



ՀՀ ՏՄԴԴՀ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՎ

«ՇԱՔԱՐԱՎԱՁ»

**ապրանքային շուկայում իրականացված
ուսումնասիրության արդյունքները**

տնտեսական մրցակցության պաշտպանության
պետական հանձնաժողով



Հայստանի Հանրապետության տնտեսական
մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողով
Հասցե՝ ՀՀ, ք. Երևան, Միեր Մկրտչյան 5բ
Հեռ. (010) 54 19 00
Էլ. փոստ՝ info@competition.am
Վեբ. կայք՝ <http://www.competition.am/>

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՆԱԽԱԲԱՆ

2. ՇԱՔԱՐԱՎԱԶԻ ՇՐՋԱՆԱՌՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԸ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՂ ՕՐԵՆՍԴՐԱԿԱՆ ԴԱՇՏԸ ԵՎ ԴՐԱ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐԻ ՎՐԱ

3. ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ

3.1. Շուկայի մասնակիցները, ներմուծման և արտադրության ծավալները

3.2. Ներմուծման ծավալները՝ ըստ արտահանման երկրների

3.3. Ներմուծման ծավալները՝ ըստ ծագման երկրների

3.4. Ներմուծման ծավալները՝ ըստ ընկերությունների

3.5. Իրացման ծավալները՝ ըստ ընկերությունների

3.6. Շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանի գնահատումը

4. ԻՐԱՑՄԱՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԸ ԵՎ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԳՆԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

4.1. Շաքարավազի իրացումը՝ ըստ մեծածախ և մանրածախ իրացման ոլորտների

4.2. Շաքարավազի ինքնարժեքի կառուցվածքը

4.3. Հայաստանում և Վրաստանում իրացվող շաքարավազի գները

5. ԵԶՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

ՆԱԽԱԲԱՆ

Նպատակ ունենալով Հայաստանի Հանրապետությունում ձևավորել արդյունավետ մրցակցային միջավայր՝ Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը (այսուհետ՝ Հանձնաժողով) պարբերաբար իրականացնում է առանձին ոլորտների և ապրանքային շուկաների ուսումնասիրություններ, որոնց միջոցով վերահսկողություն է իրականացվում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության դրույթների պահպանման նկատմամբ: Ընդգրկելով տնտեսության բազմաթիվ ոլորտներ՝ Հանձնաժողովի կողմից կատարվող ուսումնասիրությունները հնարավորություն են տալիս վեր հանելու ոլորտում առկա մրցակցային խնդիրները և դրանց տալու օպերատիվ լուծումներ:

Հաշվի առնելով վերոգրյալը, ինչպես նաև հիմք ընդունելով Հանձնաժողովի՝ 2019 թվականի մայիսի 31-ի «Շաքարավազ ապրանքային շուկայի ուսումնասիրություն իրականացնելու մասին» թիվ 64-Ա որոշումը՝ Հանձնաժողովը իրականացրել է ուսումնասիրություն «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայում:

«Շաքարավազ» ապրանքային շուկայում իրականացված ուսումնասիրության նպատակն է ստանալ այս ապրանքային շուկայի մրցակցային վիճակի ամբողջական պատկերը, գնահատել մրցակցային միջավայրը դիտարկված ժամանակահատվածի համար, ի հայտ բերել մրցակցությունը սահմանափակող հնարավոր խոչնդոտները և ներկայացնել լուծման ուղիներ մրցակցային միջավայրը բարելավելու նպատակով:

Հաշվի առնելով «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայի առանձնահատկությունները՝ Հանձնաժողովի կողմից սահմանվել են նաև ուսումնասիրության հիմնական ուղղությունները: Մասնավորապես՝

- ❖ ոլորտում առկա պետական կարգավորումների և օրենսդրական դաշտի ուսումնասիրությունը և դրա ազդեցությունը մրցակցային միջավայրի վրա,
- ❖ «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայի կառուցվածքի ուսումնասիրությունը, այդ թվում՝ ապրանքային շուկայում գործունեություն ծավալող տնտեսվարող սուբյեկտների կազմը և նրանց ունեցած մասնաբաժինների ուսումնասիրությունը,
- ❖ շաքարավազի գնի և ինքնարժեքի կառուցվածքի ուսումնասիրությունը,
- ❖ շուկայի աշխարհագրական և ապրանքատեսակային սահմանների հատկորոշումը,
- ❖ իրացման շղթայի ուսումնասիրությունը, մասնավորապես՝ մեծածախ և մանրածախ իրացման շուկաների ուսումնասիրությունը,
- ❖ հնարավոր գերիշխող դիրքի չարաշահման կամ հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտումը և գնահատումը,
- ❖ սպառողների շահերի պաշտպանությանն ուղղված միջոցառումների իրականացումը,
- ❖ ինչպես նաև ոլորտին առնչվող մի շարք այլ ուղղություններ:

Իրականացվող ուսումնասիրության շրջանակներում Հանձնաժողովի կողմից հատկորոշվել են շուկայի ապրանքատեսակային և աշխարհագրական սահմանները: Ըստ այդմ, հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ շաքարը և շաքարավազը կարող են համեմատվել ըստ իրենց գործածության նշանակության, կիրառման, որակական, տեխնիկական, գնային և

այլ հատկանիշներով, այնպես որ ձեռքբերողը փոխարինում կամ կարող է փոխարինել այդ ապրանքները մեկը մյուսով, ուստի «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանը ներառում է շաքարի ու շաքարավազի բոլոր տեսակները: Քանի որ նշված ապրանքատեսակները հավասարապես մատչելի են (տնտեսապես նպատակահարմար և հնարավոր է ձեռք բերել) Հայաստանի Հանրապետության ողջ տարածքում, ուստի ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանը Հայաստանի Հանրապետության տարածքն է:

Ուսումնասիրության համար հիմք են հանդիսացել ՀՀ և Վրաստանի հանրապետության պետական մարմինների, ինչպես նաև ապրանքային շուկայում գործունեություն իրականացնող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից Հանձնաժողով ներկայացված տեղեկատվությունները:

Ուսումնասիրությունն ընդգրկել է 2018 թվականի հունվարից մինչև 2019 թվականի հոկտեմբերն ընկած ժամանակահատվածը:



2. ՇԱՔԱՐԱՎԱԶԻ ՇՐՋԱՆԱՌՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԸ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՂ ՕՐԵՆՍԴՐԱԿԱՆ ԴԱՇՏԸ ԵՎ ԴՐԱ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐԻ ՎՐԱ

Ապրանքային շուկաներում բարեխիղճ և ազատ մրցակցային միջավայրի ապահովման էական նախադրյալներից է ոլորտը կարգավորող պատշաճ օրենսդրական դաշտը և մրցակցությունը սահմանափակող կարգավորումների բացակայությունը: Այդ համատեքստում Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել են շուրջ 30 իրավական ակտեր և փաստաթղթեր, որոնք կարգավորում են շաքարավազի արտադրության, ներմուծման և շրջանառության ոլորտները:

Մասնավորապես՝ Հանձնաժողովը քննության է առել շաքարավազի ներմուծմանը, արտադրությանը, լիցենզավորմանը, տեխնիկական կանոնակարգմանը և ստանդարտացմանն առնչվող իրավական ակտերը:

Շաքարավազի շրջանառության ոլորտը կարգավորող իրավական ակտերի ուսումնասիրության արդյունքում Հանձնաժողովն արձանագրել է, որ, ըստ էության, գոյություն չունեն այնպիսի օրենսդրական պահանջներ կամ այլ դրույթներ, որոնք ուղղակիորեն խոչընդոտում են շուկայում տնտեսական մրցակցությունը: Այնուհանդերձ Հանձնաժողովի կողմից առանձնացվել են խնդիրներ, որոնք իրենց հնարավոր բացասական ազդեցությունը կարող են ունենալ շուկայում մրցակցային միջավայրի վրա: Մասնավորապես՝

✓ **Սպիրտակ շաքարի և շաքարի հումքի՝ երրորդ երկրներից Հայաստանի Հանրապետություն ներմուծման դեպքում կիրառվող մաքսային սակագները բավականին բարձր են.**

Եվրասիական տնտեսական միության մասին պայմանագրի համաձայն՝ Միության մաքսային տարածքում կիրառվում է Միության միասնական մաքսային սակագինը: Համաձայն վերջինիս՝ երրորդ երկրներից¹ 1701991001 և 1701991009 ստորաենթադիրքերում ընդգրկված սպիրտակ շաքարի 1 տոննա ներմուծման համար գանձվում է 340 ԱՄՆ դոլար, և 1701 13 կամ 1701 14 ենթադիրքերում ընդգրկված եղեգնաշաքարի հումքի² 1 տոննա ներմուծման համար միջինում 250 դոլար:

Արդյունքում

ԵԱՏՄ անդամ հանդիսացող երկրներից, ինչպես նաև Ազատ առևտրի գոտու մասին պայմանագրում ընդգրկված պետություններից Հայաստանի Հանրապետություն ներմուծվող շաքարավազը ազատված է ներմուծման մաքսատուրքերից: Նշված հանգամանքով պայմանավորված՝ այդ երկրներից ներմուծվող շաքարավազը, ըստ էության, անհամեմատ ավելի մատչելի ու մրցունակ է, քան այլ երկրներից ներմուծվողը: Այսպիսով՝ Եվրասիական

¹ ԵԱՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրներ՝ բացառությամբ Մոլդովայի Հանրապետության, Տաջիկստանի Հանրապետության, Ուկրաինայի Հանրապետության, Ուզբեկստանի Հանրապետության

² «Եվրասիական տնտեսական միության մասին» 2014 թվականի մայիսի 29-ի պայմանագրին միանալու մասին պայմանագրի և ՀՀ Կառավարության 2007 թվականի ապրիլի 12-ի թիվ 546-Ն որոշման համաձայն՝ 2015-2025 թվականների ընթացքում շաքարի արտադրության համար ՀՀ ներմուծվող եղեգնաշաքարի հումքը ազատված է ներմուծման մաքսատուրքերից:

տնտեսական միության մաքսային տարածքում կիրառվող՝ երրորդ երկրներից շաքարի ներմուծման միասնական մաքսային սակագների բավականին բարձր լինելու հանգամանքով պայմանավորված՝ անուղղակիորեն խոչընդոտվում է այն տնտեսվարողների գործունեությունը, որոնք զբաղվում կամ ցանկանում են զբաղվել երրորդ երկրներից շաքարավազի ներմուծմամբ:

✓ **Շաքարավազի շրջանառության իրականացման համար ոլորտային կարգավորում նախատեսող տեխնիկական կանոնակարգեր մշակված չեն.**

Շաքարավազի շրջանառությունը Հայաստանի Հանրապետության տարածքում կազմակերպվում է սննդամթերքի անվտանգությանը ներկայացվող ընդհանուր պահանջներին համապատասխան և Մաքսային միության հանձնաժողովի 2011 թվականի դեկտեմբերի 9-ի N 880 որոշմամբ հաստատված «Սննդամթերքի անվտանգության մասին» (ՄՄ ՏԿ 021/2011) և Մաքսային միության հանձնաժողովի 2011 թվականի դեկտեմբերի 9-ի N 881 որոշմամբ հաստատված «Սննդամթերքի մակնշման մասին» (ՄՄ ՏԿ 022/2011) Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգերի հիման վրա:

Արդյունքում

Շաքարավազի տեխնիկական կանոնակարգերի բացակայությունը և ստանդարտներին համապատասխանելու ոչ պարտադիր լինելը հնարավոր է դարձնում նրա շրջանառությունը նաև այն դեպքում, երբ պահպանվել են միայն վերոնշյալ տեխնիկական կանոնակարգերի պահանջները:

Այսինքն ստացվում է մի իրավիճակ, որ շաքարավազի շրջանառության ժամանակ պարտադիր է միայն սննդամթերքի անվտանգությանը ներկայացվող ընդհանուր պահանջների պահպանումը, իսկ շաքարավազի ստանդարտներին համապատասխանությունը կրում է կամավոր բնույթ:

Բացի այդ, օրենսդրությամբ և վերը նշված կանոնակարգերով սննդամթերքի մակնշմանը ներկայացվող պահանջներում պարտադիր պայման չէ ստանդարտի, կամ այլ փաստաթղթի մասին մակնշումը, որի համաձայն արտադրվել և կարող է տարբերակվել (նույնականացվել) տվյալ սննդամթերքը: Այս պարագայում սպառողների մոտ կարող է շփոթություն առաջանալ արտադրանքի՝ ստանդարտացման փաստաթղթերին համապատասխանության կապակցությամբ:

Բացի այդ, այն տնտեսվարող սուբյեկտները, որոնց կողմից իրացվող շաքարավազը փաստացի չի համապատասխանում որևէ ստանդարտի, ապրանքի վրա այդ մասին որևէ մակնշում չանելու իրավունք ստանալով՝ կարող են մրցակցային առավելություն ունենալ այն տնտեսվարողների նկատմամբ, որոնց կողմից իրացվող ապրանքը արտադրվել է ստանդարտներին համապատասխան:

3. ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԸ

3.1 Շուկայի մասնակիցները, ներմուծման և արտադրության ծավալները

Ըստ ՀՀ ՊԵԿ կողմից Հանձնաժողով ներկայացված տվյալների՝ 2018 թվականի ընթացքում Հայաստանի Հանրապետության տարածք է ներմուծվել 23 600 000 կգ շաքարավազ 48 տնտեսվարողի կողմից, իսկ 2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում 8 000 000 կգ՝ 47 տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից:

2018 թվականի ընթացքում շաքարի հումքի (շաքարեղեգի հումք) ներմուծման ծավալը կազմել է 58 000 000 կգ, իսկ 2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում 35 000 000 կգ:

2018 թվականի ընթացքում Հայաստանի Հանրապետությունում արտադրվել է 58 000 000 կգ շաքարավազ, իսկ 2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում՝ 59 800 000 կգ:

Աղյուսակ 1

2018 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2019 թվականի հոկտեմբերի 31-ն ընկած ժամանակահատվածում **շաքարավազի և շաքարեղեգի հումքի ներմուծման և շաքարավազի արտադրության** ծավալների վերաբերյալ*
տնտեսական մրցակցության պաշտպանության
սեփական հանձնաժողով

| Հ/Հ | Ժամանակահատվածը | 2018 թվական (հունվար-դեկտեմբեր) | 2019 թվական (հունվար-հոկտեմբեր) |
|-----|-------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| 1 | Ներմուծող ընկերությունների թիվը | 48 | 47 |
| 2 | Ներմուծված շաքարավազ (կգ) | 23 000 000 | 8 000 000 |
| 3 | Ներմուծված շաքարեղեգի հումք (կգ) | 58 000 000 | 35 000 000 |
| 4 | Արտադրված շաքարավազ (կգ) | 58 000 000 | 59 800 000 |

*Աղյուսակը կազմվել է ՊԵԿ կողմից Հանձնաժողով ներկայացված տեղեկատվության հիման վրա

*Դիտարկվող ժամանակահատվածում ՀՀ-ում շաքարեղեգի հումքի ներմուծմամբ և շաքարավազի արտադրությամբ զբաղվել է 1 ընկերություն

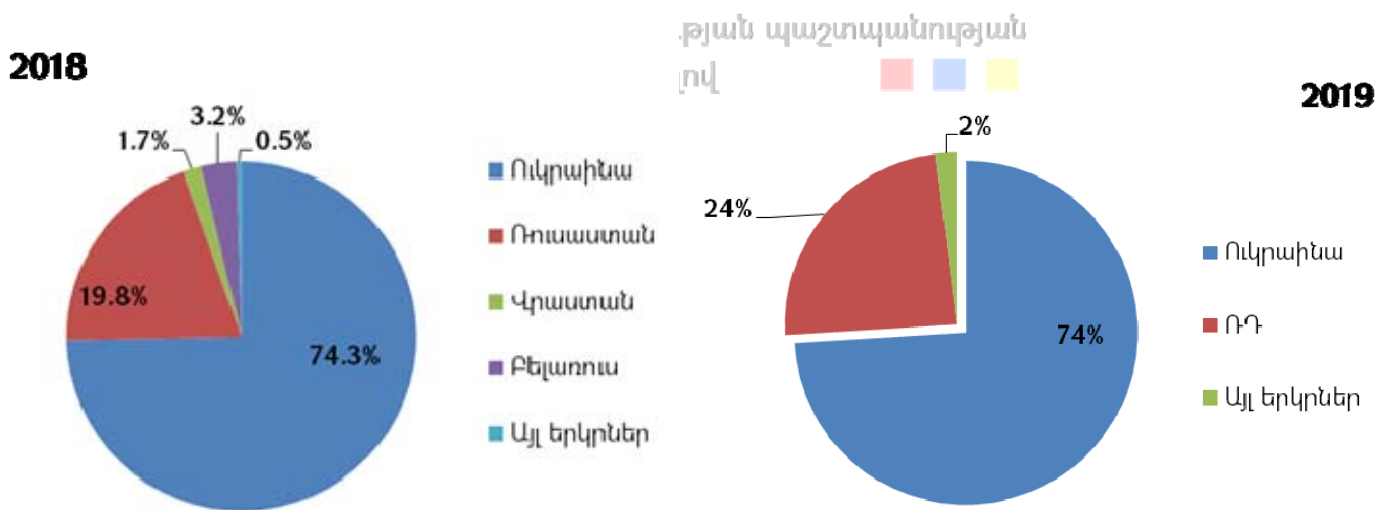
3.2 Ներմուծման ծավալները՝ ըստ արտահանման երկրների

ՊԵԿ կողմից Հանձնաժողով ներակայացված տեղեկատվության ուսումնասիրության արդյունքում պարզ է դարձել, որ 2018 թվականին Հայաստանի Հանրապետություն շաքարավազ առավելապես ներմուծվել է Ուկրաինայից՝ ընդհանուր ներմուծման ծավալի 74.3%-ը և Ռուսաստանից՝ 19,8%: Վրաստանից, Բելառուսից և այլ երկրներից ներմուծված շաքարավազը կազմել է ընդհանուր ներմուծման ծավալի 5.9%-ը:

2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում նույնպես տնտեսվարող սուբյեկտները Հայաստանի Հանրապետություն շաքարավազ ներմուծել են հիմնականում Ուկրաինայից՝ նշված ժամանակահատվածում ներմուծված շաքարավազի 74%-ը: Ներմուծման առավել մեծ ծավալներով Ուկրաինային հաջորդել է Ռուսաստանը՝ ընդհանուր ներմուծման ծավալի 24%-ը: Մնացած այլ երկրներից ներմուծված շաքարավազի տեսակարար կշիռը ընդհանուր ներմուծման ծավալի մեջ չի գերազանցել 2%-ը: Եղեգնաշաքարի հումքը 2018 և 2019 թվականների ընթացքում ՀՀ տարածք է ներմուծվել Բրազիլիայից:

Գծանկար 1

2018 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2019 թվականի հոկտեմբերի 31-ն ընկած ժամանակահատվածում ՀՀ տարածք ներմուծված շաքարավազի արտահանման երկրների վերաբերյալ*



*Գծապատկերը կազմվել է ՊԵԿ կողմից Հանձնաժողով ներկայացված տեղեկատվության հիման վրա

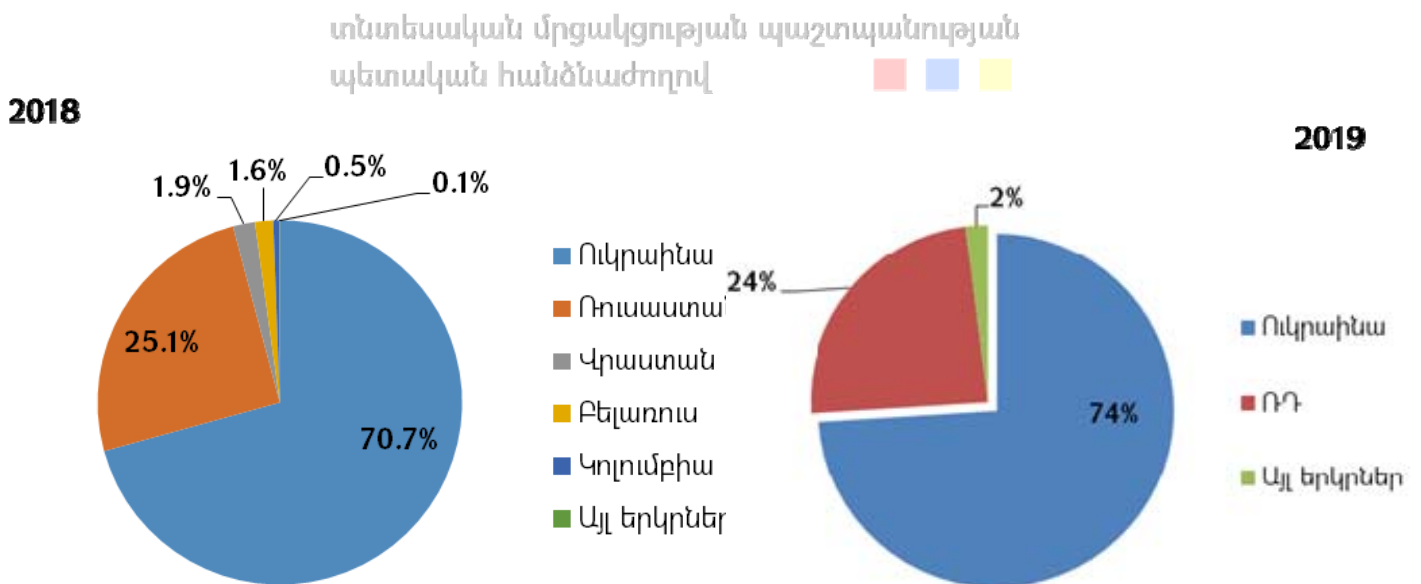
3.3 Ներմուծման ծավալները՝ ըստ ծագման երկրների

Ուսումնասիրության շրջանակներում դիտարկվել են նաև հաշվետու ժամանակաշրջանում Հայաստանի Հանրապետության տարածք ներմուծված շաքարավազի ծագման երկրները: ՍՍՏՄ կողմից Հանձնաժողով ներակայացված տեղեկատվության համաձայն՝ 2018 թվականին Հայաստանի Հանրապետություն ներմուծված շաքարավազը հիմնականում եղել է ուկրաինական ծագման՝ ներմուծված շաքարավազի 70,7%-ը արտադրված է եղել Ուկրաինայում: Ուկրաինային հաջորդում է Ռուսաստանը՝ 25,1%, իսկ Վրաստանում, Բելառուսում և այլ երկրներում արտադրված շաքարավազի ներմուծումը չի գերազանցել ընդհանուր ներմուծման ծավալի 4,2%-ը:

2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում նույնպես Հայաստանի Հանրապետություն ներմուծված շաքարավազը հիմնականում եղել է ուկրաինական ծագման: Նշված ժամանակահատվածում ներմուծված շաքարավազի 74%-ը արտադրված է եղել Ուկրաինայում, իսկ 24%-ը՝ Ռուսաստանում: Այլ երկրներում արտադրված շաքարավազի ներմուծման ծավալը չի գերազանցել ընդհանուր ներմուծման ծավալի 2%-ը:

Գծանկար 2

2018 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2019 թվականի հոկտեմբերի 31-ն ընկած ժամանակահատվածում ՀՀ տարածք ներմուծված **շաքարավազի** ծագման երկրների վերաբերյալ*



*Գծապատկերը կազմվել է ՍՍՏՄ և ՊԵԿ կողմից Հանձնաժողով ներակայացված տեղեկատվության հիման վրա

3.4 Ներմուծման ծավալները՝ ըստ ընկերությունների

ՀՀ ՊԵԿ կողմից Հանձնաժողով ներկայացված տեղեկատվության համաձայն՝ շաքարավազի ներմուծման ծավալներով 2018 և 2019 թվականներին առաջատարն են եղել «Ալեքս հոլդինգ» և «Ալեքս Էնդ հոլդինգ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունները (այսուհետ նաև՝ Ընկերություն)³ և «Արմեն-Համիկ եղբայրներ ՀԶ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը: Վերջիններիս ներմուծման ծավալը ընդհանուր ներմուծման ծավալում 2018 թվականին կազմել է 82%, իսկ 2019 թվականին՝ 79%:

3.5 Շաքարավազի իրացման ծավալները՝ ըստ ընկերությունների

Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել է տնտեսվարող սուբյեկտներից ստացված տեղեկատվությունը և հաշվարկվել նրանց իրացման ծավալները և դրանց տեսակարար կշիռները իրացման ընդհանուր ծավալի մեջ:

2018 և 2019 թվականներին իրացման առավել խոշոր ծավալներ են ունեցել «Ալեքս հոլդինգ» և «Ալեքս Էնդ հոլդինգ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունները և «Արմեն-Համիկ եղբայրներ ՀԶ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը: Վերջիններիս իրացման ծավալը ընդհանուր իրացման ծավալում 2018 թվականին կազմել է 98%, իսկ 2019 թվականին՝ 96%:

Դիտարկվող ժամանակահատվածում, ուսումնասիրելով տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից շաքարավազի ձեռքբերման և իրացման ծավալները, Հանձնաժողովը պարզել է, որ խոշոր ձեռքբերողներից որոշ ընկերություններ չեն զբաղվում շաքարավազի իրացմամբ: Օրինակ՝ «Ջերմուկ ինթ.նլ պեպսի-կոլա բրթ.», «Վիլ Ֆուդ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունների, «Թամարա Ֆրուտ» փակ բաժնետիրական ընկերության կողմից շաքարավազը ներմուծվել է սեփական արտադրությունում օգտագործելու նպատակով:

³ Ուսումնասիրության շրջանակներում ներմուծման և իրացման ծավալները հաշվարկելիս «Ալեքս հոլդինգ» և «Ալեքս Էնդ հոլդինգ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունները դիտարկվել են որպես 1 ընկերություն:

3.6 Շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանի գնահատումը

Հանձնաժողովը ուսումնասիրության ընթացքում գնահատել է «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածությունը՝ հաշվարկելով առավել լայն տարածում ունեցող ինդեքսները⁴։

Մասնավորապես՝ Հանձնաժողովը գնահատել է շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը շուկայում առավել խոշոր մասնաբաժին ունեցող 3 ընկերությունների մասնաբաժինների հիման վրա՝ CR₃ (Concentration ratio):

$$CR_3=S_1+S_2+S_3$$

Որտեղ՝ S1-ը S2-ը և S3-ը համապատասխանաբար շուկայում ամենամեծ մասնաբաժին ունեցող առաջին, երկրորդ և երրորդ ընկերություններն են: Տվյալ դեպքում շուկան համարվում է բարձր կենտրոնացված, եթե 70% < CR₃ < 100%: Ըստ այդմ՝

2018 թվականի ընթացքում CR₃-ը ըստ ներմուծման կազմել է 82%, իսկ ըստ իրացման՝ 98%:

2019 թվականի ընթացքում CR₃-ը ըստ ներմուծման կազմել է 79%, իսկ ըստ իրացման՝ 96%:

Ուսումնասիրության շրջանակներում հաշվարկվել է նաև Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը, որը շուկայի կենտրոնացվածության գնահատման առավել տարածված և ճշգրիտ ցուցանիշներից է: Այն, ըստ էության, շուկայում գործող բոլոր տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինների քառակուսիների գումարն է: Այս ինդեքսի հիմնական առավելությունն այն է, որ այն շատ զգայուն է շուկայում մասնաբաժինների վերաբաշխման նկատմամբ:

$$IHH=S_1^2+S_2^2+S_3^2+....+S_n^2$$

տնտեսական մրցակցության պաշտպանության

Որտեղ՝ S1-ը շուկայում ամենախոշոր մասնաբաժինն ունեցող ընկերության մասնաբաժինն է, S2-ը երկրորդ ամենամեծ մասնաբաժինն ունեցող ընկերության մասնաբաժինն է և այսպես շարունակ: Եթե IHH<1000, ապա շուկան ցածր կենտրոնացված է, եթե 1000< IHH <2000, ապա շուկան համարվում է միջին կենտրոնացված, իսկ IHH>2000 դեպքում՝ շուկան համարվում է բարձր կենտրոնացված:

Այսպիսով՝ 2018 թվականի ընթացքում IHH-ն ըստ ներմուծման կազմել է 4714, ըստ իրացման՝ 9034: 2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում IHH-ն ըստ ներմուծման կազմել է 3301, ըստ իրացման՝ 7808:

Փաստորեն, հաշվակելով Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը, ստացվել է, որ 2018 թվականի հունվարից մինչև 2019 թվականի հոկտեմբերն ընկած ժամանակահատվածում շաքարավազի շուկան՝ ըստ ներմուծման և իրացման ունեցել է բարձր կենտրոնացվածություն:

Ապրանքային շուկաների կառուցվածքի և կենտրոնացվածության վերաբերյալ ամբողջական պատկերացում կազմելու նպատակով Հանձնաժողովի կողմից հաշվարկվել է նաև Լինդայի ինդեքսը: Նշված ինդեքսը հաշվարկվում է՝ շուկայական իշխանության և օլիգոպոլիայի սահմանները որոշելու, իսկ ԵՄ անդամ երկրներում նաև համակենտրոնացումների թույլատրման

⁴ Ինդեքսների հաշվարկման ժամանակ «Ալեքս հոլդինգ» և «Ալեքս էնդ հոլդինգ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունները դիտարկվել են որպես 1 ընկերություն:

կամ արգելման վերաբերյալ որոշումներ ընդունելու նպատակով: Լինդայի ինդեքսը հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևի միջոցով՝

$$L_k = \frac{1}{k(k-1)} \times \sum_{i=1}^k \frac{A_i}{I} + \frac{A_k - A_1}{k-1}$$

Որտեղ՝ K -ն՝ տվյալ ապրանքային շուկայում առավել խոշոր մասնաբաժին ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների թիվն է, I -ն՝ խոշոր մասնաբաժին ունեցող տնտեսվարողների շարքում առաջատար տնտեսվարողների թիվն է, A_i -ն՝ I տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինների գումարն է, A_k -ն՝ K տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինների գումարն է:

Նշված ինդեքսը հաշվարկվում է այնքան ժամանակ, մինչև հաստատվում է $L_k < L_{k+1}$ պայմանը: Այս դեպքում համարվում է, որ ապրանքային շուկայում K տնտեսվարող սուբյեկտները ունեն շուկայական իշխանություն կամ կազմում են օլիգոպոլիս: Լինդայի ինդեքսը հաշվարկվում են առնվազն 2 տնտեսվարող սուբյեկտների համար, իսկ եթե այն տոկոսային արտահայտությամբ գերազանցում է 200-ը նշանակում է, շուկայական իշխանություն ունի միայն ամենախոշոր մասնաբաժին ունեցողը:

Այսպիսով՝ Հանձնաժողովի կողմից հաշվարկվել է Լինդայի ինդեքսը՝ 2018 և 2019 թվականների ընթացքում «Շաքարավազ» ապրանքային շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների իրացման ծավալների հիման վրա: Արդյունքում 2018 թվականի ընթացքում, իրացման առավել խոշոր ծավալներ ունեցող 2 տնտեսվարողների համար հաշվարկելով Լինդայի ինդեքսը, ստացվել է $L_2 = 3166\%$, իսկ 2019 թվականի ընթացքում՝ $L_2 = 1100\%$: Այսինքն ստացվել է, որ $L_2 > 200\%$ ՝ հետևաբար 2018 և 2019 թվականներին իրացման առավել խոշոր ծավալներ ունեցող առաջին սուբյեկտը՝ ընկերությունը («Ալեքս հոլդինգ» և «Ալեքս էնդ հոլդինգ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունները) ունեցել է շուկայական իշխանություն:

Այսպիսով, հաշվարկելով Լինդայի ինդեքսը, Հանձնաժողովն արձանագրել է, որ թեև «Շաքարավազ» ապրանքային շուկաներում գործում են մեծաքանակ տնտեսվարող սուբյեկտներ, այնուհանդերձ նրանցից միայն մեկն ունի շուկայական իշխանություն:

4. ԻՐԱՑՄԱՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԸ ԵՎ ԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԳՆԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

4.1 Շաքարավազի իրացումը՝ ըստ մեծածախ և մանրածախ իրացման ոլորտների

Հանձնաժողովի կողմից տնտեսվարողների ներկայացրած տեղեկատվության հիման վրա ուսումնասիրվել է նաև 2018 թվականի ընթացքում և 2019 թվականի հունվար-հոկտեմբեր ժամանակահատվածում ներկրված շաքարավազի իրացումը՝ ըստ մանրածախ և մեծածախ ոլորտների:

Վերոնշյալ տեղեկատվության վերլուծությունից պարզ է դարձել, որ շաքարավազ ձեռքբերող (ներմուծող և արտադրող) և իրացնող ընկերությունները հիմնականում զբաղվում են շաքարավազի և մեծածախ, և մանրածախ իրացմամբ: Այսինքն՝ խոշոր ներմուծողները, ըստ էության, տիրապետում են նաև մանրածախ իրացման օբյեկտների, և իրենց կողմից ձեռքբերված շաքարավազը գրեթե հավասարապես իրացնում են մանրածախ և մեծածախ ոլորտներում: Փաստորեն, 2018 և 2019 թվականներին շաքարավազի ձեռքբերման առավել խոշոր ծավալներ ունեցող տնտեսվարողները շաքարավազի մոտ կեսը իրացրել են մեծածախ եղանակով՝ այլ տնտեսվարողների, իսկ մյուս կեսը՝ սեփական մանրածախ ցանցի միջոցով անմիջապես սպառողներին:

Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել է նաև առավել խոշոր 5 առևտրային ցանցերի կողմից շաքարավազի ձեռքբերման և իրացման ծավալների վերաբերյալ տեղեկատվությունը: Ուսումնասիրության արդյունքում պարզվել է, որ 2018 թվականին և 2019 թվականի ընթացքում առավել խոշոր 5 առևտրային ցանցերի շրջանում շաքարավազի ձեռքբերման և իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցել է «Սիթի» ՍՊԸ-ն:

Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել է նաև շաքարավազի առավել խոշոր իրացնող ընկերությունների՝ «Ալեքս հոլդինգ» և «Ալեքս Էնդ հոլդինգ» ընկերությունների իրացման ծավալների մեջ սեփական մանրածախ ցանցի միջոցով իրացված ծավալը:

Արդյունքում ստացվել է, որ Ընկերությունը իր կողմից իրացված շաքարավազի շուրջ 50%-ը իրացնում է սեփական մանրածախ ցանցի («Ալեքս Հոլդինգ» և «Սիթի» ՍՊԸ-ներին պատկանող մանրածախ ցանցի) միջոցով:

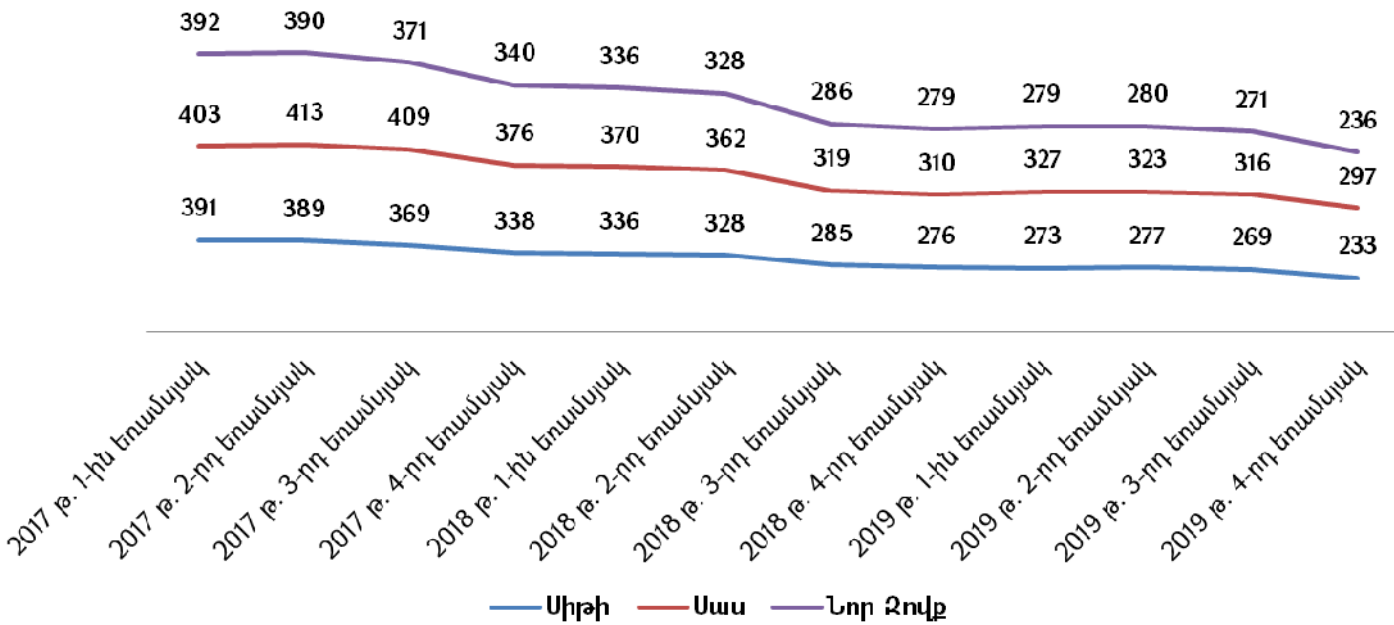
Խոշոր ձեռքբերողների և իրացնողների կողմից շաքարավազի իրացման գործընթացում հնարավոր խտրական դրսևորումները բացահայտելու նպատակով Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել է նաև ձեռքբերման և իրացման առավել խոշոր ծավալներ ունեցող «Ալեքս հոլդինգ» ՍՊԸ-ի վարքագիծը: Մասնավորապես ուսումնասիրվել են «Ալեքս հոլդինգ» ՍՊԸ-ի իրացման գները՝ գնորդ հանդիսացող խոշոր առևտրային ցանցերին շաքարավազի իրացման գործընթացում:

«Ալեքս հոլդինգ» ՍՊԸ-ն դիտարկվող բոլոր ամիսներին խոշոր առևտրային ցանցերին շաքարավազ իրացնելիս գնորդ ընկերությունների համար միջինում տարբեր գներ է սահմանել:

Նկարագրված դեպքերում՝ հնարավոր գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտները պետք է ունենան հստակ սկզբունքներ և չափանիշներ, մշակված հստակ գնային և զեղչային քաղաքականություն՝ ապրանքների իրացման ժամանակ գնորդ ընկերություններին իրացման ցածր գներ, զեղչեր սահմանելու, կամ այլ արտոնյալ պայմաններ տրամադրելու գործընթացում:

Գծանկար 3

2017-2019 թվականների ընթացքում առավել խոշոր առևտրային ցանցերում շաքարավազի միջին մանրածախ գների վերաբերյալ



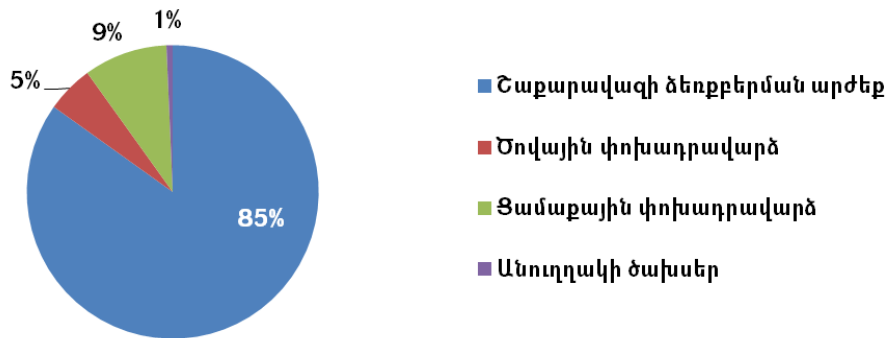
4.2 Շաքարավազի հիքնարժեքի կառուցվածքը

Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրվել է նաև առավել խոշոր ընկերությունների կողմից ներմուծվող և ՀՀ-ում արտադրվող շաքարավազի միջին կշռված հիքնարժեքի կառուցվածքը:

Ինքնարժեքի կառուցվածքի ուսումնասիրության շրջանակներում առանձնացվել են 2 խումբ հիմնական ծախսային բաղադրիչներ՝ ուղղակի (շաքարավազի կամ հումքի ձեռքբերման արժեք, տրանսպորտային ծախսեր, աշխատավարձ և այլն) և անուղղակի ծախսեր:

Գծանկար 4

Ներմուծված շաքարավազի հիքնարժեքի կառուցվածքի վերաբերյալ

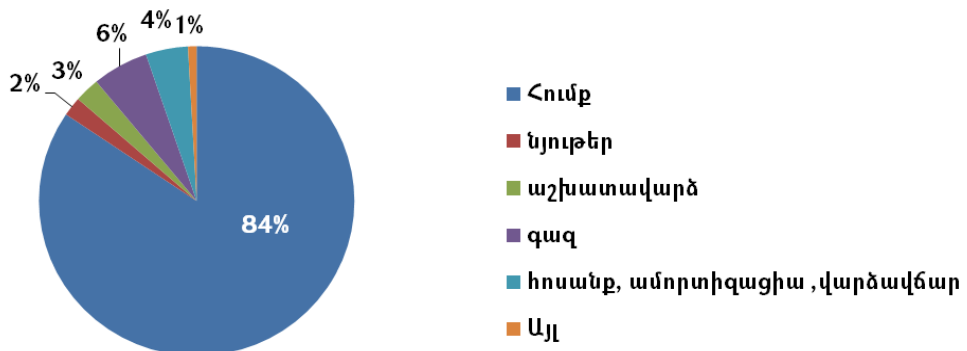


Ինքնարժեքի կառուցվածքի ուսումնասիրության արդյունքները ցույց են տվել, որ ներմուծված շաքարավազի հիքնարժեքի ձևավորման գործընթացում զգալի մասնաբաժին են կազմում ուղղակի ծախսերը՝ 99%, մասնավորապես՝ շաքարավազի հիքնարժեքի շուրջ 85%-ը կազմում է ձեռքբերման գինը, իսկ շուրջ 14%-ը տրանսպորտային ծախսերը:

Անուղղակի ծախսերը, որոնք կազմում են ներմուծված շաքարավազի հիքնարժեքի 1%-ը, ներառում են մաքսային ձևակերպման ծախսերը, մաքսային պահեստում ապրանքի պահպանման ծախսերը և այլն:

Գծանկար 5

Արտադրված շաքարավազի հիքնարժեքի կառուցվածքի վերաբերյալ



Արտադրված շաքարավազի հիքնարժեքի կառուցվածքի վերլուծությունից պարզ է դարձել, որ այն ձևավորող հիմնական բաղադրիչը ուղղակի ծախսերն են՝ 99%: Ուղղակի ծախսերը ներառում են եղեգնաշաքարի հումքին, արտադրության համար անհրաժեշտ այլ նյութերին, աշխատավարձին, գազին, հոսանքին, ամորտիզացիային բաժին ընկնող ծախսերը: Անուղղակի ծախսերը կազմում են արտադրված շաքարավազի հիքնարժեքի 1%-ը:

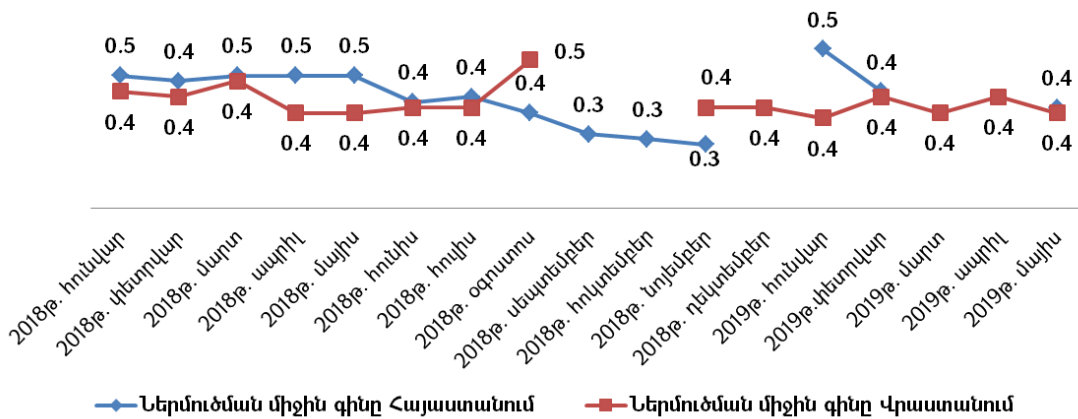
4.3 Հայաստանում և Վրաստանում իրացվող շաքարավազի գները

Հաշվի առնելով Հայաստանի և Վրաստանի միևնույն տարածաշրջանում գտնվելը, ինչպես նաև շաքարավազի՝ Վրաստանի տարածքով դեպի Հայաստան ներմուծվելու հանգամանքը, Հանձնաժողովի կողմից համեմատվել են նաև Հայաստանում և Վրաստանում շաքարավազի ներմուծման և մանրածախ գները:

Համեմատելով 2018 թվականի հունվարի 1-ից մինչև 2019 թվականի մայիս ամիսն ընկած ժամանակահատվածում Հայաստան և Վրաստան Ուկրաինայից ներմուծվող շաքարավազի ներմուծման միջին գները՝ պարզվել է, որ ՀՀ և Վրաստան շաքարավազ ներմուծվում է միջինում 0.4 ԱՄՆ դոլարով:

Գծանկար 6

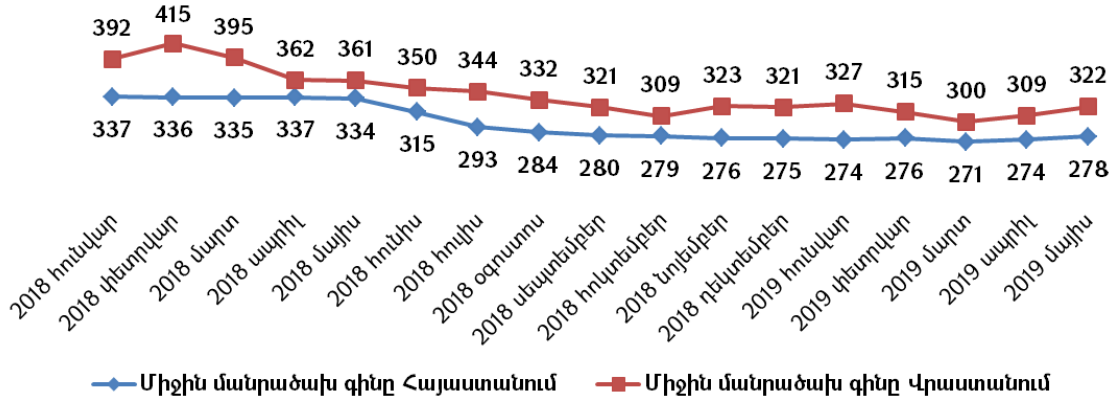
Հայաստանում և Վրաստանում շաքարավազի ներմուծման գների վերաբերյալ* (ԱՄՆ դոլար)



Միաժամանակ Հանձնաժողովի կողմից համադրվել են Հայաստանում և Վրաստանում շաքարավազի իրացման միջին մանրածախ գները: Հաշվետու ժամանակահատվածում Վրաստանում շաքարավազի միջին մանրածախ իրացման գինը տատանվել է 1.7-ից 2.2 լարիի սահմաններում, որը, համաձայն Կենտրոնական բանկի կողմից սահմանված փոխարժեքների, համարժեք է 309-ից 415 դրամին: Միևնույն ժամանակահատվածում ՀՀ-ում շաքարավազի միջին մանրածախ գինը նվազագույնը կազմել է 271, իսկ առավելագույնը՝ 337 դրամ:

Գծանկար 7

Հայաստանում և Վրաստանում շաքարավազի իրացման մանրածախ գների վերաբերյալ*



*Վրաստանում շաքարավազի ներմուծման և մանրածախ գների վերաբերյալ տեղեկատվությունը Հանձնաժողովին տրամադրվել է Վրաստանի ֆինանսների նախարարության եկամուտների ծառայության մաքսային դեպարտամենտի կողմից

5. ԵՋՐԱԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ԱՌԱՋԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հանձնաժողովը ուսումնասիրության ընթացքում առանձնացրել է շաքարավազի շուկայում տնտեսական մրցակցությունը սահմանափակող հնարավոր խնդիրների առաջին խումբը, որոնք կապված են ոլորտը կարգավորող օրենսդրական ակտերով ամրագրված պահանջների հետ:

Այսպիսով՝ ուսումնասիրելով շաքարի արտադրության ու շրջանառության ոլորտը կարգավորող իրավական ակտերը, Հանձնաժողովն արձանագրել, որ գոյություն չունեն այնպիսի օրենսդրական պահանջներ կամ այլ դրույթներ, որոնք խոչընդոտում են շուկայում տնտեսական մրցակցության ապահովումը: Այնուհանդերձ Հանձնաժողովի կողմից առանձնացվել են խնդիրներ, որոնք իրենց հնարավոր բացասական ազդեցությունը կարող են ունենալ շուկայում մրցակցային միջավայրի վրա: Մասնավորապես՝

- Եվրասիական տնտեսական միության մաքսային տարածքում կիրառվող՝ երրորդ երկրներից շաքարի և շաքարի հումքի ներմուծման միասնական մաքսային սակագները բավականին բարձր են: ԵԱՏՄ անդամ հանդիսացող երկրներից, ինչպես նաև Ազատ առևտրի գոտու մասին պայմանագրում ընդգրկված պետություններից Հայաստանի Հանրապետություն ներմուծվող շաքարավազը ազատված է ներմուծման մաքսատուրքերից:

Այս հանգամանքով պայմանավորված՝ անուղակիորեն խոչընդոտվում է այն տնտեսվարողների մուտքը շուկա, որոնք ցանկանում են զբաղվել երրորդ երկրներից շաքարավազի ներմուծմամբ: Բացի այդ, ԵԱՏՄ անդամ երկրներից առանց մաքսատուրք շաքարավազի ներմուծման դեպքում տեղական արտադրանքը էժան ներմուծվողի նկատմամբ հնարավոր է դառնա անմրցունակ:

- Շաքարավազի արտադրության և շրջանառության իրականացման համար ոլորտային կարգավորում նախատեսող տեխնիկական կանոնակարգեր մշակված չեն, փոխարենը դրանց արտադրությունը և շրջանառությունը կազմակերպվում է սննդամթերքի անվտանգությանը ներկայացվող ընդհանուր պահանջների պահպանմամբ: Այս դեպքում, երբ բացակայում են շաքարին վերաբերող տեխնիկական կանոնակարգերը և պարտադիր չէ արտադրանքի՝ ստանդարտներին համապատասխանությունը, հնարավոր է լինում շաքարավազի շուկայահանումը նաև այն դեպքում, երբ պահպանվել են միայն վերոնշյալ՝ ընդհանուր սննդամթերքին առնչվող տեխնիկական կանոնակարգերի պահանջները:

Շաքարավազի շրջանառության ոլորտի մրցակցային իրավիճակի վրա՝ նշված խնդիրների հնարավոր բացասական ազդեցությունը չեզոքացնելու նպատակով անհրաժեշտ է մշակել և ընդունել շաքարի հումքի և շաքարավազի շրջանառության վերաբերյալ տեխնիկական կանոնակարգ: Այդ փաստաթղթով կարող են սահմանվել

շաքարավազի բնութագրերի և արտադրանքի հետ կապված գործընթացներին ներկայացվող՝ կատարման և կիրառման համար պարտադիր պահանջները, ինչպես նաև արտադրանքի ներմուծման և շուկայահանման պայմանները:

Միաժամանակ տեխնիկական կանոնակարգը կարող է ներառել արտադրանքի փաթեթավորման, մակնշման և պիտակավորման պահանջները, ինչպես նաև սանիտարական նորմերը:

Այս դեպքում անհրաժեշտ է նշանակել տեխնիկական կանոնակարգով սահմանված պահանջների նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնող լիազոր մարմին, որը կարող է լինել Սննդամթերքի անվտանգության տեսչական մարմինը:

Հաշվի առնելով ուսումնասիրության արդյունքները՝ Հանձնաժողովի կողմից առանձնացվել է նաև ոլորտում տնտեսական մրցակցությունը սահմանափակող հնարավոր խնդիրների երկրորդ խումբը:

- Շաքարավազ ձեռք բերող ընկերությունները փաստացի տիրապետում են նաև մանրածախ իրացման օբյեկտների, կամ խոշոր առևտրային ցանցերի հետ ունեն փոխկապվածություն: Այսինքն այդ ընկերությունները միաժամանակ զբաղվում են շաքարավազի և մեծածախ, և մանրածախ իրացմամբ: Փաստորեն գործող ընկերությունները, ունենալով իրացման համապատասխան ենթակառուցվածքներ, որոշակի մրցակցային առավելություն են ձեռք բերում շուկա մուտք գործող նոր ընկերությունների նկատմամբ:
- Ներմուծող ընկերությունների կողմից սահմանված մեծածախ գների և սեփական առևտրային օբյեկտների միջոցով սպառողներին իրացվող ապրանքների մանրածախ գների (մեծածախ և մանրածախ գների մարժա) տարբերությունը բավականին փոքր է: Այս հանգամանքով պայմանավորված՝ որոշ ընկերություններ, չկարողանալով գնային առումով մրցակցել խոշոր ընկերությունների հետ, հնարավոր է չկարողանան մտնել շուկա կամ դուրս մղվեն շուկայից:
- Ոլորտում գործող խոշոր ընկերությունների կողմից շաքարավազի մանրածախ և մեծածախ իրացման հանգամանքը կարող է խնդիրներ ստեղծել խոշոր ընկերությունների՝ հակամրցակցային գործողություններին հակազդելու և կանխարգելելու տեսանկյունից: Այս դեպքում հնարավոր չէ արդյունավետ կերպով գնահատել շաքարավազի մեծածախ վաճառք իրականացնող խոշոր տնտեսվարողների կողմից մանրածախ ոլորտում իրականացվող գնային քաղաքականությունը: Բացի այդ կարող են բարդություններ ստեղծվել՝ շաքարավազի մեծածախ իրացմամբ զբաղվող խոշոր տնտեսվարողների խտրական դրսևորումները բացահայտելու և կանխարգելելու տեսանկյունից:
- Հնարավոր գերիշխող դիրք ունեցող ընկերությունները շաքարավազ իրացնելիս գնորդ ընկերությունների համար հաճախ սահմանում են իրացման տարբեր գներ կամ պայմաններ: Այս հանգամանքով պայմանավորված՝ որոշ ընկերություններ կարող են ստանալ մրցակցային առավելություն մյուս գնորդ ընկերությունների նկատմամբ:

- ՀՀ-ում արտադրվող շաքարավազի ինքնարժեքի մոտ 85%-ը ձևավորում է հումքի արժեքը: Ըստ այդմ՝ թանկ հումքի ձեռքբերման և ներմուծվող շաքարավազի առավել մատչելի լինելու պարագայում տեղական արտադրությունը ներքին շուկայում ներմուծվողի նկատմամբ դառնում է անմրցունակ:
- Տարիների ընթացքում խոշոր տնտեսվարողները, մի շարք օբյեկտիվ հանգամանքներով պայմանավորված, «զբաղեցրել են» շաքարավազի շրջանառության ոլորտը, և արդյունքում նոր և փոքր տնտեսվարողների համար խնդիրներ են ստեղծվում շուկա մուտք գործելու ժամանակ:

Նշված հանգամանքը պայմանավորող օբյեկտիվ գործոններից են օրինակ՝ հայաստանյան շուկայի փոքր լինելը, խոշորընկերությունների՝ համապատասխան ենթակառուցվածքներին տիրապետելը, արտասահմանյան մատակարարների հետ երկարաժամկետ գործընկերային հարաբերությունները, ձեռքբերման խոշոր ծավալների հաշվին մրցունակ գին ունենալը և այլն:

Խոշոր ձեռքբերողների և միևնույն ժամանակ մանրածախ իրացում իրականացնողների գործունեության բացասական ազդեցությունը չեզոքացնելու նպատակով՝ նախ պետք է (հատկապես սոցիալական կարևոր նշանակության ապրանքատեսակների մասով, այդ թվում՝ շաքարավազի) իրականացնել մանրածախ և մեծածախ առևտրի տարանջատում:

Այս դեպքում հնարավորություն կստեղծվի բացահայտել և կանխարգելել խոշոր իրացնողների կողմից խտրական դրսևորումները այլ տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ: Բացի այդ, հնարավոր կլինի կարգավորել և գնահատել ապրանքային շարժի մեծածախ-մանրածախ շղթայում գնագոյացման գործընթացները:

Շաքարավազի իրացման ժամանակ խոշոր ընկերությունների կողմից գնորդներին տարբեր գներ սահմանելու պարագայում՝ խոշոր իրացնողները պետք է ունենան սկզբունքներ և չափանիշներ, մշակված հստակ գնային և զեղչային քաղաքականություն՝ ապրանքների իրացման ժամանակ գնորդ ընկերություններին իրացման ցածր գներ, զեղչեր սահմանելու, կամ այլ արտոնյալ պայմաններ տրամադրելու գործընթացում: