMISIONI PËR MBROJTJEN E KONKURENCËS

Rr. Shën Kirili dhe Metodi nr. 54 (kati i 6), 1000 Shkup
Tel (02) 3298 666 Faksi (02) 3296 466 www.kzk.gov.mk e-mail: kzk@kzk.gov.mk

