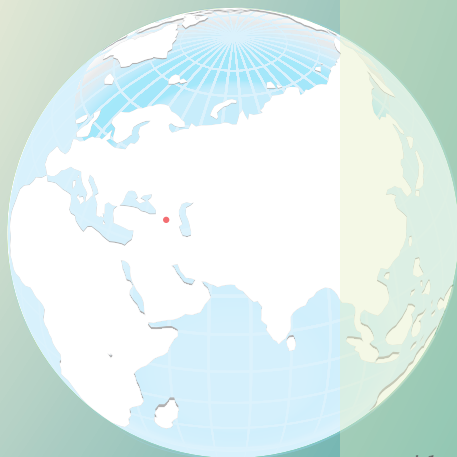


# Մենաշնորհները Հայաստանում



**FRIEDRICH  
EBERT**   
**STIFTUNG**



փետրվար  
2013

# Մենաշնորհները Հայաստանում

Հրայր Մարուխյանի հիմնադրամ  
Երևան  
փետրվար  
2013

ISBN 978-99941-2-789-4



Հրատարակիչ՝

Հրայր Մարուխյան հիմնադրամ ([www.maroukhianfoundation.org](http://www.maroukhianfoundation.org))

**Ֆրիդրիխ Էբերտ հիմնադրամի** հայաստանյան մասնաճյուղի հետ համատեղ  
**Փետրվար, 2013թ.**

Տպագրվել է «Տիգրան Մեծ» տպագրատանը

Ձևավորող և էջադրող՝ Գրիգոր Հակոբյան

Առանձին բաժինների հեղինակները պատասխանատու են բովանդակության համար:

Նրանց կարծիքը պարտադիր չէ, որ համընկնի **Ֆրիդրիխ Էբերտ հիմնադրամի** դիրքորոշման հետ:

© Հրայր Մարուխյան հիմնադրամ, 2013

# Բովանդակություն

Նախաբան .....	5
1. Մենաշնորհների խնդիրը տնտեսագիտության մեջ /տեսական հիմքերը/ .....	7
1.1 «Մենաշնորհ» հասկացությունը և դրա առանձնահատկությունները .....	7
1.2 Մենաշնորհների ազդեցությունը տնտեսության զարգացման վրա .....	11
1.3 Մենաշնորհների դասակարգումը .....	16
2. Մենաշնորհների կարգավորման մոդելները տարբեր երկրներում .....	29
2.1 Պետության փորձերը մենաշնորհների հիմնախնդիրը կարգավորելու գործում (պատմական ակնարկ, զարգացում, ներկա մոտեցումները, արդյունավետությունը) .....	29
2.2 Մենաշնորհների կարգավորման հիմնական մոդելները .....	38
3. Տնտեսական մրցակցության ապահովման մոդելը Հայաստանի Հանրապետությունում .....	49
3.1 Զարգացումը և իրավական կարգավորումը (առանձնահատկությունները, կարգավորող մարմնի կառուցվածքը, լիազորությունները, համեմատական այլ երկրների հետ) .....	49
3.2 Մրցակցային վիճակի գնահատականը ըստ միջազգային կազմակերպությունների .....	69
4. Հայաստանում մրցակցության պաշտպանության քաղաքականության հետևանքները և շուկաների վիճակը .....	77
4.1 Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի գործունեությունն ու հաշվետվությունները .....	77
4.2 Շուկաների վիճակը: Առանձին շուկաների համառոտ պատկերն ու վերլուծությունը .....	81
5. Ամփոփում. Մենաշնորհների կարգավորման նոր մոդելը .....	95
5.1 Մենաշնորհների կարգավորման հիմնախնդիրները .....	95
5.2 Հակամենաշնորհային կարգավորման առաջարկվող մոդելը՝ 1+3 կոնցեպցիա .....	100
Հավելվածներ .....	107
Հեղինակների մասին .....	115
Հրայր Մարուխյան հիմնադրամ .....	116
Ֆրիդրիխ Էբերտ հիմնադրամ .....	116



## Նախարան

Հրայր Մարուխյան հիմնադրամն իր ուսումնասիրություններում բազմիցս անդրադարձել է Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական դաշտի մի շարք խնդիրների ստանալով Գերմանիայի Գաշնության ՖԷՀ աջակցությունը: Ներկա ուսումնասիրությունը անդրադառնում է Հայաստանում գործող հիմնական խնդիրներից մեկին՝ մենաշնորհների առկայությանը, որը բազմիցս արծարծվել է տնտեսավարողների, տնտեսագետների, քաղաքական ուժերի և քաղաքացիական հասարակության կողմից, սակայն համապատասխան լուծումներ դեռևս չեն տրվել:

«Մենաշնորհները Հայաստանում» ուսումնասիրությունը, որը հանձնվում է հասարակության ուշադրությանը, միտում է պատասխանել մի շարք հարցերի և լուծումներ առաջարկել:

Ուսումնասիրությունը մասամբ ներկայացնում է մենաշնորհների դեմ պայքարի միջազգային փորձը, տալիս է տնտեսության մրցակցության ապահովման օրինակներ, վերլուծում է ՀՀ-ի շուկաների վիճակը և տնտեսական մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովի գործունեությունը, առաջարկում է հակամենաշնորհային կարգավորման մեր պատկերացումները:

Ուսումնասիրությունը արժեքավոր է նաև նրանով, քանի որ այն մեծածավալ տեղեկություններ է պարունակում, որոնք կարող են օգտագործվել ուսանողների, երիտասարդ տնտեսագետների, ասպիրանտների և բոլոր հետաքրքրվողների համար:



# 1. Մենաշնորհների խնդիրը տնտեսագիտության մեջ /տեսական հիմքերը/

- 1.1 «Մենաշնորհ» հասկացությունը և դրա առանձնահատկությունները:
- 1.2 Մենաշնորհների ազդեցությունը տնտեսության զարգացման վրա:
- 1.3 Մենաշնորհների դասակարգումը:

## 1.1 «Մենաշնորհ» հասկացությունը և դրա առանձնահատկությունները

Հայաստանի Հանրապետության արդի տնտեսական քաղաքականության առաջնա-  
յին հիմնախնդիրներից է տնտեսական մրցակցության իրական պայմանների ապահո-  
վումը և այդ առումով տնտեսական գործող մենաշնորհների կարգավորումը և դրանցով  
պայմանավորված շուկայական աղավաղումների և դեֆորմացիաների շտկումը: Երկրի  
տնտեսությունը ներկայումս բնորոշվում է մենաշնորհացման բարձր մակարդակով, որի  
հետևանքով բազմաթիվ տնտեսավարող սուբյեկտներ տուժում են հակամրցակցային  
դրսևորումների պատճառով: Մենաշնորհների հիմնախնդիրը մշտապես բարձրաձայն-  
վել է, սակայն դրանց պետական կարգավորման ուղղությամբ տեսական ու գործնական  
հարցերը քիչ են ուսումնասիրվել մեր երկրում: Գործնական առաջարկի և մենաշնորհ-  
ների հիմնախնդրի լուծման անլիարժեքությունից է, որ մենաշնորհները շարունակում են  
մնալ մեր երկրի տնտեսության զարգացման ամենաառաջնային խոչընդոտը: Իզուր չէ  
որ ԵՄ հետ ազատ առևտրի ամենաառաջնային նախապայմանն է դարձել մենաշնորհ-  
ների վերացումը Հայաստանում<sup>1</sup>: Հետևաբար, մեր երկրի տնտեսության համար առա-  
վել կարևորվում է մենաշնորհների կարգավորման միասնական ազգային մոդելի մշա-  
կումն ու հանրությանը գործնական կիրառման իրատեսական հիմքերով ու համոզմուն-  
քով ներկայացումը:

Տնտեսագիտական գրականության մեջ միանշանակ չի բնութագրվում «մենաշնորհ»  
հասկացությունը:

Մենաշնորհը առաջացել է հունարեն *μονο* — մեկ և *πωλέω* — վաճառում եմ ար-  
տահայտությունից: Հայերենում օգտագործվում է «մենաշնորհ», երբեմն էլ «մենատեր»  
հասկացությունը: Մենաշնորհ վաճառողին և գնորդին առանձնացնելու համար կարելի է  
օգտագործել «մենավաճառ» (միավաճառ) և «մենագնորդ» (միագնորդ) հասկացություն-  
ները<sup>2</sup>: Տնտեսագիտական գրականության մեջ մենաշնորհը օգտագործվում է շուկան քա-  
նակապես և որակապես բնութագրելու համար:

1 Արյուրը՝ Mediamax, Ликвидация монополий в Армении – одно из предусловий свободной торговли с ЕС, пятница 13 Апрель 2012, <http://www.mediamax.am/ru/news/society/4641/>

2 Աղբյուրը՝ Միքայել Միքայելյան, «Մենաշնորհները Հայաստանի Հանրապետությունում. Տնտեսության զարգացման խթան թե խոչընդոտ», «Մենաշնորհները Հայաստանի Հանրապետությունում. Հիմնախնդիրներ և լուծումներ», Համաժողովի գեկոյցներ, 7 նոյեմբերի, 2005թ., ՀՅԴ Բյուրոյի գրասենյակ, Երևան, էջ 9:



Մենաշնորհների վերաբերյալ համընդգրկուն պատկերացում կազմելու և ուսումնասիրություն իրականացնելու նպատակով կարևորվում է շուկայական, մասնավորապես՝ դրա կարևոր տարրերից մեկի՝ մրցակցության մասին հստակ պատկերացումը: Մենաշնորհները պատմականորեն ձևավորվել են շուկայական հարաբերությունների ծագման ու զարգացման արդյունքում: Իսկ մրցակցությունը, ապրանքների ու ծառայությունների գնի, առաջարկ-պահանջարկի հետ միասին, հանդիսանում է շուկայի կարևոր տարրերից մեկը: Տնտեսական մրցակցությունը, որպես տնտեսական կատեգորիա, արտահայտում է այն արտադրատնտեսական հարաբերությունները, որոնք կապված են հաջողության հասնելու, տնտեսական գործունեությունը, արդյունավետությունը բարձրացնելու եւ մրցակցի նկատմամբ շուկայում շահավետ դիրք գրավելու հետ: Մրցակցությունը վաճառողի (արտադրողի) միջև մրցապայքար է առավելագույն շահույթ ստանալու, իսկ ապառողի միջև՝ ապրանք գնելու համար: Մենաշնորհները ձևավորվեցին մրցակցային հարաբերությունների զարգացման ընթացքում, երբ մրցակցության օբյեկտ է հանդիսացել ոչ թե միջին շահույթը, այլ առավելագույն շահույթը: Այդ ժամանակ խիստ դաժան մեթոդներով մրցակցությունն ընթացել է հումքի աղբյուրների, նոր տեխնոլոգիաների գների համար: Հետագայում դրանք արդեն իսկ խոչընդոտ են հանդիսացել շուկայական հարաբերությունների զարգացման համար:

Տնտեսագիտության դասական դպրոցների ներկայացուցիչները շուկայական հարաբերությունների հիմքում տեսնում էին ազատ մրցակցությունը, որը բնութագրվում էր բազմաթիվ գնորդներով ու վաճառողներով, որոնք ի վիճակի չէին առանձին ազդելու շուկայի վրա: Ադամ Սմիթն իր հայտնի «Ազգերի հարստությունը» աշխատության մեջ անդրադարձել է «անտեսանելի ձեռքի» միջոցով շուկայի կարգավորիչ գործառույթի վրա՝ ըստ էության բնութագրելով կատարյալ մրցակցային հարաբերությունները շուկայում: Նման մեթոդներով մրցակցությունը միջնադարում ընթացել է համաքարությունների ու վաճառականների միությունների միջև: Պատահական չէ, որ այդ ժամանակամիջոցում տնտեսագիտական մտածողության մեջ արմատացած էր տնտեսական կյանքին պետության նվազագույն միջամտության անհրաժեշտության գաղափարը:

Ազատ մրցակցությունը բնորոշ էր դասական կապիտալիզմին: Տնտեսագիտության տեսության մենաշնորհների վերաբերյալ նեոդասական մոտեցումը մենաշնորհը դիտում է որպես շուկայի կառուցվածքային տեսակներից մեկը, որը բնութագրում է շուկայի պայմաններում ֆիրմաների միջև մրցակցության հետևյալ պայմանները՝ գոյություն ունի եզակի ապրանքի միայն մեկ վաճառող շուկայում, այսինքն՝ ապրանքը չունի մոտ փոխարինողներ, և նրա վաճառքով զբաղվում է միայն մեկ ֆիրմա, տվյալ ճյուղի տվյալ ապրանքի շուկա մտնելու համար գոյություն ունեն անհաղթահարելի կամ դժվար հաղթահարելի խոչընդոտներ, ինչպիսիք են՝ մասշտաբի էֆեկտը (տվյալ ճյուղում տնտեսական գործունեություն իրականացնելու համար խոշոր կապիտալի ներդրումների իրականացման անհրաժեշտությունը), մենաշնորհի գերազանցությունը (բացառիկ սեփականության իրավունքը պատենտների նկատմամբ, կամ հումքի աղբյուրների նկատմամբ հսկողությունը), անբարեխիղճ մրցակցությունը և այլն:

19-րդ դարի 70-ական թվականներին գիտատեխնիկական առաջընթացի զարգացման շնորհիվ ազատ մրցակցությանը փոխարինելու եկան ոչ կատարյալ մրցակցության ձևերը, այդ թվում և մենաշնորհները: Ազատ մրցակցությունն իր տեղը զիջեց մենաշնորհային մրցակցությանը: Անցումը մենաշնորհային միավորումներին տեղի է ունեցել ինչպես արտադրության խոշորացման և համակենտրոնացման, որի ընթացքում կապիտալը համակենտրոնացվում էր ձեռնարկության կամ կոնցեռնի ներսում, այնպես էլ իր և տնտեսական այլ ճյուղերի մրցակցային ձեռնարկությունների կապիտալի կլանման հաշվին: Կապիտալի համակենտրոնացումը մրցակցային ձեռնարկությունների և ընկերությունների միաձուլման ու կլանման հետևանքով հատկապես առավել զարգացած երկրներում ուժեղացավ 20-րդ դարի վերջում: Այդ գործընթացում առաջատար դերը պատկանում է ԱՄՆ-ին: Տնտեսագետ Գ.Ռոբինսոնը իր «Ոչ կատարյալ մրցակցության տեսություն» գրքում բացահայտեց մենաշնորհի ձևավորման գործընթացում համակենտրոնացման դերը: Համակենտրոնացումը անխուսափելի է, տրամաբանական է խոշոր արտադրության առավելությունները փոքրերի նկատմամբ, առաջնահերթ այն թույլ է տալիս իջեցնել արտադրական ծախսերը: Զարգացող հսկա մենաշնորհները ի վիճակի են կարգավորել շուկայի իրավիճակը քվոտաների և ճյուղում կապիտալի հոսքի սահմանափակման այլ մեթոդների միջոցով, գնային ղեկավարության համակարգի միջոցով: Տեղի է ունենում ճյուղի կառավարման կենտրոնացում: Այդ հիմունքներով Ռոբինսոնը, համեմատած Մարշալի տեսության հետ, այլ կերպ է բացատրում գնագոյացումը: Նա ներկայացնում է շուկայի սեզմենտացիա հասկացությունը, գնային տարբերակումը: Նա ցույց է տալիս շուկայում գնագոյացման մեխանիզմը կախված շուկայի կոնկրետ սեզմենտի մենաշնորհացումից: Ամենալայն իմաստով շուկայի սեզմենտացիան ներկայացնում է միևնույն ապրանքի վաճառքը տարբեր կատեգորիաների հաճախորդներին տարբեր գներով: Այսպես, նոր շուկաներում ի սկզբանե ապրանքների համար սահմանվում են ցածր գներ: Նոր ապրանքների ներդրման դեպքում հակառակը, գերագնահատվում են գները: Մրցակիցների դուրս մղման համար մենաշնորհները նաև սահմանում են դեմայինգային գներ: Մենաշնորհային տնտեսական քաղաքականությունը, գների մանևրմամբ, մասնավոր դեպք չեն, այլ մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում գնագոյացման գլխավոր գործոններից մեկը:

Տնտեսագետների մոտ մենաշնորհների հանդեպ վերաբերմունքը միանշանակ չէ: Վերջինս պայմանավորված է և երկրի զարգացման մակարդակով, և աշխարհագրական դիրքով, և պատմական ժամանակաշրջանով: Բազմաթիվ են «մենաշնորհ» հասկացության մեկնաբանությունները: Այն շուկայական գործընթաց է, երբ վաճառողը կամ գնորդը մեկն է: Գործնականում անհնար է գտնել իրավիճակ, երբ շուկայում գործի ապրանքի միակ արտադրողը, որը չունի իր նմանը: Մենաշնորհը հաճախ մեկնաբանվում է որպես շուկայի որոշակի կառուցվածք, որը բնութագրվում է նրանում ապրանք վաճառող (ձեռքբերող) միակ վաճառողի կամ գնորդի գերակայությամբ, որին մոտ փոխարինողներ չկան<sup>3</sup>: Հայաստանի Հանրապետության ներկայիս գործող օրենսդրությամբ տնտես-

3 Աղբյուրը՝ Алгебова И.М., Емцов Р.Г., Хволопов А.В. Государственная экономическая политика, М, 1998, с. 254:

վարող սուբյեկտն ապրանքային շուկայում համարվում է մենաշնորհի դիրք ունեցող, եթե որպես իրացնող կամ ձեռքբերող չունի մրցակից: Ա. Արշակյանի «Տնտեսական մրցակցության համակարգը շուկայական էկոնոմիկայում» աշխատության մեջ մենաշնորհացումը բնութագրվում է որպես տնտեսական հարաբերությունների այնպիսի տեսակ, երբ տնտեսավարող սուբյեկտը պայմանագրի կողմերին, նրանց ցանկությանը հակառակ, պարտադրում է իրեն ձեռնտու գործողություն և բարձր շահույթ ստանալու միջոցով, իր շահերի համար օգտագործում է շուկայական պահանջարկը<sup>4</sup>: Գ. Խաչատրյանը «Տնտեսագիտության տեսություն» ուսումնական ձեռնարկում մենատիրությունը սահմանում է որպես առանձին մարդկանց, կոլեկտիվին կամ պետությանը պատկանող, նրան տրված բացառիկ իրավունք արտադրություն, արհեստ, առևտուր և այլ կարգի գործունեություն վարելու համար: Մենաշնորհի նպատակն է գերշահույթի ստացումը գնի կամ արտադրության ծավալների վրա վերահսկողություն իրականացնելու միջոցով<sup>5</sup>: Տնտեսագիտական բառարանում մենաշնորհը սահմանվում է որպես շուկա, որտեղ վաճառողների թիվն այնքան քիչ է, որ նրանցից յուրաքանչյուրն ընդունակ է ազդելու ապրանքի կամ ծառայության ընդհանուր ծավալի առաջարկի և գնի վրա<sup>6</sup>:

Մենաշնորհային շուկան այն շուկան է, որտեղ գործում է որևէ ապրանքի կամ ծառայության միայն մեկ վաճառող, և բացառված է մեկ ուրիշի մուտքը այնտեղ: Օգտվելով իր մենաշնորհի վիճակից, մենաշնորհը իշխանություն է հաստատում շուկայի վրա, ինքն է որոշում թողարկվող և շուկային առաջարկվող ապրանքի քանակը և հնարավորություն է ստանում սահմանելու գինը: Մենաշնորհը ծագում է այն ժամանակ, երբ առանձին մեկ արտադրողն առաջատար դիրք է զբաղեցնում արտադրության մեջ և վերահսկում է շուկան: Շուկայի մենաշնորհացման չափանիշ է ծառայում ֆիրմաների արտադրանքի բաժինը ճյուղի արտադրանքի ընդհանուր ծավալի մեջ: Նշանակում է, որ մենաշնորհը իր էությանը ազատ մրցակցության ուղղակի հակադրությունն է: Տարբեր են շուկայական տնտեսության և մենաշնորհների բնորոշման չափանիշները: Գերխոշոր ֆիրմաները նվաճում են շուկան, որպեսզի իրենց մենաշնորհային գները թելադրեն գնորդներին և ներգործեն պահանջարկի ծավալի վրա՝ հանուն առավելագույն շահույթի: Մենաշնորհների գործունեության գործընթացում մրցակցությունը չի վերանում, այլ փոխվում են ձևերը, մասշտաբները և մեթոդները, որոնք ավելի են խորացվում և սրվում: Թվում է, թե ունենալով տվյալ ապրանքի արտադրության մեջ և շուկայում միանձնյա տիրապետություն, մենաշնորհը կարող է անընդհատ ավելացնել արտադրությունը, վաճառել և ստանալ մեծ եկամուտ: Բայց գործնականում դա այդպես չէ: Նախ արտադրության անընդհատ ավելացումը արգելակում են սահմանափակ ռեսուրսները և երկրորդ արտադրության ավելացման պայմաններում գործում է պահանջարկի և առաջարկի օրենքը, և ավելացող առաջարկը կարող է իջեցնել գինն ու պակասեցնել եկամուտը: Այդ է պատճառը, որ մենաշնորհը իշխանություն է հաստատում շուկայի վրա, որ-

4 Աղբյուրը՝ Արշակյան Ա.Հ., Տնտեսական մրցակցության համակարգը շուկայական էկոնոմիկայում, Երևան, Տնտեսագետ, 1997թ.:

5 Աղբյուրը՝ Խաչատրյան Գ.Հ. Տնտեսագիտության տեսություն, ուսումնական ձեռնարկ, Երևան, 2007 թ.

6 Աղբյուրը՝ Կիրակոսյան Գ., Ղուշչյան Հ., Տիգրանյան Ի., Տնտեսագիտական բացատրական բառարան, Երևան, Տնտեսագետ, 1999թ., էջ 283

տեղից ձևավորվում է վաճառող մենաշնորհի հետևյալ բնութագրումը: Վաճառողը շուկայում ունենում է միանձնյա տիրապետություն, եթե նա կարողանում է բարձրացնել ապրանքի գինը սեփական արտադրության ծավալը կրճատելու ճանապարհով: Մենաշնորհային շուկայի մյուս կարևոր առանձնահատկությունն այն է, որ սահմանափակում է այլ ֆիրմաների ազատ մուտքը տվյալ ապրանքի (կամ ապրանքների) արտադրություն:

Այսպիսով, շուկայում մենաշնորհի հիմնական առանձնահատուկ գծերն են՝

- Շուկայում սուբյեկտի բաժինը կազմում է 100%,
- Շուկայում մեկ տնտեսավարող սուբյեկտ իրականացնում է ամբողջ արտադրությունը, և սուբյեկտի գործողությունը ազդեցություն ունի շուկայական գնի վրա,
- Վաճառվող ապրանքը եզակի է, այդ պատճառով գնորդը կամ պետք է վճարի մենատիրոջ կողմից սահմանված գինը կամ հրաժարվի տվյալ ապրանքը գնելուց:
- Ապրանքները փոխարինելի չեն,
- Ապրանքի գնի և վաճառվող ապրանքի ծավալի վրա մենատիրոջ լրիվ հսկողությունը այլ մասնակիցների համար ստեղծում է դժվար հաղթահարելի արգելքներ,
- Մենաշնորհատերը հսկողություն է իրականացնում գների վրա և կարող է դրանք փոխել՝ փոխելով շուկա հանվող ապրանքների քանակությունը:

## 1.2 Մենաշնորհների ազդեցությունը տնտեսության զարգացման վրա

Հայաստանի հետխորհրդային տարիների շուկայական տնտեսության ձևավորման ու զարգացման վերափոխումների ներկայիս պատկերը փաստացի մատնանշում է հիմնական սխալները, որոնցից գլխավորները կայանում են՝ տնտեսական մրցակցության անտեսումը, որպես տնտեսության առաջընթացի շարժիչ ուժի, մրցակցային միջավայրի կարևորության թերագնահատումը, մրցակցային հարաբերությունների զարգացումը, որպես տնտեսական վերափոխումների առաջնային խնդիր չդիտարկելը և մրցակցության պետական կարգավորման գրեթե բացակայությունը:

Մրցակցությունը հանդիսանում է շուկայական հարաբերությունների առկայության և գործունեության հիմքը, ժամանակակից տնտեսության զարգացման գլխավոր կառուցակարգը: Շուկայական մրցակցությունը շատ հաճախ վեր է ածվում իր հակադրությանը՝ մենաշնորհի, որը սահմանափակում է գնային մրցակցությունը, ազատ մուտքը արտադրության տվյալ բնագավառ և խորացնում հասարակության հարստության բևեռացումը, բացասական հետևանքները, որոնք հսկայական վնաս են հասցնում բնակչությանը և նվազեցնում հասարակական արտադրության արդյունավետությունը կատարյալ շուկայական մրցակցության համեմատությամբ:

Այսօր կարևորվում է պետության դերը շուկայի կարգավորման գործում՝ նպաստելով մի կողմից շուկայում մրցակցության դրսևորմանը, մյուս կողմից մենաշնորհների կարգավորումը: Մակայն կա մի կարևոր խնդիր. պետության կարգավորման գործառույթ իրականացնող սուբյեկտների, անձերի դերում պետք է հանդես գան կրթված, չկոռուստաց-

ված, ազնիվ ու պետականամետ մտածողությամբ մարդիկ: Անձերը պատմության բոլոր ժամանակաշրջաններում մեծ դեր ունեն առանձին ոլորտների կարգավորման, տնտեսությունների զարգացման հիմնական վեկտորի ուղղորդման գործում:

Հայաստանի ներկայիս տնտեսության մրցակցության վրա բացասական ազդեցություն են գործել մի շարք գործոններ, որոնք և հանգեցրել են տնտեսության մի շարք ոլորտներում մենաշնորհների, ոչ կատարյալ մրցակցության տարբեր դրսևորումների ձևավորմանն ու զարգացմանը՝ խոչընդոտելով ամբողջ հասարակության հետագա զարգացմանը: Անցումային տնտեսության սկզբնական փուլում պետական գույքի մասնավորեցումը, նախկին խորհրդային պլանավորման համակարգի պայմաններում գործող տարբեր ձեռնարկությունների կախվածությունը մեկը մյուսից, մրցակցության իրավական դաշտի բացակայությունը հետխորհրդային առաջին տարիներին մեր հանրապետությունում խիստ ձևով ազդեցին մրցակցության դաշտի ձևավորմանն ու հետագա զարգացման վրա: Պատմությունը, սակայն, միակողմանի բացասական ձևով չի դիտարկում մենաշնորհների կողմից մրցակցության խաթարումը: Արդյունաբերական հեղաշրջման ավարտը մեծապես նպաստեց բոլոր զարգացած երկրների տնտեսությունների կառուցվածքային փոփոխություններին: Արդյունաբերական գործարանները անսափադեպ ձևով նպաստեցին երկրների տնտեսությունների աճին: Սակայն այդ ամբողջ զարգացումները պահանջում էին խոշոր կապիտալ ներդրումներ: Դրա հետ կապված ձևավորվեցին բաժնետիրական ընկերություններ, որոնք կենտրոնացրեցին խոշոր ու մանր ձեռնարկատերերի կապիտալները և ուղղորդեցին խոշոր ձեռնարկությունների զարգացմանը: Շուկայում ազատ մրցակցությանը փոխարինելու եկան հենց մենաշնորհները: Հետևաբար, կարելի է եզրակացնել, որ զարգացման տարբեր փուլերում ու վայրերում մենաշնորհները տարբեր ազդեցություն են ունեցել երկրների տնտեսությունների զարգացման վրա, և միանշանակ չէ դրանց ազդեցությունը: Մի շարք երկրներ, օրինակ՝ սոցիալական ուղղվածությամբ տնտեսական քաղաքականություն իրականացնող եվրոպական պետությունները, փաստացի խրախուսում էին խոշոր ձեռնարկությունների ու մենաշնորհների գործունեությունը: Ընդ որում՝ դրանք կամ պետական սեփականությամբ, կամ պետական խիստ վերահսկողության տակ գործող ընկերություններ էին: Դրանով պետությունը հետապնդում էր հետևյալ նպատակները.

- ա) լուծում էր զբաղվածության և սոցիալական ոլորտի մի շարք խնդիրներ,
- բ) ռազմավարական ձեռնարկությունների և բնական մենաշնորհների նկատմամբ վերահսկողության շնորհիվ նպաստավոր պայմաններ էր ստեղծում տնտեսության այլ ճյուղերի ու ոլորտների զարգացման համար,
- գ) պետական աջակցության շնորհիվ նպաստում էր միջազգային շուկայում նման ընկերությունների մրցունակությանը,
- դ) նվազ ֆինանսական ռեսուրսների պայմաններում իրականացնում էր պետական ակտիվ ներդրումային քաղաքականություն<sup>7</sup>: Այլ երկրներ, ինչպիսիք, օրինակ՝ ԱՄՆ, Կա-

7 Աղբյուրը՝ Ա. Ռուստամյան «Մեր դիրքորոշումը», «Մենաշնորհները Հայաստանի Հանրապետությունում. Հիմնախնդիրներ և լուծումներ», Համաժողովի զեկույցներ, 7 նոյեմբերի, 2005թ., ՀՅԳ Բյուրոյի գրասենյակ, Երևան, էջ 4

նադան, ունենալով հզոր ռեսուրսներ ու տնտեսության զարգացման ներքին ներուժ, կոշտ քաղաքականություն են իրականացնում մենաշնորհների նկատմամբ:

Դիտարկելով մեր երկրի տնտեսության զարգացման ներկայիս աճի տեմպը, պետք է փաստել, որ մենաշնորհները երկրի տնտեսության զարգացման համար ունեն բացասական հետևանքներ՝ շուկայում խաթարելով ազատ մրցակցությունը: Մենաշնորհների երկրի տնտեսության վրա ունեցած բացասական հետևանքներն են.

1. Ապրանքների ու ծառայությունների գների բարձրացումը: Բնակչությունը հսկայական միջոցներ է ծախսում շուկայում ապրանքների ու ծառայությունների ձեռքբերման վրա, սակայն՝ առաջինը՝ չի ստանում փոխարենը այն ծավալը, այլ ստանում է շատ ավելի քիչ՝ բարձր գների պատճառով, երկրորդ՝ փոխարենը ստանում է այլընտրանք չունեցող անորակ ապրանքներ և ծառայություններ:
2. Արժեզրկման մակարդակի բարձրացումը: Քանի որ մենաշնորհների հիմնական նպատակը բարձր եկամուտների ստացումն է, ապա նրանք միշտ ձգտում են բարձրացնել իրենց ապրանքների ու ծառայությունների գները, և այդ պայմաններում հակառակ միտումը բացակայում է: Իսկ մեզ հայտնի է, որ առաջին անհրաժեշտության ապրանքները գնային առումով ոչ ճկուն են, այսինքն, բնակչությունը, իր ցանկությունից անկախ, ելնելով այդ ապրանքների ու ծառայությունների նկատմամբ ունեցած կարիքից, դրանց համար բարձր գին է վճարում: Վերջինս, սակայն, շատ ավելի էժան պետք է լիներ: Դրամաշրջանառության մեջ եղած դրամի զանգվածն ավելի մեծ տեմպով է մեծանում, քան, եթե ապրանքը չլիներ մենաշնորհային, հետևաբար, ավելի բարձր տեմպերով է բարձրանում արժեզրկման մակարդակը:
3. Չի զարգանում կապիտալի և արժեթղթերի շուկան: Ոչ մի մենաշնորհ չի ցանկանում բաժանել իր սեփականությունը, գերշահույթը: Այս տեսանկյունից մենաշնորհ ունեցող կազմակերպությունը չի թողարկում արժեթղթեր, որն էլ չի բերում կորպորատիվ կառավարման զարգացմանը, իսկ դա իր հերթին ունի բացասական ազդեցություն՝ արգելակելով երկրի տնտեսական զարգացումը:
4. Չի ընդլայնվում և զարգանում փոքր ու միջին բիզնեսը: Շատ տնտեսվարող սուբյեկտներ ցանկանում են մտնել մենաշնորհային շուկա, քանի որ մենաշնորհները կարողանում են գերշահույթներ ստանալ: Ցավոք, առկա են բազմաթիվ խոչընդոտներ մենաշնորհային շուկա մուտք գործելու համար և դրանցից կարևորագույնը՝ մենաշնորհային դիրք ունեցողի ցանկության բացակայությունն է՝ վերջինս ամեն գնով խոչընդոտում է նոր տնտեսվարողների մուտքին: Հետևաբար, նորարարության բնական գործընթացի կենտրոնացում ու արդիականացում տեղի չի ունենում, որոնք, ըստ Շումպետերի, հանդիսանում են երկարաժամկետ տնտեսական աճի հիմնական գործոնները<sup>8</sup>:

8 Աղբյուրը՝ Э.М. Сандоян, зав.кафедрой экономики и финансов, проректор РАУ по развитию университетского образования ПРОБЛЕМЫ КОРРУПЦИИ И МОНОПОЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ В АРМЕНИИ, Годичная научная конференция (3-7 декабря 2007г.). Сборник научных статей: В 2я. Ч.1 Социально-гуманитарные науки. - Ер.: Изд-во РАУ, 2008, էջ 2, <http://www.rau.am/downloads/Sandoyan/articles/69.pdf>

5. Ցածր մրցունակությունը արտաքին շուկաներում: Ներքին արտադրողները, չունենալով մրցակիցներ ներքին շուկայում, չեն կիրառում արդիական տեխնոլոգիաներ իրենց արտադրանքի թողարկման գործընթացում, որն էլ նրանց հետ է գցում արտաքին շուկաներում նմանօրինակ ապրանքների զարգացման մակարդակից: Արդյունքում, երկրի ներսում մենաշնորհ դիրք ունեցող ընկերությունները իրենց ապրանքներով ու ծառայություններով դառնում են ոչ մրցունակ արտաքին շուկաներում: Իսկ դա արդեն ազդում է միջազգային շուկայում տնտեսության զարգացման ու մրցունակության մակարդակի վրա: Եթե այդ գործընթացը շարունակվում է երկար ժամանակ, ապա այդ երկրի ապրանքները կորցնում են հետաքրքրությունը արտաքին շուկաներում: Եվ արդյունքում, երկիրը դադարում է հետաքրքրություն ներկայացնել արտաքին ներդրողների համար: Երկարաժամկետ կտրվածքով երկիրը կորցնում է իր մրցունակությունը աշխարհում:

Դեռևս XX դարի սկզբին ավստրիացի տնտեսագետ Ի. Շումպետերը ցույց տվեց, որ մենաշնորհը կարող է դրական ազդել հասարակության և տնտեսության զարգացման մակարդակի վրա: Որոշակի պայմաններում կարող են գոյություն ունենալ արդյունավետ մենաշնորհը և արդյունավետ մրցակցությունը: Այդ գաղափարները տեղ են գտել նրա «Կապիտալիզմ, սոցիալիզմ և դեմոկրատիա», «Տնտեսական զարգացման տեսություն» և այլ հայտնի աշխատություններում: Շումպետերի կարծիքով ձեռնարկությունների մրցունակության բարձրացման կարևոր գործոններից է նորարարությունը, որը թույլ կտա բարձրացնել ապրանքների որակն ու մեծացնել արտադրության ծավալները<sup>9</sup>: Իսկ նորարարությունների, նոր տեխնոլոգիաների ներդրման հնարավորություն, կապված մեծ ծախսերի իրականացման հնարավորությունների հետ, ունեն հզոր ձեռնարկությունները: Իսկ դա նշանակում է, որ խոշոր ֆիրմաները ոչ միայն ի վիճակի են կրելու այդպիսի մրցակցությունը, այլև կարող են դառնալ մենաշնորհներ, որոնք կարող են կորզել բարձր շահույթներ: Նման մենաշնորհները Շումպետերը առանձնացնում է այն մենաշնորհներից, որոնք պետության կողմից ստացել են արտոնություններ, կամ հատուկ ռեսուրսների տիրապետման իրավունք ստացած սեփականության ձևերից: Այդ մենաշնորհները Շումպետերը անվանել է արդյունավետ մենաշնորհներ: Նման մենաշնորհացման ձգտումը կապված է արտադրության արդյունավետության բարձրացման հետ: Այստեղ մենաշնորհների ստացած շահույթները հանդես են գալիս որպես նորարարության դիմաց ստացված արդյունք, որը սակայն վերանում է, երբ նոր տեխնոլոգիաներ են ներդրվում համապատասխան արտադրության կամ ծառայությունների ոլորտում: Նման հայացքներ XX դարի արդեն երկրորդ կեսին պաշտպանել է հայտնի ամերիկացի տնտեսագետ և սոցիոլոգ Գ. Կ. Հելբրեյթը իր «Ամերիկյան կապիտալիզմ», «Նոր արդյունաբերական հասարակություն», «Տնտեսագիտական տեսություն և հասարակության նպատակները» աշխատություններում:

9 Աղբյուրը՝ Защита монополии в теориях И.Шумпетера и Д.К.Гэлбрейта, Март 9, 2009, <http://www.economy-web.org/?p=98>

Մենաշնորհների դրական կողմերից է նաև այն, որ, ենթարկելով իրենց մեծաքանակ փոքր ու միջին ձեռնարկություններ, միաժամանակ ապահովում են դրանց գործունեության կայունությունը, դառնալով այդ ձեռնարկությունների համար պատվիրատու: Հաճախ է պատահում, որ մեկ մենաշնորհային դիրքում գտնվող կազմակերպության համար աշխատում են հարյուրավոր և նույնիսկ հազարավոր փոքր ու միջին ձեռնարկություններ: Այդպիսի մենաշնորհը իրենից ներկայացնում է մոնոպոսոնիա՝ շուկա, որտեղ հանդես է գալիս ապրանքի, ծառայության կամ ռեսուրսի միայն մեկ գնորդ: Առաջացել է հունարեն *μόνος* — մեկ, *όψωνία* — գնում արտահայտություններից: Նման գործունեության փոխկապվածությունը մեծ կայունություն է ապահովում փոքր ու միջին ձեռնարկությունների գործունեության համար, հետևաբար ապահովում է նրանց աշխատակիցների համար զբաղվածության և եկամուտների կայունություն: Կարևոր դրական կողմերից է նաև այն, որ մենաշնորհային դիրքում գտնվող ձեռնարկություններում, որպես կանոն, ավելի բարեկեցիկ պայմաններ են տիրում աշխատողների և աշխատավարձերի, զբաղվածության առումներով, քան ոչ մենաշնորհային դիրքում գտնվող ձեռնարկություններում: Այս ամենն ունի ոչ միայն տնտեսական, այլև սոցիալական կարևոր ազդեցություն: Մենաշնորհները ներդրում են ունենում ներֆիրմային պլանավորման, կառավարման, շուկայավարության, գործընթացներում, որոնք դարձել են ժամանակակից ապրանքային տնտեսության զարգացման կարևորագույն գործոնները:

Սակայն, դրական կողմերի հետ միասին, մենաշնորհները ունեն շատ բացասական կողմեր, որոնք մեծապես ազդում են տնտեսության վրա՝ արգելակելով երկրների տնտեսությունների զարգացումը:

Մենաշնորհները, լինելով մրցակցության ծնունդ, հենց սկզբից սկսում են ճնշել մրցակիցներին, հետևաբար՝ մրցակցությանը: Քանի որ մենաշնորհը միակ ապրանքի կամ ծառայության արտադրողն է կամ միակ վաճառողը, ապա այն ձգտում է ազդել պահանջարկի վրա՝ դարձնելով այն ավելի կանխատեսելի, բայց ոչ սպառողների շահերից ելնելով: Այսպես, մենաշնորհները հաշվարկում են իրենց կողմից մատակարարված ապրանքների ժամկետները՝ հաշվարկված իրենց ձեռնարկությունների արտադրողական հնարավորություններով: Դրանով մենաշնորհները սկսում են կիրառել սպառողների վարքագծի վրա ուղղակի մանիպուլյացիաներ կիրառելու մեթոդ, ստիպելով նրանց օգտագործել ապրանքներ, որ միշտ չէ, որ նրանց անհրաժեշտ է: Այսպիսով, մենաշնորհները ազդում են շուկայում ազատ մրցակցության ու գնորդների պահանջարկի վրա՝ հարմարացնելով այն իրենց արտադրական հնարավորությունների ու կարողությունների հետ: Շատ հաճախ մենաշնորհները չեն նպաստում գիտատեխնիկական զարգացմանը, քանի որ նրանք գերադասում են ծախսերի նվազեցման փոխարեն շահույթներն ավելացնել ապրանքների ու ծառայությունների գների բարձրացմամբ: Բացի այդ, կոնկրետ ապրանքային շուկայում իրենց մենաշնորհային դիրքի պահպանման համար նրանք կարող են գնել արտոնագրեր, որոնց օգտագործումը թույլ կտա նրանց արտադրել փոխարինող ապրանքներ, որոնք իվիճակի են մրցակցել մենաշնորհային ապրանքների հետ: Քանի որ



ցանկացած մենաշնորհ ձգտում է հնարավորինս ընդլայնել իր ազդեցության շրջանակը, ապա այն երբեմն մտնում է պետության գործունեության ոլորտ՝ օրենսդրություն, վարչական կառավարում, արտաքին քաղաքականություն նրա համար, որպեսզի պետության օգնությամբ ուժեղացնի իր տնտեսական դիրքը: Բացի այդ, մենաշնորհը ձգտում է պետությանը դարձնել իր գործիքը: Արդյունքում կառավարությունը դադարում է հետաքրքրություն ներկայացնել ու վստահություն վայելել հասարակության շրջանակում, քանի որ վերջինս հասկանում է, որ պետությունը դարձել է ուղղակի գործիք մենաշնորհների համար: Նման բացասական ազդեցություն երկրների տնտեսության վրա արդեն զգացվել է դեռևս XIX դարի վերջին: Այդ պատճառով ընդունվեցին հակամենաշնորհային կոշտ քաղաքականության միջոցներ այնպիսի պետությունում, ինչպիսին է ԱՄՆ-ը:

Ժամանակակից տնտեսագետները համարում են, որ մենաշնորհի տարածումը նվազեցնում է տնտեսական արդյունավետությունը առնվազն 3 հիմնական պատճառներով.<sup>10</sup> Առաջին՝ մենաշնորհի առավելագույն շահույթ ստանալու առումով արտադրության ծավալը ցածր է, իսկ գինը բարձր, քան կատարյալ մրցակցության պայմաններում: Դա նշանակում է, որ հասարակության ռեսուրսները լրիվ ծավալով չեն օգտագործվում, առավելագույն արտադրական արդյունավետություն չի ապահովվում: Երկրորդ, հանդիսանալով շուկայում միակ վաճառողը, մենաշնորհը չի ձգտում արտադրական ծախսերի նվազեցման: Նման հարցը չի համարվում առաջնային: Նույն պատճառով էլ մենաշնորհը քիչ է հետաքրքրված գիտահետազոտական մշակումներով և նոր ձեռքբերումների ու նորարարությունների ներդրմամբ: Երրորդ, նոր ֆիրմաների համար մենաշնորհացված շուկաներ մուտք գործելու խոչընդոտները, ինչպես նաև այն հսկայական միջոցներն ու ջանքերը, որ ներդնում են մենաշնորհները՝ թույլ չտալու այլ ֆիրմաների մուտքը, ունեն գապող ազդեցություն տնտեսական արդյունավետության առումով:

Այսպիսով, մենաշնորհը ունի խիստ բացասական ազդեցություն յուրաքանչյուր երկրի տնտեսության վրա: Իջնում է ապրանքների որակը, նվազում է արտադրության տնտեսական արդյունավետությունը, կրճատվում են արտադրության ծավալները՝ առաջացնելով գործազրկություն և եկամուտների անկում: Այդ կապակցությամբ Ֆրեդ Մաքչեսնեյի կարծիքով տնտեսագետները հավատացած են, որ մենաշնորհները և առևտրի այլ արգելքները բացասական երևույթ են, քանի որ նրանք սովորաբար տանում են ընդհանուր արտադրանքի ծավալի կրճատմանը:

### 1.3 Մենաշնորհների դասակարգումը

Է. Խ. Չեմբեռլենը իր «Մենաշնորհային մրցակցության տեսություն» աշխատությունում ցույց է տվել, որ իրական շուկաներ գոյություն ունեն լիակատար մրցակցության և մենաշնորհների միջև: Ցանկացած մենաշնորհ սահմանափակված է այլընտրանքների առկայությամբ: Մյուս կողմից լիակատար մրցակցությունն ինքնին բացառվում է ապ-

10 Экономика, Издание 3-е, переработанное и дополненное, под редакцией доктора экономических наук профессора А. С. Булатова, ЮРИСТЪ, Москва 1999 <http://www.bibliotekar.ru/economika-8/173.htm>

րանքների տարբերակման գործոնով: Ըստ էության, այդ պատճառով իրական շուկան միշտ չէ, որ հանդիսանում է մենաշնորհային: Նրանում միշտ կան և մրցակիցներ, և մենաշնորհներ: Այս առումով նա ցույց է տվել, որ մենաշնորհը և մրցակցությունը շուկայական հարաբերությունների երկու տարբեր կողմեր են, և հանդես գալիս տարակազմ համակցություններում և աստիճաններում: Չեմբերլենը համոզիչ ցույց տվեց, որ իրական մրցակցությունը միշտ էլ ինչ-որ կոնկրետ միջանկյալ վիճակ է «մաքուր» մրցակցության և «մաքուր» մենաշնորհի միջև՝ պայմանավորված մի շարք պայմաններով՝ ապրանքների տարբերակման աստիճան, գովազդի վիճակ, ֆիրմաների տեղաբաշխում, արտադրության համակենտրոնացում: Այլ խոսքով, մրցակցության առկայությունը կամ բացակայությունը (հետևաբար և շուկայական մեխանիզմը) կապված է տնտեսության նյութական կառուցվածքից<sup>11</sup>:

Տնտեսագիտության ժամանակակից մոտեցումներում կատարյալ մրցակցության կողքին հանդես են գալիս նաև ոչ կատարյալ մրցակցության ձևերը, որոնք միշտ չէ, որ ամրագրված են հակամենաշնորհային և մրցակցության օրենսդրություններում: Տնտեսագիտական գրականության մեջ ոչ կատարյալ մրցակցությունը նկարագրվում է մենաշնորհային մրցակցության, խմբատիրության կամ օլիգոպոլիայի, մենաշնորհի, միագնորդի կամ մոնոպսոնիայի ձևով: Մենաշնորհային մրցակցությունը բնորոշվում է շուկայում գործող համեմատաբար մեծ թվով ֆիրմաներով, որոնք արտադրում են տարբերակված ապրանքներ: Օլիգոպոլիան ներկայացնում է ճյուղում գործող ոչ մեծ թվով ֆիրմաներ: Մենաշնորհը, երբ շուկայում տվյալ ապրանքի կամ ծառայության ողջ առաջարկը պատկանում է մեկ ֆիրմայի: Իսկ միագնորդը, երբ շուկայում հանդես է գալիս մեկ գնորդ տվյալ ապրանքների կամ ծառայությունների համար: Ստորև ներկայացնենք շուկայի կառուցվածքի հիմնական մոդելներն ու դրանց առանձնահատուկ գծերը:

11 Эдвард Х. Чемберлин – ТЕОРИЯ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ. РЕОРИЕНТАЦИЯ ТЕОРИИ СТОИМОСТИ, Книга Чемберлина, вышедшая впервые в 1933 г. , выдержала восемь изданий на английском языке (последнее издание при жизни автора было опубликовано в 1962 г. ) [www.economicus.ru](http://www.economicus.ru), էջ 5

Շուկայի տեսակը	Շուկայի տնտեսվարողների քանակը		Արտադրանքի միատարրությունը	Ապրանքի փոխարինումը	Շուկայի սուբյեկտների փոխարինելիությունը	Շուկայի ելքը և մուտքը	Շուկայում սուբյեկտների բաժինը
	վաճառող	գնորդ					
Կատարյալ (մաքուր) մրցակցային	Շատ	Շատ	Միատարր	Լրիվ	Չկա	Ազատ	Հավասար և ոչ մեծ
Մենաշնորհային մրցակցություն	Սահմանափակ	Շատ	Տարբերակված	Բարձր աստիճան	Աննշան	Սահմանափակ	Գերիշխող ձեռնարկություններ և փոքր բաժին
Խմբատիրություն (օլիգոպոլիս)	Մի քանի	Շատ	Միատարր կամ Տարբերակված	Չկա	Նշանակալից	Սահմանափակ	Խոշոր
Մենաշնորհ	Մեկ	Շատ	Միատարր		Չկա	Արգելափակված	100 %
Միագնորդ (Մոնոպոսոնիս)	Շատ	Մեկ	Աննշան տարբերակված կամ միատարր	Աննշան	Չկա	Արգելափակված	100 %

Եթե կատարյալ մրցակցային շուկայում առկա բազմաթիվ վաճառողներ ու գնորդներ չեն կարող ազդել շուկայի վրա և շուկան կարգավորելու առումով պետության միջամտության անհրաժեշտություն չկա, ապա ոչ կատարյալ մրցակցության պայմաններում պետության դերը կարևորվում է: Ջարգացած շուկայական համակարգ ունեցող երկրներում արտադրության գրեթե բոլոր ճյուղերում իշխում են մի քանի խոշոր ֆիրմաներ՝ մենաշնորհներ, իսկ ընդհանրապես ճյուղում տիրում է օլիգոպոլիս: Սակայն այդ շուկաներում զգալի տնտեսական իշխանություն ունեն սահմանափակ թվով ֆիրմաներ: Վերջիններս ազդում են շուկայում գործող գների վրա՝ սահմանելով առավել բարձր շահույթ ապահովող գին: Արդյունքում փոխվում են ապրանքների իրացման պայմաններն ու մրցակցության ձևերն ու մեթոդները: Շատ հաճախ մրցակցության այս տեսակն ունի բացասական հետևանքներ՝ եկամուտների անհավասար բաշխվածությունը, բնակչության կենսամակարդակի անկումը:

Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում առանձին ֆիրմա արտադրում է շուկայի ընդհանուր առաջարկի ոչ մեծ բաժինը, հետևաբար, ունի սահմանափակ հնարավորություն գնի վրա ազդելու համար: Ի տարբերություն օլիգոպոլիսային, շուկայի այս տեսակը բնորոշվում է շատ մրցակիցներով, բայց դրանց թիվն այստեղ ավելի փոքր է, քան

կատարյալ մրցակցության պայմաններում: Տվյալ ճյուղում ֆիրմաների քանակն այնպիսին է, որ ուղղակի անհնար է լինում ֆիրմաների միջև որևէ համաձայնություն և միաժամանակ դրանցից յուրաքանչյուրն այնքան ազատ է, որ կարող է ուշադրություն չդարձնել, թե ինչպես են արձագանքում մրցակիցները իր ընդունած որոշումներին: Այստեղ մրցակցող ֆիրմաների թողարկած ապրանքները տարբերակված են, միատեսակ, բայց, այնուամենայնիվ, մի ձեռնարկության ապրանքը տարբերվում է մյուսինից և այդ տարբերությունները միայն արտաքին չեն: Ի դեպ, ապրանքի տարբերակումը նշանակում է, որ չնայած այն հանգամանքին, որ տարբեր ֆիրմաների ապրանքներն ունեն օգտագործման նույն նշանակությունը, յուրաքանչյուրի թողարկած ապրանքն ունի իրեն բնորոշ առանձնահատկությունը: Մենաշնորհային մրցակցության դեպքում մուտքի ու ելքի արգելքներ գրեթե չկան, քանի որ մեծ ֆիրմաները չեն կարող որևէ արգելք դնել նոր մրցակցի առջև: Մյուս կողմից ճյուղ նոր մուտք գործած մրցակիցը գիտի, որ այստեղ գործում է հավասարակշռություն, և որպեսզի ներկայացնի իր ապրանքը, նա պետք է միջոցներ ներդնի՝ այն գովազդելու համար: Սա նրա համար նույնպես դառնում է լրացուցիչ արգելք: Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում գովազդը ընթանում է հետևյալ կերպ. Ընդարձակվում է պահանջարկը, օգնում է ֆիրմային ուժեղացնել գնի նկատմամբ հսկողությունը: Գովազդի ազդեցության տակ գնորդը կարող է չնվազեցնել տվյալ ապրանքի նկատմամբ իր պահանջարկը նույնիսկ գնի բարձրացման դեպքում: Պետք է նշել նաև, որ այստեղ շուկայի վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալը բավականին բարդ է, սակայն կարելի է ձեռք բերել, քանի որ գինը դեռևս հաստատվում է ազատ կերպով: Գները ավելի մրցակցային են մենաշնորհային մրցակցության ժամանակ: Հետևաբար, կարող ենք եզրակացնել, որ մենաշնորհային մրցակցությունը ավելի քիչ վնասներ է բերում, քան ոչ կատարյալ մրցակցության մյուս տեսակները: Մենաշնորհային մրցակցության պայմաններում գնագոյացումը միշտ տարբերվում է Մարշալի մասնավոր հավասարակշռության մոդելից: Մենաշնորհը չեզոք չէ պահանջարկի մեծության նկատմամբ ունեցած հարաբերակցությունից. այն գիտակցաբար ազդում է նրա վրա: Մենաշնորհային ապրանքների վրա դրված գները կորոշվեն ոչ միայն սահմանային ծախսերով, ինչպիսիք են գտնել հավասարակշռության կետեր պահանջարկի վրա՝ ղեկավարվելով հասույթի մաքսիմալացման շարժառիթներով: Այլ տարբեր պայմաններում, ինչքան քիչ առաձգական է ապրանքների գնով պահանջարկը, այնքան բարձր գին է սահմանում իր ապրանքի վրա մենաշնորհը: Չեմբեռները եկել է այն եզրակացության, որ մենաշնորհային մրցակցության դեպքում շահույթի առավելագույն հասցնելը շահույթներ ապահովում են ավելի բարձր գների ու ցածր արտադրության ծավալների պայմաններում, քան դրանք կլինեին զուտ մրցակցության դեպքում: Ծախսերը չեն իջնի մինչև սահմանային ծախսերը, ինչպես Մարշալի մոդելի դեպքում:

Գոյություն ունեն մենաշնորհային մրցակցության երկու մեթոդներ՝ գնային (գների իջեցում) և ոչ գնային (հիմնված տեխնիկական նորարարության, արտադրանքի որակի բարձրացման, նոր արտադրանքի թողարկման, իրացման մեթոդների կատարելա-

գործման վրա): Գնային մրցակցության ժամանակ ֆիրմաները օգտագործում են գնե-  
րի մասներումը՝ շուկայի կառուցվածքն ավելի շահավետ կերպով օգտագործելու հա-  
մար: Մրցակիցը կարող է կիրառել մենաշնորհի բարձր գին, որը կբերի նրան մենաշնորհ  
բարձր շահույթ կամ կարող է ժամանակավորապես սահմանել մենաշնորհի ցածր գին՝  
ավելի քիչ հզորություն ունեցող մրցակցին շուկայից դուրս մղելու նպատակով: Այս մրցա-  
կից առաջնորդի սահմանած գինը գոյատևում է այն ժամանակ, երբ մյուս մրցակիցները  
պայմանավորվում են չմասներել գներով և հատկապես այն գներով, որոնք նշանակում է  
առաջատար ֆիրման: Բայց մենաշնորհային բարձր շահույթ ստանալու համար անհրա-  
ժեշտ է նաև կրճատել սահմանային ծախսերը, իսկ դա առաջին հերթին կապված է նոր  
տեխնոլոգիաների կիրառման և դրանց կատարելագործման հետ: Սա շատ թանկ է, և  
պահանջում է բավականին երկար ժամանակ: Այդ պատճառով մրցակցային պայքարում  
ֆիրմաները շատ հաճախ գնային մրցակցությունից անցնում են ոչ գնային մրցակցության:

Ոչ գնային մրցակցության դեպքում օգտագործվում են միջոցներ, որոնք չունեն անմի-  
ջական կապ գների հետ: Ոչ գնային գործոնները, ինչպիսիք են ապրանքների որակը, ար-  
տաքին տեսքը, հարմարավետությունը, ծառայությունները վաճառքից հետո և վարկային  
միջոցները նույնպես կարևոր մրցակցային գներ են հանդիսանում: Ոչ գնային մրցակցու-  
թյան կարևոր գներ է գովազդը: Այն թույլ է տալիս բարձրացնել մուտքի արգելքները և  
նվազեցնել սպառողների զգայունությունը գնի նկատմամբ: Արտադրանքի որակի կա-  
տարելագործումը, ինչպես նաև գների իջեցումը, ապահովում է սպառողների մեկ միա-  
վոր ծախսի դիմաց ավելի մեծ արժեք: Մրցակցության այս ձևը դարձնում է գաղտնի հա-  
մաձայնություններ և ավելի դժվար, պակասեցնում է շահույթը նույնիսկ քիչ մրցակիցներ  
ունեցող ճյուղերում:

Ոչ կատարյալ մրցակցության տեսակ է հանդիսանում օլիգոպոլիան, որն իրենից ներ-  
կայացնում է շուկայում փոքրաթիվ վաճառողներ: Օլիոպոլիայի մասին առաջին բանա-  
վեճը սկսել է Ա. Կուռնոն վերլուծելով երկու վաճառողների միջև մրցակցությունը: Հե-  
տագայում երեք-չորս արտադրողների միջև մրցակցության վարքագծի վերլուծության  
միջոցով նրա հետևությունները հաստատել է Է. Չեմբերլենը: Սակայն տնտեսագիտու-  
թյան մեջ օլիգոպոլիայի գաղափարը հիմնավորեցին Ջ. Ռոբինսոնը, Հ. Շտակելբերգը,  
Վ. Ֆելները և Մախլուպը: Նրանք ոչ միայն դասակարգեցին օլիգոպոլիան, այլև նկարագ-  
րեցին օլիգոպոլիայի վարքագծի հիմնական տեսակները: Խմբատիրությունը կամ օլիգո-  
պոլիան բնորոշվում է շուկայում գործող ֆիրմաների ոչ մեծ թվով, որոնց արտադրան-  
քը կարող է լինել ինչպես միատարր, այնպես էլ բազմատարր: Օլիգոպոլիայի դեպքում  
արտադրողներն ավելի շատ են, քան մենաշնորհի պայմաններում, բայց ավելի քիչ, քան  
կատարյալ մրցակցության պայմաններում: Օլիգոպոլիատը իշխող դիրք ունի գնի նկատ-  
մամբ, բայց նրա իշխանությունը սահմանափակ է, քանի որ ունի մրցակիցներ: Ձեռնար-  
կության որոշումները հաճախ ազդում են մրցակիցների պահանջարկի, գնի և շահույթի  
վրա, սա բարդացնում է ֆիրմայի կողմից որոշումների ընդունումը: Երբ ֆիրման որո-  
շում է՝ ինչ գին սահմանել, որքան արտադրանք թողարկել կամ ինչպիսի որակի արտադ-

րանք առաջարկել, պետք է հաշվի առնվեն մրցակիցների հնարավոր արձագանքները: Ֆիրմաների գործարար որոշումները փոխկապակցված են: Այսպիսով, յուրաքանչյուր վաճառողի բարեկեցությունը կախված է այն քաղաքականությունից, որին հետևում են նրա հիմնական մրցակիցները: Այստեղ մուտքի արգելքները բավականին բարձր են, քանի որ օլիգոպոլիայի անդամները միասնաբար են հանդես գալիս նոր մուտք գործող ֆիրմայի դեմ: Եզակի ֆիրմաներին հաջողվում է դիմադրել այդ ճնշմանը և հաղթահարել արգելքները: Օլիգոպոլիստական շուկայի մասին տեղեկատվություն ստանալը նույնպես շատ բարդ է, քանի որ այստեղ գինը հաստատվում է ոչ արժեքի աշխատանքային տեսության և ոչ էլ սահմանային օգտակարության տեսության հիման վրա: Պետք է նշել, որ օլիգոպոլիայի դեպքում մրցակցությունը կրում է ոչ գնային բնույթ, քանի որ այստեղ վաճառողների և առաջարկի սահմանափակության պայմաններում գնի իջեցումը չի հանգեցնում պահանջարկի աճին և սա այն պատճառով, որ այդ նույն ռազմավարությունը իրականացնում են մյուս մրցակից ձեռնարկությունները: Սակայն օլիգոպոլիստները միշտ չէ, որ մրցակցում են: Նրանք խիստ շահագրգռված են գաղտնի համաձայնության գալով՝ գները բարձրացնելու և թողարկումը սահմանափակելու համար: Միասնական շահույթն առավելագույնի հասցնելու համար օլիգոպոլիստները հաճախ կնքում են գաղտնի համաձայնագիր և այդպիսով ստեղծվում են կարտելներ: Վերջինս, սակայն, խախտվելու միտում ունի: Օլիգոպոլիային շուկայի յուրաքանչյուր ֆիրմա համաձայնագիր կնքելու հետ մեկտեղ խիստ շահագրգռված է այն խախտել՝ միասնական շահույթի իր մասնաբաժինը մեծացնելու նպատակով: Տնտեսագիտական գրականության մեջ տարբերում ենք օլիգոպոլիայի 2 տեսակ: Մի դեպքում այն ներկայացնում է շուկայում մի քանի խոշոր ֆիրմաների համակցություն, որոնք արտադրում են միատեսակ կամ գրեթե նույնատիպ արտադրանք: Սակայն նրանցից յուրաքանչյուրի արտադրության ծավալը բավական է, որպեսզի ազդի ամբողջ շուկայի վրա: Երկրորդ տեսակի օլիգոպոլիան նախատեսում է մի քանի խոշոր ֆիրմաների առկայություն, որոնք թողարկում են տարբերակված ապրանքներ: Այս տիպի օլիգոպոլիայի օրինակ կարող է ծառայել պողպատի, ալյումինի արտադրությունը և այլն: Եթե օլիգոպոլիան հսկում է շուկայի 60-80% -ը, ապա այն անվանում են գերիշխող օլիգոպոլիա: Շուկայական իրավիճակների բազմազանությունից ելնելով օլիգոպոլիաները բաժանվում են երկու մասի. մի դեպքում շուկայում տիրապետում են 2-3 ֆիրմաներ, իսկ երկրորդի դեպքում շուկայում իշխում են 6-7 ֆիրմաներ, որոնց բաժին է ընկնում շուկայի իրացման 70-80%-ը:

Պատմականորեն առաջին մենաշնորհներն են եղել կոնվենցիաները, ռինգերը, կոոներները և պուլերը: Դրանք կարճատև համաձայնագրեր էին ձեռնարկությունների միջև որոշակի ապրանքների վաճառքի միասնական գներ սահմանելու շուրջ: Հետագայում կազմավորվեցին մենաշնորհային այլ միավորումներ՝ կարտելներ, սինդիկատներ, տրեստներ, կոնցեռներ, կոնգլոմերատներ և կոնսորցիումներ:

Կարտելը արտադրության մեկ ճյուղի մի շարք ձեռնարկությունների միավորում է, երբ դրա մասնակիցները պահպանում են արտադրության միջոցների և արդյունքի իրենց սե-

փականությունը: Յուրաքանչյուր մասնակից ինքն է վաճառում իր արտադրանքը շուկայում: Կարտելային համաձայնության օբյեկտ են հանդիսանում քվոտաները արտադրանքի ընդհանուր թողարկման մեջ, վաճառքի գները, վաճառահանման շուկաների բաշխումը և այլն: Եթե մասնակիցներից որևէ մեկը խախտում է նախապես կնքված համաձայնության պայմանները, ապա պետք է վճարի մեծ չափերի հասնող դրամական տույժ և տուգանք:

Հաջորդ ձևը սինդիկատն է, որը միատեսակ ապրանք արտադրող մի քանի ձեռնարկությունների միավորում է: Պահպանվում են մրցակիցների սեփականությունը արտադրության միջոցների նկատմամբ, արտադրանքն էլ իրացվում է սինդիկատային գրասենյակի միջոցով:

Տրեստների կազմավորման դեպքում ձեռնարկատերերը միավորմանն են հանձնում տեխնոլոգիաների, պատենտների և արտադրական արդյունքների սեփականությունը: Ընդհանուր սեփականությունը հանձնած կապիտալի մասով մասնակիցները ստանում են տրեստի բաժնետոմսեր, որով մասնակցում են տրեստի գործերի կառավարմանը և ստացված շահույթի բաշխմանը: Տրեստավորումը լինում է երկու տեսակ՝ ուղղահայաց և հորիզոնական: Ուղղահայացի դեպքում տրեստը ընդգրկում է տարբեր ճյուղերի ձեռնարկություններ, որոնք իրար հետ կապված են տեխնոլոգիապես և այդ դեպքում կոչվում են կոմբինատներ, իսկ հորիզոնականի դեպքում միավորվում են նույն ճյուղի տարբեր ձեռնարկություններ:

Կոնգլոմերատը դա հսկա միասնական արդյունաբերական համալիր է, որտեղ մեկ միասնական ֆինանսական վերահսկողության տակ կենտրոնացված են կազմակերպություններ, որոնք գործում են տարբեր, տեխնոլոգիապես իրար հետ չկապված ոլորտներում: Որպես կանոն, կոնգլոմերատները պատկանում են միևնույն ֆիրմայի և թողարկում են արտադրության մեկ կամ մի քանի փուլերի տարբերակված ոչ մրցունակ ապրանքներ կամ ղեկավարում են շուկայի տարբեր հատվածները, որոնք չեն հատվում: Ձեռնարկությունն այդ դեպքում ունի ապակենտրոնացված կառավարման տնտեսական գործունեության լայն ինքնավարություն:

Կոնսորցիումը ձևավորվում է մի քանի բանկերի և արտադրական կորպորացիաների ժամանակավոր համաձայնության հիման վրա, որի նպատակը համատեղ մեծամասշտաբ ֆինանսական գործարքների իրականացումն է, կամ արտադրական ծրագրերի իրականացումը (խոշոր փոխառությունների տեղաբաշխումը, ծովային ջրանցքների անցկացում, գազախողովակաշարի անցկացում և այլն): Ընդհանուր աշխատանքների իրականացումից հետո կոնսորցիումը լուծարվում է:

Մենաշնորհային միավորների ծագումը ուղեկցվել է առանձին ձեռնարկությունների միջև տնտեսվարման, տնտեսական կապերի ուժեղացմամբ, սկզբից արտադրության մեկ ճյուղում, իսկ հետագայում փոխադարձորեն կապված մյուս ճյուղերում և այլ ընկերությունների միավորման միջոցով: Այդ գործընթացի ժամանակ արտադրական տեխնոլոգիայի շրջանակներում տեղի է ունեցել մասնագիտացում, իսկ հետագայում ձեռնարկությունների և ընկերությունների կոոպերացում, որը վերջին հաշվով նպաստել է մենաշնորհային շահույթների ստացմանը և ոչ կատարյալ մրցակցության ուժեղացմանը:

Արդի ժամանակաշրջանում ձեռնարկության միաձուլման և կլանման գործընթացները ինտենսիվորեն է տեղի ունենում աերոտիեզերական, քիմիական, ռադիոտեխնիկական և էլեկտրոնային արդյունաբերության ճյուղերում: Ընդ որում խոշորագույն մենաշնորհները, օրինակ, քիմիական և դեղագործական արդյունաբերությունները ճգնում են կլանել միջին և փոքր ընկերություններին, որոնք զբաղված են նորագույն արտադրանքի արտադրությամբ, մասնավորապես, կենսատեխնոլոգիական և բժշկական նոր պատրաստուկների, մեթոդների որոնումը: Արագ թափով ընթանում է նաև միջազգային մենաշնորհների ձևավորման գործընթացը: Վերջիններս հիմնվում են իրենց երկրների կամ այլ երկրների կապիտալի վրա: Նվաճելով նոր շուկաներ, օգտվելով զարգացող երկրների էթան աշխատուժից, այդպիսի վերագգային և բազմազգային մենաշնորհները ձեռք են բերում նախկինում չտեսնված մենաշնորհային շահույթներ:

Համաշխարհային տնտեսագիտության մեջ 20-րդ դարի 70-ական թթ. վերջերից նկատվում են նոր երևույթներ: Նախկինում միմյանց հետ մրցակցող վերագգային ընկերությունները համագործակցության համաձայնություն են կնքում ոչ միայն արտադրության, առևտրի, ֆինանսների բնագավառներում, այլ նաև գիտահետազոտական աշխատությունների գծով: Դա առաջին հերթին վերաբերում է այնպիսի նախագծերի, որոնց իրականացման համար մեկ ընկերության ֆինանսական և տեխնոլոգիական միջոցները բացահայտորեն բավարար չեն: Այստեղ կարելի է վկայակոչել արևմտաեվրոպական այնպիսի գիտությունների կանխատեսումների մասին, ինչպիսիք են՝ աերոտիեզերական նախագծերի, օդային ավտոբուսների, եվրոպական կործանիչների, ամերիկյան աերոտիեզերական ինքնաթիռների ստեղծման աշխատանքները: Ընկերությունները համաձայնություն են կնքում իրենց մրցակիցների հետ ոչ միայն իրենց երկրի շրջանակներում, այլև օտարերկրյա պետությունների հետ: Չնայած լարված առևտրական հարաբերություններին՝ ամերիկացիները լավատեսությամբ համագործակցում են ճապոնացիների հետ կամ մտնում են արևմտաեվրոպական կոնսորցիումների մեջ: Դարգ է, որ արդյունաբերապես զարգացած երկրները շահագրգռված չեն, որ իրենց բարձր տեխնոլոգիաները դառնան այլ երկրի սեփականություն, քանի որ հենց այդ երկրների հաշվին նրանք իրենց համար ապահովում են բարձր եկամուտներ և հնարավորություն են ստեղծում օտար երկրների ռեսուրսների օգտագործման համար:

Ներկայումս մենաշնորհները թևակոխել են զարգացման նոր փուլ: Շուկաների սահմանափակում, միջին և մանր ձեռնարկությունների շուկայից «բռնի ուժով» հեռացում: Մրցակցային համաշխարհային շուկայի մեջ այլ երկրներում բացում են իրենց մասնաճյուղերը և վերածվում են վերագգային ընկերությունների: 20-րդ դարի 80-ական թթ. նկատվում է նոր փուլ. զարգացած երկրների վերագգային ընկերությունները միավորվում են գլոբալ մակարդակով մրցակցություն իրականացնելու համար:

Կախված ձեռնարկությունների շուկայում ապրանքների ու ծառայությունների փակ վաճառողի կարգավիճակ ձեռք բերելու եղանակներից՝ տարբերում ենք մենաշնորհի երեք ձև՝ փակ, բնական, բաց: Փակ մենաշնորհները շատ երկրներում մրցակցությունից



պաշտպանում են այնպիսի պետական մենաշնորհները, ինչպիսիք են՝ փոստը, հեռախոսակապը, գազը, վառելիքը, էներգիա մատակարարող ֆիրմաները և այլն: Այդ մենաշնորհները արտադրանքի արտոնագրերով և լիցենզիաներով, հեղինակային իրավունքի ինստիտուտներով, իրավական սահմանափակումներով պաշտպանված են մրցակցությունից: Նման մենաշնորհները մոտ են կառավարության կողմից աջակցվող մենաշնորհին:

Բնական մենաշնորհները հազվադեպ երևոյթ են, որը համարվում է պետության սեփականություն կամ գործում է նրա հսկողության տակ: Բնական մենաշնորհին են պատկանում հասարակական օգտագործման ձեռնարկությունները, որոնք օգտագործում են բնական յուրահատուկ ռեսուրսներ, օրինակ՝ էլեկտրական և գազային ձեռնարկությունները, ջրամատակարարման, կապի և տրանսպորտի ֆիրմաները: Այս մենաշնորհը բացատրվում է ծավալային արտադրության առանձնահատուկ արդյունքով՝ արտադրության խոշորացման հետևանքով ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործման անհրաժեշտությամբ: Առաջավոր տեխնիկական հագեցվածությունը և խոշոր ձեռնարկությունների հզորությունների լրիվ և համաչափ օգտագործումը բարձրացնում են աշխատանքի արտադրողականությունը, որը հանգեցնում է միավոր արտադրանքի ծախսերի իջեցմանը: Այդ պատճառով բնական մենաշնորհը համարվում է դրական՝ հասարակության շահերի տեսանկյունից: Սակայն միանշանակ դրական չեն կարող համարվել, քանի որ բնական մենաշնորհները ունեն և դրական, և բացասական կողմեր: Դրական կողմերը եթե ընդհանրացնենք, ապա բնական մենաշնորհները ունեն հնարավորություն.

- առավելագույնս օգտագործել արտադրության մասշտաբի էֆեկտը, որի հետևանքով կնվազի միավոր արտադրանքի վրա կատարվող ծախսերը:
- մոբիլիզացնել զգալի ֆինանսական ռեսուրսներ՝ արտադրության միջոցները պատշաճ մակարդակում պահելու համար,
- օգտագործելու գիտատեխնիկական առաջընթացի ձեռքբերումները,
- հետևելու արտադրության թողարկման և ծառայությունների մատուցման նույն չափանիշների,
- ձևավորել ներկազմակերպական հիերարխիա և պայմանագրային հարաբերությունների համակարգ, որը թույլ կտա կրճատել կորուստները կապված ռիսկերի ու անորոշության հետ:

Բնական մենաշնորհների բացասական կողմերն են՝

- իրացման գնի մակարդակի որոշման հնարավորություն, ծախսերի տեղափոխում վերջնական սպառողի վրա, ինչը կարող է հակառակ ազդեցություն ունենալ արտադրության վրա: Օրինակ՝ գազի, էլեկտրաէներգիայի, ջրի սակագների բարձրացումը:
- հնարավորություն՝ արգելափակել տեխնոլոգիական առաջընթացը,
- թողարկվող արտադրանքի ու մատուցվող ծառայությունների որակի իջեցման հաշվին «տնտեսման» հնարավորություն,
- վարչական թելադրանքի ձևի ընդունման հնարավորություն, որը կարող է փոխել տնտեսական կառուցակարգը:

Տնտեսագիտական բացատրական բառարանում առանձնացվում է բնական մենաշնորհի երկու տեսակ.

1. Մենաշնորհ, որը բխում է հատուկ բնական պայմաններից՝ կլիմայից, ռեսուրսների սահմանափակությունից, գործունեության ոլորտի բնութագրերից և այլն,
2. Երբ մեկ ֆիրմայի կողմից արտադրությունը թողարկման ցանկացած ծավալի դեպքում ավելի շահավետ է, քան երկու կամ ավելի ֆիրմաների արտադրությունը<sup>12</sup>:

Բաց մենաշնորհ, որի դեպքում մեկ ֆիրման, գոնե որոշակի ժամանակահատվածում հանդիսանում է ապրանքների միակ մատակարարողը շուկայում, սակայն հատուկ պաշտպանված չէ մրցակցությունից: Նման իրավիճակում հաճախ կհանդիպեն ֆիրմաներ, որոնք առաջին անգամ մտել են շուկա նոր ապրանքներով:

Շուկայական հարաբերությունների պայմաններում մենաշնորհը, կատարյալ մրցակցության նման, մաքուր վիճակում չի կարող գոյություն ունենալ:

Գոյություն ունեն մենաշնորհների նաև կազմակերպական, տեխնոլոգիական, տնտեսական, արհեստական, խտրական, մոնոպսոնիա, դոմոպոլիա տեսակների դասակարգումը.

Կազմակերպական մենաշնորհ: Արտադրական բնույթով միատեսակ գործունեությամբ զբաղվող ձեռնարկությունների և կազմակերպությունների միավորում է, որը պետական կառավարչական կառուցվածք է (ճյուղային նախարարություններ, կոնցեռներ, ասոցիացիաներ, կորպորացիաներ):

Տեխնոլոգիական մենաշնորհ: Այն որոշակի արտադրանքի արտադրությունը և սպառումը հսկող ձեռնարկություն է, որի արտադրության տեխնոլոգիայի առանձնահատկությունը պայմանավորված է արտադրանքի թողարկման խոշոր չափերով: Այս մենաշնորհի օբյեկտ կարող են լինել՝ արտադրանքի արտադրության մեթոդը, նեղ առարկայական մասնագիտացումը:

Տնտեսական մենաշնորհ: Որոշակի տեսակի արտադրական գործունեության բացարձակ հսկողություն: Այն ծագում է տարբեր տնտեսական սուբյեկտների միջև պայմանավորվածության և համաձայնության ձեռք բերման ճանապարհով, կամ մրցակցության արդյունքում:

Արհեստական մենաշնորհը ստեղծվում է պետության կողմից արտադրության համակենտրոնացման և սպալենտրոնացման նպատակով: Այդ դեպքում պետությունն է օժանդակում սոցիալական խնդիրների լուծմանը, մասնավորապես՝ աշխատատեղերի պահպանմանը:

Խտրական մենաշնորհի դեպքում միևնույն ժամանակահատվածում գնորդներին նույն ապրանքը առաջարկվում է տարբեր գներով: Խտրականությունը կարող է կիրառելի լինել, երբ մենաշնորհը վերահսկում է շուկան: Առանձնացնում ենք խտրականության երեք ձև՝ աշխարհագրական, նյութական, անձնական: Առաջինի դեպքում վաճառողը, օգտվելով բնակավայրերի տարբեր տրանսպորտային տեղադիրքից, կարող է նույն

<sup>12</sup> Աղբյուրը՝ Կիրակոսյան Գ., Ղուշյան Հ., Տիգրանյան Ի., Տնտեսագիտական բացատրական բառարան, Երևան, Տնտեսագետ, 1999թ., էջ 275

ապանքի վրա տարբեր գներ սահմանել: Նույնպիսի խտրականություն կարող է կիրառվել հովանավորչական մաքսատուրքերի առկայության դեպքում, երբ ներքին շուկայում ապրանքն ունի բարձր գին, սակայն արտաքին շուկաներում վաճառվում է շատ ցածր գնով՝ այդ շուկայում հաստատվելու նկատառումներով: Իսկ կորուստները փոխհատուցվում են ներքին շուկայում բարձր գների հաշվին: Ֆիրմայի նման քաղաքականությունը կոչվում է գնագցում կամ դեմպինգ: Նյութական խտրականության դեպքում մենատերը միևնույն ապրանքի կամ ծառայության գները կամ սակագները սահմանում է՝ ելնելով դրանց սպառողական նշանակությունից: Օրինակ, բնական մենաշնորհային ոլորտները՝ էլեկտրամատակարարումը արդյունաբերական ձեռնարկությունների համար ավելի ցածր սակագնով է սահմանվում, քան բնակչության համար: Անձնական խտրականության դեպքում մենատերը գները դիֆերենցում է՝ ելնելով պահանջարկի կառուցվածքից և սպառողական ռենտայի ստացման հնարավորությունից: Օրինակ՝ բժշկական ծառայությունների տարբերակումը: Միևնույն հիվանդությունը բուժելու համար բժիշկը կարող է տարբեր հիվանդների համար իրարից տարբերվող սակագներ սահմանել՝ ելնելով նրանց վճարունակության աստիճանից:

Մոնոպոսնիան ավելի հաճախ հանդիպող երևույթ է, քան մաքուր մենաշնորհը: Մոնոպոսնիայի հետևանքները՝ վաճառվող ապրանքների քանակությունն ավելի քիչ է, քան մրցակցության դեպքում էր, վաճառողներին վճարվող գները ցածր են, քան մրցակցության դեպքում, արտադրանքի գնման դեպքում միավոր արտադրանքի հաշվով գնորդը ստանում է գերշահույթ (միջին արտադրանքի կամ առաջարկվող արտադրանքի գնի և միջին եկամտի տարբերությամբ):

Դուոպոլիան կամ երկմենատիրության դեպքում միատեսակ ապրանքը արտադրվում է երկու ֆիրմաների կողմից: Քանի որ մրցակցությունն ընթանում է երկու ֆիրմաների միջև, ուստի վերանում է ապրանքի գնի լրիվ վերահսկողությունը: Ֆիրմաները շուկայում համաձայնության են գալիս գների, տարածքային շուկաների, արտադրության ծավալների վերաբերյալ: Որպես կանոն, այդպիսի համաձայնագրերը կազմվում են գաղտնի, չունենալով իրավաբանական ուժ, այս կամ այն պատրվակով կարող են քանդվել:

Վերոնշյալ դասակարգումները կարող են համադրվել և միաժամանակ հանդես գալ այս կամ այն մենաշնորհի դեպքում:

Օրինական մենաշնորհը ձևավորվում է օրենսդրական հիմքերով: Դա հնարավոր է իրականացնել հետևյալ հանգամանքներում՝ արտոնագրային համակարգ (ստուգում է հեղինակային իրավունքը գյուտերի նկատմամբ և ապահովում է բացառիկ իրավունք նրանց առաջնային և բացառիկ օգտագործման համար), հեղինակային իրավունք (հեղինակների համար սահմանում է բացառիկ իրավունք օգտագործելու իրենց ստեղծագործությունները ցանկացած ձևով և ցանկացած միջոցներով), ապրանքային նշաններ (սահմանում է ապրանքների սեփականատերերի համար ապրանքային նշանների օգտագործման բացառիկ իրավունք և արգելում է այլ անձանց կողմից դրանց օգտագործումը):

Որոշ գրականության մեջ մենաշնորհները դասակարգվում են՝ ելնելով սեփականության ճևերից: Մասնավորապես՝ դասակարգվում են պետական մենաշնորհ, պետական կարգավորման մասնավոր մենաշնորհ և առանց պետության միջամտության մասնավոր մենաշնորհ հասկացությունները<sup>13</sup>: Պետական մենաշնորհը որոշակի ապրանքների և ծառայությունների շուկայում պետական մենաշնորհի առկայությունը ներկայացնում է որպես առանձին պետական ճեռնարկությունների մենաշնորհ (օրինակ՝ երկաթուղային տրանսպորտը), և հանդես գալիս որևէ ճյուղ նոր ֆիրմաների մուտքի սահմանափակումով (օրինակ՝ ռազմավարական նշանակություն ունեցող արտահանման-ներմուծման կարևորագույն ապրանքների ոլորտում): Ի տարբերություն կատարյալ մրցակցության, մենաշնորհատերը ինքն է սահմանում գինը շուկայում՝ ելնելով շուկայական պահանջարկի ծավալից և իր ծախսերի մեծությունից: Այսպիսով՝

Պետական մենաշնորհի դեպքում մենաշնորհը ամբողջությամբ կամ մասնակիորեն գտնվում է պետության սեփականության ներքո և ղեկավարվում է պետության կողմից նշանակված տնօրենների խորհրդի կողմից: Գները այդ դեպքում որոշվում են պետության ֆինանսական քաղաքականությամբ:

Պետական կարգավորմամբ մասնավոր մենաշնորհը գտնվում է մասնավոր անձանց տիրապետության տակ, որոնց գործունեությունը սահմանափակված է ավելի հաճախ պետության սակագնային քաղաքականությամբ: Գները որոշվում են պետության սակագնային քաղաքականությամբ:

Առանց պետության կարգավորմամբ մասնավոր մենաշնորհը ամբողջությամբ գործում է շուկայական հարաբերությունների պայմաններում, որը կախված է պահանջարկի ու ծախսերի փոխհարաբերակցությունից: Շուկան մենաշնորհների կարգավորիչն է համեմատաբար գների վրա նրա ազդեցությամբ:

Գործունեության ոլորտից կախված՝ մենաշնորհները բաժանվում են ենթակառուցվածքային մենաշնորհների և արտադրական մենաշնորհների: Առաջինի գործունեության ոլորտը սահմանվում է սոցիալական և արտադրական բնույթի ծառայություններով: Իսկ երկրորդի գործունեության ոլորտը սահմանվում է տարբեր նշանակության ապրանքների արտադրությամբ:

13 Աղբյուրը՝ ЭВОЛЮЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА ЕСТЕСТВЕННО-МОНОПОЛЬНЫХ РЫНКАХ, Моляков Алексей Юрьевич, Москва 2009 г., էջ 12-13,



## 2. Մենաշնորհների կարգավորման մոդելները տարբեր երկրներում

- 2.1 *Պետության փորձերը մենաշնորհների հիմնախնդիրը կարգավորելու գործում (պատմական ակնարկ, զարգացում, ներկա մոտեցումները, արդյունավետությունը):*
- 2.2 *Մենաշնորհների կարգավորման հիմնական մոդելները:*

### 2.1 Պետության փորձերը մենաշնորհների հիմնախնդիրը կարգավորելու գործում (պատմական ակնարկ, զարգացում, ներկա մոտեցումները, արդյունավետությունը)

Պետությունը, որպես մարդկային հասարակության զարգացվածությունը բնութագրող քաղաքակրթական մակարդակի արտահայտություն, իրեն յուրահատուկ գործառույթներն իրականացնում է համապատասխան լծակների օգտագործման ճանապարհով: Հետևապես, վերջինիս գործառնական նշանակությունը պարզելու համար անհրաժեշտ է, նախևառաջ, բացահայտել պետություն երևույթը և, մասնավորապես, նրա դերը տնտեսության կայացման և զարգացման գործում: Գեռնս գոյություն չունի պետություն հասկացության այնպիսի հստակ և որոշակի սահմանում, որը ներառեր նրա էության և դերակատարության (այդ թվում նաև տնտեսության ոլորտում) բոլոր կողմերը: Այնուամենայնիվ, տնտեսության պետական կարգավորման անհրաժեշտությունն առաջին անգամ համապարփակ ձևով հիմնավորեց Ջ.Մ. Քեյնսը<sup>14</sup>: Նա ստեղծեց մի տեսություն, որն առանցքային նշանակություն ունեցավ 20-րդ դարի տնտեսագիտական մտքի զարգացման գործում:

Մենաշնորհի առաջացումը կանխելու և տնտեսական մրցակցությունը պաշտպանելու գործում մեծ դեր է կատարում պետությունը: Այս առումով պետությունները վարել են նպատակաուղղված տնտեսական քաղաքականություն մենաշնորհների կարգավորման գործում: Զարգացած շուկայական տնտեսություն ունեցող երկրներում սեփականության բազմակացութաձևությունը մրցակցային միջավայրը ձևավորում է բազմաթիվ սուբյեկտներից ու նպաստում է նրանց միջև մրցակցային հարաբերությունների զարգացմանը:

Պետությունները մենաշնորհների կարգավորման անհրաժեշտությունն ավելի են կարևորել, քանի որ մենաշնորհները շահույթի մաքսիմալացմամբ կարողացել են հասարակությունից կորզել առավել միջոցներ՝ խնայողությունների, կուտակումների, եկամուտների տեսքով ձևավորված: Մենաշնորհի պայմաններում շահույթի մաքսիմալացումը տարբերվում է մրցակցային պայմանում շահույթի մաքսիմալացումից նախ և առաջ նրանով, որ մենաշնորհի ժամանակ մենատերն է շուկայում թելադրում թողարկվող արտադրանքի գինը: Եթե մենաշնորհը ցանկանում է վաճառել քիչ քանակությամբ արտադրանք, նա կարող է բարձրացնել վերջիններիս գները: Իսկ եթե նա ցանկանա վաճառել

<sup>14</sup> Աղբյուրը՝ Պետության դերը տնտեսական համակարգում, Աշոտ Մարկոսյան, Դավիթ Աղաջանյան, «21-րդ ԴԱԸ», թիվ 4 (18), 2007թ.

ավելի շատ արտադրանք, կարող է նվազեցնել դրանց գները: Մենատերը իրականում կարողանում է ծածկել շուկայի ողջ պահանջարկը, իսկ գինը սահմանում է՝ ելնելով պահանջարկի օրենքից.

$$P = D^{-1}(q)$$

որտեղ՝  $D^{-1}(q)$  – «սպառման գնի» ֆունկցիան է, այն առավելագույն գինը, որով սպառողը կգնի շուկայում առաջարկվող ամբողջ ապրանքի  $q$  քանակը: Այլ կերպ ասած, սա այն գինն է, որը պահանջարկի օրենքում արտահայտված է ապրանքի քանակով.

$$q = D(p)$$

Մենաշնորհի պայմաններում ստացվող հասույթը կարող ենք ներկայացնել մրցակցային պայմաններում հատույթին համանման, այսինքն՝ ներկայացնենք որպես վաճառքի գնի և քանակի արտադրյալ.

$$TR(q) = D^{-1}(q)q$$

Մենաշնորհի պայմաններում շահույթի մաքսիմալացման պայմանները կարելի է ներկայացնել հետևյալ կերպ.

$$TR(q) = TC(q)$$

Այլ կերպ ասած, արտադրության օպտիմալ ծավալի համար սահմանային հասույթը հավասարվում է սահմանային ծախսերին.

$$MR(q) = MC(q)$$

Այսինքն, արտադրողը արտադրության ծավալը կմեծացնի այնքան ժամանակ, քանի դեռ արտադրված յուրաքանչյուր լրացուցիչ միավորը նրան ավել եկամուտ կբերի, քան դրա վրա կատարված ծախսերն են: Ինչպես և կատարյալ մրցակցության պայմաններում, այստեղ մենաշնորհ արտադրողի համար ևս կարևոր խնդիր է համարվում ծախսերի ֆունկցիայի իդենտիֆիկացումը<sup>15</sup>: Մենաշնորհի պայմաններում պահանջարկի ուսումնասիրության ժամանակ անհրաժեշտություն է առաջանում բացահայտել սահմանային եկամտի և գնի միջև եղած կապը:

Տարբեր երկրներում և տարբեր ժամանակաշրջաններում գերակշռում է մենաշնորհների վրա պետության այս կամ այն ազդեցության իրականացումը: Սակայն շուկայական տնտեսություն ունեցող երկրներում առանձնացվում է 3 հիմնական ուղղություն.

- 1) Շուկաների ազատականացման այս կամ այն միջոցառումների օգնությամբ մենաշնորհներին ընդդիմացող մրցունակ շուկայական կառույցների ակտիվացում,
- 2) Գների և շահութաբերության մակարդակի վերահսկման ուղիով մենաշնորհների պետական կարգավորում,
- 3) Հակամենաշնորհային օրենսդրության օգնությամբ մենաշնորհների ուղղակի կանխում, ճնշում կամ վերացում:
- 4) Մենաշնորհների վրա պետության ազդեցությունը դրսևորվում է մրցակցության պետական կարգավորմամբ: Իսկ վերջինիս հիմնական ուղղություններից մեկը տնտեսության հակամենաշնորհային կարգավորումն է, որն անհրաժեշտ է դիտարկել որ-

պես պետության կողմից տնտեսական, օրենսդրական և վարչական միջոցառումների համալիրի իրականացում՝ ուղղված մրցակցության զարգացման համար պայմանների ստեղծմանը, շուկայի չափից դուրս մենաշնորհացման կանխմանը և տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից մենաշնորհային կամ գերիշխող դիրքի չարաշահման արգելմանը: Հակամենաշնորհային քաղաքականության նպատակն է պաշտպանել և իրականացնել տնտեսական մրցակցությունը, նպաստել ձեռնարկությունների զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը: Հակամենաշնորհային կարգավորման հիմնական նպատակի դերում ներկայումս կարևոր նշանակություն է ստանում ռեսուրսների արդյունավետ ապահովումն ու բաշխումը: Հակամենաշնորհային կարգավորումը – պետական գործառույթ է, որը կոչված է ապահովել հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացումը, նրա նպատակները: Հակամենաշնորհային քաղաքականությունը հանդիսանում է տնտեսության պետական կարգավորման ուղղություններից մեկը և ներկայացնում է միջոցառումների համակարգ (օրենսդրություն, հարկային քաղաքականություն, սեփականաշնորհում և այլն), որն ապահովում է արտադրության և շուկաների մենաշնորհացման սահմանափակումը՝ մրցակցության ակտիվացման նպատակով: Հակամենաշնորհային քաղաքականությունը, որի նպատակը մենաշնորհների հետևանքների չեզոքացումն է, իրականում է մրցակցությունը և նրա ձևերը, իրականացվում է մի քանի ուղղություններով՝ շուկայի մենաշնորհացման սահմանափակում, մրցակցող ընկերությունների միաձուլման արգելում, մենաշնորհային գնի սահմանման արգելում, մրցակցության և նրա ժամանակակից ձևերի պահպանում և աջակցում:

Հակամենաշնորհային կարգավորումը վճռական նշանակություն ունի հատկապես անցումային տնտեսություններում, որտեղ տնտեսական գործունեության վարչական կառավարման համակարգն աստիճանաբար փոխարինվում է շուկայական ինքնակարգավորման կառուցակարգով, սակայն մրցակցության նախապայմանների բացակայության պայմաններում վերջինս դեռևս ի վիճակի չէ ապահովել տնտեսական աճի արագ տեմպեր և եկամուտների առավել հավասարաչափ բաշխում: Հակամենաշնորհային քաղաքականությունը պետական գործունեություն է, կապված շուկայական հարաբերությունների սուբյեկտների գործունեության պայմանների ձևավորման հետ, որն ուղղված է ցանկացած տեղի ու պայմանների համադրմամբ օպտիմալ մրցակցության ու արդյունավետության հասնելուն<sup>16</sup>:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության հիմնական ուղղություններն են՝

1. Բարձր հարկերի կիրառման միջոցով մենաշնորհային շահույթների սահմանափակումը, որի հետևանքով թուլանում է մենաշնորհների բացասական սոցիալական ներգործությունը,
2. Գնի վրա սահմանվում է անուղղակի հսկողություն՝ դրամավարկային լծակների օգտագործման միջոցով,
3. Բնական մենաշնորհի կարգավորումը՝ այդ նպատակով ստեղծված գործակալությունների միջոցով,



4. Արդյունաբերական արտադրանքի գների պետական կարգավորումը,
5. Պետական ֆինանսավորման և արտոնյալ վարկավորման ճանապարհով մրցակից ընկերությունների ձևավորում,
6. Բարձր համակենտրոնացում ունեցող մենաշնորհների գործունեությունը կարգավորվում է հակատրեստային օրենսդրության ու դրա հիման վրա իրականացվող քաղաքականությամբ<sup>17</sup>:

Տնտեսագիտական դպրոցի ներկայացուցիչները տարբեր ձևով են անդրադարձել շուկայական հարաբերությունների զարգացման գործընթացում մրցակցային հարաբերությունների և հակամենաշնորհային քաղաքականության կիրառման, դրանով և մենաշնորհների կարգավորման հիմնախնդիրներին: Դասական դպրոցի հիմնադիրներից Ա. Սմիթի տեսությունը կարևորում է շուկայում մրցակցության որպես անհատական և ընդհանուր շահերի համապատասխանությունը կարգավորող գործոնի դերը: Դրանով խիստ բացասաբար է դիտարկվում տնտեսության կարգավորմանն ուղղված կառավարության ցանկացած գործողություն, քանի որ դա խափանում է «անտեսանելի ձեռքի» արդյունավետ աշխատանքը և հանգեցնում կապիտալի կուտակման գործընթացի դանդաղեցման: Սմիթը դատապարտում է այն օրենքները, որոշումները, որոնք արտադրության առանձին ոլորտներում հանգեցնում են մրցակիցների թվի կրճատման: Մարշալի տեսության կողմնակիցները համարում են, որ մրցակցության վրա հիմնված տնտեսությունն ունի ինքնակարգավորման հնարավորություններ, և բացասաբար են վերաբերվում մրցակցային հարաբերություններին պետության միջամտությանը՝ մատնանշելով, որ դա տնտեսության մենաշնորհացման հիմնական պատճառն է<sup>18</sup>: Հետագայում պետության դերի բավական ցածր լինելու տեսակետին էին հակված Ս.Ֆիշերը, Ռ.Դորնբուշը, Ռ. Շմալենզին, որոնց բնորոշմամբ ամեիկյան կառավարությունն ավելի քան 10 տարի Ռոբինսոն-Պատմանի օրենքին վերաբերվել է այնպես, կարծես դրանում սահմանված դրույթները ունենան հռչակագրային բնույթ: Այդ առնչությամբ հակատրեստային օրենքների քննադատները համարում էին չափազանց ցածր արդյունավետ՝ մատնանշելով, որ դրանք չեն կարող խոչընդոտել համակենտրոնացման ցածր մակարդակ ունեցող բնագավառներում տնտեսավարող սուբյեկտների կենտրոնացումները: Տարածված է այն տեսակետը, որի համաձայն հակամենաշնորհային օրենսդրության նորմերն ուղղված են մենաշնորհատերերի շահերի պաշտպանությանը: Ըստ Փ. Հեյնեի, մրցակցությունը հաճախ պաշտպանում են մրցակցությունն արգելող օրենքները, որոնք շատ դեպքերում սահմանափակելով սպառողների ու ոչ արտոնյալ կարգավիճակում գտնվող արտադրողների շահերը՝ օգուտ են բերում արտոնյալ արտադրողներին<sup>19</sup>: Նեոլիբերալիզմի գերմանական դպրոցի ներկայացուցիչ Վ. Օյքենի դիտարկմամբ մենաշնորհների գործունեության նկատմամբ վճռական վերահսկողության իրականացման դեպքում օլիգոպոլիստն զրկվում է մենաշ-

17 Աղբյուրը՝ էջ 72: Պետության հակամենաշնորհային քաղաքականությունը, Տնտեսագիտության տեսություն, ուսումնական ձեռնարկ, տ.գ. դոկտոր Գ.Ե. Կիրակոսյան, պրոֆեսոր Ի.Ե. Խյոլայայան, «Տնտեսագետ», Երևան 2000 թ., էջ 173-174

18 Աղբյուրը՝ «Մրցակցային կարգավորման մեթոդաբանություն» Ա. Հակոբյան, «Ֆինանսներ և էկոնոմիկա», #4-5 մարտ-ապրիլ, 2005, էջ 124-127

19 Աղբյուրը՝ Хейне П., Экономический образ мышления, М., Новости, 1991, с. 297

նորհային դիրքեր գրավելու խթանից, քանի որ այդ դեպքում ինքը կարող է հայտնվել հակամենաշնորհային գերատեսչության խիստ վերահսկողության դաշտում: Նրա արտահայտությամբ՝ մրցակցային կարգի պայմաններում մենաշնորհային կազմավարումների նկատմամբ վերահսկողությունը պետք է լինի այնքան վճռական, որ ունենա կանխարգելիչ ուժեղ ազդեցություն: Լ. Էրհարդը պետության մենաշնորհների կարգավորման առնչությամբ նշում է, որ պետությունը պետք է միջամտի շուկային այն չափով, որ չափով դա անհրաժեշտ է մրցակցային մեխանիզմի աշխատանքն ապահովելու համար կամ այն շուկաների նկատմամբ վերահսկողություն սահմանելու համար, որոնցում ազատ մրցակցության պայմաններն այդքան էլ իրագործելի չեն: Ջ. Մեյնարդ Քեյնսը իր «Զբաղվածության, տոկոսի և փողի ընդհանուր տեսություն» աշխատության մեջ մատնանշում է այն, որ շուկայական տնտեսական հարաբերությունների համակարգն ամենևին էլ ինքնակարգավորվող ու կատարյալ չէ, և զբաղվածության ու տնտեսական աճի առավել բարձր մակարդակը կարող է ապահովել տնտեսությունը պետության ակտիվ միջամտությունը»:

Տնտեսագիտության նոր դասական, քեյնսական և մոնետարիստական տեսություններն էլ ունեն մեթոդաբանական նույն ընդհանուր արմատը, քանի որ երեք հիմնադրույթներն էլ ելնում են ընդհանուր շուկայական արժեքներից (մրցակցություն, ազատ գնագոյացում, ինքնուրույնություն) և հիմնված են նույն ելակետերի՝ սահմանափակության, այլընտրանքի, նպատակահարմարության, սահմանայնության եւ հավասարակշռվածության վրա:

Հայ տնտեսագետները առավել կարևորում են տնտեսության խնդիրների կարգավորման նպատակով պետության կարգավորման գործառույթների իրականացումը: Ակադեմիկոս Վ. Խոջաբեկյանը նշում է սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծման գործում պետության կարգավորիչ դերի ուժեղացման անհրաժեշտությունը: Նրա դիտարկմամբ, պետությունը ռազմավարական նշանակություն ունեցող ճյուղերում մենաշնորհին զուգահեռ, պետք է իր ձեռքում կենտրոնացնի երկրի գլխավոր ռեսուրսները, կանոնակարգի դրանց վերարտադրության գործընթացը, միջոցների բաշխումը, արտադրանքի կարևորագույն տեսակների փոխանակությունն ու իրացումը: Ըստ Խոջաբեկյանի, շուկայական հարաբերություններին անցման ժամանակաշրջանում պետական ձեռնարկություններին աջակցությանը զուգահեռ, պետությունն իր տնտեսական քաղաքականությամբ պետք է ապահովի սեփականության տարբեր ձևերի վրա հիմնված ձեռնարկությունների միջև մրցակցության զարգացումը<sup>20</sup>: Պետության կողմից իրականացվող միջոցառումների շարքում առանձնացվում է մրցակցության ապահովման անհրաժեշտությունը և հիշատակվում, որ այդ նպատակով պետությունը մասնավորապես պարտավոր է սահմանել իրավական, տնտեսավարման և սոցիալական այնպիսի նորմեր, որոնք ապահովում են մրցակցությունը և արգելակում մենաշնորհային շուկաների ձևավորումը<sup>21</sup>: Պրոֆ. Գ. Կիրակոսյանը իր «Անցումային տնտեսության վերափոխումները: Տեսության հարցեր» աշխատանքում մատնանշում է այն, որ անգամ ձևավորված ամենաազատական տնտեսության մեջ

20 Աղբյուրը՝ Ходжабекян В., Формирование рыночных отношений и роль государства в Республике Армения, Общество и экономика, 1999, N 10-11, стр. 64-68

21 Աղբյուրը՝ Մակրոտնտեսական կարգավորում, ու. ձեռնարկ (Հ. Ղուշյան, Երևան, Տնտեսագետ, 2002թ., էջ 19

պետությունը պահպանում է իր տնտեսական դերը, որը հանգում է հետևյալին՝ հասարակական ապրանքների արտադրություն, շուկայական տնտեսության իրավական դաշտի ստեղծում, շուկայական մրցակցության պաշտպանության և հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացում, տնտեսության մակրոտնտեսական կարգավորում, դրամավարկային քաղաքականության կայունացում, կոնկրետ արտադրական գործունեության իրականացում: Ա. Մարկոսյանի և Ռ. Սաֆարյանի բնութագրմամբ՝ հակամենաշնորհային կարգավորումը պետք է, իհարկե, հաշվի առնի տնտեսության զարգացման միտումները և այդ պատճառով էլ չի կարող անմիջապես հասնել ոչ կատարյալ մրցակցության վերացմանը, սակայն լիովին իվիճակի է այն նվազեցնել մինչև որոշակի մակարդակ: Նրանց տեսակետով հակամենաշնորհային քաղաքականությունն իրականացնելիս անհրաժեշտ է ամենից առաջ ղեկավարվել տնտեսական մտահղացումներով, մասնավորապես՝ չափակցել արտադրության ծախսերն ապրանքի գնի հետ, որպեսզի այստեղ բացահայտ անհամամասնություն չառաջանա մենաշնորհային բարձր գնի և արտադրության հասարակական ծախսերի միջև: Հակամենաշնորհային կարգավորումը պետք է լինի խելամիտ և ղեկավարվի գործի էությունը, ոչ թե ձևական իրավաբանական մտահղացումներով<sup>22</sup>:

Շուկայական հարաբերությունների տարերայնորեն ինքնակարգավորվող մրցակցային հարաբերություններում առավել կարևորվում է որոշ չափով պետության կողմից կարգավորման գործառնությունը՝ նպատակ ունենալով պաշտպանել մրցակցությունը: Նախկին պլանային տնտեսակարգի պայմաններում, պետության դերի ու կարգավորիչ գործառնության ազդեցության տակ ավելորդ է խոսել շուկայական մրցակցային հարաբերությունների մասին: Խորհրդային Միության կազմալուծումից հետո նախկին համայնավարական երկրներում շուկայական վերափոխումների ընթացքում ձևավորվել են սեփականության տարբեր ձևեր, վերացվել է պետական սեփականության մենաշնորհը, և դրվել են խառը տնտեսության հիմքերը պետական հատվածի տեսակարար կշռի էական նվազման պայմաններում: Այդպիսի վերափոխումը դժվար և հակասական գործընթաց է, բայց, միևնույն ժամանակ, այն սկզբունքորեն նոր չէ համաշխարհային պրակտիկայում: Նախկին խորհրդային հասարակարգի ժամանակահատվածում Հայաստանի վարչաիրամայական համակարգում պետական սեփականության վրա հիմնված մենաշնորհը զարգանում էր առանց մրցակցության, կապված էր ոչ թե շուկայի, այլ պետական ապարատի մենաշնորհային իշխանության հետ: Արհեստականորեն ստեղծված մենաշնորհները մրցակցային հարաբերությունների զարգացման համար արգելակիչ դեր ունեին և ձևախեղում էին մրցակցության տնտեսագիտական էությունը: Հանրապետության անցումային տնտեսությունը նախկին համակարգից ժառանգել է արդյունաբերական արտադրության ոչ ռացիոնալ կառուցվածքը, մենաշնորհի, որպես տնտեսական փոխադարձ կապերի գերակշռող ձև, ձեռնարկատիրության թույլ զարգացումը, շուկայական ենթակառուցվածքների բացակայությունը, ինչը դանդաղեցրել է մրցակցային հարաբերությունների զարգացման գործընթացը: Հանրապետության արտադրանքը հիմնականում իրացվում էր Խորհրդային Միության տարածքում: Մյուս կողմից անցումային ժա-

22 Աղբյուրը՝ «Շուկայական տնտեսության հիմքունքները», Ա. Մարկոսյան, Ռ. Սաֆարյան, Երևան 2002թ., էջ 120-122

մանակահատվածի գույքի առավել հապշտապ, շատ դեպքերում ձևական ապապետականացման ու մասնավորեցման գործընթացը առավել հարված հասցրեց տնտեսական ազատության ու դրանով թելադրված ազատ մրցակցային հարաբերությունների վրա, քանի որ տեղի ունեցավ կապիտալի կենտրոնացում առանձին անձանց մոտ՝ դրանով նպաստելով մենաշնորհների առաջացմանը: Դրա հետևանքով Հայաստանում մրցակցային միջավայրի կայացումը մասնավորեցման ընթացքում հանգեցրեց տնտեսության կոռումպացմանը, անձանց նեղ շրջանակի հարստության աճին, մասնավորեցված ձեռնարկությունների մեծ մասի տնտեսական վիճակի վատթարացմանը, խոշոր արտադրության մրցակցային առավելությունների կորստին և տնտեսության ապահիտեզրմանը: Բացի այդ, մրցակցային հարաբերությունների պետության կողմից կարգավորման գործընթացի սկզբնական փուլում բացակայում էր այն իրավական բազան, որը պետք է կարգավորեր ու պաշտպաներ տնտեսական մրցակցությունը:

Յուրաքանչյուր երկրի տնտեսական մրցակցության պաշտպանության քաղաքականությունն իրականացվում է օրենքով սահմանված կարգով և ձևերով: Տնտեսագետ Ֆ. Հայեկը այս առումով նշել է. «Մրցակցության գործողությունը պահանջում է ոչ միայն ինստիտուտների ճիշտ կազմակերպում, ինչպես փողը, շուկան և տեղեկատվության միջոցները, այլև առաջին հերթին համապատասխան իրավական համակարգի ճիշտ կազմակերպում: Օրենսդրությունը պետք է հատուկ նախատեսված լինի մրցակցության պաշտպանության ու զարգացման համար»<sup>23</sup>: Պետության կողմից նման քաղաքականության իրականացումը պայմանավորված է շուկայի մրցակցային հիմքերն ապահովելու և պաշտպանելու անհրաժեշտությամբ: Պետությունը մրցակցային հարաբերությունները կանոնակարգում է տնտեսաիրավական նորմերի միջոցով, ընդ որում՝ ժամանակակից պայմաններում առավել կարևորվում է նորմատիվային և կազմակերպական կարգավորումը<sup>24</sup>: Նորմատիվային կարգավորումը դրսևորվում է նորմատիվ-իրավական ակտերի միջոցով տնտեսական գործունեության իրականացման պայմանների սահմանմամբ, ինչպես նաև դրանց պահպանման նկատմամբ վերահսկողության իրականացմամբ: Նման գործունեությունն արտացոլում է տնտեսական կարգի համապատասխան ձևերի ստեղծմանն ուղղված՝ պետության հատուկ գործողությունը: Իսկ կազմակերպական կարգավորումն առավելապես դրսևորվում է պետության կողմից կազմակերպական տարրեր կառույցների առաջին հերթին հակամենաշնորհային կառույցների ձևավորմամբ, որոնք կոչված են իրական ազդեցություն գործել տնտեսական հարաբերությունների վրա և ապահովել դրանց արդյունավետ զարգացումը: Տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը երաշխավորելու նպատակով պետությունը ստեղծում է համապատասխան իրավական նախադրյալներ, ընդ որում՝ նման գործունեությունը մրցակցային հարաբերությունների պետական կարգավորման առանցքային տարրն է և իրավական հստակ ձևակերպման կարիքն ունի:

Եվրոպական Միությունում հակամենաշնորհային իրավական նորմերը կիրառվում են միաժամանակ Հանձնաժողովի և ազգային մարմինների կողմից: Այդ նորմերը լրաց-

23 Աղբյուրը՝ Փ.Ա. фон Хайек, Дорога к рабству, М. Экономика, 1992, стр. 35

24 Աղբյուրը՝ Тотьев К.Ю., Конкурентное право (правовое регулирование конкуренции), М.2000, с. 86

վում են ազգային իրավական նորմաների հետ համաձայնեցված կարգով: Միաձուլումները, որոնք խախտում են մրցակցությունը ներքին շուկայում, հանդիսանում են Եվրոպական Միության Հանձնաժողովի բացառիկ իրավունքը: Այդ առումով Հայաստանի Հանրապետության ներքին օրենսդրությունը միատարր է: Մեր երկրի Սահմանադրությունը (հոդված 8 և 33.1) ու Քաղաքացիական օրենսգիրքը (հոդված 12) սահմանում ու երաշխավորում են ազատ տնտեսական մրցակցությունը, արգելում շուկայում մենաշնորհի կամ գերիշխող դիրքի չարաշահումը՝ դրանց թույլատրելի չափերի համար օրենքով ամրագրելով սահմանափակումներ: ԵՄ իրավական նորմերը ներառում են կարգավորման ոլորտները հորիզոնական և ուղղահայաց համաձայնությունների ոլորտում, գերիշխող դիրքի չարաշահումը, համակենտրոնացումների նկատմամբ հսկողությունը<sup>25</sup>: Հակամենաշնորհային օրենքների միջոցով կարելի է, օրինակ, արգելել խոշոր ընկերությունների՝ մենաշնորհ ծնող միավորումը կամ դրանց անօրինական տրոհումը:

Պետության կողմից մենաշնորհների կարգավորման, երկրի տնտեսական զարգացման համար առավել բարենպաստ մթնոլորտ ստեղծելու, ապրանքների ու ծառայությունների, ռեսուրսների շուկաներում ազատ մրցակցային պայմանների օրենսդրական հիմքերի ապահովումն իրականացնելու նպատակներն իրագործելու համար անհրաժեշտ քաղաքականության իրականացումը հիմնվում է շուկայում մենաշնորհային իշխանության գնահատման վրա: Նշված ենթատեքստում շուկայի մենաշնորհացման մակարդակը չափելու համար անհրաժեշտ է որոշել ապրանքային շուկայի արտադրական սահմանները, ապրանքային շուկայի սուբյեկտները (գնորդների ու վաճառողների կազմն ու թվաքանակը), ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանները, շուկայի ապրանքային ռեսուրսների ծավալը, շուկայում տնտեսավարող սուբյեկտների փայաբաժինները, ապրանքային շուկայի քանակական ցուցանիշների կառուցվածքները, ապրանքային շուկայի որակական ցուցանիշները (մուտքի արգելքները), տնտեսավարող սուբյեկտի շուկայական ներուժը<sup>26</sup>: Շուկաների մրցակցային միջավայրի գնահատման մեթոդական հիմքերը և մենաշնորհների գնահատման մեթոդական մոտեցումները կարևոր նշանակություն ունեն շուկայի մենաշնորհացման աստիճանը որոշելու համար: Միջազգային պրակտիկայում ընդունված է շուկայի մենաշնորհացման աստիճանը չափել շուկայի համակենտրոնացման ցուցանիշներով: Վերջինս շուկայում այն փայաբաժինն է, որը գտնվում է որոշակի թվով խոշորագույն ընկերությունների ձեռքում:

Լայնորեն օգտագործվում է հետևյալ ցուցանիշները.

- 1) Չորս/ութ ամենախոշոր ընկերությունների փայաբաժինը շուկայում: Տնտեսագետներն օգտագործում են այս ցուցանիշը, որպես շուկայի կենտրոնացվածության աստիճան: Օրինակ, եթե չորս ֆիրմա վերահսկում են շուկայի 40%-ը կամ ավելին, ճյուղը համարում են օլիգոպոլիստական: Երբ խոշորագույն չորս ընկերություններ տիրապետում են շուկայի կեսից ավելին, իսկ ութ ընկերություններ տիրապետում են շուկայի 70% -ից ավելին, այդ դեպքերում ասում են, որ շուկայում առկա է ոչ ցանկալի համակենտրոնացում:

25 Աղբյուրը՝ СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ, новый федеральный закон России и правовые нормы ЕС, Europeaid 119637/C/SV/RU

26 Աղբյուրը՝ «Շուկայում մենաշնորհ իշխանության գնահատման մեթոդները և հիմնախնդիրները», Կ.Հայրապետյան, «Ֆինանսներ և էկոնոմիկա», # 4-5 մարտ-ապրիլ, 2005, Երևան, էջ 122-123

Նշված ցուցանիշի միջոցով հնարավոր չէ ճշգրիտ որոշել շուկայի իշխանության բաշխումը գերիշխող ֆիրմաների միջև, որի համար օգտագործվում է Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը:

2) Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը: Այս ցուցանիշը սահմանում է շուկայի համակենտրոնացման աստիճանը: Այն հաշվվում է որպես շուկայում գործող բոլոր ընկերությունների փայաբաժինների քառակուսիների գումար: Այս ցուցանիշը հաշվարկելիս օգտագործում են ճյուղում ֆիրմայի ունեցած արտադրանքի տեսակարար կշիռը: Որքան բարձր է ֆիրմայի արտադրանքի տեսակարար կշիռը, այնքան տվյալ ճյուղի համար մեծ է շուկայում ունեցած իշխանությունը:

$$IHH = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2$$

որտեղ՝  $S_1$  – ը ամենախոշոր ֆիրմայի տեսակարար կշիռն է,  $S_2$ –ը ըստ մեծության հաջորդ ֆիրմայի տեսակարար կշիռը և այլն: Եթե ճյուղում գործում է 1 ֆիրմա, ապա  $S_1=100\%$ , իսկ  $IHH=10000$ :

Եթե  $IHH < 1000$ , ապա շուկան համարվում է չհամակենտրոնացված,

$1000 < IHH < 1800$ , շուկան համարվում է չափավոր համակենտրոնացված,

$IHH > 1400$ , ապա համարվում է «բազմաքանակությունը սպառնացող»:

Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը օգտագործվում է ընկերությունների ձեռքբերման կամ միաձուլման հետևանքով առաջացած մենաշնորհի իշխանության բացահայտման համար. այս դեպքում համակենտրոնացման հաշվարկումները կատարվում են և մինչև ձեռքբերումը կամ միաձուլումը, և դրանից հետո ցույց տալու համար, թե որքանով կտուժի մրցակցությունը: Այս ցուցանիշի հիմնական առավելությունն է դրա զգայունությունը շուկայում գործող փայաբաժինների վերաբաշխմանը:

3) Մենաշնորհի իշխանության Լերների ինդեքսը: Այս ցուցանիշը դիտարկում է սահմանային ծախսերը և բացահայտում մենաշնորհը: Տնտեսագետ Լերների կողմից 1934 թ. ներկայացվել է կոնկրետ ֆիրմաների մենաշնորհի տնտեսագիտական ցուցանիշը<sup>27</sup>: Մենաշնորհի չափորոշիչն է հանդիսանում գնի մեջ այն մեծության բաժինը, որի վրա վաճառքի գինը գերազանցում է սահմանային ծախսերը: Այն հաշվարկվում է.

$$L = (P - MC) / P$$

որտեղ՝  $P$  – գինն է, իսկ  $MC$  – սահմանային ծախսերը

Նշված ցուցանիշը հնարավոր է հաշվարկել պահանջարկի գնային ճկունության միջոցով, որպես նշված ցուցանիշի հակադարձ մեծություն: Այն կունենա հետևյալ տեսքը.

$$L = 1 / E^d$$

որտեղ՝  $E^d$  – տվյալ ֆիրմայի արտադրանքի պահանջարկի գնային ճկունությունն է:

Լերների գործակիցը ընդունում է 0–ից 1 թվային միջակայք, և ինչքան այն բարձր է, այնքան շուկայի նշված սեկտորում բարձր է տվյալ ֆիրմայի մենաշնորհի իշխանությունը: Համարվում է, որ կատարյալ մրցակցության պայմաններում գինը հավասար է սահմանային ծախսերին և գործակիցը դառնում է 0: Մենաշնորհային իշխանությունը ինքնին չի երաշխավորում բարձր շահույթ, քանի որ շահույթը կախված է գնի նկատմամբ միջին

27 Աղբյուրը Коэффициент Лернера, [http://ru.wikipedia.org/wiki/Коэффициент\\_Лернера](http://ru.wikipedia.org/wiki/Коэффициент_Лернера)

ծախքերի հարաբերակցությունից: Ֆիրման կարող է տիրապետել մեծ մենաշնորհային իշխանության, քան այլ ֆիրման, սակայն ստանալ փոքր շահույթ:

Մենաշնորհների աստիճանի որոշման համար օգտագործվում են նաև՝ Բեյնի գործակիցը (ֆիրմաների շուկայական իշխանության ցուցանիշը, որը համեմատում է տվյալ ֆիրմայի եկամտաբերությունը շուկայի ֆիրմաների միջին եկամտաբերության հետ), Տոբինի գործակիցը (շուկայական իշխանության ցուցանիշ, որը գնահատում է շուկաներում ֆիրմաների վիճակը համեմատած ֆիրմաների իրենց ներքին գնահատման հետ), ապրանքների շուկայում Ռոտշիլդի ինդեքսը (որոշում է առանձին ֆիրմաների արտադրանքի պահանջարկի ճկունությունից կախված ամբողջ շուկայի պահանջարկի ճկունությունը)<sup>28</sup>: Շուկայի համակենտրոնացումը կարևոր է շուկայի կառուցվածքի որոշման համար: Մակայն այն չի ենթադրում մենաշնորհի իշխանության առկայություն:

Ժամանակակից փուլում փոփոխվել են մրցակցային պայքարի նպատակները, մեթոդները և տնտեսավարող սուբյեկտների վարքագիծը, որն ուղղված էր մրցակցային միջավայրի փոփոխվող պայմաններին հարմարվելուն: Մրցակցային պայքարի յուրաքանչյուր մասնակից ձգտում է շուկայում գերիշխող դիրք գրավել, սակայն մրցակցային պայքարի մասնակիցների փոփոխարարությունների արդյունքում այդ դիրքը բացարձակ մենաշնորհային չի լինում:

## 2.2 Մենաշնորհների կարգավորման հիմնական մոդելները

Մրցակցության պետական կարգավորման հիմնական ուղղություններից մեկը տնտեսության հակամենաշնորհային կարգավորումն է, որն անհրաժեշտ է դիտարկել որպես պետության կողմից տնտեսական, օրենսդրական և վարչական միջոցառումների համալիրի իրականացում՝ ուղղված մրցակցության զարգացման համար պայմանների ստեղծմանը, շուկայի չափից դուրս մենաշնորհացման կանխմանը և տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից իրենց մենաշնորհային կամ գերիշխող դիրքերի չարաշահման արգելմանը: Մենաշնորհը ինքնին չի կարող համարվել ոչ օրինական, քանի որ մենաշնորհային դիրքը շուկայում կարող է օրինական ճանապարհով ձեռք բերվել՝ հիմնվելով նորարարությունների կիրառման միջոցով աշխատանքի արտադրողականության բարձրացման վրա: Վերջին հաշվով մրցակցությունը ժամանակակից շուկայական տնտեսությունում գոյություն ունի մենաշնորհային մրցակցության ձևով:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության հիմնավորված կառուցակարգեր են մշակված հատկապես տարողունակ ներքին շուկա և զարգացած շուկայական տնտեսություններ ունեցող արևմուտքի զարգացած երկրներում: Արևմտյան երկրներում հակամենաշնորհային քաղաքականության զարգացման հետազոտությունը թույլատրում է ենթադրել, որ շուկայական տնտեսությունում հակամենաշնորհային քաղաքականությունը կրում է դինամիկ բնույթ:

Հակամենաշնորհային կարգավորումը իրականացվում է ուղղակի և անուղղակի մեթոդներով: Մենաշնորհների դեմ ընդունված օրենքները հանդիսանում են հակամե-

28 Աղբյուրը՝ Основные понятия, Тема 3. Структура отрасли. Рыночная концентрация и монополия власть. <http://russeca.kent.edu/TheoryOfIndustrialOrganizations/definitions/definitions03.html>

նաշնորհային կարգավորման ուղղակի մեթոդներից մեկը: Իսկ անուղղակի մեթոդները հիմնվում են մրցակցային միջավայրի խթանման վրա՝ ոչ թե սահմանափակելով համակենտրոնացումները և կապիտալի կենտրոնացումը, այլ պետական պատվերների և արտասահմանյան ներդրումների խթանման միջոցով աջակցում են միջին բիզնեսին:

Մենաշնորհների խնդիրները կարգավորելու համար պետությունը պետք է կարգավորի այդպիսի ապրանքների կամ ծառայությունների գները կամ սակագները, վերահսկի դրանց կողմից կատարվող ծախսերը, ապրանքների կամ ծառայությունների որակը:

Պետությունները տարբեր օրենքներ են ընդունել մենաշնորհների գործունեության բացասական հետևանքները կանխելու նպատակով, ընդհուպ մինչև գնի սահմանված վերին սահմանը խախտելու համար դատական պատասխանատվության ենթարկելը: Ցանկացած համաձայնություն կամ միավորում, որի նպատակը մենաշնորհացնել տնտեսության ցանկացած ճյուղ, համարվում է անօրինական:

Հակամենաշնորհային պայքարը պետք է հաշվի առնի տնտեսական զարգացման միտումները, և այդ պատճառով էլ չի կարող ամբողջապես հասնել ոչ կատարյալ մրցակցության վերացմանը, սակայն լիովին իվիճակի է այն նվազեցնել մինչև որոշակի մակարդակ:

Հակամենաշնորհային օրենսդրությունը տարբեր երկրներում տարբեր ձևով է իրականացվում: Պատմականորեն ձևավորվել են 2 տիպի հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացման մոդելներ՝ ամերիկյան և եվրոպական: Ամերիկյան համակարգը հիմնվում է մենաշնորհների որպես այդպիսին, արգելման վրա: Նշված մոդելը գործում է նաև Կանադայում, Ճապոնիայում, Արգենտինայում: Եվրոպական մոդելը մենաշնորհային գործելակերպը չի դիտում որպես հակաօրինական և պայքարում է միայն գերիշխող դիրքի չարաշահման երևույթների դեմ: Հայտնի է նաև հակամենաշնորհային քաղաքականության գերմանական մոդելը:

ԱՄՆ-ում դա հակատրեստային օրենսդրությունն է, եվրոպական մի շարք երկրներում՝ սահմանափակող գործունեության պրակտիկայի դեմ պայքարը, Գերմանիայում՝ կարտելային օրենսդրությունը: Եթե ամերիկյան հակատրեստային օրենսդրությունը մենաշնորհները տնտեսության զարգացման համար դիտում էր որպես չարիք, ապա 20-րդ դարի սկզբին Արևմտյան Եվրոպայի երկրները, մասնավորապես՝ Գերմանիան, մենաշնորհների նկատմամբ մեղմ վերաբերմունք ունեին, ընտրությունը կատարել էին հօգուտ մենաշնորհների՝ խրախուսելով կարտելների և սինդիկատների գոյությունը<sup>29</sup>: Երկրորդ աշխարհամարտից հետո Գերմանիայի մրցակցային օրենսդրությունը մենաշնորհների նկատմամբ վերաբերմունքով նմանեցվեց ամերիկյան տարբերակին:

Առաջին անգամ հակամենաշնորհային քաղաքականությունը որպես պետության կարգավորման պետական քաղաքականություն և ուղղորդված գործիք, շրջանառության մեջ դրվեց ԱՄՆ-ում, և «մոնոպոլիա» հասկացությունն առաջին անգամ ներկայացվել է ամերիկյան հակամենաշնորհային օրենսդրությունում:

29 Աղբյուրը՝ Մ.Միքայելյան, Մենաշնորհները Հայաստանում. Տնտեսության զարգացման խթան, թե՛ խցընդոտ, Մենաշնորհները Հայաստանի Հանրապետությունում. Հիմնախնդիրներ և լուծումներ, Համաժողովի գեկույցներ, ՀՅԴ Բյուրոյի գրասենյակ, 7 նոյեմբերի 2005թ., էջ 10,



ԱՄՆ-ը տնտեսության կարգավորման ոլորտում հակամենաշնորհային քաղաքականության մեծ փորձ ունեցող պետություն է: Այս երկրում պետական կարգավորումն իրականացվում է տնտեսության առանձին ճյուղերի մակարդակով, այնտեղ, որտեղ հաճախ գործում են բնական մենաշնորհները:

19-րդ դարի վերջին ԱՄՆ տարբեր նահանգներում, օրինակ՝ Ալաբամայում, Կանզասում և այլն, ընդունվել են հակատրեստային օրենքներ: 1890 թվականին դաշնային մակարդակով ընդունվել է հակատրեստային Շերմանի օրենքը: ԱՄՆ հակամենաշնորհային օրենսդրությունը հիմնվել է «երեք կետերի», ինչպիսիք են՝ Շերմանի օրենքը (1890 թ.), Քլեյտոնի օրենքը (1914թ.), Ռոբինսոն-Պատմանի օրենքը (1936 թ.) և Սելլեր-Քեֆոլդերի օրենքը (1950 թ.): Ընդունված Շերմանի օրենքով մենաշնորհի ստեղծումը տուգանվում էր 5000 դոլարով և մինչև 1 տարի բանտարկությամբ<sup>30</sup>: Օրենքում արգելվում էր մենաշնորհացումը, հստակ սահմանափակումներ էր նախատեսում մենաշնորհային միությունների համար: Շերմանի օրենքը հակատրեստային վերահսկման պահանջի առաջին արձագանքն է պետության կողմից: Այս օրենքի հիմնական դրույթներն են.

**Բաժին 1.** Տարբեր նահանգներում տրեստի կամ առևտրի խոչընդոտելուն ուղղված տրեստների միջև եղած ցանկացած պայմանագիր համարվում են ոչ օրինական:

**Բաժին 2.** Ցանկացած անհատ, ով կմենաշնորհացնի կամ գաղտնի կհամագործակցի այլ անհատի հետ, կամ անհատը կմենաշնորհացնի առանձին նահանգներում առևտուրն այլ երկրների հետ, մեղավոր կճանաչվի:

Ժամանակակից պայմաններում այդ խնդրի լուծումը ևս արդիական է: Օրինակ՝ ամերիկյան կառավարությունը բոլոր միջոցներն օգտագործում էր՝ համակարգչային ծրագրեր արտադրող խոշորագույն ընկերություններից մեկի՝ «Microsoft»-ի մենաշնորհն ամեն կերպ սահմանափակելու ուղղությամբ, որը, ըստ էության, վարչական միջոցառում է: Միևնույն ժամանակ նշենք, որ նշված ընկերությունը հանդիսանալով աշխարհում հայտնի ու ԱՄՆ-ն ներկայացնող կազմակերպություն, պետության հակամենաշնորհային մարմինները չեն հետապնդում մինչև վերջ, որը թույլ է տալիս եզրակացնել ազգային քաղաքականության կարևորագույն ապրանքանիշերից մեկի նկատմամբ ունեցած պետության վերաբերմունքի մասին:

Հետագայում հակամենաշնորհային օրենսդրությունը կատարելագործվել է՝ ելնելով տվյալ ժամանակաշրջանի խնդիրներից: Շերմանի օրենքը լրացումների է ենթարկվել 1914, 1939 և 1950 թթ.-ին: Այն սկսեց տարածվել նոր տեսակի գործունեության և միությունների կամ համաձայնությունների նոր ձևերի նկատմամբ: Շերմանի օրենքը կոչված էր անօրինական սահմանափակումներից և մենաշնորհներից պաշտպանելու առևտուրն ու արդյունաբերությունը:

XX դարի երկրորդ կեսին ընդունվեցին մի շարք օրենքներ, այդ թվում՝ Խարտա-Սկոտ-Ռոդիոնի 1976 թ. օրենքը, որը մի շարք կարևոր փոփոխություններ է կատարել հակամենաշնորհային կարգավորման մեջ:

Մենաշնորհների ազդեցության տակ ԱՄՆ-ում 19-րդ դարի 90-ական թթ.-ի վերջին և 20-րդ դարի սկզբին կապիտալի կենտրոնացման արդյունքում ձևավորվել են խոշոր

30 Էլբյուրը՝ 15. Монополия и государство в рыночной экономике. Критерии монопольной власти, Варвара Николаевна Ильина, Шпаргалка по конкуренции, <http://lib.rus.ec/b/204776/read>

ձեռնարկություններ, որոնք իրենց ենթարկեցին արդյունաբերության ընդհանուր ճյուղեր: Մետալուրգիայում՝ «Standard oil», մեքենաշինության ճյուղում՝ «General Motors» և այլն:

Ամերիկյան մենաշնորհի դիրքում գտնվող կազմակերպությունները շատ ուղիներ էին գտնում շրջանցելու ընդունված հակամենաշնորհային օրենքները: Օրինակ՝ լայն կիրառություն էր գտել վստահությամբ սեփականությունն ու ունեցած արժեթղթերը կառավարման տալը վստահորդ կառավարչին: Օրենսդրական նման շրջանցումները հնարավորություն են տվել զարգացնել տրանսազգային կորպորացիաները: Հենց այդ ժամանակահատվածում էր, որ կորպորատիվ կապիտալիզմի ձևավորման գործընթացում փորձ էր կատարվում պահել դասական ազատ մրցակցությունը: Առաջին մենաշնորհատերերը, ինչպիսիք Ջ. Ռոկֆելլերը, Ջ. Պ. Մորգանը և Է. Քարնեգին, հարգանք չէին տածում և բնակչության շրջանում, և կառավարությունում: Սակայն այժմ միանգամայն պարզ է, որ ԱՄՆ այսօրվա տնտեսական հզորության աղբյուրները դարձան ամերիկյան հենց այդ առաջին «գործարար շրջանակի թագավորների» գործունեությունը<sup>31</sup>:

Բոլոր տեսակի մենաշնորհային համակենտրոնացումների զարգացումը բերում է նրան, որ ազգային եկամտի և ազգային հարստության մեծ մասը կենտրոնացվում է մի խումբ խոշոր մենաշնորհների ձեռքը: Դրանք են վկայում ԱՄՆ-ի 200 խոշոր վերամշակող արդյունաբերական կազմակերպությունների վիճակագրական տվյալները, որոնց կողմից վերամշակող արդյունաբերության ակտիվների ընդհանուր գումարը 1948 թվականին կազմել է 48,3%, իսկ 1969 թվականին՝ 60,1%<sup>32</sup>:

Հակամենաշնորհային օրենքների միջոցով կարելի է, օրինակ, արգելել խոշոր ընկերությունների՝ մենաշնորհի ծնող միավորումը կամ դրանց անօրինական տրոհումը:

Ժամանակակից պայմաններում այդ խնդրի լուծումը ևս արդիական է: Օրինակ՝ ամերիկյան կառավարությունը բոլոր միջոցներն օգտագործում էր՝ համակարգչային ծրագրեր արտադրող խոշորագույն ընկերություններից մեկի՝ «Microsoft»-ի մենաշնորհն ամեն կերպ սահմանափակելու ուղղությամբ, որը, ըստ էության, վարչական միջոցառում է:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության շրջադարձային քաղաքականությունն է հանդիսանում 1929-1933 թթ. տնտեսական ճգնաժամի հետևանքով 1933 թ. լիովին խաթարումը: 1960-ական թթ. բնութագրվում են շուկայի մասնակիցների միջև մրցակցային հարաբերություններում պետության ակտիվ միջամտությամբ: Այսպես, 1930-ական թթ. Չիկագոյի դպրոցի հետազոտությունների ազդեցության ներքո տեղի է ունենում պետական կարգավորման մեթոդների ազատականացում: Այդ դպրոցի տնտեսագետների կարծիքով պետական միջամտությունը պետք է իրականացվի միայն այն ժամանակ, երբ կարելի է հստակ որոշել շուկայում սուբյեկտների բացասական գործունեությունը:

Ամբողջապես ԱՄՆ հակամենաշնորհային քաղաքականությունը իրականացվում է առավել ակտիվ և համակարգված ձևով, քան արևմուտքի այլ երկրներում: Չնայած դրան, մենաշնորհները հաճախ շրջանցում են օրենքը, իսկ այն պետական մարմինները, որոնք կոչված են պահպանելու հակամենաշնորհային օրենքները, հաճախ չեն կարողանում հաջողության հասնել:

31 Աղբյուրը Балацкий Е., Недостатки антимонопольного регулирования, Экономист, N5, էջ 47, 2003

32 Աղբյուրը Казичкая Н.С., Система антимонопольного регулирования в США, Владивосток, 2001, էջ 6

Քլեյտոնի օրենքը (1914 թ.) օրենքով արգելվել է հորիզոնական միաձուլումները: 1914 թ. ձևավորվել է Ֆեդերալ առևտրային հանձնաժողով՝ պայքարելու անազնիվ ճանապարհներով իրականացվող մրցակցային մեթոդների դեմ: Հանձնաժողովը.

- 1) Հետևում է սպառողների պաշտպանության օրենսդրության կիրառմանը,
- 2) Արգելում է սխալ գովազդը՝ 1938 թվականից,
- 3) Կանխում է բացահայտ համաձայնության երևույթը:

Ռոշակիացվել է մենաշնորհի ոչ իրավական գործողությունների ցանկը, կապիտալների համակենտրոնացման և նախատեսվել միջոցառումներ ընկերությունների միաձուլման խոչընդոտման համար: Մասնավորապես, արգելվում էր գնորդների նկատմամբ գնային խտրականությունը, մեկ ֆիրմայի կողմից մեկ ուրիշ ֆիրմայի ամբողջ բաժնի կամ դրա մի մասի ձեռքբերումը: Քլեյտոնի օրենքն ուղղված էր յուրահատուկ բիզնես գործունեության բացահայտմանն ու արգելմանը: Ըստ այս օրենքի արգելված էր հետևալը, երբ „ռոշակելիորեն քիչ է մրցակցությունը կամ միտում կա մենաշնորհի ստեղծելու«, ապա չի թույլատրվում.

1. Գների տարբերակումը՝ տարբեր շուկաներում գնորդներից տարբեր գների պահանջումը, որը կապված չէ փոխադրման կամ այլ ծախսերի հետ:
2. Պայմանագրերի պարտավորեցնելը՝ միջոցառում, երբ վաճառողները պահանջում են գնորդներից գնել այլ ապրանքներ:
3. Միակ դիլինգ՝ համաձայնություն արտադրողի և մանրածախ վաճառողի միջև, որն արգելում է վաճառողին ապրանքը ձեռք բերել մրցակից ֆիրմաներից:
4. Ներփակ բաժնետիրություն՝ մեկ ֆիրմա գնում է մրցակցող ֆիրմայի բաժնետոմսերը:
5. Ներփակ կառավարում՝ նույն անհատը չի կարող լինել մրցակցող ֆիրմաների տնօրենների խորհրդի անդամ<sup>33</sup>:

Քլեյտոնի օրենքով անօրինական էր համարվում տարբեր գնորդների համար տարբեր գների սահմանումը, եթե այն ուղղված էր մենաշնորհացմանը կամ մրցակցության նվազեցմանը: Արգելվում էր միաձուլումները կամ ակտիվների գնումը այն դեպքերում, եթե այն հանգեցնում էր մրցակցության զգալի նվազեցմանը:

Ռոբինսոն-Պատմանի օրենքը (1936 թ.) ուղղումներ և լրացումներ մտցրեց Քլեյտոնի օրենքում, որն արգելք է սահմանել առևտրի բնագավառում այն գործունեության տեսակների նկատմամբ, որոնք ուղղված են խափանելու, բացառելու կամ կանխարգելելու մրցակցությունը շուկայում: Նրա հիմնական նպատակն էր արգելել ու օգտագործել տարբեր առևտրային գեղջեր իրական խնայողական և գործառնական ծախսերի բացակայության դեպքերում: Նկատենք, որ Ֆեդերալ առևտրային հանձնաժողովը, ինչպես նաև ԱՄՆ արդարադատության նախարարությունը իրավունք ունեն դատական գործ հարուցել Ռոբինսոն-Պատմանի ուղղումների հիման վրա, չնայած այդ ծանրությունը ամբողջությամբ վերցնում է Ֆեդերալ առևտրային հանձնաժողովը: Հարցը նրանում է, որ այս օրենքը իվիճակի լինելով ուժեղացնել մրցակցությունը, կարող է հեշտությամբ վերածվել մրցակցությունից պաշտպանող գործիքի:

33 Աղբյուրը՝ А.Г. Грязнова, Т В Чечелева. Экономическая теория: Учебник — М. Издательство «Экзамен». 2005. — 592 с., 2005, <http://vse-uchebniki.com>

Ուիլերա-Լի օրենքը (1938 թ.) լիազորում էր Ֆեդերալ առևտրային հանձնաժողովին սահմանափակելու կոնկրետ ոլորտներում գործարար ակտիվությունը, եթե այն համարում է, որ նման գործունեությունը վտանգում է հանրային շահերը՝ կապված սուտ, ոչ հավաստի գովազդով և կեղծված ապրանքների արտադրության հետ:

ԱՄՆ-ում «Մասնավոր մենաշնորհների արգելման և արդար գործարքների ապահովման մասին» 1947 թ. օրենքը արգելում էր շուկաների նկատմամբ վերահսկողություն հաստատելու, արտադրության սահմանափակման փորձերը, հաստատագրված գների վերաբերյալ կարտելային համաձայնությունները:

Սելլեր-Քեֆոլերի օրենքը (1950 թ.) արգելում է միաձուլումները ակտիվների ձեռքբերման ուղիով, այսինքն, օրենսդրորեն՝ պարզաբանվել են անօրինական միաձուլումների հասկացությունը: Քանի որ դրա հետևանքով կարող էր թուլանալ մրցակցությունը: Արգելվել են հորիզոնական ու ուղղահայաց միաձուլումները:

ԱՄՆ-ում 1970-ական թվականների բարձր գնաճի տարիներին առավել խստացվեց մենաշնորհների դեմ կիրառվող պատժամիջոցները:

ԱՄՆ-ում հակամենաշնորհային կարգավորման գործառույթներ իրականացնող պետական մարմիններն են համարվում մասնավորապես՝ 1887թ. ստեղծված նահանգների միջև առևտրի հանձնաժողովը, որի իրավասությունների շրջանակն էր երկաթուղային ճանապարհների, բեռնատար և ավտոբուսային փոխադրումների գների կարգավորումը, ջրային ուղիները և այլն: 1890թ. Շերմանի օրենքի ընդունումից հետո ստեղծվեց Արդարադատության նախարարության հակամենաշնորհային դեպարտամենտը, որը մինչ այժմ համարվում է հիմնական կարգավորող մարմինը: Այն իրավասու է դատական գործեր հարուցելու հակամենաշնորհային օրենսդրությունը խախտող անձանց նկատմամբ: Բացի Արդարադատության նախարարությունից, նման իրավասությամբ է օժտված նաև Ֆեդերալ առևտրային հանձնաժողովը: Վերջինս ձևավորվել է 1914թ.-ին: Այդ գործընթացներում հիմնական ծանրությունը ընկնում է դաշնային դատարանների նկատմամբ, առաջնահերթ՝ ԱՄՆ Բարձրագույն դատարանի նկատմամբ: ԱՄՆ նահագների մեծ մասում գործում են իրենց հակամենաշնորհային օրենքները: 1930թ. ստեղծվել է Էներգետիկայի կառավարման գծով հանձնաժողովը, որի խնդիրն է դարձել էլեկտրաէներգիայի, գազի, նավթախողովակաշարերի սակագների կարգավորումը: 1934թ. ձևավորվել է կոմունիկացիաների գծով Ֆեդերալ հանձնաժողովը, որի կարգավորման ոլորտը դարձավ հեռախոսները, հեռուստատեսությունը, ռադիոն, հեռագրատունը, ռադիոհեռախոսը, հետագայում նաև ինտերնետ կապի ոլորտները:

Եվրոպական երկրների մրցակցային օրենսդրությունում գերիշխող և մենաշնորհ դիրք ունենալն արգելված չէ: Արգելված է գերիշխող դիրքի չարաշահումը: Պետությունների զարգացման պատմությունը ցույց է տալիս, որ առաջին համաշխարհային պատերազմի տարիներին Եվրոպայում ամենախոշոր ֆիրմաները ստանում էին պետական պատվերներ, իսկ փոքր ու միջին ձեռնարկությունները քանդվում էին: Օրինակ, Եվրոպական երկրներից մենաշնորհացման գործընթացը հաջողությամբ իրականացվում էր

Անգլիայում: Չնայած այն բանին, որ անգլիական իրավական գրականության և դատական պրակտիկայում չկա ընդհանուր հասկացություն անբարեխիղճ մրցակցության վերաբերյալ: Հիմնական հակաօրինական մրցակցային գործողությունն է հանդիսանում այսպես կոչված ուրիշի անվան տակ գործերի վարումը: 1980-ական թթ. սկզբին աշխարհի 5 ամենախոշոր մենաշնորհներից 3 եղել են ամերիկյան, իսկ 2-ը անգլիական՝ «Royal Dutch Shell» և «British Petroleum» (երկուսն էլ նավթային ընկերություններ)<sup>34</sup>: Անգլիայում տնտեսության պետական կարգավորումը այլ ձևով է ընթացել համեմատած ԱՄՆ-ի հետ: Մեծ Բրիտանիանում հակամենաշնորհային օրենսդրության սկիզբն է համարվում 1919թ.-ը, երբ ընդունվեց «Սպեկուլյացիայի մասին» օրենքը, որի հիմնական նպատակն էր անհիմն գների բարձրացման արգելումը: Օրենքը Առևտրի նախարարությանը հնարավորություն է տվել ուսումնասիրություն կատարել արտադրության մեջ գների, ծավալների ու շահույթի վերաբերյալ: Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո դրվեցին սկզբունքորեն այլ նպատակներ՝ առաջին հերթին պայքար գործազրկության դեմ: Այդ նպատակի իրագործման համար 1948 թ. – ին ընդունվեց «Մենաշնորհների և սահմանափակումների մասին» օրենքը: 1976 թ. ընդունվեց օրենք սահմանափակող առևտրի գործունեության վերաբերյալ: Հաջորդող տասնամյակի ընթացքում հակամենաշնորհային իրավունքը մեծ Բրիտանիայում զարգացել է իր հունով մինչև 1998թ.-ը, երբ ընդունվեց «Մրցակցության մասին» օրենքը, որի դրույթները, ընդհանուր առմամբ համընկնում էր եվրոպական հակամենաշնորհային օրենսդրության ընդհանուր դրույթներին:

1956 թ. ընդունված «Առևտրային գործողությունների սահմանափակման մասին օրենքը», որի դրույթները մշակվել են հետագայում՝ 1964 թ.-ին ընդունված «Ապրանքների վերավաճառքի գների վերաբերյալ օրենքում» և 1965թ.-ին ընդունված «Մենաշնորհների և միաձուլումների մասին» օրենքում: Մինչև 1998 թ.-ը Մեծ Բրիտանիայի հակամենաշնորհային օրենսդրությունը բնութագրվում էր նրանով, որ օրենսդրական դրույթները չէին պարունակում պատժամիջոցներ կամ տուգանքներ: Վերջիններս կիրառվում էին միայն նույն տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից խախտումները կրկնվելու դեպքերում: Այն էլ գանձվում էին բացառապես դատական կարգով: Իսկ դա ավելի թուլացնող և նվազ արդյունավետ էր դարձնում Մեծ Բրիտանիայի հակամենաշնորհային քաղաքականությունը:

2000 թ. մարտի 1-ից ուժի մեջ է մտել 1998 թ. Մրցակցության մասին օրենքը, ընդունված ԵՄ օրենսդրության զարգացմամբ՝ սահմանափակելով մենաշնորհային գործունեությունը և անբարեխիղճ մրցակցությունը: Օրենքը սահմանում է, մասնավորապես բազմաթիվ պահանջներ մի շարք գործարքների իրականացման կարգի ու պայմանների վերաբերյալ, և ներկայացնում է նոր միջոցներ պետության կողմից ապրանքային շուկաներում ձեռնարկատերերի գործունեության նկատմամբ: Նախկինի նման, օրենսդրական ակտը, որ կարգավորում է մենաշնորհների, կոնկրետ ապրանքային շուկաներում գերիշխող դիրք գրավող կազմակերպությունների գործունեությունը, մնում է 1973 թ. ընդունված բարեխիղճ առևտրի վերաբերյալ օրենքը, որը, մասնավորապես, վերահսկողության

34 Աղբյուրը՝ Коногоров М. В, Сметанин С.И. Экономическая история, 2003, Учебник для вузов. — 6-е изд. — М., <http://uchebnik-besplatno.com/istoriya-ekonomiki-uchebnik/ekonomicheskaya-istoriya.html>

պայմաններ և կարգ է նախատեսում պետության կողմից կապիտալի համակենտրոնացման որոշ ձևերի նկատմամբ: Անգլիայում հակամենաշնորհային քաղաքականությունն իրագործող հիմնական մարմիններն են՝ «Առևտրի կանոնները հետևող կառավարման» մարմինը և «Մենաշնորհների և միաձուլումների գծով հանձնաժողովը»: Նրանց գործառույթներն են՝ ընդհանուր վերահսկողության իրականացումը: Նրանց տեսադաշտում կարող են հայտնվել այնպիսի կազմակերպություններ, որոնք վերահսկում են շուկաների առնվազն 25%-ը: Ուղիղ կառավարչական մեթոդներ իրենց իրավասությունների իրականացման համար օգտագործվում են սահմանափակ մասշտաբներով:

Հակամենաշնորհային օրենսդրության եվրոպական մոդելը ուղղված է եղել մենաշնորհային բնույթի չարաշահումների դեմ պայքարին, որն իրականացնում էր վերահսկողություն մենաշնորհների նկատմամբ: Անբարեխիղճ մրցակցության նկատմամբ սահմանված նորմերը կիրառվել են Մեծ Բրիտանիայում, Ֆրանսիայում, Ավստրալիայում, Նոր Զելանդիայում և Արևմտյան Եվրոպայի մի շարք պետություններում:

Արևմտյան Եվրոպայում (Բելգիա – 1935 թ., Նիդերլանդներ – 1933 թ, Դանիա – 1937 թ.) փորձեր կատարվեցին օրենսդրական վերահսկողություն իրականացնել կարտելային համաձայնությունների նկատմամբ: Օրենքները ուղղված էին կարտելների, որպես մենաշնորհների ձևերի, կողմից չարաշահման արգելմանը:

Ֆրանսիայում հակամենաշնորհային օրենսդրությունը գործում է 1953 թ.-ից: Մական մենաշնորհների դեմ ակտիվ գործողություններ սկսել են իրականացվել XX դարի 70-ական թթ.-ից: Մինչ այդ համարվում էր, որ կտրուկ հակամենաշնորհային քաղաքականությունը կարող է վնասել հայրենական արտադրությանը: Միաձուլումների գործընթացում ավելի խիստ դրվածք գոյություն ունեւ հորիզոնական միաձուլումների նկատմամբ: Եթե ուղղահայաց միաձուլումները ընկերությունների առավելագույն քվոտան շուկայում սահմանված էր 40% սահմաններում, ապա հորիզոնական միաձուլումների դեպքում թույլատրվում էր մինչև 25%-ը:

Մենաշնորհային գործունեության սահմանափակումների մասին վերջնական որոշումները կայացվում են վարչական գործընթացների ճանապարհով, այլ ոչ թե դատական կարգով: Նրանց հիմնական խնդիրն է պետական գների նկատմամբ վերահսկողությունը:

Ֆրանսիայում հակամենաշնորհային կարգավորման աշխատանքները համակարգում է Էկոնոմիկայի հարցերով նախարարությունը Մրցակցության հարցերով Խորհրդի հետ:

Իտալիայում եվրոպական երկրներից համեմատաբար ուշ է ընդունել հակամենաշնորհային օրենսդրությունը՝ 1990 թ-ին: Իտալական օրենսդրությունը հմարվում է եվրոպական երկրների հակամենաշնորհային օրենքներից համեմատաբար լիբերալը: Չի կարգավորվում նույնիսկ առանձին ֆիրմաների վաճառքի քվոտաները:

Հռոմի պայմանագրի հողվածներ 85 և 86 սահմանում են մենաշնորհային համաձայնությունների արգելումը:

Այս բոլոր օրենքները ուղղված են եղել ազատ շուկայի, բարեխիղճ մրցակցության ապահովմանը, վերահսկողություն են սահմանել տարբեր ձևերի համաձայնությունների նկատմամբ: Եվրոպական երկրները, մասնավորապես՝ Եվրամիության երկրները,

չարգելելով մենաշնորհների գոյությունը, արտոնություններ են սահմանում արտահանող կազմակերպությունների նկատմամբ՝ խրախուսելով սպրանքների արտահանումը: Այդպիսի երկրների շարքին են դասվում օրինակ՝ Նիդերլանդները, Ֆրանսիան: Եվրոպական համագործակցության երկրների մրցակցային օրենսդրություններում շուկայում գերիշխող կամ մենաշնորհ դիրք ունենալն արգելված չէ: Արգելված է գերիշխող դիրքի չարաշահումը, այսինքն՝ այդպիսի դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների այնպիսի վարքագիծը, որը կհանգեցնի շուկայի կայունության խաթարմանը:

Գերմանիայում մենաշնորհների գործունեության զարգացման առանձնահատկությունները XIX-րդ դարի երկրորդ և XX դարի առաջին կեսերին կայանում էր նրանում, որ կարտելները և այլ մենաշնորհային միավորումները դիտվել են որպես տնտեսական անկայունության գործիքներ, որպես հետևանք «վայրի» մրցակցության և այսպես կոչված «գնային պատերազմի»: Այս առումով Գերմանիայում մենաշնորհների վերաբերյալ հայտնի է Լ. Էրխարդի խոսքերը. «Գերմանիան իր տնտեսական պատմության մեջ երբեք չի ունեցել այնքան շատ գործազուրկներ, ինչքան այն ժամանակահատվածում, երբ ծաղկում էին կարտելները<sup>35</sup>»: Կարտելը դա շուկայում գործող մի քանի ձեռնարկությունների համաձայնությունն է, որոնց նպատակն է սահմանափակել մրցակցությունը: Կարտելների մասին օրենքը Գերմանիայում ընդունվեց 1923թ.-ին, որը դարձավ պետության օրենսդրական արձագանքը երկրում ահագնացող հիպերինֆլյացիայի պայմաններին: Այն ձևավորվեց երկու հիմնական սկզբունքներով. արգելման և մենաշնորհային գործունեության կարգավորման: Բայց նույնիսկ այդ օրենքը չարգելեց կարտելային համաձայնությունների կնքումը: Ըստ էության, օրենքը միայն պահանջում էր կարտելներին գրանցվել պետական հատուկ մարմնում, որի իրավասությունն էր հսկողություն իրականացնել այն բանի նկատմամբ, որպեսզի կարտելների մասնակիցները չդառնան բացարձակ մենաշնորհներ երկրի համապատասխան ճյուղերում: Կարտելների մասին օրենքը, որպես հետևանք, էական ազդեցություն չունեցավ կարտելային համաձայնությունների պրակտիկայում, և նրանց թիվը շարունակեց աճել:

Գերմանիայում, ի տարբերություն ԱՄՆ-ի, հակամենաշնորհային քաղաքականության իրավունքը համեմատաբար ուշ է ծագել: Դա պայմանավորված էր նրանով, որ կարտելները լայնորեն տարածված երևույթ էին, հատկապես ծանր արդյունաբերության մեջ: Երկրորդ աշխարհամարտի տարիներին պետության կողմից տնտեսական կյանքին պարտադիր միջամտությունը հանգեցրեց համակենտրոնացումների բարձրացմանը: Միայն պատերազմից հետո կարտելային համաձայնությունների դեմ դաշնակիցների ընդունած օրենքները հանգեցրին կարտելների ընդհանուր արգելմանը: Այդ ժամանակաշրջանից Գերմանիան իր հակամենաշնորհային օրենսդրությունը մոտեցրեց ամերիկյան մոդելին:

1957 թվականի ընդունված կարտելների մասին օրենքով սկիզբ դրվեց այդ ոլորտի կարգավորմանը: Իր գործունեության ընթացքում այս օրենքը 5 անգամ ենթարկվել է լուրջ փոփոխությունների: Այս փոփոխություններով օրենսդիրը ձգտել է հնարավորինս պաշտպանելու միջին ու փոքր առևտրային կազմակերպությունների շահերը, որի նպատակը մրցակցության պաշտպանությունն էր:

35 Աղբյուրը՝ Ludwig Erhard: Wohlstand für alle (Prosperity for all), Düsseldorf/Vienna, 8th edition 1964, p. 185 f

Գերմանիայում հիմնական մարմինը, որն իրականացնում է հսկողություն մենաշնորհային դիրքում գտնվող ձեռնարկությունների նկատմամբ, հանդիսանում է Կարտելային համաձայնությունների գործերով Ֆեդերալ կառավարման մարմինը, որը ստեղծվեց 1958 թվականին:

Գերմանիան դասվում է այն երկրների շարքին, որն ունի հատուկ օրենսդրություն անբարեխիղճ մրցակցության դեմ: Հիմնական իրավական ակտն է հանդիսանում 1909 թ. ընդունված (1999 թվականի դեկտեմբերի 17-ի փոփոխություններով) Անբարեխիղճ մրցակցության մասին օրենքը, որը սահմանում է կոնկրետ գործողություններ անբարեխիղճ մրցակցության նկատմամբ: Օրենսդրական դրույթները վերաբերվում են մրցակցության խախտման համար սահմանված պատասխանատվությանը: Գերմանիայում հակամենաշնորհային օրենսդրությունը հիմնվում է երկու հիմնական սկզբունքների վրա՝ մենաշնորհների արգելման սկզբունք, ինչպես ԱՄՆ-ում, և մենաշնորհային գործելակերպի նկատմամբ վերահսկողություն, ինչպես ԵՄ երկրների մեծ մասում: Հակամենաշնորհային օրենքը, կամ Կարտելների մասին օրենքը ընդունվել է 1957 թ.-ին (ներկայումս գործում է 1998 թ.-ի օգոստոսի 26-ի փոփոխություններով) և արգելել է կարտելները: Մեծ խումբ են կազմում այն պետությունները, որտեղ չկան հատուկ օրենքներ անբարեխիղճ մրցակցության դեմ: Նրանց դեմ պայքարում օգտագործվում են ընդհանուր իրավական նորմեր:

1973թ. Գերմանիայում օրենսդրորեն ամրակցվեց պետական վերահսկողության գործընթաց ձեռնարկությունների միաձուլումների նկատմամբ: Դա հանգեցրեց մի շարք միաձուլումների արգելմանը:

Գերմանիայի հակամենաշնորհային օրենսդրությունը խոսում է ձեռնարկությունների երկու հնարավոր համագործակցության մասին՝ կարտելային համաձայնության կամ փոխանակման պայմանագրերի միջոցով: Այն սկզբունքորեն արգելում է կարտելային համաձայնությունները և որոշումները: Դրա դրույթները ասում են, որ համաձայնագիրը ստորագրվել կազմակերպությունների կամ միությունների ձեռնարկումներին հետամուտ լինել ընդհանուր նպատակին, կամ որոշումը միաձուլել բիզնեսը են անվավեր, եթե նրանք կարող են ազդեցություն ունենալ արտադրման կամ շուկայի պայմանների, շրջանառության, ապրանքների եւ ծառայությունների կողմից սահմանափակելու մրցակցություն: Գերմանական հակամենաշնորհային օրենսդրությունը սկզբունքորեն արգելում է կարտելային համաձայնությունները փոխարինվող պայմանագրերի շրջանակում: 2002թ. կարտելային համաձայնությունների դեմ պայքարի հատուկ միություն ձևավորվեց, որը օգնում էր կայացնելու որոշումներ պլանավորելու և իրականացնելու միջոցառումներ ու կատարելու ապացույցների գնահատումներ կարտելային համաձայնությունների նկատմամբ: Տարեցտարի ավելանում են ինչպես կազմված գործերը կարտելային համաձայնությունների նկատմամբ, այնպես էլ վարույթ հարուցած գործերի թվաքանակը: Մասնավորապես, 1994–1997թթ. կազմված գործերը կազմել են 5, իսկ վարույթ հարուցած գործերը՝ 7, 1998–2001թթ. այն կազմել է համապատասխանաբար՝ 6 և 7, 2002–2005թթ.՝ 9 և 11, 2006–2009թթ.՝ 14 և 20: Նշված ժամանակահատվածներում ավելացել են տուգանքների չափե-



րը՝ 1994-ից 1997թթ. ընթացքում կազմելով 165 մլն. եվրո, իսկ 2006-2009թթ. կազմելով գրեթե 1 մլրդ. եվրո<sup>36</sup>: Յուրաքանչյուր կազմակերպությանը գրանցված միջին տուգանքի չափը կտրուկ աճել է հատկապես վերջին տարիներին. եթե 1994-1997թթ. այն կազմում էր միջինը 1,2 մլն. եվրո, ապա 2006-2009թթ.՝ անցնում էր 12 մլն. եվրոյից: Տուգանքների առյուծի բաժինը հիմնականում Գերմանիայում ընդգրկել են այնպիսի ապրանքային շուկաներ, ինչպիսիք են՝ ցեմենտը, արդյունաբերական ապահովագրական կազմակերպությունները, գազի ոլորտի կազմակերպությունները, կոմիսիոն տանիքի արտադրության, դեկոր թղթի արտադրության և սուրճի վաճառքի կազմակերպությունները:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության ճապոնական մոդելը նման է ամերիկյան մոդելին: Մինչև երկրորդ համաշխարհային պատերազմը Ճապոնիայում խոշոր մենաշնորհային արդյունաբերական ձեռնարկությունները նշանակալից դեր ունեին և խաղում էին առաջատար դեր: Սակայն 1947 թ. ընդունված «Մասնավոր մենաշնորհների արգելման և արդար գործարքների ապահովման մասին» օրենքը մենաշնորհների նկատմամբ ավելի կոշտ էր, քան ամերիկյան օրենքը: Այն արգելում էր շուկաների նկատմամբ վերահսկողություն հաստատելու, արտադրության սահմանափակման փորձերը, հաստատագրված գների վերաբերյալ կարտելային համաձայնագրերը: Չէր թույլատրվում ֆինանսական հաստատությունների կողմից այլ ընկերությունների բաժնետոմսերի հինգ տոկոսից ավելին ձեռք բերելը: Արգելվում էր ֆիրմաների միաձուլումն ու տնօրինությունների միաձուլումը, եթե դրանք կհանգեցնեն «մրցակցության էական թուլացման»: Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո երկար տարիներ Ճապոնիայում կառավարությունը թույլ չէր տալիս արտադրանքի թողարկումը այնքան ժամանակ, մինչև շուկայում չհայտնվեին երկու-երեք մրցակիցներ:

Սակայն նման քաղաքականությունը ավելի շատ խոչընդոտում էր Ճապոնիայի տնտեսության զարգացմանը: Եվ արդեն 1953 թ. օրենքից վերացվեցին այն դրույթները, որոնք խոչընդոտում էին տնտեսության առանցքային ճյուղերի զարգացմանը: Թույլատրվեց հակաճգնաժամային կարտելների ձևավորումը, օրենքից հանվեցին մենաշնորհ ընկերությունների հարկադիր բաժանման վերաբերյալ դրույթը: Մեղմացվեցին միաձուլումների վերաբերյալ սահմանափակումները: Ճապոնիայի հակամենաշնորհային օրենսդրությունում կատարվեցին էական փոփոխություններ՝ նրանում թողնվելով հիմնականում վերահսկման դրույթներ: Ներկայումս Ճապոնիայում համեմատաբար լիբերալ հակամենաշնորհային օրենսդրություն է գործում: Գերիշխող դիրք գրավող է համարվում այն ֆիրման, որը վերահսկում է շուկայի 50%-ը, իսկ երկու կազմակերպությունների դեպքում՝ նվազագույնը 75%-ը: Վիճելի հարցերը լուծվում են ոչ դատական, և ոչ էլ վարչական ճանապարհով, այլ միայն բանակցությունների միջոցով:

36 Աղբյուրը՝ Effective cartel prosecution Benefits for the economy and consumers, BUNDESKARTELLAMT, [http://www.bundeskartellamt.de/Englisch/download/pdf/Kartellverfolgung\\_eng\\_web\\_bf.pdf](http://www.bundeskartellamt.de/Englisch/download/pdf/Kartellverfolgung_eng_web_bf.pdf)

### **3. Տնտեսական մրցակցության ապահովման մոդելը Հայաստանի Հանրապետությունում**

- 3.1. *Զարգացումը և իրավական կարգավորումը (առանձնահատկությունները, կարգավորող մարմնի կառուցվածքը, լիազորությունները, համեմատական այլ երկրների հետ):*
- 3.2. *Մրցակցային վիճակի գնահատականը (միջազգային կազմակերպությունների գնահատականները):*

#### **3.1 Զարգացումը և իրավական կարգավորումը (առանձնահատկությունները, կարգավորող մարմնի կառուցվածքը, լիազորությունները, համեմատական այլ երկրների հետ)**

*Մրցակցության կարգավորման ՀՀ օրենսդրական դաշտը, առանձնահատկությունները՝ համեմատած այլ երկրների հետ*

Հետխորհրդային շատ երկրների հետ միասին Հայաստանը համեմատաբար ուշ ընդունեց մրցակցությունը երաշխավորող օրենքներն ու իրավական ակտերը: Մրցակցային միջավայրի զարգացման առումով Հայաստանում երկրորդ սերնդի բարեփոխումներ իրականացվել են սկսած 2001 թվականից:

ՀՀ համապատասխան քաղաքականության իրագործման, դրանով առաջադրված տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրական բազան կազմում են ՀՀ Սահմանադրությունը, ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրքը, ՀՀ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» օրենքը, «Ներքին շուկայի պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքը, «Հակազնագցման (հակադեմփինգային) և փոխհատուցման միջոցների մասին» ՀՀ օրենքը, ՀՀ Կառավարության և տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի ընդունած ենթաօրենսդրական ակտերը: Տնտեսական մրցակցության սահմանափակման արգելմանը վերաբերող դրույթներ առկա են նաև ՀՀ օրենսդրության այլ ճյուղերում, մասնավորապես՝ «Բանկերի և քանկային գործունեության մասին», «Էներգետիկայի մասին», «Վարկային կազմակերպությունների մասին», «Հանրային ծառայությունների կարգավորման մասին» ՀՀ օրենքը: Վերոնշյալ իրավական նորմերի արդյունավետությունը բնութագրվում է դրանց փաստացի կիրառման արդյունքների ու այն սոցիալական նպատակների միջև հարաբերակցությամբ, որոնց ապահովման համար դրանք կիրառվել են: Իրավական նորմերի արդյունավետության գնահատման չափանիշ է հանդիսանում դրանց կիրառման նպատակը:

Հայաստանի Հանրապետության Սահմանադրությամբ և «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքով տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության ընդհանուր և հատուկ նպատակներ են հռչակված սեփականության բոլոր ձևերի ազատ զարգացումը և իրավական հավասար պաշտպանությունը, տնտեսա-

կան գործունեության ազատությունը, ազատ տնտեսական մրցակցությունը, ինչպես նաև տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը և խրախուսումը, բարեխիղճ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայրի ապահովումը, ձեռնարկատիրության զարգացմանը նպաստելը և սպառողների շահերի պաշտպանությունը: Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության արդյունավետությունը պետք է դրսևորվի ոչ միայն տնտեսավարող սուբյեկտների և պետական իշխանության մարմինների փոխգործակցությամբ, այլև շուկաներում մրցակցային միջավայրի զարգացմամբ ու կատարելագործմամբ:

Հայաստանում տնտեսական մրցակցության բնագավառը կարգավորող օրենսդրությունն ըստ էության համակարգված սկսեց ձևավորվել և զարգանալ 2001 թվականից: «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» (ընդունված 2000թ. նոյեմբերի 6) օրենքը Հայաստանում բավականին ուշ ընդունվեց, որն անդրադառնում է այն հիմնական սահմանումներին, կառուցվածքին ու մոտեցումներին, ինչ հետխորհրդային շատ երկրների հակամենաշնորհային օրենքները: Օրենքի նպատակն է պաշտպանել և խրախուսել ազատ տնտեսական մրցակցությունը, ապահովել բարեխիղճ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայր, նպաստել ձեռնարկատիրության զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը Հայաստանի Հանրապետությունում:

Այլ երկրներում տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը կամ մենաշնորհների դեմ պայքարի համար նախատեսված գործիքները կարող են ավելի ընդգրկուն լինել՝ առնչվելով ոլորտը կարգավորող այլ օրենքներով: Օրինակ, Շվեյցարիայում նշված ոլորտը կարգավորող օրենքներն են հանդիսանում Կարտելների և մրցակցության այլ սահմանափակման մասին 1995թ. հոկտեմբերի 6-ին ընդունված դաշնային օրենքը, որը կոչված է կանխելու կարտելների և մրցակցության այլ սահմանափակումների տնտեսական ու սոցիալական վնասակար հետևանքները, դրանով խթանելով տնտեսության ազատ շուկայի շահերից բխող ազատ մրցակցությունը<sup>37</sup>: Այս երկրում ոլորտը կանոնակարգող իրավական նորմատիվ ակտերին են վերաբերվում նաև՝ ձեռնարկությունների համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողության մասին 1996թ. հունիսի 17-ի որոշումը, անբարեխիղճ մրցակցության սահմանափակումների համար պատժամիջոցների վերաբերյալ 2004թ. մարտի 12-ի որոշումը (Cartel Act Sanctions Ordinance, CASO): Իտալիայում ոլորտը կարգավորվում է 1990 թ. հոկտեմբերի 10-ին ընդունված թիվ 287 «Մրցակցության և բարեխիղճ առևտրի մասին» ակտով, որի նպատակն է Իտալիայի Սահմանադրության 41 հոդվածով սահմանված ազատ ձեռնարկատիրության պաշտպանությունը և երաշխավորումն է համաձայնությունների, գերիշխող դիրքի չարաշահումների և համակենտրոնացումների դեմ պայքարի միջոցով:

Օրենքի գործողությունը տարածվում է տնտեսավարող սուբյեկտների, ինչպես նաև պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների այն գործողությունների կամ վարքագծի վրա, որոնք կարող են հանգեցնել տնտեսական մրցակցության սահ-

37 Աղբյուրը՝ Federal Act on Cartels and other Restraints of Competition (Cartel Act, CartA), of 6 October 1995 (Status as of 1 January 2011), <http://www.admin.ch/ch/e/rs/2/251.en.pdf>, Article 1.

մասնափականը, կանխամանը, արգելմանը կամ անբարեխիղճ մրցակցության գործողությանը: Օրենքում, մասնավորապես, ներկայացված են հակամրցակցային համաձայնությունների, գերիշխող դիրքի, համակենտրոնացումների, անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորումներին առնչվող դրույթները, ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի խնդիրները, գործառույթները, հանձնաժողովի տարեկան ծրագրի և հաշվետվության ներկայացման կարգը, հանձնաժողովի լիազորությունները, հանձնաժողովի կազմի և նրա անդամների լիազորությունների իրականացման ժամկետները, հանձնաժողովի անդամների լիազորությունների դադարեցման իրավական հիմքերը, հանձնաժողովի աշխատանքների կազմակերպման կարգը, տնտեսական մրցակցության իրավախախտումների համար պատասխանատվության միջոցների կիրառման իրավական հիմքերը և այլն:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացման հարցում կարևոր դեր է ունեցել 2001թ. ապրիլի 18-ին ընդունված «Ներքին շուկայի պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքը, որը կարգավորում է Հայաստանի Հանրապետության տարածք ապրանքների ներմուծման նկատմամբ ներքին շուկայի պաշտպանության միջոցառումների կիրառման հետ կապված հարաբերությունները: Համաձայն այդ օրենքի 4-րդ հոդվածի 1-ին կետի, ներքին շուկայի պաշտպանության միջոցառումներ են ապրանքի ներմուծման մաքսատուրքի գործող դրույքաչափի բարձրացումը, ապրանքի ներմուծման վրա քանակական սահմանափակման (քվոտա) կիրառումը և նշված միջոցառումների ցանկացած համակցությամբ կիրառումը: Իսկ ներքին շուկայի պաշտպանության միջոցառումներ, ըստ այս օրենքի, կիրառվում է, երբ սահմանված կարգով իրականացված ուսումնասիրության արդյունքում պարզվում է, որ ուսումնասիրվող ապրանքը Հայաստանի Հանրապետության տարածք է ներմուծվում աճող ծավալներով (բացարձակ կամ տնտեսության ճյուղի արտադրության ծավալների նկատմամբ հարաբերական առումով) և պայմաններով, որոնք լուրջ վնաս են հասցնում տնտեսության ճյուղին կամ ստեղծում են լուրջ վնասի վտանգ<sup>38</sup>: Պետք է նշել, սակայն, որ «Ներքին շուկայի պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքը գործնականում երբեք չի գործել, ավելին, այդ օրենքի ընդունումից ի վեր որոշ ապրանքային շուկաներում հայկական արդատրողները կորցրել են իրենց երբեմնի բարվոք դիրքերը<sup>39</sup>: Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրագործման, մասնավորապես հակազնագցման քաղաքականության իրականացման իրավակիրառման քայլ է համարվում 2002թ. հունիսի 19-ին ընդունված «Հակազնագցման (հակադեմփինգային) և փոխհատուցման միջոցների մասին» ՀՀ օրենքը, որը կարգավորում է Հայաստանի Հանրապետության տարածք ներմուծվող և տնտեսության ճյուղերին վնաս հասցնող ապրանքների ներմուծման նկատմամբ հակազնագցման և փոխհատուցման միջոցների ներքին կիրառման հետ կապված հարաբերությունները: Ավելորդ չենք համարում նշել, որ բացի այն, որ Էկոնոմիկայի նախարարությունը, որպես տնտեսական

38 Աղբյուրը՝ «Ներքին շուկայի պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք, 18 ապրիլի 2001թ., հոդված 4, կետ 2

39 Ա. Պետրոսյան - «ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՄԻՅՈՒՆԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ՝ ԹՈՒՐԲԻԱՅԻ ՀԵՏ ԱՐՏԱՔԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ (տնտեսական անվտանգության մասնակի դիտարկումներ)», ԴԲՕՇԱԿ, Երևան 2011

քաղաքականության հիմնական պատասխանատու, ինչպես արդեն նշեցինք բավականին պասիվ է տնտեսական մրցակցության բնագավառում խնդիրներ առաջ քաշելու և քաղաքականության ուղղորդման առումով, միաժամանակ անցած ժամանակաշրջանում գործնական քայլեր չեն արվել վերը նշված իրավական ակտերի կիրարկումն ապահովելու նպատակով: Այս առումով նախարարության էլեկտրոնային կայքում ներկայացված «Տնտեսության բոլոր մասնակիցների համար հավասար պայմանների ապահովում» թեզը, թերևս կարելի է գուտ հռչակագրային համարել:

Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության Սահմանադրության համապատասխան դրույթը չի անդրադառնում բարեխիղճ մրցակցությանը: Ի տարբերություն ԱԳՀ երկրների Սահմանադրությունների, մասնավորապես՝ Ադրբեջանի (15-րդ հոդված), Վրաստանի (30-րդ հոդված), Ղազախստանի (26-րդ հոդված), Ռուսաստանի (34-րդ հոդված), Ուկրաինայի (42-րդ հոդված), որպես այդպիսին, բացակայում է անբարեխիղճ մրցակցության սահմանադրական արգելքը<sup>40</sup>: ՀՀ Սահմանադրության 33.1. հոդվածն անդրադառնում է դրան՝ հստակ նշելով շուկայում մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրքի չառաջահման, ինչպես նաև անբարեխիղճ մրցակցության արգելման դրույթը:

Նմանօրինակ, մրցակցությունը սահմանափակող գործողությունների Գերմանիայի իրավական ակտով արգելվում է ձեռնարկությունների միջև համաձայնությունները և համաձայնեցված գործողությունները, որը նպատակ ունի սահմանափակել մրցակցությունը<sup>41</sup>: Կամ, մեկ այլ եվրոպական պետության՝ Լիտվայի «Մրցակցության մասին» 1999 թվականի մարտի 23-ին ընդունված VIII-1099 (2009 թ. սեպտեմբերի 24-ի վերջին No XI-434 փոփոխություններով) օրենքի նպատակն է հանդիսանում պաշտպանել ազնիվ մրցակցությունը Լիտվայի Հանրապետությունում: Այս օրենքով կարգավորվում է պետական կառավարման մարմինների այն գործողությունները, որոնք կարող են սահմանափակել կամ սահմանափակում են մրցակցությունը, ինչպես նաև անբարեխիղճ մրցակցության երևույթները, սահմանում է իրավունքներ, պարտավորություններ և պատասխանատվություն, ինչպես նաև ստեղծելով իրավական բազա համապատասխան պետական մարմինների համար, պայքարելու մրցակցության սահմանափակման գործողությունների և անբարեխիղճ մրցակցության դեմ<sup>42</sup>:

### ***Տնտեսական մրցակցության Հանձնաժողովի (այսուհետ՝ Հանձնաժողով) գործունեության առանձնահատկությունները, համեմատություններ այլ երկրների հետ***

«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի գործողությունը հոդված 17-ի սահմանումով տնտեսական մրցակցության պաշտպանությամբ զբաղվում է

40 Աղբյուրը՝ Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նորմատիվային նախադրյալները Հայաստանի

Հանրապետությունում, Աղավիհ Հակոբյան, «Ֆինանսներ և էկոնոմիկա», #4-5 մարտ-ապրիլ 2005, Երևան, էջ 130

41 Աղբյուրը՝ § 1.Prohibition of Agreements Restricting Competition, Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (Act against Restraints of Competition, ARC), [http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/Legal\\_bases/Legal\\_basesW3DnavidW2627.php](http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/Legal_bases/Legal_basesW3DnavidW2627.php)

42 Աղբյուրը՝ REPUBLIC OF LITHUANIA, LAW ON COMPETITION, 23 March 1999 – No VIII-

1099, Art. 1, (As last amended on 24 September 2009 – No XI-434), [http://kt.gov.lt/en/index-](http://kt.gov.lt/en/index.php?show=antitrust&antitrust_doc=law_competition)

[php?show=antitrust&antitrust\\_doc=law\\_competition](http://kt.gov.lt/en/index.php?show=antitrust&antitrust_doc=law_competition)

տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը, որի հիմնական գործառույթներն են հանդիսանում՝ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության պահպանման նկատմամբ վերահսկողության իրականացումը, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության խախտման դեպքերի վերաբերյալ համապատասխան որոշումների ընդունումը, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության խախտումները կանխող միջոցառումների մշակումն ու իրականացումը, տնտեսական մրցակցության զարգացմանը մասնակցությունը և այդ բնագավառում պետական քաղաքականությունը կարգավորող իրավական ակտերի մշակմանը և դրանց սահմանված կարգով ներկայացումը: Իսկ օրենքի 18-րդ հոդվածի համաձայն, Հանձնաժողովի հիմնական խնդիրներն են հանդիսանում՝ ձեռնարկատիրության զարգացման և սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանումն ու խրախուսումը, բարեխիղճ և ազատ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայրի սպահովումը, հակամրցակցային գործունեության կանխարգելումը, սահմանափակումը և նախազգուշացումը, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նկատմամբ վերահսկումը:

Ընդհանրապես, երկրների տնտեսական պատմությունը ցույց է տվել, որ հակամենաշնորհային օրենքները դժվար է գործնականում կիրառել: Բարդություններ առաջանում են թե՛ գերիշխող դիրքի որակման, թե՛ համաձայնությունները հակամրցակցային ճանաչելու և թե՛ մրցակցությունը անբարեխիղճ գնահատելու ժամանակ: Որքան էլ փորձ արվի դրանք առավելագույնս հստակ ամրագրել ու կարգավորել իրավական ակտերով, այնուամենայնիվ գործնական բազմաթիվ քայլեր կատարվում են հակամենաշնորհային համապատասխան մարմինների աշխատակիցների անձնական, սուբյեկտիվ մոտեցումների կիրառմամբ, քանի որ մրցակցության քաղաքականությունը մշակվում և իրականացվում է մրցակցային մարմինների միջոցով: Հանձնաժողովը օրենքով իրեն վերապահված լիազորությունների շրջանակներում մրցակցության պաշտպանության պետական քաղաքականությունն իրականացնում է յուրաքանչյուր տարի իր կողմից հաստատվող՝ Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի տարեկան գործունեության ծրագրի հիման վրա:

2011թ.-ի մարտին ընդունված օրենսդրական հիմնարար փոփոխությունների արդյունքում ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովին շնորհվեց գործելու ավելի հզոր լծակներ՝ շուկայում հակամրցակցային գործունեության դեմ պայքարելու նպատակով: Մրա արդյունքում կտրուկ փոխվեց հանձնաժողովի գործունեության արդյունքը՝ գրանցելով պատժամիջոցներ սահմանող որոշումների 100%-անոց աճ և տուգանքների գումարի հնգապատկում: Ակնկալվում է, որ սա շատ շուտով առաջ կբերի զգալի բարելավումներ, ինչպես նաև կբարձրացնի վստահությունը հակամենաշնորհային քաղաքականության նկատմամբ: Մրցակցությանը չնպաստող գործոններից շատերը հանձնաժողովի լիազորություններից դուրս են: Հարկային և մաքսային մարմինների կողմից անհավասար վերաբերմունքի արժանացող մասնակիցները շուկայում էլ գտնվում են անհավասար դիրքերում՝ տարբեր ծախսային բեռ ունենալու հետևանքով:

***Եվրամիության երկրներում մրցակցային մարմինների կարգավիճակը և մրցակցության սպահովման քաղաքականության իրագործման առանձնահատկությունները Հայաստանում***

Չեխիայում Մրցակցության պաշտպանության գրասենյակն անկախ մարմին է և պետական կառավարման ոչ մի մարմին չի կարող միջամտել որոշումների ընդունման գործընթացին: Այն իր հաշվետվությունները ներկայացնում է Կառավարություն:

Դանիայում, չնայած այն հանգամանքին, որ մրցակցային մարմինը Տնտեսական զարգացման և գործարարության խնդիրների նախարարության մաս է կազմում, այնուամենայնիվ այն զերծ է մնում քաղաքական ազդեցությունից:

Էստոնիայում Մրցակցության խորհուրդը հաշվետու է Տնտեսական գործերի և հեռահաղորդակցության նախարարությանը: Համապատասխան նախարարը վերահսկում է խորհրդի գործունեությունը:

Ֆինլանդիայի մրցակցային մարմինն անկախ գործակալություն է և գործում է որպես Առևտրի և արդյունաբերության նախարարության ստորաբաժանում:

Գերմանիայի Բունդեսկարտելամտն անկախ դաշնային մարմին է, որը որոշումների ընդունման ժամանակ զերծ է քաղաքական ազդեցությունից: Մարմինը գործում է Տնտեսության և աշխատանքի դաշնային նախարարության կազմում:

Իտալիայի մրցակցային մարմինը հաշվետու չէ կառավարությանը: Այն անկախ մարմին է և իր հաշվետվությունները ներկայացնում է պառլամենտին:

Լատվիայում Մրցակցության խորհուրդը վերահսկվում է Էկոնոմիկայի նախարարության կողմից: Նախարարի ներկայացմամբ կառավարությունը նշանակում է խորհրդի նախագահին և անդամներին:

Լիտվայի մրցակցության խորհուրդն իրենից ներկայացնում է անկախ մարմին, որը գործում է համապատասխան օրենքի հիման վրա և իր հաշվետվությունները ներկայացնում է պառլամենտ:

Լեհաստանում մրցակցության և սպառողների շահերի պաշտպանության մարմնի նախագահն անմիջականորեն հաշվետու է վարչապետին:

Ռումինիայի մրցակցային մարմինն ինքնուրույն գործող կազմակերպություն է, որը պարտավոր է ներկայացնել իր գործունեության վերաբերյալ հաշվետվությունները և հրապարակել դրանք՝ առանց որևէ այլ մարմնի հետ քննարկելու պարտավորությամբ: Այն պետական անկախ մարմին է: Դրա նախագահը կառավարության առաջարկությամբ նշանակվում է երկրի նախագահի կողմից:

Սլովակիայի հակամրցակցային գրասենյակը պետական անկախ մարմին է: Դրա նախագահը կառավարության առաջարկությամբ նշանակվում է երկրի նախագահի կողմից:

Սլովենիայի մրցակցության պաշտպանության մարմնին տրված է ֆունկցիոնալ անկախություն իր խնդիրները կատարելու ընթացքում: Այն հաշվետու չէ որևէ իրավական գործադիր մարմնին: Այնուամենայնիվ, որոշ գործերի վերաբերյալ մարմինն իր կարծիքն է ներկայացնում կառավարություն և պառլամենտ:

Շվեդիայի մրցակցային մարմինը Առևտրի, զբաղվածության և հեռահաղորդակցության նախարարության ներքո գործող անկախ կառավարական մարմին է:

Միացյալ Թագավորության Մրցակցության հանձնաժողովն իր տարեկան հաշվետվությունը ներկայացնում է պառլամենտի դատին:

Ռումինիայի մրցակցային մարմինն ավտոնոմ գործող կազմակերպություն է, որը պարտավոր է ներկայացնել իր գործունեության վերաբերյալ հաշվետվությունները և հրապարակել դրանք՝ առանց որևէ այլ մարմնի հետ քննարկելու պարտավորությամբ:

**Հայաստանում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառում քաղաքականություն մշակող մարմինը հանդիսանում է ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարությունը:**<sup>43</sup> Հարկ է ուշադրություն դարձնել, սակայն որ գործնականում տնտեսական կյանքի վրա և մասնավորապես մրցակցային միջավայրի և քաղաքականության վրա այս գերատեսչության գործունեության անդրադարձը չի զգացվում: Իրականում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական քաղաքականությունն իրականացնում է Հանձնաժողովը յուրաքանչյուր տարի իր կողմից հաստատվող՝ Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի տարեկան գործունեության ծրագրի հիման վրա: Հենց հանձնաժողովի կողմից հաստատվող տարեկան ծրագրին են թերևս ամենաշատը հավակնում համապատասխանելու տնտեսական մրցակցության պաշտպանության քաղաքականությունը բովանդակող փաստաթղթի կարգավիճակին: Այսինքն, գործնականում ստացվում է, որ Հայաստանում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառում քաղաքականությունը մշակողը և վարչարարություն իրականացնողը միևնույն մարմինն է:

Իրավական առումով թույլ մրցակցային միջավայրի հիմնական խոչընդոտող գործոններ են դեռևս հանդիսանում պայմանագրերի կիրառման թույլ դաշտը: Առևտրային գործարքների ոլորտը կարգավորող օրենքները թերի են, և պայմանագրերն ավելի շատ կնքվում են ոչ ֆորմալ դաշտում՝ նպատակ ունենալով արգելել շուկա մուտք գործելը<sup>44</sup>: Պայմանագրերը կնքվում են՝ հղում կատարելով հիմնական օրենսդրական ընդհանուր դրույթներին, անորոշ դարձնելով պայմանագրային դրույթների կիրառումը: Պայմանագրերը ավելի շատ կազմվում են «եթե այլ բան նախատեսված չէ օրենքով», քան «եթե այլ բան նախատեսված չէ սույն պայմանագրով» սկզբունքի հիման վրա: Բացի այդ, վճիռ կայացնելիս դատարանները նշանակություն չեն տալիս մինչ այդ եղած նախադեպերին, և առևտրային օրենսդրության հետ կապված անորոշությունների համատեքստում դատավորները բնութագրվում են իբրև ոչ այնքան բանիմաց ու ազնիվ:

Ձեռնարկությունների կորպորատիվ կառավարումը թույլ է՝ կապված օրենսդրական դաշտում առկա թերությունների, կանոնակարգերի ու ոչ ֆորմալ կառույցների գոյության

43 Տե՛ս ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության կանոնադրությունը /հաստատվել է ՀՀ կառավարության 11 հուլիսի 2002 թվականի N 1229-Ն որոշմամբ/

44 Աղբյուրը՝ «Կայուն տնտեսական աճի պահպանման քաղաքականություններ», Աղքատության նվազեցման և տնտեսական կառավարման բաժին Եվրոպայի և Կենտրոնական Ասիայի տարածաշրջան, Հայաստան. Կովկասյան վագրը, 2 հատորով, Համաշխարհային բանկ, 30 մայիսի, 2006թ.



հետ: Եվ դրանց կիրառման կառույցների (ինչպիսիք են կորպորատիվ կառույցները) և դրանց գործունեության, բիզնեսի կարգավորման և կառավարման կանոնների ու գործառույթների (ինչպիսին են հարկային ու մաքսային մարմինների կամայական ու անկանխատեսելի գործելակերպը) բնագավառներում առկա թերությունների, ինչպես նաև քաղաքական ենթատեքստի ազդեցությամբ առաջացող լրացուցիչ ծախսերի (ինչպիսիք են հեռահաղորդակցության և տրանսպորտային ծախսերը) պատճառով, որոնց բեռն ընկնում է ձեռնարկությունների վրա:

Մրցակցության խաթարման և մենաշնորհային գործունեության խրախուսման համար «բարենպաստ» դաշտ են ստեղծում երկրում տիրող կոռուպցիոն համակարգի համատարած երևույթները՝ սկսած ամենացածր օղակներից, մինչև իշխանության վերնախավը: Երկրում ձևավորվել է մի համակարգ, որին հատուկ են գործարարների միջև պայմանավորվածությունների և համաձայնությունների արդյունքում ձևավորվող փոխադարձ պարտավորությունները: Նման հարաբերություններ ձևավորվել են գործարարների և դատական համակարգի միջև: Այն անձը, որը հանդես է գալիս մեկ այլ անձի շահերի պաշտպանի դերում, դառնում է վերջինիս «տանիքը», իսկ հովանավորյալը պարտավորություն է ստանձնում այս կամ այն կերպ փոխհատուցել այդ ծառայությունների դիմաց: Օտարերկրյա ներդրողները հաճախ համապատասխան «տանիք» գտնելու համար անհրաժեշտ կապեր չեն ունենում, ուստի ավելի շատ են դժվարություններ ունենում տարբեր բյուրոկրատական կառույցների և դատական համակարգի հետ հարաբերվելիս: Բացի այդ, շատ են դեպքերը, երբ օտարերկրյա ներդրողները բախվել են «տեղական գործընկերների», կամ «տեղական մրցակիցների» հետ՝ չկարողանալով շարունակել իրենց ներդրումային և գործարարությանն ուղղված ծրագրերը Հայաստանում: Չնայած վերջին տարիների զարգացումների, շուկայի նոր մասնակիցների գործունեությունը սահմանափակելու համար օգտագործվում են խորամանկ հնարքներ՝ սկսած ապրանքների մաքսագերծման ընթացքում հարուցվող դժվարություններից մինչև պետական տարբեր մարմինների պաշտոնյաների կողմից նախաձեռնվող հաճախակի ստուգումները:

«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի փոփոխություններով թե՛ կառուցվածքային, թե՛ իրականացման տեսանկյունից կատարելագործել են օրենքի դրույթները, սակայն կան խնդիրներ, որոնք առնչվում են ոլորտը կարգավորող տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի, շուկայում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների իրավասությունների ու գործունեության կիրառմանը: Մասնավորապես, Լիտվայի Հանրապետության Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենքի հոդված (վերջին փոփոխություններով՝ 24 սեպտեմբերի 2009 – No XI-434) 17-ով սահմանվում է ձեռնարկությունների իրավունքների պաշտպանությունը, որտեղ հստակ ամրագրված է, որ շահերը խախտված կազմակերպություններն իրավունք ունեն իրենց իրավունքների պաշտպանության համար դիմել դատարան՝ օրինակ փոխհատուցելու իրենց կրած վնասները<sup>45</sup>:

45 Աղբյուրը՝ Republic of Lithuania, Law on Competition, 23 March 1999 – No VIII-1099, (As last amended on 24 September 2009 – No XI-434), [http://kt.gov.lt/en/index.php?show=antitrust&antitrust\\_doc=law\\_competition](http://kt.gov.lt/en/index.php?show=antitrust&antitrust_doc=law_competition), Article 17. Protection of Rights

Հայաստանում համանուն հոդված 28-ն անդրադառնում է պետական մարմինների, տնտեսվարող սուբյեկտների պարտականությունները հանձնաժողովին տեղեկատվություն տրամադրելու հարցում: Մասնավորապես, սահմանված է, որ հանձնաժողովի նախագահի գրության կամ հանձնաժողովի որոշման կամ օրենսդրությամբ սահմանված պահանջի հիման վրա պետական մարմինները, դրանց պաշտոնատար անձինք, ինչպես նաև տնտեսվարող սուբյեկտները պարտավոր են սահմանված ժամկետում ներկայացնել օրենքով նախատեսված՝ Հանձնաժողովի լիազորությունների իրականացման համար անհրաժեշտ փաստաթղթեր և այլ տեղեկատվություն: Ընդ որում, Հանձնաժողովը տնտեսվարող սուբյեկտին տեղեկացնում է դրանք ներկայացնելու ժամկետների, ինչպես նաև սահմանված ժամկետում անհրաժեշտ փաստաթղթեր և այլ տեղեկատվություն չներկայացնելու կամ ոչ հավաստի կամ ոչ ամբողջական տեղեկատվություն ներկայացնելու իրավական հետևանքների մասին: Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտները Հանձնաժողովի սահմանած կարգով պարտավոր են եռամսյա պարբերականությամբ ամսական կտրվածքով Հանձնաժողով ներկայացնել տեղեկատվություն ապրանքների մնացորդների, ձեռքբերումների, արտադրության և իրացման ցուցանիշների վերաբերյալ՝ բնեղեն և արժեքային արտահայտությամբ: Տեղեկատվությունը Հանձնաժողով ներկայացվում է մինչև եռամսյակին հաջորդող ամսվա 15-ը: Հանձնաժողովն իրավունք ունի իրականացնել դիտանցումներ, և օրենքով դիտանցում իրականացնելու վերաբերյալ հրամանում նշվում են դիտանցում իրականացնող մարմնի անվանումը, տնտեսվարող սուբյեկտ(ներ)ի լրիվ անուն(ներ)ը կամ անվանում(ներ)ը, դիտանցումն իրականացնող անձի (անձանց) պաշտոնը, անունը, ազգանունը, դիտանցման նպատակը, դիտանցման ժամանակահատվածը և իրավական հիմքերը: Դիտանցում իրականացնելու վերաբերյալ հրամանի պատճենը դիտանցումն սկսելուց առաջ հանձնվում է տնտեսվարող սուբյեկտին կամ տնտեսվարող սուբյեկտի ղեկավարին (փոխարինող անձին) կամ իրավասու այլ անձի (այսուհետ՝ տնտեսվարող սուբյեկտի ներկայացուցիչ): Դիտանցման արդյունքների վերաբերյալ, անհրաժեշտության դեպքում, Հանձնաժողովի ներկայացուցչի պահանջով, վերջինիս կողմից կազմվում է արձանագրություն, որը ստորագրում են Հանձնաժողովի և տնտեսվարող սուբյեկտի ներկայացուցիչները: Դիտանցման արդյունքների վերաբերյալ առարկություն ունենալու դեպքում տնտեսվարող սուբյեկտի ներկայացուցիչն այդ մասին նշում է կատարում արձանագրության մեջ: Եթե տնտեսվարող սուբյեկտի ներկայացուցիչը հրաժարվում է արձանագրությունն ստորագրել կամ այլ կերպ խոչընդոտում է դիտանցման իրականացմանը, ապա Հանձնաժողովի ներկայացուցիչն այդ մասին նշում է կատարում արձանագրության մեջ, որում նշվում են նաև դիտանցման իրականացմանը խոչընդոտած տնտեսվարող սուբյեկտի ներկայացուցչի անունը, ազգանունը, պաշտոնը: Հանձնաժողովի նախագահի հրամանով դիտանցման կամ ուսումնասիրության (այդ թվում՝ հսկիչ գնման) կամ Հանձնաժողովի որոշմամբ կամ Հանձնաժողովի նախագահի հրամանով ստուգման իրականացմանը խոչընդոտելը դիտվում է որպես տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից Հանձնաժողովին վերապահված իրավունքների

կամ պարտականությունների կատարմանը խոչընդոտում և առաջացնում է սույն օրենքով սահմանված պատասխանատվություն<sup>46</sup>:

Լատվիայի «Մրցակցության մասին» օրենքի (ընդունված 22 ապրիլի 2004թ., վերջին փոփոխություններով՝ 1 դեկտեմբերի 2009թ.) հոդված 9-ով սահմանվում է այն իրավունքների շրջանակը, որը տրված է Լատվիայի մրցակցության պաշտպանության հարցերով զբաղվող մրցակցության խորհրդի գործադիր տնօրենին: Մասնավորապես, սարանքային շուկաների հսկողության ու տեղեկատվության ստացման առումով գործադիր տնօրենն իրավունք ունի շուկայում գործող ցանկացած անձանցից կամ անձանց խմբերից պահանջել և ստանալ տեղեկատվություն, որն առնչվում է այդ օրենքին, առանց նախագուշակացնելու այցելել շուկաներ՝ տեղում ուսումնասիրություններ կատարելու համար, սրա հետ կապված պահանջել փաստաթղթեր, որոնք կարող են ընդգրկել էլեկտրոնային փաստաթղթերի ձևով և ներկայացնել իրենցից որպես առևտրային գաղտնիք կազմող տեղեկատվություն, շուկայի մասնակցից ստանալ բանավոր կամ գրավոր բացատրություններ, հետ կանչել սեփականության վերաբերյալ համապատասխան փաստաթղթեր: Առանց իրավական թույլտվության ստացման, առանց նախապես զգուշացման և ուստիկանության ուղեկցությամբ մտնել ոչ բնակելի կառույցներ, տրանսպորտային միջոցներ, շենքեր, կառույցներ, որոնք պատկանում կամ օգտագործվում են շուկայում գործող տնտեսավարող սուբյեկտի կողմից: Բացել այդ կառույցները և պահպանման վայրերը, ստուգել գոյություն ունեցող փաստաթղթերը և տեղեկատվությունը, որոնք պահվում են համակարգիչների մեջ: Եթե տնտեսավարողը հրաժարվում է բացել դրանք, ապա խորհրդի ղեկավարն իրավունք ունի բացել այն՝ առանց վնասելու գույքը: Նաև, տպելու և վերցնելու համապատասխան տեղեկատվությունը, որը պահվում է տնտեսավարող սուբյեկտի մոտ: Ապացույցների ապահովման նպատակով իրավունք ունի ժամանակավորապես (ոչ ավելի, քան 72 ժամ) կնքելու և պահելու տնտեսավարող սուբյեկտին պատկանող կառույցը կամ տրանսպորտային միջոցը:

Գերմանիայի Դաշնային Հանրապետության «Մրցակցության սահմանափակման դեմ ակտով» վիճակագրական տեղեկատվության փոխանակման § 47 պարագրաֆով սահմանված է, որ հակամենաշնորհային հանձնաժողովը շուկայում ձեռնարկությունների համակենտրոնացումների վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալու նպատակով կարող է ամենատարբեր ու մանրամասն տեղեկատվություն ստանալ դաշնային վիճակագրական ծառայությունից (արտադրված ապրանքների արժեքի, շրջանառության, աշխատակիցների թիվը, վճարված աշխատավարձ, ներդրումներ, հիմնական միջոցների կամ վարձակալված միջոցների արժեքը, ավելացված արժեք կամ համախառն եկամուտներ, և այլն)<sup>47</sup>: Նման տեղեկատվության ստացումը հանձնաժողովին հիմնականում անհրաժեշտ է շուկայում առավել խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտների վերաբերյալ համա-

46 Աղբյուրը՝ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենք, հոդված 28 և 28.1, 06 նոյեմբերի 2000թ.

47 Աղբյուրը՝ ACT AGAINST RESTRAINTS OF COMPETITION, Agreements, Decisions and Concerted Practices Restricting Competition, page 35-37, [http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/Legal\\_bases/Legal\\_basesW3D-navidW2627.php](http://www.bundeskartellamt.de/wEnglisch/Legal_bases/Legal_basesW3D-navidW2627.php)

պատասխան տեղեկատվության հավաքման գործընթացում: Հանձնաժողովը դաշնային վիճակագրական ծառայությունից համապատասխան տեղեկատվության ստացման համար անհրաժեշտ է ծառայությանն ապահովել կազմակերպությունների անուններով ու հասցեներով, և նրանց կապակցվածությունը ըստ ընկերությունների խմբի և նրանց անձը հաստատող կողերը: Ամփոփված տեղեկատվությունը պետք է հիմնված լինի համակենտրոնացման հավաքագրված միջոցառումների հաշվարկման հիման վրա, մասնավորապես՝ Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը և Ջինսի գործակիցը: Տեղական վիճակագրական գրասենյակները պետք է ֆեդերալ վիճակագրական ծառայությանն ապահովի համապատասխան տեղեկատվությամբ: Իսկ ստացված տեղեկատվությունը հանձնաժողովը կչնչի իր մոտից, երբ կհասնի իրեն անհրաժեշտ նպատակին: Գերմանիայի «Մրցակցության պաշտպանության մասին» օրենքի § 57-ով՝ ուսումնասիրություններ, ապացույցների հավաքագրում, մրցակցային մարմինը կարող է իրականացնել ցանկացած ուսումնասիրություն և հավաքագրել անհրաժեշտ ցանկացած ապացույց: Ստուգող մարմնի կողմից ապացույցների հավաքագրման, վկաների ցուցմունքների և փորձագետների եզրակացությունների նկատմամբ *mutatis mutandis* կկիրառվեն Քաղաքացիական դատավարության օրենսգրքի § 372 (1), 376, 377, 378, 380-ից մինչև § 387, 390, 395-ից մինչև 397, 398 (1), § 401, 402, 404, 404<sup>3</sup>, 406 հոդվածներից մինչև 409, 411, 414 հոդվածները, կալանքը, որպես խափանման միջոց, չի կիրառվի: Հետաքրքիր օրենսդրական դրույթ է այն, որ եթե մրցակցային մարմինը գտնում է, որ ճիշտ ցուցում ստանալու նպատակով անհրաժեշտ է վկայից երդում ստանալ, նա կարող է դիմել տեղական դատարանին [Amtsgericht] այն իրականացնելու նպատակով: Վկաների երդում տալու անհրաժեշտության վերաբերյալ որոշում կայացնում է Տեղական դատարանը:

Ըստոնիայի 2001 թվականի հոկտեմբերի 1-ին ընդունված «Մրցակցության մասին» օրենքի համապատասխան դրույթներով սահմանվում է մրցակցության պաշտպանության մարմնի իրավունքները տեղեկություններ պահանջելու վերաբերյալ<sup>48</sup>: Մասնավորապես, այն իրավունք ունի բոլոր ֆիզիկական ու իրավաբանական անձանցից ու նրանց ներկայացուցիչներից և բոլոր պետական գործակալություններից ու տեղական իշխանություններից և նրանց ղեկավարներից գրավոր ձևով տեղեկատվություն պահանջել, որը անհրաժեշտ է մրցակցային վիճակի վերլուծության, ապրանքային շուկաների որոշման, համաձայնությունների հսկման, գերիշխող դիրքում գտնվող կազմակերպությունների գործունեության հսկման, համակենտրոնացումների հսկման համար: Տեղեկատվությունը մարմնին պետք է ներկայացվի 10 օրացույցային օրվա ընթացքում: Մրցակցության մարմինը օրենքով իրավունք ունի առանց նախազգուշացնելու կամ հատուկ թույլտվության, ստուգումներ իրականացնել բիզնես վայրերում, որոնք ընդգրկում են ձեռնարկությունները, տարածքներում, կառույցներում, սենյակներում կամ տրանսպորտային միջոցներում, և աշխատանքային ժամերին, և բիզնեսի իրականացման վայրերում՝ ցանկացած ժամերին: Ստուգումներ կարող են իրականացվել նաև այլ ժամերին: Ստուգումների իրակա-

48 Աղբյուրը՝ Competition Act, Passed 05.06.2001, entry into force 01.10.2001, § 59, § 60, § 63, § 631

նացման ընթացքում ստուգում իրականացնող անձն իրավունք ունի անմիջապես քննելու փաստաթղթերը, ձեռք բերելու դրանց պատճենները, որոնք հաստատված են ստորագրություններով, ստուգելու տեղեկատվությունը կամ տեղեկատվության բազան, որը պահվում է էլեկտրոնային տարբերակով, կամ այլ նյութերը, որոնք հաստատված են ստորագրությամբ: Սակայն ստուգման ընթացքում ձեռք բերված առևտրային գաղտնիք ներկայացնող տեղեկատվությունը, այդ թվում բանկային գաղտնիք համարվող տեղեկատվությունը մրցակցության պաշտպանության մարմինն իրավունք չունի բացահայտել այդ տեղեկատվությունը այլ մարմինների համար, եթե այդ օրենքով այլ բան սահմանված չէ:

### *Բազմակողմանի համաձայնագրեր և*

#### *հակամենաշնորհային քաղաքականության ԵՄ պահանջներ*

ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության իրավական հիմքերից է ՀՀ և ԵՄ անդամ պետությունների միջև կնքված Գործընկերության և համագործակցության համաձայնագիրը, որն ուժի մեջ է մտել 1999 թ. հուլիսի 1-ին: Ըստ համաձայնագրի, ՀՀ օրենսդրությունը պետք է ներդաշնակեցվի ԵՄ օրենսդրության հետ<sup>49</sup>: Համաձայնագրի շրջանակներում կողմերի միջև նախատեսվող օրենսդրական համագործակցությունը պետք է ընդգրկի նաև տնտեսական մրցակցության պաշտպանության ոլորտը: ՀՀ և ԵՄ անդամ պետությունների միջև կնքված Գործընկերության և համագործակցության համաձայնագիրը կարելի է համարել եվրոպական կառույցներին Հայաստանի Հանրապետության ինտեգրման գործընթացի առաջին քայլերից մեկը:

2000 թ. հունվարի 25-ին ԱԳՀ անդամ երկրների միջև կնքված «Համաձայնեցված հակամենաշնորհային քաղաքականություն վարելու մասին» պայմանագրին միացավ նաև Հայաստանը: Պայմանագրի նպատակն է ստեղծել իրավական և կազմակերպական հիմքեր՝ պայմանագրի կողմերի միջև համաձայնեցված հակամենաշնորհային քաղաքականություն վարելու և մրցակցության զարգացման համար, ինչպես նաև առևտրի և տնտեսական զարգացման վրա բացասական ազդեցություն ունեցող գործոնների վերացումը և մասնակից-պետությունների տնտեսական շահերին վնաս հասցնող անթույլատրելի գործողությունների կանխումը, որոնք հանդիսանում են մենաշնորհային գործողությունների և անբարեխիղճ մրցակցության հետևանքներ: Պայմանագրի իրականացման համար ստեղծվում է հակամենաշնորհային հարցերով միջպետական խորհուրդ: Խորհրդի հիմնական նպատակն է մենաշնորհային գործողությունների, անբարեխիղճ մրցակցության գնահատման մեթոդների ու չափանիշների սահմանումը, ազատ մրցակցության խախտման դեպքերի հետաքննման գործընթացների սահմանումը, ինչպես նաև ապրանքային շուկայում մրցակցության կանոնները խախտող տնտեսավարող սուբյեկտների, իշխանական և կառավարական մարմինների վրա ներագդեցության կանոնների ու կառուցակարգերի սահմանումը և դրանց համաձայնեցումը պայմանագրի մասնակից-պետությունների միջև:

49 Աղբյուրը՝ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրական և ինստիտուցիոնալ հիմքերը ՀՀ-ում», Ռուբեն Թումանյան, Հայաստան, «Ֆինանսներ և էկոնոմիկա», # 5 մայիս 2008, էջ 15

Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրագործման բնագավառում ԵՄ պահանջներն են հանդիսանում՝ մրցակցության կանոնները կիրարկելու, մասնավորապես՝ հակամրցակցային համաձայնությունների, գերիշխող դիրքի չարաշահման կանխման, ինչպես նաև համակենտրոնացումների վերահսկման ուղղությամբ արդյունավետ քայլեր ձեռնարկելու համար անհրաժեշտ է որպեսզի ստեղծվի մրցակցության պաշտպանության ազգային մարմին: Վերջինս պետք է անհրաժեշտ լիազորություններ ունենա հետազոտելու և քննելու հակամրցակցային դրսևորումները, ինչպես նաև կանխելու և վերացնելու դրանք՝ կիրառելով տարբեր տեսակի պատժամիջոցներ: Ազգային դատարանները պետք է կարևոր դեր ունենան մրցակցության պաշտպանության գործում:

Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացման առումով կարևոր նշանակություն ունի ստուգումների, խախտումների հայտնաբերման, ներդրվող ծրագրերի իրականացման, պատժամիջոցների կիրառման քաղաքականությունը ԵՄ օրենսդրությունում: ԵՄ հանձնաժողովի կողմից լիազորված անձինք ստուգումների իրականացման ժամանակ իրավունք ունեն մտնելու տնտեսավարողների տարածք և գործունեության վայր, ստուգելու գործունեության հետ կապված փաստաթղթերը, անկախ այն բանի, թե որտեղ և ինչ եղանակով են դրանք պահված, վերցնելու այդ փաստաթղթերի կրկնօրինակները, ստուգման ընթացքում արգելանք տարածել գործունեության վայրի և փաստաթղթերի վրա, պահանջել տնտեսավարողների ներկայացուցչինեղից բացատրություններ տալ ստուգման գործընթացի ժամանակ առաջացած հարցերի վերաբերյալ<sup>50</sup>:

ԵՄ օրենսդրությամբ հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերմանն ուղղված քաղաքականության կարևոր դրսևորումներից է «հանդուրժողականության» ծրագիրը (leniency program), որը պատժի վերացում կամ թուլացում է առաջարկում հակամրցակցային համաձայնությունների մեջ ներգրավված այն անձանց նկատմամբ, ովքեր տեղեկություն են տրամադրում այդ համաձայնությունների մասին: Այս քաղաքականությունն ապացուցել է իր կենսունակությունը, քանզի միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ հակամրցակցային համաձայնությունների գերակշռող մեծամասնությունը հայտնաբերվում է հենց այս ծրագրի օգնությամբ: Իրականությունը ցույց է տալիս, որ անգամ զարգացած երկրներում, որտեղ մրցակցային մարմիններն ունեն ինստիտուցիոնալ կայացվածության բարձր մակարդակ, շատ դժվար է իրեղեն ապացույցներ գտնել հակամրցակցային համաձայնությունների վերաբերյալ: Քանի որ այդ համաձայնությունների համար նախատեսվում է խիստ քրեական պատասխանատվություն, ապա «հանդուրժողականության ծրագիրը» հնարավորություն է տալիս խուսափել պատասխանատվությունից: Մտավախությունը կապված է այն հանգամանքի հետ, որ Հայաստանում «գործ տալու» ինստիտուտը դեռևս անընդունելի է հասարակության լայն խավերի մոտ: Սակայն նման մտավախություն կար այն բանի նկատմամբ, որ տնտեսավարողները հակամրցակ-

50 Աղբյուրը՝ ԵՄ դաշնագրի 81 և 82-րդ հոդվածներում արժարժված մրցակցության կանոնների իրականացման 2003թ. դեկտեմբերի 16-ի Խորհրդի կանոնակարգ:

ցային դրսևորումների դեպքում չեն դիմի Հանձնաժողով իրենց իրավունքները պաշտպանելու համար, այնինչ ներկայումս Հանձնաժողովը զգալի չափով բողոքներ է ստանում տնտեսավարողներից: Միջազգային պրակտիկայում այս պրակտիկան ապացուցել է իր կենսունակությունը, քանզի միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ հակամրցակցային համաձայնությունների գերակշռող մեծամասնությունը հայտնաբերվում է հենց այս ծրագրի օգնությամբ:

Լիազորությունների պատշաճ մակարդակով կատարման առումով ԵՄ Հանձնաժողովի առջև կանգնած են ստուգման իրավունքի շնորհման հետ կապված խնդիրները, հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերման համար «հանդուրժողակա-նության» ծրագրի մշակումը:

ԵՄ հանձնաժողովը կարող է պատժամիջոցներ կիրառել տնտեսավարողների նկատմամբ դրանք նախորդ տարվա ապրանքաշրջանառության ծավալի 1% չափով, եթե դրանք միտումնավոր կամ անփութորեն ներկայացնում են ոչ հավաստի տեղեկություններ, չեն ներկայացնում տեղեկություններ սահմանված ժամկետում, ստուգման ժամանակ ներկայացնում են ոչ հավաստի տեղեկություններ, հարցազրույցների ժամանակ սխալ տեղեկություններ են տրամադրում, հրաժարվում են տեղեկություններ հաղորդել գործին առնչվող հարցերի վերաբերյալ, վնասում են արգելանքի հետևանքով դրված կնիքը: Մրցակցային կանոնների խախտման հետևանքով ԵՄ հանձնաժողովը կարող է տուգանել տնտեսավարողներին վերջիններիս նախորդ տարվա ապրանքաշրջանառության ծավալի 10%-ը չգերազանցող գումարի չափով<sup>51</sup>:

ԵՄ-ն տնտեսության մրցունակության բարձրացման Լիսաբոնյան ռազմավարության շրջանակներում լուրջ ուշադրություն է դարձնում նոր ընդունվող իրավական ակտերի բովանդակությանը՝ դրանցում մրցակցային կանոնների խաթարման տեսանկյունից: Ավելին, ԵՄ Հանձնաժողովը նախատեսել է այսպես կոչված «screening»-ի ենթարկել գործող ԵՄ օրենսդրությունը՝ դրանում մրցակցային կանոնների պաշտպանության համատեքստում: Այս տեսանկյունից, բավականին հետքքրիր պահանջ է ներառված «Իրավական ակտերի մասին» ՀՀ օրենքի 27.1-րդ՝ «Իրավական ակտի կարգավորման ազդեցության գնահատումը» հոդվածում (գործում է 2009- ից): Համաձայն այդ հոդվածի կարգավորման ազդեցության գնահատումը նորմատիվ իրավական ակտի ընդունման արդյունքում հնարավոր փոփոխությունների վերլուծությունն է: Նախագիծ մշակող մարմինը նախագիծը ներկայացնում է Կառավարության կողմից սահմանված գործադիր իշխանության հանրապետական համապատասխան մարմիններին (ազդեցության գնահատող)՝ ֆիզիկական և իրավաբանական անձանց համար առաջացող վարչարարության հետ կապված ծախսերի, բնապահպանական, սոցիալական, առողջապահական, տնտեսական, ներառյալ՝ փոքր և միջին ձեռնարկատիրության, մրցակցու-թյան, հակակոռուպցիոն, բյուջետային բնագավառներում պարտադիր կարգավորման ազդեցության գնահատումն իրականացնելու նպատակով: Ազդեցության գնահատողը

51 Աղբյուրը՝ «Ինստիտուցիոնալ իրավիճակի գնահատումը մրցակցության և պետական աջակցության բնագավառներում», Հուլիս 2007, AEPLAC, Armenian-European Policy and Legal Advice Center, էջ 15

նորմատիվ իրավական ակտի նախագիծը ստանալուց հետո պարտավոր է իրականացնել ազդեցության գնահատում և դրա վերաբերյալ կազմել կարգավորման ազդեցության գնահատման եզրակացություն (այսուհետ՝ եզրակացություն) և այն ներկայացնել նախագիծ մշակող մարմնին: Եզրակացությունը ներառում է՝

- 1) կարգավորման արդյունքները.
- 2) նախատեսվող իրավական ակտը չընդունելու դեպքում՝ համապատասխան բնագավառի վրա ազդեցության գնահատման արդյունքները.
- 3) այն դեպքում, երբ ազդեցության գնահատողի կարծիքով և կատարված հաշվարկներին ու հետազոտություններին հիման վրա առաջարկվում է կարգավորման այնպիսի տարբերակ, որն ավելի բարենպաստ է համապատասխան բնագավառի համար, նշված տարբերակը՝ համապատասխան հիմնավորումներով.
- 4) նորմատիվ իրավական ակտի կիրարկման արդյունքում կանխատեսվող հետևանքները գնահատելու ժամանակացույցը.
- 5) տվյալ բնագավառի քաղաքականության, ինչպես նաև համեմատական վիճակագրական վերլուծություններ:

Նախագիծ մշակող մարմինը նորմատիվ իրավական ակտի նախագիծը ազդեցության գնահատողներին ներկայացնելու հետ մեկտեղ կազմակերպում է նախագծի վերաբերյալ հանրային քննարկումներ, որոնց նպատակը նորմատիվ իրավական ակտի նախագծի մասին ֆիզիկական և իրավաբանական անձանց իրազեկումն է, ինչպես նաև նրանցից կարծիքների հավաքումն ու դրանց հիման վրա նորմատիվ իրավական ակտի նախագծի անհրաժեշտ լրամշակման աշխատանքների իրականացումը:

Դիտարկելով վերոնշյալ օրենքների ընդունումը Հայաստանի Հանրապետությունում, որոնց առաձին դրույթներ համադրվեցին ԵՄ մի քանի պետությունների համապատասխան օրենքների որոշ դրույթների հետ, պետք է նշել, որ այն պայմանավորված էր Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության զարգացման այդ փուլի առանձնահատկություններով, որոնք, ի թիվս այլ հարցերի, պահանջում էին ներքին շուկայի արդյունավետ պաշտպանության և ազատ մրցակցության համար անհրաժեշտ իրավական հիմքերի ձևավորում և ամրապնդում: Միաժամանակ, նշված օրենքների ընդունումը պետությանը հնարավորություն է տալիս անհրաժեշտության դեպքում համարժեք քայլեր ձեռնարկել՝ ՀՀ տարածք աճող ծավալներով կամ գնագոյղ ներմուծումների դեմքում ներքին արտադրողներին պաշտպանելու համար:

### ***Հակամենաշնորհային քաղաքականության զարգացման պայմանությունը ՀՀ-ում***

Հակամենաշնորհային օրենսդրության կայացումն ու զարգացումը Հայաստանում պայմանականորեն կարելի է բաժանել երեք փուլերի.

- ա. Օրենքի ընդունում և Հանձնաժողովի ձևավորման ժամանակաշրջան 2000-2007թթ.
- բ. Օրենքին կիրառման միջին ժամանակաշրջան 2007 -2011թթ.
- գ. Օրենսդրական և վարչարարական բարեփոխումների ժամանակաշրջան 2011թ.-ից



**ա. Օրենքի ընդունում և Հանձնաժողովի ձևավորման ժամանակաշրջան 2000- 2007թթ.**

2000 թվականի տարեվերջին Օրենքի ընդունումից հետո Օրենքի 17-րդ հոդվածի համաձայն՝ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառում պետական քաղաքականության իրականացման նպատակով ՀՀ Նախագահի կողմից ձևավորվեց<sup>52</sup> ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի առաջին կազմը՝

- Հանձնաժողովի նախագահ՝ Սամվել Ստեփանյան
- Հանձնաժողովի նախագահի տեղակալ՝ Պավել Ղալթախչյան
- Հանձնաժողովի անդամներ՝ Սեյրան Պետրոսյան, Հրայր Արամյան, Միքայել Միքայելյան, Անի Դավթյան, Նունե Մազոյան:

Հանձնաժողովի առաջին կազմակերպչական կառուցվածքը բաղկացած էր 6 ստորաբաժանումից՝ մրցակցության վերահսկողության, տեղեկատվության, մեթոդաբանության եւ վերլուծության վարչություններից, ինչպես նաև իրավաբանական, հաշվապահական հաշվառման, վարչատնտեսական բաժիններից:

Այս փուլում Հանձնաժողովը դարձավ ԱԳՀ անդամ-պետությունների Հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի (MCAIT) և «Մրցակցության միջազգային ցանց» (ICN) կազմակերպության անդամ: **2002 թվականի** հոկտեմբերի 15-16-ին Երևանում տեղի է ունենում Հակամենաշնորհային քաղաքականության միջպետական խորհրդի 16-րդ նիստը:

**2003 թվականի** հունիսին աշխատանքից ազատվել է Սամվել Ստեփանյանը, իսկ Հանձնաժողովի նախագահ է նշանակվել Ֆելիքս Փիրումյանը: **2004 թվականի** հոկտեմբերին Հանձնաժողովի նախագահ է նշանակվում Աշոտ Շահնազարյանը:

«Ինֆորմացիայի ազատության կենտրոն»-ի կողմից անցկացված տեղեկատվության ազատության մրցանակաբաշխության արդյունքում, գործունեության թափանցիկության և հրապարակայնության, տեղեկատվության մատչելիության ապահովմանն ուղղված աշխատանքների համար հանձնաժողովը 2005 թվականին ճանաչվում է ՀՀ ամենաթափանցիկ գերատեսչությունը:

Այս փուլին բնորոշ խնդիրներից է եղել Հանձնաժողովի կողմից տեղեկատվության ստացման և մշակման խնդիրը: Մրցակցային մարմնի խնդիրների իրագործման հարցում հասարակության և այլ պետական մարմինների կողմից օժանդակության ցածր աստիճանը:

**բ. Օրենքին կիրարկման միջին ժամանակաշրջան 2007 -2011թթ.**

2007-ին Օրենքում կատարվեցին փոփոխություններ և լրացումներ, որոնք Օրենքի գործողության ընթացքում թերևս ամենաեական էին նախքան 2011- ի բարեփոխումները: Այս փոփոխություններով հանձնաժողովին շնորհվեց ստուգումներ իրականացնելու իրավասություն, որը սակայն տեխնիկական և կազմակերպչական մի շարք բացերի պատճառով որոշ ժամանակաշրջան մնում էր որպես «դե յուրե» գործառույթ: Օրենքում կատարված փոփոխությունների արդյունքում Հանձնաժողովի վերահսկման ենթակա

52 Տես՝ ՀՀ Նախագահի 2001 թվականի հունվարի 13-ի ՆՀ-786 հրամանագիրը

ուորսների շարքում ընդգրկվեց նաև պետական օժանդակության հատվածը, պատժաչափերը խստացվեցին և այլն:

2007-ին ՀՀ Նախագահի հրամանագրով ընդունված «Ազգային անվտանգության ռազմավարություն» փաստաթղթում տնտեսական մրցակցության խնդիրներն իրավացիորեն ընդգրկված են երկրի ներքին սպառնալիքների շարքում: Փաստաթղթում, մասնավորապես, նշվում է, որ «**Արդար մրցակցային միջավայրի ձևավորման և բնական մենաշնորհների կառավարման ոչ բավարար մակարդակը, ստվերային տնտեսության և կանխիկ դրամաշրջանառության մեծ ծավալները պոտենցիալ սպառնալիք են երկրի համար:** Հայաստանի Հանրապետությունը ձգտում է պահպանել տնտեսական զարգացման բարձր ցուցանիշները՝ ապահովելով անհրաժեշտ պայմաններ ազատական առևտրի, փոքր և միջին գործարարության զարգացման, ներդրումներ ներգրավելու և դրանք պաշտպանելու համար»:<sup>53</sup>

2009 թվականի հոկտեմբերին Հանձնաժողովի նախագահ է նշանակվում Դավիթ Հարությունյանը, որին արդեն հաջորդ տարվա մարտից փոխարինեց Արտակ Շաբոյանը:

Հանձնաժողովի հիմնական կառուցվածքային ստորաբաժանումներն են հանդիսանում աշխատակազմի մեթոդաբանության և ռեեստրի վարման, վերլուծության, հետազոտությունների և կիրարկման, իրավաբանական և վարչական վարույթի, միջազգային համագործակցության վարչությունները: Այս փուլի վերջին տարիներին Հանձնաժողովի նկատմամբ հասարակության և լրատվամիջոցների ուշադրությունը սկսեց աճել, իսկ վերջինիս գործունեությունն առավել հրատապ դիտարկվել կապված առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գների կտրուկ աճի հետ:

#### *գ. Օրենսդրական և վարչարարական բարեփոխումների ժամանակաշրջան 2011թ.-ից*

Նախորդ ժամանակաշրջանում լրատվամիջոցների բարձրացրած հարցադրումների և կառավարական շրջաններից հնչող հայեցակարգային և ծրագրային կարգախոսների ֆոնին ՏՄԴԿՀ-ի գործունեության նկատմամբ ուշադրությունը հասնում է իր գագաթնակետին: Դա պայմանավորված էր ինչպես չդադարող գնաճով, այնպես էլ պետական կառույցների որոշ գործառույթների ձախողմամբ /գների կայունության բացակայությունը, ստվերային շրջանառություն տարատեսակ դրսևորումները, սպառողների շահերի պաշտպանությունը/, որոնց պատասխանները ենթադրվում էր, որ պետք է փնտրել տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառի արդյունավետության բարձրացմամբ: Այս փուլում դիտարկվում է Հանձնաժողովի հեղինակության բարձրացում, որն ուղղակիորեն կապված է նոր նշանակված ղեկավարության կողմից Հանձնաժողովի աշխատանքների առավել ակտիվ կազմակերպման հետ, որի արդյունքը, մասնավորապես, հանդիսացան հանրային հնչելություն ստացած մի քանի գործեր:

53 ՀՀ Նախագահի 2007 թ. փետրվարի 7-ի «Հայաստանի Հանրապետության ազգային անվտանգության ռազմավարությունը հաստատելու մասին» ՆՀ-37-Ն հրամանագիրը

Հանձնաժողովի աշխատանքների արդյունավետության բարձրացման էին կոչված նաև Հանձնաժողովի նախաձեռնությամբ և Համաշխարհային բանկի օժանդակությամբ 2011-ին իրականացված օրենսդրական փոփոխությունները: Այս փոփոխությունների արդյունքում վերացվեցին Օրենքում առկա բազմաթիվ սողանցքերը, հստակեցվեցին հիմնական հասկացություններ: Տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից գնային չարաշահումների դեմ առավել արդյունավետ պայքար մղելու նպատակով օրենքում հստակ կարգավորում են ստացել գների չհիմնավորված բարձրացման, իջեցման և պահպանման հետ կապված հարաբերությունները: Փոփոխությունների արդյունքում Հանձնաժողովին տրամադրվել են լրացուցիչ գործիքներ՝ հնարավորություն ընձեռելով առավել արդյունավետ վերահսկել ապրանքային շուկաներում մրցակցային միջավայրը, բացահայտել տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից տնտեսական մրցակցությունը խաթարող գործողությունները: Օրենքի մի շարք փոփոխություններ ուղղված են եղել Հանձնաժողովի ապացուցողական հնարավորությունների ընդլայնմանը: Ներմուծվել է գերիշխող դիրքի որոշման որակական չափանիշը, և դուրս է եկել գերիշխող դիրք ունեցող սուբյեկտների ռեեստրի վարման պարտականությունը: 2011թ.-ի մարտին ընդունված օրենսդրական հիմնարար փոփոխությունների արդյունքում ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովին շնորհվեց գործելու ավելի հզոր լծակներ՝ շուկայում հակամրցակցային գործունեության դեմ պայքարելու նպատակով: Համակենտրոնացման դեպքերում հայտարարագրման ենթակա շեմի սահմանումը Օրենքով վերապահվեց հանձնաժողովին, վերջինիս կողմից նշված շեմի էական նվազեցումը ենթադրվում է, որ միանգամից մեծ թվով տնտեսվարող սուբյեկտներ պետք է բերեր Հանձնաժողովի կողմից իրականացվող վարչարարության դաշտ: Սրանց հետևանքով կտրուկ փոխվեց հանձնաժողովի գործունեության արդյունքը՝ գրանցելով պատժամիջոցներ սահմանող որոշումների 100%-անոց աճ և տուգանքների գումարի հնգապատկում: Լավատեսական ակնկալիքն այն է, որ այս ամենը շուտով առաջ կբերի զգալի բարելավումներ, ինչպես նաև կբարձրացնի վստահությունը հակամենաշնորհային քաղաքականության նկատմամբ:

Հանձնաժողովի ներկայիս կառուցվածքը ներառում է 9 կառուցվածքային ստորաբաժանում, որից 6-ը հիմնական գործառնության ուղղվածության հետևյալ վարչություններն են.

- հետազոտությունների եւ կիրարկման,
- մեթոդաբանության եւ ռեեստրի վարման,
- վերլուծության,
- միջազգային համագործակցության,
- իրավաբանական եւ վարչական վարույթի,
- վերահսկողության:

Հանձնաժողովի ինստիտուցիոնալ կարողությունների վերաբերյալ կարծիք կազմելու առումով որոշակի տեղեկատվություն են ներկայացնում վերջինիս ֆինանսավորման տվյալներն ըստ տարիների: Զուգահեռներ անցկացնելով Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի համապատասխան ցուցանիշների հետ միասին (այս

երկու կառույցների գործառույթներն ու նպատակները շատ բանով համընկնում են), հարկ է նշել, որ ՀԾԿՀ-ի գործառույթային ոլորտում ընդգրկված են բացառապես մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարողներ, որոնց վարքագիծը գտնվում է (պետք է գտնվի) ՏՄՊՊՀ-ի ամենօրյա ուշադրության կենտրոնում, այս կազմակերպություններն ըստ ամենայնի նաև գրանցված են ՏՄՊՊՀ-ի ռեեստրում:

### ***Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մոդելը և մրցակցային մշակույթի ձևավորումը Հայաստանում***

Ինչպես արդեն նշել ենք տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին հայաստանյան օրենքի նպատակն է պաշտպանել եւ խրախուսել ազատ տնտեսական մրցակցությունը, ապահովել բարեխիղճ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայր, նպաստել ձեռնարկատիրության զարգացմանը և սպառողների շահերի պաշտպանությանը Հայաստանի Հանրապետությունում: Ըստ էության Օրենքի ընդունումով միայն սկիզբ դրվեց տնտեսական մրցակցության բնագավառում Սահմանադրությամբ և քաղաքացիական օրենսդրությամբ ամրագրված չարաշահումների դեմ պայքարի գործնական մեխանիզմներին, ինչպես նաև պատասխանատվության կիրառման հնարավորություններին:

Օրենքի համաձայն Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառում պետական քաղաքականության իրականացման նպատակով ստեղծվում է տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական մարմին՝ Հանձնաժողով:

Հանձնաժողովը կազմված է յոթ անդամից՝ ներառյալ նախագահը, որոնց նշանակում է ՀՀ Նախագահը՝ հինգ տարի ժամկետով:

#### *Հանձնաժողովի խնդիրներն են՝*

- ա) ձեռնարկատիրության զարգացման և սպառողների շահերի պաշտպանության նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանումն ու խրախուսումը.
- բ) բարեխիղճ և ազատ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայրի ապահովումը.
- գ) հակամրցակցային գործունեության կանխարգելումը, սահմանափակումը և նախազգուշացումը.
- դ) տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նկատմամբ վերահսկողությունը: Հանձնաժողովի հիմնական լիազորություններն են.

Անցկացնել ապրանքային շուկաների ուսումնասիրություններ, տնտեսավարող սուբյեկտների մոտ անցկացնել հսկիչ գնումներ, ուսումնասիրություններ և ստուգումներ.

- տնտեսավարող սուբյեկտներին և նրանց պաշտոնատար անձանց, պետական մարմինների պաշտոնատար անձանց Օրենքի խախտման համար պատասխանատվության ենթարկել.
- ընդունելու հակամրցակցային համաձայնությունների, գերիշխող դիրքի, համակենտրոնացումների, անբարեխիղճ մրցակցության, պետական օժանդակության, ապրանքային շուկայի որոշման հետ կապված համապատասխան կարգեր.
- դիմելու դատարան պետական մարմինների կամ դրանց պաշտոնատար անձանց ընդունած ակտերը, տնտեսավարող սուբյեկտների՝ օրենքի խախտմամբ կնքված պայմա-

նագրերը լրիվ կամ մասնակի անվավեր ճանաչելու, ինչպես նաև այդ պայմանագրերի փոփոխման կամ լուծման պահանջով.

- դիմելու կառավարությանը՝ պետական մարմինների կամ դրանց պաշտոնատար անձանց՝ սույն օրենքին հակասող գործողությունները կամ վարքագիծը դադարեցնելու միջնորդությամբ.

Օրենքով սահմանված խնդիրներն ու գործառույթներն իրականացնելիս Հանձնաժողովն անկախ է պետական այլ մարմիններից:

Յուրաքանչյուր տարի՝ մինչև հոկտեմբերի 1-ը, Հանձնաժողովը Ազգային ժողովում հրապարակում է հաջորդ տարվա իր գործունեության տարեկան ծրագիրը, որն ամփոփ տեղեկություններ է պարունակում, մասնավորապես՝

- տնտեսական մրցակցության իրավիճակի վերլուծության և առկա հիմնախնդիրների բացահայտման,
- տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումների և դրանց իրականացման ժամանակացույցի,
- տնտեսական մրցակցության կարգավորման մեխանիզմների,
- մրցակցային իրավիճակի բարելավմանն ուղղված առաջարկների մասին:

Յուրաքանչյուր տարի՝ մինչև մայիսի 1-ը, Հանձնաժողովը հրապարակում է նախորդ տարվա իր գործունեության հաշվետվությունը, որը մասնավորապես ներառում է՝

- ապրանքային շուկաների վերլուծությունը.
- տնտեսական մրցակցության կարգավորման և վերահսկմանն ուղղությամբ իրականացված միջոցառումները.
- մրցակցային իրավիճակի բարելավմանն ուղղված առաջարկների իրականացման ընթացքի վերլուծությունը:

Սկզբնական փուլում նախատեսված էր, որ Օրենքով նախատեսված Հանձնաժողովի ծրագրը պետք է հաստատեր Ազգային ժողովը, իսկ վերջինիս կողմից ծրագրի չհաստատվելու դեպքում հանձնաժողովը հանրապետության Նախագահին էր ներկայացնում իր հրաժարականը: Օրենքում կատարված փոփոխություններից հետո Հանձնաժողովն ինքն է հաստատում իր ծրագիրը և հաշվետվությունը, իսկ Ազգային ժողովում ընդամենը հրապարակում է ծրագիրը: Նման պայմաններում ծրագրի՝ որպես մրցակցային քաղաքականության իրացման փաստաթղթի և հաշվետվության՝ որպես մրցակցային մարմնի գործունեության արդյունավետության գնահատման հիմնական ամփոփ փաստաթղթի դերկատարությունները կարծես մղվել են երկրորդ պլան, չնայած, որ օրենսդրական և վարչարարական բարեփոխումների վերջին ժամանակշրջանում Հանձնաժողովի գործունեությունը բավականին ակտիվ և հրապարակային է դարձել:

Բազմաթիվ ուսումնասիրություններ վկայում են այն մասին, որ ինչքան էլ մրցակցային մարմնի կարողությունները լինեն բավարար, այնուամենայնիվ, դա դեռ բավարար չէ երկրում հավասար մրցակցային դաշտ ապահովելու և մրցակցության պաշտպանության հիմնախնդիրներն արդյունավետորեն լուծելու համար: Բանը նրանում է, որ որոշ պետա-

կան մարմիններ իրենց որոշումներով կամ առաջ քաշած օրենսդրական փաթեթներով կարող են էապես խաթարել մրցակցությունը: Ուստի մրցակցության պաշտպանության խնդիրը ձեռք է բերում համապետական նշանակություն և մրցակցության քարոզչության գործընթացին պետք է ներգրավված լինեն հասարակության լայն խավերը: Նշվածի հիմնական նպատակն այն է, որ պետական մարմինները, որոնք իրավասու են որոշումներ կայացնելու, պետք է հստակ պատկերացում ունենան մրցակցային կանոնների մասին և գիտակցեն դրա կարևորությունը: Վարչական միջոցներից բացի դրան կարելի է հասնել համապատասխան դասընթացներ անցկացնելու միջոցով: Մասնավորապես, Հանձնաժողովը դասընթացներ է անցկացրել լրագրողների և գործարար աշխարհի ներկայացուցիչների համար: Սակայն դրանք բավարար չեն հասարակությունում արմատավորելու մրցակցության պաշտպանության կարևորության գաղափարը: Այսպիսով, Հայաստանում մրցակցային մշակույթը դեռևս գտնվում է ոչ բավարար մակարդակի վրա:

Հայաստանում աղքատությունը հասնում է մեծ չափերի, և որքան սահմանափակվի մրցակցությունը և նախապատվությունը տրվի փոքրաթիվ հովանավորյալներին, այդքան կփոքրանա հավանականությունը, որ աճի դրական արդյունքները հասանելի կլինեն հասարակության լայն շերտերին: 2010թ.-ին 2008թ.-ի նկատմամբ աճել է թե՛ աղքատության մակարդակը, թե՛ դրա խորությունն ու սրությունը: 2010թ.-ին բնակչության ավելի քան ամեն երրորդը՝ 35.8% , եղել է աղքատ, նրանցից մոտ ամեն հինգերորդը՝ 21.3%՝ շատ աղքատ, իսկ 3.0%-ը՝ ծայրահեղ աղքատ: Երկու տարվա ընթացքում մոտ 270 հազար մարդ դարձել է աղքատ, հասցնելով աղքատների թվաքանակը 2010թ.-ին մոտ 1.2 մլն-ի. (մշտական բնակչության ցուցանիշի հաշվով), մոտ 290 հազարը, նույն ժամանակահատվածում, դարձել են շատ աղքատ, հասցնելով շատ աղքատների թվաքանակը 694 հազարի: Միայն երկու տարվա ընթացքում մոտ 46 հազարը դարձել է ծայրահեղ աղքատ, հասցնելով ծայրահեղ աղքատների թվաքանակը 2010թ.-ին մոտ 98 հազարի: Աղքատությունը 2010թ.-ին շատ չի տարբերվում ըստ քաղաքային (35.7%) և գյուղական բնակավայրերի (36.0%)<sup>54</sup>: Միջազգային կառույցները նույնպես տվել են Հայաստանում աղքատության բարձր մակարդակի վերաբերյալ հաստատումներ. Արժույթի Միջազգային հիմնադրամի (ԱՄՀ) տեղեկատվությամբ, Հայաստանում աղքատությունը կազմել է՝ 2006թ. 26,5%, 2007թ. 25%, 2008թ. 32%, 2009թ.՝ 17,9%, 2010 թ.-ին՝ 34,1%<sup>55</sup>:

### 3.2. Մրցակցային վիճակի գնահատականը ըստ միջազգային կազմակերպությունների

Հայաստանի Հանրապետությունում տնտեսական զարգացման միտումները հանդիսանում են որպես տնտեսության ընդհանուր առաջընթացի և մրցակցային միջավայրի դինա-

54 Աղբյուրը՝ Part 1. Armenia: global economic crisis and poverty profile, labor market development in 2008-2010, National Statistical Service of the Republic of Armenia, [www.armstat.am/file/article/poverty\\_2011a\\_2.pdf](http://www.armstat.am/file/article/poverty_2011a_2.pdf), page 34

55 Աղբյուրը՝ Table 1. Armenia: Selected Economic and Financial Indicators, 2006-13, Republic of Armenia: Second Reviews Under the Extended Fund Facility and Extended Credit Facility, and Request for Modification of Performance Criteria—Staff Report; 2011 International Monetary Fund, page 15

միևնույն ժամանակ տնտեսական ցուցանիշներ: Հանրապետության մրցակցային վիճակի վերաբերյալ գնահատականներ ու դրանց վերաբերյալ համապատասխան ցուցանիշներ հրապարակվում են տարբեր երկրների ու միջազգային կառույցների ամենամյա զեկույցներում:

### *Մրցակցային միջավայրի գնահատման ցուցիչները*

Մրցակցային միջավայրի գնահատումը, դրա արդյունքների հիման վրա պետության տնտեսական քաղաքականության հիմնական վեկտորների մեջ արդյունավետ հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացումը պայմանավորված է մի շարք տնտեսական կարևորագույն ցուցանիշների արդյունավետ իրագործմամբ: Այնպիսիք, ինչպիսիք են՝ կորպորատիվ կառավարումը, կառուցվածքային ու ինստիտուցիոնալ բարեփոխումների անհրաժեշտությունը, գների ազատականացումը, ազատ ձեռնարկատիրության զարգացմանը խոչընդոտող հիմնախնդիրների վերացումը:

Ներկայումս Հայաստանում խնդրահարույց է կորպորատիվ կառավարման ոլորտը, որտեղ օրենքները, կանոնակարգերն ու կառույցները բավականին թույլ են: Թափանցիկությանն առնչվող հիմնական հարցերի, մասնավորապես՝ ընկերության ռեեստրի, հիմնադիրների ու բաժնետերերի կազմի հրապարակայնության առումով Հայաստանը ԱՊՀ երկրներում վերջին տեղերից մեկն է զբաղեցնում: Կորպորատիվ կառավարման գործառույթների զարգացման անբավարար մակարդակը նպաստում է փոքրաթիվ գործարարների գերիշխող դիրքի ամրապնդմանը և խոչընդոտում է ներդրողների շրջանում վստահության ձևավորումը: Մրցակցության բնագավառում այնպիսի սովերային բացասական երևույթներ, ինչպիսիք են՝ գործարարների միջև պայմանավորվածությունների և փոխհամաձայնությունների արդյունքում ձևավորվող փոխպարտավորությունները, շուկա նոր մասնակիցների մուտքի լուրջ արգելքներ են ստեղծում թե՛ օտարերկրյա, թե՛ տեղական ներդրողների համար:

Կենտրոնական Եվրոպայի և Բալթյան երկրների փորձը ցույց է տալիս, որ կայուն աճի տեմպերը պահպանելու համար կարևոր են այնպիսի գործոններ, ինչպիսիք են կառուցվածքային և ինստիտուցիոնալ արմատական բարեփոխումները, որոնց նպատակակետը պետք է լինի տնտեսական գործունեության մրցակցային պայմանների ստեղծումը: Անցած տարիների տնտեսական աճի բարձր տեմպերի համաշխարհային տնտեսական ճգնաժամով կտրուկ անկմամբ արձանագրումը հանգեցրեց աշխատատեղերի քանակի կրճատմանը: Մասնավոր ներդրումների թերությունները հիմնականում սովերային տնտեսության մեծ ծավալների հետևանք են, ապրանքների արտադրության ու բաշխման ոլորտներում մենաշնորհային դիրքերի պահպանման հետևանք:

### *Արժույթի Միջազգային Հիմնադրամ (IMF)*

Անդրադառնալով մամուլի հրապարակումներին, նշենք, որ ԱՄՀ-ն կիսել է Համաշխարհային Բանկի (ՀԲ) տեսակետը Հայաստանում մենաշնորհների վերաբերյալ. ԱՄՀ-ի ներկայացուցիչը տեղեկացրել է, որ Հայաստանի տնտեսությունը հսկվում է մենաշնորհների կողմից և այլ օլիգոպոլիստական կառույցների կողմից, որոնք խաթարում են երկրի

զարգացումը: Նա համաձայնվել է ՀԲ-ի ներկայացուցչի ասածի հետ, որ Հայաստանը չի կարող հաջողություններ չունենալ, քանի դեռ տնտեսության առավել շահութաբեր ճյուղերը հսկվում են կառավարության հետ սերտաճած գործարարների կողմից<sup>56</sup>:

Մրցակցության պայմանները հավասար չեն հատկապես առևտրի ու բաշխման ոլորտներում, որտեղ ստացվում են մենաշնորհային եկամուտներ, և հասարակությունը պարտադրված է, ի հաշիվ սեփական բարեկեցության, որոշակի վնասներ կրել:

Արժույթի Միջազգային Հիմնադրամի (IMF) հրապարակած տեղեկատվությամբ, Հայաստանի տնտեսության մեջ կատարված կառուցվածքային բարեփոխումների համատեքստում բիզնես միջավայրի բարելավման քայլ է համարվում էլեկտրոնային գրանցման համակարգի ներդրումը, որը էականորեն նվազեցրել է ձեռնարկությունների գրանցման ծախսերն ու ժամանակը: Հունվարից նվազեցվել է տարբեր ձեռնարկությունների գրանցման համար պահանջվող լիցենզիաների քանակությունը, ինչպես նաև միջոցառումներ են իրականացվել հեշտացնելու ծագման սերտիֆիկատների պահանջները և նվազեցնելու ժամանակը ներմուծվող ապրանքների սահմանային հատումների ժամանակ մաքսային ձևակերպումների ժամանակ: Մրցակցության պաշտպանության մասին օրենքում կատարվել են մի շարք լուրջ փոփոխություններ՝ բարձրացնելու Հանձնաժողովի դերն ու իշխանությունը, հզորացնելով ստուգումների կատարման իրավասությունների շրջանակը, կատարելագործելու մեթոդալոգիաները և բարձրացնելու տուգանքները մենաշնորհների համար<sup>57</sup>: Ի լրումն սրան, այդ փաստաթղթի մամուլի հաղորդագրության համաձայն, «Շարունակվում է կառուցվածքային օրակարգի ուղղությամբ առաջընթացը, ընդ որում բարելավման նշաններ կան գործարար միջավայրում, հիմնականում՝ ստուգումների, մրցակցության օրենսդրության, ձեռնարկատիրական գործունեության գրանցման գործընթացների և ԱԱՀ-ի վերադարձի ուղղությամբ<sup>58</sup>:

**Համաշխարհային տնտեսական ֆորում**

Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի տնտեսական գլոբալ մրցունակության հաշվետվության համաձայն, Հայաստանը զբաղեցնում է ներքևի ասնդղակը շատ Արևելաեվրոպական և ԱՊՀ երկրների շարքում: Մեր երկիրը 2010 թվականին զբաղեցրել է ընդամենը 98-րդ տեղը 139 երկրների շարքում՝ առաջ ընկնելով միայն Տաջիկստանից ու Ղրղստանից<sup>59</sup>: Մի շարք տնտեսական ցուցանիշների 2011-2012 թթ. կատարված հետազոտությունների համաձայն, Հայաստանի Հանրապետության գլոբալ մրցունակության ինդեքսը ուսումնասիրված 142 երկրների մեջ կազմել է 3.9 գործակիցը՝ զբաղեցնելով 92-րդ տեղը<sup>60</sup>: Եթե համեմատենք մեր տարածաշրջանի հարևան երկրների համապատաս-

56 Աղբյուրը՝ IMF Shares World Bank Concern About Monopolies In Armenia , Thursday, May 17, 2012 , Radio Free Europe, Radio Liberty, [www.rferl.org/content/IMF\\_Shares\\_World\\_Bank\\_Concern\\_About\\_Monopolies\\_In\\_Armenia/1871216.html](http://www.rferl.org/content/IMF_Shares_World_Bank_Concern_About_Monopolies_In_Armenia/1871216.html)  
 57 Աղբյուրը՝ IMF Country Report No. 11/178, July 2011, Washington, D.C. 20431, page 31  
 58 Աղբյուրը՝ Մամուլի հաղորդագրություն թիվ. 11/344, ԱՆՀԱԳԱԳ ՀԲԳԱԲԱԿՄԱՆ ՀԱՄԱԲ, Արժույթի միջազգային հիմնադրամ Վաշինգտոն, Կ.Օ. 20431 ԱՄՆ22 սեպտեմբերի 2011 թ ., էջ 2  
 59 Աղբյուրը՝ Armenia: An Assessment of the Real Exchange Rate and Competitiveness, Anke Weber and Chunfang Yang, 2011 International Monetary Fund, էջ 8, աղյուսակ 2  
 60 Աղբյուրը՝ The Global Competitiveness Report 2011– 2012, Editor Professor Klaus Schwab, World Economic Forum, Geneva, Switzerland 2011



խան ցուցանիշների հետ, ապա կստացվի, որ մենք զգալիորեն ետ ենք ընկնում նրանցից: Այսպես, Ադրբեջանում այս ցուցանիշը կազմելով 4.31, զբաղեցնելով 55-րդ տեղը, իսկ Վրաստանը իր 3.95 գործակցով զբաղեցրել է 88-րդ տեղը: Խոշոր երկրներից Իրանը 4.26 գործակցով զբաղեցրել է 62-րդ, իսկ Թուրքիան՝ 4.28 գործակցով 59-րդ տեղը:

- 1) Հակամենաշնորհային քաղաքականության արդյունավետության գնահատման տեսանկյունից (թե որքանով է մեր երկրում իրականացվող հակամենաշնորհային քաղաքականությունը նպաստում մցակցության զարգացմանը, և, 7 բալանոց համակարգում (7-ամենաարդյունավետ, 1-ոչ արդյունավետ)) Հայաստանն արձանագրել է 2.8 գործակիցը՝ զբաղեցնելով 138-րդ տեղը: Մեր հարևան երկրները համեմատաբար ավելի արդյունավետ գործակիցներ են արձանագրել՝ Ադրբեջանը (3.3) զբաղեցնելով 113-րդ, իսկ Վրաստանը (2.9)՝ 135-րդ տեղը:
- 2) Տեղական մրցունակության ցուցանիշով Հայաստանը զբաղեցրել է 139-րդ տեղը (3.4 արձանագրած ցուցանիշով), այն դեպքում, երբ հարևան Վրաստանը զբաղեցրել է 128-րդ (3.9), Ադրբեջանը՝ 133-րդ տեղը (3.8):
- 3) Շուկայում գերիշխանության աստիճանով Հայաստանը նույնպես խիստ բացասական ցուցանիշ ունի՝ զբաղեցնելով 133 – րդ տեղը (2.7), իսկ Ադրբեջանը՝ 82-րդ (3.5), Վրաստանը՝ 112-րդ (3.2) տեղերը:
- 4) Ներքին շուկայի չափերի ինդեքսով (համախառն ներքին արդյունք՝ գումարած ապրանքների ու ծառայությունների ներմուծում, հանած ապրանքների և ծառայությունների արտահանում) Հայաստանը զբաղեցրել է 110-րդ տեղը (2.5) կրկին ետ ընկնելով մեր հարևաններից: Ադրբեջանը զբաղեցրել է 80-րդ (3.2), Վրաստանը՝ 102-րդ (2.7) տեղը: Ուսումնասիրված 142 երկրների ցանկում, հիմնվելով նույն հետազոտության աղբյուրների վրա, և, գնահատելով այլ ցուցանիշները, որոնք ուղղակի և անուղղակի ձևով ազդում են մեր երկրում տնտեսական մրցակցության ու հակամենաշնորհային քաղաքականության վրա, Հայաստանը շատ ցուցանիշներով ետ է ընկնում՝ համալրելով հետնապահ երկրների շարքը: Այսպես, սեփականության իրավունքների պաշտպանությամբ մեր երկիրը զբաղեցրել է 95-րդ, մտավոր սեփականության իրավունքի պաշտպանության գործակցով՝ 96-րդ, կաշառքների առումով՝ 97-րդ (որի մեջ են մտնում՝ արտահանման ու ներմուծման, պետական գնումների ժամանակ պետական պայմանագրերի կնքման, տարեկան հարկային վճարումների կամ կոմունալ վճարումների համար տրվող կաշառքները), դատական անկախության առումով՝ 108-րդ, քաղաքական գործիչների էթիկայի չափանիշների հանրության կողմից վստահության աստիճանով՝ 83-րդ (2.4), մասնավոր բիզնեսի վերաբերվող վեճերի լուծման իրավական կարգավորման արդյունավետության ցուցանիշով՝ 81-րդ (3.4), ոստիկանական ծառայությունների հուսալիության ցուցանիշով՝ 105-րդ (3.5), կորպորատիվ կառավարման արդյունավետության ցուցանիշով՝ 115-րդ (4.1), փոքր բաժնետերերի իրավունքների պաշտպանության ցուցանիշով՝ 120-րդ (3.5):

### **ՄԱԿ Զարգացման Ծրագիր**

2011 թ. նոյեմբերի 2-ին Միացյալ ազգերի կազմակերպության (ՄԱԿ) զարգացման ծրագիրը հրապարակել է «Մարդկային ներուժի զարգացման ինդեքսի» 2011 թ. ամենամյա ամփոփումը: Այս ցուցանիշը միավորում է 3 ցուցանիշներ՝ բնակչության մեկ շնչին բաժին ընկնող համախառն ազգային եկամուտը (ՀԱԵ), մարդու առողջություն և կյանքի սպասվող տևողությունը: Հայաստանի «Մարդկային ներուժի զարգացման ինդեքսը» 2011 թ. գնահատվել է 0.716 միավոր, որը նախորդ տարվա ցուցանիշի հետ աճել է 0.002 միավորով: Ինդեքսի գնահատականի բարելավումը պայմանավորված է կրթության ենթահիմքի (0.035 միավորով) և համախառն ազգային եկամտի ենթահիմքի (0.024 միավորով) բարելավմամբ: Հայաստանում «Կյանքի տևողության» ենթահիմքի 2010 թ. – ի համեմատ վատացել է 0.003 միավորով:

### **Զարգացման և վերակառուցման եվրոպական բանկ**

Զարգացման և վերակառուցման եվրոպական բանկի «Կառուցվածքային և ինստիտուցիոնալ բարեփոխումների 2011 թ. ինդեքս» Հայաստանի վերաբերյալ գնահատականների համաձայն, նախորդ տարիներին Հայաստանում կառուցվածքային և ինստիտուցիոնալ առաջընթաց չի գրանցվել, այլ հակառակը, Հայաստանի ինդեքսը վատացել է 0,10 միավորով<sup>61</sup>: Կազմել է 3,8՝ ետ մնալով այնպիսի պետություններից, ինչպիսիք են Ալբանիան, Մակեդոնիան, Թուրքիան, Սլովենիան: Հայաստանի ինդեքսի վատացումը պայմանավորված է «Գների ազատականացում» ենթահիմքի նվազմամբ («4.33» միավորից իջեցվել է «4.00» միավորի), որի պատճառը, ըստ Եվրոբանկի փորձագետների, այն է, որ Հայաստանում 2010-2011թթ. ընթացքում կիրառվել են վարչական որոշ կարգավորումներ հիմնային ապրանքների գների նկատմամբ: Ըստ տնտեսության առանձին ոլորտներում իրականացված բարեփոխումների առաջընթացի, Հայաստանը ներկայումս համապատասխանում է զարգացած շուկայական տնտեսության չափանիշներին արտաքին առևտրի և արժույթային քաղաքականությունների բնագավառում: Այդ ամենի հետ մեկտեղ, Հայաստանը դեռևս դանդաղում է հետևյալ ոլորտների՝ «Կառավարում և ձեռնարկությունների վերակառուցում» (ետ մնալով Արևելյան Եվրոպայի երկրների գրեթե մնացած երկրներից՝ իր արձանագրած 2.33 ցուցանիշով), «Մրցակցային քաղաքականություն» (ետ մնալով Արևելյան Եվրոպայի երկրների գրեթե մնացած երկրներից՝ իր ունեցած 2.33 ցուցանիշով), «Ֆինանսական հատված» (ետ մնալով Արևելյան Եվրոպայի երկրների մնացած երկրներից՝ իր արձանագրած 1.93 ցուցանիշով), «Ենթակառուցվածք» և «Կորպորատիվ հատված» բարեփոխումների գործում (ետ մնալով Արևելյան Եվրոպայի երկրների գրեթե մնացած երկրներից՝ իր արձանագրած 2.50 և 2.84 ցուցանիշներով): Նշվածից կարող ենք եզրակացնել, որ Հայաստանի մրցակցային դաշտը դեռևս հետ է մնում իր զարգացման դինամիկայով՝ վկայելով այս ոլորտում տնտեսության ունեցած կարևորագույն չլուծված հիմնախնդրի մասին:

61 Աղբյուրը՝ Հայաստանի Հանրապետության Կենտրոնական բանկի հաղորդագրություն, www.cba.am

### *Index Mundi*

Միջազգային վարկանիշային կազմակերպություններից Index Mundi հայաստանյան տնտեսության խոցելի կետերից է համարել մենաշնորհները<sup>62</sup>:

#### *Եվրոպական Հանձնաժողովի գնահատականը*

Եվրոպական Հանձնաժողովի Հայաստանի վերաբերյալ Հարևանության քաղաքականության իրականացման աշխատանքային հաշվետվությունում նշվում է, որ տեղական շուկաների խթանման համար կարևոր է նպաստել մրցակցության զարգացմանը: Չնայած կառավարությունը ընդունել է մի շարք միջոցառումներ այս ուղղությամբ, սակայն այս ջանքերը պետք է ավելի ուժեղացվեն՝ խթանելու համար արտահանման դիվերսիֆիկացիան և ձևավորելու ավելի բաց և թափանցիկ առևտրի պայմաններ<sup>63</sup>:

#### *Հայաստանի մրցունակության ազգային զեկույց*

Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացման արդյունավետության գնահատման ցուցանիշներ նույնպես ներկայացվում է Հայաստանի ազգային մրցունակության զեկույցում: ՀՀ-ն տեղական մրցունակության ինդեքսով նվազել է 28 նիշով և զբաղեցրել 139-րդ տեղը: Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացման առումով նույնպես նվազել է 30 նիշով՝ զբաղեցնելով 138-րդ տեղը: Շուկայի գերիշխման աստիճանով նվազելով 22 նիշով այն զբաղեցրել է 133-րդ տեղը<sup>64</sup>:

Մրցակցային միջավայրը շուկայի արդյունավետության նախապայման է և գործարարության զարգացման կարևորագույն շարժիչ ուժ: Ձեռնարկությունների կարծիքով մրցակցության խթանման և պետական հակամենաշնորհային քաղաքականության առումով իրավիճակը գործարարության համար աննպաստ է և հանդիսանում է հիմնական թույլ կողմերից մեկը:

ՄՀԶ հետազոտության շրջանակներում գործարարների կարծիքի ուսումնասիրությունն արձանագրում է 2005թ.-ից միջավայրի վատթարացում՝ այլ երկրների համեմատությամբ: Վրաստանում և Ադրբեջանում գրանցվել են նմանատիպ զարգացումներ այս ասպարեզում:

Որքան ավելի ինտենսիվ է տվյալ ոլորտում մրցակցությունը, այնքան ավելի մեծ է գործող ընկերությունների արդյունավետությունը:

Հայաստանը վարկանիշային գնահատականներ է ստանում երկու համաշխարհային գործակալությունների՝ Fitch-ի և Moody's-ի կողմից: Այս գնահատականները հաշվի են առնվում ֆինանսական գործարքներում և հիմք հանդիսանում ներդրողների ու տնտեսվարողների համար:

62 Աղբյուրը՝ Armenia Economy Profile 2012, [http://www.indexmundi.com/armenia/economy\\_profile.html](http://www.indexmundi.com/armenia/economy_profile.html)

63 Աղբյուրը՝ 16 page, JOINT STAFF WORKING PAPER, Implementation of the European Neighbourhood Policy in 2010 Country report: Armenia, EUROPEAN COMMISSION, Brussels, 25/05/2011, SEC(2011) 639, էջ 7-8, 10

64 Աղբյուրը՝ ԱՂՅՈՒՄԱԿ 3-7: Մրցակցության միջավայր, ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱԶԳԱՅԻՆ ՄՐՑՈՒՆԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԵԿՈՒՅՑ, Կառավարման պրակտիկայի բարելավման օրակարգը 2011/2012, էջ 43

**Moody's**

Հեղինակավոր վարկանիշային Moody's միջազգային կազմակերպության գնահատումներով վարկանիշային աղյուսակում Հայաստանին տրվել է Ba2 «բացասական» վարկանիշային աստիճանը (նախորդ տարվա «կայուն» վարկանիշի փոխարեն), երբ միևնույն ժամանակ մեր հարևան պետություններից տրվել է Ադրբեջանին՝ Ba1 դրական, Վրաստանին՝ Ba3 կայուն, Ռուսաստանին՝ Baa1 կայուն, Թուրքիային՝ Ba2 դրական գնահատականները<sup>65</sup>: Moody's-ի կարծիքով՝ Հայաստանի «բացասական» վարկանիշի կանխատեսման պատճառը եվրոպական երկրների և Ռուսաստանի տնտեսական աճի դանդաղման աճող ռիսկերն են, որտեղ արտահանվում է Հայաստանի ապրանքների 58%-ը:

**Fitch**

Fitch-ի վարկանիշային աղյուսակում Հայաստանն ունեցել է BB- կայուն ցուցանիշը, այն դեպքում, երբ Ադրբեջանն ունեցել է BBB- կայուն, Վրաստանը՝ B+ դրական, Ռուսաստանը՝ BBB դրական ցուցանիշները:

**Heritage Foundation միջազգային կազմակերպություն**

Heritage Foundation ճանաչված միջազգային կազմակերպության 2012 թվականի երկրների տնտեսական ազատության ինդեքսի գնահատման հրապարակմամբ, Հայաստանը դասվել է «չափավոր ազատ» երկրների շարքում, սակայն նախորդ տարվա գնահատման համեմատ մեր երկրի դիրքը նվազել է 0,9 միավորով՝ կազմելով 68,8 միավոր: Հարևան Վրաստանից (69,4) մենք բավականին հեռու ենք ընկած, սակայն առաջ ենք «հիմնականում անազատ» երկրների շարքում դասվող Ադրբեջանից (58,9): Հայաստանի գնահատականը հիմնականում անկում է ապրել կոռուպցիայի, կառավարության ծախսերի և դրամավարկային ազատության ցուցանիշների վատթարացման արդյունքում<sup>66</sup>: Նշվում է, որ հակակոռուպցիոն քաղաքականությունը դեռևս մնում է անարդյունավետ: Մտավոր սեփականության իրավունքի պաշտպանությունը գտնվում է ցածր մակարդակի վրա: Անարդյունավետ վարչարարությունը բարձրացնում է առևտրի ծախսերը: Կառավարության ծախսերը բարձրացել են 28,9%-ով, որի հետևանքով ձևավորվել է քրոնիկ բյուջեի պակասուրդ ՀՆԱ-ի գրեթե 5% չափով իսկ պետական պարտքի չափը դարձել է ՀՆԱ-ի 40% չափ:

**Forbes**

Forbes միջազգային հանդեսի գնահատականներով Հայաստանը 2011 թվականին դասվել է աշխարհի վատագույն տնտեսություն ունեցող երկրների տասնյակում<sup>67</sup>: Կազմակերպությունն ուսումնասիրել է աշխարհի երկրների մակրոտնտեսական և այլ ցուցանիշներն ու հրապարակել 2011թ. վատագույն տնտեսություն ունեցող երկրների ցանկը:

65 Աղբյուրը՝ Moody's Credit Rating for each country, Fitch Credit Rating for each country, June 2012

66 Աղբյուրը՝ Armenia, Heritage Foundation, <http://www.heritage.org/index/country/armenia>

67 Աղբյուրը՝ The World's Worst Economies, 7/05/2011, <http://www.forbes.com/sites/danielfisher/2011/07/05/the-worlds-worst-economies/>

Ըստ այդ ցանկի, առաջին տեղում Մադագասկարն է, 2-րդում՝ Հայաստանը, 3-րդում՝ Գվինեան: Ըստ այդ գնահատականի, ճգնաժամից հետո Հայաստանը չի կարողանում վերականգնվել. 2009-ին ՀՆԱ-ն 15%-ով անկում է ապրել, մոտ 7% գնաճ կա և այլն: Եվ սա այն դեպքում, երբ **Forbes- ի ներկայացրած 2010թ. ցուցակում Հայաստանն ընդհանրապես ընդգրկված չի եղել:** Նախորդ տարի աշխարհի վատագույն տնտեսություն ունեցող երկրներն էին համարվել առաջինը Ջիմբաբվեն, հետո՝ Կոնգոն:

### *Freedom House*

Freedom House միջազգային վարկանիշային կազմակերպության գնահատումներով, 2011 թվականին ԱՊՀ անդամ պետությունների շարքում Հայաստանն ազատության վարկանիշով հայտնվել է մասամբ ազատ երկրների աստիճանակարգում՝ արձանագրելով քաղաքական իրավունքի 6 և քաղաքացիական ազատության 4 միավոր: ԱՊՀ անդամ պետություններից մեր երկրին իրենց վարկանիշերով գերազանցում են Ուկրաինան և Մոլդովան, որոնք հայտնվել են կրկին մասամբ ազատ երկրների ցուցակում: Այդ ցուցակում է նաև Ղրղզստանը: ԱՊՀ մնացյալ բոլոր պետությունները, ըստ զեկույցի փորձագիտական գնահատականների, գտնվում են ոչ ազատ երկրների աստիճանակարգում: Մասամբ ազատ երկրներ են համարվում նաև ՀՀ հարևան պետությունները՝ Թուրքիան և Վրաստանը: Կազմակերպության 2010թ. զեկույցի համադրությամբ Հայաստանի վարկանիշը՝ իր երկու ենթացուցիչներով հանդերձ, պահպանել է նախորդ արդյունքները: Անփոփոխ է մնացել նաև Ադրբեջանի ցուցանիշը, որն իր վարկանիշով 2010թ. զեկույցում կրկին դասվում էր անազատ պետությունների շարքին: Ինչ վերաբերում է Վրաստանին, ապա 2010թ. համեմատ այդ երկիրը բարելավել է իր ցուցանիշը միայն քաղաքացիական ազատության ենթացուցչով՝ 4 միավորի փոխարեն արձանագրելով 3 միավոր: Այնուհանդերձ, Վրաստանը, ըստ զեկույցի գնահատականների, շարունակում է հանդիսանալ մասամբ ազատ երկիր: Անդրադառնալով ընթացիկ տարվան, նշենք, որ 2012թ. զեկույցում ԱՊՀ տարածքի երկրների կտրվածքով, որպես կանոն, պահպանվել են 2011թ. արձանագրված ցուցանիշները: ԱՊՀ անդամ պետություններից մասամբ ազատ են համարվել Մոլդովան, Ուկրաինան, Հայաստանն ու Ղրղզստանը: Մնացյալ պետությունները գտնվում են ոչ ազատ երկրների աստիճանակարգում: ԱՊՀ տարածքում իր վարկանիշով մեր երկիրը զբաղեցնում է 3-րդ հորիզոնականը. նույնքան ընդհանուր միավորներով է ներկայանում նաև Ղրղզստանը<sup>68</sup>:

68 Աղբյուրը՝ FREEDOM HOUSE. «ԱԶԱՏՈՒԹՅԱՆ ՎԱՐԿԱՆԻՇՆ ԱՇԽԱՐՀՈՒՄ» 2011-2012ԹԹ. ԶԵԿՈՒՅՑՆԵՐԸ

## 4. Հայաստանում մրցակցության պաշտպանության քաղաքականության հետևանքները և շուկաների վիճակը

4.1 *Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի գործունեությունն ու հաշվետվությունները*

4.2 *Շուկաների վիճակը: Առանձին շուկաների համառոտ պատկերն ու վերլուծությունը*

### 4.1 Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի գործունեությունն ու հաշվետվությունները

Հանձնաժողովի գործունեության վերաբերյալ բավականին լավ պատկերացում են տալիս վերջինիս կողմից հարապարակվող՝ Օրենքով նախատեսված տարեկան ծրագրերն ու հաշվետվությունները: Միջազգային կազմակերպությունների գնատահատականների և հասարակության գործարար ու սպառողական հատվածի անմիջական ընկալման հետ մեկտեղ, նշված փաստաթղթերը թերևս հիմնական ամփոփ և քիչ թե շատ ամբողջական պատկերն են տալիս Հայաստանում մրցակցային իրավիճակի և շուկաների մասին:

Հանձնաժողովն իր 2011 թվականի տարեկան գործունեության ծրագրի մեջ նշում է, որ «...ուսումնասիրված ապրանքային շուկաները մեծամասամբ բարձր և միջին կենտրոնացված են, ցածր կենտրոնացված շուկաներ հազվադեպ են հանդիպում:»:

Ստորև ներկայացված են նախկինում ուսումնասիրված մի շարք ապրանքային շուկաների մրցակցային իրավիճակը բնութագրող առանձին ցուցանիշների դինամիկան:

Ապրանքային շուկայի անվանումը	Ապրանքային շուկայի մասնակիցների թիվը		Ապրանքային շուկաների կենտրոնացվածության աստիճանը			
			Տոկոսը		աստիճանը	
	նախորդ ուսումն.	վերջին ուսումն.	նախորդ ուսումն.	վերջին ուսումն.	նախորդ ուսումն.	վերջին ուսումն.
1 «Ցորենի ալյուր»	43	51	78.9	87.6	բարձր	բարձր
2 «Շաքարավազ»	21	6	99.9	100.0	բարձր	բարձր
3 «Կարագ»	23	20	84.1	67.6	բարձր	միջին
4 «Հավի ձու՝ կճեպով»	12	6	85.9	80.6	բարձր	բարձր
5 «Մառեցրած ձկներ»	11	20	72.3	62.3	բարձր	միջին
6 «Բրինձ»	19	28	66.6	62.8	միջին	միջին
7 «Մարդատար ավտոմեքենաների նոր անվադողեր»	60	36	46.6	66.7	միջին	միջին
8 «Բենզին»	7	5	89.9	93.9	բարձր	բարձր
9 «Դիզելային վառելիք»	11	7	76.3	95.1	բարձր	բարձր
Ապրանքային շուկաների մասնակիցների ընդհանուր թիվը	207	179				

Աղբյուրը՝ Հանձնաժողովի 2011 թվականի տարեկան գործունեության ծրագիր, էջ 8

Բերված աղյուսակում նկատվում է շուկայի մասնակիցների թվի նվազում: Եթե նախորդ ուսումնասիրության արդյունքում բոլոր ապրանքային շուկաներում մասնակիցների թիվը կազմում էր 207 տնտեսվարող սուբյեկտ, ապա 2011-ի ուսումնասիրության արդյունքներով՝ կազմել է 179 տնտեսվարող սուբյեկտ: Եթե հաշվի առնենք, որ բերված ապրանքային շուկաների թվում են նաև այսպես կոչված համակարգաստեղծ կամ տնտեսության բոլոր ճյուղերի վրա այս կամ այն չափով ազդող ապրանքների շուկաները (բենզին, դիզվառելիք), ինչպես նաև առաջին անհրաժեշտության սննդամթերք, ապա կարելի է փաստել, որ մրցակցային իրավիճակը հեռու է բավարար համարվելուց:

Ինչպես վերևում արդեն նշվել է, 2011 թվականը Հանձնաժողովի գործունեության համար իսկապես շրջադարձային՝ որակապես նոր փուլ մտնելու ժամանակշրջան էր: Օրենքում կատարված փոփոխությունների ուժի մեջ մտնելու հետ միասին, դեռևս նախորդող տարվանից սկսված կադրային, կառուցվածքային ու որպես դրանց տրամաբանական շարունակություն աշխատանքի կազմակերպման բնագավառի փոփոխություններն անմիջականորեն անդրադարձան Հանձնաժողովի գործունեության ամփոփ ցուցանիշների վրա: Ստորև ներկայացված են Հանձնաժողովի գործունեության որոշ ամփոփ ցուցանիշներ:

	2008	2009	2010	2011
Պատասխանատվության ենթարկելու վերաբերյալ որոշումներ /հատ/	31	31	107	197
Նշանակված տուգանք / մլն դրամ/	9	10	37	351

2011-ին՝ ի տարբերություն նախորդ տարիների, կտրուկ ավելացել է տնտեսվարող սուբյեկտների համակենտրոնացումների քննարկման դեպքերը: Համեմատելով 2008-2011 թվականների Հանձնաժողովի կողմից իրականացված աշխատանքները, կարելի է փաստել, որ եթե 2008-ին Հանձնաժողովը կայացրել էր տնտեսվարող սուբյեկտներին պատասխանատվության ենթարկելու 31 որոշում, ապա 2011 թվականին այդ ցուցանիշը կազմել է 197: Ինչ վերաբերում է կիրառված ֆինանսական տուգանքների բացարձակ մեծություններին, ապա միայն 2011 թվականի ընթացքում տնտեսվարող սուբյեկտները հակամրցակցային գործողությունների համար տուգանվել են մոտ 351 միլիոն դրամի չափով, որից նույն տարում պետական բյուջե է մուծվել 229 միլիոն դրամ: Սրանով հանդերձ պետք է նշել, որ առանձին դեպքերում կիրառված տուգանքները համադրելի չեն պատասխանատվության ենթարկվող տնտեսվարող սուբյեկտների մասշտաբներին՝ բացարձակ թվով անհամեմատ մեծ տուգանքի կարող է ենթարկվել տնտեսության ճյուղում ակնհայտ գերիշխող դիրք գրավող խոշոր ընկերությունը, որի տնտեսական հզորության և շահույթի նկատմամբ նշանակված գումարը կարող է կազմել չնչին մեծություն, միաժամանակ բացարձակ թվով ոչ այնքան մեծ տուգանքի կարող է ենթարկվել ընկերություն, որի մասշտաբների և շահույթի համեմատ նշանակված տուգանքը կազմում է անհամեմատ մեծ և, հետևաբար, ավելի շատ է «ցավեցնում» փոքր սուբյեկտին: Մյուս կողմից չպետք է մոռանալ՝ միայն ֆիսկալ ցուցանիշները չեն կարող մրցակցային մարմնի գործունեության արդյունավետության իրական պատկերը ներկայացնել:

Հանձնաժողովի 2011 թվականի հաշվետվությունից երևում է, որ բավական ծավալուն աշխատանք է կատարվել հանձնաժողովի կողմից իր գործառույթների ամենատարբեր ուղղություններով, սակայն ի տարբերություն նախորդ տարիների հաշվետվությունը չի պարունակում իրականացված մրցակցային քաղաքականության և վարչարարության հետևանքների ամփոփ գնահատականները, տարբեր շուկաների իրավիճակի ներկայացումը բացակայում է: Օրինակ 2011-ին ուսումնասիրություն է իրականացվել պարենային և ոչ պարենային ապրանքների շուրջ 20 ապրանքային շուկաներում, այդ թվում այնպիսի ապրանքային շուկաներում ինչպիսիք են «Շաքարավազ», «Հավի ձու՝ կճեպով», «Ցորենի ալյուր», «Ազոտական պարարտանյութեր (ամոնիումային սելիտրա)», «Բենզին» և «Դիզելային վառելիք» ապրանքային շուկաները: Սակայն չի նշվում, թե հաշվետու տարվա դրությամբ ինչպիսին են համապատասխան շուկաների վիճակները, կենտրոնացվածությունը, հիմնական ցուցանիշների դինամիկան նախորդ տարիների համեմատ և այլն, ինչպես դա կարող ենք տեսնել, օրինակ, 2008, 2007 թվականներին: Հանձնաժողովի նախորդ տարիների հաշվետվությունները առանձին դեպքերում բովանդակել են նաև տնտեսական և մրցակցային քաղաքականության վերաբերյալ որոշ վերլուծական դիտարկումներ, ինչը սակայն հետագա տարիներին բացակայում է:<sup>69</sup> Այնինչ, նմանատիպ անդրադարձերը, կարծում ենք, որ պետք է դառնան երկրի ֆինանսա-տնտեսական ոլորտի այլ պատասխանատու կառույցների կողմից քաղաքականությունների մշակման, վարչարարական և կազմակերպչական աշխատանքների համար ազդակներ: Ավելին, ինչպես արդեն նշել ենք, օրենքի համաձայն Հանձնաժողովի խնդիրներից են հանդիսանում ձեռնարկատիրության զարգացման նպատակով տնտեսական մրցակցության պաշտպանումն ու խրախուսումը, բարեխիղճ և ազատ մրցակցության համար անհրաժեշտ միջավայրի ապահովումը: Իր այս խնդիրներն իրականացնելու համար Հանձնաժողովը իրականացնում է, մասնավորապես, հետևյալ գործառույթները՝ մասնակցում է տնտեսական մրցակցության զարգացումը և այդ բնագավառում պետական քաղաքականությունը կարգավորող իրավական ակտերի մշակմանը և դրանց սահմանված կարգով ներկայացմանը, համագործակցում է պետական մարմինների հետ, նրանց հետ կնքում է

69 Օրինակ, Հանձնաժողովի 2004 թվականի տարեկան գործունեության ծրագրում կարդում ենք. «...

Միաժամանակ պետք է նշել, որ այն ապրանքային շուկաներում որտեղ մրցակցությունը բավարար զարգացած չէ, հայրենական արտադրանքը մրցունակ չէ: Այդպիսի ապրանքներն արտադրվում են խոշորածավալ և երկրի տնտեսությունում մեծ տեսլարար կշիռ ունեցող այն արտադրություններում, որոնք ունեն հիմնական միջոցների մաշվածություն և գզալի աստիճան: Վիճակը հաղահարելու, միջազգային շուկաներում մրցունակ դառնալու համար անհրաժեշտ են մեծածավալ ներդրումներ, մինչդեռ կատարվող ներդրումները բավարար չեն: Արտադրության նշված ոլորտներում վերագլխման և տեխնիկական հագեցվածության անբավարար վիճակի պատճառներից մեկն էլ բանկերի վարկային քաղաքականությունն է: Անհրաժեշտ են հետզման երկարաժամկետ լազ ունեցող վարկեր՝ ներդրումներ իրականացնելու համար, որոնք գործնականում չեն տրամադրվում: Մյուս կողմից էլ, տրամադրվող վարկերի առավելագույն գումարը բավարար չէ արդիական տեխնոլոգիաներ և սարքավորումներ գնելու համար, ինչի պատճառով գործարարները ստիպված են գնել արդեն իս ոչ ժամանակակից սարքեր: Ինչպես վկայում է ՀՀ ԿԲ-ի հաշվետվությունը, 2002թ. գրագվել է բանկերի կողմից տնտեսությանը վարկերի տրամադրման ընդամենը 2.6% աճ: Կարելի է արձանագրել, որ բանկային համակարգի կողմից տնտեսության իրական հատվածի վարկավորման գործընթացը համադրելի չէ տնտեսական աճի տեմպերի հետ, և բանկային համակարգը պասիվ կերպով է մասնակցում տնտեսության զարգացման գործընթացին:» (<http://www.competition.am/uploads/resources/ARMPProgram2004.pdf>):



իր իրավասությանն առնչվող հարցերի վերաբերյալ հուշագրեր, համագործակցության մասին այլ համաձայնագրեր: Օրինակ, փաստ է, որ դրամի արժևորումը և գների չափազանց բարձր մակարդակը հետևանք է նաև ՀՀ տնտեսության բարձր կենտրոնացվածության և ներմուծողների կողմից իրենց եկամուտների մակարդակը պահպանելու ցանկության: Միաժամանակ, Կենտրոնական բանկի կողմից վարվող դրամավարկային քաղաքականությունը ոչ միայն չի զսպում բարձր գնաճը, այլև չի նպաստում տնտեսական աճին: Սոցիալ-տնտեսական ներկա վիճակը ցույց է տալիս, որ միայն մակրոտնտեսական կարգավորման միջոցով տնտեսական զարգացման հասնելն իրատեսական չէ: Տնտեսական մրցակցությունն ու մրցակցային միջավայրը այնքան նուրբ և բազմաշերտ երևույթներ են, որ միայն մեկ մարմնի գործունեության ծրագրի շրջանակներում և միակողմանի ջանքերով հնարավոր չէ հասնել նպատակին, ավելին, եթե չներդրվեն էկոնոմիկայի, դրամավարկային քաղաքականության, պետական գնումների համար պատասխանատու լիզոր կառույցների համատեղ ջանքեր ուղղված մրցակցային անհրաժեշտ միջավայրի ապահովմանը, չլինի սովերի դեմ էական պայքարի կամքը՝ Հանձնաժողովի ահռելի ջանքերն ու պետության կողմից այս կառույցի «տակ» ներդրվող ռեսուրսներն ուղղակի կիրառելու: Այնինչ այսօր, Հայաստանի ֆինանսական համակարգում համեմատաբար ազդեցիկ ենթահամակարգ հանդիսացող բանկային ոլորտը անտեսում է ֆինանսական շուկայի այլ ենթահամակարգերի նպատակներն ու շահերը՝ սահմանափակելով մրցակցության ճանապարհով այս շուկաների զարգացման հնարավորությունները, վերջին հաշվով, հանգեցնելով նույն բանկային համակարգի սահմանափակվածությանը:<sup>70</sup>

Հանձնաժողովի տարբեր տարիների հաշվետվությունների ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս ուրվագծել մի միտում, համաձայն որի հանձնաժողովի գործունեության համեմատաբար վաղ ժամանակաշրջանում ուսումնասիրվող ապրանքային շուկաներն առավել խոշորացված ապրանքային խմբեր էին ներկայացնում, ի տարբերություն վերջին տարիներին ուսումնասիրությունների համար առանձնացվող ապրանքային շուկաների (օրինակ ներկայիս «Լուծվող սուրճ», «Հատիկավոր սուրճ», «Աղացած սուրճ» ապրանքային շուկաներն ըստ էության նախկին տարիներին դիտարկվել են որպես մեկ՝ «Սուրճ» ապրանքային շուկա, նույնը վերաբերում է նաև նախկին «Դեղեր» ապրանքային շուկային, որն այժմ հանդես է գալիս տարբեր խմբերի և գործածության դեղեր ներկայացնող առանձին ապրանքային շուկաներով): 2010 և դրան նախորդող տարիների հաշվետվությունների մեջ առանձին ապրանքային շուկաների մասով մենք կարող ենք տեսնել դրանց ֆիզիկական ծավալները, այնինչ արդեն 2011-ին մենք այդպիսի ցուցանիշների ուղղակի չենք հանդիպում հաշվետվության մեջ: Այս մասով հարկ ենք համարում նշել, որ հնարավոր է սա պայմանավորված լինի մի քանի հանգամանքով, նախ, համապատասխան հաշվարկ իրականացնողները ելնելով նախորդ տարիների փորձից ուղղակի հասկանալով, որ շատ դեպքերում օբյեկտիվ ծավալներ հնարավոր չէ ամրագրել (տարբեր

70 Հ.Յ.Գ. պատգամավորական խմբակցության տեսակետը Հայաստանի Հանրապետության կառավարության վարած սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության և 2012 թվականի պետական բյուջեի վերաբերյալ, 07 դեկտեմբերի 2011թ.

պատճառներից ելնելով՝ սովեր, մեթոդաբանության և տեղեկատվության միասնակա-  
նության հետ կապված հարցեր), խուսափել են տալ ապրանքային շուկայի ծավալը, մյուս  
կողմից՝ ուսումնասիրված շուկաների առանձնահատկություններից ելնելով նպատակա-  
հարմար չի համարվել ներկայացնել դրանց ֆիզիկական ծավալները:

Թեև մրցակցային մարմնի աշխատանքների կազմակերպման համար ձեռքբերվող  
և մշակվող տեղեկատվության առումով առկա է էական առաջընթաց, այնուամենայնիվ  
պետք է նշել, որ դեռևս կան լուրջ խնդիրներ համակարգված ձևով, համադրելի ձևաչա-  
փով և մշակման համար դյուրին ոլորտային տեղեկատվության ստացման և դրանց հի-  
ման վրա վերլուծությունների իրականացման հարցում:

## 4.2 Շուկաների վիճակը: Առանձին շուկաների համառոտ պատկերն ու վերլուծությունը

Արդար և մրցակցային միջավայրի բացակայությունը տնտեսության ամենատարբեր  
հատվածներում, ինչպիսին է՝ հիմնական ապրանքների, այդ թվում շաքարի, հացահա-  
տիկի, վառելիքի ներմուծումը, լայնորեն ընդունվում է որպես Հայաստանի տնտեսության  
ամենահիմնական մարտահրավերներից մեկը: Որոշակի գործարար խմբերի գերիշխող  
դիրքն այս հատվածում վերագրվում է կառավարության բարձրաստիճան պաշտոնյանե-  
րի հետ նրանց ունեցած սերտ անձնական կապերին: Այս ամենին զուգահեռ, կառավարու-  
թյունը քայլեր է ձեռնարկում ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետա-  
կան հանձնաժողովի ինստիտուցիոնալ կարողությունների ամրապնդման ուղղությամբ:  
Սակայն հարկ է նշել, որ այս ջանքերը կդատապարտվեն ճախողման, քանի դեռ չի լուծվել  
մրցակցային դաշտը խաթարող ամենակարևոր գործոններից մեկը՝ տնտեսության սովե-  
րային հատվածի խնդիրը: Վերջինիս դեմ պայքարը դուրս է հանձնաժողովի լիազորու-  
թյունների շրջանակից: Բացի դա, առկա խաղի ոչ ֆորմալ կանոնները ուղղակի թույլ չեն  
տալիս հանձնաժողովին արդյունավետ աշխատել: Դրա վկայությունն է 2009-ին հանձնա-  
ժողովի կողմից սկսած պայքարը դեղերի շուկայում առկա հակամրցակցային համաձայ-  
նությունների դեմ, երբ արդյունքում պատժվեցին յոթ խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտներ,  
ինչը աննախադեպ երևույթ էր հանձնաժողովի պատմության մեջ, սակայն արդեն 2010  
թվականին հանձնաժողովի նոր ղեկավարությունը նախորդի կայացրած որոշումը չեղյալ  
համարեց:<sup>71</sup> Մեծ սովերային տնտեսության առկայությունը շուկան թերի է ներկայացնում և  
ստեղծվում են բարենպաստ պայմաններ ընտրյալ տնտեսավարող սուբյեկտների համար:

### *Գերիշխող դիրք ունեցող փնտեսավարող սուբյեկտները և շուկաների համակենտրոնացվածությունը*

Ստորև բերվող աղյուսակը պատկերում է անցած ժամանակաշրջանում Հանձնաժո-  
ղովում գրանցված գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների և ապրան-  
քային (ծառայությունների) շուկաների քանակը, որոնցում գործել են այդ սուբյեկտները:

71 «ԱՅԱՍՍԱՆ 2008. ԱՆՈՐՈՇՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԻ» էջ 67,68, «Սիվիլիթաս» հիմնադրամ, Երևան, «ԱՅԱՍՍԱՆ 2010.  
ԱՆՈՐՈՇՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԻ» էջ 63, «Սիվիլիթաս» հիմնադրամ, Երևան

Տարեթիվ	Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտներ	Ապրանքային շուկաներ գերիշխող դիրք ունեցող սուբյեկտներով
Գրանցվել են 2002-ին	21	
Գրանցվել են 2003-ին	10	14
Գրանցվել են 2004-ին	12	38
Գրանցվել են 2005-ին	23	
01.07.2006-ի դրությամբ	42	65
01.01.2007-ի դրությամբ	60	84
01.01.2008-ի դրությամբ	71	92
01.01.2009-ի դրությամբ	78	

2011 թվականի օրենսդրական փոփոխություններից հետո գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների կենտրոնացված գրանցամատյանի (ռեեստրի) վարման պահանջը վերացել է: Չնայած դրան, կարծում ենք, որ մրցակցային մարմինն այսուհետ ինչ-որ կերպ պետք է հաշվառի ու դասակարգի գերիշխող դիրք ունեցող սուբյեկտներին, որպեսզի կարողանա վերջիններիս վարքագծի և տնտեսական գործունեության ցուցանիշների մշտադիտարկում իրականացնել: Հաջորդ աղյուսակում ներկայացված են Հանձնաժողովի գործունեության ընթացքում ուսումնասիրված ապրանքային շուկաների հիմնական խմբերը:

ԸՆԳԱՄԵՆԸ ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՎԱԾ ՇՈՒԿԱ (տնտեսավարող սուբյեկտ <sup>72</sup> )	Համակենտրոնացվածության աստիճանը	2004	2007	2011
		46 (1184)	93 (1971)	19 (248)
որից, %	բարձր	67,4	61,3	89,5
	միջին	21,7	33,3	10,5
	ցածր	10,9	5,4	0
<b>Շուկաների ոլորտային խմբավորումները</b>				
ՄՆՆ-ԴԱՄԹԵՐՔԻ շուկաներ	100 %	15 (505)	33 (850)	13 (209)
	բարձր	66,7	69,7	92,3
	միջին	13,3	24,2	7,7
	ցածր	20	6	
ՎԱՌԵԼԻՔԻ շուկաներ		4 (50)	4 (19)	-
	բարձր	75	75	
	միջին	25	25	
	ցածր			
ԽՄԻԶՔԻ շուկաներ		4 (89)	6 (140)	-
	բարձր	75	50	
	միջին	25	33,3	
	ցածր		16,6	
ԿԵՆՑԱԳԱՅԻՆ ՊԱՐԱԳԱՆԵՐԻ շուկաներ		7 (352)	5 (225)	-
	բարձր	14,3	20	
	միջին	57,1	80	
	ցածր	28,5		
ՇԻՆԱՆՅՈՒԹԻ շուկաներ		7 (162)	6 (70)	4 (25)
	բարձր	71,4	66,7	75
	միջին	28,6	33,3	25
	ցածր			
ԾԽԱԽՈՏԻ շուկաներ		2 (19)	2 (19)	-
	բարձր	100	100	
	միջին			
	ցածր			
ՏՐԱՆՍՊՈՐՏԻ /ԿԱՊԻ/ շուկաներ		3 (3)	5 (5)	-
	բարձր	100	100	
	միջին			
	ցածր			

ԲՆԱԿԱՆ ՄԵՆԱՇՆՈՐՀՆԵՐԻ շուկաներ	բարձր	-	<b>6 (10)</b>	<b>1 (3)</b>
	միջին		100	100
	ցածր			
ԱՎՏՈՄԵՔԵՆԱՆՆԵՐԻ շուկաներ	բարձր	-	<b>3 (136)</b>	-
	միջին		100	
	ցածր			
ԴԵՂՈՐԱՅՔԻ շուկաներ	բարձր	-	<b>10 (260)</b>	-
	միջին		100	
	ցածր			
ԿԵՆՑԱՂԱՅԻՆ ՏԵԽՆԻԿԱՅԻ շուկաներ	բարձր	-	<b>5 (184)</b>	-
	միջին		40	
	ցածր		60	
ԱՅԼ շուկաներ	բարձր	<b>4 (4)</b>	<b>8 (53)</b>	<b>1 (11)</b>
	միջին	100	62,5	100
	ցածր		25	

Այստեղ ներկայացված է շուկաների պատկերը 2004, 2007 և 2011 թվականների դրությամբ, որոնք հնարավորինս համապատասխանում են Հայաստանում հակամենաշնորհային օրենսդրության կայացման ու զարգացման՝ մեր կողմից առանձնացված երեք փուլերին: Պետք է նշել սակայն, որ նշված բոլոր ժամանակաշրջաններում շուկաների համակենտրոնացվածության աստիճանը էական փոփոխությունների չի ենթարկվել և ունենալով ցածր համակենտրոնացվածությամբ շուկաների նվազագույն քանակ՝ մնացել է «կայուն բարձր» համակենտրոնացվածության: Այսպես, դիտարկվող ժամանակահատվածում 158 շուկաներից համակենտրոնացվածության ցածր աստիճան են ունեցել միայն 10-ը կամ 6,3%-ը: Փոխարենը այդ շուկաների ավելի քան 66%-ը եղել են բարձր համակենտրոնացված: Ինչպես երևում է աղյուսակից բնական մենաշնորհների, տրանսպորտի և կապի, ծխախոտի և ավտոմեքենաների ուսումնասիրված շուկաներում տիրում է բացարձակ բարձր՝ 100 տոկոսանոց համակենտրոնացվածության աստիճան: Բարձր համակենտրոնացվածության իրենց ցուցանիշներով սրանց անմիջապես հաջորդում են սննդամթերքի և վառելիքի շուկաները:

### Բնական մենաշնորհներ

Այստեղ շուկա որպես այդպիսին չկա: Բնական մենաշնորհների կողմից մատուցվող ծառայությունների և իրացվող ապրանքների գները ըստ էության ձևավորվում են մենատիրոջ և ՀՀ հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի «բանակցությունների» արդյունքում, ինչն էլ տրամաբանական և «բարոյական» հող է նախապատ-

72 Կան դեպքեր, երբ նույն տնտեսավարող սուբյեկտը գործում է մի քանի ապրանքային շուկայում. այս դեպքում տնտեսավարող սուբյեկտները հաճախ կրկնվում են, երբ մրցակցային մարմինն ուսումնասիրության համար դիտարկում է հնարավորինս մանրացված-դետալացված շուկա, օրինակ «Անզգայացնող դեղեր»-ի շուկայում գործող տնտեսավարող սուբյեկտները, որպես կանոն գործում են նաև դեղորայքային այլ շուկաներում, նույնը կարելի է ասել նաև կենցաղային տեխնիկա խոշորացված խումբը ներկայացնող տարբեր կենցաղային սարքավորումների շուկաներում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների վերաբերյալ:

րաստում շուկայում կամ ավելի ճիշտ տնտեսությունում հետագա իրավիճակի ստեղծման համար: Եթե հաշվի առնենք, որ բնական մենաշնորհները ներկայացնում են որպես կանոն համակարգաստեղծ և տնտեսության գրեթե բոլոր ճյուղերում ինքնարժեք ձևավորող կայուն գործոն, ապա կարելի է պատկերացնել, թե ինչ է նստում սպառողի և երկրի տնտեսության վրա գազամատակարարման և գազաֆիկացման, ջրամատակարարման և ջրաֆիկացման, էլեկտրամատակարարման և էլեկտրաֆիկացման, երկաթուղային համակարգերում ստեղծված իրավիճակը, այդ համակարգերի՝ մեղմ ասած անարդյունավետ գործունեությունն ու այդ գործունեության անորակ պետական վերահսկողությունը: Իհարկե իրավիճակը կարող էր ավելի վատը լինել ու չի կարելի ժխտել այդ համակարգերի ու դրանցում գործունեություն ծավալող բազում պրոֆեսիոնալների գերկարևոր դերը տնտեսության և անվտանգության գործում: Սակայն հաշվի առնելով ԲՄ նշանակությունը մեր տնտեսության համար առավել կարևոր է կենտրոնանալ ԲՄ թերությունների վրա: Շատ է նշվել այն օրինակը, որ բջջային և ինտերնետ կապի ոլորտում 2-րդ, իսկ այնուհետև 3-րդ օպերատորի մուտքը ինչ ազդեցություն ունեցավ կապի որակի, հասանելիության և գների վրա: Սակայն այսօր գազի, ջրի, էլեկտրաէներգիայի բնագավառներում առանց հաշվի առնելով սպառողների վճարունակությունը, բարձրանում են սակագները և կորուստները: Թվարկված ԲՄ համակարգում գործող ընկերությունները թեև հանդիսանում են Հայաստանի առաջատար կազմակերպություններից, գտնվում են խոշոր հարկ վճարողների ցանկում, այնուամենայնիվ դրանցում, ինչպես նաև վերջիններիս արբանյակ կազմակերպություններում իրենց կողմից մատուցվող ծառայությունների ու ապրանքների գներին զուգահեռ հաճախ գործում են նաև ոչ ֆորմալ վճարումների համակարգեր, ինչպես նաև կոռուպցիոն պայմանավորվածություններ, որոնք հիմնականում պայմանավորված են այդ ընկերությունների մենաշնորհի դիրքերով: Թե պետական մարմինները, թե հասարակությունը համոզված են, որ ԲՄ աշխատում են ցածր արդյունավետության, կորուստների բարձր մակարդակի, անվերահսկելի ինքնարժեքի պայմաններում: Մասշտաբի էֆֆեկտը (արդյունավետությունը) Հայաստանի բնական մենաշնորհների պարագայում ավելի շատ հիշեցնում է մասշտաբի անարդյունավետություն:

**ՀԱՅՈՒՈՒՍԳԱԶԱՐԴ** – արդեն մի քանի տարի է չեն դադարում բնակչությանը մատակարարվող գազի որակի (կալորիականության) վերաբերյալ քննարկումները սպառողների, գործարարների, ԶԼՄ-ների ու կառավարական շրջաններում: Արտադրական նպատակներով առևտրային կազմակերպություններին մատակարարվող գազի բնագավառում խնդիրներ կան գազի որակի և սպասարկման վճարների հաշվարկման հետ կապված: «Էյ Ի Ջի սերվիս»-ը որն իրենից ըստ էության ներկայացնում է այս ոլորտում արհեստական ստեղծված մենաշնորհ ընկերություն, գործնականում դուրս է ինչպես շուկայի, այնպես էլ Հանրային ծառայությունները կարգավորող և Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովների վերահսկողության շրջանակներից: Գազի մատակարարման և սպառման բնագավառում խնդիրները հիմնականում հանգում են

գազի որակի և հաշվառող սարքերի փորձաքննությունների արժանահավատությանը, սակագների սահմանման հիմնավորվածությանը, սակագնային քաղաքականության անկանխատեսելիությանը, գին/որակ հարաբերակցության անորոշությանը: Գազի բնագավառում փորձաքննություններ իրականացնող լաբորատորիաները գտնվելով նույն համակարգի ներսում և կրկին մենաշնորհ դիրքերում, ըստ էության, «ջուր են լցնում գազմատակարարող և սպասարկող կազմակերպությունների ջրաղացին»<sup>73</sup>: Նշված խնդիրներն ու անորոշությունը առնվազն կենցաղային ջեռուցման բնագավառում հնարավորություն չեն տալիս սպառողին կողմնորոշվելու, օրինակ, էլեկտրականության և գազի միջև, ինչը, կարծում ենք, ևս պարունակում է սպառողների իրավունքների խախտման տարրեր: Այստեղ խնդիրներ կան նաև սպասարկման ծառայությունների ինքնարժեքի հաշվարկման, չհիմնավորված բարձր սպասարկման վճարների հաշվարկման մեթոդաբանության, հանրապետությունից բացակայող բաժանորդների մասով կատարվող ծախսերի առումով:

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԷԼԵԿՏՐԱԿԱՆ ՑԱՆՑԵՐԸ, ԵՐԵՎԱՆ ՋՈՒՐԸ, ՀԱՅՋՐՄՈՒԿՈՅՈՒՂԻՆ, ՀԱՐԱՎԿՈՎԿԱՍՅԱՆ ԵՐԿԱԹՈՒՂԻՆ** - հիմնականում գործելով ոչ արդյունավետ կառավարման համակարգում վայելում են մենաշնորհ դիրքի առավելությունները, թեև այս ընկերությունների սակագների ձևավորման մեջ իր էական դերակատարությունն ունեն վերջիններիս կողմից կատարվելիք ներդրումային հաշվարկները, այնուամենայնիվ բնական մենաշնորհները թերանում են սեփականաշնորհման կամ կոնցեսիոն պայմանագրերով ստանձնած ներդրումային ծրագրերի իրականացման հարցում, ինչին իրենց հերթին նպաստում են պետական լիազոր մարմինների անարդյունավետ գործունեությունը և հասարակական թույլ հսկողությունը: Այս բնագավառներում լուրջ ներդրումային ծրագրեր և ենթակառուցվածքների տեսանկյունի վերազինում տեղի չի ունենում, փոխարենը տրանսպորտային հիմնախնդիրը շարունակում է հայաստանյան տնտեսության անմրցունակության հիմնական պատճառներից հանդիսանալ, էլեկտրամատակարարման բնագավառում կապիտալ ներդրումները հիմնականում ուղղված են եղած հիմնական միջոցները սարքին վիճակում պահելուն կամ վերանորոգելուն, իսկ ջրամատակարարման ենթակառուցվածքները վերականգնվում կամ ընդլայնվում են բարեգործական միջոցներով ու մասնավոր նախաձեռնություններով՝ հնարավորություն չտալով լուծելու ջրի խնդիրը երկրի մասշտաբով: Գյուղական բնակավայրերում էլեկտրա և ջրամատակարարման խնդիրները, որոնք շատ դեպքերում էականորեն տարբերվում են մայրաքաղաքում հանդիպող խնդիրներից, գործնականում դուրս են հանրապետության գործադիր մարմնի ու շաղկերտությունից և տարիներով մնում են չլուծված, իսկ ջեռուցման բնագավառում գազասպառման անցնելու ուղղությամբ մարզերի բնակչության կատարած ներդրումները (անհատական ջեռուցման վառարանների, տաքացուցիչ-մարտկոցների ձեռքբերում և տե-

73 Վերջին շրջանում, օրինակ, տարածում է ստացել այն գործելակերպը, երբ առանց բաժանորդին նախապես տեղյակ պահելու «գազի գրասենյակի» աշխատակիցները հանում են հաշվիչները ինչ-որ փորձաքննությունների ուղարկելու նպատակով, այնուհետև շրջանառության մեջ դրված «արտաքին միջամտություն», »ներքին միջամտություն» շինծու տերմիններով ու գրպարտչական մեթոդներով լուրջ գումարներ են շորթում սպառողներից:

ղադրում) վերջին մեկ-երկու տարիների ընթացքում հիմնականում փոշիանում են, քանզի նույն այդ բնակիչները համատարած կերպով անցնում են փայտով ջեռուցման:

Ընդհանրացնելով բնական մենաշնորհների «հասարակական վնասը» կարելի է թվարկել դրանց հետևյալ առանձնահատկությունները.

- ա) կորուստների և անարդյունավետ կառավարման կոմպենսացում սակագների հաշվին,
- բ) հաճախ ոչ իրական ներդրումներ (ի խախտումն սեփականաշնորհման կամ կոնցեսիոն պայմանագրերի),
- գ) նվազագույն սպառողական զամբյուղում մեծ տեսակարար կշիռ ունենալով մեծ հարված սոցիալապես անապահով խավի գրպանին,
- դ) սակագներն էական ազդեցություն ունեն տնտեսության տարբեր ճյուղերում ինքնարժեքի ձևավորմանը,
- ե) իրենց կողմից շահագործվող ենթակառուցվածքների բարոյական և ֆիզիկական մաշվածք (չեն թարմացնում և արդիականացնում ենթակառուցվածքի օբյեկտներն ու սարքավորումները՝ շահագործելով դրանք «խափանումից (վերանորոգումից) խափանում»):

### *Ներմուծման բնագավառի մենաշնորհներ*

Միջազգային առևտրի ազատականացման պայմաններում Հայաստանի նման փոքր երկրի համար ներմուծմանն առնչվող ցանկացած բնագավառում սկզբունքորեն անթույլատրելի են մենաշնորհները: Ներմուծման ոլորտում (հատկապես տնտեսության առանձին բնագավառների կամ պարենային անվտանգության վրա որոշիչ ազդեցություն ունեցող) ցանկացած մենաշնորհային իրավիճակի գոյությունն արդեն կարող է դիտարկվել որպես պետական կարգավորման համար հիմք: Կարելի է նաև ասել, որ ներմուծման բնագավառի մենաշնորհը նշանակում է երկրի տնտեսության այս կամ այն ճյուղի զարգացման արգելակում, եթե ոչ արդեն բացառում, քանի որ ՀՀ տնտեսության շուրջ ¼-ը կազմում է ներմուծումը: Վերոհիշյալ ժամանակշրջաններում դիտարկված ոլորտային շուկաների 42,4%-ը կազմում են ներմուծման բնագավառի մենաշնորհները, այսինքն նշված 158 շուկաներից 67-ը ներկայացնում են կամ բացարձակ մոնոպոլ ներմուծողներ կամ դրանցում գերիշխող դիրք են զբաղեցնում ներմուծող ընկերությունները: Մանրամթերքի ոլորտի շուկաներում ներմուծող-մենաշնորհները համապատասխանաբար կազմում են 44,3%, իսկ կենցաղային ապրանքների ոլորտի շուկաներում՝ 83,3%: Այստեղ սակայն ցանկանում ենք նշել, որ ներմուծման բնագավառի մենաշնորհների խնդիրը առնվազն մեկ կարգ բարձր է գտնվում զուտ մենաշնորհների և մրցակցային օրենսդրության խնդրից և առնվազն մեկ փուլ ավելի մեծ վաղեմություն ունի քան հակամրցակցային օրենսդրությունը: Ներմուծման բնագավառի մենաշնորհների արմատները գալիս են դեռևս 1990-ականներից և հասնում մեր օրերը, ժամանակաշրջան, որը ընթացքում Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական ոլորտի պատասխանատուները այդպես էլ չկարողացան ձևակերպել ՀՀ տնտեսական քաղաքականությունը՝ իր խնդիրներով, սկզբունքներով և երկարաժամկետ նպատակներով: Այս մեծ բացթողումը ունի

ինչպես օբյեկտիվ, այնպես էլ բազում սուբյեկտիվ պատճառներ: Ցավոք պատերազմը, սեփականաշնորհման բարձր տեմպը, քաղաքական ու գրեթե մշտական ֆիսկալ լարվածությունը, ինչպես նաև քաղաքական ու գործադիր պոպուլիզմը թույլ չտվեցին իշխանություններին ըստ էության իսկապես կարևորել տնտեսական երկարաժամկետ օրակարգը: Այստեղ տեղին է մեջբերել տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր Ռ. Մարիյանի միտքը՝ «Ազգային տնտեսության ձևավորումը մտահաղացումների, որոնումների, լինելիության ու նոր լուծումների գործընթաց է, որը կպահանջի դեռ երկար ժամանակ: Սակայն այսօրվա լուծումներից է կախված ազգային տնտեսության ապագա նկարագիրը: ... Ի վերջո տնտեսական ազատությունն իր հիմքում պետք է ունենա ազգային գաղափարախոսություն»<sup>74</sup>: Այո, «երկար ժամանակ», սակայն այսօր ցավով արձանագրում ենք, որ անկախության ողջ ժամանակաշրջանում՝ թե ընդհանուր առմամբ տնտեսության կառուցվածքում և կառավարման սկզբունքներում և թե տնտեսական մրցակցության բնագավառի ցուցանիշներում էական փոփոխություններ չկան:

Մոնոպոլ գներից բացի ներմուծման բնագավառի մենաշնորհները տնտեսության վրա այլ բացասական ազդեցություններ էլ են ունենում: Ինչպես վկայում են «Հայաստանի տնտեսությունում փաստաթղթաշրջանառության խնդիրների հետազոտության» հարցման արդյունքները, չփաստաթղթավորված ձեռքբերումների հիմնական աղբյուրը ՀՀ տնտեսությունում առևտրի իրականացման վայրերն են, երկրորդ տեղում գտնվում են անմիջականորեն ներմուծող կազմակերպությունները, որոնք մատակարարման կամ դիստրիբյուցիոն ցանցերի միջոցով իրականացնում են կենտրոնացված և/կամ շրջիկ վաճառքներ և մատակարարումներ: Նշված երկու աղբյուրների կողմից ստացվող ստվերային շրջանառությունը ՀՀ տնտեսությունում կազմում է 82% ընդհանուր չփաստաթղթավորված գործարքների ծավալում:<sup>75</sup> Կազմակերպությունների և անհատ ձեռնարկատերերի մոտ ապրանքների և ծառայությունների ձեռքբերմանը վերաբերող տնտեսական իրադարձությունների զգալի մասը կատարվում է առանց փաստաթղթավորման, որի պատճառները հակիրճ հետևյալներն են.

- ստվերում աշխատելու հարկադրվածություն. Տնտեսությունում առկա են լայն կիրառություն ունեցող ապրանքատեսակներ, որոնց ձեռքբերումը հնարավոր է կատարել կամ առանց փաստաթղթի կամ էլ մասնակի փաստաթղթավորմամբ /թելադրվում է լայն սպառման ապրանքներ ներմուծող մոնոպոլիաների և օլիգոպոլիաների կողմից/: Արդյունքում տվյալ ապրանքները վերամշակող և վերավաճառող տնտեսավարող սուբյեկտները կանգնած են հարկային գերբեռնվածության առաջ և իրենց հերթին ձգտում են թաքցնել շրջանառությունը տվյալ մասով (հակառակ դեպքում կարող են ունենալ նաև ապրանքների պակասորդ՝ իրացնել չունեցած ապրանք),
- անհավասար մրցակցություն, ինչը արտահայտվում է հետևյալում՝ տնտեսությունում առկա են գերբեռնված մրցակցությամբ ոլորտներ, որտեղ առաջարկի գնի 1% տատա-

74 Ռ. Մարիյան – «Արդի հայ տնտեսագիտության տեսություն», գիրք 1, Երևան 2003

75 [www.taxservice.am](http://www.taxservice.am), «Հայաստանի տնտեսությունում փաստաթղթաշրջանառության խնդիրների հետազոտության», էջ 25



նումն անգամ բավարար է, որպեսզի կարճ ժամանակահատվածում տնտեսավարողը դուրս մղվի շուկայից, արդյունքում այն տնտեսավարող սուբյեկտները, որոնք կարողանում են որոշակիորեն խուսափել հարկերը ամբողջությամբ վճարելուց, ի վերջո շուկայից դուրս են մղում տվյալ ճյուղում գործող բարեխիղճ տնտեսավարողներին, որոնք հիմնականում ՓՄՁ սուբյեկտներն են:<sup>76</sup>

Ընդհանրացնելով ներմուծման բնագավառի մենաշնորհների «հասարակական վնասը» կարելի թվարկել դրա հետևյալ առանձնահատկությունները.

ա) քիչ աշխատատեղեր<sup>77</sup>,

բ) գրոյին ձգտող ներդրումներ,

գ) տեխնոլոգիական առաջընթացի և վերագինման (անհրաժեշտության) բացակայություն,

դ) անչափ փոքր ավելացված արժեքի ստեղծում,

ե) ձեռքբերման և իրացման շղթայի փաստաթղթավորման թերացումներ, որոնք աղավաղում են շուկայի պատկերը, իրենց հերթին նպաստում ստվերի ծավալների մեծացմանը,

զ) տարադրամի կուրսի տատանումների օգտագործում (երբեմն այդ տատանումների արհեստածին խթանում) հավելյալ շահույթ կորզելու նպատակով<sup>78</sup>,

է) նվազագույն սպառողական զամբյուղում մեծ տեսակարար կշիռ ունենալով մեծ հարված սոցիալապես անապահով խավի գրպանին,

ը) ներմուծող գործարարի կերպար, որպես կանոն ծանոթ չէ հայ հասարակությանը, ներմուծողները ամենապասիվ են բարեգործության և քաղաքացիական հասարակության նախաձեռնություններում:

**ՇԱՔԱՐԱՎԱԶԻ** շուկա: Շաքարավազի (շաքարի) շուկան իրավամբ կարելի է համարել Հայաստանում ամենահայտնի մոնոպոլիան: Այս մասին տեղյակ են ինչպես տնտեսագետ-գիտնականներն ու բանկիրները, այնպես էլ խանութպաններն ու տնային տնտեսուհիները: Այս մենաշնորհին տիրապետող տնտեսավարող սուբյեկտը թեև տարբեր անվանումներով, սակայն կայուն կերպով բացարձակ գերիշխող դիրք է գրավում տնտեսական մրցակցության օրենսդրության կայացման սկզբի տարիներից: Անգամ վառելիքի շուկան այս շուկայի համեմատ պակաս համակենտրոնացված է: Ստորև ներկայացված են շուկայի հիմնական ցուցանիշները 2001-2011 թվականներին: Եթե 2001-2003-ին շաքարի շուկայի մոնոպոլիստին է պատկանել շուկայի 79-95%-ը, իսկ շուկայում գործել են երկու տասնյակի հասնող սուբյեկտներ, ապա սկսած 2004-ից մոնոպոլիան մշտապես տնօրինել է շուկայի ավելի քան 90%-ը, իսկ 2011- ի տվյալներով՝ 99,9%-ը:

76 Նույն տեղը, էջ 86

77 Карен Варданян, «ЗАРУБЕЖЬЕ - АРМЕНИЯ: 82:18», Голос Армении, вторник, 2 ноябрь, 2010, N 117

78 Հիմնական սննդամթերքի գների փոփոխության դինամիկայի վերլուծությունը Հայաստանում, Երևան՝ 2010թ. մարտ - հունիս - «Սպառողների իրավունքների պաշտպանություն» ՀԿ, OXFAM

Տարի	Համավերտրոնացվածության ստիճանը	Տեստավարող սուբյեկտների քանակը	Գերիշխող դիրք գրավող տնտեսավարող սուբյեկտը	ՀՀ դրամ, մանրածախ գին ՀՀ-ում	ՀՀ գների աճը/նվազումը նախորդ տարվա նկատմամբ, %	Համաշխարհային գների աճը/նվազումը նախորդ տարվա նկատմամբ, %*	1 ԱՄՆ դ = ՀՀ դրամ	ԱՄՆ դրամ, մանրածախ գին ՀՀ-ում
2011	բարձր	5	«Լուս աստղ շուգր» - 99,0	432,8	125,1	109,9	372,5	1,16
2010	բարձր		«Ալեքս Գրիգ» ՍՊԸ - 77,5	346,0	114,4	111,8	373,6	0,93
2009	բարձր	6	«Ալեքս Գրիգ» ՍՊԸ - 99,9	302,5	123,2	151,5	363,3	0,83
2008	բարձր	21	«Սալեքս Գրուփ» ՍՊԸ - 91,4	245,4	96,2	116,6	306	0,80
2007				255,2	79,6	64,3	342,1	0,75
2006	բարձր	21	«Սալեքս Գրուփ» ՍՊԸ - 91,4	320,4	129,6	144,8	416	0,77
2005	բարձր	21	«Սալեքս Գրուփ» ՍՊԸ - 91,4	247,2	96,3	94,8	457,7	0,54
2004	բարձր	23	«Ֆլիտֆուդ» ՍՊԸ - 99,4	256,7	97,6	93,0	533,4	0,48
2003	բարձր	7	«Աստղացոլք» ՍՊԸ - 81,6%	262,9	101,9	131,8	578,8	0,45
2002	բարձր	11	«Աստղացոլք» ՍՊԸ - 94,8%	257,9	99,4	79,9		
2001	բարձր	9	«Աստղացոլք» ՍՊԸ - 79,8%	259,4	112,7	111,6		

Աղբյուրը. ՀՀ ՏՄՊԳՀ, ԱՎԾ, COMMODITY GROUP COMPOSITION IN FAO PRICE INDICES

2003-11 թվականներին Հայաստանին շաքար մատակարարող հիմնական շուկաների (երկրների) կառուցվածքում տեղի են ունեցել որոշակի փոփոխություններ. եթե 2003-05-ին շաքարի մեծ մասը մատակարարվում էր Մեծ Բրիտանիայից, 2006-07-ին՝ Վրաստանից, ապա սկսած 2009-ից Հայաստան ներկրվող շաքարի հիմնական մասը ներմուծվում է Բրազիլիայից: Գիտարկվող ժամանակահատվածում շաքարավազի շուկայի միջին շահութաբերությունը կազմել է 238 %, իսկ առանձին տարիների ընդհուպ մոտեցել է եռապատիկի՝ կազմելով 2006-ին 269, 2010-ին 294%: Շահութաբերության ցուցանիշ հաշվարկելիս վաճառքի գինը (համապատասխան տարվա միջին գինը Երևանում) հարաբերել ենք համապատասխան տարվա ներմուծման միջին արժեքին: Այս ցուցանիշը, կարծում ենք, բավական մոտ պատկերացում կարող է տալ փաստացի շահութաբերության մասին, քանի որ ներմուծող ընկերությունները Հայաստանում որպես կանոն ինքնարժեքի վրա ազդող շատ մեծ ծախսեր չեն ունենում, իսկ շաքարավազի մանրածախ և մեծածախ գները իրարից շատ չեն տարբերվում կապված այն բանի հետ, որ շաքարի շուկայում մենատերը (կամ վերջինիս փոխկապակցված անձինք) միևնույն ժամանակ հանդիսանում են գերիշխող դիրք գրավող տնտեսավարող սուբյեկտներ նաև մանրա-

ծախս ցանցում հանձին «Կայզեր» և «Երևան Սիթի» սուպերմարկետների ցանցի: Ելնելով այս հանգամանքից, ներմուծողի մեծածախ բացթողման գները գրեթե չեն տարբերվում նշված սուպերմարկետներում գնանշվող մանրածախ գներից: Իրավիճակն ավելի է սրվում կապված վերը նկարագրված՝ փաստաթղթավորման խնդիրների հետ:

ՇԱՔԱՐԻ ԳԻՆԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2003-11
կգ-ի միջին ներմուծման արժեքը, ԱՄՆ դոլար	0,25	0,25	0,25	0,29	0,28	0,31	0,33	0,32	0,59	0,32
կգ-ի գինը ՀՀ-ում, ԱՄՆ դոլար	0,45	0,48	0,54	0,77	0,75	0,80	0,83	0,93	1,16	0,75
Շահութաբերությունը ներմուծման արժեքի նկատմամբ, %	185	196	218	269	262	263	256	294	198	238

Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱՎԾ, UN comtrade statistics

2003-2011 թվականներին Հայաստան է ներմուծվել շուրջ 766 տոննա շաքար ավելի քան 243 մլն ԱՄՆ դոլար ներկրման արժեքով: Նշված ժամանակաշրջանի համար 238% միջին շահութաբերությունը նշանակում է, որ համապատասխան ճյուղում գործող տնտեսավարողները ստացել են շուրջ 580 մլն ԱՄՆ դոլարի հասույթ: Համեմատության համար նշենք, որ 2009- ին Հայաստանի ողջ արտահանումը կազմել է շուրջ 710 մլն ԱՄՆ դոլար: Հանձնաժողովի ուսումնասիրության համաձայն «Լուս աստղ շուգր» ընկերության բաժինը շաքարավազի շուկայում 2011 թվականին կազմել է 99%: Նույն տարում Հայաստան է ներկրվել 53.8 մլն ԱՄՆ դոլարի (91,668 տոննա) շաքարավազ, որը նույն տարվա վաճառքի գներով կազմել է շուրջ 106.5 մլն ԱՄՆ դոլար: «Լուս աստղ շուգր» ընկերությունը 2011- ին և 2012-ի 1-ին կիսամյակում վճարել է ընդհանուր առմամբ 7.3 մլն ԱՄՆ դոլարի հարկեր<sup>79</sup>: Սա կազմում է ընկերության՝ մեկ տարվա ընթացքում ներմուծված շաքարավազից ստացվող հասույթի 6.8%-ը: Նույն ժամանակահատվածում վճարված ուղղակի հարկերի գումարը (ներառյալ շահութահարկը և եկամտահարկը) կազմել է շուրջ 485 հազար ԱՄՆ դոլար կամ հասույթի 0.45%-ը: Եթե ընդունենք, որ ներմուծող ընկերության կողմից վաճառվող շաքարավազի ինքնարժեքը ձևավորվում է ներկրվող շաքարի գնի և դրա նկատմամբ հավելյալ քսանհինգ տոկոս այլ ծախսերի հանրագումարից, ապա միային շահութահարկի մասով ընկերությունը պետք է վճարեր շուրջ 7.8 մլն ԱՄՆ դոլար  $((106.5 - (53.8 + 53.8 * 25\%)) * 20\%)$ :

Ընդհանրացնելով «շաքարավազի» մենաշնորհի «հասրակական վնասը» կարելի է թվարկել դրա հետևյալ առանձնահատկությունները.

ա) բնորոշ են ներմուծման բնագավառի մենաշնորհների վերաբերյալ վերոնշված գրեթե բոլոր առանձնահատկությունները,

79 Տես 2011 թվականի հունվար-դեկտեմբեր և 2012 թվականի հունվար-հունիս ամիսների «Առաջին 1000 խոշոր հարկ վճարողների և նրանց կողմից վճարված հարկերի և տուրքերի մեծությունների ցանկ»-երը

բ) առկա են որակի խնդիրներ (չարաչահումներ)<sup>80</sup>:

**ԲԵՆՁԻՆԻ և ԴԻՁԵԼԱՅԻՆ ՎԱՌԵԼԻՔԻ** շուկա: Վառելիքի շուկան շատ երկրներում ավանդաբար դասվում է մոնոպոլ շուկաների շարքին: Սակայն Հայաստանի տնտեսությունն իր չափերից, տրանսպորտային առանձնահատկություններից և նաև դրանցով պայմանավորված՝ ինքնարժեքում վառելիքի ծախսերի ոչ փոքր տեսակարար կշիռից ելնելով առավել սուր կարող է զգալ բենզինի և դիզվառելիքի շուկայի ոչ մրցակցային լինելու հետևանքները: Ստորև ներկայացված են շուկայի հիմնական ցուցանիշները 2001-2011 թվականներին: Ինչպես տեսնում ենք աղյուսակում՝ դիտարկվող ժամանակաշրջանի սկզբի տարիներին շուկան եղել է համեմատաբար քիչ կենտրոնացված, եղել են տարիներ, որ շուկայում գործել են երկու-երեք տասնյակ տնտեսավարողներ: Սկսած 2005-ից շուկան միանշանակ բարձր համակենտրոնացվածություն ունի, իսկ գործող սուբյեկտների քանակը նվազել է մինչև 5-ի՝ բենզինի և 7-ի՝ դիզվառելիքի շուկայում:<sup>81</sup> 2004-11 թվականներին Հայաստանին բենզին մատակարարող հիմնական շուկաների (երկրների) կառուցվածքում տեղի են ունեցել որոշակի փոփոխություններ. եթե 2004, 2005-ին Հայաստանին բենզին մատակարարող առաջատար երկրներ են եղել Մեծ Բրիտանիան և Պանաման, ապա սկսած 2007-ից ակնհայտ առաջատար են Ռումինիան և Բուլղարիան: Որքան էլ տարօրինակ է, սակայն դիտարկվող ժամանակաշրջանում Հայաստանին բենզին մատակարարող երկրների շարքում Ռուսաստանը և Իրանը հանդիսանալով նավթարդյունաբերական երկրներ զբաղեցնում են համապատասխանաբար երրորդ և հինգերորդ տեղերը: 2005-11 ժամանակահատվածում բենզինի շուկայի միջին շահութաբերությունը կազմել է 145%<sup>82</sup>, իսկ եթե վաճառքի գինը համադրենք միջազգային շուկայի միջին գնի հետ՝ շահութաբերությունը կկազմի ավելի քան 180%, քանի որ ներմուծման արժեքը 25%-ով բարձր է միջազգային գներից (ենթադրաբար ներառում է տրանսպորտի, ապահովագրության և այլ ծախսերը):

Ընդհանրացնելով «բենզինի և դիզվառելիքի» մենաշնորհի շուկայի «հասարակական վնասը» կարելի է թվարկել դրա հետևյալ առանձնահատկությունները.

ա) թանկացնում է առանց այդ էլ ՀՀ-ում թանկ տրանսպորտային ենթակառուցվածքի շահագործման ծախսը,

80 Համաձայն լրատվամիջոցների և սպառողների շահերի պաշտպանության ոլորտի մասնագետների՝ որոշակի սեգոնայությունամբ հանդիպում են վաճառվող շաքարավազի՝ թույլատրելից բարձր աստիճանի խոնավության դեպքեր, որը էական ազդեցություն է ունենում վաճառվող ապրանքի քաշի վրա <http://hetq.am/arm/news/6370/shaqaravazi-shukayam-iroq-khndir-ka.html>, <http://haynews.am/hy/1350730490>

81 Վերլուծական ցուցանիշներն ու համադրումները հիմնականում վերաբերում են բենզինին, քանի որ միջազգային վիճակագրական աղբյուրներում և նավթ արդյունահանող երկրների կազմակերպության պաշտոնական կայքում բերվող վառելիքի տեսակները դժվար համադրելի են Հայաստանի վիճակագրական, մրցակցային մարմինների և այլ աղբյուրների կողմից ընդունելի «դիզելային վառելիք»-ի հետ: Միաժամանակ խնդիրներ կան մինչև 2004 թվականը վառելիքի առանձին տեսակների իրացման գների և ծավալների վերաբերյալ արժանահավատ տեղեկությունների հայթայթման հետ կապված:

82 Վաճառքի գնի (համապատասխան տարվա միջին գինը Երևանում) տեսակարար կշիռը համապատասխան տարվա ներմուծման միջին արժեքի նկատմամբ: Միջազգային և հայաստանյան գների համեմատության ժամանակ կարևոր է նկատի ունենալ, որ Հայաստանում որպես կանոն գործ ունենք ոչ այն որակի վառելիքի հետ ինչ մենք կարող ենք տեսնել այլ երկրներում:

- բ) մշտական մասնաբաժին ունենալով պետական գնումներում, ուղղակիորեն անդրադառնում է պետբյուջեի ծախսերին՝ հարկատուների գրպանին,
- գ) վառելիքի ներմուծող չհանդիսացող մանրածախ լիցքավորման կայանները հետևողականորեն դուրս են մղվում շուկայից, իրենց տեղը զիջելով ներմուծող-իրացնողներին,
- դ) մանրածախ ցանցը հիմնականում գործ ունի կասկածելի որակով վառելիքի հետ, հաճախ ստիպված լինելով նաև թերլիցքավորել:<sup>83</sup>

**Բենզինի միջազգային և հայաստանյան գների համեմատական աղյուսակ**

Բենզինի գները խոշոր շուկաներում, \$/բ	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2005-2011 միջին
ԱՄՆ, Gulf	31,02	30,44	36,83	49,37	67,25	77,61	86,42	104,92	69,98	89,54	117,70	87,63
Սինգապուր	27,47	28,00	34,74	47,19	62,10	73,13	82,87	102,56	69,92	90,05	122,04	86,10
Ռոտերդամ	29,29	28,47	34,86	47,10	62,58	72,90	92,03	108,27	70,45	92,35	120,35	88,42
Միջինացված	29,26	28,97	35,48	47,89	63,98	74,55	87,11	105,25	70,12	90,65	120,03	87,38
1 լիտրի միջազգային միջին գինը, ԱՄՆ դոլար					0,40	0,47	0,55	0,66	0,44	0,57	0,75	0,55
1 լիտրի գինը ՀՀ-ում, ԱՄՆ դոլար					0,73	0,83	0,99	1,13	0,97	0,99	1,21	0,98
շահութաբերության %					182	178	181	171	221	174	160	181

Աղբյուրը. [www.opec.org](http://www.opec.org), OPEC, Annual Statistical Bulletin, 2012, Table 5.4, [www.armstat.am](http://www.armstat.am)

83 5-15 տոկոս թերլիցքավորման երևույթը առանձին մասնավոր գրույցներում բենզակայանի աշխատակիցները քնորոշում են որպես «համատարած օրինաչափություն»:

Տարեթիվ	Համակենտրոն- նացվածության ստիճանը	Տնտեսավարող սուբյեկտների քանակը	Գերիշխող դիրք գրավող տնտեսավարող սուբյեկտը	ՀՀ դրամ, 1 Լ-ի մանրաձայն գին ՀՀ-ում	ՀՀ գների աճը/նվազումը նախորդ տարվա նկատմամբ, %	Համաշխարհային գների աճը/նվազումը նախորդ տարվա նկատմամբ, %	1 ԱՄՆ դ = ՀՀ դրամ	ԱՄՆ դրամը, 1 Լ-ի մանրաձայն գին ՀՀ-ում
2011	Բենզին			450,0	121,4	132,4	372,5	1,21
	Դիզվառեղիք			443,0	126,1			
2010	Բենզին-բարձր		«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 42.6	370,8	105,0	129,3	373,6	0,99
	Դիզ. Վառելիք - բարձր		«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 47.3	351,4	115,5			
2009	Բենզին-բարձր	5	«Սիթի Պետրոլ Գրուպ» ընկերություն - 41.76	353,3	101,9	66,6	363,3	0,97
	Դիզ. Վառելիք - բարձր	7	«Ֆլեշ» ընկերություն - 47.3	304,1	85,3			
2008	Բենզին	7	«Ֆլեշ» ՍՊԸ-44.1	346,6	102,1	120,8	306	1,13
	Դիզվառեղիք	11	«Ֆլեշ» ՍՊԸ-38.8	356,4	116,8			
2007	Բենզին-բարձր	7	«Ֆլեշ» ՍՊԸ-44.1	339,3	98,0	116,8	342,1	0,99
	Դիզ. Վառելիք - բարձր	11	«Ֆլեշ» ՍՊԸ-38.8	305,3				
2006	Բենզին	7	«Ֆլեշ» ՍՊԸ	346,2	103,6	116,5	416	0,83
	Դիզվառեղիք	11	«Ֆլեշ» ՍՊԸ					
2005	Բենզին	7	«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 44,1	334,3		133,6	457,7	0,73
	Դիզվառեղիք	11	«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 38,8					
2004	Բենզին-բարձր	11	«Էքսիմ պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ - 30.4			135,0	533,4	-
	Դիզ. Վառելիք - բարձր	18	«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 39.5					
2003	Բենզին- բարձրի և միջինի հատվածում	10	«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 25.2%, Էքսիմ Պետրոլ գրուպ ՍՊԸ- 25.5%			122,5	578,8	-
	Դիզ. Վառելիք - միջին	18	«Էքսիմ Պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ - 35.0%					
2002	Բենզին- միջին	10	«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 21%, Էքսիմ Պետրոլ գրուպ ՍՊԸ- 21.5%			99,0		
	Դիզ. Վառելիք - միջին	21	«Էքսիմ Պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ - 47.1%, «Ֆլեշ» ՍՊԸ - 12.6%					
2001	Բենզին	12	«Ֆլեշ» ՍՊԸ - 22.5%, «Միկա Արմենիա Թրեյդինգ» ՍՊԸ - 19.8%, Ներկրոյ «Միկա LTD» - 78.2%					
	Դիզվառեղիք	35	«Էքսիմ Պետրոլ գրուպ» ՍՊԸ- 38.1%					



## 5. Ամփոփում.

### Մենաշնորհների կարգավորման նոր մոդելը

5.1 Մենաշնորհների կարգավորման հիմնախնդիրները

5.2 Հակամենաշնորհային կարգավորման առաջարկվող մոդելը՝ 1+3 կոնցեպցիա

#### 5.1 Մենաշնորհների կարգավորման հիմնախնդիրները

2009–2010 թթ. Մրցունակության համաշխարհային զեկույցում Հայաստանի մրցունակության ներկա ամենաէական տասը թերությունների շարքը գլխավորել է հակամենաշնորհային քաղաքականության անարդյունավետությունը, որի հետևանքով շուկայում առկա են գերիշխող խմբեր, իսկ տնտեսական մրցակցության մակարդակը ցածր է: Մրցակցային միջավայրը բնութագրող երեք ցուցանիշներն էլ 139 երկրների շարքում գտնվում են ամենաներքևի հորիզոնականներում, իսկ մրցակցային քաղաքականության արդյունավետության տեսանկյունից մեր երկիրը նախավերջին տեղում է: Մա վկայում է այն մասին, որ չնայած բոլոր մակարդակներում հայտարարվում է ազատ մրցակցության կարևորության մասին՝ երկրի կայուն զարգացման տեսանկյունից, այնուամենայնիվ, իրականում հայաստանյան շուկաներում իրավիճակն էական փոփոխության չի ենթարկվում:<sup>84</sup> 2009-ի տարեվերջին այցելելով Երևան՝ Համաշխարհային բանկի գործադիր տնօրեն Նգոզի Օկոնջո-Իվիեալան, զգուշացրել է, որ Հայաստանը զարգացման ավելի մակարդակի չի կարող հասնել մինչև փոփոխություններ չկատարի ազգային տնտեսության «օլիգոպոլիստական» կառուցվածքում<sup>85</sup>. հավելելով նշել՝ Հայաստանը ավելի ցածր միջին եկամուտ ունեցող պետություն է: Եթե այն ցանկանում է դառնալ բարձր եկամուտ կամ միջինից ավելի բարձր եկամուտ ունեցող երկիր, այն ոչինչ չի կարող անել նման կառուցվածք ունեցող տնտեսության պայմաններում:

2011 թվականին նշանակալից փոփոխություններ են կատարվել տնտեսական մրցակցության պաշտպանությունը կարգավորող օրենսդրությունում: Փոփոխություններով՝ Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը անբարեխիղճ տնտեսավարողների նկատմամբ ավելի մեծ տուգանքներ կարող է նշանակել, քան նախկինում: Բայցևայնպես հանձնաժողովն իր գործողություններում անկաշկանդ չէ: Օրինակ, երբ սպառողական մի շարք ապրանքների գների բարձրացում հայտարարվում էր անարդար մրցակցության դրսևորում, հանձնաժողովը չէր հրապարակում իր ուսումնասիրությունը շուկայական դիրքը չարաշահած տնտեսավարողների մասին: Անբարեխիղճ մրցակցության հետ կապված վեճերի մեծ մասը լուծվում է ավելի բարձր մակարդակներում:<sup>86</sup>

Հայաստանի տնտեսական մրցակցության պաշտպանության վերաբերյալ ՀՀ Մարդու իրավունքների պաշտպանի գնահատականներով թեև հակամենաշնորհային քաղաքականության արդյունավետության գործակցով 2011 թվականին Հայաստանն արձանագրել է որոշակի առաջընթաց, սակայն ներքին մրցակցության և հակամենաշնորհային քա-

84 «ՀԱՅԱՍՏԱՆ 2010. ԱՆՈՐՈՇՈՒԹՅԱՆ ՏԱՐԻ» էջ 63, «Միվիլիթաս» հիմնադրամ, Երևան

85 Աղբյուրը՝ Armenia Warned To End 'Oligopoly', <http://www.armenialiberty.org/content/article/1855547.html>

86 «ՀԱՅԱՍՏԱՆ 2011. ԱՌԱՆՑ ՊԱՏՐԱՆՔՆԵՐԻ» էջ 62, «Միվիլիթաս» հիմնադրամ, Երևան



դաքականության արդյունավետության մակարդակով Հայաստանը շարունակում է գրավել ցածր դիրքեր<sup>87</sup>: Միայն 2011թ. Հանձնաժողովի կողմից ուսումնասիրված 13 ապրանքային շուկաներից 12-ը գնահատվել են որպես բարձր կենտրոնացված: Արձանագրվել են նաև նոր տնտեսվարող սուբյեկտների շուկա մուտք գործելու խոչընդոտման դեպքեր այդ շուկաներում գերիշխող դիրք ունեցող սուբյեկտների կողմից: Չնայած, որ 2011թ. Հանձնաժողովի կողմից տնտեսվարող սուբյեկտներին պատասխանատվության ենթարկելու որոշումները նախորդ տարվա համեմատ աճել են մոտ կրկնակի և արդյունքում ՀՀ պետական բյուջե մուծված գումարները՝ մոտ 6 անգամ, այնուամենայնիվ, Հանձնաժողովի կողմից համապատասխան դեպքերում ձեռնարկված միջոցները չեն արտացոլել տարբեր ապրանքային շուկաներում գոյություն ունեցող մրցակցային օրենսդրության խախտման դեպքերի իրական պատկերը և բավարար չափով չեն ազդել երկրում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության վիճակի վրա:

Մրցակցության խնդիրը Հայաստանում այնքան է արձարծվել, որ հոգնեցրել է բոլորին: Պատճառն այն է, որ մեր երկրում ներկայումս մրցակցությունը բոլոր հարթություններում է վերացած կամ գտնվում է այդպիսի սպառնալիքի տակ՝ տնտեսական, քաղաքական, այդ թվում՝ միջկուսակցական և ներկուսակցական, մշակութային, կադրային և այլն: Ապրանքների ներմուծման մեջ մրցակցությունը պարզապես արմատախիլ է արված: Շատ թե քիչ զգալի սպառման ծավալ ունեցող ապրանքատեսակների ներմուծումներով զբաղվելու իրավունք գործնականում ստանում է միայն մետաղական մեքենայի հետ սերտաճած խումբը, և ներմուծումը պարզապես մենաշնորհների է վերածվել: Այստեղ համատարած կերպով գործում է գնագոյացման և սեփական բիզնեսը սպառողների վզին փաթաթելու մեխանիզմը: Շարքային քաղաքացին իր երկրում ներմուծման իրավունքից գործնականում զրկված է: Դրանով խոշոր կապիտալը /առանձին բացառություններով հանդերձ/ իր գործելակերպն է դարձրել մենաշնորհային բիզնեսների կառավարման անկարողության հետևանքով առաջացող լրացուցիչ ծախսերը ապրանքների ու ծառայությունների վրա դրվող արհեստականորեն բարձր գներով փոխհատուցելը: Օգտվելով իրենից կախված պետական մեքենայի՝ մի դեպքում ամենաթողությունից, մեկ այլ դեպքում՝ անկարողությունից, իր իռացիոնալ ծախսերով աչքի ընկնող և լիովին անմրցունակ բիզնեսը այդ ամենը փոխհատուցում է անտրամաբանական գների միջոցով: Այսինքն՝ միայն ու միայն ապրանքներից ու ծառայություններից օգտվող բնակչության լայն զանգվածների դաժան շահագործման ճանապարհով է նա վերածվում բարձր շահութաբերի: Ուստի պատահական չէ, որ անցած քսան տարիներին, ընդհանուր առմամբ, Հայաստանի խոշոր բիզնեսի հիմնական ռազմավարությունը հանդիսացել է ոչ թե կառավարման հմտությունների, տեխնոլոգիաների և արտադրատեսակների նորմամուծությունների ապահովումը, այլ գների առաջանցիկ բարձրացումն ու նորանոր պետական ակտիվների էժան ձեռքբերումը, մանր բիզնեսի հանդեպ պարտքերի կուտակումը: 2002-2008 թթ. տվայլներով Հայաստանի ներմուծումների ընդհանուր ծավալի մեջ բարձր տեխնոլոգիաներով պատ-

87 ԿԱՐԵՆ ԱՆԴՐԵԱՍՅԱՆ. «ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՄԱԿԱՐԴԱԿԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԴԵՌԵՎՍ ԲԱՎԱՐԱՐ ՉԷ», Մարտ 29, 2012, <http://www.armtown.com/news/am/pan/20120329/100871/>:

րաստված ապրանքների ներմուծման բաժինը կազմել է 5-8%: Եթե չհաշվենք համակարգիչների և հեռահաղորդակցման պարագաների ավանդական ապրանքատեսակները, ապա բարձր տեխնոլոգիական սարքավորումների տեսակարար կշիռը կմնա մոտ 0,15%:

Հայաստանում այսօր ակնհայտ են ավիափոխադրումների, վառելիքի, հացահատիկի և ալյուրի, շաքարի, իսկ վերջերս նաև՝ մսի ու նույնիսկ մրգերի արհեստականորեն բարձր գները: Բնակչության կեսից ավելիի աղքատության պայմաններում, տնտեսական ճգնաժամի հանդեպ ժողովրդին անպաշտպան թողած պետական մեքենան ներկայացնող անձինք պետք է ընտրություն կատարեն պատվախնդրության և այլ շահերի միջև: Մինչդեռ, 2011թ. փետրվար-մարտի համեմատ միջազգային շուկայում ցորենի գինը 23%-ով նվազելուց հետո, մեկուկես ամսից ավելի ժամանակամիջոցում Հայաստանում ալյուրի ներքին մանրածախ գինը նվազել է ընդամենը 4%-ով: Գնի նվազեցման այս նմանակումը կամ պետական մեքենայի ուղղորդմամբ, կամ էլ ժողովրդի նկատմամբ նրա բացարձակ անտարբերությամբ կարող էր տեղի ունենալ: Հիշենք 2011թ. տարեմուտի նախօրյակին հավկիթի արհեստական պակասորդի ստեղծումն ու գնի ցատկը: Մինչ այդ պետական պատասխանատուները խորոստ կերպով հայտարարում էին, թե իրենք թույլ չեն տա գների նման թռիչքներ: Այսինքն՝ տեղական բիզնեսը իր ազահությամբ ու անհեռատեսությամբ կարող է նույնիսկ կտրել այն ճյուղը, որի վրա ինքն էլ է նստած: Այս ամենը նույնպես անմիջականորեն կապված է պետական մեքենայի անլիարժեքության և վատ կառավարման հետ: Այսպիսով՝ մեր բիզնես-ընկերակցությունը ընդհանուր առմամբ ստեղծող կամ ստեղծագործ կապիտալը չէ, այլ անարտադրողական և վատնող կապիտալ է: Ներկա որակի կապիտալով ու «գործարարությամբ», իհարկե, մենք շուկաներ կամ բարձունքներ նվաճելու շաներ չունենք:<sup>88</sup> Այստեղ ակնհայտ երևում է այն կապը, որ միջազգային ասպարեզում մրցունակ լինելու համար ուղղակի նախապայման է երկրում մրցակցային միջավայրի ապահովումն ու տնտեսական մրցակցության զարգացումը:

Հայաստանի տնտեսության կառուցվածքը, երկրում առկա սոցիալական բևեռացումը, արտաքին պարտքի տեսակարար կշիռը<sup>89</sup>, արտահանման և ներմուծման ծայրաստիճան բացասական հարաբերակցությունը, ստվերի ծավալը<sup>90</sup> և վերջապես արտագաղթի միտումները<sup>91</sup> էլ ավելի կարևորում են գործարար միջավայրում և տնտեսական մրցակցության ոլորտում կտրուկ փոփոխությունների անհրաժեշտությունը:

Նախորդ բաժիններում ներկայացված ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մոդելը, ըստ էության, իրենից ներկայացնում է գերմանական մոդելի որոշակի

88 Մերոժան Վ. Միքայելյան «Հայաստանն արդիականացման մարտահրավերի առջև. պետական մեքենայի և տնտեսության բարեփոխման հիմնախնդիրները», ՎԷՄ, 2011 հուլիս-սեպտեմբեր, թիվ 3, էջ 156

89 Մեր գնահատականներով այն ընդհուպ մոտեցել է ՀՆԱ-ի 50 տոկոսին:

90 Անգամ ՄԱԿ-ի Առևտրի և զարգացման կոնֆերանսի՝ Հայաստանի մրցակցության քաղաքականությանը նվիրված փաստաթղթում ստվերի գնահատական է նշվում 40-50%-ը (VOLUNTARY PEER REVIEW OF COMPETITION POLICY: ARMENIA, UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, 01/09/10, p. 48):

91 2008-2011 թվականներին Հայաստանից արտագաղթել է շուրջ 138 հազար մարդ, որից համապատասխանաբար՝ 2008-ին՝ 23,1, 2009-ին՝ 25,0, 2010-ին՝ 46,7 և 2011-ին՝ 43,8 հազար մարդ ՀՀ տարածքային կառավարման նախարարության միգրացիոն պետական ծառայություն, [http://smsmta.am/?menu\\_id=18](http://smsmta.am/?menu_id=18):

սինթեզ: Սակայն գործելով հայաստանյան իրականության մեջ և հիմնականում կրելով տնտեսական քաղաքականության և օրենքի գերակայության բացակայության դրոշմը, մեծ սովերի առկայության և անարդյունավետ պետական կառավարման պայմաններում, կարծում ենք, որ հասել է իր հնարավոր առավելագույն արդյունավետ մակարդակին: Առավել շոշափելի, տնտեսության կառուցվածքի և գործարար միջավայրի զգալի փոփոխություն ապահովելու համար Հայաստանում հասունացել է տնտեսական քաղաքականության վերախմաստավորման և առարկայացման հողի վրա նոր՝ ՀԱԿԱՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՄՈՒԴԵԼԻ նախագծման անհրաժեշտությունը: Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ իրավիճակի ետևից գնալու, արձագանքելու, այնուհետև պատժելու քաղաքականությունը ապացուցել է իր անարդյունավետությունը: Հայաստանի օրինակով նույնպես կարելի է փաստել, որ տնտեսավարողները հաճախ գործում են ավելի խորամանկ և օպերատիվ, քան համապատասխան պետական մարմինները: Հետևաբար այստեղ, ինչպես և բազմաթիվ այլ ոլորտներում, առաջնային և նախընտրելի պետք է լինի ոչ թե «հայտնաբերել և պատժել», այլ «կանխարգելել» սկզբունքը:

Հակամենաշնորհային կարգավորման մոտեցումների նորացման անհրաժեշտությունը, հիմնավորվում է, մասնավորապես, հետևյալ հիմնական խնդիրներով և հետևանքներով.

**Առաջին.** Հայաստանը չունի տնտեսական քաղաքականության համապարփակ և ուղղորդված փաստաթուղթ: Սա թերևս ամենահիմնական բացն է ու խնդրի ելակետը: Համաձայն Օրենքի Հանձնաժողովը մասնակցում է տնտեսական մրցակցության զարգացմանը և այդ բնագավառում պետական քաղաքականությունը կարգավորող իրավական ակտերի մշակմանը և դրանց սահմանված կարգով ներկայացմանը: Բացի այդ, «Իրավական ակտերի մասին» ՀՀ օրենքի 27.1 հոդվածի հիման վրա կառավարության որոշմամբ Էկոնոմիայի նախարարությունը հանդիսանում է նորմատիվ իրավական ակտերի նախագծերի՝ մրցակցության բնագավառում կարգավորման ազդեցությունը գնահատող մարմին<sup>92</sup>: Այս ամենով հանդերձ, մեր երկիրն այսօր չունի գաղափարապես ընկալված և «միս ու արյուն» ստացած տնտեսական քաղաքականություն, որի իրականացմանը կլծվեին համապատասխան մարմինները: Փոխարենը՝ որքան ուզես ազատական-լոգունգային-ԱՀԿ-ական «տնտեսական» թեզեր առաջ քաշող իրենց հայրենասեր և միաժամանակ տնտեսագետ համարող պաշտոնյաներ, որոնք սակայն առաջադեմ ու զարգացող պետությունների կողմից վաղուց մերժված /կամ երբևէ չընդունված/ նեոլիբերալական շինծու հայացքների տակ փորձում են քողարկել իրենց անձնական տնտեսական շահը կամ որևէ խմբի տնտեսական շահը առաջ տանելու պատվերի կատարողը լինելու հանգամանքը: Իսկ ուր է մեր պետականության առանձնահատկությունը, պետության ինքնիշխանության տնտեսական դրսևորումն ու վերջինիս առավելությունները այդ պետության քաղաքացիների համար: Այս ֆոնի վրա, առկա է վտանգ, որ ժամանակի ընթացքում մրցակցության կարգավորման մարմինը կվերածվի քաղաքական գործիքի կամ առնվազն հերթական

92 Ուշադրության է արժանի այն հանգամանքը, որ իրավական ակտերի կարգավորման ազդեցության գնահատում նախատեսող օրենքի պահանջն ուժի մեջ է մտել 2009 թվականի հուլիսի 1-ից, իսկ կառավարությունը օրենքի համապատասխան դրույթն իրացնող՝ իր 2009 թվականին ընդունված որոշումով սահմանել է, որ այն ուժի մեջ է մտնում 2011 թվականի հունվարի 1-ից:

ստուգող մարմնի իր գերատեսչական նեղ շահերով և հավակնություններով, այդպես էլ էական ոչինչ չտալով հասարակությանն ու գործարար միջավայրին:

**Երկրորդ.** Հայաստանում տնտեսության կենտրոնացման գործընթացները երբևէ չեն կանոնակարգվել տնտեսական քաղաքականության՝ հատկապես հակամենաշնորհային գործիքներով, ինչի հետևանքով ձևավորվել է կլանային համակարգ: Սա էլ իր հերթին նպաստել և նպաստում է սոցիալական բևեռացմանը: ՀՀ-ում հարստության կենտրոնացվածության աստիճանը 28,8 անգամ մեծ է, քան ԱՄՆ-ում, 14 անգամ՝ քան Ռուսաստանում, և շուրջ 2 անգամ՝ քան Ուկրաինայում:<sup>93</sup> Այսօր ակնհայտ է, որ շուկաների կենտրոնացվածության, մրցակցային իրավիճակի և դրանց արդյունքում հասարակական վնասի առումով Հայաստանում վիճակն ավելի բարվոք չէ, քան հակամենաշնորհային օրենսդրության կայացման սկզբին՝ 2000 թվականին:

**Երրորդ.** Հայաստանում ձևավորված և գործող մենաշնորհները երբևէ նպատակային կերպով չեն զբաղվել գիտատեխնիկական և նորարարական մշակումներով, բարձր տեխնոլոգիաների ներդրմամբ: Ավելին դրանց առկայությունն ու հակամրցակցային գործունեությունն ըստ ամենայնի արգելակել են երկրի գիտատեխնիկական և նորարարական ներուժի իրացումն ու աշխատանքի արտադրողականության աճը:<sup>94</sup>

**Չորրորդ.** Հաստանի տնտեսությունում առկա ստվերը միայն մեր երկրին բնորոշ երևույթ չէ: Սակայն Հայաստանում իրականացված տնտեսական, դրամավարկային և հակամրցակցային քաղաքականությունները, կարելի է ասել, որ ուղղակի, թե անուղղակի միջոց էլ նպաստել են թե՛ ստվերի գոյությանը և թե՛ մենաշնորհների ծաղկմանը: Ջարդելով տեղական արտադրությունը, բացարձակ անուշադրության մատնելով արտահանման կարևորությունն ու փոքր բիզնեսի մտավոր-սոցիալական ներուժը, նշված քաղաքականությունները տարիներ շարունակ խորացրել են տնտեսություն առկա բացասական երևույթները, ըստ էության արմատավորելով այսօրվա տնտեսական կառուցվածքն ու տնտեսության կազմը: Նշվածը հանգեցրել է նրան, որ այսօր ոչ պետական եկամուտների համար պատասխանատու մարմինները լիարժեք պատկերացում ունեն ստվերի ծավալների մասին, ոչ էլ հակամենաշնորհային մարմինն է պատկերացնում իր կողմից ուսումնասիրվող շուկաների իրական ծավալները: Սակայն կարծես այս վիճակը դեռ բավարարում է պետական մարմիններին, քանի որ լուծում է պետական ապարատի հիմնական ֆիսկալ, հակասության մեջ չմտնելով «քաղաքականություններն» իրականացնողների այլ խնդիրների հետ<sup>95</sup>: Ստվերը աղավաղում է տնտեսության և առանձին շուկաների իրական պատկերը, ոչ ճիշտ որոշումների կայացման մշտական վտանգ է ստեղծում, պաշտոնա-

93 Աշոտ Մարկոսյան, «Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության դիվերսիֆիկացման հիմնական դիրքները», «Սոցիալական մոտեցումներ Հայաստանի մարտահրավերներին. գլոբալ հեռանկարներ. տեղեկան իրողություններ (խորհրդածողովի նյութեր)», Երևան 2010, էջ 156:

94 Տես, մասնավորապես Առոմ Մարգարյան, «Ազգային նորամուծային համակարգը. Ջարգացման մարտահրավերների համատեքստում», ՎԷՄ, 2009 հուլիս-սեպտեմբեր, թիվ 2, էջ 99

95 Նկատված պրակտիկա է, որ հաճախ պլանավորված բյուջետային եկամուտները հավաքելիս վարչարարության գործիքի ձեռնարկված ջանքերից հետո համապատասխան ժամանակաշրջանի համար ամրագրած /անհրաժեշտ/ ցուցանիշի չբավականացնող մասը մուծվում /լրացվում/ է որևէ օլիգարխի «դրամարկից»:

կան վիճակագրության և հարկային հաշվետվությունների հիման վրա տրվում են որակումներ ու հաճախ ստացվում է, որ սովորաբար գործողը շահում է՝ ունենալով ակնհայտ մրցակցային առավելություն, միաժամանակ դուրս մնալով ՏՄՊԳՀ-ի տեսադաշտից:

**Հինգերորդ.** Հայաստանում երբևէ գոյություն ունեցած բոլոր մենաշնորհները որպես կանոն կենսունակ են նաև այսօր (նաև պաշտոնյա գործարարների ինստիտուտը, որի ներկայացուցիչներն ունեն մրցակցային առավելություններ ոչ պաշտոնյա գործարարների նկատմամբ և իրենց հերթին նույնպես ի վիճակի են կայացնել հակամրցակցային որոշումներ). դրանց զուգահեռ առաջանում են նոր մենաշնորհային շուկաներ վարչական ռեսուրսի հաշվին (Ճանապարհային երթևեկության կանոնների պահպանմանն ուղղված՝ Երևանում համատարած տեղադրված տեսախցիկների գործունեությունը, «Ջերմուկ» ապրանքային նշանի յուրօրինակ «սեփականաշնորհումը», տարադրամի փոխանակման մանրածախ շուկայի կենտրոնացումը) կամ տնտեսավարող սուբյեկտների «կլանումների» արդյունքում (վճարահաշվարկային կազմակերպությունների համակարգում գործող «Թելսել»-ի կողմից «Մեգա պանտեռա»-ի ձեռքբերումը, որի արդյունքում որոշակիորեն բարձրացան համապատասխան ծառայությունների սակագները):

## 5.2 Հակամենաշնորհային կարգավորման առաջարկվող մոդելը՝ 1+3 կոնցեպցիա

Հակամենաշնորհային կարգավորման նոր մոդելը, որը պայմանականորեն կոչել ենք «1+3 կոնցեպցիա», այն է՝ մեկ ամբողջական մրցակցային դաշտ և երեք տեսակի մենաշնորհ (պետական, բնական, արտակարգ), կառուցվում է հետևյալ սկզբունքների հիման վրա՝

Հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացում հստակ ձևակերպված տնտեսական քաղաքականության համատեքստում: Հետազոտության հեղինակները համոզված են, որ առանց նախապես շարադրված և բարձր մակարդակում ընդունված տնտեսական քաղաքականության նպատակադրումների և առաջնահերթությունների հնարավոր չէ իրականացնել արդյունավետ հակամրցակցային քաղաքականություն:

Մենաշնորհների նկատմամբ վարվող քաղաքականության տարբերակում: Հետազոտության հեղինակները գտնում են, որ իրականացվելիք հակամենաշնորհային քաղաքականությունը տեսականորեն և գործնականում հնարավորություն ունի արդյունավետ լինելու, եթե օրենքի մակարդակով ամրագրվի հակամենաշնորհային կարգավորման առարկա հանդիսացող տնտեսավարող սուբյեկտների հետևյալ (կամ համանման տրամաբանությամբ) դասակարգումը.<sup>96</sup>

- ազատ տնտեսական մրցակցության ոլորտում գործող սուբյեկտներ և
- օրինական մենաշնորհ հանդիսացող սուբյեկտներ, այդ թվում՝

1. պետական մենաշնորհներ՝ հասարակական հարաբերությունների համակարգ, որի ղեկավարում առանձին տեսակի գործունեության իրականացման բացառիկ իրավունք

96 Տես ՀՀ Ազգային ժողովի պատգամավորներ Վահան Հովհաննեսյան, Արծվիկ Մինասյան, Արտյոյ Շահբազյան, Արա Նոսկյան, Արմեն Ռուստամյանի կողմից 2010 թվականին օրենսդրական նախաձեռնության կարգով ներկայացված «Հակամենաշնորհային կարգավորման մասին» ՀՀ օրենքի նախագիծը:

ունի միայն պետությունը՝ ի դեմս պետական մարմինների կամ վերջիններիս կողմից ստեղծված տնտեսավարող սուբյեկտի.

2. բնական մենաշնորհներ՝ պետության կողմից թույլատրված հասարակական իրավահարաբերություններ, որոնց դեպքում ապրանքային շուկայում պահանջարկի բավարարումն առավել արդյունավետ է մրցակցության բացակայությամբ՝ պայմանավորված արտադրության տեխնոլոգիական առանձնահատկություններով. բնական մենաշնորհների դեպքում համապատասխան ապրանքները կամ ծառայությունները սպառման ժամանակ չեն կարող փոխարինվել այլ ապրանքներով կամ ծառայություններով և ապրանքային շուկայում պահանջարկն ավելի քիչ է պայմանավորված գնով, քան այլ՝ ոչ բնական մենաշնորհներ հանդիսացող շուկաներում.
3. արտակարգ մենաշնորհներ՝ ապրանքային /սպասարկման/ շուկայում հասարակական հարաբերությունների համակարգ, որը թույլատրված է պետության կողմից՝ որոշակի ժամանակաշրջանի համար, որի ընթացքում մրցակցությունը բացակայում (սահմանափակ) է:

Քաղաքականության և վարչարարության շեշտադրումների տեղափոխում պատժիչ գործառույթից դեպի կանխարգելիչը: Հակամենաշնորհային կարգավորման մոդելը և օրենսդրությունը առաջին հերթին պետք է հնարավորինս բացառեն հակամրցակցային գործողությունների կատարման հնարավորությունները: Միաժամանակ, պատասխանատվության ինստիտուտի արդյունավետության վերաբերյալ առկա տեսությունը և պրակտիկան մեզ հուշում են, որ հակամրցակցային օրենսդրությունը և պետության սահմանած խաղի կանոնները խախտելու համար լոկ տոյժերի և տուգանքների համակարգ սահմանելը բավարար չէ: Տնտեսավարողները պետք է տեսնեն, որ բոլոր խախտումները բացահայտվում են, պատժամիջոցները կիրառվում, նրանք պետք է վստահ լինեն, որ հակամրցակցային օրենսդրությունը խախտելու պարագայում դրա բացահայտման հավանականությունը մեծ է և որ տուգանքները անհամեմատ կգերազանցեն այն օգուտները, որ ակնկալվում էր ստանալ անօրինական գործողություններից: Միաժամանակ պետք է հնարավորինս ձեռնպահ մնալ հաճախ պոպուլիստական, տնտեսավարող սուբյեկտին չցավեցնող ձևական տուգանքներ կիրառելուց, ինչից հետո դարձյալ վաճառքի ցանցում տեսնում ենք տուգանման պատճառ հանդիսացած ապրանքները նույն պիտակավորմամբ, նույն կերպ (չ)մակնշված, նույն ժամկետներով, շփոթեցնող փաթեթավորմամբ և այլն:

Կարգավորող մարմնի գործունեության կազմակերպում միջինամսամկետ և երկարաժամկետ ծրագրային մոտեցումների հիման վրա՝ նախապես սահմանված չափելի ցուցանիշների համակարգի վրա հիմնված հաշվետվության համակարգով: Օրենքով պետք է դրույթներ նախատեսել լիազոր մարմնի կողմից մրցակցային քաղաքականության միջինամսամկետ և երկարաժամկետ ծրագրեր կազմելու, ինչպես նաև դրանց իրականացման արդյունքում հակամրցակցային մարմնի կողմից հաշվետվողականություն ապահովելու նպատակով:

Հակամենաշնորհային կարգավորում համապարփակ, ոչ ձևական մոտեցումներով՝ ստորադասելով գերատեսչական շահերը նախապես սահմանված քաղաքականության

նպատակներին: Ենթադրում է բոլոր իրավասու մարմինների համակարգված աշխատանք, պարբերական կոնսուլտացիաներ և համագործակցություն:

Կարգավորող մարմնի որոշումների ընդունման կոլեգիալություն՝ քաղաքացիական հասարակության մասնակցության ապահովմամբ: Ենթադրում է առավել անկախություն գործադիր մարմնից և Նախագահից, ինչպես նաև գործունեության առավել թափանցիկության ապահովում քաղաքացիական հասարակության համար:

Ելնելով վերոհիշյալ սկզբունքներից՝ հակամենաշնորհային կարգավորման հիմնական ուղղություններն են.

### 1. Քաղաքական բնույթի միջոցառումներ

1.1 Անհրաժեշտ է որպեսզի գնահատականներ տրվեն տնտեսական մրցակցության պաշտպանության քաղաքականությունը մշակող մարմնի /Էկոնոմիկայի նախարարության/ կողմից առկա իրավիճակի վերաբերյալ, ինչպես նաև կոնկրետ հաշվարկներ և չափելի գնահատականներ ներկայացվեն մրցակցային մարմնի /Հանձնաժողովի/ կողմից ապրանքային շուկաներում հակամրցակցային վարքագծի դրսևորման արդյունքում կոնկրետ տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից հասցված հասարակական վնասի վերաբերյալ: Սա շատ կարևոր է, որպեսզի պետությունը հակամրցակցային քաղաքականությունն իրացնելիս և կոնկրետ վարչարարություն ծավալելիս ստանա ողջ հասարակության աջակցությունը, առանց որի հնարավոր չէ էական հաջողություններ ակնկալել: Հակառակ դեպքում 2010-ին կադրային փոփոխություններով սկսված և 2011-ին օրենսդրական փոփոխությունների արդյունքում նոր թափ ստացած Հանձնաժողովի գործունեության բարելավման հետագա ընթացքն ու դրա տեսանելի արդյունքները կասկածի տակ կդրվեն, հերթական անգամ հիասթափեցնելով գործարար և ներդրումային միջավայրին ու լայն հասարակությանը:

1.2 Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական և Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովների միմյանց միացում: Այս մարմինները որպես անկախ կարգավորող մարմիններ թեև ստեղծվել են տարբեր ժամանակաշրջաններում և որոշակիորեն տարբեր խնդիրներով, սակայն այսօր դրանց կարգավորման ոլորտը բացարձակապես մենաշնորհներ են. ՏՄՊՊՀ-ի դեպքում՝ բոլոր, ՀԾԿՀ-ի դեպքում՝ սահմանափակ թվով բնական մենաշնորհները: Այս մարմիններն ունեն միմյանց կրկնող որոշակի գործառույթներ, ինչպես նաև նույնական թերություններ ու սահմանափակումներ: Այսպես երկու մարմինների դեպքում էլ՝

- քաղաքականության մշակման և /կամ/ իրականացման գործառույթը բացակայում է,
- գործունեությունն ուղղորդող քաղաքականություն որպես այդպիսին չկա,
- ըստ էության հանրության առջև հաշվետվողականություն համակարգ չկա,
- ի սկզբանե չկան հնարավոր չարաշահումները կանխարգելող օրենսդրական նորմեր,
  - չկան մենաշնորհային դիրքեր ունեցող կազմակերպությունների նկատմամբ որակի վերահսկողության նորմեր,

- կանոնակարգման մեխանիզմները չեն նպաստում մրցակցային շուկայի զարգացմանը, իսկ բնական մենաշնորհների մատով՝ որակյալ ծառայությունների մատուցումը երաշխավորելուն:

Ռեսուրսներով ապահովվածության և բյուջետային ֆինանսավորման առումով խիստ տարբերություններ կան, որոնք առաջին հերթին վերաբերում են կադրային հաստիքներին և աշխատավարձի մակարդակին /երկու դեպքում էլ ՏՄՊՊՀ-ը գիջում է ՀԾԿՀ-ին/: Այնինչ արդեն վաղուց, առնվազն հասարակության համար տեսանելի մակարդակում ՏՄՊՊՀ-ն անհամեմատ մեծ աշխատանք է կատարում քան ՀԾԿՀ: Նշված մարմինների միավորումը մեկ կարգավորող մարմնի ներքո կընձեռի գործունեության արդյունավետության բարձրացման նոր հնարավորություններ, գործառության և վարչական ծախսերի տնտեսումներ, կարգավորվող ընկերությունների համար կնշանակի գործարար միջավայրի բարելավում և օրինապահության ապահովման բեռի թեթևացում:

1.3 Փակ շուկաների վերացում /բացառություն կարող են լինել լոկ պետական, բնական և արտոնյալ մենաշնորհների շուկաները/, ոչ օրինական քվոտաների մեխանիզմի, «պաշտոնյա-բիզնեսմեն» երևույթի վերացում, շուկաներ մուտքի ազատականացում:

1.4 Մենաշնորհների և օրինական մենաշնորհների /օրինակ արտահանող ընկերություններ, պետական գնումներին մասնակցող տեղական արտադրողներ, ներդրողների որոշակի սեգմենտ և այլն/ նկատմամբ տարբերակված մոտեցումների ցուցաբերում՝ ընդունված քաղաքականության ներքո որոշակի ռազմավարություն և վարչարարություն կիրառելու ճանապարհով:

1.5 Մրցակցության խթանմանն ու խրախուսմանն ուղղված տարատեսակ միջոցառումներ: Լավագույն օրինակ կարող է լինել հնչեղ, մեծ և հասարակության ընկալման մեջ ակնհայտ մոնոպոլ, «տանիքավոր» ու որոշված անձանց կողմից «շահագործվող» ոլորտներում բեկում մտցնելը. դրանք կարող են լինել «բենզին», «դիզ. վառելիք», «գազ», «շաքար» և այլ համանման ապրանքային շուկաները:

1.6 Պետության կողմից այն քաղաքականության իրականացման գործիքները, որոնք կնպաստեն մենաշնորհների կողմից ապրանքների ու ծառայությունների գների բարձրացման զսպումներին, արժեզրկման մակարդակի զսպումներին, փոքր ու միջին բիզնեսի զարգացման խթանմանը, կապիտալի ու արժեթղթերի շուկաների ձևավորման խրախուսմանը, կհամարվեն արդարացված:

1.7 Պետությունը պետք է իրականացնի արդյունաբերական ապրանքների գների պետական կարգավորում, ինչը ընդունված է մենաշնորհների կարգավորման տեսության մեջ:

## **2. Կարգավորող մարմնի գործառության արդյունավետությանն ուղղված միջոցառումներ**

2.1 Կարգավորող մարմնի խնդիրների վերախմաստավորում և կարողությունների հզորացում: Հանձնաժողովին լուրջ դերակատարում է վերապահված /պետք է վերապահվի/ պետության առջև ծառայած խնդիրների լուծման գործում: Այս առումով



կարևոր է, որ մարմինը իր հայացքն ուղղի նաև տնտեսական ոլորտի միջազգային մարտահրավերների դիմակայմանը, հանդիսանալով բարձր պետական խնդիրների լուծմանը ներգրավված կառույց: Այս առումով կարևոր է թույլ չտալ, որ նեքին շուկայում առանձին սուբյեկտների շահերն ու խնդիրները ստվերեն /խանգարեն/ իր հիմնական գործառույթի իրականացումը:

- 2.2 Իրավական ակտերի նախագծերի, տնտեսական երևույթների և շուկայի մասնակիցների վարքագծի փորձաքննությունների ինստիտուտի ուժեղացում, թաքնված, ոչ ստանդարտ հակամրցակցային երևույթների վերհանում և կառուցողական մոտեցումների մշակում:
- 2.3 Հակամրցակցային մարմնի աշխատակիցների աշխատավարձի էական բարձրացում: Դժվար է գերազնահատել Հակամրցակցային մարմնի աշխատակիցների ներդրած ջանքերն ու պատասխանատվությունը: Ոչ մի տրամաբանություն չկա այն բանում, որ այսօր Հանրային ծառայությունները կարգավորող հանձնաժողովի աշխատակազմում և Հանձնաժողովի աշխատակազմում աշխատավարձերը տարբերվում են մոտ հիստուն տոկոսով:
- 2.4 Կարգավորող մարմնի աշխատանքների կազմակերպում հիմնվելով ծրագիր-հաշվետվություն-ծրագիր հերթականության վրա: Որպես ընդհանուր մոտեցում, պետք է նշել, որ ցանկալի է, որպեսզի յուրաքանչյուր տարվա հաշվետվություն հստակ կապ ունենա համապատասխան տարվա ծրագրի հետ, մասնավորապես, անդրադարձ կատարի տարեկան ծրագրում նշված խնդիրների և նկարագրված մրցակցային իրավիճակի բարելավման ուղղությամբ՝ իր մեջ պարունակելով հստակ չափելի ու համադրելի ցուցանիշներ: Այս առումով, կարծում ենք, որ Հանձնաժողովի գործունեության ցուցանիշների որոշակի համակարգ է անհրաժեշտ ներդնել, որպեսզի վերջինիս արդյունավետության գնահատում հնարավոր լինի իրականացնել՝ /ա/ օրենքով դրված նպատակների իրագործման տեսնակյունից, /բ/ նախորդ ժամանակշրջանների համեմատությամբ, /գ/ տարածաշրջանի և այլ համադրելի երկրների համեմատությամբ: Ընդ որում, եթե օրինակ որոշ միջազգային վարկանշային կազմակերպությունների ուսումնասիրությունների և հրապարակումների դեպքում մենք գործ ունենք հաշվարկների՝ ինչ-որ անկատար և ընդհանրական մեթոդաբանության հետ, որը հաճախ հաշվի չառնելով երկրների «սպեցիֆիկ» առանձնահատկությունները դուրս է բերում իրականությունից կտրված կամ ոչ համադրելի ցուցանիշ<sup>97</sup>, ապա այստեղ մենք կարիք ունենք հստակ չափելի, պայմանական մեկնարկային դիրքը հաշվի առնող և առջևում դրված նպատակներին միտված գործիքակազմի: Անհրաժեշտ է Հանձնաժողովի հաշվետվությունը վերածել գերարդյունավետ և խոսուն փաստաթղթի, որը պետք է վերլուծություններ պարունակի մրցակցության առումով ներքին և միջազգային տնտեսության միտումների վերաբերյալ: Մասնավորապես, իր հաշվետվությամբ հանձնաժողովը պարտավոր է Ազգային ժողովի առաջ մատնանշել այն

97 Կարեն Վերանյան – «Հայաստանի Հանրապետությունը միջազգային վարկանիշային համակարգում», Երևան – 2010, էջ 13, 14

խնդիրները, որոնք պետք է լուծում ստանան այլ մարմինների կողմից: Հաշվետվությունում պարտադիր պետք է անդրադարձ լինի տնտեսական քաղաքականության իրականացման ուղղությամբ ներդրված ջանքերին և այլ մարմինների հետ համագործակցության իրական կողմերին: Հաշվետվությունը պետք է պարունակի նաև մրցակցային օրենսդրության պահանջների խախտման համար նախապատրաստված քրեական նյութերի, կիրառված պատասխանատվության միջոցների վիճակագրություն:

### **3. Տնտեսական բնույթի միջոցառումներ**

- 3.1. Հանձնաժողովն իր ամենօրյա գործունեության և ուսումնասիրությունների ընթացքում պետք է գնահատականներ ներկայացնի ապրանքային շուկաների աշխատանքի արտադրողականության, ինքնարժեքի ձևավորման, ներդրումային ծրագրերի, սակագների հիմնավորված լինելու վերաբերյալ: Բնական մենաշնորհների մասով կարգավորող մարմինը պետք է պարբերաբար անդրադառնա համապատասխան ընկերությունների հետ կառավարության կնքած կոնցեսիոն և այլ հիմնարար պայմանագրերի դրույթների կատարմանն ու ցուցանիշների ապահովմանը:
- 3.2. Հանձնաժողովը պետք է տեղյակ լինի պաշտոնական վիճակագրության և այլ համապատասխան կառույցների կողմից ստվերի գնահատման, ՀՆԱ-ի հաշվառման ցուցանիշներին ու մեթոդաբանությանը, ինչպես նաև ունենա իր սեփական մոտեցումներն ու մեթոդաբանությունը տնտեսության ճյուղերի, ապրանքային շուկաների ուսումնասիրություններ իրականացնելիս: Հանձնաժողովը պետք է զգուշորեն մոտենա հատկապես հայրենական արտադրողների գործարար համբավի վարկաբեկմանն ու ֆինանսական պատասխանատվության կիրառմանը, քանի որ յուրաքանչյուր պատժամիջոց կամ ոչ օբյեկտիվ մոտեցում վնասելով տնտեսավարողին ի վերջո անուղղակիորեն համապատասխան բեռը տեղափոխում է սպառողի ուսերին:
- 3.3. Պետական գնումների համակարգը, պարենային անվտանգության հիմնահարցերը և տեղական արտադրողների /արտահանողների/ շահերը պետք է մշտապես լինեն կարգավորող մարմնի ուշադրության կենտրոնում:
- 3.4. Կարևոր և արդյունավետ է ԵՄ օրենսդրությամբ հակամրցակցային համաձայնությունների հայտնաբերմանն ուղղված քաղաքականության կարևոր դրսևորումներից «հանդուրժողականության» ծրագրի (leniency program) կիրառումը, որը պատժի վերացում կամ թուլացում է առաջարկում հակամրցակցային համաձայնությունների մեջ ներգրավված այն անձանց նկատմամբ, ովքեր տեղեկություն են տրամադրում այդ համաձայնությունների մասին: Այս քաղաքականությունն ապացուցել է իր կենսունակությունը, քանզի միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ հակամրցակցային համաձայնությունների գերակշռող մեծամասնությունը հայտնաբերվում է հենց այս ծրագրի օգնությամբ:
- 3.5. Կարևոր ազդեցություն կարող է ունենալ նաև պետության կողմից տնտեսավարող սուբյեկտներին, նաև մենաշնորհներին աջակցության տրամադրումը բացառապես արտաքին շուկաներ ապրանքների ու ծառայությունների արտահանումներ իրականացնե-

լու և միջազգային շուկաներ տեղական մենաշնորհային դիրք ունեցող կազմակերպությունների հաստատման ուղղությամբ: Դրանք կլինեն արտահանման սուբսիդիաներ, կամ այլ միջոցառումներ, միաժամանակյա խիստ վերահսկողության պայմաններում:

Ինչպես և ցանկացած այլ ոլորտում դրական բեկում մտցնելու և հաջողության հասնելու համար միայն ստանդարտ մոտեցումները բավարար չեն, պետք են քաղաքական դժվար որոշումներ, հետևողական, երկարաժամկետ և ուրույն, ստեղծագործական լուծումներ:

*Այսպիսով, առաջարկվում է նոր հայեցակարգային մոտեցում, որը սահմանում է տնտեսական մրցակցության սպասելի մակարդակի և հասկանալի կանոններ՝ բացառվում է քողարկված մենաշնորհների գոյությունը և տնտեսական մրցակցության սպասելի մակարդակի վրա մենաշնորհների գոյությունը փաստացի խրախուսող քաղաքականությունը:*

*Մոտեցումը հարակ է: Այո, Հայաստանի, ինչպես նաև այլ երկրների տնտեսությունում կարող են և կլինեն մենաշնորհներ: Սակայն եթե դրանք այդպիսին են, սպաս պետք է արանսն համապարասխան իրավական ձևակերպումներ և ունենան դրանից բխող հետևանքներ:*

*Մնացած բոլոր դեպքերում որևէ պարզակազմակերպում կամ արդարացման մենաշնորհները պետք է գոյություն չունենան:*

*Մենաշնորհները կարող են լինեն պետական, բնական կամ արդարացի: Այդպիսի տնտեսավարողները պետք է ենթարկվեն հարույն կանոններին, որոնց կիրառմանը հետևելու է մեկ միասնական հակամենաշնորհային մարմինը:*

*Իսկ եթե տնտեսավարողը փաստացի հանդիսանալով մենաշնորհ, չի տեղավորվում այս սխեմայի մեջ, սպաս պետք է ենթարկվի հակամենաշնորհային օրենսդրության պահանջներին: Սա թույլ կրա վերացնել շուկայում առկա պարկերը, երբ իբր տնտեսական մրցակցության պաշտպանության նկատմամբ վերահսկողություն է իրականացվում, սակայն մենաշնորհների թիվը իրականում ավելանում է:*

*Այլ դեպքերում պետք է գործ ունենանք բացառապես մրցակցային շուկաների հետ՝ մենաշնորհի գոյությունը պետք է հարստարարի հակաօրինակն՝ իր բոլոր հետևանքներով:*

*Անշուշտ մոտեցումը կարող է հանգեցնել բազմաթիվ քննարկումների, բանավեճերի կամ կարծիքների բախումների: Սակայն համոզված ենք, որ ոլորտը կարիք ունի կարգավորման: Ի դեպ, այս ուղղությամբ լուրջ անելիքներ ունեն նաև միջազգային կառույցներն ու օտարերկրյա պետությունների համաարասխան կարգավորող մարմինները:*

*Եվ այս առումով նոր հայեցակարգային մոտեցումը կարող է ոչ միայն հերաքրքրություն ներկայացնել Հայաստանյան իրականության համար, այլև նախ և առաջ զնահարականի արժանատի իրապես տնտեսական մրցակցության հիմնասխեմային մրահող օտարերկրյա պետությունների հասարակության կողմից, քանի որ իրական մրցակցության դեֆիցիտը զգացվում է այսօր ողջ աշխարհում:*

## Հավելվածներ

- Հավելված Ա.** ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐ, ՈՐՈՆՑ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՄԱՐՄԻՆՆ ԱՌԱՎԵԼ ՀԱՃԱԽ Է ԱՆԴՐԱԴԱՐՁԵԼ
- Հավելված Բ.** ՏՆՏԵՄԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՂ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎՆԵՐԻ՝ ՊԵՏԱԿԱՆ ԲՅՈՒՋԵԻՑ ՆԱԽԱՏԵՍՎԱԾ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄԸ
- Հավելված Գ.** ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՆ ՇԱՔԱՐ (ՇԱՔԱՐԱՎԱԶ) ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐԸ, ՆԵՐՄՈՒԾՄԱՆ ԱՐԺԵՔԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ 2003-2011
- Հավելված Դ.** ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՆ ԲԵՆՁԻՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐԸ, ՆԵՐՄՈՒԾՄԱՆ ԱՐԺԵՔԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ 2003-2011
- Հավելված Ե.** ԵՎՐԱՄԻՈՒԹՅԱՆ ՈՐՈՇ ԵՐԿՐՆԵՐՈՒՄ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՄԱՐՄԻՆՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎԻՃԱԿԸ

Հավելված Ա

**ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐ, ՈՐՈՆՑ ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՄԱՐՄԻՆՆ ԱՌԱՎԵԼ ՀԱՃԱԽ Է ԱՆԴՐԱԴԱՐՁԵԼ**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	20	30	13	20	61	40	17	29		62	20
Ընդամենը ուսումնասիրված ապրանքային շուկաներ, որից											
1 «Շաքարավազ»											
2 Գաջ											
3 «Բենզին»											
4 «Դիզելային վառելիք»											
5 Բնական գազ											
6 «Հավի ձու՝ կծեալով»											
7 «Մուրճ»											
8 Ցեմենտ											
9 Դեղորայք											
10 «Ազդեցական պարարտանյութեր (ամոնիումային սելխորալ)»											
11 «Բուսական յուղ» <sup>2</sup>											
12 «Ցորենի ալյուր»											
13 «Կարագ»											
14 «Շարժական կապի գլոբալ համակարգի (GSM) ծառայություններ»											
15 «Բրինձ»											
16 «Արդյունահանվող հանքային ջուր»											
17 «Շալցված աղբյուրի ջուր»											
18 «Ամրան»											
19 «Ամրալար»											

Մուգ գույնով նշված են այն տարիները, երբ Հանձնաժողովը համապատասխան ապրանքային շուկայում իրականացրել է ուսումնասիրություն, դիտարկում կամ այդ շուկան ընդգրկել է իր վերլուծությունների, վիճակագրության մեջ

1 Այս ապրանքային շուկան վերջին տերիտորիան ուսումնասիրվել է երեք ատանձին՝ «Լուծվող սուրճ», «Արագած սուրճ» և «Հատիկավոր սուրճ», ապրանքային շուկաների տարանջատմամբ:

[2] Այս ապրանքային շուկան վերջին տարիներին ուսումնասիրվել է երկու ատանձին՝ «Արևածաղկի և եգիպտացորենի բուսական յուղ (ծեթ)», «Ցիբապտիլի բուսական յուղ (ծեթ)», ապրանքային շուկաների տարանջատմամբ:

Հավելված Բ

**ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՆՐԱՅԻՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՂ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎՆԵՐԻ՝ ՊԵՏԱԿԱՆ ԲՅՈՒՋԵԻՑ ՆԱԽԱՏԵՍՎԱԾ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄԸ**

Տարի	ՏՄՊՊՀ	ՀԾԿՀ
	Բյուջե, մլն դրամ	Բյուջե, մլն դրամ
2001	120.0	...
2002	74.3	...
2003	80.7	131.0
2004	97.2	172.1
2005	96.0	352.2
2006	159.2	352.2
2007	165.6	370.5
2008	194.8	403.4
2009	208.6	418.0
2010	202.1	418.0
2011	215.3	418.0
2012	216.7	404.8

Աղբյուրը՝ Հանձնաժողովների տարեկան հաշվետվությունները, առանձին տարիների ՀՀ պետական բյուջեի մասին օրենքները

Հավելված Գ

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՆ ՇԱՔԱՐ (ՇԱՔԱՐԱՎԱԶ) ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐԸ, ՆԵՐՄՈՒԾՄԱՆ ԱՐԺԵՔԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ 2003-2011**

	2003		2004		2005		2006		2007		2008	
	իզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	իզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	իզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	իզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	իզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	իզ ԱՄՆ դոլար	տոննա
Բրազիլիա	216	901					647	2 940	2 255	9 077	20 038	70 689
ՄԲ	15 717	64 614	15 145	62 502	10 649	44 292						
Վրաստան					4 767	19 655	11 857	43 195	19 895	72 856	6 600	22 515
ԱՄԷ	17	40	10	20	7 473	30 662			690	1 500	1 488	2 890
Շվեյցարիա	4 479	18 000			216	980						
Ավստրիա							1 168	2 714	0		194	322
Բելգիա	513	1 734	771	2 585	1 408	4 048	581	1 013	248	483	709	1061
Ուկրաինա			2 144	8 857					5	2	0	
ԸՆԴԱՄԵՆԸ ՀՀ ներմուծում	21 400	86 963	18 212	74 239	25 538	103 263	16 280	56 771	24 974	87 846	31 197	102 263
կգ-ի միջին ներմուծման արժեքը, ԱՄՆ դոլար	0.25		0.25		0.25		0.29		0.28		0.31	
կգ-ի գինը ՀՀ-ում, ԱՄՆ դոլար	0.45		0.48		0.54		0.77		0.75		0.80	
Շահութաբերություն- ը ներմուծման արժեքի նկատմամբ, %	185		196		218		269		262		263	

Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱՎԾ, UN comtrade statistics

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՆ ՇԱՔԱՐ (ՇԱՔԱՐԱՎԱԶ) ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐԸ, ՆԵՐՄՈՒԾՄԱՆ ԱՐԺԵՔԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ 2003-2011 (շարունակություն)

	2009		2010		2011		2003-11		Տեսակ. կշիռ, %
	ԻՊՈՒՄ	ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՒՄ	ԻՊՈՒՄ	ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՒՄ	ԻՊՈՒՄ	ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՒՄ	ԻՊՈՒՄ	ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՒՄ	
ԱՐՏԱՀԱՆՈՂ ԵՐԿԻՐՏ									
Բրազիլիա	19 171	61 610	23 856	79 061	50 513	87 998	116 696	312 276	48.0
ՄԲ							41 511	171 408	17.1
Վրաստան	0	0	0	0	0	0	43 119	158 221	20.7
ԱՄԷ	1 643	2 750	0	0	1 011	1 075	12 332	38 937	5.1
Շվեյցարիա							4 695	18 980	2.5
Ավստրիա	199	384	3 949	10 775	338	507	5 848	14 702	1.9
Բելգիա	0	0	398	1 012	0	0	4 628	11 936	1.6
Ռուսաստան	0	0	0	0	0	0	2 149	8 859	1.2
ԸՆԴՎԱՄՆԵՆԸ ՀՀ ներմուծում	21 116	64 824	30 813	97 752	53 799	91 668	243 329	765 589	100
ԿԳ-ի միջին ներմուծման արժեքը, ԱՄՆ դոլար	0.33		0.32		0.59		0.32		
ԿԳ-ի գինը ՀՀ-ում, ԱՄՆ դոլար	0.83		0.93		1.16		0.75		
Շահութաբերությունը ներմուծման արժեքի նկատմամբ, %	256		294		198		238		

Աղբյուրը՝ ՀՀ ԱՎԾ, UN comtrade statistics



Հավելված Գ

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՆ ԲԵՆՁԻՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐԸ,  
ՆԵՐՄՈՒԾՄԱՆ ԱՐԺԵՔԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ 2003-2011**

	2004		2005		2006		2007		2008	
	հզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	հզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	հզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	հզ ԱՄՆ դոլար	տոննա	հզ ԱՄՆ դոլար	տոննա
ԱՐՏԱՀԱՆՈՂ ԵՐԳԻՐ										
Ռուսիսիա	-	-	-	-	74 539	139 579	60 773	94 153	84 640	93 295
Բուլղարիա	-	-	-	-	21 129	45 200	62 085	117 500	93 901	110 061
ՌԴ	1 033	3 119	854	1 016	15 717	35 514	38 019	61 838	38 739	42 560
Պանաման	38 753	122 178	63 178	145 989						
Իրան	14 405	66 353	23 533	70 366	18 883	41 397	6 711	12 089	31 850	35 667
ՄԲ	46 023	105 708	51 915	97 565	272	186	456	202	700	234
Ուկրաինա	237	329	603	650	31 677	44 957	35 226	45 720	10 932	7 791
ԸՆԴԱՄԵՆԸ ՀՀ ներմուծում	119 091	359 432	155 535	354 615	173 289	335 782	226 415	360 924	369 371	395 318
Լ-ի միջին ներմուծման արժեքը, ԱՄՆ դոլար <sup>1</sup>	0.33		0.44		0.52		0.63		0.93	
Լ-ի գինը ՀՀ-ում, ԱՄՆ դոլար	...	...	0.73		0.83		0.99		1.13	
Շահութաբերությունը ներմուծման արժեքի նկատմամբ, %	...	...	166.44		160.83		157.81		120.94	

Ծանոթություն. <sup>1</sup> Լի լիարն ընդունվել է հավասար 1/1000 տոննայի

... - տվյալներ չկան

Աղբյուրները. ՀՀ ԱՎԾ, UN comtrade statistics.

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻՆ ԲԵՆՁԻՆ ՄԱՏԱԿԱՐԱՐՈՂ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐԸ,  
ՆԵՐՄՈՒԾՄԱՆ ԱՐԺԵՔԸ ԵՎ ՇԱՀՈՒԹԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆԸ 2003-2011 (շարունակություն)

ԱՐՏԱՀԱՆՈՂ ԵՐԿԻՐ	2009		2010		2011		2003-11		Տեսակ, կշիռ, %	
	ԿԳ ԱՄՆ դոլար	տոննա	ԿԳ ԱՄՆ դոլար	տոննա	ԿԳ ԱՄՆ դոլար	տոննա	ԿԳ ԱՄՆ դոլար	տոննա	արժեք	քանակ
Ռ-ամիլիա	68 305	101 552	74 188	96 208	90 790	84 475	453 235	609 262	23.2	21.1
Բուրդարիա	67 200	94 174	90 006	103 826	81 995	75 971	416 316	546 732	21.3	18.9
Ռ-Բ	48 395	72 365	51 476	67 743	86 425	91 198	280 658	375 353	14.3	13.0
Պանամա							101 931	268 167	5.2	9.3
Իրան	5 404	8 638	9 119	14 800	12 157	16 121	122 062	265 431	6.2	9.2
ՄԲ	679	930	3 849	4 271	677	201	104 571	209 297	5.3	7.3
Ուկրաինա	7 618	10 814	4 613	6 236	998	409	91 904	116 906	4.7	4.1
ԸՆԴԱՄԵՆԸ ՀՀ ներմուծում	238 100	344 698	304 079	377 683	370 931	357 303	1 956 811	2 885 755	100	100
Լ-ի միջին ներմուծման արժեքը, ԱՄՆ դոլար <sup>1</sup>	0.69		0.81		1.04		0.68			
Լ-ի գինը ՀՀ-ում, ԱՄՆ դոլար	0.97		0.99		1.21		0.98			
Շահութաբերությունը ներմուծման արժեքի նկատմամբ, %	140.43		122.96		116.55		144.31			

Ծանոթություն. <sup>1</sup> լիարն ընդունվել է հավասար 1/1000 տոննայի

... - տվյալներ չկան

Աղբյուրները. ՀՀ ԱՎԾ, UN comtrade statistics.

**ԵՎՐԱՄԻՈՒԹՅԱՆ ՈՐՈՇ ԵՐԿՐՆԵՐՈՒՄ ՄՐՅԱԿՑԱՅԻՆ ՄԱՐՍԻՆՆԵՐԻ ԿԱՐԳԱՎԻՃԱԿԸ**

<p><b>ԵՐԿՐՈՒ</b></p>	<p><i>ԱՆՎԱՆՈՒՄԸ / ԿԱՐԳԱՎԻՃԱԿԸ</i></p>	<p><i>ՈՒՄ Է ՀՎԵՎԵՏՈՒ</i></p>
<p>Չվեկիայում</p>	<p>Մրցակցության պաշտպանության գրասենյակը անկախ մարմին է և պետական կառավարման ոչ մի մարմին չի կարող միջամտել գործունեությանը</p>	<p>Հաշվետվությունները ներկայացվում է Կառավարություն</p>
<p>Դանիա</p>	<p>Տնտեսական գարգացման և գործարարության լսողիքների նախարարության ստորաբաժանում</p>	<p>Զերծ է մնում քաղաքական ազդեցությունից</p>
<p>Էստոնիա</p>	<p>Մրցակցության խորհուրդ, որի գործունեությունը վերահսկում է Տնտեսական գործերի և հեռահաղորդակցության նախարար</p>	<p>Հաշվետվություն է ներկայացնում Տնտեսական գործերի և հեռահաղորդակցության նախարարությանը</p>
<p>Ֆինլանդիա</p>	<p>Գործադիրության նախարարության ստորաբաժանում</p>	<p>Հաշվետվությունները ներկայացնում պաշտպանության</p>
<p>Գերմանիա</p>	<p>Բունդեսպարտելանտն գործում է Տնտեսության և աշխատանքի դաշնային նախարարության կազմում</p>	<p>Անկախ դաշնային մարմին է, որը որոշումների ընդունման ժամանակ գերծ է քաղաքական ազդեցությունից</p>
<p>Իտալիայի</p>	<p>Մրցակցային մարմինը հաշվետու չէ կառավարությանը</p>	<p>Հաշվետվություն է ներկայացնում պաշտպանության</p>
<p>Լատվիա</p>	<p>Մրցակցության խորհրդի նախագահին և անդամներին Էկոնոմիկայի նախարարի ներկայացմամբ նշանակում է կառավարությունը</p>	<p>Վերահսկվում է Էկոնոմիկայի նախարարության կողմից</p>
<p>Լիտվա</p>	<p>Մրցակցության խորհուրդը անկախ մարմին, որը գործում է համապատասխան օրենքի նիւնան վրա</p>	<p>Հաշվետվությունները ներկայացնում է պաշտպանտ</p>
<p>Լեհաստան</p>	<p>Մրցակցության և սպառողների շահերի պաշտպանության մարին</p>	<p>Նախագահն անմիջականորեն հաշվետու է վարչապետին</p>
<p>Ռումինիա</p>	<p>Մրցակցային մարմին նախագահը կառավարության առաջարկությամբ նշանակվում է երկրի նախագահի կողմից</p>	<p>Ինքնուրույն գործող կազմակերպություն է, որը պարտավոր է հրապարակել իր գործունեության վերաբերյալ հաշվետվությունները՝ առանց որևէ այլ մարմնի հետ ընտրվելու պարտավորության</p>
<p>Սլովակիա</p>	<p>Հավանցակցային գրասենյակի նախագահը կառավարության առաջարկությամբ նշանակվում է երկրի նախագահի կողմից</p>	<p>Հաշվետու չէ որևէ իրավական գործադիր մարմնին:</p>
<p>Սլովենիա</p>	<p>Մրցակցության պաշտպանության մարմնին</p>	<p>Կլուսմենայնիվ, որոշ գործերի վերաբերյալ մարմին իր կարծիքն է ներկայացնում կառավարության և պաշտպանտ:</p>
<p>Շվեդիա</p>	<p>Առևտրի, գրադիվանության և հեռահաղորդակցության նախարարության ներքո գործող անկախ կառավարական մարմին</p>	<p>Հաշվետու չէ որևէ իրավական կառավարության մարմին:</p>
<p>Միացյալ Թագավորություն</p>	<p>Մրցակցության հանձնաժողով</p>	<p>Տարեկան հաշվետվությունը ներկայացնում է պաշտպանտին</p>

## Հեղինակների մասին

**Արա Նռանյանը** (1973) 2007-2012 թվականներին եղել է ՀՀ Ազգային ժողովի պատգամավոր (ՀՅԴ խմբակցություն), խորհրդարանի տնտեսական հարցերի մշտական հանձնաժողովի անդամ: Հանդիսացել է Սևծովյան տնտեսական համագործակցության խորհրդարանական վեհաժողովի և ԱՊՀ երկրների միջխորհրդարանական վեհաժողովի հայկական պատվիրակությունների անդամ: Դասավանդում է Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում, հեղինակ է մի շարք գիտական հոդվածների և հետզոտությունների, տնտեսագիտության թեկնածու է:

**Արսեն Պետրոսյանը** (1976) Տնտեսական անվտանգության աջակցության նախաձեռնություն հիմնադրամի հիմնադիր-տնօրենն է: Աշխատել է ՀՀ աշխատանքի պետական տեսչության պետի խորհրդական, Հարկային պետական ծառայության վերահսկողության վարչության պետի տեղակալ, ՀՀ կառավարությանն առընթեր պետական եկամուտների կոմիտեի հարկային վարչարարության ռազմավարության և պլանավորման վարչության պետի տեղակալ, ՀՀ ֆինանսների նախարարության ընթացիկ հարկային քաղաքականության և վերլուծության բաժնի գլխավոր մասնագետ: Հասարակական հիմունքներով համագործակցել է Հայաստանի վաճառականների միության հետ որպես իրավական հարցերով փորձագետ: Իրավագիտության մագիստրոս է, տնտեսագիտության թեկնածու, մի շարք գիտական հոդվածների և մեթոդական ձեռնարկների հեղինակ: ՀՀ փաստաբանների պալատի անդամ է:

**Հայկ Հովհաննիսյանը** (1977) ՀՀ Ազգային ժողովում 2004-2012 թթ.-ին աշխատել է որպես պատգամավորի օգնական: Ներկայումս “Աշտարակ Կաթ” ընկերության վարչական-կառավարման ծառայության ղեկավարի տեղակալն է: Աշխատում է նաև որպես ծրագրերի համակարգող “Կաթնարտադրության զարգացման ասոցիացիա” սպառողական կոոպերատիվում: 1999-2008 թթ. դասախոսել է Սյունիքի մարզի, ինչպես նաև Երևանի մի շարք կրթական հաստատություններում: Տնտեսագիտության թեկնածու է, մի շարք գիտական հոդվածների, մենագրությունների հեղինակ է:



## Հրայր Մարուխյանի հիմնադրամ

Հրայր Մարուխյանի Հիմնադրամը ստեղծվել է 2009 թվականին, Հայաստանում: Հիմնադրամի նպատակն է՝ նպաստել հանրային քաղաքականության զարգացմանը և առաջընթացին, պաշտպանել սոցիալ-ժողովրդավարության հիմնական արժեքները՝ կրթության, ուսուցման, հետազոտության հնարավորությունները՝ տարածաշրջանային և միջազգային համագործակցության միջոցով:

Հիմնադրամի նպատակներն են՝ աջակցել և գործնականորեն նպաստել ազգային, տարածաշրջանային և միջազգային երկխոսությանը՝ ուշադրության կենտրոնում պահելով ընթացիկ քաղաքական, տնտեսական և սոցիալական զարգացումները՝ մարտահրավերները՝ հատկապես կենտրոնանալով Հայաստանի և Հարավային Կովկասի վրա:

Հիմնադրամը իրականացնում է հետազոտություններ և մշակում քաղաքականություն, որպեսզի տարածաշրջանային և գլոբալ կերպով աջակցի Հայաստանի Հանրապետության քաղաքացիներին՝ դիմագրավելու քաղաքական և սոցիալական հարատև փոփոխվող իրավիճակներին: Հիմնադրամը ծառայում է նաև որպես կենտրոն, որտեղ ուսումնասիրվում են նորանկախ պետությունների համար այնպիսի հատկանշական հարցեր, ինչպիսիք են ժողովրդավարությունը, աշխատանքային իրավունքները, սոցիալական արդարությունը, խոսքի ազատությունը, արտաքին և անվտանգության քաղաքականությունը, քաղաքական և միջազգային ընթացիկ իրադարձություններն ու զարգացումները, որոնք հիմնականում վերաբերում են Հարավային Կովկասին:



## Ֆրիդրիխ Էբերտ հիմնադրամ

Ֆրիդրիխ Էբերտ հիմնադրամը (ՖԷՀ) շահույթ չհետապնդող գերմանական քաղաքական հիմնադրամ է, որի նպատակն է սոցիալ-ժողովրդավարության արժեքների տարածումը: Հիմնադրամը, որի կենտրոնական գրասենյակները գտնվում են Բեռլինում և Բոնում, հիմնադրվել է 1925 թվականին և այդպես անվանվել ի պատիվ ժողովրդավարական ճանապարհով ընտրված Գերմանիայի առաջին նախագահի՝ Ֆրիդրիխ Էբերտի:

Այսօր ՖԷՀ-ը ունի մասնաճյուղեր ավելի քան 90 երկրում և գործունեություն է իրականացնում ավելի քան 100 երկրում:

Թբիլիսիում գտնվող Հարավային Կովկասի համագործակցության գրասենյակը կոորդինացնում է ՖԷՀ-ի գործունեությունը Վրաստանում, Հայաստանում և Ադրբեյջանում: Բոլոր երեք երկրներում ՖԷՀ-ը նպատակ ունի խթանելու ժողովրդավարությունը, խաղաղությունը, սոցիալական արդարությունը, քաղաքական երկխոսությունը՝ կրթության և հետազոտությունների միջոցով:

ՖԷՀ-ի գործընկերներն են տարբեր ՀԿ-եր, գիտնականներ և փորձագետներ, լրագրողներ, որոշ երկրների խորհրդարաններ, նախարարություններ և քաղաքական որոշում կայացնող պաշտոնյաներ:

