

Հոկտեմբերի 30-31, 2007

Երևան, Հայաստանի Հանրապետություն, «Արմենիա Մարիոթ» հյուրանոց

«Մրցակցության խրախուսումը զարգացած և զարգացող երկրներում» միջազգային համաժողով
Ձեկուցող՝ Ա.Հովհաննիսյան

ՀՀ ՏՄՊ ՊՀ, Վերլուծության վարչություն

Մրցակցային վերլուծության բաժնի պետ – վարչության պետի տեղակալ

ՁԵԿՈՒՅՑ

Սպառողների շահերի պաշտպանության ոլորտի առկա հիմնախնդիրների և Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի կողմից իրականացված սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանության և խրախուսումնա միջոցառումների վերաբերյալ

Հայաստանի Հանրապետությունում սպառողների իրավունքների պաշտպանության գործող համակարգի ստեղծումը հանդիսանում է պետության կողմից իրականացվող տնտեսական քաղաքականության կարևոր խնդիրներից մեկը: Դրական միտումները տնտեսության մեջ հանգեցնում են սպառողական շուկայի ավելի լայն և որակյալ տեսականու ստեղծմանը, էականորեն ազդում են սպառողական պահանջարկի ընդլայնման վրա և առաջացնում են զարգացման տվյալ փուլին բնորոշ խնդիրներ սպառողների պաշտպանության պետական և հասարակական համակարգերի առջև:

Հայաստանի Հանրապետությունում ներկա ժամանակահատվածում գործում են մի շարք կարևոր իրավական ակտեր, որոնք օրենսդրական և սահմանակարգային հենք են հանդիսանում սպառողների պաշտպանության գործընթացում: Այդպիսի ակտեր են, մասնավորապես, «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին», «Մննդամթերքի անվտանգության մասին», «Տեխնիկական անվտանգության ապահովման պետական կարգավորման մասին», «Ստանդարտացման մասին», «Համապատասխանության գնահատման մասին» և «Գովազդի մասին» ՀՀ օրենքները, որոնցով օրենսդրորեն ամրագրված է սպառողների շահերի պետական և հասարակական պաշտպանության իրավունքները:

Հարկ են համարում նշել, որ չնայած տվյալ ժամանակահատվածում Հայաստանի Հանրապետությունում սպառողների պաշտպանության իրավական ու սահմանակարգային (ինստիտուցիոնալ) դաշտի զարգացման ուղղությամբ համապատասխան պետական և հասարակական կազմակերպությունների կողմից կատարված աշխատանքներին, այդ ոլորտում իրականացվող գործունեությունը դեռևս կրում է հատվածական բնույթ, ինչի արդյունքում սպառողների անվտանգության ու շահերի պաշտպանության բնագավառում մի շարք խնդիրներ դուրս են մնացել ուշադրությունից, իսկ համակարգի մասնակիցների ու գործոնների միջև փոխգործակցության ու համագործակցության ներկա իրավիճակը թույլ չի տալիս պաշտպանվածության բարձր մակարդակի ապահովման արդյունավետ քայլեր կատարել:

Այդուհանդերձ, տվյալ ժամանակահատվածում անհրաժեշտություն է առաջացել սպառողների շահերի պաշտպանության ոլորտում միասնական մոտեցում ձևավորել և կիրառել:

Սպառողների պաշտպանության ոլորտի օրենսդրությամբ դեռևս հստակ կանոնակարգված չեն արտադրանքների ու ծառայությունների առուվաճառքի ընթացքում ծագող՝ սպառողների տնտեսական և իրավական շահերին առնչվող մի շարք կարևոր բնագավառներ, սպառողների անվտանգության և առողջության ապահովման ոլորտում մի շարք խնդիրներ:

Սպառողների պաշտպանության բարձր մակարդակի ապահովումը դիտարկվում է որպես բարեկեցիկ հասարակություն ստեղծելու անհրաժեշտ պայմաններից մեկը: Սպառողների պաշտպանվածության մակարդակի և պաշտպանվածության նկատմամբ սպառողների

վատահուքյան բարձրացումը՝ երկրի տնտեսական քաղաքականության կարևոր ուղղություններից մեկն է:

Սպառողների պաշտպանության քաղաքականությունը ուղղակի և անուղղակի առնչություններ ունի նաև տնտեսական մրցակցության քաղաքականության հետ:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության հիմնական նպատակներից են տնտեսական արդյունավետության բարձրացումը, գործարար ակտիվության խթանումը, գործազրկության կրճատումը, ձեռնարկատիրությանը զբաղվելու շահավետության բարձրացումը, սպառողների բարեկեցության ապահովումը: Տեղեկացված և գործուն սպառողները, ունենալով իրենց շահերի պաշտպանության իրավական ու կիրարկման արդյունավետ համակարգերի աջակցությունը, կարող են կարևոր դեր կատարել տնտեսության մեջ առողջ մրցակցության ապահովման հարցում: Առողջ մրցակցությունն իր հերթին գործարարներին մղում է անընդհատ կատարելագործման և այդպիսով մրցունակության բարձրացման (ինչպես ներքին, այնպես էլ միջազգային շուկաներում):

Սպառողների պաշտպանության քաղաքականության մշակման և իրականացման ընթացքում պետք է շրջահայացորեն դիտարկվի արտադրողականության խթանման, գործարարության խրախուսման ու սպառողների պաշտպանության միջև եղած հարաբերակցությունը՝ հաշվի առնելով տնտեսության զարգացման ներկա փուլում եղած առանձնահատկությունները, ինչպիսիք են՝ օրենսդրական ու սահմանակարգային պատրաստվածությունը, մարդկային կարողությունները, ձեռնարկությունների ներդրումային կարողությունները և այլն: Սպառողների պաշտպանության քաղաքականության կարևոր ուղղություններից է հանդիսանում սպառողների պաշտպանության արդյունավետ համակարգի կիրառման միջոցով տեղական արտադրության մրցունակության բարձրացմանը նպաստելը:

Սպառողների տնտեսական և իրավական շահերի արդյունավետ պաշտպանության համար անհրաժեշտ է կատարելագործել բարեխիղճ առևտրային գործելակերպերի հստակ կանոններ, որոնցով կարգավորում են սպառողների և արտադրողների (վաճառողների) միջև արտադրանքների առուվաճառքի և ծառայությունների մատուցման ժամանակ ծագող հարաբերությունները և պաշտպանվում են սպառողների տնտեսական և իրավական շահերը: Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրության 8-րդ հոդվածով երաշխավորվում է ազատ տնտեսական մրցակցությունը, որի ապահովումը հանդիսանում է երկրի կարևորագույն խնդիրներից մեկը: Ազատ տնտեսական մրցակցությունը նպաստում է Հայաստանի Հանրապետությունում գործարարության զարգացմանը, ապրանքների որակի բարելավմանը, բնակչության կենսամակարդակի բարձրացմանը և տնտեսության կայուն զարգացմանը:

Վերոնշյալ խնդիրների և նպատակների իրագործմանն է նպաստում 2000 թվականի նոյեմբերի 6-ին ընդունված «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքը (այսուհետև՝ Օրենք), որի առաջին հոդվածում ամրագրված է, որ Օրենքի նպատակն է պաշտպանել և խրախուսել ազատ տնտեսական մրցակցությունը, ապահովել բարեխիղճ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայր, նպաստել ձեռնարկատիրության զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը Հայաստանի Հանրապետությունում, իսկ 11-րդ հոդվածի համաձայն՝ անբարեխիղճ մրցակցություն է համարվում ձեռնարկատիրական գործունեության ցանկացած գործողություն կամ վարքագիծ, որը հակասում է «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքին կամ գործարար շրջանառության սովորույթներին, խախտում է մրցակիցների միջև կամ վերջիններիս ու սպառողների միջև բարեխիղճության՝ ազնվության, արդարության, ճշմարտության, անաչառության սկզբունքները: Ըստ Օրենքի 12-րդ հոդվածի, անբարեխիղճ մրցակցության գործողություն է համարվում՝ ձեռնարկատիրական գործունեության ցանկացած գործողություն կամ վարքագիծ, որն առաջացնում է կամ կարող է առաջացնել շփոթություն այլ տնտեսավարող սուբյեկտի, նրա գործունեության կամ առաջարկած ապրանքների նկատմամբ, ինչպես նաև ձեռնարկատիրական գործունեության ցանկացած գործողություն կամ վարքագիծ,

որը մոլորեցնում է կամ կարող է մոլորեցնել հասարակությանը՝ տնտեսվարող սուբյեկտի, նրա գործունեության կամ առաջարկած ապրանքների վերաբերյալ: Անբարեխիղճ մրցակցությունը Հայաստանի Հանրապետությունում արգելվում է: Համաձայն Օրենքի 36-րդ հոդվածի՝ անբարեխիղճ մրցակցության գործողությունն առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ հինգ հարյուր հազար դրամի չափով, իրավախախտումը մեկ տարվա ընթացքում կրկին կատարելն առաջացնում է տուգանքի նշանակում՝ մեկ միլիոն դրամի չափով:

Համաձայն Օրենքի 18-րդ հոդվածի՝ Հանձնաժողովի խնդիրներն են՝

- ձեռնարկատիրության զարգացման և սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանումը և խրախուսումը.
- բարեխիղճ և ազատ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայրի ապահովումը.
- հակամրցակցային գործունեության կանխարգելումը, սահմանափակումը և նախազգուշացումը.
- տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նկատմամբ վերահսկողությունը:

Ազատ տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը հանդիսանում է տնտեսական գործընթացների պետական կառավարման կարևոր գործիքներից մեկը: Այն մշտապես պետք է արձագանքի շուկաներում տեղի ունեցող իրադարձություններին և փոփոխություններին, ուստի այդ գործընթացը կրում է շարունակական բնույթ: Այդ նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետ՝ նաև Հանձնաժողով) կողմից իրականացվող տնտեսական մրցակցության կարգավորումն ու վերահսկումը տվյալ ժամանակահատվածում իրականացվում է հիմնականում հետևյալ ուղղություններով՝ ձեռնարկատիրության զարգացման և սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանություն և խրախուսում, բարեխիղճ և ազատ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայրի ապահովում, հակամրցակցային գործունեության կանխարգելում, սահմանափակում և նախազգուշացում, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նկատմամբ վերահսկողություն Հայաստանի Հանրապետությունում:

Կայուն տնտեսական զարգացումը և սպառողների շահերի պաշտպանությունն ապահովելու համար անհրաժեշտ է տնտեսվարող սուբյեկտների միջև բարեխիղճ և արդյունավետ մրցակցային միջավայրի առկայությունը: Արդյունավետ մրցակցության համար բարենպաստ շուկայական կառուցվածքն անհրաժեշտ, բայց ոչ բավարար պայման է: Մինչ այժմ էլ Հայաստանի Հանրապետությունում ապրանքային շուկաներում մրցակցության զարգացման հետ կապված առավել սուր խնդիրներից է անբարեխիղճ մրցակցությունը, այդ իսկ պատճառով, Հայաստանի Հանրապետության ապրանքային շուկաներում արդիական է անբարեխիղճ մրցակցության կանոնակարգման խնդիրը:

Տվյալ խնդրի իրականացման նպատակով Հանձնաժողովն իր գործունեության ընթացքում մշտապես իրականացնում է անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորման փաստերի հայտնաբերմանն ուղղված գործառնություններ: Անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորման փաստերը ուսումնասիրվում են ինչպես սեփական նախաձեռնությամբ, այնպես էլ տնտեսվարող սուբյեկտների, պետական կառավարման մարմինների, հասարակական կազմակերպությունների դիմումների հիման վրա: Հանձնաժողովն իր գործունեության ընթացքում բացահայտել է անբարեխիղճ մրցակցության բազմաթիվ դրսևորումներ, մասնավորապես, ընկերություններին սեփականության իրավունքով պատկանող ապրանքային եւ սպասարկման նշանների, ֆիրմային անվանումների, ապրանքի արտաքին տեսքի և այլ ոչ ֆունկցիոնալ բնութագրերի ապօրինի օգտագործման դեպքեր, ինչը կանխարգելել է սպառողների մոլորեցումը կամ շփոթեցումը:

Այսպես, անբարեխիղճ մրցակցության փաստեր են արձանագրվել «Բուսական յուղ (ձեթ)», «Սուրճ», «Շոկոլադե կոնֆետներ», «Թեյ», «Չովացուցիչ ջրեր», «Հանքային ջրերի շշայում», «Լավաշ», «Կարագ», «Հիգիենայի պարագաներ», «Վիճակախաղ», «Կոնյակ» «Դեղորայք» ապրանքային շուկաներում և ակոնոլային խմիչքների արտադրության, իրացման ոլորտում:

Հանձնաժողովն աշխատանքներ է իրականացրել անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների հայտնաբերման ուղղությամբ, հետագայում դրանց դադարեցման և բացառման նպատակով հայտնաբերել են մի շարք տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից արտադրվող և իրացվող ապրանքների ապրանքային նշանի բառային, գունային և պատկերային համադրությունների ապօրինի օգտագործման փաստեր, որոնք սպառողների մոտ կարող էին առաջացնել շփոթություն այլ տնտեսվարող սուբյեկտի առաջարկած հանրահայտ ապրանքի անվանումով ապրանքային նշանի և արտաքին տեսքի նկատմամբ, դրանք որակվել են որպես տնտեսվարող սուբյեկտի կամ նրա գործունեության վերաբերյալ շփոթության առաջացում՝ անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորում և նշանակվել է տուգանք: Ինչպես նաև արտադրվող և իրացվող սննդամթերքի ապրանքատեսակի վրա հայտնաբերվել է արտադրության տարեթվի, ամսվա, օրվա, արտադրողի գտնվելու վայրի, ծագման երկրի վերաբերյալ պարտադիր տեղեկատվության բացակայություն, որը որակվել է որպես հասարակության մոլորեցում:

Հանձնաժողովի կողմից 2006 թվականին ընդունվել է անբարեխիղճ մրցակցության համար պատասխանատվություն սահմանող 10 որոշում, իսկ 2007 թվականի առաջին ինն ամիսների ընթացքում 12 որոշում:

Հարկ է նշել, որ սպառողների իրավունքների պաշտպանության նպատակով Հանձնաժողովի մշտական ուշադրության կենտրոնում է գտնվում նաև կենտրոնացված գրանցամատյանում ընդգրկված գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների գործունեությունը (վարքագիծը, իրացման ծավալը, գինը, ինքնարժեքը, ինքնարժեքի կառուցվածքը և դրանց փոփոխությունները):

Հանձնաժողովի կողմից կարգավորվել են մի շարք խնդիրներ, կապված սպառողների իրավունքների պաշտպանության հետ՝ բջջային հեռախոսակապի ոլորտում, որտեղ «Արմենտել ՀՉ» փակ բաժնետիրական ընկերության (այսուհետև՝ «Արմենտել») որոշակի ժամանակահատվածում հանդիսացել է միակ տնտեսվարող սուբյեկտը: Օրինակ՝ «ԱրմենՏել» ՀՉ ՓԲԸ-ի կողմից, 2002 թվականի մարտի 6-ից, ներդրվեց կանխավճարային փաթեթներով (EASY CARD) բջջային հեռախոսակապի ծառայությունների մատուցման նոր կարգ, համաձայն որի, կանխավճարային համակարգի միացման փաթեթների վաճառքը կատարվում էր միայն «ԱրմենՏել» ՀՉ ՓԲԸ-ի կողմից իրացվող հեռախոսասարքերի հետ միասին: Ծառայությունների մատուցումը հեռախոսասարքի պարտադիր գնման պայմանով հանգեցնում էր նրան, որ սպառողները զրկվում էին ոչ միայն հեռախոսասարք ձեռք բերելու այլընտրանքային հնարավորությունից, այլև պարտադրված էին գնել անհամեմատ ավելի բարձր գներով հեռախոսասարք, այն դեպքում, երբ մանրածախ առևտրի ցանցում նույն տեսակի հեռախոսասարքերն իրացվում էին ավելի ցածր գներով:

«ԱրմենՏել» ՀՉ ՓԲԸ-ի կողմից կիրառվող կարգը Հանձնաժողովը որակեց որպես հեռահաղորդակցության ապրանքային շուկայում ունեցած գերիշխող դիրքի չարաշահում՝ տուգանելով հինգ միլիոն դրամով: Ընկերությանը հանձնարարվեց կիրառվող կարգը չեղյալ հայտարարել:

Միցակցության կանոնակարգման և սպառողների իրավունքների պաշտպանության նպատակով Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել են մի շարք ապրանքային շուկաներ, որտեղ ապրանքների իրացման գները ենթարկվել են որոշակի փոփոխությունների (աճման միտումով): Մասնավորապես, դիտարկվել են մսամթերքի, գարեջրի, հավի ձվի, շաքարավազի, կարագի, ցեմենտի և շինարարական այլ նյութերի, բենզինի, դիզվառելիքի, կարագի, ձեթի, ինչպես նաև այլ ապրանքային շուկաներ:

Նշված ապրանքային շուկաներում կատարվել են առավել մանրակրկիտ ուսումնասիրություններ, իրականացվել է դիտանցում, ինչպես նաև ուսումնասիրվել է այդ ապրանքային շուկաներում տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից կիրառվող գնային քաղաքականությունը: Արդյունքում, «Հավի ձու՝ կճեպով», «Կարագ» և «Բուսական յուղ» ապրանքային շուկաներում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից ներկայացված

տեղեկատվության վերլուծության հիման վրա Հանձնաժողովը ամրագրել է նշված ապրանքային շուկայում գործող ընկերությունների կողմից գների արհեստական բարձրացում՝ համաձայնեցված գործողություններ (վարքագիծը), որոնք հանգեցրել էին այդ շուկաներում մրցակցության սահմանափակմանը, սպառողների շահերի վնասմանը: Նշված հանգամանքերը Հանձնաժողովի կողմից որակվեցին որպես հակամրցակցային համաձայնություն և կիրառվեցին պատասխանատվության միջոցներ:

Ներկայումս Փանձնաժողովն իր գործունեությունն իրականացնում է Օրենքի նոր խմբագրության պայմաններում, որն էապես արդիականացրել է տնտեսական մրցակցության պաշտպանության այնպիսի կարևոր մեխանիզմներ, ինչպիսիք են տնտեսվարող սուբյեկտների համաձայնեցված գործողությունների սահմանումը և հսկողությունը, տնտեսվարող սուբյեկտների համակենտրոնացման հայտնաբերումը, տնտեսվարող սուբյեկտին որպես գերիշխող դիրք ունեցող համարելու և այլ գործառույթներ: Միաժամանակ, այն ընձեռում է տեղում ստուգումներ իրականացնելու հնարավորություն, ինչը մեծապես կնպաստի իրավախախտումների հայտնաբերմանը:

Հանձնաժողովի 2008 թվականի նախատեսվող տնտեսական մրցակցության քաղաքականության ուղղություններից է անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների բացահայտումը, որը կիրականցվի գովազդի մշտական դիտանցման, քաղաքացիների և տնտեսվարող սուբյեկտների դիմումների, ՉԼՄ հրապարակումների հիման վրա ուսումնասիրությունների իրականացման անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումների հայտնաբերման ուղղությամբ աշխատանքների միջոցով:

Սպառողների շահերի պաշտպանության համակարգի արդյունավետության համար էական նշանակություն ունի համակարգի բոլոր մասնակիցների միջև (արտադրողներ, վերամշակողներ, ծառայություն մատուցողներ, առևտրականներ, վերահսկողության պետական ծառայություններ, սպառողներ, հասարակական կազմակերպություններ) դրական փոխգործակցությունն ու համագործակցությունը:

Անհրաժեշտ է իրականացնել աշխատանքներ սպառողների իրազեկության և սպառողների կազմակերպությունների զարգացման և կատարելագործման ուղղությամբ, ինչպես նաև կատարելագործել տվյալ բնագավառի տեղեկատվական և կրթական համակարգը:

Հարկ ենք համարում նշել, որ տնտեսական մրցակցության բարենպաստ միջավայրի ձևավորման և սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով անհրաժեշտ է ավելի ակտիվ համագործակցություն պետական կառավարման և տեղական ինքնակառավարման մարմինների հետ, գործառնական ուղղվածություն ունեցող համապատասխան հասարակական և միջազգային կազմակերպությունների հետ: