ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ

2006 ԹՎԱԿԱՆԻ ՏԱՐԵԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ԾՐԱԳԻՐ

Երևան 2005

Բովանդակություն

Ներածություն 3

I.Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը 3

II. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները և դրանց իրականացման ժամանակացույցը..... 16

III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները 20

IV. Օրենքով սահմանված խնդիրների և գործառույթների իրականացման համար անհրաժեշտ այլ դրույթներ 21

Ներածություն

Սույն ծրագիրն ապահովում է Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետ նաև՝ Հանձնաժողով) 2002-2005 թվականների տարեկան գործունեության ծրագրերի շարունակականությունը և նպատակ ունի 2006 թվականի ընթացքում ապրանքային շուկաներում պաշտպանել և խրախուսել տնտեսական մրցակցությունը, ապահովել բարեխիղճ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայր, նպաստել ձեռնարկատիրության զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը Հայաստանի Հանրապետությունում:

Ծրագրի մշակման համար իրավական հիմք են հանդիսացել Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությունը (հոդված 8), Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիական օրենսգիրքը (հոդված 12), «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքը, իրավական այլ ակտեր:

Ելնելով ծրագրի նպատակից, իրականացվել է ապրանքային շուկաների մրցակցային իրավիճակի վերլուծություն, բացահայտվել են առկա հիմնախնդիրները, սահմանվել են տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները, դրանց իրականացման մեխանիզմներն ու ժամանակացույցը:

Ծրագրի բաղկացուցիչ մասն են կազմում նաև Հանձնաժողովի գործունեության հրապարակայնության ապահովման, միջազգային կառույցների և հասարակական կազմակերպությունների հետ համագործակցության, Հանձնաժողովի կառավարման համակարգի կատարելագործման, կադրերի պատրաստման և որակավորման բարձրացման հարցերին առնչվող միջոցառումներն ու մեխանիզմները:

I. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիների բացահայտումը

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը և խրախուսումը, որպես ձեռնարկատիրության զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը նպաստող գործոն, շուկայական տնտեսության էությունն է: Այդ պատճառով մրցակցային քաղաքականության ինստիտուտների և մեխանիզմների առկայությունը կարևոր է հատկապես հստակ գործող շուկայական մեխանիզմի կիրարկման համար:

Կենտրոնացված պլանային տնտեսությունից շուկայական տնտեսության համակարգին անցում կատարող երկրի տեսանկյունից, մրցակցության ապահովումը և զարգացումը հանդիսանում է կարևոր փուլ արդյունավետ շուկայական բարեփոխումների

համար, քանի որ միայն այդ մեխանիզմների միջոցով կարելի է վերացնել նախկին քաղաքական համակարգից ժառանգած կենտրոնացված, հիմնականում մենաշնորհ տնտեսությունը:

Մրցակցային քաղաքականության և իրավունքի բարելավմանն ուղղված կոնկրետ միջոցառումների ծրագիրն իր մեջ ներառում է մրցակցային քաղաքականության ոլորտում համապատասխան իրավական ակտերի ընդունումը, դրանցում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելը:

Հանրապետությունում ստեղծվել է մրցակցային քաղաքականության իրականացման որոշակի համակարգ, որն իր մեջ ներառում է համապատասխան օրենքներն ու ենթաօրենսդրական ակտերը, դրանց կիրարկումն ապահովող լիազոր մարմինը, ինչպես նաև սպառողների շահերի պաշտպանության և մրցակցային քաղաքականության կիրառման մեխանիզմներ: Սակայն, տեղի ունեցող տնտեսական փոփոխությունները պահանջում են մրցակցային քաղաքականության մեթոդների հետագա կատարելագործում հետևյալ ուղղություններով՝ մրցակցային քաղաքականության և օրենսդրության կիրառման ու մրցակցային միջավայրի զարգացման մեխանիզմների մշակման ու ներդրման:

Տնտեսական մրցակցության իրավիճակը հնարավոր է ճշգրիտ գնահատել միայն ապրանքային շուկաների պարբերական ուսումնասիրության միջոցով, ինչպես նաև վերլուծելով ավելի շատ ապրանքային շուկաներ և դիտանցում իրականացնելով նախորդ տարիներին ուսումնասիրված շուկաներում:

Մրցակցության իրավիճակի գնահատման համար ուսումնասիրվող շուկաների ընտրության չափանիշներն են՝ շուկայի սոցիալ-տնտեսական նշանակությունը, պահանջարկի բավարարման աստիճանը, շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը, շուկայում առկա խոչընդոտների հաղթահարման աստիճանը, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների չարաշահումները և անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումները:

Ապրանքային շուկաներում բարձր կենտրոնացվածության առկայության բացասական ազդեցության թուլացման համար էական նշանակություն ունի փոքր և միջին ձեռնարկությունների պետական աջակցությունը, որն ապահովում է տնտեսության մեջ կայուն վերարտադրությունը և մրցակցության զարգացումը:

Հանձնաժողովը ընթացիկ տարվա առաջին կիսամյակում իրականացրել է ուսումնասիրություններ սոցիալական կարևոր նշանակություն ունեցող երկու ոլորտներում՝ կաթի և կաթնամթերքի, մսամթերքի և երշիկեղենի, որոնք իրենց հերթին ընդգրկում են 7 առանձին ապրանքային շուկաներ: Այս ոլորտներում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ներկայացված տեղեկատվության հիման վրա կատարվել են ուսումնասիրություններ ապրանքային շուկաների կառուցվածքը, մասնակիցների զբաղեցրած դիրքերը որոշելու

նպատակով, ինչպես նաև հաշվարկվել են առանձին ապրանքային շուկաների ցուցանիշները և հանրապետության բնակչության մեկ շնչի հաշվով իրացման ծավալները:

Կաթի և կաթնամթերքի ոլորտում առանձնացվել են «Կարագ», «Պանիր», «Թթվասեր» և «Պաղպաղակ» ապրանքային շուկաները:

«Կարագ» ապրանքային շուկայում 2004 թվականին գործել են 33 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից 13-ը արտադրող են, 20-ը՝ ներմուծող: Նրանց կողմից ներկայացված տեղեկատվության համաձայն արտադրվել է 15,6 տոննա, ներմուծվել՝ 5 036,2 տոննա և իրացվել է 4 143,3 տոննա կարագ: Մեկ շնչի հաշվով տարեկան (2004 թվականին) իրացվել է 1,3 կգ կարագ, 1985 թվականի 10,1 կգ-ի դիմաց: Իրացման ամենամեծ ծավալն ունեցել է «Ֆլիտֆուդ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը, որի մասնաբաժինը ապրանքային շուկայի իրացման ծավալում կազմել է՝ 36,2% (1/3-ից ավելին), այսինքն, նա 2004 թվականի տվյալներով շուկայում ունեցել է գերիշխող դիրք: Ապրանքային շուկայում գործող իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 72,5 տոկոս:

«Պանիր» ապրանքային շուկայում 2004 թվականի գործել են 82 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից արտադրությամբ զբաղվել են 74 տնտեսվարող սուբյեկտներ, ներմուծմամբ՝ 8 տնտեսվարող սուբյեկտներ: Պանրի արտադրության ծավալն, ըստ տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ներկայացված տեղեկատվության, կազմել է 1474,2 տոննա, ներմուծման ծավալը՝ 392,3 տոննա, իրացման ծավալը՝ 1030,5 տոննա: Հայաստանի Հանրապետության տարածքում արտադրվող պանրի մեծ մասը՝ 67 տոկոս, բաժին է ընկել աղաջրային պանրին, իրացվող պանրի ծավալում ամենամեծ բաժինը կազմել է թարեքային պանիրը՝ 46 տոկոս: Մեկ շնչի հաշվով 2004 թվականին իրացվել է 0,3 կգ պանիր, արտադրվել է 0,5 կգ, 1985 թվականի 7,8 կգ-ի դիմաց: Այստեղ հաշվի չեն առնված գյուղացիական տնտեսությունների կողմից իրացված ծավալները: Համաձայն շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ներկայացված տվյալների վերլուծության՝ 2004 թվականին պանրի արտադրության ծավալը 1985 թվականի հետ համեմատած նվազել է 18 անգամ, իսկ գյուղացիական տնտեսությունների ծավալները հաշվի առնելու դեպքում (Հայաստանի Հանրապետության ազգային վիճակագրական ծառայության (ԱՎԾ) հաշվարկների հիման վրա)՝ 5 անգամ: Այս ոլորտում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ, 2004 թվականի տվյալներով, չի եղել, շուկայի մասնակիցների բաժինները չեն գերազանցել շուկայի իրացման ծավալի 1/3-ը և շուկան կենտրոնացված չի եղել մի քանի տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից:

«Թթվասեր» ապրանքային շուկայում 2004 թվականին գործել են 39 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից 38-ը արտադրողներ են, մեկը՝ ներմուծող: Թթվասերի արտադրության ծավալը, ըստ նրանց կողմից ներկայացված տեղեկատվության, 2004 թվականին կազմել է 609,3 տոննա, ներմուծման ծավալը՝ 2,7 տոննա, իրացման ծավալը՝ 607,1 տոննա: Մեկ շնչի հաշվով թթվասերի իրացման տարեկան ծավալը կազմել է 0,2 կգ: Շուկայում իրացման առավել մեծ ծավալներ ունի «Աշտարակ-կաթ» փակ բաժնետիրական ընկերությունը՝ 40,2% (ավելի քան1/3-ը), հետևաբար վերջինս շուկայում ունեցել է գերիշող դիրք: Շուկայում գործող իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 60,4 տոկոս:

«Պաղպաղակ» ապրանքային շուկայում 2004 թվականին գործել են 13 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից 12-ը արտադրող, մեկը՝ ներմուծող: Պաղպաղակի արտադրության ծավալը կազմել է 1466,7 տոննա, ներմուծման ծավալը՝ 11,4 տոննա, իրացման ծավալը՝ 1356,3 տոննա: Մեկ շնչի հաշվով իրացման տարեկան ծավալը 2004 թվականին կազմել է 0,4 կգ պաղպաղակ 1985 թվականի 2,8 կգ-ի դիմաց: Իրացման ամենամեծ ծավալն ունեցել է «Շանթ Պլյուս» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը, որի բաժինը ապրանքային շուկայի իրացման ծավալում կազմել է 36,1% (1/3-ից ավելին), այսինքն շուկայում նա ունեցել է գերիշխող դիրք: Շուկայում գործող իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 85,6 տոկոս:

«Պաղպաղակ» ապրանքային շուկայում ուսումնասիրվել են նաև չորս խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների արտադրական և բաշխման հզորությունների օգտագործման արդյունավետությունը: Արդյունքում, պաղպաղակ արտադրող տնտեսվարող սուբյեկտները 2004 թվականին արդյունավետ չեն օգտագործել իրենց մեքենա-սառնարանների հզորությունները, և շահագործել են 2-8 անգամ ավելի շատ մեքենա-սառնարաններ, քան անհրաժեշտ էր իրենց արտադրված պաղպաղակի իրացումն ապահովելու համար: Արտադրական հզորություններն օգտագործվել են ընդամենը 20-50 տոկոսով: Այստեղ անհասկանալի է նախորդ տարիների հետ համեմատած նոր մեքենա-սառնարաններ ձեռք բերելու համար լրացուցիչ ծախսեր կատարելու փաստը՝ այն պարագայում, երբ ընդամենը 13-56 տոկոսով բեռնավորված մեքենա-սառնարանների երթերի քանակը ամսվա ընթացքում կազմել է 4-18 օր: Արդյունավետ չեն օգտագործվել նաև այն սառնարանները, որոնք տրամադրվել են պաղպաղակ արտադրողների կողմից պաղպաղակ իրացնող տնտեսվարող սուբյեկտներին: Դրանք օգտագործվել են իրենց հնարավորությունների ընդամենը 2-7 տոկոսով:

Մսամթերքի և երշիկեղենի ոլորտում առանձնացվել են «Մսամթերք», «Երշիկեղեն» և «Նրբերշիկ և սարդելկա» ապրանքային շուկաները:

«Մսամթերք» ապրանքային շուկայում 2004 թվականին գործել են 32 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից 24-ը արտադրող են, 8-ը՝ ներմուծող: Ըստ նրանց կողմից ներկայացված տվյալների 2004 թվականին արտադրվել է 188,8 տոննա մսամթերք, ներմուծվել է՝ 27,3 տոննա, իրացվել է՝ 209,7 տոննա: Բնակչության մեկ շնչի հաշվով իրացման ծավալը կազմել է 0,1 կգ մսամթերք: Իրացման ամենամեծ ծավալն ունեցել է «Գեղարդ մսամթերքի կոմբինատ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը, որի բաժինը կազմել է 46,2 տոկոս՝ 1/3-ից ավելին, այսինքն վերջինս շուկայում ունեցել է գերիշող դիրք: «Մսամթերք» ապրանքային շուկայում գործող առավել մեծ երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 68,6 տոկոս:

«Երշիկեղեն» ապրանքային շուկայում 2004 թվականին գործել են 49 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից 35-ը՝ արտադրող, 14-ը՝ ներմուծող: Նրանց կողմից ներկայացված տեղեկատվության համաձայն երշիկեղենի արտադրության ծավալը 2004 թվականին կազմել է 622,0 տոննա, ներմուծման ծավալը՝ 118,4 տոննա, իրացման ծավալը՝ 728,3 տոննա: Մեկ շնչի հաշվով 2004 թվականին տարեկան արտադրվել և իրացվել է 0,2 կգ երշիկեղեն 1985 թվականի մեկ շնչի հաշվով արտադրված 6 կգ-ի դիմաց: «Երշիկեղեն» ապրանքային շուկայում գերիշխող տնտեսվարող սուբյեկտ չի եղել, շուկայի մասնակիցների բաժինները չեն գերազանցել շուկայի իրացման ծավալի 1/3-ը, գործող առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են շուկայի իրացման ծավալի 45 տոկոսը:

«Նրբերշիկ և սարդելկա» ապրանքային շուկայում 2004 թվականին գործել են 43 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնցից 27-ը արտադրող, 16-ը՝ ներմուծող: Նրբերշիկի և սարդելկայի արտադրության ծավալը 2004 թվականին կազմել է 192,5 տոննա, ներմուծման ծավալը՝ 2342,7 տոննա, իրացման ծավալը՝ 2449,3 տոննա: Մեկ շնչի հաշվով նրբերշիկի և սարդելկայի իրացման ծավալը 2004 թվականին կազմել է 0,8 կգ: Իրացման ամենամեծ ծավալն ունեցել է «Ֆլիտֆուդ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը, որի բաժինը ապրանքային շուկայի իրացման ծավալում կազմել է 60,0% (1/3-ից ավելին), այսինքն, շուկայում նա ունեցել է գերիշխող դիրք: Շուկայում գործող իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են շուկայի իրացման ծավալի 82,3 տոկոսը: Ապրանքային շուկայում տեղական արտադրության և ներկրման ծավալների հարաբերակցությունը կասկած է հարուցում:

Աղյուսակ 1

2004 թվականին կաթ և կաթնամթերք, միս և մսամթերք ոլորտների մի շարք ապրանքային շուկաների մասնակիցների քանակը, ներմուծման, արտադրության և իրացման ծավալը, մեկ շնչի հաշվով տարեկան իրացման ծավալը

	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Գործող տնտեսվարող սուբյեկտների քանակը	Ներմուծման ծավալը (կգ)	Արտադրության ծավալը (կգ)	Իրացման ծավալը (կգ)	Մեկ շնչի հաշվով իրացման տարեկան ծավալը (կգ)
1.	Կարագ	33	5 036 230,0	15 586,8	4 143 334,9	1,3
2.	Պանիր	82	392 263,5	1 474 204,4	1 030 528,4	0,3
3.	Թթվասեր	39	2 688,0	609 258,8	607 083,1	0,2
4.	Պաղպաղակ	13	11 421,0	1 466 633,8	1 356 257,3	0,4
5.	Մսամթերք	32	27 324,7	188 828,2	209 668,3	0,1
6.	Երշիկեղեն	49	118 445,7	621 967,5	728 320,8	0,2
7.	Նրբերշիկ և սարդելկա	43	2 342 697,3	192 520,8	2 449 289,5	0,8

Ներկայացված ծավալները չեն արտացոլում կաթի և կաթնամթերքի, մսամթերքի և երշիկեղենի ոլորտների իրական պատկերը: Անգամ բնակչության գնողունակության նվազման պայմաններում, մեկ շնչի հաշվով կատարված հաշվարկները չեն կարող իրական լինել և չեն կարող այդքան տարբերվել, նախորդ տարիների ցուցանիշների հետ համեմատած:

Ոչ հավաստի տեղեկատվությունը դժվարություններ է առաջացնում և խոչընդոտ հանդիսանում ապրանքային շուկաների ծավալները հաշվարկելիս, տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեությունը ուսումնասիրելիս և գնահատելիս: Ինչի արդյունքում մրցակցության պաշտպանությանն ուղղված միջոցառումները դառնում են նվազ արդյունավետ: Դժվարանում է ապրանքային շուկաներում մրցակցային իրավիճակների կարգավորման եղանակների ճիշտ ընտրությունը:

Հանձնաժողովն ընթացիկ տարում առաջին անգամ ուսումնասիրել է կենցաղային քիմիայի ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաներ, որոնք ըստ էության ներկրման շուկաներ են:

Աղյուսակ 2

2004 թվականին կենցաղային ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաների մասնակիցների քանակը, իրացման ծավալը, առաջատար դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինները , կենտրոնացվածության աստիճանը

Ապրանքային շուկայի անվանումը	Շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների քանակը	Իրացման ծավալները (տ)	Գերիշխող տնտեսվարող սուբյեկտների առկայությունը/ բացակայությունը (+/-)	Շուկայում առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի մասնաբաժինը (%)	Շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը (%)
«Լվացքի փոշի (մեքենայի լվացքի համար)»	44	1135,0	+	25.8	59.8
«Լվացքի փոշի (ձեռքի լվացքի համար)»	44	4595,0	-	47,0	68,8
«Սպասք լվանալու միջոցներ»	39	1045,2	+	23,1	51,3
«Տնտեսական օճառ»	26	1513,4	-	35,45	56,03
«Ձեռքի օճառ»	80	1590,4	-	17,19	38,47
«Շամպուն»	92	903,0	-	11,3	23,4
«Լոգանքի միջոցներ»	27	39,4	+	39,8	74,3

Կենցաղային քիմիայի ոլորտի նշված ապրանքային շուկաներից 2-ը ցածր կենտրոնացված են, իսկ 4-ը՝ միջին կենտրոնացված, որոնցից մեկը գտնվում է միջին և բարձր կենտրոնացվածության եզրագծում և մեկը՝ բարձր կենտրոնացված: Հարկ է նշել, որ փոքր ծավալներ ունեցող այս ապրանքային շուկաներում կան մեծ թվով տնտեսվարող սուբյեկտներ (ընդհանուր թիվը՝ 352): Այստեղ առկա է տեղական արտադրողների՝ շուկաներ ներթափանցելու ակնհայտ միտում, ինչը կուժեղացնի մրցակցությունը:

Մրցակցային իրավիճակի գնահատման նպատակով 2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրություններ են իրականացվել «Մետաղ» և «Ապակի» ապրանքային շուկաներում:

Աղյուսակ 3

2004 թվականի 1-ին կիսամյակում «Մետաղ» և «Ապակի» ապրանքային շուկաների մասնակիցների քանակը, իրացման ծավալը, առաջատար դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինները , կենտրոնացվածության աստիճանը

Ապրանքային շուկայի անվանումը	Շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների քանակը	չ/մ	Իրացման ծավալները	Գերիշխող տնտեսվարող սուբյեկտների առկայությունը/ բացակայությունը (+/-)	Շուկայում առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի մասնաբաժինը (%)	Շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը (%)
«Հարթ գլանվածք»	52	տ	3310,8	-	23,01	49,12
«Ամրալար»	5	տ	1502,7	+	63,81	99,94
«Ամրան»	18	տ	11366,8	+	39,83	70,17
«Անկյունակ, ձևավոր և հարթ պրոֆիլներ»	56	տ	2303,6	-	22,14	51,90
«Ապակի»	27	քառ.մ	282156,7	++	37,92 և 35,25	88,95

«Հարթ գլանվածք» ապրանքային շուկայում 2004 թվականի 1-ին կիսամյակում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ չկա: «Հարթ գլանվածք» ապրանքային շուկան միջին կենտրոնացված է, իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 49.12 տոկոս:

2004 թվականի 1-ին կիսամյակի ընթացքում «Ամրալար» ապրանքային շուկայում իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 99,94 տոկոս: 2004 թվականի 1-ին կիսամյակում «Ամրալար» ապրանքային շուկան եղել է բարձր կենտրոնացված: «Ամրալար» ապրանքային շուկայում 2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով իրացման ծավալներով առկա է գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ:

2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով «Ամրան» ապրանքային շուկայում իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել է 70.17 տոկոս: 2004 թվականի 1-ին կիսամյակում «Ամրան» ապրանքային շուկան եղել է միջին կենտրոնացված: «Ամրան» ապրանքային շուկայում 2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով իրացման ծավալներով առկա է գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ:

«Անկյունակ, ձևավոր և հարթ պրոֆիլներ» ապրանքային շուկայում 2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ չկա: «Անկյունակ, ձևավոր և հարթ պրոֆիլներ» ապրանքային շուկան ցածր կենտրոնացված է, իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 51,9 տոկոս:

2004 թվականի 1-ին կիսամյակի ընթացքում «Ապակի» ապրանքային շուկայում իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին կազմել են 88,95 տոկոս: 2004 թվականի 1-ին կիսամյակում «Ապակի» ապրանքային շուկան եղել է բարձր կենտրոնացված: «Ապակի» ապրանքային շուկայում 2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով իրացման ծավալներով երկու տնտեսվարող սուբյեկտներ ունեն գերիշխող դիրք:

Մրցակցության իրավիճակի գնահատման համար Հանձնաժողովի կողմից իրականացվում է շարունակական դիտանցում սոցիալ-տնտեսական մեծ նշանակություն և կենտրոնացվածության բարձր աստիճան ունեցող շուկաներում, ինչպես նաև շուկաներում, որտեղ հնարավոր են գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների չարաշահումներ ու անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումներ:

Աղյուսակ 4

2004 թվականին մի շարք ապրանքային շուկաների մասնակիցների քանակը, իրացման (ներկրման) ծավալը, առաջատար դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի անվանումը, մասնաբաժինը և կենտրոնացվածության աստիճանը*

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Չ/մ	Ապրանքային շուկայի իրացման (ներկրման*) ծավալը	Ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը *** (CR-3)	Ապրանքային շուկայում առաջատար դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի		Ապրանքային շուկայի մասնակիցների քանակը
					անվանումը	մասնաբաժինը %	
1.	«Կարագ»	տ	4143,3	72.5	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ	36.2	33
2.	«Պանիր աղաջրային»	տ	202.0	26.2	«Աշոցքի պանրի գործարան» ՍՊԸ	10.0	46
3.	«Պանիր թարեքահյին (պինդ)»	տ	475.6	55.2	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ	26.3	36
4.	«Թթվասեր»	տ	607.1	60.4	«Աշտարակ-կաթ» ՓԲԸ	40.2	39
5.	«Պաղպաղակ»	տ	1356.3	85.6	«Շանթ-պլյուս» ՍՊԸ	36.1	13
6.	«Մսամթերք»	տ	209.7	68.6	«Գեղարդ մսամթերքի կոմբինատ» ՍՊԸ	46.2	32
7.	«Երշիկեղեն»	տ	728.3	45.4	«Մուշ» ՍՊԸ	20.5	49
8.	«Նրբերշիկ և սարդելկա»	տ	2449.3	82.3	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ	60.0	43
9.	«Լվացքի փոշի (լվացքի մեքենայի համար)»	տ	1135.0	59.8	«Շոհրե» ՍՊԸ	25.8	44
10.	«Լվացքի փոշի (ձեռքով լվացքի համար)»	տ	4595.0	68.8	«Մոնա գրուպ» ՍՊԸ	47.0	44
11.	«Սպասք լվանալու միջոցներ»	տ	1045.2	51.3	«Զաֆառ» ՍՊԸ	23.1	39
12.	«Տնտեսական օճառ»	տ	1513.4	56.0	«Մոնա գրուպ» ՍՊԸ	35.4	26
13.	«Ձեռքի օճառ»	տ	1590.4	38.5	«Ռուսլան Խուդանյան» ՍՊԸ	17.2	80
14.	«Շամպուն»	տ	903.0	23.4	«Կ.Գոորգյան և ընկերներ» ՍՊԸ	11.3	92
15.	«Լոգանքի միջոցներ»	տ	39.4	74.3	«Օրիֆլեյմ Քոսմեթիքս» ՍՊԸ	39.8	27
16.	«Հարթ գլանվածք»**	տ	3310.8	49.1	«Արմեն Գագո» ՍՊԸ	23.0	52
17.	«Ամրայար»**	տ	1502.7	99.9	«Մետեքս» ՓԲԸ	63.8	5
18.	«Ամրան»**	տ	11366.8	70.2	«Մետեքս» ՓԲԸ	39.8	18
19.	«Անկյունակ, ձևավոր և հարթ գլանվածքներ»**	տ	2303.6	51.9	«Մետրոպոլ նորոգման մեխանիկական» ՓԲԸ	22.1	56
20.	«Ապակի»**	քառ. մ	282156.7	88.9	«Շինարար» արտադրական կոոպերատիվ	37.9	27
					«Գապեքս» ՍՊԸ	35.2	
21.	«Օղի»	հազ.լ	16042.9	48.6	«Ավշարի գինու գործարան» ՍՊԸ	22.9	55
22.	«Էթիլային սպիրտ»	հազ.լ	1189.6	95.8	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ	86.7	9
23.	«Շամպայն և փրփրուն գինիներ»	հազ.լ	599.6	97.6	«Երևանի շամպայն գործարան» ԲԲԸ	94.4	11
24.	«Գարեջուր»	հազ.լ	6211.8	100.0	«Երևանի գարեջուր» ՓԲԸ	54.9	14
					««Կոտայք» գարեջրի գործարան» ՍՊԸ	38.0	
25.	«Շաքարավազ»	տ	62228.9	100.0	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ	99.4	23
26.	«Բուսական յուղ»	տ	21783.4*	51.3	«Տուռնա» ՍՊԸ	35.0	68
27.	«Կերակրի աղ»	տ	15896.1	100.0	«Ավանի աղի կոմբինատ» ՓԲԸ	95.1	2
28.	«Քարաղ»	տ	7663.2	100.0	«Ավանի աղի կոմբինատ» ՓԲԸ	100.0	1
29.	«Աղացած (տեխնիկական) աղ»	տ	6450.6	100.0	«Ավանի աղի կոմբինատ» ՓԲԸ	100.0	1
30.	«Ցորենի ալյուր»	տ	135475.5	72.2	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ	33.1	63
31.	«Պարենային ցորեն»	տ	171217.8	71.0	«Վիկտորիա-Թրեյդ» ՀՁ ՍՊԸ	27.8	10
32.	«Բենզին»	տ	202235.0*	79.9	«Էքսիմ պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ	30.4	11
33.	«Դիզելային վառելիք»	տ	107550.0*	72.4	«Ֆլեշ» ՍՊԸ	39.5	18
34.	«Ցեմենտ»	տ	340795.0	100.0	«Արարատ ցեմենտ» ՓԲԸ	57.5	2
					«Միկա -ցեմենտ» ՓԲԸ	42.4	

** հաշվարկվել են 2004 թվականի 1-ին կիսամյակի տվյալներով:

*** Արտահայտված է կենտրանացվածության գործակցով (CR-ով), որը տվյալ շուկայի իրացման ընդհանուր ծավալում առավել խոշոր մեկ (սյունյակ 3 եւ 6), երկու (սյունյակ 4 եւ 7) եւ երեք (սյունյակ 5 եւ 8) տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինների գումարն է: Շուկան ունի կենտրոնացվածության

բարձր աստիճան, եթե $70\% \le CR\text{-}3 \le 100\%$

միջին աստիճան, եթե $45\% \le CR\text{-}3 < 70\%$

ցածր աստիճան, եթե $CR\text{-}3 < 45\%$:

Հանձնաժողովը 2002 թվականից ալկոհոլային խմիչքների ոլորտի մի շարք շուկաներում իրականացրել է շարունակական դիտանցում, իսկ ընթացիկ տարում կատարվել է նաև ուսումնասիրություն մրցակցային իրավիճակի գնահատման տեսանկյունից: Ալկոհոլային խմիչքների ոլորտը, այն ոլորտներից է, որը գտնվում է պետական կարգավորման շրջանակներում (լիցենզավորում և ակցիզային հարկ):

«Գարեջուր», «Շամպայն և փրփրուն գինիներ» և «Էթիլային սպիրտ» ապրանքային շուկաները շարունակում են մնալ բարձր կենտրոնացված (առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինները (CR-3) տատանվում են 90 տոկոսի սահմաններում): Եթե այդ իրավիճակը պայմանավորված է նշված շուկաներում ճանաչում ունեցող և երկար տարիներ գործող տնտեսվարող սուբյեկտների առկայությամբ, ապա «Օղի» ապրանքային շուկայում պատկերն այլ է: «Օղի» ապրանքային շուկան այժմ միջին կենտրոնացված է և առկա են մեծ թվով (55) տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնց միջև մրցակցությունը պայմանավորված է ոչ միայն գնային գործոններով, այլ նաև՝ տեսականու ընդլայնմամբ: Վերջինս պետք է ունենար դրական միտում, սակայն «Օղի» ապրանքային շուկայում «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի խախտումները հիմնականում վերաբերում են անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումներին, որոնք արտահայտվում են հայտնի ապրանքային նշանների (պիտակներ, ֆիրմային անվանումներ, արտոնագրված շշեր) ապօրինի օգտագործմամբ , որը սպառողների մոտ առաջացնում է շփոթություն կամ մոլորեցում:

«Շաքարավազ» և «Աղ» ապրանքային շուկաներում մեկ տնտեսվարող սուբյեկտ ունի 95 տոկոս և ավելի մասնաբաժին կամ չունի մրցակից: «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայում գործունեություն իրականացնելու համար լիցենզավորում չի նախատեսված, այսինքն շուկայի մուտքի վարչական խոչընդոտները բացակայում են: Բարձր կենտրոնացված է նաև «Ցեմենտ» ապրանքային շուկան, որտեղ գործում են երկու տնտեսվարող սուբյեկտներ:

«Դիզելային վառելիք» և «Բենզին» ապրանքային շուկաներում վերջին երկու տարիներին ներկրման ծավալները գտնվում են գրեթե նույն մակարդակին, այստեղ նկատվում է շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանի բարձրացման միտում:

Դիտանցման արդյունքներից երևում է, որ «Ցորենի ալյուր» և «Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկաներում զգալի նվազել է կենտրոնացվածության աստիճանը, ինչը վկայում է մրցակցության ուժեղացման մասին: «Բուսական յուղ» և «Կարագ» ապրանքային շուկաները միջին կենտրոնացված են և դրանցում նկատելի է մասնակիցների թվի աճ:

Հանձնաժողովի կողմից իրականացվող գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեության դիտանցման մեթոդներից է տնտեսվարող սուբյեկտների գրանցումը կենտրոնացված գրանցամատյանում:

Ընթացիկ տարում կենտրոնացված գրանցամատյանում գրանցվել են տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնք իրականացնում են իրենց գործունեությունը լիազոր մարմնի կողմից տրված լիցենզիայի հիման վրա՝ բնական գազի ոլորտում՝ «Հայռուսգազարդ» փակ բաժնետիրական ընկերությունը և բաշխիչ ցանցերով էլեկտրաէներգիայի մատակարարման ոլորտում՝ «Հայաստանի էլեկտրական ցանցեր» փակ բաժնետիրական ընկերությունը:

Հանձնաժողովը կենտրոնացված գրանցամատյանում ընթացիկ տարում գրանցել է նաև ««Նորք» տեղեկատվավերլուծական կենտրոն» փակ բաժնետիրական ընկերությանը, որը հանդիսանում է գերիշխող դիրք ունեցող (չունի մրցակից) «Սոցիալական աջակցության ծառայությունների ծրագրի շրջանակներում ընտանեկան նպաստի տվյալների բազայի շահագործման և սպասարկման ծառայությունների ձեռքբերում», «Հաշմանդամներին մատուցվող ծառայությունների ծրագրի շրջանակներում հաշմանդամների տվյալների բազայի շահագործման և սպասարկման ծառայությունների ձեռքբերում» և «Զբաղվածության ծառայությունների ծրագրի շրջանակներում իրականացվող գործազուրկների տվյալների բազայի շահագործման և սպասարկման ծառայությունների՝ «Գործ» համակարգի ձեռքբերում» ապրանքային շուկաներում: Այս աշխատանքների պատվիրատուն Հայաստանի Հանրապետության սոցիալական ապահովության նախարարությունն է: Նշված ընկերությունը դիմել էր Հանձնաժողով՝ մեկ աղբյուրից (առանց մրցույթի) գնումներ կատարելու նպատակով կենտրոնացված գրանցամատյանից քաղվածք ստանալու համար: Նման հարցումներ հաճախ են ստացվում տնտեսվարող սուբյեկտներից, սակայն դրանց կապակցությամբ համապատասխան ուսումնասիրությունների իրականացումը Հանձնաժողովից պահանջում է բավական ժամանակ և հարցի լուծման համար ավելի ճիշտ կլիներ համապատասխան փոփոխություններ կատարել մեկ աղբյուրից գնումների վերաբերյալ կարգերում՝ այդ տնտեսվարող սուբյեկտների խնդիրներն օրենսդրորեն լուծելու համար:

Մրցակցության օրենսդրության խախտումներից է գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից դիրքի չարաշահումը: Հանձնաժողովի կողմից իրականացվում է գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեության շարունակական դիտանցում, որը, Օրենքի համապատասխան փոփոխությունից հետո, նախատեսում է, որ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կենտրոնացված գրանցամատյանում գրանցված տնտեսվարող սուբյեկտները Հանձնաժողովի կողմից սահմանված կարգով և տրամադրված ձևերով պարտավոր են վեցամսյա պարբերականությամբ Հանձնաժողով ներկայացնել տեղեկատվություն՝ տվյալ ապրանքային շուկայում իրենց կողմից իրացված (ձեռքբերված) ապրանքների ծավալի, ծախքերի կառուցվածքի և գների շարժի (գնային փոփոխությունների դեպքում՝ համապատասխան

հիմնավորումներով) վերաբերյալ: Այդ նպատակով Հանձնաժողովի կողմից տեղեկատվություն է պահանջվել գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կենտրոնացված գրանցամատյանում գրանցված թվով 49 տնտեսվարող սուբյեկտներից:

Հանձնաժողովի ուշադրության կենտրոնում մշտապես գտնվում է այն տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագիծը, որոնք իրենց շուկայական իշխանությունը և շուկայում իրավիճակի նկատմամբ հսկողությունը պահպանելու նպատակով կարող են ձեռնարկել մրցակցությունը սահմանափակող գործողություններ, ստեղծել շուկա մուտք գործելու արհեստական խոչնդոտներ, կնքել հակամրցակցային համաձայնագրեր, ինչպես նաև անտեսել սպառողների շահերը: Այսպես, «Շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) ծառայություններ» ապրանքային շուկայում գերիշխող «ԱրմենԹել ՀՁ» ՓԲԸ-ի կողմից, ի խախտումն Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության, մասնավորապես, «Հեռահաղորդակցության մասին», «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին», ինչպես նաև սպառողների հետ կնքվող բջջային հեռախոսակապի ծառայությունների մատուցման հրապարակային պայմանագրի, և գործարար շրջանառության սովորույթների, սպառողներին մատուցվել են ոչ պատշաճ որակի (թերություններով և խափանումներով) GSM ծառայություններ: Մատուցված կապի ծառայության վատ որակի մասին են վկայել նաև Հայաստանի Հանրապետության տրանսպորտի և կապի նախարարության գրությունները, ԱրմենԹելի հայտարարությունները, ինչպես նաև մամուլում հրապարակումները:

Հանձնաժողովը, հաշվի առնելով վերը նշվածը, որոշել է «Շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) ծառայություններ» ապրանքային շուկայում գերիշխող «ԱրմենԹել ՀՁ» ՓԲԸ-ի վարքագիծը որակել որպես գերիշխող դիրքի չարաշահում, որն արտահայտվել է Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությանը կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին հակասող առևտրի պայմանների անուղղակի պարտադրմամբ, և նրա նկատմամբ նշանակվել է տուգանք ընկերության 2004 թվականի «GSM» ծառայությունների մատուցումից ստացված հասույթի մեկ տոկոսի չափով, հանձնարարվել է շտկել և հետագայում բացառել իրավախախտումը: Պետական բյուջե է փոխանցվել 158,6 մլն դրամ:

Մամուլի հրապարակումների, ինչպես նաև տնտեսվարող սուբյեկտների բողոքների հիման վրա, Հանձնաժողովի անցկացրած հետազոտությունների արդյունքում ի հայտ են եկել նաև փաստեր, որոնք վկայում են գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից պայմանագրի կողմին լրացուցիչ այնպիսի պարտավորությունների պարտադրման վերաբերյալ, որոնք իրենց բնույթով կամ իրականացման տեսանկյունից չեն առնչվում պայմանագրի բուն առարկայի հետ:

Տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից նման վարքագիծ Հանձնաժողովը հայտնաբերել է «Գազավորված (կարբոնացված), քաղցրացված ըմպելիքներ» ապրանքային շուկայում, որտեղ «Կոկա-Կոլա Հելլենիկ Բոթլինգ Քամփնի Արմենիա» փակ բաժնետիրական

ընկերությունը զբաղեցնում է գերիշխող դիրք: Ուսումնասիրությունից պարզ դարձավ, որ Ընկերությունը ետ է վերցրել մի շարք տնտեսվարող սուբյեկտների հետ կնքված պայմանագրերի համաձայն նրանց տրամադրված սառնարանները սոսկ այն պատճառով, որ վերջիններս իրենց վաճառակետերում տեղադրել են նաև մրցակից տնտեսվարող սուբյեկտի պատկանող սառնարաններ: Ինչը հանդիսանում է գերիշխող դիրքի չարաշահում, որն արտահայտվել է պայմանագրի կողմին լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրմամբ, որոնք իրենց բնույթով կամ իրականացման տեսանկյունից չեն առնչվում պայմանագրի բուն առարկայի հետ:

Ապրանքային շուկաներում առկա են նաև վարչական խաչընդոտներ, որոնք ազդում են մրցակցային միջավայրի վրա, ստեղծելով մրցակցային անհավասար պայմաններ: Այդ խոչընդոտները առաջանում են նաև այն դեպքերում, երբ օրենսդրությամբ հստակեցված չեն տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից իրականացվող գործունեության, գրանցման, լիցենզավորման պայմանները:

Դեղեր ներմուծող և արտադրող իրավաբանական անձանց միության դիմումի համաձայն բուլղարական դեղ արտադրող՝ «Բալկանֆարմա» և «Սոֆարմա» ընկերությունները որոշ ներմուծողների հետ պայմանավորվածության գալով սահմանափակում են ազատ մրցակցությունը: Այդ պայմանավորվածությունները արտահայտվում են սեփական արտադրանքի արտաքին փաթեթավորման վրա տարբերանշան կամ բազմանիշ թիվ կիրառելով, որոնք առկա չեն Ռուսաստանի մեծածախ միջնորդների առաջարկած, նույն արտադրողների նույն արտադրանքի փաթեթավորման վրա:

Ինչպես նշված էր դիմումում, այդ պայմանավորվածությունները վերածվում են իրական խոչընդոտի, որովհետև պաշտպանվում են դեղերի ներմուծման ժամանակ գործող պետական ընթացակարգերի, պետական լիազոր մարմինների գործողությունների շնորհիվ: Նշված պատճառով Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրությունն իրականացվել է պետական լիազոր մարմնի գործողություններ իրականացնողների իրավասությունների սահմանների, դրանց գերազանցումների քննարկման ուղղությամբ: Լիազոր մարմինը գործառույթները իրականացնելիս գերազանցել է Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությամբ վերապահված լիազորությունները, որով և հարուցվել է դեղերի շրջանառության ոլորտում շուկայի մուտք գործելու խոչընդոտներ, ըստ այդմ՝ սահմանափակվել է մրցակցությունը, քանի որ դրանով ստեղծվում են ապրանքային շուկայում դեղերի շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա մրցակիցների մի մասի (ովքեր համագործակցում են արտադրողների հետ) միակողմանի ազդելու հնարավորություններ: Ուստի անհրաժեշտություն է դառնում համապատասխան մարմինների կողմից նշված հարցերը կանոնակարգող իրավական ակտերի ընդունումը:

Նկատի ունենալով ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում մրցակցային միջավայրի վերլուծության արդյունքները, ինչպես նաև բացահայտված և լուծում պահանջող հիմնախնդիրները, Հանձնաժողովը նախատեսում է 2006 թվականին իրականացնել

տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմների միջոցով՝ ներքոհիշյալ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումներ:

II. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները և դրանց իրականացման ժամանակացույցը

Հանձնաժողովը, հիմք ընդունելով սույն Ծրագրի առաջին գլխում ներկայացված տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և բացահայտված հիմնախնդիրները, ինչպես նաև հաշվի առնելով նախորդ տարիներին տնտեսական մրցակցության պաշտպանության ոլորտում կուտակած փորձը, 2006 թվականին ծրագրավորում է իրականացնել տնտեսական մրցակցության պաշտպանություն հետևյալ ուղղություններով.

1. ապրանքային շուկաների տնտեսական մրցակցության իրավիճակի գնահատման համար անհրաժեշտ տեղեկատվական բազայի ընդլայնում.
2. մրցակցությունը սահմանափակող, կանխող կամ արգելող հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերում.
3. ապրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագծի ուսումնասիրում, գերիշխող դիրքի հնարավոր չարաշահումների հայտնաբերում.
4. համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողություն.
5. անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտում.
6. Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումների կատարման ապահովում.
7. ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերում և շուկայի հասանելիության ապահովում.
8. զանգվածային լրատվության միջոցների հրապարակումներին, տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումներին օպերատիվ արձագանքում.
9. տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենսդրության լրամշակումներ:

Նշված ուղղությունների ապահովման նպատակով Հանձնաժողովը 2006 թվականին նախատեսում է իրականացնել հետևյալ միջոցառումները.

Տեղեկատվական բազայի ընդլայնում

- տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծություն՝ բնակչության կողմից սպառման կառուցվածքում առավել մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող

ապրանքային շուկաներում (Հանձնաժողովի կողմից նախկինում չուսումնասիրված ապրանքային շուկաներ),

- նախկինում ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության իրավիճակի դիտանցում և գնահատում:

Հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ

- օլիգոպոլ տիպի ապրանքային շուկաներում՝ համաձայնեցված գների հայտնաբերմանն ուղղված դիտանցում,
- միևնույն ապրանքային շուկայի որոշակի տարածքներում, որոշակի ծավալներով, տեսականիով, սպառողների կամ մատակարարների խմբերով ապրանքների շրջանառության սահմանափակման դեպքերի ուսումնասիրություն,
- համաձայնեցված գործողությունների արդյունքում տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից շուկայի մուտքի խոչընդոտների կամ շուկայից տնտեսվարող սուբյեկտներին դուրս մղելու փաստերի բացահայտմանն ուղղված ուսումնասիրություններ:

Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագծի ուսումնասիրում և նրանց կողմից չարաշահումների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ

- ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից կիրառվող գների դիտանցում,
- առանձին գործընկերների նկատմամբ խտրական պայմանների, լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրման դեպքերի հայտնաբերման նպատակով՝ տնտեսվարող սուբյեկտների միջև իրավահարաբերությունների (պայմանագրային և այլ) ուսումնասիրություններ,
- ապրանքային շուկաներում ապրանքաշրջանառության ծավալների կրճատման դեպքում արհեստական պակասորդի բացառման նպատակով՝ համապատասխան ուսումնասիրությունների իրականացում:

Համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողություն

- տնտեսվարող սուբյեկտների միաձուլումների, մեկ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից մյուսի բաժնետոմսերի (փայաբաժնի), միջոցների, տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ վերահսկողության սահմանման վերաբերյալ օպերատիվ տեղեկատվության ձեռքբերում:

Անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտում

- գովազդի նկատմամբ մշտական վերահսկաղություն.
- քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, զանգվածային լրատվամիջոցների հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների (վարույթների) իրականացում:

<u>Ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերում և շուկայի հասանելիության ապահովում</u>

- պետական կառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող որոշումների դիտանցում.
- տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող ակտերի ուսումնասիրություն.
- Օրենքով վերապահված լիազորությունների իրականացման ընթացքում պետական կառավարման մարմինների կողմից ստեղծվող խոչընդոտների ուսումնասիրություն:

Նշված միջոցառումներն իրականացվելու են հիմնականում Հանձնաժողովի տրամադրության տակ առկա տեղեկատվության, պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների, տնտեսվարող սուբյեկտների հարցադրումների, ինչպես նաև զանգվածային լրատվամիջոցների հրապարակումների հիման վրա:

<u>Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենսդրության լրամշակումներ</u>

- Օրենքի դրույթների կիրառումն ապահովող համապատասխան նորմատիվային բազայի կատարելագործում.
- մրցակցային օրենսդրության կիրառման հետ կապված պարզաբանումների հրապարակում.
- Եվրոպական մրցակցային օրենսդրության հետ Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության ներդաշնակեցման հետ կապված միջոցառումներ:

Շարադրված միջոցառումները ստորև ներկայացված աղյուսակում բերված են իրականացման ժամանակացույցով.

Աղյուսակ 5

h/h	Միջոցառում	Ժամկետ
1.	*Տեղեկատվական բազայի ընդլայնում*	
	տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծություն՝ բնակչության կողմից սպառման կառուցվածքում առավել մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող ապրանքային շուկաներում (Հանձնաժողովի կողմից նախկինում չուսումնասիրված ապրանքային շուկաներ),	տարվա ընթացքում (առանձին օրացուցային պլանով)

	նախկինում ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության իրավիճակի դիտանցում և գնահատում	հուլիս
2.	*Հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ*	
	օլիգոպոլ տիպի ապրանքային շուկաներում համաձայնեցված գների հայտնաբերմանն ուղղված դիտանցում,	տարվա ընթացքում
	միևնույն ապրանքային շուկայի որոշակի տարածքներում, որոշակի ծավալներով, տեսականիով, սպառողների կամ մատակարարների խմբերով ապրանքների շրջանառության սահմանափակման դեպքերի ուսումնասիրություն,	
	համաձայնեցված գործողությունների արդյունքում տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից շուկայի մուտքի խոչընդոտների կամ շուկայից տնտեսվարող սուբյեկտներին դուրս մղելու փաստերի բացահայտմանն ուղղված ուսումնասիրություններ	
3.	*Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագծի և նրանց կողմից չարաշահումների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ*	
	գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից կիրառվող գների դիտանցում	տարվա ընթացքում
	առանձին գործընկերների նկատմամբ խտրական պայմանների, լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրման դեպքերի հայտնաբերման նպատակով՝ տնտեսվարող սուբյեկտների միջև իրավահարաբերությունների (պայմանագրային և այլ) ուսումնասիրություններ	
	ապրանքային շուկաներում ապրանքաշրջանառության ծավալների կրճատման դեպքում արհեստական պակասորդի բացառման նպատակով ուսումնասիրությունների իրականացում	
4.	*Համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողություն*	
	տնտեսվարող սուբյեկտների միաձուլումների, մեկ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից մյուսի բաժնետոմսերի (փայաբաժնի), միջոցների, տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ վերահսկողության սահմանման վերաբերյալ տեղեկատվության ձեռքբերում	տարվա ընթացքում
5.	*Անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտում*	
	գովազդի նկատմամբ մշտական վերահսկողություն,	տարվա ընթացքում
	քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, ՁԼՄ հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների իրականացում	
6.	*Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումների կատարման ապահովում*	տարվա ընթացքում
7.	*Ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերում և շուկա հասանելիության ապահովում*	
	պետական կառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող որոշումների դիտանցում	տարվա ընթացքում
	տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող ակտերի ուսումնասիրություն ,	
	Օրենքով վերապահված լիազորությունների իրականացման ընթացքում պետական կառավարման մարմինների կողից ստեղծվող խոչընդոտների ուսումնասիրություն	
8.	*ՁԼՄ հրապարակումների, տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումներ օպերատիվ արձագանքում*	տարվա ընթացքում
9.	*Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նորմատիվայ կարգավորման բարեփոխումներ*	
	Օրենքի դրույթների կիրարկումն ապահովող համապատասխան նորմատիվային բազայի կատարելագործում,	տարվա ընթացքում

	Եվրոպական մրցակցային օրենսդրության հետ ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության ներդաշնակեցման հետ կապված միջոցառումներ	

III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումների իրականացումն ապահովելու նպատակով, բացի օրենսդրությամբ ամրագրված մեխանիզմներից, Ծրագիրն իրականացվելու է նաև մրցակցության կարգավորման հետևյալ մեխանիզմների կիրառմամբ.

1. Ապրանքային շուկաներում Օրենքի դրույթների խախտումների վերաբերյալ տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից Հանձնաժողովին դիմելու նպաստավոր պայմանների և վստահության մթնոլորտի ձևավորում՝ Օրենքի խախտումների վերաբերյալ ստացված դիմումներին, ահազանգերին, զանգվածային լրատվության միջոցների հրապարակումներին օպերատիվ արձագանքելու միջոցով.
2. Օրենքի խախտման համար տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ պատասխանատվության միջոցների կիրառման անխուսափելիության մթնոլորտի ձևավորում.
3. Պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունված իրավական ակտերի վերաբերյալ Հանձնաժողովի եզրակացությունների ներկայացում.
4. Համագործակցություն՝
   - պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների հետ.
   - տնտեսական մրցակցության բարենպաստ միջավայրի ձևավորման գործառնական ուղղվածություն ունեցող համապատասխան հասարարական կազմակերպությունների հետ.
   - ապրանքային շուկաներում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների հետ.
5. Հանձնաժողովի գործունեության թափանցիկության ապահովում՝ տեղեկագրերի, մամուլի ասուլիսների, ԶԼՄ-ների հետ համագործակցության, Օրենքի դրույթների, դրանց խախտման հետևանքների, Հանձնաժողովի իրավասությունների և գործառույթների, քննարկվող հարցերի, ընդունվող որոշումների, իրականացվող ծրագրային և օպերատիվ ուսումնասիրությունների, դրանց արդյունքների վերաբերյալ հասարակության իրազեկման միջոցով:

IV. Օրենքով սահմանված խնդիրների և գործառույթների իրականացման համար Հանձնաժողովի կողմից սահմանված անհրաժեշտ այլ դրույթներ

Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը 2006 թվականին ակտիվ համագործակցելու է միջազգային կազմակերպությունների և արտերկրների համանման կառույցների հետ: Համագործակցությունը հիմնականում ուղղվելու է Հանձնաժողովի շահերից բխող միջազգային կազմակերպությունների կողմից տրամադրվող տեխնիկական աջակցության ծրագրերի նախագծմանն ու իրականացմանը, մասնագետների որակավորման բարձրացմանը և արտերկրների առաջատար փորձի ներդրմանը, ինչպես նաև Հանձնաժողովի իրավասության շրջանակներում ծառացած միջազգային պարտավորությունների կատարմանն ու «մրցակցային մշակույթի» ձևավորմանը:

Միևնույն ժամանակ Հանձնաժողովը կշարունակի զանգվածային լրատվության միջոցներով լուսաբանել մրցակցության պաշտպանության բնագավառում տեղի ունեցող իրադարձությունները և այդ ուղղությամբ իրականացվող աշխատանքները:

Մասնավորապես, Հանձնաժողովը 2006 թվականին նախատեսում է.

- մասնակցել ԱՊՀ անդամ պետությունների հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի ընթացիկ աշխատանքներին, տարեկան նիստերին և հանդիպումներին, միաժամանակ ներկայացնելով Հայաստանում տնտեսական մրցակցության ոլորտի վերլուծություններն ու աշխատանքները:

- Ուկրաինայի նախարարների խորհրդի և Հայաստանի կառավարության միջև մրցակցային քաղաքականության ոլորտում կնքված պայմանագրի համաձայն ընդլայնել համագործակցությունը Ուկրաինայի հակամենաշնորհային կոմիտեի հետ: Երկկողմ համագործակցության շրջանակներում նախատեսում է նաև մշակել երկկողմ պայմանագիր Ռուսաստանի Դաշնային հակամենաշնորհային ծառայության հետ:

- իրականացնել Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների Միջազգային զարգացման գործակալության (USAID) կողմից ֆինանսավորվող «Առևտրային իրավունք և տնտեսական կարգավորում» ծրագրի (CLERP) շրջանակներում ԱՄՆ կառավարության և Հանձնաժողովի միջև կնքված փոխըմբռնման հուշագրում ամրագրված գործառույթները:

- բանակցություններ է վարել Ամերիկայի Իրավաբանների ընկերության (ABA) Իրավական նախաձեռնության կենտրոնական Եվրոպայի և Եվրասիայի համար (ABA/CEELI) միջազգային կազմակերպության հետ համատեղ ծրագիր իրականացնելու նպատակով:

- համագործակցել Եվրոպական Հանձնաժողովի (EC) պատվիրակության երևանյան գրասենյակի հետ՝ տեխնիկական համագործակցության ծրագրերի միջոցով որակյալ կառավարման և պատշաճ իրավական լիազորությունների ապահովման վերաբերյալ խորհրդատվություն ստանալու, ինչպես նաև «Եվրոպական նոր հարևանություն» քաղաքականության շրջանակներում Հայաստան-Եվրոպական Միություն գործընկեր երկրների միջև սերտ համագործակցության խթանման, հետագա բազմակողմ տնտեսական ինտեգրման շրջանակներում Հայաստանում տնտեսական մրցակցության միջավայրի բարելավման ընդհանուր մեխանիզմների մշակման և մրցակցային քաղաքականության իրականացման արդյունավետության բարձրացման համար:

- փոխադարձ հետաքրքրություն ներկայացնող խնդիրների մասով շարունակել համագործակցությունը Հայ-Եվրոպական քաղաքականության և իրավական խորհրդատվության կենտրոնի (AEPLAC) հետ, հատկապես Գործընկերության և Համագործակցության Համաձայնագրի (ԳՀՀ) Ազգային ծրագրի իրականացման առումով:

- ընդլայնել համագործակցությունը Տնտեսական համագործակցության զարգացման կազմակերպության (OECD) և Մրցակցության հարցերով Բուդապեշտի տարածաշրջանային կենտրոնի (OECD RRC) հետ, նպատակ ունենալով մրցակցության օրենքի և քաղաքականության վերաբերյալ համաժողովներին, սեմինարներին և ուսումնական ծրագրերին մասնակցության միջոցով խթանել համանման կառույցների միջև համագործակությունը և նպաստել Հանձանաժողովի աշխատակիցների կարողությունների կատարելագործմանն ու փորձի փոխանակմանը:

- Միջազգային մրցակցության ցանց (ICN) կազմակերպության համագործակցության շրջանակներում անդամ պետությունների հետ համատեղ մասնակցել ICN-ի Աշխատանքային խմբերի ընթացիկ գործունեությանը՝ օժանդակելով մշակել մրցակցության հիմնախնդիրների լուծման մոդելային փաթեթ, որոնք նախագծվում են երկրների առանձնահատուկ պահանջներին համապատասխան՝ մրցակցության օրենսդրության կիրարկման հնարավորությունները զարգացնելու համար:

- բանակցել Համաշխարհային բանկի (WB) և ՀԲ Միջազգային ֆինանսական կորպորացիան (FIAS) հետ Հայաստանում աղքատության կրճատման ռազմավարական ծրագրի շրջանակներում (ԱԿԱՎ-3) վարկի երրորդ տարեկան չափաբաժիններում ամրագրված մրցակցության պաշտպանության ուժեղացման ուղղությամբ իրականացվող նախապատրաստական աշխատանքների առումով:

- մշակել և իրականացնել տեխնիկական աջակցության ծրագրեր Եվրոպայի անվտանգության համագործակցության կազմակերպության երևանյան (OSCE) գրասենյակի և Շվեցարիայի համագործակցության և զարգացման գործակալության հետ (SDC), այդ թվում նաև իր գործունեության թափանցիկության և հրապարակայնության ապահովման ուղղված աշխատանքներ: