



UNIVERSITETI I TIRANËS

FAKULTETI EKONOMISE

ESE ARGUMENTUESE

*“Efektet e konkurrencës brenda markave dhe ndërmjet markave në treg:
Rasti i tregut European vs. Shqiptar”*



Lënda: Ekonomiks Industrial

Tirane, 2026



Hyrje:

Konkurrenca është një faktor kyç që ndikon në sjelljen e kompanive dhe zgjedhjet e konsumatorëve në treg.

TREGU SHQIPTAR:

1. Konkurrenca në treg synon fitimin e preferencës së konsumatorëve.
2. Në Shqipëri, marka ndikon fort në zgjedhjen e konsumatorit.
3. Konkurrenca ndërmjet markave rrit vlerën e markës dhe efikasitetin.



TREGU EUROPIAN:

- 4.Në Europë, markat private forcojnë konkurrencën.
- 5.Tregjet europiane ndryshojnë sipas nivelit të zhvillimit.
- 6.Konkurrenca nuk sjell gjithmonë ulje çmimesh.
7. Tregu european fokusohet te inovacioni dhe përvoja e konsumatorit.
- 8.Menaxhimi i konkurrencës brenda markës është kyç për suksesin e kompanive.

Përfundime:

Konkurrenca në Shqipëri mbështetet kryesisht në çmim, perceptim dhe besnikëri ndaj markës, ndërsa në Europë fokusohet më shumë te inovacioni dhe diferencimi. Menaxhimi i mirë i konkurrencës brenda dhe ndërmjet markave rrit efikasitetin dhe konkurrueshmërinë e kompanive.

