



**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ  
ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ**

**2007 ԹՎԱԿԱՆԻ ՏԱՐԵԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ  
ԾՐԱԳԻՐ**

*Երևան 2006*

## Բովանդակություն

Ներածություն.....

*I. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը .....*

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

*III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները .....*

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

## Ներածություն

Մույն ծրագիրն ապահովում է Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետ՝ նաև՝ Հանձնաժողով) 2002-2006 թվականների տարեկան գործունեության ծրագրերի շարունակականությունը և նպատակ ունի 2007 թվականի ընթացքում ապրանքային շուկաներում պաշտպանել և խրախուսել տնտեսական մրցակցությունը, ապահովել բարեխիղճ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայր, նպաստել ձեռնարկատիրության զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը Հայաստանի Հանրապետությունում:

Ծրագիրը, հենվելով ապրանքային շուկաների տնտեսական մրցակցության իրավիճակի ուսումնասիրության վրա, արտացոլում է մրցակցության զարգացման դերն ու տեղը տնտեսական բարեփոխումների համակարգում, ամրագրում է նպատակներ, խնդիրներ և ապրանքային շուկաներում մրցակցության զարգացման գերակա ուղղություններ, ինչպես նաև ելնելով ապրանքային շուկայի առանձնահատկություններից, սահմանում է ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում մրցակցության զարգացման համար միջոցառումները:

Ծրագրի առաջնային ուղղություններն են՝ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական քաղաքականության դրույթների իրականացումը, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության դրույթների կատարելագործումը, ապրանքային շուկաների կառուցվածքի որոշումը, ապրանքային շուկաներում «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) չարաշահումների սահմանափակումը, կանխումը և արգելումը, ձեռնարկատիրության զարգացմանը նպաստումը:

### I. Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծությունը և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը

Տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծության արդյունքները և առկա հիմնախնդիրների բացահայտումը հատկորոշում են մրցակցային քաղաքականության իրականացման համար անհրաժեշտ միջոցառումները և մեխանիզմները: Տնտեսության մեջ տեղի ունեցող փոփոխությունները պահանջում են տնտեսական մրցակցության պաշտպանությանն ուղղված քաղաքականության լծակների և օրենսդրության կիրառման ու մրցակցային միջավայրի զարգացմանը նպաստող մեխանիզմների կատարելագործում և կիրարկում:

Առկա պայմաններում, որպես մրցակցային քաղաքականության նպատակ՝ կարելի է սահմանել տնտեսության «մրցակցային հատվածի» տեսակարար կշռի զգալի ավելացումը և ապրանքային շուկաներում մրցակցային պայմանների հավասարության ապահովումը: Նվազ կարևոր չէ, արդյունավետ տնտեսական մրցակցության համար անհրաժեշտ (հարիր) ինստիտուցիոնալ նախապայմանների ապահովումը, պետական մարմինների միջամտության հետևանքով շուկայական մեխանիզմի խեղաթյուրման կանխումը և ապրանքային շուկաների բնականոն գործունեության համար անհրաժեշտ այլ պայմանների ապահովումը:

Տնտեսական մրցակցության իրավիճակը հնարավոր է ճշգրիտ գնահատել միայն ապրանքային շուկաների ուսումնասիրության միջոցով, ինչպես նաև՝ դիտանցում իրականացնելով նախորդ տարիներին ուսումնասիրված շուկաներում: Այսպես, Հանձնաժողովը 2006 թվականին ուսումնասիրել է 26 նոր ապրանքային շուկա (ներկայացված են ստորև) և իրականացրել է դիտանցում 72 ապրանքային շուկաներում (օգտագործելով գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից տրամադրված տվյալները):

**Սննդի ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաների ծավալը, մասնակիցների քանակը և առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը**  
(2005 թվականի տվյալներով)

Աղյուսակ 1

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Ապրանքային շուկայի ծավալը		Ապրանքային շուկայի մասնակիցների քանակը	Առաջատար սուբյեկտը (սուբյեկտները)		
		բնեղեն (տոննա)	արժեքային (մլն.դրամ)		Անվանումը	Բաժինը (%)	
						բն.	արժեք.
1.	«Կարմրախայտ և իշխան ձկնատեսակներ»	570.4	887.9	31	«Ակվատեխավտոմատիկա» ՓԲԸ	36.0	55.1
2.	«Սառեցրած ձկներ»	4725.7	2069.5	4	«Մալիկա» ՍՊԸ	95.1	98.6
3.	«Ադամաթուզ (բանան)»	8307.3	2488.0	5	«Բեթրին» ՍՊԸ	51.0	48.7
					«Սևան» ՍՊԸ	48.9	51.1
4.	«Ցիտրուսային պտուղներ (բացի կիտրոնից)»	4331.2	671.8	29	Սարգիս Ավետիսյան ԱԶ	32.1	15.0
5.	«Թեյ»	192.2	544.1	32	«Վալետտա» ՍՊԸ	39.9	26.5
6.	«Սուրճ»	6593.8	4766.8	41	«Կաֆե դյու Բրազիլ» ՍՊԸ	35.23	31.01
7.	«Գինի (բացի ածխաթթու պարունակողներից)»	3059.6	2811.9	51	«ՄԱՊ» ՓԲԸ	23.8	31.2
8.	«Շոկոլադե և շոկոլադե արտադրանք»	4851.2	7357.9	69	«Դերժավա Ս» ՓԲԸ	22.8	16.2

Այս ապրանքային շուկաներից երեքը բարձր կենտրոնացված են («Սառեցրած ձկներ», «Ադամաթուզ (բանան)», «Սուրճ»)՝ CR-3 գործակիցը (ապրանքային շուկայում իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող առաջին երեք տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները միասին) կազմում է 70-100 տոկոս: Ընդ որում, «Սառեցրած ձկներ» ապրանքային շուկայում առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտը չի հանդիպում էական մրցակցության (բաժինը ապրանքային շուկայի իրացման ծավալում կազմում է 95.1 տոկոս), իսկ «Ադամաթուզ (բանան)» ապրանքային շուկայում առաջատար դիրք ունեցող երկու տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինները գրեթե հավասար են և միասին գերազանցում են 99.0 տոկոսը:

Մյուս հինգ ապրանքային շուկաները միջին կենտրոնացված են CR-3 գործակիցը կազմում է 45-70 տոկոս:

**Ավտոմոբիլային տրանսպորտի ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաների ծավալը, մասնակիցների քանակը և առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը**  
(2005 թվականի տվյալներով)

Աղյուսակ 2

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Ապրանքային շուկայի ծավալը		Ապրանքային շուկայի մասնակիցների քանակը	Առաջատար սուբյեկտը (սուբյեկտները)		
		բնեղեն (հատ)	արժեքային (մլն դրամ)		Անվանումը	Բաժինը (%)	
						բն.	արժեք.
1.	«Ռուսական արտադրության նոր մարդատար ավտոմեքենաներ»	4378	34500.0	12	«Արմենիա Լադա» ՀՉ ՓԲԸ «Կարկոմավտո» ՍՊԸ	77.82 17.54	22.35 9.39
2.	«Ոչ ռուսական արտադրության նոր մարդատար ավտոմեքենաներ»	486	6817.5	47	«Մուրան» ՍՊԸ	21.19	22.03
3.	«Շահագործման մեջ եղած մարդատար ավտոմեքենաներ»	141	672.3	27	«Արթ Ավտո» ՍՊԸ	12.77	28.13
4.	«Մարդատար ավտոմեքենաների նոր անվադողեր»	246847	2988.1	94	«Մեծ անիվ» ՍՊԸ	29.80	33.24

«Ռուսական արտադրության նոր մարդատար ավտոմեքենաներ» ապրանքային շուկայում գործում է անձանց խումբ («Արմենիա Լադա» ՀՉ ՓԲԸ և «Կարկոմավտո» ՍՊԸ), որն ունի ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք: Նշված ապրանքային շուկան, ինչպես նաև «Մարդատար ավտոմեքենաների նոր անվադողեր» ապրանքային շուկան բարձր կենտրոնացված են: «Ոչ ռուսական արտադրության նոր մարդատար ավտոմեքենաներ» ապրանքային շուկան միջին կենտրոնացված է՝ CR-3 գործակիցը մոտ 70 տոկոս է, իսկ «Շահագործման մեջ եղած մարդատար ավտոմեքենաներ» ապրանքային շուկան ցածր կենտրոնացված է՝ CR-3 գործակիցը 29.1 տոկոս է:

**Շինանյութերի ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաների ծավալը, մասնակիցների քանակը և առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը**  
(2005 թվականի տվյալներով)

Աղյուսակ 3

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Ապրանքային շուկայի ծավալը		Ապրանքային շուկայի մասնակիցների քանակը	Առաջատար սուբյեկտը		
		բնեղեն (հազար տոննա)	արժեքային (մլն. դրամ)		Անվանումը	Բաժինը (%)	
						բն.	արժեք.
1.	«Ասֆալտապատում»*	304.5	4130.2	38	«Սահակյանշին» ՓԲԸ	16.4	21.8
2.	«Բիտում»	17.4	1701.2	20	«Բարսել» ՍՊԸ	74.3	76.7

\* հաշվարկված է 2005 թվականի առաջին ինն ամիսների տվյալներով

Երկու ապրանքային շուկաներում էլ մասնակիցների թիվը բավական մեծ է: «Ասֆալտապատում» ապրանքային շուկան ցածր կենտրոնացված է՝ CR-3 գործակիցը կազմում է 30.6 տոկոս: «Բիտում» ապրանքային շուկան բարձր կենտրոնացված է, CR-3 գործակիցը գերազանցում է 96.0 տոկոսը, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը կազմում է 74.3 տոկոս:

Հանձնաժողովը 2005 թվականի տվյալներով ուսումնասիրել է նաև «Կենցաղում օգտագործվող էլեկտրական լամպեր» ապրանքային շուկան, որում միակ արտադրող է հանդիսանում «Գրանդ Սան» ՍՊԸ-ն (շուկայի մասնակիցների թիվը կազմում է 128): Չնայած մասնակիցների մեծ թվին ապրանքային շուկան բարձր կենտրոնացված է. CR-3 գործակիցը գերազանցում է 70.0 տոկոսը և «Գրանդ Սան» ՍՊԸ-ն ունի գերիշխող դիրք (բաժինը շուկայի իրացման ծավալում կազմում է 47,7տոկոս):

Ծառայությունների ոլորտում 2006 թվականին Հանձնաժողովն ուսումնասիրել է փոստային կապի ծառայությունների, ինտերնետ ծառայությունների, շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) տրամադրման ծառայությունների\*, տվյալների փոխանցման համար վարձակալած գծերի ծառայությունների, երկաթուղային փոխադրումների ոլորտի ծառայությունների, ինչպես նաև խմելու ջրի մատակարարման ծառայությունների ապրանքային շուկաները: Նշված ապրանքային շուկաներում գործունեություն իրականացնելու համար անհրաժեշտ է պետական մարմնից ստացված գործունեության արտոնագիր (թույլտվություն):

**Փոստային կապի ծառայությունների ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաների ծավալը, մասնակիցների քանակը և առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը**  
(2005 թվականի տվյալներով)

Աղյուսակ 4

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Ապրանքային շուկայի ծավալը (մլն. դրամ)	Ապրանքային շուկայի ոլորտի միջոցով մատակարարվող շուկայի մասնաճիւղերի քանակը	Առաջատար սուբյեկտը	
				Անվանումը	Բաժինը (%) արժեք.
1.	«Փոստային կապի և սուրհանդակային ճեպընթաց կապի ծառայություններ»	672.9	10	«Հայփոստ» ՓԲԸ	59.1
2.	«Ներպետական նամակագրական թղթակցության ծառայություններ»	-	1	«Հայփոստ» ՓԲԸ	100.0
3.	«Հեռագրային կապի ծառայություններ»	-	1	«Հայփոստ» ՓԲԸ	100.0

«Փոստային կապի և սուրհանդակային ճեպընթաց կապի ծառայություններ» ապրանքային շուկայում գործում են ինչպես փոստային կապի, այնպես էլ սուրհանդակային ճեպընթաց (express) կապի ծառայություններ մատուցող տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնք ստացել են համապատասխան լիցենզիա: Այս ապրանքային շուկայում «Հայփոստ» ՓԲԸ-ի բաժինը կազմում է 59.1 տոկոս: «Ներպետական նամակագրական թղթակցության ծառայություններ» և «Հեռագրային կապի ծառայություններ» ապրանքային շուկաներում ծառայությունները մատուցվում են միայն «Հայփոստ» ՓԲԸ-ի կողմից:

\* այս ապրանքային շուկան Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել է երկրորդ անգամ, նոր (երկրորդ) տնտեսվարող սուբյեկտի մուտք գործելու կապակցությամբ:

**Հեռահաղորդակցության ծառայությունների ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաների  
ծավալը, մասնակիցների բաճակը և առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը  
(2005 թվականի տվյալներով)**

Աղյուսակ 5

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Ապրանքային շուկայի ծավալը		Ապրանքային շուկայի մասնակիցների քանակը	Առաջատար սուբյեկտը		
		բնեղեն (հազար հատ)	արժեքային (մլն. դրամ)		Անվանումը	Բաժինը (%)	
						բն.	արժեք.
1.	«Շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) ծառայություններ»	665.2 (քարտ)	-	2	«Արմենիթել ՀՉ» ՓԲԸ	47.3	-
					«Դ-Տելեկոմ» ՓԲԸ	52.7	-
2.	«Տվյալների փոխանցման համար վարձակալած գծերի ծառայություններ»	-	-	1	«Արմենիթել ՀՉ» ՓԲԸ	100	
3.	«Ինտերնետ ծառայություններ»	-	1980.4	10	«Արմինկո» ՍՊԸ	-	37.1

Երեք ապրանքային շուկաները բարձր կենտրոնացված են՝ CR-3 գործակիցը գերազանցում է 70.0 տոկոսը: Այս երեք ապրանքային շուկաներում էլ գործում են գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներ, ընդ որում՝ «Շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) ծառայություններ» ապրանքային շուկայում նոր մուտք գործած տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը նույնիսկ գերազանցել է շուկայում գործող մյուս տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը:

Ուսումնասիրվել են նաև երկաթուղային փոխադրումների ծառայությունների ոլորտի մի շարք ապրանքային շուկաներ՝ «Երկաթուղային ուղևորափոխադրումների ծառայություններ», «Երկաթուղային բեռնափոխադրումների ծառայություններ», «Երկաթուղային ենթակառուցվածքի շահագործման ծառայություններ», «Երկաթուղային շարժակազմի շահագործման ծառայություններ»: Նշված շուկաներում ծառայությունները մատուցվում են միայն «Հայկական երկաթուղի» ՓԲԸ-ի կողմից:

Հանձնաժողովը ուսումնասիրել է նաև խմելու ջրի մատակարարման ծառայությունների ոլորտը: «Խմելու ջուր»\* ապրանքային շուկան առանձնանում է նրանով, որ չնայած այստեղ մատուցվող ծառայությունները (ապրանքատեսակը) միանման են, սակայն մասնակից չորս սուբյեկտները գործում են աշխարհագրական տարբեր տարածքներում (սահմաններում), որտեղ նրանք միակ տնտեսվարող սուբյեկտն են: Այսպես, 2005 թվականին «Հայջրնուդկոյուղի» ընկերությունը ընդհանուր առմամբ 40487,03 հազար խորանարդ մետր խմելու ջուր է մատակարարել թվով 319 համայնքների, «Շիրակ-ջրնուդկոյուղի» ընկերությունը 7986 հազար խորանարդ մետր՝ Շիրակի մարզի թվով 36

\* Հիմք ընդունելով այն հանգամանքը, որ Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2006 թվականի փետրվարի 16-ի «Երևանի «Ջրնուդ-կոյուղի» փակ բաժնետիրական ընկերության կողմից օգտագործվող գույքը վարձակալությանը փոխանցելու և ընկերությունը վերակազմակերպելու մասին» թիվ 309-Ն որոշման հիման վրա ընկերությունը վերակազմակերպվել է, ինչպես նաև հաշվի առնելով Երևանի «Ջրնուդ-կոյուղի» ընկերության ներկայացուցչի միջնորդությունը՝ Հանձնաժողովը որոշեց «Խմելու ջուր» ապրանքային շուկայի ուսումնասիրության արդյունքների վերաբերյալ հարցը, Երևանի «Ջրնուդ-կոյուղի» ընկերության մասով, հանել քննարկումից:

համայնքների, «Լոռի-ջրնուղկոյուղի» ընկերությունը 3006,0 հազար խորանարդ մետր՝ Լոռու մարզի թվով 18 համայնքների, «Նոր-Ակունք» ընկերությունը՝ 1564,7 հազար խորանարդ մետր՝ Արմավիրի մարզի թվով 8 համայնքների:

Հանձնաժողովի մշտական ուշադրության կենտրոնում է գտնվում կենտրոնացված գրանցամատյանում ընդգրկված գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեությունը (իրացման ծավալը, գինը, ինքնարժեքը, ինքնարժեքի կառուցվածքը և դրանց փոփոխությունները յուրաքանչյուր կիսամյակի կտրվածքով):

Հանձնաժողովն իր գործունեության ընթացքում ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներին գրանցում է կենտրոնացված գրանցամատյանում: Համաձայն կենտրոնացված գրանցամատյանի տվյալների, 41 ապրանքային շուկաներից յուրաքանչյուրում գործում է մեկ տնտեսվարող սուբյեկտ, այս շուկաները հանդիսանում են բնական մենաշնորհներ կամ մենաշնորհը (մրցակից չունենալը) բխում է պետական կառավարման տարբեր մարմինների որոշումներից: Նշված շուկաները հիմնականում հանդիսանում են ծառայությունների մատուցման շուկաներ, օրինակ, էլեկտրաէներգիայի բաշխման, գազի, խմելու ջրի մատակարարման և այլն: Միայն երեք ապրանքային շուկաներ ծառայությունների մատուցման շուկա չեն հանդիսանում՝ նատրիումի հիպոքլորիդի, քարաղի և տեխնիկական աղի շուկաները (նման կառուցվածքը պայմանավորված է ապրանքի յուրահատկությունից):

Թվով 5 ապրանքային շուկաներում գործում են 5 գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնք չեն հանդիպում էական մրցակցության (տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը շուկայի իրացման ծավալում գերազանցում է 80 տոկոսը) դրանցից են, օրինակ, շամպայնի և փրփրուն գինիների, շաքարավազի, կերակրի աղի և այլ ապրանքային շուկաները: Այստեղ ապրանքային շուկաների կենտրոնացվածության բարձր աստիճանը պայմանավորված է մուտքի խոչընդոտներով, որոնցից են մեծ արտադրական ֆոնդերի պահանջը, կապիտալ ներդրումների երկարաժամկետ հետգնումը, ենթակառուցվածքը և այլ գործոններ:

Մյուս 26 ապրանքային շուկաներում գործում են գերիշխող դիրք ունեցող 33 տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնք նույնպես գրանցված են կենտրոնացված գրանցամատյանում: Այս ապրանքային շուկաներն ապրանքների իրացման, այլ ոչ թե ծառայությունների մատուցման շուկաներ են, բացառությամբ շարժական կապի ծառայությունների մատուցման ապրանքային շուկայից:

Ելնելով վերոնշյալից, կարելի է փաստել, որ ապրանքային շուկաների բարձր կենտրոնացվածության նվազեցման (պակասեցման) հիմնախնդրի լուծում է նաև դրանցում մուտքի խոչընդոտների նվազեցումը և նոր տնտեսվարող սուբյեկտների մուտքի խրախուսումը: Ապրանքային շուկաներում բարձր կենտրոնացվածության առկայության բացասական ազդեցության թուլացման համար նշանակություն ունի նշված շուկաներ փոքր և



միջին ձեռնարկությունների մուտքը խրախուսելը՝ պետական աջակցությամբ: Նշված քաղաքականության արդյունքում ստեղծվում է տնտեսական մրցակցության մթնոլորտ, որը բնութագրվում է ապրանքային շուկայում մասնակիցների միջև սպառողական պահանջարկի նկատմամբ մրցակցությամբ և հանդիսանում է մրցակցության պաշտպանության քաղաքականության կարևոր տնտեսական լծակը: Այստեղ վճռորոշ դեր է խաղում փոքր և միջին ձեռնարկատիրության արդյունավետ գործող համակարգը: Հանրապետության բոլոր մարզերում արդեն գործում են գործադիր իշխանության մասնագիտացված մարմինները, որոնք աջակցում են փոքր և միջին ձեռնարկատիրության (կազմակերպված են փոքր և միջին ձեռնարկատիրության աջակցության հիմնադրամներ): Ձևավորվել են փոքր և միջին ձեռնարկատիրությանը պետական աջակցության նորմատիվ իրավական ապահովման հիմքերը: Պատահական չէ, որ մի շարք ապրանքային շուկաներում տնտեսվարող սուբյեկտների թիվը հասնում է 50-60, իսկ առանձին դեպքերում 100-ից ավելի է: Նշենք նաև, որ վերջին 3 տարիներին ստեղծվել է շուրջ 25 հազար ՓՄՁ սուբյեկտ, իսկ միայն 2005 թվականին՝ շուրջ 9500:

Տնտեսական մրցակցության միջավայրի վերլուծության հիմնախնդիրներից է մնում թերի և ոչ լիարժեք ներկայացվող տեղեկատվությունը: Նման տեղեկատվությունը դժվարություններ է առաջացնում և խոչընդոտ հանդիսանում ապրանքային շուկաների ծավալները հաշվարկելիս, տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեությունը ուսումնասիրելիս և գնահատելիս: Հանձնաժողովը վերլուծում է ապրանքային շուկաներ, բացահայտում է նրանցում գերիշխող դիրք զբաղեցնող տնտեսվարող սուբյեկտներին, սակայն շուկաների ծավալների գնահատականը, որը ստացվում է տնտեսվարող սուբյեկտներից ներկայացված տվյալների հիման վրա, հաճախ էապես տարբերվում է պետական մարմինների հրապարակած տեղեկատվությունից: Այստեղ նվազ կարևոր չէ նաև Հանձնաժողովի և փոստային կապի ծառայություններ մատուցող կազմակերպության միջև պայմանագրաիրավական հարաբերությունների հստակ կանոնակարգումը: Նշված փաստերը խեղաթյուրում են առանձին ապրանքային շուկաներում իրավիճակը, ինչպես նաև նվազ արդյունավետ դարձնում Հանձնաժողովի գործողությունները՝ ուղղված ապրանքային շուկաներում մրցակցային միջավայրի կարգավորմանը: Արդյունքում, դժվարանում է ապրանքային շուկաներում մրցակցային իրավիճակների կարգավորման եղանակների ճիշտ ընտրությունը:

Ագրոպարենային համալիրի ոլորտի ապրանքային շուկաների ուսումնասիրության ընթացքում Հանձնաժողովը հանդիպում է ինֆորմացիոն (տեղեկատվական) բնույթի դժվարությունների (հիմնախնդիրների), տեղեկատվության հավաստիության (օբյեկտիվության) տեսանկյունից: Առաջին դեպքում հիմնախնդիրը կապված է պետական մարմիններից ստացված տվյալների, իսկ երկրորդում՝ «ստվերային» տնտեսության առկայության հետ:

Արդյունավետ մրցակցության համար բարենպաստ շուկայական կառուցվածքը անհրաժեշտ, բայց ոչ բավարար պայման է: Մինչ այժմ էլ ապրանքային շուկաներում մրցակցության զարգացման հետ կապված առավել սուր խնդիրներն են անբարեխիղճ մրցակցությունը և տնտեսության «ստվերայնությունը»:

Անբարեխիղճ մրցակցությունը, մասնավորապես, արտահայտվում է տնտեսվարող սուբյեկտի կամ նրա գործունեության վերաբերյալ շփոթության առաջացմամբ, հասարակության մոլորեցմամբ, ինչպես նաև տնտեսվարող սուբյեկտի կամ նրա գործունեության վարկաբեկմամբ և այլ գործողություններով: Դիտանցումները ցույց են տվել, որ մրցակցության որակական իրավիճակն առանձին ապրանքային շուկաներում դեռ չի հասնում բնականոն մակարդակի: Առկա են մրցակցային օրենսդրության խախտման մի շարք դեպքեր: Հանձնաժողովն իրականացրել է աշխատանքներ՝ անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների հայտնաբերման և դադարեցման նպատակով: 2006 թվականին իրականացված հետազոտությունների արդյունքում բացահայտվել են նաև անբարեխիղճ մրցակցության մի շարք դրսևորումներ «Լավաշ», «Կարագ», «Ալկոհոլային խմիչքներ» և «Հանքային ջրերի շշացում» ապրանքային շուկաներում: Տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ կիրառվել են պատասխանատվության միջոցներ և հանձնարարվել է դադարեցնել անբարեխիղճ մրցակցության գործողությունները:

Ապրանքային շուկայի սուբյեկտների «ստվերային տնտեսություն» անցման (հարկային դաշտից դուրս գալը) հիմնախնդիրը ներկայումս խիստ արդիական է: Հայաստանի Հանրապետությունում, ըստ Կենտրոնական բանկի տվյալների «ստվերային տնտեսության» բաժինը հասել է 50 տոկոսի: Նշված փաստը ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներից առավել հատուկ է սննդի ոլորտի ապրանքային շուկաներին: Արդյունավետ մրցակցության կայացումն ազդուպարենային համալիրի այդ ապրանքային շուկաներում ենթադրում է տնտեսվարող սուբյեկտների ստվերային տնտեսությունից «դուրս գալը»:

Պետության կողմից բարենպաստ մրցակցային միջավայրի համար պայմանների ապահովման արդյունքում միայն կարելի է ակնկալել շուկայի մասնակիցներից շուկայում արդյունավետ, օրինական և բարեխիղճ մրցակցային վարքագիծ, ինչպես նաև սպառողական շուկայում մրցակցության քաղաքակիրթ և բարեխիղճ ձևերի զարգացում:

Ապրանքային շուկաների կենտրոնացվածության տարբեր մակարդակների հիման վրա տարբերակված են Հանձնաժողովի գործողություններն՝ այդ շուկաներում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ.

- ցածր և միջին կենտրոնացվածության ցուցանիշներ ունեցող ապրանքային շուկաներում իրականացվում է նշված ցուցանիշների դիմամիկայի և առաջատար սուբյեկտների դիրքերի փոփոխության դիտարկում,

- օլիգոպոլ ապրանքային շուկաներում, բացի ապրանքային շուկաների կենտրոնացվածության ցուցանիշների դինամիկայի դիտարկումից, իրականացվում է հակամրցակցային համաձայնությունների հնարավոր դրսևորումների դիտանցում,
- մեկ մասնակից ունեցող ապրանքային շուկաների համար իրականացվում է գերիշխող սուբյեկտների շուկայական վարքագծի հսկողություն:

Միաժամանակ, 2007 թվականին մրցակցային քաղաքականության շրջանակներում կիրականացվի օրենսդրական բազայի կատարելագործում հետևյալ ուղղություններով՝ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից հնարավոր չարաշահումների կանխման, համաձայնությունների և համաձայնեցված գործողությունների (որոնց արդյունքում տեղի է ունենում մրցակցության սահմանափակում և (կամ) տնտեսվարող սուբյեկտների շահերի վատթարացում) արգելման, անբարեխիղճ մրցակցության կանխման վերաբերյալ:

Հանձնաժողովի կողմից իրականացվող քաղաքականության մեջ էական դեր ունեն «դասական» գործառույթները, որոնք հատուկ են աշխարհի գրեթե բոլոր հակամենաշնորհային մարմիններին՝ ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից չարաշահումների կանխարգելումը, տնտեսվարող սուբյեկտների միջև հակամրցակցային համաձայնությունների (հակամրցակցային գործողությունների) արգելումը, շուկայում տնտեսական համակենտրոնացման վերահսկողությունը: Նշվածի ուղղությամբ 2006 թվականին Հանձնաժողովի կողմից իրականացվել է վարչական վարույթ՝ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից դիրքի չարաշահման փաստի վերաբերյալ:

Հանձնաժողովը «Շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) ծառայություններ» ապրանքային շուկայում գերիշխող «ԱրմենԹել ՀՉ» ՓԲԸ-ի վարքագիծը (հանրային համակցված հեռախոսացանցի համար հիմնական հեռախոսային ծառայությունների մատուցման բացառիկ իրավունքի հիման վրա սահմանված փոխկապակցման վճարների առկայության պայմաններում որոշակի ժամանակահատվածում բաժանորդների մի մասի համար ցածր գնի (գեղչի) կիրառում, որի հնարավորությունը մրցակիցը օբյեկտիվորեն չունի), որը կարող է հանգեցնել տնտեսական մրցակցության սահմանափակման կամ արգելման՝ իր մրցակցին տվյալ ապրանքային շուկայից դուրս մղելով, որակել է որպես գերիշխող դիրքի չարաշահում:

Գերիշխող դիրքի չարաշահման համար Հանձնաժողովը «ԱրմենԹել ՀՉ» ՓԲԸ-ի նկատմամբ նշանակել է տուգանք՝ ընկերության 2005 թվականի շարժական կապի գլոբալ համակարգի GSM ծառայությունների մատուցումից ստացված հասույթի մեկ տոկոսի չափով՝ հօգուտ Հայաստանի Հանրապետության բյուջեի և հանձնարարել է «ԱրմենԹել ՀՉ» ՓԲԸ-ին դադարեցնել և հետագայում բացառել իրավախախտումը:

Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրված ապրանքային շուկաների ընտրությունը պայմանավորվում է, այդ շուկաների սոցիալական կարևորությամբ: Կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքում կարելի է ամրագրել, որ մրցակցային միջավայրը ձևավորվել է մասնավորապես ագրոպարենային համալիրի, սննդի ոլորտի, շինանյութերի և մի շարք այլ շուկաներում:

Բնակչության կողմից սպառման կառուցվածքում առավել մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող ապրանքների ապրանքային շուկաների տնտեսական մրցակցության իրավիճակի ուսումնասիրության արդյունքում պարզվել է, որ նշված ապրանքային շուկաների որոշ մասը բարձր կենտրոնացված են և նրանցում հիմնականում գործում են գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներ, որոնց վարքագիծը Հանձնաժողովը պարբերաբար ուսումնասիրում է: Ցածր և միջին կենտրոնացվածության ցուցանիշներ ունեցող ապրանքային շուկաների ցուցանիշները բերված են ստորև՝

**Մի շարք ապրանքային շուկաների ծավալը, մասնակիցների քանակը, առաջատար տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինը և կենտրոնացվածության աստիճանը\***

Աղյուսակ 6

Հ/Հ	Ապրանքային շուկայի անվանումը	Չափման միավորը	Ապրանքային շուկայի ծավալը	Առաջատար սուբյեկտի բաժինը (%)	Ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը (CR-3 գործակիցը)	Ապրանքային շուկայի մասնակիցների քանակը
1.	«Պանիր աղաջրային»	տոննա	202.0	10.0	26.2	46
2.	«Երշիկեղեն»	տոննա	728.3	20.5	45.4	49
3.	«Օղի»	հազ.լիտր	16042.9	22.9	48.6	55
4.	«Գինի (բացի ամխաթթու պարունակողներից)**	հազ.լիտր	3059.6	23.8	54.5	51
5.	«Պանիր թարեքային (պինդ)»	տոննա	475.6	26.3	55.2	36
6.	«Պարենային ցորեն»***	տոննա	171217.8	27.8	71.0	10
7.	«Ցորենի ալյուր»***	տոննա	135475.5	33.1	72.2	63

\* հաշվարկված է 2004 թվականի տվյալներով

\*\* հաշվարկված է 2005 թվականի տվյալներով

\*\*\* կենտրոնացվածության աստիճանը գտնվում է միջին և բարձր եզրագծում, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտ չկա

Նկատի ունենալով ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում մրցակցային միջավայրի վերլուծության արդյունքները, ինչպես նաև բացահայտված և լուծում պահանջող հիմնախնդիրները, Հանձնաժողովը նախատեսում է 2007 թվականին տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմների միջոցով իրականացնել տնտեսական մրցակցության պաշտպանության ներքոհիշյալ միջոցառումները:

**II. Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումները և դրանց իրականացման ժամանակագույցը**

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, 2007 թվականին ծրագրում է իրականացնել տնտեսական մրցակցության քաղաքականությունը հետևյալ ուղղություններով.

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

Նշված ուղղությունների իրականացման ապահովման նպատակով Հանձնաժողովը 2007 թվականին նախատեսում է իրականացնել հետևյալ միջոցառումները.

Աղյուսակ 7

h/h	Միջոցառում	Ժամկետ
1.	<i>Տեղեկատվական բազայի ընդլայնում</i>	
	տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծություն՝ բնակչության կողմից սպառման կառուցվածքում առավել մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող ապրանքների ապրանքային շուկաներում	տարվա ընթացքում
	ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներում տնտեսական մրցակցության իրավիճակի շարունակական դիտանցում և գնահատում	
2.	<i>Հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ</i>	
	օլիգոպոլ տիպի ապրանքային շուկաներում համաձայնեցված գների հայտնաբերմանն ուղղված դիտանցում	տարվա ընթացքում
	միևնույն ապրանքային շուկայի որոշակի տարածքներում, որոշակի ծավալներով, տեսականիով, սպառողների կամ մատակարարների խմբերով ապրանքների շրջանառության սահմանափակման դեպքերի ուսումնասիրություն	
	համաձայնեցված գործողությունների արդյունքում տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից շուկայի մուտքի խոչընդոտների կամ շուկայից տնտեսվարող սուբյեկտներին դուրս մղելու փաստերի բացահայտմանն ուղղված ուսումնասիրություններ	

3.	<i>Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների վարքագծի և նրանց կողմից չարաշահումների հայտնաբերմանն ուղղված միջոցառումներ</i>	
	գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից կիրառվող գների դիտանցում	տարվա ընթացքում
	առանձին գործընկերների նկատմամբ խտրական պայմանների, լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրման դեպքերի հայտնաբերում	
4.	<i>Համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողություն</i>	
	տնտեսվարող սուբյեկտների միաձուլումների, մեկ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից մյուսի բաժնետոմսերի (փայաբաժնի), միջոցների, տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ վերահսկողության սահմանման վերաբերյալ տեղեկատվության ձեռքբերում	տարվա ընթացքում
5.	<i>Անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտում</i>	
	գովազդի մշտական դիտանցում անբարեխիղճ մրցակցության առումով	տարվա ընթացքում
	քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, ՋԼՄ հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների իրականացում	
	անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների հայտնաբերմանն ուղղությամբ աշխատանքների իրականացում	
6.	<i>Հանձնաժողովի կողմից ընդունված որոշումների կատարման ապահովում</i>	
	Հանձնաժողովին փոստային կապի ծառայություններ մատուցող կազմակերպության հետ պայմանագրաիրավական հարաբերությունների հստակ կանոնակարգում, Հանձնաժողով ներկայացվող ծանուցման թերթիկների վրա ստացողի և հանձնողի ստորագրությունների, հանձնման օրվա, ինչպես նաև ստացողի կնիքի պարտադիր առկայության նախատեսում և այլն	տարվա ընթացքում
	դատավորներին օտարերկրյա (առանձնապես՝ եվրոպական) պետություններում մրցակցային գործերի քննության կարգի և ձևավորված պրակտիկայի, ապացույցներին ներկայացվող պահանջների վերաբերյալ համապատասխան տեղեկատվության տրամադրում	
	Հանձնաժողովի գործունեությունը կանոնակարգող օրենքների, ենթօրենսդրական ակտերի և մրցակցային քաղաքականության կիրարկմանն ուղղությամբ պարզաբանման աշխատանքների իրականացում	
7.	<i>Ապրանքային շուկաների մուտքի խոչընդոտների հայտնաբերում շուկայի հասանելիության ապահովում</i>	
	պետական կառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող որոշումների դիտանցում	տարվա ընթացքում
	տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից ընդունված տնտեսական մրցակցության խնդիրներին առնչվող ակտերի ուսումնասիրություն	
	Օրենքով վերապահված լիազորությունների իրականացման ընթացքում պետական կառավարման մարմինների կողմից ստեղծվող խոչընդոտների ուսումնասիրություն	
8.	<i>ՋԼՄ հրապարակումներին, տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումներին օպերատիվ արձագանքում</i>	տարվա ընթացքում

9.	<i>Հասարակության տեղեկացվածության բարձրացում</i>	
	զանգվածային լրատվության միջոցներով Հանձնաժողովի աշխատանքների պարբերական լուսաբանում	տարվա ընթացքում
	տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենսդրության պահանջների պահպանման վերաբերյալ հրապարակային բացատրական աշխատանքների իրականացում	
	զանգվածային լրատվության միջոցներով Օրենքի դրույթների մեկնաբանությունների ներկայացում	
	Հանձնաժողովի նոր, արդիական ինտերնետային կայքի գործարկում	
	ինտերնետային ցանցի արագ կապի (on -line) միջոցով դիմումներին և բողոքներին արձագանքում	
10.	<i>Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենսդրության լրամշակումներ</i>	
	Օրենքում փոփոխությունների և լրացումների կատարում	տարվա ընթացքում
	Օրենքի դրույթների կիրարկումն ապահովող համապատասխան նորմատիվային բազայի կատարելագործում	
	Եվրոպական մրցակցային օրենսդրության հետ ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության ներդաշնակեցման հետ կապված միջոցառումներ	

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

### III. Տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմները

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

1. Ապրանքային շուկաներում Օրենքի դրույթների խախտումների վերաբերյալ տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից Հանձնաժողովին դիմելու նպաստավոր պայմանների և վստահության մթնոլորտի ձևավորում՝ Օրենքի խախտումների վերաբերյալ ստացված դիմումներին, ահազանգերին, զանգվածային լրատվության միջոցների հրապարակումներին օպերատիվ արձագանքելու միջոցով:
2. Օրենքի խախտման համար տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ պատասխանատվության միջոցների կիրառման անխուսափելիության մթնոլորտի ձևավորում:
3. Պետական կառավարման, տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից տնտեսական մրցակցության հարցերին առնչվող ընդունված իրավական ակտերի վերաբերյալ Հանձնաժողովի եզրակացությունների ներկայացում:

4. Համագործակցություն՝
  - պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների հետ,
  - գործառնական ուղղվածություն ունեցող համապատասխան հասարակական և միջազգային կազմակերպությունների հետ տնտեսական մրցակցության բարենպաստ միջավայրի ձևավորման նպատակով:
5. Հանձնաժողովի գործունեության թափանցիկության ապահովում՝ պաշտոնական տեղեկագրերի, մամուլի ասուլիսների, ՁԼՄ-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:
6. Փոստային կապի կողմից մատուցվող ծառայությունների պայմանների հստակեցում մասնավորապես, փոստային կապի ծառայություններ մատուցող կազմակերպության և Հանձնաժողովի միջև պայմանագրային (իրավական) հարաբերությունների հստակեցման և կողմերի ստանձնած պարտավորությունների չպահպանման դեպքում համապատասխան պատասխանատվության միջոցներ կիրառելու միջոցով:
7. Դատավորների ու դատական ծառայողների տեղեկացվածության բարձրացում՝ միջազգային փորձագետների և Հանձնաժողովի համապատասխան մասնագետների մասնակցությամբ մրցակցային քաղաքականության իրականացման վերաբերյալ կազմակերպվող սեմինարների միջոցով՝ օտարերկրյա (առանձնապես՝ եվրոպական) պետություններում մրցակցային գործերի քննության կարգի և ձևավորված պրակտիկայի ուսումնասիրման նպատակով:

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

Հանձնաժողովի միջազգային համագործակցության առաջնային խնդիրներից է եղել փոխզահավետ կապերի հաստատումը և ընդլայնումը: Ներկայումս Հանձնաժողովի՝ մրցակցության պաշտպանության հիմնախնդիրների լուծման և զարգացման առումով համագործակցությունն իրականացվում է երեք հիմնական ուղղություններով՝

- երկկողմ համագործակցություն,
- բազմակողմ համագործակցություն,
- համագործակցություն միջազգային կազմակերպությունների և արտերկրի համանման կազմակերպությունների հետ:

Համագործակցությունը հիմնականում ուղղվելու է Հանձնաժողովի մասնագետների որակավորման բարձրացմանը, արտերկրի առաջատար փորձի ներդրմանը և տնտեսական ինտեգրացմանը, ինչպես նաև Հանձնաժողովի իրավասության շրջանակներում ծառայած



միջազգային պարտավորությունների կատարմանն ու «մրցակցային մշակույթի» ձևավորման առումով միջազգային կառույցների կողմից կազմակերպվող միջոցառումներին մասնակցությանը:

Հանձնաժողովը 2007 թվականին տեխնիկական օժանդակության ծրագրերի շրջանակներում շարունակելու է նաև համագործակցել միջազգային փորձագետների հետ հանրապետությունում մրցակցության պաշտպանության իրավական համակարգի զարգացման եվրոպական օրենսդրության և համաշխարհային փորձին համապատասխանեցման նպատակով:

Մասնավորապես, 2007 թվականին Հանձնաժողովը՝

- շարունակելու է մասնակցել ԱՊՀ անդամ պետությունների հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի ընթացիկ աշխատանքներին, տարեկան նիստերին և հանդիպումներին՝ միաժամանակ ներկայացնելով Հայաստանում տնտեսական մրցակցության ոլորտի վերլուծություններն ու ձեռքբերումները:
- Միջազգային մրցակցության ցանց (ICN) կազմակերպության համագործակցության շրջանակներում անդամ պետությունների հետ համատեղ շարունակելու է մասնակցել ICN-ի աշխատանքային խմբերի ընթացիկ գործունեությանը՝ օժանդակելով մշակել մրցակցության հիմնախնդիրների լուծման մոդելային փաթեթ, ինչը նախագծվում է երկրների առանձնահատուկ պահանջներին համապատասխան:
- Երկկողմ համագործակցության շրջանակներում տնտեսական մրցակցության ոլորտում համաձայնեցված հակամենաշնորհային քաղաքականության իրագործման միտումով Ուկրաինայի նախարարների խորհրդի և ՀՀ կառավարության միջև մրցակցային քաղաքականության ոլորտում կնքված պայմանագրի համաձայն ընդլայնելու է համագործակցությունը Ուկրաինայի հակամենաշնորհային կոմիտեի հետ:
- Ամերիկայի Միացյալ Նահանգների միջազգային զարգացման գործակալության (USAID) կողմից ֆինանսավորվող «Առևտրային իրավունք և տնտեսական կարգավորում» ծրագրի (CLERP) շրջանակներում ԱՄՆ կառավարության և Հանձնաժողովի միջև կնքված փոխըմբռնման հուշագրում ամրագրված գործառույթներից ելնելով՝ նախատեսում է իրագործել բազմափուլ ծրագրեր, մասնավորապես մասնագիտական վերապատրաստում, համաժողովի կազմակերպում, փորձի փոխանակում, կարողությունների զարգացում, հասարակության իրազեկում և «մրցակցության մշակույթի» զարգացում: Նախապես մշակված պայմանների համաձայն՝ կգործարկվի նաև Հանձնաժողովի նոր, արդիական ինտերնետային կայքը ([www.competition.am](http://www.competition.am)):

- Ամերիկայի Իրավաբանների ընկերության (ABA) Իրավական նախաձեռնության Կենտրոնական Եվրոպայի և Եվրասիայի համար (ABA/CEELI) միջազգային կազմակերպության հետ շարունակելու է բանակցություններն իրավաբանական և վարչական վարույթի վարչության մասնագետների նպատակային ուսուցման և համատեղ ծրագիր իրականացնելու նպատակով:
- շարունակելու է համագործակցել Եվրոպական Հանձնաժողովի (EC) պատվիրակության երևանյան գրասենյակի հետ «Եվրոպական նոր հարևանություն» քաղաքականության շրջանակներում Հայաստան-Եվրոպական Միություն գործընկեր երկրների միջև սերտ համագործակցության խթանման, հետագա բազմակողմ տնտեսական ինտեգրման շրջանակներում «Հայաստանում տնտեսական մրցակցության միջավայրի բարելավման» ուղղված գործողությունների իրականացման նպատակով:
- փոխադարձ հետաքրքրություն ներկայացնող խնդիրների մասով շարունակելու է համագործակցությունը Հայ-Եվրոպական տնտեսական քաղաքականության և իրավական խորհրդատվության կենտրոնի (AEPLAC) հետ, հատկապես Գործընկերության և Համագործակցության Համաձայնագրի (ԳՀՀ) իրականացման Ազգային ծրագրի իրագործմանն աջակցելու առումով:
- շարունակելու է ընդլայնել համագործակցությունը Տնտեսական համագործակցության զարգացման կազմակերպության (OECD) և Հունգարիայի մրցակցության մարմնի նախաձեռնությամբ ստեղծված Մրցակցության հարցերով Բուդապեշտի տարածաշրջանային կենտրոնի (OECD RRC) հետ՝ նպատակ ունենալով նպաստել Հանձնաժողովի աշխատակիցների կարողությունների կատարելագործմանն ու փորձի փոխանակմանը՝ մրցակցության օրենքի և քաղաքականության վերաբերյալ համաժողովներին, սեմինարներին և ուսումնական ծրագրերին մասնակցության միջոցով:
- Համաձայն ՄԱԿ-ի 5-րդ համաժողովի բանաձևի՝ ՄԱԿ-ի առևտրի և զարգացման համաժողովի (UNCTAD) հետ համագործակցելու է մրցակցության քաղաքականության և օրենքի առումով տեխնիկական աջակցության համատեղ ծրագրի մշակմանը և կարողությունների զարգացմանը նպաստելու նպատակով:
- շարունակելու է բանակցությունները Համաշխարհային բանկի (WB) երևանյան գրասենյակի հետ, հատկապես տնտեսական մրցակցության խթանմանն օժանդակելու և

ինստիտուցիոնալ զարգացմանը նպաստելու գործում համատեղ ծրագրի մշակման ու իրականացման ուղղությամբ:

- նախատեսում է իրականացնել տեխնիկական աջակցության ծրագիր Եվրոպայի անվտանգության համագործակցության կազմակերպության (OSCE) երևանյան գրասենյակի հետ, այդ թվում, մրցակցության քաղաքականության տեսանկյունից Հայաստանի Հանրապետությունում օտարերկրյա ներդրումային քաղաքականության գնահատման աշխատանքների, ինչպես նաև իր գործունեության թափանցիկության և հրապարակայնության խթանման նպատակով: