

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ  
ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎԻ  
2004 ԹՎԱԿԱՆԻ ՏԱՐԵԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ**

**Ծ Ր Ա Գ Ի Ր**

**Ներածություն**

Սույն ծրագիրն ապահովում է ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետև՝ Հանձնաժողով) 2002-2003թթ. գործունեության տարեկան ծրագրերի շարունակականությունը:

Ծրագրի մշակման համար իրավական հիմք են հանդիսացել՝

- Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությունը (հոդված 8), որի համաձայն,  
«Պետությունը երաշխավորում է սեփականության բոլոր ձևերի ազատ զարգացումը և հավասար իրավական պաշտպանությունը, տնտեսական գործունեության ազատությունը, ազատ տնտեսական մրցակցությունը»,
- ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրքը (հոդված 12), որտեղ ամրագրված են մրցակցությունը սահմանափակելու նպատակով քաղաքացիական իրավունքների օգտագործումն, ինչպես նաև ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրքի չարաշահումն արգելող դրույթները,
- ՀՀ և Եվրոպական Համայնքի անդամ պետությունների միջև կնքված «Գործընկերության և համագործակցության համաձայնագիրը» (հոդվածներ 43(1) և 43(2)), որի համաձայն, Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրությունը պետք է ներդաշնակեցվի Եվրամիության օրենսդրության հետ:

Ծրագրի նպատակն է 2004 թվականի ընթացքում հետազոտվող ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցով նպաստել մրցակցային միջավայրի ձևավորմանն ու զարգացմանը:

Ելնելով ծրագրի նպատակից, վերլուծվել է ուսումնասիրված ապրանքային շուկաների մրցակցային իրավիճակը, բացահայտվել են առկա հիմնախնդիրները,

նախատեսվել 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 հիմնախնդիրների բացահայտումը

Մրցակցության հիմնախնդիրների տեսանկյունից երկրի տնտեսության ընդհանուր առաջընթացը և մրցակցային միջավայրի դինամիկան որոշող տնտեսական ցուցանիշներն ունեն հետևյալ պատկերը.

Վերջին տարիներին հանրապետությունում տնտեսության զարգացումն ունի հստակ ընդգծված միտում՝ արձանագրվել են տնտեսական աճի բարձր տեմպեր: ՀՆԱ-ն 2001 թ. 2000 թ.-ի նկատմամբ աճել է 9.6 %-ով: Իսկ 2002 թ. 2001 թ.-ի նկատմամբ՝ 12.9%-ով<sup>1</sup>: Որպես հետևանք՝ աճել են բնակչության եկամուտները: 2002 թ. 2001 թ.-ի նկատմամբ այդ եկամուտների իրական աճը կազմել է 13.7%<sup>2</sup>:

Մի շարք ապրանքային շուկաներում ազատ մրցակցությունը հանգեցրել է ավելի արդյունավետ գործելակերպի, արտադրանքի որակի, հետևաբար տնտեսվարողների մրցունակության բարձրացմանը:

Հայաստանի արտաքին առևտրի վերջին տարիների դինամիկան ցույց է տալիս, որ արտահանման ծավալների աճի տեմպերը էապես գերազանցում է ներկրման ծավալների աճի տեմպերին (2002 թ. այն կազմել է 35.4 տոկոսային կետ)<sup>3</sup>, ինչը մասամբ պայմանավորված է ապրանքների ներկրման փոխարինմամբ: Նշվածը վկայում է, որ երկրի տնտեսության տարբեր ճյուղերում հնարավորություն է ստեղծվել արտադրել ապրանքներ, որոնք ազատ մրցակցելով ներկրված ապրանքների հետ, շուկայում գտել են իրենց հաստատուն տեղը:

<sup>1</sup> ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակագրություն Երևան 2003թ. էջ 11

<sup>2</sup> Նույնը՝ էջ 109

<sup>3</sup> Նույնը՝ էջ 142

Միջազգային առևտրի համար ապրանքային շուկաների բաց լինելու մասին է վկայում ներկրման ներթափանցման աստիճանի ցուցանիշը: Երկրում ներկրման ներթափանցման միջին ագրեգացված ցուցանիշը կազմում է 15%: Սակայն դա չի հանդիսանում առևտրային գործարքներում օտարերկրյա մասնակիցների գործունեության սահմանափակման արդյունք, այլ իրենից ներկայացնում է տրանսպորտային ուղիների երկարատև շրջափակման արդյունքում ապրանքների տեղափոխման արդյունավետ սխեմաների բացակայության հետևանք:

Միաժամանակ պետք է նշել, որ այն ապրանքային շուկաներում, որտեղ մրցակցությունը բավարար զարգացած չէ, հայրենական արտադրանքը մրցունակ չէ: Այդպիսի ապրանքներն արտադրվում են խոշորածավալ և երկրի տնտեսությունում մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող այն արտադրություններում, որոնք ունեն հիմնական միջոցների մաշվածության զգալի աստիճան: Վիճակը հաղթահարելու, միջազգային շուկայում մրցունակ դառնալու համար անհրաժեշտ են մեծածավալ ներդրումներ, մինչդեռ կատարվող ներդրումները բավարար չեն: Արտադրության նշված ոլորտներում վերագինման և տեխնիկական հագեցվածության անբավարար վիճակի պատճառներից մեկն էլ բանկերի վարկային քաղաքականությունն է: Անհրաժեշտ են հետզման երկարաժամկետ լազ ունեցող վարկեր՝ ներդրումներ իրականացնելու համար, որոնք գործնականում չեն տրամադրվում: Մյուս կողմից էլ, տրամադրվող վարկերի առավելագույն գումարը բավարար չէ արդիական տեխնոլոգիաներ և սարքավորումներ գնելու համար, ինչի պատճառով գործարարները ստիպված են գնել արդեն իսկ ոչ ժամանակակից սարքեր:

Ինչպես վկայում է ՀՀ ԿԲ-ի հաշվետվությունը, 2002թ. գրանցվել է բանկերի կողմից տնտեսությանը վարկերի տրամադրման ընդամենը 2.6% աճ:

Կարելի է արձանագրել, որ բանկային համակարգի կողմից տնտեսության իրական հատվածի վարկավորման գործընթացը համադրելի չէ տնտեսական աճի տեմպերի հետ, և բանկային համակարգը պասիվ կերպով է մասնակցում տնտեսության զարգացման գործընթացին:

Տնտեսության զարգացման նպատակով ֆինանսական ապահովման հիմնախնդրի լուծում կարող են լինել նաև օտարերկրյա ներդրումները, որոնց համար գրավիչ միջավայրի կարևորագույն բաղադրիչներից է ազատ մրցակցային դաշտի ապահովումը:

Նոր տնտեսավարող սուբյեկտների շուկա մուտք գործելու հնարավորությունների մեծացման միջոցով իրավակիրառական գործառույթներով մրցակցության պաշտպանությունը և զարգացումն, անկասկած, կհանգեցնի երկրի տնտեսության ներդրումային միջավայրի բարելավմանը:

Հանրապետության առանձին ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության զարգացման լուրջ խոչընդոտներից է երկրի տնտեսության մեջ «ստվերային» հատվածի առկայությունը: «Ստվերը», ինքնին, հանդիսանալով անհավասար մրցակցության արտահայտություն, ոչ միայն շուկայի օրինապահ մասնակիցներին դնում է «անբարենպաստ» պայմաններում, այլ նաև բարդացնում է առանձին ապրանքային շուկաներում մրցակցության իրավիճակի իրական գնահատումը: Ստվերային շրջանառության առկայության պայմաններում մրցակցության պաշտպանությանն ուղղված միջոցառումները դառնում են նվազ արդյունավետ, խեղաթյուրվում են ապրանքային շուկաների վերլուծության արդյուքները և դժվարանում է ապրանքային շուկաներում ոչ բավարար մրցակցային իրավիճակների կարգավորման եղանակների ճիշտ ընտրությունը: Դժվարանում է նաև տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմների կիրառումը՝ ինչպես առանձին ապրանքային շուկաներում, այնպես էլ երկրի ամբողջ տնտեսությունում:

Ապրանքային շուկան մրցակցային է, երբ առկա են նաև շուկայի մեծ թվով մասնակիցներ, ինչը, որպես կանոն, ապահովվում է փոքր և միջին ձեռնարկությունների /ՓՄՁ/ թվի աճի հաշվին: Սա ապրանքային շուկաները նոր մասնակիցներով համալրելու առավել գերադասելի եղանակ է և ՓՄՁ-ների դինամիկ զարգացման հիմքը: Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացումը պետության տնտեսական քաղաքականության կարևոր ուղղություններից է, որը ինքնին պետք է հանգեցնի մրցակցության զարգացմանը: Դրանով է գնահատվում ՓՄՁ-ների կայացման կարևորությունը՝ որպես մրցակցային միջավայրի բարելավման և զարգացման աղբյուր:

Փոքր ձեռնարկատիրության ճյուղային կառուցվածքը վերջին տարիներին, փաստորեն չի փոխվել: Նրանց համար առավել հրապուրիչ մնում է ոչ թե արտադրական ոլորտը, այլև նախ և առաջ առևտուրը: Դա միանգամայն բացատրելի է, ելնելով, առաջին հերթին, փոքր ձեռնարկատիրության առանձնահատկություններից՝ որպես տնտեսության սպասարկող հատված: Այս առումով, կարծես վիճակը բարվոք է: Առավել ևս, երբ դիտարկում ենք

ձեռնարկությունների ռեգիստրի վիճակագրությունը: Այսպես, 2002 թ. գրանցվել է մոտ 8200 ՓՄՁ սուբյեկտ: Նույն ժամանակահատվածում լուծարվել է մոտ 1500-ը: Ընդհանուր առմամբ, 2003 թ. շեմին Հայաստանում գրանցված էր ավելի քան 100 հազար ՓՄՁ սուբյեկտ: Կարող է անգամ թվալ, թե տնտեսապես զարգացած երկրներում ընդունված ցուցանիշներով՝ 1000 բնակչի հաշվով ՓՄՁ սուբյեկտների թվով գերազանցել ենք Եվրամիության ցուցանիշը (25-30): Սակայն հայտնի է, որ տնտեսության զարգացման տեսանկյունից կարևոր են փոքր ձեռնարկատիրության ոչ միայն քանակական, այլև, առաջին հերթին, որակական ցուցանիշները: Եվ, եթե եվրոպական երկրներում տնտեսության այս մասը ապահովում է ՀՆԱ-ի կեսը, ապա մեզ մոտ նրա բաժինը չի հասնում ՀՆԱ-ի 10%-ին: Երևույթը, մասամբ պայմանավորված է նրանով, որ ձեռնարկատերերը, փոքր ձեռնարկություն ստեղծելու ընթացքում հանդիպող խնդիրները հաղթահարելիս, ընդհարվում են այնպիսի վարչական խոչընդոտների և շուկայի սահմանափակումների, որոնց հաղթահարման աստիճանը հասանելի չէ, և փաստացի դեռ չսկսած, նրանց մի մասը դադարեցնում է գործունեությունը:

Կարևոր է, որ վերջին տարիներին Հայաստանում կտրուկ ակտիվացել են փոքր ձեռնարկատիրության աջակցման աշխատանքները: Պետությունը կատարել է համակարգված մոտեցման կարևոր քայլը: Ստեղծվել է Հայաստանի փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման ազգային կենտրոն (ՓՄՁ), որը նպատակ ունի կենսագործել ՓՄՁ-ների աջակցության կառավարության ծրագիրը: Ոլորտի զարգացման նպատակով, ի թիվս այլ քայլերի, կենտրոնը ՓՄՁ-ների համար նախատեսում է նաև ֆինանսական աջակցություն, ինչն, ըստ էության, նշանակում է ֆինանսական աջակցության հարցերում կիրառել «հատուկ» միջոցներ՝ պետական երաշխիքների ձևով: Այս առումով կարևորելով ձևավորված մրցակցության ազատությունը, Հանձնաժողովը նպատակ ունի տնտեսվարող սուբյեկտների՝ շուկայից դուրս գալու պատճառները վերլուծելու և շուկայի մուտքի խոչընդոտները բացահայտելու համար համագործակցել ՓՄՁ-ների խնդիրներով զբաղվող հասարակական կազմակերպությունների հետ:

Այսպիսով մրցակցային միջավայրը բնութագրող առանձին ցուցանիշների և ուղղությունների հիման վրա տնտեսական մրցակցության իրավիճակի ընդհանուր վերլուծությունները ցույց են տալիս, որ տնտեսական զարգացմանը զուգընթաց բարելավվում է ապրանքային շուկաների մրցակցային միջավայրը:

Դրա հետ միասին գոյություն ունեն նաև մրցակցությունը սահմանափակող մի շարք խնդիրներ, որոնցից հիմնականներն են՝

- ֆինանսական միջոցների և առաջին հերթին վարկային ռեսուրսների սակավությունը,
- «ստվերային» տնտեսության առկայությունը,
- տնտեսական գործունեության ընդհանուր արդյունքում փոքր և միջին ձեռնարկատիրության փոքր մասնաբաժինը,
- փոխադրումների օպտիմալ սխեմաների բացակայությունը, որոնց առկայության դեպքում կապահովվեր ներկրվող մի շարք ապրանքների մրցունակությունը շուկայում և ըստ որակական հատկանիշների երաշխավորված տեղական ապրանքների մրցունակությունը արտաքին շուկաներում:

Հանձնաժողովն իր գործունեության սկզբից ուսումնասիրել է ավելի քան 30 ապրանքային շուկա: Մրցակցային միջավայրի ձևավորման նախադրյալների առավել առարկայորեն դիտարկման և շուկաներում պետական մրցակցային քաղաքականության հետագա իրականացման համար կարևոր է մրցակցային միջավայրի վիճակի դիտարկումն ըստ առանձին շուկաների՝ տարբեր, ընդգծված հատկանիշներով:

Շուկաների առանձնահատկություններից ելնելով, նպատակահարմար է հետևյալ բաժանումով դիտարկումը՝ երեք խումբ ապրանքային և մեկ խումբ ծառայության շուկաներ, որոնք ըստ շուկայի մասնակիցների քանակի, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների և կենտրոնացվածության աստիճանների, բերված են աղյուսակ 1-ում.

- գերազանցապես ներմուծման հաշվին գործող շուկաներ,
- տեղական արտադրության ապրանքներով գերակշիռ ծավալների հաշվին գործող շուկաներ,
- ինչպես ներմուծվող, այնպես էլ տեղական արտադրության ապրանքների հաշվին գործող շուկաներ,
- ծառայությունների շուկաներ

Շուկայի մասնակիցների քանակը, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինները և կենտրոնացվածության աստիճանները 2000թ.-2002թ.

## Աղյուսակ 1

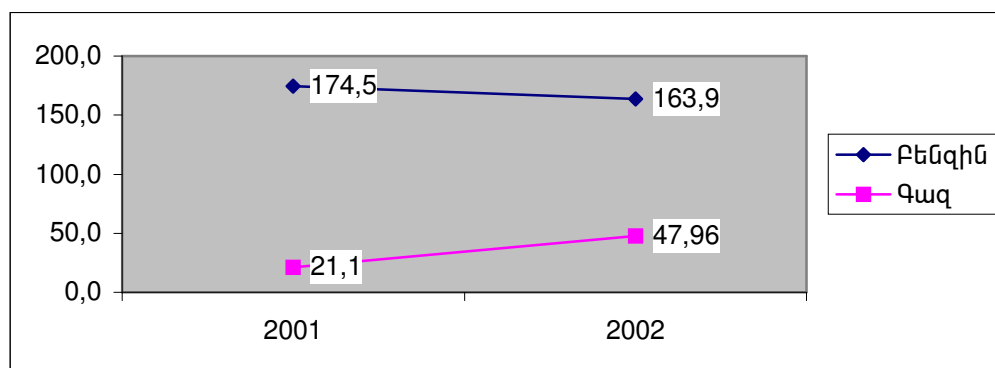
1	2	Շուկայի մասնակիցների քանակը			Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինը			CR-3		
		2000	2001	2002	2000	2001	2002	2000	2001	2002
		3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Ջուտ ներկրում</b>										
1	Բենզին	X	14	10	X	-	X	X	58,10	58,80
2	Գիգելային վառելիք	X	35	21	X	38,13	47,14	X	54,67	69,88
3	Բուսական յուղ	X	25	X	X	-	X	X	59,17	X
4	Կենդանական յուղ	X	24	X	X	-	X	X	61,73	X
5	Գեղորայք	77	72	X	-	-	X	28,83	30,06	X
6	Սուրճ	20	21	X	34,86	25,93	X	72,00	57,30	X
7	Շաքարավազ	X	9	12	X	79,80	97,88	X	98,00	100,00
8	Մետաղ	X	114	X	X	34,64	X	X	69,65	X
<b>Տեղական արտադրություն</b>										
1	Շամպայն և փրփրուն գինի	6	18	X	84,70	81,22	X	95,30	89,42	X
2	Կոնյակ	17	13	X	83,60	66,60	X	95,10	85,80	X
3	Գարեջուր	5	6	14	74,62	71,97	59,65	99,56	99,70	95,87
4	Էթիլային սպիրտ	X	20	X	X	79,83	X	X	95,15	X
5	Օղի	X	47	X	X	46,47	X	X	80,41	X
6	Գինի	X	40	X	X	-	X	X	45,60	X
7	Կերիակրի և տեխն. աղ	2	2	X	99,99	99,97	X	X	X	X
8	Առանց ֆիլտրի սիգարետ	X	6	5	X	91,62	98,46	X	97,43	99,92
9	Զովացուցիչ ջրեր	54	X	X	66,41	-	X	88,15	X	X
10	Հանքային ջրերի շշացում	20	48	X	37,10	33,47	X	74,80	66,63	X
11	Պաղպաղակ	8	10	10	38,6 (35,1)	35,08 (34,07)	35,53	86,30	85,16	80,91
12	Տուֆ	X	47	X	X	-	X	X	37,77	X
13	Գրանիտ	X	5	X	X	34,61	X	X	79,68	X
14	Սարմար	X	2	X	X	99,11	X	X	X	X
15	Բազալտ	X	16	X	X	60,79	X	X	82,59	X
16	Յեմենտ	X	2	X	X	51,44 (48,56)	X	X	-	-
17	Գաջ	2	2	X	55,7 (44,3)	52,9 (47,1)	X	-	-	X
18	Մեղմված գազ	X	X	21	X	X	39,13	X	X	66,78
<b>Ներկրում և տեղական արտադրություն</b>										
1	Յորենի ալյուր	X	19	24	X	41,80	27,35	X	80,70	65,73
2	Յորեն	X	22	X	X	40,64	X	X	63,14	X
3	Ֆիլտրով սիգարետ	X	12	10	X	44,03	50,73	X	81,66	87,84
<b>Ծառայություններ</b>										
1	Ուղևորափոխադրումներ	X	75	X	X	-	X	X	20,70	X
2	Զբոսաշրջություն	X	24	X	X	-	X	X	36,60	X

### **Ներմուծման հաշվին գործող շուկաներում մրցակցության իրավիճակը (8 շուկա)**

Այս խմբի վեց ապրանքային շուկաներն ունեն միջին (54,7-69,7) կենտրոնացվածության աստիճան, բացառությամբ «շաքարավազ» ապրանքային շուկայից, որտեղ կա էական մրցակցության չհանդիպող տնտեսավարող սուբյեկտ, և «դեղորայք» ապրանքային շուկայից, որտեղ կենտրոնացվածության աստիճանը ցածր է: Այս խմբի ապրանքային շուկաներում միջին ցուցանիշը միանգամայն բացատրելի, անգամ օրինաչափ է, քանի որ նրանցում չկան խիստ ընդգծված շուկայի մուտքի խոչընդոտներ և հիմնականում կան մասշտաբի էֆեկտի պատճառով առաջացած տնտեսական սահմանափակումներ: Այս ապրանքային շուկաները բնութագրվում են մեծ թվով մասնակիցների առկայություն: Այսպես, 2001թ. «բուսական յուղ», «կենդանական յուղ» և «սուրճ» ապրանքային շուկաներում մասնակիցների քանակը համապատասխանաբար հասել է 25-ի, 24-ի և 21-ի:

Մասնակիցների թիվը համեմատաբար մեծ է «մետաղ» ապրանքային շուկայում: Նվազել է «բենզին» և «դիզելային վառելիք» շուկաների մասնակիցների թիվը, ինչի հետևանքով այդ շուկաներում նկատվել է համակենտրոնացման աստիճանների աճ (համապատասխանաբար 0,7 և 15,2 տոկոսային նիշերով): Ընդ որում, այս երկու ապրանքային շուկաների մասնակիցների հիմնական կազմը չի փոխվել: Շուկայից դուրս են մնացել այն ընկերությունները, որոնց ներկրման ծավալը 2001 թվականին չի գերազանցել ընդհանուրի 2%: «Բենզին» ապրանքային շուկայում կարևոր է մեկ մատակարարից կախվածության նվազումը: Եթե 2001 թվականին բենզին իրացնողները ապրանքի 87%-ը ձեռք էին բերել մեկ մատակարարից, ապա 2002 այդ կախվածությունը արտահայտվել է 63,7%-ով: Կարելի է արձանագրել, որ այս խմբի ապրանքային շուկաները հագեցած շուկաներ են: Դ-ա հատկապես երևում է սուրճի, կենդանական և «բուսական յուղ» ապրանքային շուկաներում, որտեղ վճարունակ պահանջարկից կախված, իրացվող ապրանքների ծավալները գրեթե չեն փոխվում: Նույնը վերաբերում է «դիզելային վառելիք» ապրանքային շուկային, որտեղ վերջին երկու տարում ներկրման և իրացման ծավալները մնացել են նույն մակարդակին: Մի փոքր այլ է «բենզին» ապրանքային շուկան: Այստեղ ներկրման և իրացման ծավալները մասամբ նվազում են ավտոմեքենաները այլընտրանքային վառելիքին՝ գազին անցնելու պատճառով: Գծապատկերում ներկայացված է «բենզին» ապրանքային շուկայի

մասնակիցների ներկրած բենզինի և ավտոգազալցման կայանների իրացրած գազի ծավալները 2001 - 2002թթ., ընդ որում՝ գազի ծավալը ներկայացված է էներգատունակությամբ համարժեք բենզինի քանակությամբ:



**Գծանկար 1** Բենզինի և գազի իրացումը 2001-2002թթ. (հազ.տ)

Առանձնահատուկ մոտեցումների կարիք ունի «շաքարավազ» ապրանքային շուկան, որտեղ գործում է էական մրցակցության չհանդիպող տնտեսվարող սուբյեկտ:

**Տեղական արտադրության ապրանքներով գերակշիռ ծավալների հաշվին գործող շուկաներում մրցակցության իրավիճակը (18 շուկա):**

Այս շուկաները վերաբերում են գործունեության երկու մեծ ոլորտների՝ սննդամթերքի (վերամշակող արդյունաբերություն) և շինանյութերի, որոնք պայմանականորեն բաժանված են երեք ենթախմբի:

Առաջին ենթախմբի ապրանքային շուկաներից ուսումնասիրվել են այն շուկաները, որոնցում ավանդաբար արտադրանք է իրացվում մեկ կամ երկու (երեք) տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից: Դրանք նեղ մասնագիտացած խոշոր ընկերություններ են՝ ինչպես օրինակ Երևանի կոնյակի գործարանը, շամպայն-գինիների գործարանը, ծխախոտի կոմբինատը (առանց ֆիլտր ծխախոտի մասով), Ավանի աղի կոմբինատը, Հրազդանի և Արարատի ցեմենտի, Երևանի գազի գործարանները և այլն: Այս ենթախմբում ուսումնասիրվել է 10 ապրանքային շուկա, որոնք բոլորն էլ ունեն կենտրոնացվածության բարձր աստիճան, ընդ որում՝ դրանց կենտրոնացվածության աստիճանը տատանվում է 80-100 տոկոսի սահմաններում: Այդ շուկաների առաջատարները «օբյեկտիվորեն պայմանավորված» գերիշխող սուբյեկտներ են: Այս ապրանքային շուկաների մի մասում (շամպայն և փրփրուն գինիներ, առանց ֆիլտրի ծխախոտ, կոնյակ) էական մրցակցության չհանդիպող տնտեսվարող սուբյեկտներ են գործում և

այստեղ հիմնախնդիրը նրանց կողմից գերիշխող դիրքի հնարավոր չարաշահումները կանխելն է: Այս շուկաներում զգալի են նաև ուրիշի համբավը վնասելու կամ շփոթեցնելու միջոցով անբարեխիղճ մրցակցության դեպքերը:

Խնդիրը մի փոքր այլ է շինանյութերի ոլորտում: «Յեմենտ» և «գաջ» ապրանքային շուկաներում գործում են երկուսական սուբյեկտներ: Այս տիպի շուկաներում հիմնախնդիրը շուկայի մասնակիցների միջև հնարավոր հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտումը և կանխումն է (գների արհեստական բարձրացումը, շուկայի բաժանումը և այլն): Այս ենթախմբում ներառված «գրանիտ», «մարմար» և «բազալտ» ապրանքային շուկաներում մրցակցության առումով մեծ տեղ ունեն հանքարդյունաբերության ոլորտում պետական կարգավորման ենթակա առկա խնդիրները, որոնք կարող են անհավասար մրցակցային պայմաններ ստեղծել տնտեսավարող սուբյեկտների համար:

Երկրորդ ենթախմբի շուկաներում ներառված են «Էթիլային սպիրտ», «օղի», «գարեջուր», «պաղպաղակ» ապրանքային շուկաները, որոնք նույնպես ունեն կենտրոնացվածության բարձր աստիճան: Այս ապրանքային շուկաներում գործում են խոշոր ընկերություններ, որոնք իրենց ամբողջ արտադրական շղթան կառուցում են նորագույն արտադրական հզորությունների՝ նոր տեխնոլոգիաների և տեխնոլոգիական գծերի վրա: «Գարեջուր» և «պաղպաղակ» ապրանքային շուկաների բարձր կենտրոնացվածությունը պայմանավորված է համապատասխանաբար երկու և երեք ընդգծված առաջատարներով, որոնք արտադրանքի իրացման շուկայում գտնվում են թե՛ մրցակցության մեջ, ինչը բերում է բարձր որակի և կայուն գների: Սրանք այն ապրանքային շուկաներից են, որտեղ մրցակցությունը հանգեցրել է դրական արդյունքների, ինչպես արտադրանքի արտադրության և իրացման, այնպես էլ մատուցման, ընդհուպ ապառողին հասցնելու մասով: Հակառակ դրան, «Էթիլային սպիրտ» և «օղի» ապրանքային շուկաներում արտադրության և իրացման նոր ավանդույթների ձևավորվումը ընթանում է բացասական հենքի վրա: Դրանով են բացատրվում առավել շատ հանդիպող անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումները կապված ուրիշի համբավի, արդյունաբերական սեփականության օգտագործման հետ: Անհրաժեշտություն է առաջանում «Էթիլային սպիրտ» ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտի վարքագծի վերահսկողության իրականացում՝ «օղի» ապրանքային շուկայում նրա բացասական ազդեցությունը բացառելու համար:

Երրորդ ենթախմբի ապրանքային շուկաներից ուսումնասիրվել են «գինի» և «հանքային ջրերի շշալցում» շուկաները, որոնք ունեն միջին կենտրոնացվածության աստիճան, համապատասխանաբար 45,6 և 66,6 տոկոս: Դա պայմանավորված է ապրանքային շուկաների մասնակիցների մեծ քանակությամբ և շուկայի մուտքի համեմատաբար թույլ արտահայտված խոչընդոտներով: «Գինի» ապրանքային շուկան մրցակցության տեսակետից առավել ազատական է: Այս ապրանքային շուկան ընդհանուր առմամբ մոտենում է կենտրոնացվածության ցածր մակարդակի, իսկ մրցակցությունը ապահովում է ոլորտի ինտենսիվ զարգացումը, իսկ գինու արտադրանքի համար շուկայի պահանջարկի սահմանափակ լինելու պայմաններում տնտեսվարողները ակտիվորեն արտաքին շուկաներ են փնտրում: «Հանքային ջրերի շշալցում» ապրանքային շուկայում գործող սուբյեկտների քանակը կայունացել է և այստեղ մրցակցության առումով հիմնախնդիր է բարեխիղճ մրցակցության պահպանումը: Անբարեխիղճ մրցակցության կրկնվող խախտումները տվյալ ապրանքային շուկայում առավել հաճախ են հանդիպում:

Ուշադրության է արժանի տեղեկան արտադրության ապրանքներով գերակշիռ ծավալների հաշվին գործող շուկաներին ոչ բնորոշ ցածր կենտրոնացվածության աստիճան ունեցող «տուֆ» ապրանքային շուկան /37,8%/: Այն պայմանավորված է շուկայում տուֆի արդյունահանման և իրացման բավականին մեծ ծավալով, մատակարարողների և իրացնողների մեծ քանակությամբ, իրացման մեծ ցանցով: Այս ապրանքային շուկային նույնպես բնորոշ է վերը դիտարկված «բազալտ», «գրանիտ» և «մարմար» ապրանքային շուկաներին հատուկ հիմնախնդիրները:

### **Մրցակցության իրավիճակը ներմուծվող և տեղական արտադրության (խառը) ապրանքային շուկաներում (3 շուկա),**

Այս կարգի շուկաներից ուսումնասիրվել են «ցորեն», «ցորենի այլուր» և «ֆիլտրով ծխախոտ» ապրանքային շուկաները: Ընդ որում, առաջին երկուսը ունեն միջին կենտրոնացվածության աստիճան:

Այս ապրանքային շուկաների առանձնահատկությունը կայանում է նրանում, որ մասնակիցների կազմը ենթարկվում է փոփոխությունների, մինչդեռ անփոփոխ են մնում առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտները՝ իրենց մասնաբաժինների աննշան փոփոխություններով:

Այս ապրանքային շուկաներում հետազոտությունների իրականացումը որոշակիորեն դժվարանում է այն պատճառով, որ տեղական արտադրության ցորենի իրացման ծավալների վերաբերյալ տեղեկատվությունը հստակ չէ: Գործնականում հնարավոր չէ ձեռք բերել տեղեկատվություն այն մասին, թե գյուղացիական տնտեսությունների կողմից արտադրված ցորենի որ մասն է իրացվում շուկայում, որ մասն օգտագործվում սեփական սպառման նպատակով:

Բարձր կենտրոնացվածության աստիճան ունի «ֆիլտրով ծխախոտ» ապրանքային շուկան, որտեղ գործում է գերիշխող տնտեսվարող սուբյեկտ: Այստեղ առկա է թե՛ մրցակցություն տեղական արտադրության և ներմուծվող ծխախոտի տեսականու միջև: Տվյալ ապրանքային շուկայում հիմնախնդիրը ներկրող սուբյեկտների միջև հնարավոր հակամրցակցային համաձայնությունների կանխումն է /շուկայի բաժանում ըստ տեսականու և այլն/:

### **Մրցակցային իրավիճակը ծառայությունների շուկաներում (2 շուկա)**

Ծառայությունների ոլորտի շուկաների նկատմամբ պահանջվում է Հանձնաժողովի սկզբունքորեն այլ վերաբերմունքը, քանի որ տվյալ շուկաներին են դասվում նաև բնական մենաշնորհի հանդիսացող ոլորտները: Բնական մենաշնորհի հանդիսացող շուկաներում անհրաժեշտ է պետական սակագնային կարգավորում, ինչը մասամբ իրագործվում է: Տվյալ խնդիրն իր համալիր լուծումը կստանա համապատասխան օրենքի ընդունումից հետո:

Նշված շուկաներում Հանձնաժողովի գործողություններն ուղղված կլինեն գերիշխող դիրք ունեցող (մրցակից չունեցող) սուբյեկտի գործողությունների վերահսկողության ու հարակից շուկաներում մրցակցային իրավիճակի դիտանցման իրագործմանը:

Ծառայությունների ոլորտի մյուս հատվածի՝ մրցակցային շուկաներում, կենտրոնացվածության աստիճանը բարձր չէ:

Ընդհանրացնելով պետք է արձանագրել, որ ուսումնասիրված շուկաների կեսից ավելին (17 շուկա) ունեն բարձր, մեկ երրորդը՝ միջին և միայն 3 շուկաներ՝ ցածր կենտրոնացվածության աստիճան: Սակայն այս տվյալների հիման վրա չի կարելի եզրակացնել, որ հանրապետության շուկաները բարձր կենտրոնացված են: Հանձնաժողովն իր գործունեության սկզբնական շրջանում կարևորել է սոցիալական նշանակություն ունեցող շուկաների ուսումնասիրությունը և ընտրել այնպիսի ապրանքային շուկաներ, որտեղ առկա էին գերիշխող դիրք ունեցող

սուբյեկտներ, նրանց հնարավոր չարաշահումների նկատմամբ հսկողություն սահմանելու նպատակով:

Միաժամանակ, շուկայի համակենտրոնացումը ամբողջ աշխարհում ունի բարձրացման միտում, ինչպես ազգային տնտեսության, այնպես էլ աշխարհատնտեսական կապերի համակարգում: Այդպիսի գործընթացները պահանջում են մանրակրկիտ և տարբերակված տնտեսագիտական վերլուծություններ, որոնք հաշվի են առնում արտադրության զարգացումներում ընդհանուր (գլոբալ) միտումները, այդ թվում աշխատանքի միջազգային բաժանման խորացումները և վերազգային տնտեսական մերձեցումները: Այդ պատճառով որևէ համակենտրոնացում կանխավ ոչ արդյունավետ ու վտանգավոր համարելը և նրանց նկատմամբ մրցակցային իրավունքի նորմավորված մոտեցումներ կիրառելը ոչ միայն հեռատեսական չէ, այլև ունակ է ետ պահել ազգային տնտեսության զարգացումը, հատկապես համաշխարհային շուկաներում մրցակցությունը ապահովելու առումով:

Կախված ապրանքային շուկաների կենտրոնացվածության աստիճաններից, նրանցում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների նկատմամբ Հանձնաժողովի գործողություններն այսուհետ կլինեն տարբերակված:

Մրցակցային միջավայրի համալիր վերլուծության և գնահատման նպատակով, կենտրոնացվածության աստիճանի ցուցանիշի ուսումնասիրության հետ մեկտեղ դիտարկվել են նաև ապրանքային շուկաներում մրցակցային իրավիճակը բնորոշող մի շարք այլ գործոններ: Մասնավորապես՝ շուկայական կառուցվածքը, շուկա մուտք գործելու խոչընդոտների առկայությունը (նաև շուկայի մասնակիցների կողմից հարուցվող), շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտի էական մրցակցության չհանդիպելու հանգամանքը, շուկայում և հարակից շուկաներում սուբյեկտների ուղղահայաց կամ հորիզոնական ինտեգրվածության առկայությունը, շուկայի մասնակիցների շարքում «անձանց խմբի» և «փոխկապակցված անձանց» առկայությունը և այլն:

Տվյալ ուղղություններով վերլուծության խորացումը հնարավորություն է տալիս մրցակցային միջավայրում առկա հիմնախնդիրներն առավել ամբողջականորեն վեր հանել, բացահայտել մրցակցության սահմանափակվածության առումով առավել հատկանշական շուկաները, ինչպես նաև Ծրագրում ամրագրել Հանձնաժողովի հստակ գործողություններն ու միջոցառումները:

Ամփոփելով ապրանքային շուկաների ընդհանուր վերլուծության արդյուքները, կարելի է եզրահանգել, որ մրցակցության ձևավորման գործում զգացվում են դրական միտումներ.

- արտադրության առանձին սեկտորներում նկատվում է տնտեսվարող սուբյեկտների քանակի կայուն աճ, /առավելապես փոքր և միջին ձեռնարկությունների հաշվին/,
- առանձին ապրանքային շուկաներում նվազում է շուկայական համակենտրոնացման աստիճանը /քաղաքային տրանսպորտ, զբոսաշրջություն, շինարարական նյութեր/,
- բարելավվում է մրցակցային միջավայրը սննդամթերքի մի շարք շուկաներում, հատկապես ոգելից խմիչքների շուկայում:

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

Հանձնաժողովի 2004 թվականի տարեկան գործունեության ծրագրով նախատեսվում է իրականացնել միջոցառումներ՝ հետևյալ հիմնական ուղղություններով.

1. Շուկաների ծրագրավորված ուսումնասիրություններից անցում Օրենքի խախտումների փաստերի հայտնաբերմանն ու վերացմանը, ինչպես նաև մրցակցային իրավիճակի բարելավմանն ուղղված կոնկրետ գործողությունների իրականացման ապահովմանը՝ ելնելով շուկայի տիպից, դրանցում կենտրոնացվածության աստիճանից, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի էական մրցակցության չհանդիպելու, մուտքի խոչընդոտների, սուբյեկտների ուղղահայաց կամ հորիզոնական ինտեգրվածության, «անձանց խմբի» և «փոխկապակցված անձանց» առկայության հանգամանքներից:
2. Տնտեսվարող սուբյեկտների շուկա մուտք գործելու, առաջին հերթին, հատկապես ՓՄՁ-ների նկատմամբ հարուցվող խոչընդոտների կոնկրետ փաստերի հայտնաբերում, դրանց հաղթահարման աստիճանների ուսումնասիրություն և վերացմանն ուղղված գործողությունների իրականացում:
3. Պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունվող իրավական ակտերի համակարգված

դիտանցում՝ դրանցում մրցակցությունը սահմանափակող վարչական խոչընդոտները բացառելու կամ նվազագույնի հասցնելու և դրանք հաղթահարելու համար պայմաններ ստեղծելու նպատակով:

Հանձնաժողովի կողմից իրականացվելիք միջոցառումները թելադրված են այն խնդիրներով, որոնք վեր են հանվել շուկաներում մրցակցային իրավիճակի վերլուծության արդյունքներով և պայմանավորված են դրանց իրագործումն ապահովող անհրաժեշտ գործողություններով:

Հանձնաժողովը 2004 թվականին գործուն միջոցներ է ձեռնարկելու բարձր և միջին կենտրոնացված, ապրանքային շուկայում գործնականում միայնակ գործող կամ էական մրցակցության չհանդիպող և օլիգոպոլ տիպերի ապրանքային շուկաներում:

Այս տեսանկյունից անհրաժեշտ է՝

**1. Ապրանքային շուկաներում<sup>4</sup> Օրենքի խախտումների փաստերի հայտնաբերման և մրցակցային իրավիճակի բարելավմանն ուղղված կոնկրետ գործողությունների իրականացում՝**

**1.1. *Բարձր կենտրոնացվածություն ունեցող ապրանքային շուկաներում<sup>5</sup>.***

**ա/ մենաշնորհային դիրք ունեցող (մրցակից չունեցող) տնտեսվարող սուբյեկտով ապրանքային շուկաներում՝** տնտեսվարող սուբյեկտի գործողությունների մշտական վերահսկողություն,

**բ/ էական մրցակցության չհանդիպող տնտեսվարող սուբյեկտով ապրանքային շուկաներում<sup>6</sup>.**

- գերիշխող դիրք ունեցող (էական մրցակցության չհանդիպող) տնտեսվարող սուբյեկտի գործողությունների և վարքագծի մշտական վերահսկողություն,
- շուկա մուտք գործելու խոչընդոտների բացահայտում, դրանց վերացմանն ուղղությամբ քայլերի ձեռնարկում,

**գ/ օլիգոպոլ տիպի շուկաներում.**

<sup>4</sup> Նշված միջոցառումները իրականացվելու են, ինչպես ապրանքային, անպես էլ ծառայությունների շուկաներում:

<sup>5</sup> Հանձնաժողովը աշխատանքներն իրականացնելու է տարատեսակ շուկաներում խախտումներ վկայող դիմում-բողոքների և դիտանցումների հիման վրա:

<sup>6</sup> Հանձնաժողովի տեսադատում կլինեն նաև որպես գնորդ գերիշխող սուբյեկտները (հումքի «մենաշնորհ» գնորդներ և այլն)

- հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերում, կայացված համաձայնությունների վերացում, ուղղահայաց և հորիզոնական ինտեգրվածության թուլացմանն ուղղված քայլերի ձեռնարկում,
- համակենտրոնացումների նկատմամբ համակարգված վերահսկողություն,
- գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների գործողությունների և վարքագծի դիտանցում,
- շուկա մուտք գործելու խոչընդոտների բացահայտում, դրանց վերացմանն ուղղությամբ քայլերի ձեռնարկում,
- անբարխիղճ մրցակցության վերահսկում:

#### **1.2. Միջին կենտրոնացվածություն ունեցող ապրանքային շուկաներում.**

- համակենտրոնացման դիտանցում,
- հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերում, կայացված համաձայնությունների վերացում, ուղղահայաց և հորիզոնական ինտեգրվածության թուլացմանն ուղղված քայլերի ձեռնարկում,
- գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների գործողությունների և վարքագծի դիտանցում,
- անբարխիղճ մրցակցության վերահսկում:

### **2. Օրենքի կիրարկումն ապահովելու նպատակով անհրաժեշտ իրավական բազայի ստեղծում, մասնավորապես.**

- Օրենքով արգելված գործողությունների բացահայտման համար անհրաժեշտ նորմատիվ ակտերի (կարգերի) մշակում,
- Ապրանքային շուկաների հետազոտության, վերլուծության և դրանցում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների հակաօրինական գործողությունների բացահայտման մեթոդաբանության մշակում,
- «անձանց խմբի» և «փոխկապակցված անձանց» հայտնաբերման մեթոդաբանության մշակում,
- Հանձնաժողովի որոշումների բավարար հիմնավորվածությունը ապահովող կազմակերպչական ակտերի մշակում:

### **3. Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության զարգացման համար հավասար մրցակցային պայմանների ստեղծմանն ուղղված քայլերի ապահովում.**

- պետական երաշխիքների տրամադրման նախաձեռնությունը կենսագործելիս հավասար պայմանների ապահովում,

- վարչական և վարչարարական բնույթի խոչնդոտներն ու սահմանափակումները բացահայտելիս,
- դրանց վերացման ուղղությամբ պետական, ՏԻՄ, ՓՄՉ ՋԱԿ և հասարարական կազմակերպությունների հետ համագործակցելիս:

#### **4. Անբարեխիղճ մրցակցության խնդիրների կարգավորում.**

- քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, ինչպես նաև ՋԼՄ-ների հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների իրականացում,
- գովազդի նկատմամբ համակարգված վերահսկողություն:

#### **5. Օրենքի դրույթների լիարժեք կիրառման ապահովմանը միտված օրենսդրության կատարելագործման վերաբերյալ առաջարկությունների մշակում:**

#### **6. Հետազոտությունների (վերլուծությունների) անցկացման, փաստերի որակման և որոշումների կայացման համար անհրաժեշտ տեղեկատվա-ապացուցողական նյութերի ձեռք բերման ուղղությունների մշակում:**

#### **7. Պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունվող իրավական ակտերի համակարգված դիտանցում:**

#### **8. Գործարար սովորույթներին հակասող պայմանների հնարավոր պարտադրման դիտանցում:**

#### **9. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության հիմունքների և դրույթների քարոզչություն, Հանձնաժողովի գործունեության վերաբերյալ իրազեկում:**

Շարադրված միջոցառումները ստորև ներկայացված աղյուսակում բերված են իրականացման ժամանակացույցով՝

## Աղյուսակ 2

	Միջոցառում	Ժամկետ
1.	<b>Օրենքի խախտումների փաստերի հայտնաբերում (վերացում)</b>	
1.1.	<b>Քարձր կենտրոնացվածություն ունեցող ապրանքային շուկաներում.</b> ա/ մենաշնորհային դիրք ունեցող (մրցակից չունեցող) տնտեսվարող սուբյեկտով շուկաներում բ/ էական մրցակցության չհանդիպող տնտեսվարող սուբյեկտով շուկաներում բ/ «օլիգոպոլ» տիպի շուկաներում	տարվա ընթացքում
1.2.	<b>Միջին կենտրոնացվածություն ունեցող ապրանքային շուկաներում</b>	տարվա ընթացքում
2.	<b>Օրենքի կիրարկումն ապահովելու նպատակով անհրաժեշտ իրավական բազայի ստեղծում</b>	
2.1.	Օրենքով արգելված գործողությունների բացահայտման հա-մար անհրաժեշտ ակտերի, այդ թվում կարգերի մշակում	հունիս
2.2.	Ապրանքային շուկաների հետազոտության, վերլուծության և դրանցում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների հակաօրինական գործողությունների բացահայտման մեթոդաբանության մշակում,	հուլիս
2.3.	Հանձնաժողովի որոշումների բավարար հիմնավորվածու-թյունը ապահովող կազմակերպչական ակտերի մշակում,	նոյեմբեր
2.4.	«անձանց խմբի» և «փոխկապակցված անձանց» հայտնաբերման մեթոդաբանության մշակում,	դեկտեմբեր
3.	Օրենքի խախտումների վերաբերյալ դիմում-բողոքների և փաստերի հիման վրա ուսումնասիրություններ	տարվա ընթացքում
4.	<b>Փոքր ձեռնարկատիրության համար հավասար մրցակցային պայմանների ստեղծում և պահպանում</b>	տարվա ընթացքում
4.1.	պետական երաշխիքներ տրամադրելիս հավասար պայմանների ապահովման համար վերահսկողություն	տարվա ընթացքում
4.2.	վարչական խոչնդոտների և տնտեսական սահմանափակումների վերհանում,	տարվա ընթացքում
4.3.	դրանց վերացման ուղղությամբ պետական, ՏԻՄ, ՓՄՁ ՉԱԿ և հասարակական կազմակերպությունների հետ համագործակցություն	տարվա ընթացքում
5.	<b>Ամբարեխիղճ մրցակցության խնդիրների կարգավորում</b>	տարվա ընթացքում
5.1.	դիմումներում, ՉԼՄ հրապարակումներում բարձրացված խնդիրներ ուսումնասիրություն	տարվա ընթացքում
5.2.	գովազդի նկատմամբ մշտական հսկողություն	տարվա ընթացքում
6.	<b>Օրենսդրության կատարելագործման վերաբերյալ առաջարկությունների մշակում:</b>	դեկտեմբեր
7.	<b>Հետազոտությունների (վերլուծությունների) անցկացման, փաստերի որակման և որոշումների կայացման համար անհրաժեշտ տեղեկատվա-ապացուցողական նյութերի ձեռք բերման ուղղությունների մշակում:</b>	մայիս
8.	<b>Պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունվող իրավական ակտերի համակարգված դիտանցում</b>	տարվա ընթացքում
9.	<b>Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության հիմունքների և դրույթների քարոզչություն, Հանձնաժողովի գործունեության վերաբերյալ իրազեկում:</b>	տարվա ընթացքում

### III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները

Օրենքով սահմանված խնդիրների իրականացումը ծրագրավորվող տարում ապահովելու նպատակով Հանձնաժողովը 2004 թվականին Ծրագիրը իրագործելու է տնտեսական մրցակցության կարգավորման հետևյալ մեխանիզմների կիրառմամբ.

1. Հետազոտման արդյունավետ (օպերատիվ) ձևերի և առաջին հերթին մրցակցությունը պաշտպանող օրենսդրության խախտման փաստերի բացահայտմանն ուղղված դիտանցման ընթացակարգի ներդրում,
2. Տեղեկատվական բազայի նորացում և ընդլայնում,
3. Պատժամիջոցների ակտիվ կիրառում տեղեկություն չտրամադրելու կամ ոչ հավաստի տեղեկություն տրամադրելու համար,
4. Օրենքի խախտման համար տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ պատժամիջոցների կիրառման անխուսափելիություն, հատկապես այն դրույթներով, որոնք հնարավորություն են տալիս տնտեսվարողներին նախքան գործողության իրականացումը ստանալ Հանձնաժողովի եզրակացությունը, կամ հայտարարագրել իրենց մտադրությունները և ստանալ Հանձնաժողովի թույլատրությունը:
5. Պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունվող իրավական ակտերի վերաբերյալ հետևողական դիտանցում և Հանձնաժողովի կարծիքի ներկայացում,
6. Ազատ մրցակցային միջավայրի ձևավորմանն ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն աջակցող հասարակական կազմակերպությունների հետ սերտ համագործակցություն,
7. Հանձնաժողովի իրավասության տակ գտնվող իրավակիրառական գործառույթներ իրականացնելիս գործնական խնդիրների վերհանման նպատակով տնտեսվարող սուբյեկտների հետ ակտիվ աշխատանք,
8. Հանձնաժողովի աշխատանքներին հասարակայնության անմիջական ներգրավում՝ քննարկվող հարցերի, ընդունվող որոշումների հրապարակայնության ապահովման և վերջիններիս մասին նախնական իրազեկման միջոցով,
9. Հանձնաժողովի աշխատանքների թափանցիկության ապահովում,
  - իրականացված ուսումնասիրությունների արդյունքների հասարակության իրազեկում,

- պլանային և օպերատիվ ուսումնասիրությունների արդյունքների ներկայացումը գործարար շրջանակներին:
10. Սուբյեկտների կողմից ակտիվ «բողոքարկման» գործընթացի իրականացման համար նպաստավոր պայմանների և վստահության մթնոլորտի ձևավորում, օպերատիվ արձագանքելով՝
    - շուկայում առկա հակամրցակցային երևույթներին,
    - ստացված դիմումներին, ահազանգերին, զանգվածային լրատվության միջոցների հրապարակումներին:
  11. Ակտիվ քարոզչություն ՁԼՄ-ների միջոցով՝ Օրենքի, Օրենքի դրույթների խախտման հետևանքների, Հանձնաժողովի գործառույթների մասին,
  12. ՁԼՄ-ների, տեղեկագրերի և ասուլիսների միջոցով Հանձնաժողովի գործունեության արդյունքների վերաբերյալ հանրության իրազեկում,
  13. Օրենքի դրույթների կատարման անհրաժեշտության և դրանց խախտման դեպքում ձեռնարկվելիք ներագրման միջոցների մասին հասարակության իրազեկում,
  14. Հանձնաժողովի գործունեությունը կանոնակարգող և աշխատանքների կազմակերպման արդյունավետության բարձրացմանն ուղղված փաստաթղթերի լրամշակում,
  15. Հանձնաժողովի որոշումների հետևողական կատարում և վերահսկողություն դրանց կատարման նկատմամբ,

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

##### 4.1. Համագործակցություն հասարակական կազմակերպությունների հետ

Նախատեսվում է ակտիվացնել համագործառույթությունը տնտեսական գործունեություն իրականացնողների և նրանց ու սպառողների իրավունքներն ու շահերը պաշտպանող հասարակական կազմակերպությունների հետ: Այդպիսի համագործակցությունը թույլ կտա պարզել, վերհանել մրցակցության և սպառողների իրավունքների պաշտպանության ոլորտում առկա խնդիրները, ժամանակին և որակյալ արձագանքել մրցակցային օրենսդրության խախտումներին, իր բոլոր դրսևորումներով իրականացնել կանխարգելող նախագուշակական միջոցառումները:

Այդպիսի համագործակցությունը մի կողմից թույլ կտա բարձրացնել Հանձնաժողովի տեղեկացվածության աստիճանը տնտեսության իրավիճակի մասին ամբողջությամբ և մասնավորապես կոնկրետ շուկաներում, մյուս կողմից՝ կբարձրացնի նրա վարկը գործարար միջավայրում:

4.2. Հանձնաժողովի գործունեության հրապարակայնության ապահովում:

Հանձնաժողովի կողմից մրցակցության պաշտպանության պետական քաղաքականության իրականացման, իրավակիրառական գործառույթների և մրցակցային միջավայրի զարգացման ուղղությամբ տարվող աշխատանքների հրապարակայնությունն ապահովելու համար ընդլայնել ՉԼՄ-ներում հրապարակումների շրջանակն ու մասշտաբները, ինչը թույլ կտա էապես բարձրացնել վարչական, կանխարգելող, նախազուշական գործառույթների արդյունավետությունը, ինչպես նաև կնպաստի Հանձնաժողովի աշխատանքներին համարժեք հանրային կարծիքի ձևավորմանը, գործարար աշխարհի և սպառողների հետ կապի ամրապնդմանը:

Այս նպատակով հատկապես կարևոր է մրցակցային խնդիրների վերաբերյալ մասնագիտական հանրամատչելի հանդեսի պարբերաբար հրատարակումը, ինչպես նաև գործարարների և սպառողների հետ Հանձնաժողովի գործունեության հրապարակային քննարկումը, ինչը գործարարներին և սպառողներին թույլ կտա ավելի լավ ընկալել մրցակցային օրենսդրության էությունը, տեղեկանալ սեփական իրավունքներին ու պաշտպանության հնարավորություններին, ամրապնդել հավատը մրցակցային իրավունքի գործունակության նկատմամբ:

4.3. Միջազգային համագործակցություն

2004 թվականին Հանձնաժողովը շարունակելու է համագործակցել միջազգային կազմակերպությունների, ԱՊՀ անդամ և այլ երկրների մրցակցության պաշտպանության մարմինների հետ:

Ծրագրավորվող տարում Հանձնաժողովը մասնակցելու է ԱՊՀ անդամ երկրների Հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի աշխատանքներին և տարեկան համաժողովներին, որոնց հիմնական նպատակն է ԱՊՀ անդամ երկրների միջև համաձայնեցված քաղաքականության մշակումը, համագործակցության խթանումը և հետագա գործողությունների առաջնահերթության որոշումը, ինչպես նաև ԱՊՀ շուկաներում հայրենական արտադրողների (արտահանողների) իրավահավասար և բարեխիղճ մրցակցության միջավայրում մասնակցության ապահովումը:

Հանձնաժողովը ընդլայնելու և ամրապնդելու է համագործակցությունը Ռուսաստանի Դաշնության հակամենաշնորհային քաղաքականության և ձեռներեցության աջակցության նախարարության, Ուկրաինայի հակամենաշնորհային կոմիտեի, Ղազախստանի ապամենաշնորհացման և մրցակցության զարգացման պետական կոմիտեի, Վրաստանի հակամենաշնորհային ծառայության, ինչպես նաև Մերձբալթյան հանրապետությունների մրցակցության խորհուրդների հետ:

Շարունակվելու է համագործակցությունը Միջազգային մրցակցության ցանց (ICN) կազմակերպության հետ: ICN-ի հետ համագործակցության շրջանակներում Հանձնաժողովը մասնակցելու և օժանդակելու է մրցակցության քաղաքականություն իրականացնող կառույցների մասին «Գլոբալ մրցակցության ակնարկ» 2004 թվականի տեղեկագրի հրապարակման աշխատանքներին:

2004 թվականի ընթացքում նախատեսվում է զարգացնել ու ընդլայնել համագործակցությունը «ԱՊՀ անդամ երկրների տեխնիկական օժանդակություն» ծրագրի (TACIS) ներքո գործող Տնտեսական քաղաքականության և իրավական հարցերով հայ-եվրոպական խորհրդատվական կենտրոնի (AEPLAC), ԱՄՆ զարգացման գործակալության (USAID) և Եվրոպայի անվտանգության և համագործակցության կազմակերպության Երևանյան գրասենյակի (OSCE) հետ: Համագործակցության հիմնական ուղղությունները կլինեն՝

- «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի հետագա կատարելագործումը և եվրոպական ու զարգացած երկրներում գործող մոտեցումների հետագա համապատասխանեցումը,
- մասնագիտական խորհրդատվության տրամադրումը՝ Հայաստանի Հանրապետության օրենքի կիրակման համար անհրաժեշտ ենթաօրենսդրական դաշտի հետագա կատարելագործման առումով,
- ուսուցողական դասընթացների կազմակերպումը:

Հանձնաժողովը 2004 թվականի ընթացքում շարունակելու է համագործակցությունը Տնտեսական համագործակցության զարգացման կազմակերպության (OECD) և Համաշխարհային բանկի (WB) հետ:

4.4. Հանձնաժողովի կառավարման համակարգի կատարելագործում, կադրերի պատրաստում, նրանց որակավորման բարձրացում:

Հանձնաժողովի աշխատակազմի կառավարման համակարգի բարելավման համար նախատեսվում է իրականացնել կազմակերպական և կառուցվածքային փոփոխություններ, որոնք ուղղված կլինեն աշխատանքի որակի և օպերատիվության բարձրացմանը: Նոր կառուցվածքի ձևավորման հիմքում կդրվի ուսումնասիրվող հարցերի «հոսքային» սկզբունքը, որը թույլ կտա Հանձնաժողովի իրավակիրառական գործառույթները իրականացնել ավելի առարկայական և հիմնավորված:

Սույն ծրագիրը իրագործելու համար հատուկ ուշադրություն կդարձվի աշխատակազմի աշխատանքի համար անհրաժեշտ պայմանների ստեղծմանը, որը ներառելու է ինչպես յուրաքանչյուր աշխատողի ժամանակակից, օպտիմալ շրջանակներում տեխնիկապես հագեցված, բարվոք աշխատանքային պայմանների և աշխատատեղի ստեղծմանը, այնպես էլ ներքին և արտաքին ցանցերով իրական տեղեկատվական բազայով և տեղեկատվական կենտրոնով ապահովմանը:

Նախատեսվում է կազմակերպել Հանձնաժողովի աշխատակիցների ուսուցումը, այդ թվում՝ ԱՊՀ անդամ պետությունների առաջատար կենտրոններում և մրցակցության կարգավորման առաջավոր փորձ ունեցող պետություններում: Նախատեսվում է նաև հրավիրել արտասահմանյան փորձագետների, որոնք կոնկրետ օրինակների, նախադեպերի հիման վրա աշխատակազմում կկազմակերպեն դասախոսություններ և գործնական պարապմունքներ:

## Բովանդակություն

<i>Ներածություն.....</i>	<i>1</i>
<i>I. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը.....</i>	<i>2</i>
<i>II. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները և դրանց իրականացման ժամանակացույցը.....</i>	<i>14</i>
<i>III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները.....</i>	<i>19</i>
<i>IV. Օրենքով սահմանված խնդիրների և գործառույթների իրականացման համար անհրաժեշտ այլ դրույթներ:.....</i>	<i>20</i>