

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ  
ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ

Ծ Ր Ա Գ Ի Ր

2003 ԹՎԱԿԱՆԻ

ՏԱՐԵԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ

ԵՐԵՎԱՆ 2002

## Ք ո վ ա ն դ ա կ ո թ յ ո ն

Ներածություն	2
1. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը	3
2. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները, դրանց իրականացման ժամանակացույցը և կարգավորման մեխանիզմները	9
3. Օրենքով սահմանված խնդիրների և գործառույթների իրականացման համար Հանձնաժողովի կողմից կիրառման ենթակա անհրաժեշտ այլ խնդիրներ	12
3.1. Հանձնաժողովի գործունեության հրապարակայնության ապահովում	12
3.2. Համագործակցություն պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների և հասարակական կազմակերպությունների հետ	12
3.3. Միջազգային համագործակցություն	13
Հավելված	15

## **Ներածություն**

Սույն ծրագրի (այսուհետ՝ Ծրագիր) նպատակն է նախատեսվող ժամանակահատվածում նպաստել տնտեսական մրցակցության պաշտպանությանը, մրցակցային միջավայրի ձևավորմանն ու զարգացմանը:

Այս առումով, Ծրագիրը «ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի 2002 թվականի տարեկան գործունեության ծրագրի» օրգանական շարունակությունն է: Նրանում հաշվի են առնված նախորդ տարվա ծրագրում առաջադրված և ընթացիկ տարում լուծված խնդիրները, ներկայիս հիմնահարցերը, օրենսդրական, մեթոդական, տեղեկատվական, կադրային և ֆինանսական ապահովվածությունը:

Վերլուծության համար հիմք է ծառայել պաշտոնական տեղեկատվությունը: Վերլուծությունը կատարված է վերջին մեկ տարվա տվյալներով, իսկ առանձին ապրանքային շուկաներում՝ երկու տարվա:

Ծրագրում վերլուծված է հանրապետության մի շարք ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության իրավիճակը, բացահայտված են առկա հիմնախնդիրները, ներկայացված են տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումներն ու դրանց իրականացման մեխանիզմներն ու ժամանակացույցը: Ծրագիրը պարունակում է նաև Հանձնաժողովի գործունեության այլ ուղղություններ՝ հրապարակայնության, պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների ու հասարակական կազմակերպությունների, ինչպես նաև՝ միջազգային կառույցների հետ համագործակցության ապահովումը:

## **1. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը**

Հանրապետության մի շարք ապրանքային շուկաներում մրցակցության իրավիճակի ուսումնասիրությունները և վերլուծությունները ցույց են տալիս, որ հանրապետության ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության զարգացման ընդհանուր միտումներ են նկատվում:

Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրված ապրանքային շուկաների տնտեսական մրցակցային իրավիճակի հետևյալ բնութագրիչները՝ կենտրոնացվածության աստիճանները, ներկրման ներթափանցման աստիճանները, դրանցում տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը և գերիշխող դիրք ունեցողների բաժինները ներկայացված են աղյուսակ 1-ում: Կենտրոնացվածության աստիճաններն առավել ընդարձակ են ներկայացված հավելվածում:

«Կերակրի և տեխնիկական աղ», «Ցեմենտ» և «Գաջ» ապրանքային շուկաներում կենտրոնացվածության աստիճանը խիստ բարձր է, յուրաքանչյուրում գործում են ընդամենը երկուական տնտեսվարող սուբյեկտներ: Ներկրման ներթափանցման աստիճանը<sup>1</sup>, որի հանրապետական ընդհանրացված ցուցանիշը շուրջ 15 տոկոս է, այս շուկաներում աննշան է (այդ ապրանքատեսակների նկատմամբ պահանջարկը հիմնականում ձևավորվում է տեղական արտադրության հաշվին):

«Կերակրի և տեխնիկական աղ» ապրանքային շուկայում գործող երկու տնտեսվարող սուբյեկտներից մեկը ակնհայտ գերիշխող դիրք ունի (բաժինը ավելի քան 99,9 տոկոս է): «Ցեմենտ» և «Գաջ» ապրանքային շուկաներում գործող բոլոր չորս տնտեսվարող սուբյեկտներն էլ գերիշխող դիրք ունեն, որոնց բաժիններն այդ ապրանքային շուկաներում միմյանց գրեթե հավասար են: Գրանցից ոչ մեկի գործողությունը, այլ հավասար պայմաններում, մյուսի վրա ազդելու, մրցակցությունը սահմանափակելու հնարավորություն գործնականում չի ընձեռում: Այսինքն՝ դրանցից յուրաքանչյուրը, առանձին վերցրած, իր գերիշխող դիրքը չարաշահելու քիչ հնարավորություն ունի: Նշված

<sup>1</sup> Շուկայում ներկրման ներթափանցման աստիճանը հաշվարկվել է  $\frac{N}{(U+N-U_n)}$  բանաձևով, որտեղ N՝ ներկրման ծավալն է, U՝ արտադրության ծավալը,  $U_n$ ՝ արտահանման ծավալը:

տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից գերիշխող դիրքի չարաշահումը հնարավոր կլինի փոխհամաձայնեցված գործողությունների ծավալման դեպքում:

**Աղյուսակ 1**

**Ապրանքային շուկաներում կենտրոնացվածության և ներկրման ներթափանցման աստիճանները, տնտեսվարող սուբյեկտների թվերը և իրացման ծավալներում որոշակի խմբերի բաժինները**

N	Ապրանքային շուկաները	Շուկայում տնտ. սուբ. թիվը		Իրացման ընդհանուր ծավալում առաջին երեք խոշոր տնտ. սուբ. բաժինը*, %		Գերիշխող դիրք ունեցող տնտ. սուբ. բաժինը**, %		Ներկրման ներթափանցման աստիճանը, %	
		2000թ.	2001թ.	2000թ.	2001թ.	2000թ.	2001թ.	2000թ.	2001թ.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Կերակրի և տեխնիկական աղի	2	2	100,00	100,00	99,99	99,97	0,01	0,03
2	Գարեջրի	5	6	99,59	99,70	74,62	71,97	0,58	0,55
3	Շշալցված հանքային ջրերի	20	48	68,80	66,63	37,1	33,47	0,50	0,13
4	Սուրճի	20	21	71,76	57,30	34,86	-	100,00	100,00
5	Չովացուցիչ ջրերի	54	-	88,15	-	66,41	-	1,21	0,47
6	Ֆիլտրով ծխախոտի	-	12	-	81,66	-	44,03	-	82,38
7	Առանց ֆիլտր ծխախոտի	-	6	-	97,43	-	91,62	0	5,33
8	Կոնյակի	17	13	95,10	85,8	83,6	66,6	0,71	-
9	Շամպայն և փրփրուն գինիների	6	18	95,30	89,42	84,7	81,22	6,27	4,79
10	Պաղպաղակի	8	10	86,3	85,16	38,6 (35,1)	35,08 (34,07)	0	0
11	Գաջի	2	2	100	100	55,7 (44,3)	52,9 (47,1)	0	0
12	Գեղորայքի	77	72	28,83	30,07	-	-	100,46	87,16
13	Շաքարի	-	9	-	98	-	79,8	100	100
14	Բենզինի	-	14	-	58,1	-	-	100	100
15	Էթիլային սպիրտի	-	20	-	95,15	-	79,83	0	0
16	Օդու	-	47	-	80,41	-	46,47	0,50	3,23
17	Գինու	-	43	-	64,58	-	-	2,08	1,19
18	Պարենային ցորենի	-	18	-	59,71	-	41,67	-	88,87
19	Ֆուրաժային ցորենի	-	8	-	94,36	-	38,16 (35,87)	-	94,51
20	Կենդանական յուղի	-	24	-	61,73	-	-	100,29	99,67
21	Բուսական յուղի	-	85	-	55,87	-	-	100	99,16
22	Ցեմենտի	-	2	-	100	-	51,62 (48,38)	0,44	0,3

\* Գծիկով նշվածը ցույց է տալիս, որ տվյալ ժամանակահատվածում ապրանքային շուկաներում ուսումնասիրություն չի իրականացվել:

\*\* Փակագծերում նշված է տվյալ ապրանքային շուկայում երկրորդ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը: Գծիկները ցույց են տալիս, որ տվյալ ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ չկա:

Կենտրոնացվածության աստիճանը բարձր է նաև «Պաղպաղակ» ապրանքային շուկայում, չնայած՝ նախորդ տարվա համեմատ այն նվազել է

1,14 տոկոսային նիշով: Նույն ժամանակահատվածում այս շուկայի մասնակիցների թիվը ավելացել է երկուսով, սակայն շուկան մնացել է օլիգոպոլ: Այս շուկայում գործող գերիշխող դիրք ունեցող երկու տնտեսվարող սուբյեկտների բաժիններն իրացման ընդհանուր ծավալում նվազել են, համապատասխանաբար՝ 3,52 և 1,03 տոկոսային նիշերով: Շուկան ամբողջությամբ հագեցված է տեղական արտադրանքով:

«Շամպայն և փրփրուն գինիներ», «Կոնյակ» ապրանքային շուկաներում կենտրոնացվածության աստիճանները և գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները իրացման ընդհանուր ծավալներում նվազել են, սակայն դրանք մնացել են բավականին բարձր և այդ սուբյեկտներն օժտված են շուկայական իշխանությամբ: «Շամպայն և փրփրուն գինիներ» ապրանքային շուկայում նկատվել է տնտեսվարող սուբյեկտների թվի էական աճ՝ տեղական արտադրողների հաշվին, իսկ ներկրման ներթափանցման աստիճանը հանրապետական ընդհանրացված ցուցանիշից բավականին ցածր է: «Կոնյակ» ապրանքային շուկայում տեղի է ունեցել գործող տնտեսվարող սուբյեկտների թվի նվազում, իսկ շուկա ներկրման ներթափանցման աստիճանը, ավանդաբար, մնում է ցածր:

«Գարեջուր» ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտը պահպանել է իր դիրքը՝ չնայած որ նախորդ տարվա համեմատությամբ տվյալ ապրանքային շուկայում իրացման ընդհանուր ծավալում իր բաժինը նվազել է:

Կենտրոնացվածության բարձր աստիճանը պահպանվել է նաև «Շաքար» (98,0%), «Առանց ֆիլտրի ծխախոտ» (97,4%), «Էթիլային սպիրտ» (95,2%) ապրանքային շուկաներում, դրանցում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտները օժտված են շուկայական բացարձակ իշխանությամբ, համապատասխանաբար՝ 79,8%, 91,62% և 79,83% բաժիններով:

«Շաքար» և «Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկաներում ներկրման ներթափանցման աստիճանը հանրապետական ընդհանրացված ցուցանիշից շատ բարձր է, (համապատասխանաբար՝ 100,0 և 88,9 տոկոս), իսկ «Էթիլային սպիրտ» ապրանքային շուկայում այն զրոյական է: Սպիրտի տեղական արտադրության ծավալները անցած երեք տարիների ընթացքում աստիճանաբար աճել են և ամբողջությամբ փոխարինել են ներկրմանը:

Աճել են նաև գարեջրի և գինու ինչպես արտադրության, այնպես էլ արտահանման ծավալները: Սա հիմնականում պայմանավորված է ներքին

շուկայում հայրենական արտադրանքի բարձր մրցունակությամբ (որակով և գնային մատչելիությամբ):

Ապրանքային շուկաներում մրցակցային իրավիճակի մասին են վկայում նաև աղյուսակ 2-ի տվյալները:

## Աղյուսակ 2

### Մի շարք ապրանքային շուկաներում առավել մեծ իրացում ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները և բացարձակ շուկայական իշխանության գործակիցները

Հ/Հ	Ապրանքային շուկաներ	Իրացման ընդհանուր ծավալում ամենամեծ իրացում ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը, %		Տնտեսվարող սուբյեկտների բացարձակ շուկայական իշխանության* գործակիցները	
		2000թ.	2001թ.	2000թ.	2001թ.
1	2	3	4	5	6
1	Շշալցված հանքային ջրերի	37,10	33,47	0,98	1,01
2	Սուրճի	34,86	25,93	0,94	0,83
3	Ֆիլտրով ծխախոտի	-	44,03	-	1,17
4	Դեղորայքի	12,67	13,49	0,78	0,81
5	Բենզինի	-	22,50	-	0,63
6	Օդու	-	46,47	-	1,37
7	Գինու	-	30,87	-	0,92
8	Պարենային ցորենի	-	41,64	-	2,3
9	Ոչ պարենային ցորենի	-	38,16	-	0,68
10	Կենդանական յուղի	-	26,73	-	0,76
11	Բուսական յուղի	-	31,12	-	1,26

\* Տնտեսվարող սուբյեկտների բացարձակ շուկայական իշխանությունը որոշված է

$$\begin{cases} \delta_1 + \delta_2 + \delta_3 > 0,7 \\ \delta_1 / (\delta_2 + \delta_3) > 1 \end{cases}$$

անհավասարությունների համակարգով, որտեղ  $\delta_1$ -ը,  $\delta_2$ -ը և  $\delta_3$ -ը շուկայում առավել մեծ իրացման ծավալ ունեցող առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժիններն են:

«Ֆիլտրով ծխախոտ», «Օդի» և «Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկաներում իրացման ծավալներով առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները յուրաքանչյուր ապրանքային շուկայում գերազանցում են իրացման ընդհանուր ծավալի 80 տոկոսը:

«Շշալցված հանքային ջրեր» ապրանքային շուկայում իրացման ծավալներով առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինը մոտ 70 տոկոս է, իսկ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների բացարձակ շուկայական իշխանության գործակիցը մոտ մեկ է:

Հանրապետության մի շարք սպրանքային շուկաներում մրցակցային իրավիճակի մասին նախորդ աղյուսակին զուգահեռ վկայում է աղյուսակ 2-ի տվյալների վերլուծությունը:

Հանրապետության մի շարք սպրանքային շուկաներում (հեռահաղորդակցություն՝ ինը տեսակ ծառայություններ և յոթ տեսակ հանքային ջրերի արդյունահանում) պետության կողմից տրված բացառիկ իրավունքով (լիցենզիայով) գործում են մեկական տնտեսվարող սուբյեկտներ (իրացման բաժինը՝ հարյուրական տոկոս):

«Սուրճ», «Դեղորայք», «Գինի», «Կենդանական յուղ» և «Բուսական յուղ» սպրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք և շուկայական իշխանություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներ չկան:

Չնայած «Բենզին» սպրանքային շուկայում նույնպես գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներ չկան, սակայն հիմքեր կան ենթադրելու, որ այս դաշտում կարող են գործել որոշակի ուղղահայաց և հորիզոնական հակամրցակցային համաձայնություններ: Այս ուղղությամբ ուսումնասիրությունները շարունակվում են:

Հետազոտությունները ցույց են տվել, որ «Շաքարավազ», «Օղի», «Ցորեն», «Էթիլային սպիրտ» սպրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք է գրավում միևնույն ընկերությունը, որի բաժինը զգալի է նաև «Սուրճ», «Կենդանական յուղ» սպրանքային շուկաներում: «Ցորեն», «Ցորենի ալյուր», «Օղի», «Էթիլային սպիրտ» սպրանքային շուկաների տեխնոլոգիական փոխկապվածության հետևանքով տնտեսվարող սուբյեկտների միջև արդեն իսկ հաստատված կապերի առկայության պայմաններում զգալիորեն դժվարացել է նոր տնտեսվարող սուբյեկտների մուտքը նշված շուկաներ: Այդ հարցերն ուսումնասիրվում են Հանձնաժողովի կողմից թե՛ տեխնոլոգիական, թե՛ տնտեսվարող սուբյեկտների փոխկապակցվածության գործոնները հաշվի առնելով:

Դիտարկված որոշակի սպրանքային շուկաներում Հանձնաժողովը բացահայտել է գերիշխող դիրքի չարաշահման, ինչպես նաև անբարեխիղճ մրցակցության բազմաթիվ դրսևորումներ: Ինչ վերաբերվում է հակամրցակցային համաձայնությունների և Օրենքով չարտոնված համակենտրոնացումների հայտնաբերմանը, ապա ուսումնասիրված սպրանքային շուկաներում դրանք դեռևս չեն բացահայտվել:

Մասնավորապես, գերիշխող դիրքի չարաշահման փաստեր են բացահայտվել հեռահաղորդակցության ոլորտում մատուցվող ծառայությունների բնագավառում:

Անբարեխիղճ մրցակցության բնագավառում արձանագրված դեպքերը հատկապես դրսևորվել են ապրանքային շուկայում մրցակից տնտեսվարող սուբյեկտի կամ նրա գործունեության վերաբերյալ շփոթության և մոլորեցման առաջացման (ապրանքի տեսքի, գույնի, որակի, արտադրության գործընթացի, որոշակի նպատակի համար դրանց պիտանելիության), գրանցված կամ չգրանցված ապրանքային և սպասարկման նշանների օգտագործման ճանապարհով:

Անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումները մեծամասամբ վերաբերում են պարենային ապրանքների ոլորտի շուկաներին՝ ոգելից խմիչքներ, հանքային և զովացուցիչ ջրեր, թեյ, հրուշակեղեն, բուսական և կենդանական յուղ:

Շուկաների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ առկա են նաև տնտեսական և վարչական բնույթի խոչընդոտներ, որոնք դժվարացնում են տնտեսվարող սուբյեկտների մուտքը շուկա և ստեղծում խտրական պայմաններ:

Կախված ոլորտների առանձնահատկություններից, տնտեսական խոչընդոտները տարբեր շուկաներում տարաբնույթ են: Սի շարք շուկաներ մուտքի խոչընդոտները պայմանավորված են մասշտաբի էֆեկտով: Առանձին ապրանքային շուկաներում էական ազդեցություն ունեն նաև արդեն իսկ ձևավորված ուղղահայաց կապերը (արտադրող-մատակարարող-սպառող), որոնք կարող են հակամրցակցային բնույթ կրել:

Հազվադեպ չեն այն դեպքերը, երբ ապրանքային շուկաների մրցակցային իրավիճակի վրա բացասական ազդեցություն են գործում օրենսդրության անհատակությունն ու անկատարությունը, որը պետական կառավարման և այլ մարմինների աշխատակիցներին հնարավորություն է ընձեռում որոշում ընդունելու ընթացքում դրսևորել սուբյեկտիվ մոտեցում: Դրա օրինակներից մեկն է ներկրվող ապրանքների մաքսազերծման ժամանակ մաքսային արժեքի որոշման գործող համակարգը:

Ապրանքային շուկայում մրցակցության զարգացման վրա մրցույթների անցկացումը անշուշտ իր դրական ազդեցությունն է ունենում, սակայն դրանց անցկացման կարգերի և մեխանիզմների վերաբերյալ հաճախակի ստացվող բողոքների հիման վրա անհրաժեշտություն է դարձել ուսումնասիրել այդ շուկաների մուտքի խոչընդոտները:

Հետևաբար, անհրաժեշտ է հետևողական աշխատանքներ իրականացնել համապատասխան մարմինների գործունեությունը կանոնակարգող օրենքներում և ենթաօրենսդրական ակտերում նմանատիպ դրույթների վերացման և հետագայում դրանց բացառման ուղղությամբ:

Շուկաների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ դրանցում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների թվի փոփոխությունն աննշան է: Դրա հիմնական պատճառն այն է, որ շուկա մուտք գործելու խոչընդոտները հիմնականում ազդում են փոքր և միջին տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեության վրա: Այդ խոչընդոտների առկայությունը թույլ չի տալիս փոքր և միջին տնտեսվարող սուբյեկտներին ապրանքային շուկաներում ծավալել լիարժեք գործունեություն:

## **2. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները, դրանց իրականացման ժամանակացույցը և կարգավորման մեխանիզմները**

Ծրագրավորվող տարում իրականացվելու են մրցակցության պաշտպանության խնդիրների կարգավորմանն ուղղված մի շարք միջոցառումներ, որոնք ներառելու են.

- տնտեսվարող սուբյեկտների շուկա մուտք գործելու՝ կառուցվածքային, ինստիտուցիոնալ, վարչական և վարչարարական բնույթի արգելքների վերացում
- անբարեխիղճ մրցակցության փաստերի հայտնաբերում և դրանց վերացմանն ուղղված միջոցառումների օպերատիվ իրականացում
- հասարակության և գործարար հանրության շրջանում տնտեսական մրցակցության օրենսդրության քարոզչություն, մրցակցային մտածողության ձևավորմանն ուղղված աշխատանքների, ուսումնական գործընթացների կազմակերպում
- պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների, պաշտոնատար անձանց հետ մրցակցության պաշտպանության խնդիրների կարգավորմանն ուղղված համատեղ աշխատանքների իրականացում
- Հանձնաժողովի աշխատանքների թափանցիկության ապահովում, իրականացված ուսումնասիրությունների արդյունքներին հասարակության իրազեկում

- ստացված դիմումների, ահազանգերի, զանգվածային լրատվության միջոցների հրապարակումների օպերատիվ արձագանքում
- տեղեկատվական բազայի նորացում և ընդլայնում:

Նշված միջոցառումների իրականացումը նպատակամղվելու է՝

- տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողության ուժեղացմանը, ինչպես նաև օրենսդրության խախտումների փաստերի արձագանքման օպերատիվության բարձրացմանը
- հակամրցակցային գործողությունների և վարքագծի նախազգուշացմանը, կանխմանը, սահմանափակմանը և արգելմանը, այդ թվում՝
  - գերիշխող դիրքի չարաշահման փաստերի, անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների վերացում
  - պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների այն գործողությունների կանխարգելում, որոնք կարող են հանգեցնել շուկա մուտք գործելու խոչընդոտների առաջացմանը
  - մրցակցային քաղաքականության իրավական դաշտի կատարելագործում՝
    - ◆ համալիր սկզբունքի հիման վրա մրցակցության օրենսդրության մեջ փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու առաջարկությունների նախապատրաստում,
    - ◆ Օրենքի գործնական կիրարկման ապահովման մեթոդական և նորմատիվային բազայի ընդլայնում:

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանությանն ուղղված միջոցառումների կատարման ժամանակացույցը ներկայացված է աղյուսակ 3-ում:

Աղյուսակ 3.

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության 2003 թվականի միջոցառումների  
իրականացման ժամանակացույց

Միջոցառման անվանումը	Կատարման ժամկետը
1. Շուկաների ուսումնասիրություն	
ա) արդյունաբերական արտադրանքի ապրանքային շուկաներ	տարվա ընթացքում
բ) գյուղատնտեսության ոլորտի շուկաներ	II կիսամյակ
գ) էներգակիրների ոլորտի ապրանքային շուկաներ	I կիսամյակ
դ) ծառայությունների ոլորտի ապրանքային շուկաներ	II կիսամյակ
2. Իրավական ակտերի մշակում	
ա) «Տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից էական մրցակցության չհանդիպելու չափորոշիչների որոշման կարգ»	I կիսամյակ
բ) «Համակենտրոնացումների հայտարարագրման և թույլտվությունների տրման կարգ»:	
3. Անհավասար մրցակցային պայմանների դրսևորումների և շուկայի մուտքի խոչընդոտների ուսումնասիրություն, հայտնաբերում	
ա) մրցույթների կազմակերպման,	տարվա ընթացքում
բ) լիցենզիաների, սերտիֆիկացման և այլ թույլտվությունների տրամադրման,	
գ) տարբեր արտոնությունների, պետական օժանդակության տրամադրման,	
դ) հարկային և մաքսային օրենսդրության որոշ դրույթների կիրառման ոլորտներում:	
4. Գերիշխող դիրքի չարաշահման փաստերի հայտնաբերմանն ու վերացմանն ուղղված միջոցառումների իրականացում	տարվա ընթացքում
5. Անբարեխիղճ մրցակցության կանխարգելմանն ուղղված միջոցառումներ	
ա) ընդհանուր բնույթ կրող դեպքերի ուսումնասիրություն և կանոնակարգված մոտեցումների ձևավորում	տարվա ընթացքում
բ) գովազդի մեջ անբարեխիղճ մրցակցության դեպքերի հայտնաբերում և կանոնակարգում:	
6. Տեղեկատվական բազայի նորացում և ընդլայնում	տարվա ընթացքում
7. Դիմում-բողոքների, ՉԼՄ-ների հրապարակումների ուսումնասիրություն և օպերատիվ արձագանքում	տարվա ընթացքում
8. Նախորդ տարիներին ուսումնասիրված շուկաներում մրցակցային միջավայրի դիտանցում (մոնիտորինգ)	տարվա ընթացքում
9. Աշխատակազմի որակավորման բարձրացման միջոցառումների անցկացում	տարվա ընթացքում
10. Հանրապետության ապրանքային շուկաներին առնչվող հարցերով ԱՊՀ և արտասահմանյան այլ երկրների հետ համատեղ աշխատանքների իրականացում, միջազգային այլ գործունեություն	տարվա ընթացքում

### **3. Օրենքով սահմանված խնդիրների և գործառույթների իրականացման համար Հանձնաժողովի կողմից կարգավորման ենթակա անհրաժեշտ այլ խնդիրներ**

Հանձնաժողովի՝ Օրենքով սահմանված գործառույթներից և վերը ներկայացված միջոցառումներից բացի, իրականացվելու են նաև հետևյալ աշխատանքները:

#### **3.1. Հանձնաժողովի գործունեության հրապարակայնության ապահովում**

Հանձնաժողովը, իր գործունեության հրապարակայնությունն ապահովելու նպատակով, շարունակելու է տեղեկագրի հրատարակումը, որտեղ ներառված կլինեն Հանձնաժողովի ընդունած որոշումները, կիրառվող մեթոդական ցուցումները, մրցակցության խնդիրներին վերաբերող այլ նյութեր: Ձանգվածային լրատվության միջոցներում կշարունակվի լուսաբանվել նաև մրցակցության պաշտպանության բնագավառում տարվող քաղաքականությունը:

#### **3.2. Համագործակցություն պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների և հասարակական կազմակերպությունների հետ**

Հանձնաժողովն իր գործառույթներն իրագործելու նպատակով շարունակելու է ընդլայնել և խորացնել արդեն իսկ կայացած գործնական կապերը: Այն կընթանա ինչպես անհրաժեշտ տեղեկատվության ստացման և փոխանակման, այնպես էլ մրցակցության պաշտպանության տարբեր մակարդակներում համատեղ գործունեության ծրագրերի մշակման ու իրականացման ճանապարհով:

Իշխանության գործադիր թևի հետ համագործակցությունը կշարունակվի այնպիսի գործնական ընթացակարգերի ապահովման ուղղությամբ, որոնք կպարտավորեցնեն պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմիններին որոշումների ընդունման ժամանակ հաշվի առնել մրցակցության վրա դրանց հնարավոր ազդեցությունը:

Հանձնաժողովը նախատեսում է համատեղ աշխատանքներ իրականացնել հասարակական կազմակերպությունների, այդ թվում՝ արտադրողների և սպառողների միությունների և դրանց իրավունքների

պաշտպանության ասոցիացիաների հետ: Այն կրնա սպառողների դիմումների քննարկման և արձագանքման, սպառողների շահերի պաշտպանության օրենսդրության կատարելագործման, այդ հարցերին նվիրված գիտա-գործնական հավաքներին և այլ միջոցառումներին նրանց մասնակցության ապահովման ուղղությամբ:

### **3.3. Միջազգային համագործակցություն**

Ծրագրավորվող տարում Հանձնաժողովը շարունակելու է համագործակցությունը միջազգային կազմակերպությունների, ինչպես նաև ԱՊՀ անդամ և արտասահմանյան այլ երկրների մրցակցության պաշտպանության մարմինների հետ:

Ընդլայնվելու է համագործակցությունը միջազգային կազմակերպությունների հետ, մասնավորապես՝ անմիջական համագործակցություն կծավալվի Սևծովյան տնտեսական համագործակցության շրջանակներում կազմակերպվելիք միջոցառումներին մասնակցություն ցուցաբերելու ճանապարհով:

Անկախ պետությունների համագործակցության շրջանակներում Հանձնաժողովը նախատեսում է մասնակցել ԱՊՀ անդամ երկրների հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի աշխատանքներին և հերթական նիստերին, որի հիմնական նպատակն է ԱՊՀ անդամ երկրների միջև համաձայնեցված քաղաքականության մշակումն ու իրականացումը:

«Մրցակցության միջազգային ցանց» (ICN) կազմակերպության հետ համագործակցության շրջանակներում նախատեսվում է ակտիվ մասնակցություն ցուցաբերել վերջինիս աշխատանքային խմբերի նիստերին և տարեկան համագումարին: Սա մեծապես կնպաստի զարգացած երկրների մրցակցային պաշտպանության մարմինների հետ Հանձնաժողովի ուղղակի կապերի ստեղծմանը և արժեքավոր փորձի ձեռք բերմանը, ինչպես նաև՝ աշխատակիցների մասնագիտական որակավորման բարձրացմանը:

Ծրագրավորվող տարում Հանձնաժողովը կշարունակի համագործակցել նաև տնտեսական մրցակցության պաշտպանության ոլորտի հետ առնչություն ունեցող միջազգային այլ կազմակերպությունների հետ՝ Տնտեսական համագործակցության զարգացման կազմակերպություն (OECD),

Համաշխարհային բանկ (WB), Առևտրի համաշխարհային կազմակերպություն (WTO):

ԱՊՀ և այլ երկրների մրցակցության պաշտպանության մարմինների հետ համագործակցության շրջանակներում Հանձնաժողովը նախատեսում է կենտրոնանալ գործնական կապերի հաստատման և մրցակցության պաշտպանության բնագավառում առկա փորձին անմիջականորեն ծանոթանալու գործընթացի վրա:

Հանձնաժողովն ավելի կսերտացնի իր գործնական կապերը Ռուսաստանի, Ուկրաինայի և Վրաստանի հետ՝ հիմք ընդունելով 2002 թվականին այդ երկրների մրցակցային պաշտպանությունն իրականացնող մարմինների հետ կնքած համագործակցության պայմանագրերը:

Տեխնիկական օժանդակություն ստանալու նպատակով Հանձնաժողովն իր առաջնահերթ խնդիրներից է համարում Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների միջազգային զարգացման գործակալության (USAID) Երևանյան գրասենյակի և Տնտեսական քաղաքականության և իրավական հարցերով հայ-եվրոպական խորհրդատվական կենտրոնի (AEPLAC/TACIS) հետ համագործակցության շարունակումը, որը կնպաստի Հանձնաժողովի կանոնակարգված աշխատանքների իրականացմանը, ինչպես նաև՝ Հանձնաժողովի աշխատակիցների մասնագիտական որակավորման բարձրացմանը:

**Հավելված**

**Առանձին ապրանքային շուկաներում կենտրոնացվածության աստիճանը<sup>1</sup>**

N	Ապրանքային շուկաների անվանումը	2000 թվականին			2001 թվականին		
		CR-1	CR-2	CR-3	CR-1	CR-2	CR-3
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Կերակրի և տեխնիկական աղ	99.99	100.00	X	99.97	100.00	X
2	Գարեջուր	74.62	99.53	99.56	71.97	99.02	99.70
3	Շշալցված հանքային ջրեր	37.10	57.40	74.80	33.47	52.37	66.63
4	Սուրճ	34.86	55.50	72.00	25.93	44.81	57.30
5	Չովացուցիչ ջրեր	66.41	87.01	88.15	-	-	-
6	Ծխախոտ <sup>2</sup>	39.74	75.22	84.17	91.62	95.95	97.43
					44.03	66.59	81.66
7	Կոնյակ	83.60	91.10	95.10	66.60	79.00	85.80
8	Փրփրուն գինի և շամպայն	84.70	91.10	95.30	81.22	85.93	89.42
9	Պաղպաղակ	38.60	73.70	86.30	35.08	69.15	85.16
10	Գաջ	55.70	100.00	-	52.90	100.00	X
11	Դեղորայք	12.67	22.95	28.83	13.49	23.06	30.06
12	Շաքար	-	-	-	79.80	95.00	98.00
13	Բենզին	-	-	-	22.50	42.30	58.10
14	Էթիլային սպիրտ	-	-	-	79.83	90.05	95.15
15	Օդի	-	-	-	46.47	68.93	80.41
16	Գինի	-	-	-	30.87	47.73	64.58
17	Ցորեն <sup>3</sup>	-	-	-	41.64	53.08	59.71
					38.16	74.03	94.36
18	Կենդանական յուղ	-	-	-	26.73	48.34	61.73
19	Բուսական յուղ	-	-	-	31.12	45.63	55.97
20	Ցեմենտ	-	-	-	51.44	99.60	100.00
21	Հեռահաղորդակցություն	100.00	X	X	100.00	X	X
22	«Բջնի» հանքային ջրերի արդյունահանում	100.00	X	X	100.00	X	X
23	«Արարատ» հանքային ջրերի արդյունահանում	100.00	X	X	100.00	X	X
24	«Դիլիջան» հանքային ջրերի արդյունահանում	100.00	X	X	100.00	X	X
25	«Հանքավան» հանքային ջրերի արդյունահանում	100.00	X	X	100.00	X	X
26	«Ջերմուկ», «Լոռի», «Արզնի» հանքային ջրերի արդյունահանում	100.00	X	X	100.00	X	X

<sup>1</sup> Արտահայտված է միջազգայնորեն կիրառվող «կենտրոնացվածության գործակցով» (CR-ով), որը տվյալ շուկայի իրացման ընդհանուր ծավալում առավել խոշոր բաժիններ ունեցող մեկ (սյունյակ 3 և 6), երկու (սյունյակ 4 և 7) և երեք (սյունյակ 5 և 8) տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինների գումար է: Գործակցի աճն արտացոլում է կենտրոնացվածության բարձրացումը և հակառակը:

<sup>2</sup> Ծխախոտի ապրանքային շուկան 2001թ. ուսումնասիրության ժամանակ տարանջատված էր առանց ֆիլտր (առաջին տող) և ֆիլտրով (երկրորդ տող) սիգարետի շուկաներից:

<sup>3</sup> Ցորենի ապրանքային շուկան 2001թ. ուսումնասիրության ժամանակ տարանջատված էր պարենային (առաջին տող) և ֆուրաժային (երկրորդ տող) ցորենի շուկաներից: