



EFEKTET E KONKURRENCËS BRENDË MARKAVE DHE NDËRMJET MARKAVE NË TREG: RASTI I TREGUT EUROPIAN VS SHQIPTAR

Lenda : Ekonomiks Industrial



This cycle of presentations on Implementing European Competition Policy Issues into HEIs Curricula in Albania – EPICA Module was conducted as part of Jean Monnet Module

HYRJE

- ✓ Konkurrenca është një element thelbësor i ekonomisë së tregut.
- ✓ Ajo ndikon në çmimet, cilësinë e produkteve dhe zgjedhjet e konsumatorëve.
- ✓ Ekzistojnë dy forma kryesore të konkurrencës:
 - ✓ Konkurrenca brenda markave (mes distributorëve të së njëjtës markë).
 - ✓ Konkurrenca ndërmjet markave (mes kompanive me produkte të ndryshme, por zëvendësuese).
- ✓ Në Bashkimin Europian konkurrenca mbrohet nga një sistem i zhvilluar ligjor dhe institucional.
- ✓ Shqipëria ka harmonizuar legjislacionin e saj me standardet europiane, por ende përballet me sfida në zbatimin praktik.
- ✓ Qëllimi i këtij punimi është të analizojë efektet e konkurrencës dhe të krahasojë funksionimin e saj në tregun europian dhe atë shqiptar

Efektet e konkurrencës brenda markave

- ✓ Ulja e çmimeve të produkteve.
- ✓ Përmirësimi i cilësisë së shërbimit ndaj klientit.
- ✓ Rritja e eficiencës në shpërndarje dhe shitje.
- ✓ Ofrimi i promocioneve dhe ofertave më të favorshme.
- ✓ Rritja e kënaqësisë së konsumatorit



This cycle of presentations on Implementing European Competition Policy Issues into HEIs Curricula in Albania – EPICA Module was conducted as part of Jean Monnet Module

Efektet e konkurrencës ndërmjet markave

- ✓ Nxitja e inovacionit dhe zhvillimit teknologjik.
- ✓ Diferencimi dhe përmirësimi i produkteve.
- ✓ Rritja e investimeve në kërkim dhe zhvillim.
- ✓ Zgjerimi i alternativave për konsumatorët.
- ✓ Rritja e mirëqenies sociale dhe e eficiencës ekonomike.

BE VS SHQIPËRI

Bashkimi European

- ✓ Sistem i konsoliduar dhe i zhvilluar
- ✓ Zbatim nga Komisioni European dhe autoritetet kombëtare
- ✓ Burime të mëdha financiare dhe juridike
- ✓ Hetim më efektiv i rasteve komplekse
- ✓ Nivel i lartë konkurrence në treg

Shqipëria

- ✓ Sistem në proces zhvillimi
- ✓ Zbatim nga Autoriteti i Konkurrencës
- ✓ Burime më të kufizuara
- ✓ Vështirësi në trajtimin e rasteve komplekse
- ✓ Konkurrencë më e kufizuar në disa sektorë



RAST STUDIMI NË SHQIPËRI: VODAFONE DHE ONE ALBANIA

- ✓ Tregu shqiptar i telefonisë celulare dominohet nga dy operatorë kryesorë.
- ✓ Ekziston rreziku i krijimit të një duopoli.
- ✓ Janë ngritur shqetësime për politika të ngjashme çmimesh dhe ofertash.
- ✓ Autoriteti i Konkurrencës ka ndërmarrë hetime për monitorimin e tregut.
- ✓ Qëllimi është mbrojtja e konkurrencës së lirë dhe e konsumatorëve.

RAST STUDIMI NË BE: APPLE DHE SAMSUNG

- ✓ Dy nga kompanitë më të mëdha në tregun e telefonave inteligjentë.
- ✓ Konkurrenca përmes inovacionit, teknologjisë dhe dizajnit.
- ✓ Rivaliteti u shoqërua me konflikte mbi patentat dhe pronësinë intelektuale.
- ✓ Institucionet europiane monitoruan praktikën e tyre për të garantuar konkurrencë të ndershme.
- ✓ Ky rast tregon se konkurrenca nxit zhvillimin teknologjik dhe përfitimet për konsumatorët.

PERFUNDIME

- ✓ Konkurrenca brenda markave dhe ndërmjet markave luajnë një rol të rëndësishëm në funksionimin e tregut.
- ✓ Konkurrenca kontribuon në uljen e çmimeve dhe përmirësimin e cilësisë së produkteve dhe shërbimeve.
- ✓ Konkurrenca ndërmjet markave nxit inovacionin, zhvillimin teknologjik dhe diferencimin e produkteve.
- ✓ Konkurrenca brenda markave rrit eficiencën dhe përmirëson shërbimin ndaj klientit.
- ✓ Bashkimi European ka një sistem më të zhvilluar dhe më efektiv të mbrojtjes së konkurrencës.
- ✓ Shqipëria ka harmonizuar legjislacionin me standardet europiane, por ende përballet me sfida në zbatimin praktik.
- ✓ Forcimi i konkurrencës dhe zbatimi i drejtë i ligjit janë të domosdoshme për zhvillimin ekonomik dhe mbrojtjen e konsumatorëve.



FALEMINDERIT



This cycle of presentations on Implementing European Competition Policy Issues into HEIs Curricula in Albania – EPICA Module was conducted as part of Jean Monnet Module