



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ

2005 ԹՎԱԿԱՆԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԵԿԱՆ
ԾՐԱԳԻՐ

Երևան 2004

Բովանդակություն

<i>Ներածություն</i>	3
<i>I. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը</i>	3
<i>II. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները և դրանց իրականացման ժամանակացույցը</i>	14
<i>III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները</i>	18
<i>IV. Օրենքով սահմանված խնդիրների և գործառույթների իրականացման համար Հանձնաժողովի կողմից սահմանված անհրաժեշտ այլ դրույթներ</i>	18

Ներածություն

Սույն ծրագիրն ապահովում է ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետև՝ Հանձնաժողով) 2002-2004թթ. գործունեության տարեկան ծրագրերի շարունակականությունը և նպատակ ունի 2005 թվականի ընթացքում հետազոտվող ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցով բարելավել մրցակցային միջավայրը:

Ծրագրի նշակման համար իրավական հիմք են հանդիսացել Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությունը (հոդված 8), ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրքը (հոդված 12), «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքը:

Ելնելով ծրագրի նպատակից, հաշվի առնելով երկրի տնտեսության ընդհանուր առաջընթացը և մրցակցային միջավայրի փոփոխման դինամիկան որոշող տնտեսական ցուցանիշներ, վերլուծվել է ուսումնասիրված ապրանքային շուկաների մրցակցային իրավիճակը, բացահայտվել են առկա հիմնախնդիրները, նախատեսվել են տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները, դրանց իրականացման մեխանիզմներն ու ժամանակացույցը:

I. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը

Մրցակցային միջավայրի դերը մեծ է հանրապետության տնտեսության զարգացման ապահովման, գործարար և ներդրումային միջավայրի բարելավման գործընթացում, որի ապացույցն են վերջին ժամանակաշրջանում հանրապետությունում տեղի ունեցող տնտեսական գործընթացները:

Մրցակցության իրավիճակի իրական գնահատման համար անհրաժեշտ է հաշվի առնել հանրապետությունում ապրանքային շուկաների ձևավորման առանձնահատկությունները, ինչպես տնտեսության անցումային շրջանում, այնպես էլ այն նախորդող շրջանում: Այսպես, սոցիալիստական կառավարման ավտորիտար համակարգը հանգեցրել էր խոշոր ձեռնարկությունների ստեղծմանը, որոնց արտադրանքը ապահովում էր ոչ միայն հանրապետության, այլ նաև հանրապետությունից դուրս մեծ տարածաշրջանների պահանջարկը: Սեփականաշնորհումից հետո այդ ձեռնարկությունները ինքնաբերաբար վերածվեցին ապրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների:

Արդյունքում բացի բնական մենաշնորհի հանդիսացող ապրանքային շուկաներից, ձևավորվեցին բարձր կենտրոնացված ապրանքային շուկաներ: Դրանցից են՝ «Կերակրի և տեխնիկական աղ» և «Շամպայն և փրփրուն գինիներ» (մեկական տնտեսվարող սուբյեկտ),

«Գաջ», «Յեմենտ» և «Գարեջուր» (երկու տնտեսվարող սուբյեկտներ) ապրանքային շուկաները:

Շուկաների կայացման վրա զգալի ազդեցություն է թողնում նաև մի շարք ապրանքների պահանջարկի հարաբերական սահմանափակությունը էապես ազդում է շուկաների ծավալների ձևավորման վրա:

Արտահանման և ներկրման կառուցվածքի վրա էապես ազդում է նաև փոխադրումների օպտիմալ սխեմաների բացակայությունը, որոնց առկայության դեպքում կապահովվեր ներկրվող մի շարք ապրանքների մրցունակությունը շուկայում և ըստ որակական հատկանիշների երաշխավորված տեղական ապրանքների մրցունակությունը արտաքին շուկաներում:

Մրցակցության միջավայրի վրա ազդող այս նախապայմանները հաշվի են առնված Հանձնաժողովի կողմից ապրանքային շուկաներում մրցակցության իրավիճակի վերլուծության և գնահատման ժամանակ: Հանձնաժողովը մրցակցային միջավայրի իրավիճակը վերլուծել է միայն իր կողմից ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում:

Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը իրականացվել է հիմնական երկու՝ ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության (համակենտրոնացման) և ապրանքային շուկայի հասանելիության չափանիշներով: Հանձնաժողովի կողմից ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության գնահատման վերլուծության համար կիրառվել է ապրանքային շուկայի ընդհանուր ծավալում առաջին երեք խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինների գումարը (CR-3 գործակիցը¹): Ապրանքային շուկայի հասանելիությունը գնահատվել է շուկայի մուտքի խոչընդոտների առկայության բացահայտման և դրանց հաղթահարման հնարավորության աստիճանով:

Տնտեսական մրցակցության ընդհանուր իրավիճակը Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում ըստ կենտրոնացվածության հետևյալն է.

«Շաքարավազ» ապրանքային շուկան բարձր կենտրոնացված է (2003թ. 95,9%): Շուկայում ներկրման ծավալը (2003թ.) կազմել է 87 հազար տոննա: Շաքարավազ ներմուծող տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը 7-ն է (2003թ.): Չնայած այն հանգամանքին, որ ապրանքային շուկայում գերիշխող տնտեսվարող սուբյեկտը 2004թ. հունվարին դուրս է եկել ապրանքային շուկայից (լուծարվել է) և տեղի է ունեցել առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի փոփոխություն, այնուամենայնիվ բաժինների փաստացի հարաբերակցությունը շուկայում գրեթե չի փոփոխվել: Առաջատար սուբյեկտին («Աստղացույք ՀՁ» ՍՊԸ) փոխարինել է մեկ այլ տնտեսվարող սուբյեկտ («Ֆլիտֆուր» ՍՊԸ), որը 2004 թվականի 1-ին եռամսյակի տվյալներով ունեցել է 93,23% բաժին: Նշենք նաև, որ տնտեսվարող սուբյեկտների մեծ մասը 2003, ինչպես և 2002 թվականին շաքարավազ ներկրել են սեփական

1 Ապրանքային շուկան բարձր կենտրոնացված է, եթե CR-3 գործակիցը մեծ է 70%-ից, միջին կենտրոնացված է, եթե CR-3 գործակիցը տատանվում է 45-ից 70%-ի սահմաններում, և ցածր կենտրոնացված է, եթե CR-3 գործակիցը փոքր է 45%-ից:

կարիքների համար և սահմանափակ քանակությամբ: Իրացման նպատակով, հիմնականում շուկայում շաքարավազ ներկրել է մեկ տնտեսվարող սուբյեկտ:

Աղյուսակ 1 «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

	Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,**
	1	2	3
1	«Աստղագոյք» ՀՉ/ՍՊԸ	97,88	81,6
2	«Գրանդ Քենդի» ՀՉ/ՍՊԸ	1,83	1.03
3	«Ֆլիտ.ֆուդ» ՍՊԸ	-	12,6
4	«Կոկա Կոլա Բոթլերս Արմենիա» ՓԲԸ	-	1,70
5	Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	0,29	3.07
	Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 7, 2003թվականին՝ 3:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման տվյալները:

«Ծխախոտ առանց ֆիլտր» ապրանքային շուկայում (2003թ.) կենտրոնացվածության աստիճանը կազմել է 99%: Ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող «Գրանդ Տոբակո ՀՉ» ՍՊԸ բաժինը (2003թ.) կազմել է 92,3%, 2002 թվականի 98,46% համեմատ, ինչը պայմանավորված է 2003 թվականին ապրանքային շուկա նոր տնտեսվարող սուբյեկտի՝ «Ինտերնեյշնլ Մասիս Տաբակ» ՍՊԸ մուտք գործելով: Միաժամանակ, ըստ էության, այս երկու տնտեսվարող սուբյեկտները հանդիսանում են անձանց խումբ և իրենց գործունեությունը փոխկապակցված է: Այստեղ խոսքը կարող է գնալ մենաշնորհի մասին: Շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 767,1 մլն. հատ:

Աղյուսակ 2 «Ծխախոտ առանց ֆիլտր» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

	Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,
	1	2	3
1	«Գրանտ Տոբակո» ՀՉ/ՍՊԸ	98,46	92,30
2	«Ռուբեն Քոչարյան» ՍՊԸ	1,22	-
3	«Ինտերնեյշնլ Մասիս Տաբակ» ՍՊԸ	-	6,70
4	Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	0, 32	1,00
	Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 2, 2003թվականին՝ 3:

«Ծխախոտ ֆիլտրով» ապրանքային շուկայի ընդհանուր ծավալը (2003թ.) կազմել է 4097,1 միլիոն հատ: Շուկան նույնպես բարձր կենտրոնացված է 90,8% (2003թ.): Գերիշխող դիրք ունեցող «Գրանդ Տոբակո ՀՉ» ՍՊԸ բաժինը 2002 և 2003 թվականներին եղել է գրեթե նույնը (50,7 և 50,8%): Շուկայի մասնակիցների թիվը 8 է (2003թ.):

Աղյուսակ 3 «Ծխախոտ ֆիլտրով» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

	Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,
	1	2	3
1	«Գրանտ Տոբակո» ՀՉ/ՍՊԸ	50,73	50,80
2	«Պարես Արմենիա» ՀՉ/ՍՊԸ	25,40	23,70
3	«Արսոյլ» ՀՉ/ՍՊԸ	5,47	16,30
4	Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	18.40	9.20
	Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 8, 2003թվականին՝ 5:

«Գարեջուր» սպրանքային շուկան բարձր կենտրոնացված է (2003 թվականին՝ 94,5%): Շուկայի իրացման ծավալը (2003թ.) կազմել է 5284,4 հազար լիտր: Շուկայում առկա են 8 մասնակիցներ, սակայն, մրցակցությունը, հիմնականում, տեղի է ունենում երկու առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտների միջև:

Աղյուսակ 4 «Գարեջուր» սպրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,
1	2	3
1«Արմյանի գարեջրի գ-ն» ԲԲԸ	59,65	53,10
2«Երևանի գարեջուր» ՓԲԸ	32,85	39,90
3«Սամվել և Ադրիան» ՍՊԸ	3,37	1,50
4Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	4,13	5,50
Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 11, 2003թվականին՝ 5:

«Պարենային ցորեն» սպրանքային շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 262,1 հազար տոննա: Շուկան միջին կենտրոնացված է (2003 թվականին՝ 57,4%): Մասնակիցների ընդհանուր թիվը 2003 թվականին կազմել է 20: Շուկայի ընդհանուր ծավալում հաշվի առնված չէ գյուղացիական տնտեսությունների կողմից իրացվող ցորենի ծավալը: Դրա հետ մեկտեղ տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ներմուծված ցորենը, հիմնականում, անմիջապես չի իրացվում, այլ սեփական ալյուրացներում վերամշակվում է: Փաստացի, այս շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների մրցակցային հարաբերությունները տեղափոխվում են ալյուրի շուկա:

Աղյուսակ 5 «Պարենային ցորեն» սպրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2001-2003 թվականներին, տոկոսներով

Անվանումը	2001թ.,	2003թ.,**
1	2	3
1«Աստղացոյք» ՀՉ/ՍՊԸ	47,17	16,31
2«Վիկտորիա թեյոյ» ՍՊԸ	12,95	23,50
3«Սանանա գրեյն»	7,51	17,59
4Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	32,37	42,60
Ընդամենը	100	100

* 2001թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 19, 2003թվականին՝ 17:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման տվյալները:

«Կենդանական յուղ» սպրանքային շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 3,4 հազար տոննա: Շուկան միջին կենտրոնացված է՝ 66,2%, գործող տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը նվազել է 24-ից մինչև 19-ի:

Աղյուսակ 6 «Կենդանական յուղ» սպրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2001-2003 թվականներին, տոկոսներով

Անվանումը	2001թ.,	2003թ.,**
1	2	3
1 «Մանիկ» ՍՊԸ	28,20	20,80
2 «Աստղացոյք» ՀՉ/ՍՊԸ	22,80	20,70
3 «Արմեն-ՕՍՍ» ՍՊԸ	10,73	1,20
4 «Միջնավան» ՍՊԸ	3,70	24,70
5 Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	34,57	32,60
Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 20, 2003թվականին՝ 15:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման տվյալները:

«Բուսական յուղ» ապրանքային շուկայում կենտրոնացվածության աստիճանը 51,7% է, շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը բավական մեծ է՝ 51: Շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 24,8 հազար տոննա, որում 66,6%-ը կազմել է արևածաղկի, սոյայի և եգիպտացորենի յուղերի ծավալը և 33,4%-ը հիդրոգենացված ճարպերի ծավալը: Այս շուկան դեռևս անկայուն է: 2001 թվականին առաջատար երեք տնտեսվարող սուբյեկտները, ինչպես նաև հանրապետությունում բուսական յուղ արտադրող և ներկրող մեկ ընկերությունը, 2003 թվականին դուրս են եկել շուկայից, իսկ 2003 թվականին շուկա են մտել նոր, այդ թվում նաև արտադրող, տնտեսվարող սուբյեկտներ: Հաշվի առնելով նշվածը, տվյալ ապրանքային շուկան գտնվում է Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրության փուլում:

Աղյուսակ 7 «Բուսական յուղ» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2001-2003 թվականներին, տոկոսներով

	Անվանումը	2001թ.,	2003թ.,**
	1	2	3
1	«Մեշքին» ՍՊԸ	30,74	x_
2	«Սորանջ» ՍՊԸ	14,34	x_
3	«Լադան» ՍՊԸ	14,09	x_
4	«Տուռնա» ՍՊԸ	_x	27,54
5	«ԱՄՆ-ի միավ. մեթ.օգն.կոմ.»	_x	13,60
6	«Աստղացոլք» ՀՁ/ՍՊԸ	6.89	10,60
7	Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	33.94	48,26
	Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 22, 2003թվականին՝ 48:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման տվյալները:

«Սուրճ» ապրանքային շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 10,0 հազար տոննա, 2001թ. 8,1 հազար տոննայի համեմատ (22,9% աճ): Շուկայում կենտրոնացվածության աստիճանը 56,2% (2003թ.): Ավելացել է ապրանքային շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը, 2000 թվականին շուկան եղել է բարձր կենտրոնացված (71,9%)՝ շուկայի 21 մասնակիցներով, իսկ 2003 թվականին դարձել է միջին կենտրոնացված (56,2%)՝ շուկայի 27 մասնակիցներով: Դրա հետ մեկտեղ, 2000, 2001 և 2003 թվականներին առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները տատանվել են 27,9 - 29,98% սահմաններում:

Աղյուսակ 8 «Սուրճ» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2001-2003 թվականներին, տոկոսներով

	Անվանումը	2001թ.,	2003թ.,**
	1	2	3
1	«Արմեն Համիկ եղբայրներ» ՀՁ/ՍՊԸ	24,30	27,90
2	«Ֆուրո» ՍՊԸ	12,60	3.46
3	«Ռ-ոյալ -Արմենիա» ՀՁ/ՍՊԸ	8,50	8.77
4	«Աստղացոլք» ՀՁ/ՍՊԸ	x	14,90
5	«Կաֆե դյու Բ րագիլ» ՍՊԸ	x	13,40
6	Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	54,60	31.57
	Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 18, 2003թվականին՝ 22:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման ծավալի տվյալները:

«Ազոտական պարարտանյութեր (ամոնիումային սելիտրա)» ապրանքային շուկայի ծավալը կազմել է 31,8 հազար տոննա (2003թ.): Ապրանքային շուկայի

կենտրոնացվածության աստիճանը 2002 թվականին կազմել է 96,07%, 2003 թվականին՝ 80,59%, իսկ 2004 թվականին, մինչև մայիս ամիս, ըստ ներկրման ծավալների կազմել է 93,08%: Տվյալ շուկայում առաջատար սուբյեկտի («Դվին Հոլդինգ» ՓԲԸ) բաժինը շուկայում 42,49 %-ից (2003թ.) աճել է մինչև 92,35% (01.05.2004թ.) :

Աղյուսակ 9 «Ազոտական պարարտանյութեր (ամոնիումային սելիտրա)» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,
1	2	3
1«Դվին Հոլդինգ» ՓԲԸ	91,65	42,49
2«Ազոտքիմիա» ՊՓԲԸ	2,47	24,70
3«Ըերրիություն» ԱՄ-ի Մասիսի շրջ. միավորում ԲԲԸ	1,95	13,40
4Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	3,93	19,41
Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 12, 2003թվականին՝ 13:

«Իիզելային վառելիք» ապրանքային շուկայում կենտրոնացվածության աստիճանը 75,6% է: Շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 112,7 հազար տոննա, իսկ 2002 թվականին՝ 85,5 հազար տոննա: Ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը պակասել է 3-ով և կազմել է 18: Երկու առաջատարների ներկրման ծավալների բաժինների տարբերությունը փոքր է (35% և 33,7%): Ընդ որում, առաջատար դիրք զբաղեցնող սուբյեկտի բաժինը 2003 թվականին 2002 թվականի նկատմամբ նվազել է 12,14%-ով:

Աղյուսակ 10 «Իիզելային վառելիք» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,**
1	2	3
1«Էքսիմ պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ	47,14	35,00
2«Ֆելչ» ՍՊԸ	12,62	33,70
3«Գարրատո» ՍՊԸ	10,12	0.80
4«Մաքս Ֆյուել» ՍՊԸ	0.47	6,90
5Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	29.65	23.60
Ընդամենը	100	100

* 2002թվականին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 17, 2003թվականին՝ 14:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման տվյալները:

«Բենզին» ապրանքային շուկայի ծավալը (2003թ.) կազմել է 191,7 հազար տոննա, իսկ 2002 թվականին՝ 158,6 հազար տոննա: Շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը գտնվել է բարձր և միջին կենտրոնացվածության սահմանագծում և կազմել է 66,9% (2003թ.):

Աղյուսակ 11 «Բենզին» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները 2002-2003 թվականներին, տոկոսներով

Անվանումը	2002թ.,	2003թ.,**
1	2	3
1«Էքսիմ պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ	21,50	25,50
2«Ֆելչ» ՍՊԸ	21,00	25,20
3«Ռան-Օիլ» ՍՊԸ	16,30	8.70
4«Սիկա Արմենիա Թրեյդինգ» ՍՊԸ	11.80	16,20
5Այլ տնտեսվարող սուբյեկտներ*	29.40	24.40
Ընդամենը	100	100

* 2002 և 2003 թվականներին այլ տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը կազմել է 6:

** 2003թվականին ներկայացված են ներկրման ծավալի տվյալները:

Ընդհանուր առմամբ, մի շարք ապրանքային շուկաներում՝ «Յեմենտ», «Գաջ», «Կերակրի և տեխնիկական աղ», «Շաքարավազ», «Գարեջուր», «Շամպայն և փրփրուն գինիներ», «Կոնյակ», «Էթիլային սպիրտ», «Ազոտական պարարտանյութեր», «Դիզելային վառելիք», կենտրոնացվածության աստիճանը բարձր է: Դրանցից մի քանիսում գործում են, ըստ էության, էական մրցակցության չհանդիպող (մենաշնորհի ձգտող) մեկ կամ երկու տնտեսվարող սուբյեկտներ: Նման ապրանքային շուկաներից են «Կերակրի և տեխնիկական աղ», «Շաքարավազ» և «Ազոտական պարարտանյութեր» շուկաները:

Հանրապետությունում մի շարք մենաշնորհային ապրանքային շուկաներում տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեությունը կարգավորվում է պետական լիազոր մարմնի (ՀՀ հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողով) կողմից: Այնուամենայնիվ, Հանձնաժողովն իր ուշադրության կենտրոնում է պահում այդ շուկաներում տնտեսական մրցակցության պաշտպանությանը վերաբերող հարցերը, մասնավորապես, մենաշնորհային դիրք ունեցող սուբյեկտի վարքագծի դիտարկման տեսակետից, առաջին հերթին նրանց ներազդեցությունը այլ ապրանքային շուկաներում: Գոյություն ունեն մաս ՀՀ հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի իրավասությունից դուրս մենաշնորհային ապրանքային շուկաներ, որտեղ տնտեսվարող սուբյեկտները գործում են պետության կողմից տրված բացառիկ իրավունքով (արտոնագրի հիման վրա): Դրանց թվին են դասվում «Արմենտել ՀՉ» ՓԲԸ և «Զվարթնոց» օդանավակայանը: Վերջիններս այս շուկաներում հանդես են գալիս որպես միակ տնտեսվարող սուբյեկտ, որն ապահովում է իրացվող ծառայությունների ողջ ծավալը:

Մրցակցային միջավայրում առկա տարաբնույթ խոչընդոտները նույնպես պատճառ են հանդիսանում շուկայի բարձր կենտրոնացվածության: Ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության իրավիճակը բացի քանակական ցուցանիշներից բնութագրվում է, նաև որակական ցուցանիշներով (շուկայի հասանելիությամբ): Մրցակցային միջավայրի հասանելիությունը հիմնականում հատկորոշվում է հետևյալ տիպի խոչընդոտներով՝ տնտեսական, վարչական, պահանջարկի սահմանափակություն, մասշտաբի էֆեկտ, սկզբնական ներդրումների անհրաժեշտ ծավալ:

Հանրապետության տնտեսությանը բնորոշ պահանջարկի սահմանափակությամբ է պայմանավորված, որ շուկան հասանելի է միայն խոշոր ներկրումներ իրականացնողներին (մասշտաբի էֆեկտի շնորհիվ), որոնք հնարավորություն են ստանում շուկայում գրավել գերիշխող դիրք: Նշվածն իր հերթին պատճառ է հանդիսանում, որ ապրանքային շուկաներում առաջատար սուբյեկտների դիրքերի փոփոխություն տեղի չի ունենում: Նման խոչընդոտների հաղթահարումը պահանջում է մեծ ծավալի ներդրումներ և շրջանառու միջոցներ, որոնց ձեռքբերման հասանելիությունը լուրջ խնդիր է տնտեսվարող սուբյեկտների համար:

Ապրանքային շուկաներում առկա են նաև վարչական խոչընդոտներ, որոնք առաջանում են տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեության թույլտվության, գրանցման և լիցենզավորման փուլերում:

Հանրապետությունում զգալիորեն բարելավվել են ընկերությունների գրանցման, ստանդարտների ներդրման և տեխնիկական պայմանների հաստատման գործընթացները, նվազել են գրանցման ժամկետները, ինչպես նաև ծախսերը: Սակայն հարկ է նշել, որ գրանցման համակարգը դեռևս ներառում է 5 պետական մարմիններում (Իրավաբանական անձանց պետական ռեգիստր, Հարկային պետական ծառայություն, Ազգային վիճակագրական ծառայություն, ՀՀ ոստիկանություն, Սոցիալական ապահովագրության հիմնադրամ) առանձնացված հաշվառում և պահանջում է մի շարք վարչական ընթացակարգերի (կնիքի, հաշվառման համարի և այլնի ստացում) իրականացում:

Միաժամանակ, լիցենզիաների տրամադրման ընթացակարգում դեռևս կան այնպիսի խոչընդոտներ, որոնք ազդում են մրցակցության միջավայրի վրա՝ ստեղծելով անհավասար մրցակցային պայմաններ: Այսպես, «Դեղատնային գործունեություն» և «Դեղերի առևտուր» գործունեության տեսակների լիցենզավորման ընթացքում, նշված գործունեության երկու տեսակների համար լիցենզիաների տրամադրման պահանջներում գոյություն ունեցող հակասությունները (ոչ հստակ սահմանումները) տվյալ ապրանքային շուկայում առաջացրել են անհավասար մրցակցային պայմաններ:

Ապրանքային շուկայում վարչական միջամտություն են նաև տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունված այն ակտերը, որոնք պարունակում են մրցակցությունը սահմանափակող դրույթներ: Այսպես, արտաքին գովազդային վահանակների տեղադրման և սպասարկման ոլորտում Երևան քաղաքի Քանաքեռ-Զեյթուն համայնքի ավագանու 2001 թվականի օգոստոսի 24-ի որոշմամբ համայնքի տարածքում արտաքին գովազդային վահանակների տեղադրման և սպասարկման իրավասությունը վերապահվել էր մեկ ընկերության («ԷԳԱ» ՍՊԸ)՝ սահմանափակելով նմանատիպ ծառայություններ մատուցող այլ ընկերությունների գործունեության հնարավորությունը:

Տնտեսական մրցակցությունը սահմանափակող վարչական խոչընդոտներ մի շարք դեպքերում առաջացնում են նաև պետական կառավարման մարմինների իրավասությանը վերաբերող հարցերի լուծման ուշացումները կամ ձգձգումները: Նման իրավիճակ առկա էր «Աերոֆլոտ-Դոն» բաց բաժնետիրական ընկերության (Ռուսաստանի Դաշնության) հարցում, որն արտահայտվել էր «Արմավիա» ընկերության կողմից «Գյումրի-Դոնի Ռուստով-Գյումրի» օդուղիով ավիաչվերթի իրականացման շուկայում ավիաչվերթների կազմակերպման (օդուղիով շաբաթական երկրորդ չվերթի թույլտվություն) ձգձգմամբ: Կողմերի միջև համաձայնության բացակայության դեպքում խնդիրը պետք է լուծվեր պետական կառավարման համապատասխան մարմնի՝ Հայաստանի Հանրապետության

կառավարությանն առընթեր քաղաքացիական ավիացիայի գլխավոր վարչության կողմից: Քաղաքացիական ավիացիայի գլխավոր վարչությունը ուշացումով կայացրել է համապատասխան որոշումը (օդուղիով շաբաթական երկրորդ չվերթի թույլտվություն): Սակայն, հարցի ձգձգման արդյունքում սպրանքային շուկայում տեղի է ունեցել ծառայությունների ծավալի սահմանափակում:

Վարչական խոչընդոտներ են ստեղծում նաև պետական կառավարման մարմինների կողմից տնտեսական մրցակցության հարցերին առնչվող ընդունած առանձին որոշումները: Պետական պատվերի շրջանակներում, կազմակերպված պետական նշանակության ավտոճանապարհների պահպանման և շահագործման աշխատանքների գնումների մրցույթի հայտավորման պայմաններում ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարության կողմից ծառայության սպրանքային շուկայի աշխարհագրական սահման է դիտվել հանրապետության ողջ տարածքը, այն դեպքում, երբ պետական նշանակության ավտոճանապարհների պահպանման և շահագործման աշխատանքներն իրենցից ներկայացնում են տարբեր աշխարհագրական սահմաններով սպրանքային շուկաներ: Այդ պայմաններում ի սկզբանե պարզ է, որ նման ծավալների աշխատանքներ կարող էր իրականացվել միայն «Հայաստանի ավտոմոբիլային ճանապարհներ» փակ բաժնետիրական ընկերության միջոցով: Նման մոտեցումը, ըստ էության, տվյալ շուկայում գործող այլ ընկերությունների համար առաջացրել է սահմանափակում:

Պետական մարմինների նույնիսկ աննշան միջամտությունն սպրանքային շուկաներում առանձին դեպքերում կարող է պատճառ դառնալ սպրանքային շուկայում մրցակցային իրավիճակի վատթարացման, ինչպես նաև տնտեսական մրցակցության սահմանափակման: Նման իրավիճակ է ստեղծվել «Ազոտական պարարտանյութեր (ամոնիումային սելիտրա)» սպրանքային շուկայում: Հայաստանի Հանրապետության գյուղատնտեսության նախարարությունը սպրանքային շուկայի հիմնական մատակարարին («Իտեռա» ընկերությանը) 2004 թվականին ուղարկել է տեղեկատվական գրություն՝ «Դվին Հոլդինգ» փակ բաժնետիրական ընկերության նշված տարվա համար ամոնիումային սելիտրայի մատակարարման պայմանագրի պայմանները ամփոփոխ թողնելու և պայմանագրով նախատեսված 19 հազար տոննա ամոնիումային սելիտրա մինչև 2004 թվականի մայիս հանրապետություն առաքելու մասին: Նշված գրությունը «Իտեռա» ընկերության կողմից օգտագործվել է տվյալ շուկայում գործող մյուս ընկերություններին շուկայից դուրս մղելու համար՝ պայմանագրերի լուծման միջոցով: Արդյունքում երկու տնտեսավարող սուբյեկտներ դուրս են մղվել շուկայից, իսկ «Դվին Հոլդինգ» փակ բաժնետիրական ընկերությունը փաստորեն դարձել է շուկայում գործող միակ (էական մրցակցության չհանդիպող) տնտեսավարող սուբյեկտ: Հենց այս հանգամանքն է պայմանավորել «Դվին Հոլդինգ» ՓԲԸ-ի շուկայում գրեթե 100 % բաժին ունենալը:

Մրցակցության միջավայրի վրա էական ազդեցություն է ունենում տարվող հարկային քաղաքականությունը: Նման իրավիճակ է առաջացել «Սեղմած բնական գազ» ապրանքային շուկայում՝ կապված հաստատագրված վճարների կիրառման հետ: Մասնավորապես, ավտոտրանսպորտային միջոցների գազալցման կայանների գործունեության համար կիրառվող հաստատագրված վճարների հաշվարկման ելակետային տվյալ է համարվում գազալցման կայանում տեղակայված գազալցման խողովակների քանակը: Այս հանգամանքը անհավասար մրցակցային պայմաններ է առաջացնում, ինչպես ապրանքային շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների համար, այնպես էլ շուկա մուտք գործելու մտադրություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների համար: Առավել նպաստավոր պայմաններում են (հարկային քաղաքականության տեսանկյունից) հայտնվում այն տնտեսվարող սուբյեկտները, որոնք ունեն իրացման առավել մեծ ծավալներ: Թերևս, «Հաստատագրված վճարների մասին» ՀՀ օրենքի փոփոխությունը (մեկ խողովակի դիմաց ամսական 1,5 միլիոն դրամ, բայց ոչ պակաս մեկ նորմալ խորանարդ մետրի հաշվով 20 դրամից) որոշ չափով մեղմացրել է իրավիճակը, այնուամենայնիվ չվերացնելով հիմնախնդիրը: Հաստատագրված վճարի ազդեցությունը հավասարաչափ դարձնելու համար Հանձնաժողովի կարծիքով, նպատակահարմար կլինի հաստատագրված վճարի չափի հաշվարկման հիմքում վերցնել ոչ թե գազալցախողովակը, այլ ստացված (ոչ իրացված) գազի ծավալը:

Միաժամանակ, նշենք, որ նույնիսկ տեղական արտադրողին խթանելու նպատակով տարվող հարկային քաղաքականությունը առաջացրել է ապրանքային շուկայում մրցակցության սահմանափակում: Այսպես, «Ծխախոտ առանց ֆիլտր» ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների դուրս մղման պատճառն է այդ ապրանքատեսակի ներկրման համար էապես տարբերվող դրույքաչափերի սահմանումը, որի արդյունքում այդ տեսակի ծխախոտի ներկրումը հանրապետություն դադարել է: Տվյալ ապրանքային շուկայում փաստորեն գործում է մեկ տնտեսվարող սուբյեկտ, որի բաժինը 99% է:

Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագիծն ու ռազմավարությունը նույնպես էապես ազդում են մրցակցային իրավիճակի վրա: Այսպես, ապրանքային շուկաներում գերիշխող (մենաշնորհային) դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից չարաշահման դեպքերն հիմնականում արտահայտվել են առանձին տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ խտրական պայմանների, չհիմնավորված գների կիրառմամբ, ինչպես նաև պայմանագրի կողմին լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրմամբ:

«Հանրային համակցված հեռախոսացանցի համար հիմնական ներքին և միջազգային ծառայություններ» ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող «Արմենտել ՀՉ» փակ բաժնետիրական ընկերության կողմից 2002-2003 թվականներին մի քանի անգամ անջատվել

են «Տվյալների փոխանցման (տեղեմատիկ) ծառայությունների մատուցում» ապրանքային շուկայում գործող «Ինտարնետ» ընկերության բոլոր հեռախոսահամարները՝ շարունակելով նման ծառայություններ մատուցել տվյալ ապրանքային շուկայում գործող այլ ընկերությունների: Այսպիսով, «Արմենտել ՀՉ» փակ բաժնետիրական ընկերությունը, զբաղեցնելով գերիշխող դիրք ապրանքային շուկայում, չարաշահել է դիրքը՝ կիրառելով առանձին գործընկերների նկատմամբ խտրական պայմաններ և ստեղծելով մրցակցային անհավասար իրավիճակ:

Առանձին գործընկերների նկատմամբ խտրական պայմանների կիրառում է հանդիսացել նաև 2002 թվականի օգոստոսի 1-ից մինչև 2004 թվականի մարտի 1-ը «Արմենտել ՀՉ» փակ բաժնետիրական ընկերության կողմից ինտերնետ ցանցին միանալու համար համահայկական² համարի տրամադրումը ինտերնետային ծառայություններ մատուցող ընկերություններից միայն մեկին («ԱրմենՍել» ՓԲԸ):

«Բջջային հեռախոսակապ» ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող «Արմենտել ՀՉ» փակ բաժնետիրական ընկերության կողմից բջջային հեռախոսակապի ծառայությունների մատուցման հրապարակային պայմանագրի կողմին՝ վերջնական սպառողին, բնույթով և իրականացման տեսանկյունից պայմանագրի բուն առարկայի (բջջային հեռախոսակապի ծառայությունների տրամադրում) հետ չառնչվող լրացուցիչ՝ մինչև շահելը վիճակախաղի մասնակցելու պարտավորությունների կատարման պարտադրումը, նույնպես հանդիսացել է գերիշխող դիրքի չարաշահում:

Մրցակցության իրավիճակը գնահատվում է նաև տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների տեսանկյունից: Հայաստանի Հանրապետության ապրանքային շուկաներում արդիական է անբարեխիղճ մրցակցության կանոնակարգման խնդիրը: Անբարեխիղճ մրցակցությունը դրսևորվում է, մասնավորապես, համաշխարհային ճանաչում ունեցող և սպառողների մոտ պահանջարկ վայելող հանրահայտ ապրանքային նշանների և անվանումների կրկնօրինակմամբ ու շփոթության աստիճան նմանեցմամբ, ինչպես նաև մակնշման մեջ անհրաժեշտ տեղեկությունների անճշտությամբ կամ բացակայությամբ: Անբարեխիղճ մրցակցության այսպիսի դրսևորումները բնորոշ են լայն սպառում ունեցող ապրանքների շրջանառության ոլորտներին: Անբարեխիղճ մրցակցության փաստեր են արձանագրվել «Սուրճ», «Շոկոլադե կոնֆետներ», «Թեյ», «Ալկոհոլային խմիչքներ», «Վիճակախաղ» ապրանքային շուկաներում, որոնք հանգեցրել են նշված ապրանքատեսակի վերաբերյալ թյուր տպավորության ստեղծման (ապակողմնորոշման)՝ հասարակության մոլորեցման:

² Համահայկական համարը թույլ է տալիս, հավաքելով կողը առանց միջադառալի գանգերի վարձը վճարելու, Հայաստանի բոլոր վայրերից Դ-այլ-ափ (Dial-up - մոդեմով հեռախոսային գծերի միջոցով միացում ինտերնետ ցանցին) ծառայության միջոցով միանալ ինտերնետ ցանցին:

Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ հանրապետության ապրանքային շուկաներում տարբեր է մրցակցության իրավիճակը: Տարբեր ապրանքային շուկաներ, ելնելով իրենց բնորոշ առանձնահատկություններից, պահանջում են տարբերակված մոտեցում՝ մրցակցային միջավայրի բարելավմանն ուղղված միջոցառումների իրականացմամբ:

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, 2005 թվականին ծրագրավորում է իրականացնել տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը՝ հետևյալ ուղղություններով.

1. ապրանքային շուկաների տնտեսական մրցակցության իրավիճակի գնահատման անհրաժեշտ տեղեկատվական բազայի ընդլայնման,
2. մրցակցությունը սահմանափակող, կանխող կամ արգելող հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերման,
3. ապրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագծի, գերիշխող դիրքի հնարավոր չարաշահումների հայտնաբերման,
4. համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողության,
5. անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտման,
6. Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումների կատարման ապահովման,
7. ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերման և շուկայի հասանելիության ապահովման,
8. ՋԼՄ հրապարակումներին, տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումներին օպերատիվ արձագանքման,
9. տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նորմատիվային կարգավորման բարեփոխումներ:

Նշված ուղղությունների ապահովման նպատակով Հանձնաժողովը 2005 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 և նրանց կողմից չարաշահումների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ

- ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից կիրառվող գների դիտանցում,
- 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:

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 բազահայտում

- գովազդի նկատմամբ մշտական վերահսկողություն,
- քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, ՋԼՄ հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների իրականացում:

Ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերում և շուկայի հասանելիության ապահովում

- 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 ունեցած տեղեկատվության, պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների, տնտեսվարող սուբյեկտների հարցադրումների, ինչպես նաև ՋԼՄ հրապարակումների հիման վրա:

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նորմատիվային կարգավորման քարտեզի ստեղծումներ

- Օրենքի դրույթների կիրառման ապահովող համապատասխան նորմատիվային բազայի կատարելագործում,
- մրցակցային Օրենսդրության կիրառման հետ կապված պարզաբանումների հրապարակում,
- Եվրոպական մրցակցային օրենսդրության հետ ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության ներդաշնակեցման հետ կապված միջոցառումներ:

Շարադրված միջոցառումները ստորև ներկայացված աղյուսակում բերված են իրականացման ժամանակացույցով.

Աղյուսակ 12

h/h	Միջոցառում	Ժամկետ
1.	Տեղեկատվական քաղաքի ընդլայնում	
	<ul style="list-style-type: none"> 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)
	<ul style="list-style-type: none"> նախկինում ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության իրավիճակի դիտանցում և գնահատում 	հուլիս
2.	Հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ	
	<ul style="list-style-type: none"> օլիգոպոլ տիպի ապրանքային շուկաներում համաձայնեցված գների հայտնաբերմանն ուղղված դիտանցում, 	տարվա ընթացքում
	<ul style="list-style-type: none"> միևնույն ապրանքային շուկայի որոշակի տարածքներում, որոշակի ծավալներով, տեսականիով, սպառողների կամ մատակարարների խմբերով ապրանքների շրջանառության սահմանափակման դեպքերի ուսումնասիրություն, 	
	<ul style="list-style-type: none"> 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	
	<ul style="list-style-type: none"> գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից կիրառվող գների դիտանցում, 	տարվա ընթացքում
	<ul style="list-style-type: none"> գործընկերների նկատմամբ խտրական պայմանների, լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրման դեպքերի հայտնաբերման նպատակով՝ տնտեսվարող սուբյեկտների միջև իրավահարաբերությունների (պայմանագրային և այլ) ուսումնասիրություններ, 	
	<ul style="list-style-type: none"> ապրանքային շուկաներում ապրանքաշրջանառության ծավալների կրճատման դեպքում արհեստական պակասորդի բացառման նպատակով՝ ուսումնասիրությունների իրականացում 	
4.	Համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողություն	
	<ul style="list-style-type: none"> տնտեսվարող սուբյեկտների միաձուլումների, մեկ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից մյուսի բաժնետոմսերի (փայաբաժնի), միջոցների, տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ վերահսկողության սահմանման վերաբերյալ օպերատիվ տեղեկատվության ձեռքբերում 	տարվա ընթացքում
5.	Անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտում	
	<ul style="list-style-type: none"> գովազդի նկատմամբ մշտական վերահսկողություն, 	տարվա ընթացքում
	<ul style="list-style-type: none"> քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, ՉԼՄ հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների իրականացում 	
6.	Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումների կատարմանն ապահովում	տարվա ընթացքում
7.	Ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերում և շուկայի հասանելիության ապահովում	
	<ul style="list-style-type: none"> պետական կառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող որոշումների դիտանցում, 	տարվա ընթացքում
	<ul style="list-style-type: none"> տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող ակտերի ուսումնասիրություն , 	
	<ul style="list-style-type: none"> Օրենքով վերապահված լիազորությունների իրականացման ընթացքում պետական կառավարման մարմինների կողմից ստեղծվող խոչընդոտների ուսումնասիրություն 	
8.	ՉԼՄ հրամարակումների, տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումներին օպերատիվ արձագանքում	տարվա ընթացքում
9.	Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նորմատիվային կարգավորման բարեփոխումներ	
	<ul style="list-style-type: none"> Օրենքի դրույթների կիրարկումն ապահովող համապատասխան նորմատիվային քաղաքի կատարելագործում, 	տարվա ընթացքում

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ մրցակցային Օրենսդրության կիրառման հետ կապված պարզաբանումների հրապարակում, 	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 տնտեսավարող 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 տնտեսավարող 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 հասարակական կազմակերպությունների հետ,
 - ապրանքային շուկաներում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների հետ,
5. Հանձնաժողովի գործունեության թափանցիկության ապահովում՝ տեղեկագրերի, մամուլի ասուլիսների, ՉԼՄ-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 2005 թվականի տարեկան գործունեության ծրագրով՝ իր գործառույթների իրականացումն ապահովելու նպատակով նախատեսում է զարգացնել համագործակցությունը հասարակական կազմակերպությունների հետ: Անցած տարիների ընթացքում կատարված աշխատանքի շնորհիվ ձևավորվել է համագործակցության դաշտ, որի արդյունքում տնտեսական մրցակցության ոլորտի շահերը ներկայացնող կազմակերպությունները Հանձնաժողովի առջև բարձրացրել են կարգավորում պահանջող մի շարք հարցեր:

Մասնավորապես, «Դեղեր ներմուծող և արտադրող առևտրային իրավաբանական անձանց միություն», «Հասարակայնության հետ կապերի Հայաստանյան ասոցիացիա» հասարակական կազմակերպություններից ստացված հարցադրումների ուղղությամբ իրականացված հետազոտությունների արդյունքում կարգավորման անհրաժեշտություն է առաջացել «Դեղեր» ապրանքային շուկայում դեղերի ներմուծման ասպարեզում, ինչպես նաև բացահայտվել և կանխարգելվել են «Սուրճ» ապրանքային շուկայում մի շարք տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ցուցաբերված անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումները:

Հանձնաժողովը համագործակցության հետագա զարգացման նպատակով կազմակերպելու է օրենսդրական փոփոխությունների, նորմատիվային ընթացակարգերի, ստացված դիմումների համատեղ քննարկումներ, կլոր սեղաններ, դրանց արդյունքում ստացված տեղեկատվության վերլուծություն և հրապարակում:

Փոխադարձ հետաքրքրություններ ներկայացնող խնդիրների իրականացման արդյունավետությունը բարձրացնելու նպատակով նախատեսվում է ստացված դիմումներում բարձրացված հարցերի լուծման ուղղությամբ ձեռնարկված միջոցները և ստացված արդյունքը ներկայացնել հանրությանը:

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

Հանձնաժողովի գործունեության արդյունավետության, աշխատակիցների մասնագիտական որակավորման բարձրացման ուղղությամբ նախատեսվում է կազմակերպել.

- միջազգային կազմակերպությունների՝ USAID-ի «Առևտրային իրավունք և տնտեսական կարգավորում» ծրագրի ներքո կազմակերպվող փորձի փոխանակման, վերապատրաստման դասընթացներ,
- ներքին ուժերով մասնագիտական խորացված դասընթացներ, ինչն ուղղված կլինի Հանձնաժողովի կողմից ընդունված նորմատիվային ընթացակարգերի,

«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի դրույթների պարզաբանմանը, դրանց կիրարկման էլ ավելի արդյունավետ կազմակերպմանը,

- աշխատակազմի համար անցկացվող (պահանջվող) դասընթացների վերլուծության հիման վրա վերապատրաստման դասընթացների ծրագրի մշակում:

Կադրերի պատրաստման նպատակով Հանձնաժողովը համագործակցելու է նաև ՀՀ կրթության և գիտության նախարարության հետ:

Ծրագրավորվող տարում Հանձնաժողովն իր գործառույթների շրջանակում շարունակելու է համագործակցությունը Հայաստանի Հանրապետությունում գործող միջազգային գործակալությունների ու կազմակերպությունների, ինչպես նաև արտերկրում գործող նմանատիպ կառույցների և միջազգային մարմինների հետ, մասնակցելու է ԱՊՀ անդամ պետությունների հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի տարեկան նիստերին և հանդիպումներին: Միջազգային մրցակցության ցանց (ICN) կազմակերպության համագործակցության շրջանակներում Հանձնաժողովը մասնակցելու է նրանց կողմից խրախուսվող մրցակցության քաղաքականություն իրականացնող կառույցների կողմից կազմակերպվող միջոցառումներին և ICN-ի Աշխատանքային խմբերի ընթացիկ գործունեությանը, ինչպես նաև Տնտեսական համագործակցության զարգացման կազմակերպության (OECD) կողմից պարբերաբար կազմակերպվող միջազգային համաժողովներին:

Երկկողմ համագործակցության շրջանակներում տնտեսական մրցակցության ոլորտում համաձայնեցված քաղաքականության իրագործման միտումով նախատեսվում է էլ ավելի սերտացնել աշխատանքները Ռուսաստանի և Ուկրաինայի մրցակցության մարմինների հետ:

Գործունեության արդյունավետության բարձրացման և աշխատանքների հատազա առաջխաղացման նպատակով նախատեսվում է մշակել մրցակցության ոլորտի խթանմանն ուղղված տեխնիկական աջակցության ծարագրեր և զարգացնել գործող երկարաժամկետ ծրագրերը:

Մասնավորապես, Հանձնաժողովը նախատեսում է համագործակցել Համաշխարհային բանկի (WB) և ՀԲ Միջազգային ֆինանսական կորպորացիայի (FIAS) հետ՝ հատկապես Հայաստանում աղքատության կրճատման ռազմավարական ծրագրի շրջանակներում:

Համագործակցության զարգացման և համատեղ ծրագրերի իրագործման համար կշարունակվեն աշխատանքները Միավորված Ազգերի Կազմակերպության զարգացման ծրագրի (UNDP) և Եվրոպայի անվտանգության և համագործակցության կազմակերպության

երևանյան (OSCE) գրասենյակի հետ: Հանձնաժողովը նախատեսում է ստեղծել մասնագիտական գրադարան և վերոհիշյալ միջազգային կազմակերպություններից ձեռք բերել տնտեսական մրցակության վերաբերյալ ընդունված հիմնադրույթների և դասական մոտեցումների վերաբերյալ մասնագիտական գրականություն՝ որպես ուղեցույց առօրյա աշխատանքներում գործածելու նպատակով:

Նախատեսվում է իրականացնել համագործակցություն Ամերիկայի Իրավաբանների ընկերության (ABA) Իրավական նախաձեռնություն Կենտրոնական Եվրոպայի և Եվրասիայի համար (CEELI) միջազգային կազմակերպության հետ:

«ԱՊՀ անդամ երկրների տեխնիկական օժանդակության» ծրագրի (TACIS) շրջանակներում 2005 թվականի ընթացքում նախատեսում է ընդլայնել համագործակցությունը Եվրոպական Հանձնաժողովի (EC) պատվիրակության երևանյան գրասենյակի հետ, մրցակցության օրենսդրության կիրարկման, ենթաօրենսդրական դաշտի կատարելագործման, ինչպես նաև դրանք Եվրոպական չափանիշներին հետագա համապատասխանեցման նպատակով:

Փոխադարձ հետաքրքրություն ներկայացնող խնդիրների շուրջ նախատեսվում է շարունակել համագործակցությունը Հայ-եվրոպական տնտեսական և իրավական քաղաքականության խորհրդատվական կենտրոնի (AEPLAC) հետ:

Ծրագրային տարում կարգանա համագործակցությունը USAID-ի «Առևտրային իրավունք և տնտեսական կարգավորում» ծրագրի ֆինանսավորման ներքո գործող ԲերինգՓոյնթ (Բարենց Գ-բույ) կազմակերպության հետ: Օժանդակության հիմնական նպատակներից բացի, սույն համագործակցությունը կնպաստի Հանձնաժողովին և Միացյալ Նահանգների Ֆեդերալ առևտրի հանձնաժողովի (US FTC), Արդարադատության դեպարտամենտի (US DOJ) միջև կապերի սերտացմանը: