ՀՀ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐ

ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ Մ. Վ., ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ Գ. Մ.

Հայաստանի տնտեսությունում վերջին տարիներին նկատվում է աճի տեմպերի դանդաղում (տնտեսական ակտիվության ցուցանիշը 2016 թ. հունվար-դեկտեմբերին նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ աճել է ընդամենը 0.5 %-ով). և՛ ողջ երկրի տնտեսությունը, և՛ դրա առանձին ճյուղերը զարգացման միտում չունեն: Չնայած 2016-2017 թթ. Համաշխարհային մրցունակության ինդեքսը (այսուհետև՝ ՀՄԻ) վկայում է, որ Հայաստանը 3 տեղով բարելավել է դիրքը (79-րդ տեղ 138 երկրների մեջ) 2015-2016 թթ. (82-րդ տեղ 140 երկրների մեջ) համապատասխան ցուցանիշի համեմատությամբ[1], սակայն դա բնավ էլ չի նշանակում, թե տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառում երկրում զգալի առաջընթաց կա: Խնդիրն այն է, որ ՀՄԻ-ն ստացվում է 12 հենասյուներից (ենթաինդեքսներից): Դրանք են՝ ինստիտուցիոնալ միջավայրը, ենթակառուցվածքները, մակրոտնտեսական միջավայրը, առողջությունը և տարրական կրթությունը, բարձրագույն կրթությունը և ուսուցումը, ապրանքային շուկաների արդյունավետությունը (Goods market efficiency[2]), աշխատանքի շուկայի արդյունավետությունը, ֆինանսական շուկայի զարգացումը, տեխնոլոգիական պատրաստվածությունը, շուկայի չափը, բիզնեսի կատարելագործումը և նոր ամուծությունը: Նշված 12 հենասյուներից միայն երեքն են, որ ուղղակի կապ ունեն տնտեսական մրցակցության պաշտպանության արդյունավետության հետ: Մնացած 9-ը անուղղակիորեն են բնութագրում երկրի մրցունակության վիճակը: Բացի դրանից, երկրի մրցունակության դիրքի բարելավումը, այլ հավասար պայմաններում, կարող է տեղի ունենալ ոչ թե տվյալ երկրի մրցակցության պաշտպանության արդյունավետության բարձրացման, այլ՝ դիտարկվող մյուս երկրների (մրցունակության ինդեքսով մոտ) մրցակցության պաշտպանության վիճակների վատթարացման պատճառով:

Հիմք ընդունելով «Համաշխարհային տնտեսական ֆորում» միջազգային կազմակերպության Համաշխարհային մրցունակության զեկույցը (այսուհետև՝ ՀՄԶ), ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը (այսուհետև՝ Հանձնաժողով) տնտեսական մրցակցության միջավայրին և մրցակցային քաղաքականության արդյունավետությանը վերաբերող երեք ցուցանիշների[3] գծով 2010 թ. համեմատ

---

[1] *http://www3.weforum.org/docs/GCR2016-2017/05FullReport/TheGlobal Competitiveness Report2016-2017_FINAL.pdf*

[2] *Բառացիորեն թարգմանվում է «ապրանքների շուկայի արդյունավետություն»: Մեր կարծիքով, շուկան կգործի արդյունավետ, եթե դրա սուբյեկտները գործում են հավասար մրցակցային միջավայրում, իսկ վաճառողների և գնորդների շահերն էլ հավասարակշռված են:*

[3] *Իրականում բերվածը երկու ցուցանիշ է:*

արձանագրել է զգալի առաջընթաց: Մասնավորապես, հակամենաշնոր–հային քաղաքականության արդյունավետության ցուցանիշով 2016 թ. զբաղեցրել է 77-րդ հորիզոնականը՝ 2010 թ. 138-րդ հորիզոնականի փոխարեն[4]: Ներքին շուկայում[5] մրցակցության ուժգնության ցուցանիշով Հայաստանը 91-րդ հորիզոնականում էր՝ 2010 թ. 136-րդի փոխարեն[6]: Հարկ է նշել, որ, ըստ Հանձնաժողովի՝ 2013-2014 թթ. ՀՄԶ-ի համաձայն, Հայաս–տանը նույնպես զբաղեցրել է 79-րդ տեղը (144 երկրների մեջ)[7]: Այսինքն, 2013-2014 թթ. ՀՄԶ-ի մեջ արձանագրած ՀՄԻ-ի դրական տեղաշարժից հետո այդ ցուցանիշով բացասական տեղաշարժ է եղել, որին Հանձնա–ժո–ղովը չի անդրադարձել ոչ 2015 թ. տարեկան գործունեության ծրագրում[8] և ոչ էլ 2015 թ. տարեկան գործունեության հաշվետվության մեջ[9]: Այդ մասին խոսք չկա նաև Հանձնաժողովի 2016 թ. տարեկան գործունեության ծրագրում: Նշանակում է՝ արձանագրվում են միայն դրական տեղաշարժ–երը, իսկ բացասականները՝ ոչ:

Հանձնաժողովի գործունեության գնահատականը տալու համար անդրադառնանք այդ պետական կառույցի որոշ գործառույթներին: Դրանցից «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի (այսուհետև՝ Օրենք) 18-րդ հոդվածի 2-րդ մասով նախատեսված գործառույթներից են հրապարակայնության ապահովումն ու տեղեկագրի հրատարակումը[10]: Սկսած 2009 թ.՝ Հանձնաժողովը չի հրատարակել ոչ մի տեղեկագիր (նախկինում պարբերաբար հրատարակվել են Հանձնաժողովի պաշտոնական տեղեկագրերը, որոնցում զետեղվել են ոչ միայն ընդունված իրավական ակտերը, այլև Հանձնաժողովի գործունեությունն արտացոլող որոշումները, մեկնաբանությունները և հասարակությանը տեղեկացնող՝ մրցակցության պաշտպանությանն առնչվող բոլոր միջոցառումները):

---

[4] Տե՛ս Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի 2016 թ. տարեկան գործունեության հաշվետվությունը, http://competition.am/uploads/resources/Annual_report_2016.pdf, ինչպես նաև 2017 թ. տարեկան գործունեության ծրագիրը, http://competition.am/uploads/ resources/Activity_plan_2017.pdf

[5] Մասնագիտական առումով «ներքին շուկայում մրցունակության ուժգնա-ցում» արտահայտությունը ճիշտ չի բնութագրում իրերի վիճակը: Շուկան (կարևոր չէ՝ ներքին, թե արտաքին) միակը չէ: Նույնիսկ միևնույն անվանացանկի ապրանքները (ապրանք, աշխատանք, ծառայություն) կարող են մի քանի շուկաների գնման ու վաճառքի օբյեկտ լինել:

[6] Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի 2016 թ. տարեկան գործունեության հաշվետվություն:

[7] Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի 2014 թ. տարեկան գործունեության ծրագիր, http://www.competition.am/uploads/resources/program_2014.pdf

[8] Տե՛ս http://www.competition.am/uploads/resources/activity_programme_2015.pdf

[9] Տե՛ս http://competition.am/uploads/resources/Report_2015.pdf

[10] Այդ մասին մանրամասն տե՛ս **Միքայելյան Մ.,** *Մրցակցության պաշտպանության բարելավման անհրաժեշտությունը, 17 մարտի 2016 թ. http://hetq.am/arm/ news/66495/mrcakcutyan-pashtpanutyan-barelavman-anhrazheshtutyuny.html*

Մինչև 2012 թ. Հանձնաժողովը իր կայքէջում զետեղել է բաց նիստերում ընդունված բոլոր որոշումները:

Հանձնաժողովի գործունեության հրապարակայնությունը չի արտացոլվում նաև Օրենքի 27-րդ հոդվածով նախատեսված տարեկան գործունեության ծրագրերը և հաշվետվությունները կազմելիս: Դեռ ավելին՝ դրանք լիարժեք չեն պարունակում նշված հոդվածով նախատեսված ամբողջ տեղեկատվությունը: Այսպես, օրինակ, 27-րդ հոդվածի 2-րդ մասի «բ» կետի համաձայն, տարեկան գործունեության հաշվետվության մեջ պետք է կատարվի ապրանքային շուկաների վերլուծություն: Իսկ Օրենքի 4-րդ հոդվածով՝ ապրանքային շուկան որոշակի տարածքում տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների շրջանառության ոլորտ է, որի սահմանները որոշվում են գնորդի կողմից համապատասխան տարածքում ապրանքի ձեռքբերման տնտեսական հնարավորություններով և նպատակահարմարությամբ: Նույն հոդվածում ներկայացված է նաև «ապրանքային շուկայի ծավալ» հասկացությունը՝ որպես ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանում տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների իրացման կամ ձեռքբերման ընդհանուր ծավալ՝ բնեղեն և (կամ) արժեքային արտահայտությամբ, ինչպես նաև ապրանքային շուկայի սուբյեկտները՝ որպես տվյալ ապրանքը և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքները իրացնող (վաճառող, մատակարար, օտարող, մատուցող, կատարող) և ձեռքբերող (գնորդ, ստացող, ընդունող, սպառող): Այստեղից հետևում է, որ ապրանքային շուկաների վերլուծություն կատարելու համար անհրաժեշտ է առնվազն, ըստ առանձին ապրանքային շուկաների՝ պարզել շուկայի սուբյեկտներին, դրանց իրացման ծավալները և շուկայի ընդհանուր ծավալը: Դրանից հետո միայն կարելի է գնահատել գերիշխող դիրք ունեցող սուբյեկտների առկայությունը և դրանց կողմից չարաշահում կատարելու հնարավորությունը: Հարկ է նշել, որ ապրանքային շուկան որոշելիս կարևոր է առանձնացնել ոչ միայն ապրանքի տեսակը, այլև գնային պարամետրը: Միևնույն ապրանքատեսակը, գնային պարամետրով պայմանավորված, կարող է միանգամայն տարբեր ապրանքային շուկայում հայտնվել: Օրինակ, նույն տարողությամբ 1500 դրամանոց և 10000 դրամանոց օղիները տարբեր ապրանքային շուկաներին պատկանող ապրանքներ են (եթե նույնիսկ դրանց վաճառողները նույնը լինեն, ապա սպառողների խմբերն են տարբեր): Եթե 10 հազար դրամանոց օղի վաճառողը 1000 դրամով ավելացնի իր ապրանքի գինը, միևնույն է, այն չի ազդի ոչ 1500 դրամանոց օղի գնող սպառողի պահանջարկի, ոչ էլ 1500 դրամանոց օղի վաճառող ապրանքատիրոջ առաջարկի վրա (քանի որ վերջիններս մրցակից չեն):

Հանձնաժողովի 2015 թ. տարեկան գործունեության հաշվետվության մեջ[11] փորձ է արվել վերլուծել նպարեղենի ապրանքային շուկան: Օրենքում, ապրանքային շուկայի սահմանումից ելնելով, առնվազն մասնագիտական առումով գրագետ չէ նպարեղենը (հնդկաձավար, բրինձ, ոսպ, ոլոռ, մակարոնեղեն և այլն) վերցնել որպես մեկ ընդհանուր շուկա, վերլուծել և

[11] http://competition.am/uploads/resources/Report_2015.pdf

եզրակացնել, թե դրանում գերիշխող դիրք ունեցող ֆիրմա չկա, և, հետևաբար, դրանց կողմից չարաշահումներ էլ չեն կարող լինել: Նույնիսկ, եթե ընդունենք, թե Հանձնաժողովը ճիշտ է որոշել ապրանքային շուկան: Տեսնենք, թե Հանձնաժողովը ինչպես է շարունակել «վերլուծությունը»: Ըստ Հանձնաժողովի՝ նպարեղենի շուկայում տնտեսավարողների եկամտաբերությունը (նկատի ունի շահութաբերությունը՝ Մ.Մ. և Մ.Գ.) 5 %-ից պակաս կարող է լինել, ինչը վկայում է, որ մրցակցությունը կտրուկ աճել է: Հանձնաժողովը եզրակացնում է, որ չկան շուկայի մուտքի խոչընդոտներ, տնտեսվարող սուբյեկտները կարող են ազատորեն մտնել այդ շուկա, և պատահական չէ, որ շուկայի մասնակիցների բաժինների փոփոխություն է տեղի ունեցել, և շուկայում հայտնվել են նոր սուբյեկտներ: Նույն հաշվետվությունում չի կարելի չհամաձայնվել Հանձնաժողովի դիտարկման հետ, որ ***այն ընկերությունները, որոնք առաջարկում են ցածր գին, կարողանում են ապահովել իրացման մեծ ծավալներ****: «Հանձնաժողովի ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ նպարեղենի իրացման ցածր գին առաջարկելու հնարավորությունները պայմանավորված են մեծ ֆինանսական ռեսուրսների առկայությամբ, ինչը հիմնականում կարող են ապահովել խոշոր ընկերությունները»[12]: Միանգամայն արժեքավոր տեղեկատվություն: Եթե այդպես է, իսկ մենք ամբողջությամբ ընդունում ենք այդ տրամաբանությունը, ապա ինչով է պայմանավորված Հանձնաժողովի լավատեսական եզրակացությունը, թե շուկայում չկան մուտքի խոչընդոտներ, և մրցակցությունը կտրուկ աճել է:*

Նախ, *5%-ից պակաս շահութաբերությունը, այն էլ Հայաստանի պայմաններում, արդեն մուտքի լուրջ խոչընդոտ է: Արդյո՞ք Հանձնաժողովը չէր կարող ենթադրել, որ գործող սուբյեկտները մտածված կերպով մենաշնորհ ցածր գին են սահմանել՝ որոշ մրցակիցների շուկայից դուրս մղելու համար:*

Երկրորդ, *ֆինանսական մեծ ռեսուրսներ ունեցող ֆիրմաները Հայաստանի նման փոքր և ապրանքային շուկաներում մենաշնորհացման բարձր աստիճան ունեցող երկրներում, որպես կանոն, գերիշխող դիրք են ունենում այդ շուկաներում: Այս հանգամանքը լրացուցիչ պետք է հուշեր Հանձնաժողովին, որ ապրանքային շուկան ճիշտ որոշված չէ:*

Երրորդ, *Հանձնաժողովը պարզել էր, որ շուկայի մասնակից տնտեսվարող սուբյեկտների շուրջ 60%-ը դժգոհել էր, որ իրենց համար ֆինանսական ռեսուրսները դժվար հասանելի են: Այդ հանգամանքը, 2017 թ. տարեկան գործունեության ծրագիրը կազմելիս, Հանձնաժողովի կողմից մրցակցությունը սահմանափակող գործոն դիտելով հանդերձ, դրա ազդեցության մեղմացման մեխանիզմ պետք է մշակվեր և ընդգրկվեր տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումների ցանկում: Սակայն նշված ծրագրում Հանձնաժողովը «մոռացել» է դրա անհրաժեշտության մասին:*

---

[12] *Նույն տեղում:*

Չորրորդ, *քանի որ Հանձնաժողովը Օրենքի պահանջով հանրությանը ներկայացնելու էր 2016 թ. գործունեության հաշվետվությունը, ուստի ավելորդ էր անդրադարձ կատարել 2017 թ. բենզինի գների դինամիկային:*

Հինգերորդ, *տարեկան հաշվետվություններում գրեթե անդրադարձ չկա գործունեության ծրագրերում նախատեսված տնտեսական մրցակցության պաշտպանության միջոցառումների, կարգավորման մեխանիզմների և մրցակցային իրավիճակի բարելավման առաջարկությունների կատարմանը:*

Շատ կարևոր է, որ առավել անկաշկանդ և անաչառ լինելու համար Հանձնաժողովի անդամները չզբաղվեն քաղաքականությամբ, չպատկանեն որևէ կուսակցության: Այլ կերպ ասած՝ հարկատուներիս հաշվին գործող պետական անկախ մարմնի ներկայացուցիչները, իրենց հիմնական գործառույթը թողած (թեկուզ և իրենց հաշվին արձակուրդ վերցնելով), չզբաղվեն ընտրական քարոզարշավով:

Այսպիսով, անցած ավելի քան 16 տարիների ընթացքում, չնայած Հանձնաժողովը կայացել և դրական արդյունքներ է արձանագրել, սակայն հասարակության սպասելիքները մասամբ է իրականացնում: Վերջին տարիներին աչքի է ընկնում նրա աշխատանքի ոչ թափանցիկ գործելաոճը: Զգալի են մասնագիտական սխալները, որոնց պատճառները, մեր կարծիքով, հարկավոր է փնտրել Հանձնաժողովի ձևավորման օրենսդրական բացի մեջ: Մասնավորապես, Հանձնաժողովի և նրա յուրաքանչյուր անդամի անկախությունն ապահովելու համար վճռական նշանակություն ունի սուբյեկտիվ գործոնը նվազագույնի հասցնող անկախ կադրային բանկում ընդգրկված մասնագետներից ռոտացիոն սկզբունքով Հանձնաժողովի անդամների նշանակումը[13]: Կադրային բանկը պետք է ձևավորվի և համալրվի անկուսակցական, որոշակի չափանիշներ բավարարող մասնագիտական և աշխատանքային փորձ ունեցող կադրերից: Նման սկզբունքով պետք է ձևավորել պետական անկախ բոլոր կոլեգիալ մարմինները:

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В РА

МИКАЕЛЯН М. В., МИКАЕЛЯН Г. М.

---

[13] *Նման մեխանիզմի գործադրման մասին առավել հանգամանորեն տե՛ս* **Միքայելյան Մ.,** *ՀՀ ապրանքային շուկաների համակենտրոնացման մակարդակները և մրցակցության պաշտպանության առաջնահերթությունները, Սոցիալիստական մոտեցումներ Հայաստանի մարտահրավերներին. Գլոբալ հեռանկարներ. Տեղական իրողություններ. Խորհրդաժողովի նյութեր, Ե., 2010, էջ 328-335, նույնի՝ Защита конкуренции в Армении и механизмы обеспечения независимости регулирующего органа и лиц, принимающих решения в этом органе (Проблемы и перспективы сотрудничества между странамы Юго-восточной Европы в рамках черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ, ч. 2, Донецк, 2011, с. 494-498):*

Резюме

Функции защиты экономической конкуренции в Армении возложены на Государственную комиссию по защите экономической конкуренции РА, деятельность которой за последние годы нельзя назвать успешной. Начиная с 2009 года названной комиссией не издается официальный бюллетень, предусмотренный законодательством. Принятые комиссией решения не помещаются на ее сайте.

В целях решения проблемы необходимо внести изменения в механизм формирования комиссии, исключив при этом воздействие субъективных факторов.

THE PROBLEMS OF PROTECTION OF ECONOMIC COMPETITION OF THE RA

M. MIKAELYAN, G. MIKAELYAN

Abstract

The functions of protecting economic competition in Armenia are vested in the State Commission for the Protection of Economic Competition of the RA, whose activities in recent years can not be considered successful. It does not ensure the transparency of its activities and starting from 2009 does not issue an official bulletin provided for by the Law, does not publish on its website the decisions of the commission. Annual programs and reports of the commission's activities do not fully meet the requirements stipulated by the Law.

In order to solve the problem, it is necessary to change the mechanism for forming the commission, excluding the influence of the subjective factors of this process.