

Բանալի բառեր՝ գերիշխող դիրք, մենաշնորհ դիրք, հակամենաշնորհային օրենսդրություն, տնտեսական մրցակցություն:

ՀՏԴ 339:347.73

ԳԵՐԻՇԽՈՂ ԴԻՐՔԻ ՍԱՀՄԱՆՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀՀ ԵՎ ԱՐՏԱՍԱՀՄԱՆՅԱՆ ՀԱԿԱՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՕՐԵՆՍԴՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ

Միքայել ՄԵԼՔՈՒՄՅԱՆ

ՀՊՏՀ միկրոէկոնոմիկայի և
ձեռնարկատիրության կազմակերպման ամբիոնի պրոֆեսոր,
տնտեսագիտության դոկտոր

Արթուր ԱՌԱՔԵԼՅԱՆ

ՀՊՏՀ միկրոէկոնոմիկայի և
ձեռնարկատիրության կազմակերպման ամբիոնի ասիստենտ,
տնտեսագիտության թեկնածու

Ինչպես Հայաստանի Հանրապետության, այնպես էլ աշխարհի մնացած երկրների հակամենաշնորհային օրենսդրության առանցքային բաղկացուցիչներից մեկը գերիշխող դիրք հասկացությունն է: Արևմտաեվրոպական երկրների հակամենաշնորհային օրենսդրությամբ՝ գերիշխող դիրքի առկայությունը որոշվում է տվյալ ապրանքային շուկայում մրցակցության բացակայությամբ կամ դրա աննշան լինելով, տնտեսվարող սուբյեկտի՝ շուկայական իշխանության առկայությամբ կամ էլ մի քանի տնտեսվարողների կողմից խմբային իշխանությանը:

Տնտեսագիտական գրականության մեջ գերիշխող դիրք ունենալու համընդհանուր ընդունված ցուցանիշը շուկայական մասնաբաժինն է: Սակայն զարգացած երկրների հակամենաշնորհային օրենսդրություններում հստակ սահմանված չէ շուկայական մասնաբաժնի այն սահմանային չափը, որից հետո տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է համարվել գերիշխող դիրք ունեցող: Այդպիսի երկրների հակամենաշնորհային օրենսդրությունը շեշտը դնում է **որակական ցուցանիշների** վրա, որոնք թույլ են տալիս գերիշխող դիրք ունենալու փաստի վերաբերյալ կատարել ավելի հիմնավորված եզրակացություններ: Եվրոպական Միության օրենսդրության համաձայն՝ գերիշխող դիրք ունենալու ռիսկը բացակայում է, եթե շուկայի մասնակիցներից յուրաքանչյուրի մասնաբաժինը չի գերազանցում 25%-ը: Ձևավորված կարծիք կա այն, որ եթե տնտեսվարող սուբյեկտի շուկայական մասնաբաժինը 25-40% է, ապա այդ շուկայում հնարավոր է գերիշխող դիրքի առկայությունը: 50%-ից ավելի շուկայական մասնաբաժնի դեպքում դրա հավանականությունը կտրուկ մեծանում է, իսկ 70% և ավելի շուկայական մասնաբաժին արդեն փաստում է տվյալ շուկայում գերիշխող դիրքի առկայության մասին: Ինչպես տեսնում ենք, գերիշխող դիրքի սահմանման եզրերը Եվրոպական Միության օրենսդրությամբ հստակեցված չեն: Գերիշխող դիրքի ճանաչման համար, բացի շուկայական մասնաբաժնից, այստեղ հիմք է ընդունվում տվյալ շուկայի համակողմանի ուսումնասիրությունը՝ շուկա մուտք գործելու և դուրս գալու արգելքների առկայությունը, շուկայի ազատականության աստիճանը միջազգային առևտրի տեսանկյունից և այլն: Այսինքն՝ ապրանքային շուկայում, օրինակ 35% մասնաբաժնի առկայության, եւ թվարկած արգելքների բացակայության պայմաններում, տնտեսվարող սուբյեկտն ամենայն հավանականությամբ չի ճանաչվի գերիշխող դիրք ունեցող:

Ի տարբերություն Եվրոպական Միության օրենսդրության, ԱՊՀ երկրների հակամենաշնորհային օրենսդրությունը գերիշխող դիրքի ճանաչման հիմքում շեշտադրումը կատարում է **քանակական ցուցանիշի**՝ շուկայական մասնաբաժնի վրա: Այսպես՝ 2006թ. հուլիսի 26-ին ընդունված Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին Ռուսաստանի Դաշնության օրենքի համաձայն՝ տնտեսվարող սուբյեկտը համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, երբ նրա մասնաբաժինը տվյալ ապրանքային շուկայում գերազանցում է 50%-ը: Եթե միայն տնտեսական մրցակցության օրենսդրության խախտման գործի ուսումնասիրության կամ շուկայական համակենտրոնացման նկատմամբ պետական վերահսկողության ընթացքում չի հաստատվի (չնայած նշված սահմանի գերազանցմանը), ապա տնտեսվարող սուբյեկտը չի համարվում գերիշխող դիրք ունեցող: Միևնույն ժամանակ՝ ՌԴ օրենսդրությամբ 50%-ից պակաս շուկայական մասնաբաժնի ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է համարվել գերիշխող դիրք ունեցող՝ տվյալ ապրանքային շուկայում մասնակիցների մասնաբաժինների փոփոխության բացակայության կամ այդ փոփոխության աննշան լինելու, շուկա մուտք գործելու արգելքների և այդ շուկայի առանձնահատկությունները բնութագրող այլ հիմքերով: Ընդ որում՝ մինչև 35% շուկայական մասնաբաժնի ունեցող կամ

տարեկան 400 միլիոն ՌԴ ռուբլի շրջանառություն ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտը, որոշակի բացառություններով, միայնակ չի կարող համարվել գերիշխող դիրք ունեցող¹:

2000թ. նոյեմբերի 6-ին ընդունված «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին», ՀՀ օրենքի 6-րդ հոդվածի համաձայն՝ տնտեսվարող սուբյեկտն ապրանքային շուկայում համարվում էր գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նա որպես մատակարար կամ սպառող՝ չուներ մրցակից կամ չէր հանդիպում որևէ էական մրցակցության կամ իրացման ծավալներով գրավում էր տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երրորդը:

Վերոնշյալ օրենքի ընդունման տարում սահմանված չէր ապրանքային շուկայում մենաշնորհի դիրք ունեցող ընկերության կարգավիճակը, ինչպես նաև երկու կամ երեք ընկերությունների՝ միասին գերիշխող դիրք ունենալու պայմանները:

2007թ. փետրվարի 2-ին օրենքի նույն հոդվածում կատարված փոփոխությամբ՝ տնտեսվարող սուբյեկտը համարվեց ապրանքային շուկայում մենաշնորհի դիրք ունեցող, եթե վերջինս որպես իրացնող չուներ մրցակից: Իսկ գերիշխող դիրք ունեցող էր համարվում այն տնտեսվարող սուբյեկտը, ով որպես իրացնող իրացման ծավալներով գրավում էր շուկայի առնվազն մեկ երրորդը: Իրացման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երկու տնտեսվարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը համարվում էր գերիշխող դիրք ունեցող, եթե իրացման ծավալներով միասին գրավում էին տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երկրորդը, իսկ առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը տվյալ ապրանքային շուկայում համարվում էր գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նրանք իրացման ծավալներով միասին գրավում էին տվյալ շուկայի առնվազն երկու երրորդը²:

Փոփոխությունն, անշուշտ դրական էր, սակայն ուներ թերությունն առ այն, որ գերիշխող դիրք ունեցող համարվելու համար հիմք էր ընդունվում բացառապես տվյալ տնտեսվարող սուբյեկտի ունեցած շուկայական մասնաբաժինը:

2011թ. ապրիլի 12-ին կատարվեց ևս մեկ փոփոխություն, համաձայն որի տնտեսվարող սուբյեկտն ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե.

ա) տվյալ ապրանքային շուկայում ունի շուկայական իշխանություն, մասնավորապես, որպես իրացնող կամ ձեռք բերող չի հանդիպում էական մրցակցության, իր ֆինանսական կարողությունից կամ այլ հատկանիշներից ելնելով՝ հնարավորություն ունի որոշիչ ազդեցություն ունենալու տվյալ ապրանքային շուկայում ապրանքների շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա, դուրս մղելու այլ տնտեսվարող սուբյեկտին տվյալ ապրանքային շուկայից, խոչընդոտելու տվյալ ապրանքային շուկա մուտք գործելուն,

բ) որպես իրացնող կամ ձեռք բերող իրացման կամ ձեռքբերման ծավալներով գրավում է տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երրորդը,

գ) ապրանքային շուկայում իրացման կամ ձեռքբերման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երկու տնտեսվարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը տվյալ ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նրանք, որպես իրացնող կամ ձեռք բերող, իրացման կամ ձեռքբերման ծավալներով միասին գրավում են տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երկրորդը,

դ) ապրանքային շուկայում իրացման կամ ձեռքբերման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երեք տնտեսվարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը տվյալ ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նրանք, որպես իրացնող կամ ձեռք բերող, իրացման կամ ձեռքբերման ծավալներով միասին գրավում են տվյալ շուկայի առնվազն երկու երրորդը:

Ընդ որում, շուկայական մասնաբաժնից կախված հիմքերից որևէ մեկով տնտեսվարող սուբյեկտը գերիշխող դիրք ունեցող է համարվում՝ հաշվի առնելով տվյալ ապրանքային շուկայի կառուցվածքի առանձնահատկություններն այդ շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների բաժինների բաշխվածության վերաբերյալ: Օրենքում նշվում է, որ այդ տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է ներկայացնել տվյալ ապրանքային շուկայում իր՝ գերիշխող դիրքի առկայությունը բացառող ապացույցներ, իսկ տնտեսվարող սուբյեկտի մենաշնորհի կամ գերիշխող դիրքի, այդ թվում՝ շուկայական իշխանության որոշման կարգը եւ չափանիշները սահմանում է Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը:

Առևտրային ցանցը համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե հանդիսանում է չորս կամ ավելի առևտրային օբյեկտների համախումբ:

Ավստրալիայում, որ ՀՀ հակամենաշնորհային օրենսդրությունը շեշտադրումը կատարում է գերիշխող դիրք ունենալու քանակական ցուցանիշների վրա՝ միաժամանակ պետության համար հիմքեր ստեղծելով՝ որակական ցուցանիշների միջոցով տնտեսվարող սուբյեկտին որպես գերիշխող ճանաչելու համար:

Գործող օրենքով, փաստորեն, տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է համարվել գերիշխող դիրք ունեցող՝ շուկայական իշխանություն ունենալու հիմքով, իսկ շուկայական իշխանություն ունենալու հանգամանքը որոշվում է հանձնաժողովի կողմից: Խնդիրը կայանում է նրանում, որ շուկայական իշխանություն ունեցողի կարգավիճակ ստանալու պայմանները, այն է՝ որոշիչ ազդեցություն ունենալ շուկայական հիմնական պայմանների վրա, հնարավորություն ունենալ խոչընդոտելու այլ տնտեսվարողներին շուկա մուտք գործելուն՝ բավականին լայն ասպեկտով: Այս սահմանումներով հանձնաժողովի կողմից օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ հիմքերով կարող են շուկայական իշխանություն ունեցող, հետևաբար նաև գերիշխող դիրք ունեցող ճանաչվել բազմաթիվ ընկերություններ, ովքեր իրականում չունեն այդ դիրքը՝ օրինակ փոքր շուկայական մասնաբաժնի պատճառով: Մյուս կողմից, տնտեսվարող սուբյեկտը, զբաղեցնելով տվյալ ապրանքային շուկայի մեկ երրորդը, սակայն պայմանավորված լինելով տվյալ ապրանքային շուկայի առանձնահատկություններով եւ չունենալով շուկայական իշխանություն, ճանաչվում է գերիշխող դիրք ունեցող: Այսպիսով կարող ենք փաստել, որ երկու դեպքում էլ գերիշխող դիրքի սահմանման ձևակերպումը լրացումների կարիք ունի՝ շուկայական իշխանություն ունենալու դեպքում՝ նվազագույն

¹ Федеральный закон о защите конкуренции РФ, Принят Государственной Думой 8 июля 2006г.

² «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք, ընդունված 2000թ. նոյեմբերի 6-ին

շուկայական մասնաբաժին սահմանելու տեսանկյունից, իսկ շուկայի մեկ երրորդ և ավելի մասնաբաժին ունենալու դեպքում տվյալ շուկայի առանձնահատկություններից:

Օրենքի նույն հոդվածով սահմանվում է նաև, որ առավել մեծ ծավալներ ունեցող երկու տնտեսվարող սուբյեկտներ միասին կարող են ճանաչվել գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նրանք միասին զբաղեցնում են շուկայի մեկ երկրորդը: Ստացվում է, որ եթե շուկայում առավել մեծ ծավալներ ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտն ունի 49% մասնաբաժին, երկրորդը՝ 1%, իսկ երրորդ և մնացած ընկերությունները 0.99%, ապա առաջին երկու ընկերությունները կհամարվեն գերիշխող դիրք ունեցող, իսկ երրորդն ու մնացածները՝ ոչ: Այնինչ՝ ակնհայտ է, որ նախ՝ 1% շուկայական մասնաբաժին ունեցող ընկերությունը չի կարող համեմատվել 49% մասնաբաժին ունեցողի հետ ու դիտվել որպես գերիշխող դիրք ունեցող և երկրորդ՝ այդ ընկերությունն իր չափերով համարելի է մնացած փոքրերի հետ ու լինելով հանձնաժողովի դիտակետում կհայտնվի անբարենպաստ պայմաններում կորցնելով առևտրային ճկունությունը և որպես հետևանք՝ իրացման շուկաները: Նույնը վերաբերում է նաև երեք տնտեսվարողներին միասին գերիշխող դիրք ունենալու պայմաններին:

Ուսումնասիրելով միջազգային փորձը, կարող ենք փաստել, որ վերը նշված խնդիրներն իրենց լուծումներն են գտել տարբեր երկրների հակամենաշնորհային օրենսդրություններում:

Առաջին հերթին անհրաժեշտ է սահմանել շուկայական մասնաբաժին նվազագույն սահման, որը կբացառի տվյալ ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրքի ճանաչումը շուկայական իշխանություն ունենալու սուբյեկտիվ հիմքերով: Օգտագործելով ՌԴ փորձը՝ որոշակի փոփոխություններով, կարելի է այդ շեմը սահմանել շուկայում ընդհանուր իրացման ծավալի մեկ հինգերորդի չափով կամ տարեկան 1500 մլն դրամ շրջանառությամբ՝ համարելով այդ տնտեսվարողին „Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին“, ՀՀ օրենքով սահմանված միջին չափի ձեռնարկություն: Օրենքի փոփոխությունը կբացառի հանձնաժողովի կողմից փոքր և միջին ձեռնարկատիրության սուբյեկտներին շուկայական իշխանության հիմքով գերիշխող դիրք ունեցող ճանաչելու հնարավորությունը:

Երկրորդ, անհրաժեշտ է սահմանափակում մտցնել շուկայում առաջատար երկու կամ երեք ընկերություններին միասին գերիշխող դիրք ունեցող ճանաչելու սահմանները շուկայում իրացման ծավալներով երկրորդ և երրորդ տնտեսվարողների համար: ՌԴ հակամենաշնորհային օրենսդրությամբ՝ մի քանի տնտեսվարողներին միասին գերիշխող դիրք ունեցող ճանաչելու համար հիմք է ընդունվում նրանց շուկայական մասնաբաժինը, երկարատև ժամանակահատվածում շուկայական մասնաբաժինների անփոփոխ լինելը, շուկա մուտք գործելու արգելքները, ապրանքների ակտիվարինելի լինելը: Ընդ որում, երեք տնտեսվարող սուբյեկտները միասին կհամարվեն գերիշխող, եթե նրանց գումարային շուկայական մասնաբաժինն ավելի է 50%-ից, իսկ հինգ տնտեսվարողի դեպքում՝ 75%-ից, եթե միայն նրանցից յուրաքանչյուրի շուկայական մասնաբաժինը 8%-ից պակաս չէ: Ըստ այդմ՝ ՀՀ հակամենաշնորհային օրենքում փոփոխությունը պետք է ուղղված լինի նրան, որ երկու տնտեսվարող սուբյեկտի հնարավոր լինի համարել գերիշխող, եթե նրանց շուկայական մասնաբաժինը կգերազանցի շուկայի ընդհանուր ծավալի մեկ երկրորդը, իսկ երեքի դեպքում՝ երկու երրորդը, եթե միայն նրանցից յուրաքանչյուր շուկայական մասնաբաժինը շուկայի մեկ տասներորդից ավելի է: Այս փոփոխությունը կբացառի արդեն հիշատակված շուկայական կառուցվածքի դեպքում փոքր՝ 1% շուկայական մասնաբաժին ունեցող տնտեսվարողին գերիշխող դիրք ունեցող ճանաչելու հիմքերը:

ՀՀ հակամենաշնորհային օրենսդրությամբ սահմանվում են նաև առևտրային ցանցի՝ գերիշխող դիրք ունենալու սահմանը. այն է՝ չորս կամ ավելի առևտրային օբյեկտների համախումբ: Կարծում ենք, որ օրենքի այս կետը ժամանակային առումով կորցրել է իր դերը, քանի որ մեր երկրում արդեն բազմաթիվ են չորս առևտրային կետ ունեցող տնտեսվարողները, իսկ դրանց բոլորին գերիշխող դիրք ունեցող ճանաչելը ճշգրիտ չէ: Ավելին, առևտրային կետերի քանակը չի կարող լավագույնս բնութագրել տվյալ շուկայում իշխանության առկայությունը: Այս առումով, անհրաժեշտ է առևտրային ցանցերին համարել գերիշխող դիրք ունեցող՝ համաձայն դրանց շուկայական մասնաբաժնի և շուկայական իշխանության առկայության: Հասկանալի է, որ պայմանավորված առևտրային ցանցի իրացման ապրանքատեսականուց, շուկայի սահմաններ որոշելը դժվար է: Այդ իսկ պատճառով որպես հիմք կարելի է ընդունել տվյալ ոլորտին բնորոշ ապրանքային շուկաների հանրագումարը, որի սահմանը որոշվում է Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի կողմից: Ըստ այդմ՝ առևտրային ցանցը կարող է համարվել գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նրա շուկայական մասնաբաժինը հանձնաժողովի կողմից սահմանված ապրանքային շուկաների հանրագումարում գերազանցում է շուկայի ընդհանուր ծավալի մեկ տասներորդը և/կամ ունի շուկայական իշխանություն:

Օգտագործված գրականություն

1. „Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին“, ՀՀ օրենք, ընդունված 2000 թվականի նոյեմբերի 6-ին
2. Федеральный закон „О защите конкуренции“, РФ, Принят Государственной Думой 8 июля 2006 года
3. Закон Республики Реларусь „О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции“, от 12 декабря 2013 года №94-3
4. <http://ppt.ru/news/138646>
5. <http://media.rspp.ru/document/1/e/1/e19612ca9171daa3d3a8a7a7147f3e54.pdf>
6. <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/13414/1/ermakovich%2089-94.pdf>
7. <http://rulaws.ru/laws/Federalnyy-zakon-ot-26.07.2006-N-135-FZ/Statya-5/>

Ներկայացվել է 14.07.2017թ.
Ընդունվել է տպագրության 31.08.2017թ.