

ՔԱՂԱՔԱՑԻԱԿԱՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔ**ՄԵՆԱՇՆՈՐՉԱՅԻՆ ԵՎ ԵՐԻՇԽՈՂ ԴԻՐՔԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄՆ ԸՍՏ
«ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐԶԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ
ՄԱՍԻՆ» ՀՀ ՕՐԵՆՔԻ****Արսեն ԹԱՎԱԴՅԱՆ**

*ԵՊՀ իրավագիտության ֆակուլտետի
2-րդ կուրսի ուսանող*

Մենաշնորհը (մոնոպոլիա՝ հունարեն monos՝ մեկ, poleo՝ վաճառել) մեկ սուբյեկտին՝ պետությանը, կազմակերպությանը, վաճառողին, պատկանող բացառիկ իրավունք է որևէ տնտեսական գործունեություն իրականացնելու համար¹: Մենաշնորհը մրցակցային շուկայի ուղղակի հակադիր իրադրությունն է: Մասնագետների մեծամասնության կարծիքով, մենաշնորհը այն ուժն է, որը կազմալուծում է ազատ շուկան և մրցակցությունը: Այդ պատճառով շատ կարևոր է դիտվում պայքարը մենաշնորհի և շուկայական կոնցետրացիաների դեմ: Մրցակցային միջավայրի ապահովումը և մենաշնորհների չարաշահումների դեմ պայքարը գործարարական գործունեության կանոնակարգման ոլորտում պետության հիմնական խնդիրներից են²:

Սակայն գրականության մեջ գոյություն ունի նաև հակառակ տեսակետը, որը պաշտպանում են մի շարք իրավաբաններ և հատկապես տնտեսագետներ: Նրանք գտնում են, որ շուկան ինքնակարգավորող համակարգ է, և պետության ցանկացած միջամտություն դրա բնականոն գործունեությանը վնասում է շուկային, ուրեմն և պետությանը: Նրանք քննադատում են հակամենաշնորհային օրենսդրությունը, քանի որ այն իրավական առումով խախտում է սեփականության իրավունքը և ենթադրում է խտրականություն՝ խոշոր ձեռնարկատերերի իրավունքների խախտման տեսքով³: Այդ պատճառով Ռուսաստանի

Դաշնության դաշնային հակամենաշնորհային ծառայության ղեկավարներ Ի. Արտեմևը և Ա. Սուշկևիչը իրենց հոդվածներից մեկում նշում էին, որ «պետության հակամրցակցային օրենսդրությունը մասնավոր գործերին պետության միջամտության ոչ մի այլ ձևից շատ չի գտնվում տնտեսական գիտության մշտական քննադատության քիրախում»⁴:

ՀՀ Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենքի 6-րդ հոդվածի առաջին կետը նշում է. «Տնտեսվարող սուբյեկտն ապրանքային շուկայում համարվում է մենաշնորհ դիրք ունեցող, եթե որպես իրացնող (ձեռքբերող) չունի մրցակից»⁵:

Հասկանալի է, որ ինչպես կատարյալ մրցակցությունը, մաքուր մենաշնորհը նույնպես գիտական որոշակի արստրակցիա է: Քանի որ շուկայում գրեթե գոյություն չունեն ապրանքներ, որոնք ընդհանրապես փոխարինիչներ չունեն, հազվադեպ է պատահում, որ շուկայում գործում է մեկ մատակարար:

Այդ պատճառով պետությունը ուշադրություն է դարձնում ոչ միայն մենաշնորհ դիրք գրավող սուբյեկտների չարաշահումներից շուկան պաշտպանելուն, այլև վերահսկում է գերիշխող դիրք գրավող սուբյեկտների գործողությունները:

Ըստ նույն հոդվածի երկրորդ կետի՝ տնտեսվարող սուբյեկտն ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե որպես իրացնող (ձեռքբերող) իրացման (ձեռքբերման) ծավալներով գրավում է տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երրորդը:

Փաստորեն, մեր օրենսդիրը գերիշխող դիրք ունենալը որոշելու համար կիրառում

է միայն քանակական չափանիշ՝ տվյալ ապրանքային շուկայում որոշակի բաժնեմասից ավելի տիրապետելու հանգամանքը: Սակայն տեսական գրականության և արտասահմանյան երկրների պրակտիկայում տարածված է գերիշխող դիրքը որոշելու ոչ միայն քանակական, այլև որակական չափանիշի կիրառումը: Քանակական չափանիշ ասելով հասկանում ենք, երբ տնտեսվարող սուբյեկտը գրավում է ապրանքային շուկայի որոշակի հատված, այն համարվում է գերիշխող դիրք գրավող՝ անկախ այն հանգամանքից՝ ինքն իրական հնարավորություն ունի ազդելու շուկայական իրադրության վրա: Գերիշխող դիրքի որակական չափանիշի կիրառման դեպքում ուշադրությունը կենտրոնանում է տնտեսվարող սուբյեկտի՝ շուկային ազդելու, քաղաքացիների և այլ տնտեսվարող սուբյեկտների իրավունքները խախտելու իրական հնարավորության առկայության վրա⁶: Օրինակ՝ ԵՄ դատարանը Continental Can գործով գերիշխող դիրք հասկացությունը սահմանում է հետևյալ կերպ. «Կազմակերպությունները գրավում են գերիշխող դիրք այն դեպքերում, երբ նրանք ունեն իրենց անկախ պահելու իշխանություն, ինչը նրանց հնարավորություն է տալիս գործելու՝ հաշվի չառնելով մրցակիցներին, գնորդներին և վաճառողներին: Դա այնպիսի դրություն է, որի դեպքում նրանք շուկայական բաժնեմասի կամ շուկայական բաժնեմասի և տեխնիկական գիտելիքների, հունքային բազայի կամ կապիտալի տիրապետման շնորհիվ իշխանություն ունեն սահմանելու գներ կամ վերահսկելու արտադրությունը կամ սեփական արտադրանքի զգալի մասի իրացումը»⁷: Սակայն ԵՄ-ում որակական չափանիշի կիրառման համար անհրաժեշտ է քանական չափանիշի առկայություն. տնտեսվարող սուբյեկտի բաժնեմասը պետք 40%-ից ավելին լինի⁸: Հատկանշական է Ռուսաստանի Դաշնության օրինակը: Այստեղ, ըստ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության դաշնային օրենքի, եթե տնտեսվարող սուբյեկտը գրավում է ապրանքային շուկայի 50%-ը, ապա վերջինս համարվում

է գերիշխող դիրք գրավող: Սակայն ապրանքային շուկայի 35%-ին տիրապետելու հանգամանքը հիմք է որակական չափանիշ կիրառելու համար⁹: Տվյալ բաժնեմասից քիչ տիրապետող տնտեսվարող սուբյեկտը չի կարող գերիշխող դիրք գրավող ճանաչվել՝ բացառությամբ օրենքով նախատեսված դեպքերի, այսինքն՝ եթե վերջինս հնարավորություն ունի որոշիչ ազդեցություն ունենալու ապրանքային շուկայում ապրանքի շրջանառության ընդհանուր պայմանների վրա¹⁰:

Այդպիսի սուբյեկտի գերիշխող դիրքը հականենաշնորհային մարմինը կարող է որոշել մրցակցության վերլուծության արդյունքներով: Այստեղ պետք է հաստատվեն հետևյալ հանգամանքները.

1. Տնտեսվարող սուբյեկտը հնարավորություն ունի միակողմանիորեն որոշելու ապրանքի գները կամ ուղղակի ազդելու ապրանքների իրացվելիության ընդհանուր պայմանների վրա տվյալ ապրանքային շուկայում,

2. Նոր մրցակիցների մուտքը տվյալ ապրանքային շուկա դժվարացված է, այդ թվում՝ տնտեսական, տեխնոլոգիական, վարչական և այլ սահմանափակումների միջոցով,

3. Տնտեսվարող սուբյեկտի արտադրվող կամ իրացվող ապրանքը սպառման ժամանակ չի կարելի փոխարինել այլ ապրանքով (այդ թվում՝ արտադրական նպատակներով օգտագործելու դեպքում),

4. Ապրանքի գնի փոփոխությունը չի պայմանավորում այդ փոփոխությանը համարժեք ապրանքի նկատմամբ պահանջարկի փոփոխություն¹¹:

Գերիշխող դիրքը որոշելու այսպիսի չափանիշների կիրառումը դրական է գնահատվում ռուսական գիտնականների շրջանում¹²:

ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի հաստատած տնտեսվարող սուբյեկտի մենաշնորհի կամ գերիշխող դիրքի որոշման կարգի¹³ համաձայն՝ նախատեսվում է ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրքի հաշվարկման կարգը: Նշվում է, որ ապրան-

ՔԱՂԱՔԱՑԻՎԱԿԱՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔ

քային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրքը որոշվում է ապրանքային շուկայում տվյալ տնտեսվարող սուբյեկտի բաժնի հաշվարկման միջոցով՝ տվյալ ապրանքային շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների և (կամ) պետական մարմինների կողմից Յանձնաժողով ներկայացված և (կամ) Յանձնաժողովի կողմից իրականացված ստուգումների արդյունքում ձեռք բերված տեղեկատվության վերլուծության հիման վրա:

Տեսագիտական գրականության մեջ առաջարկվում է գերիշխող դիրքի հաշվարկման հետևյալ բանաձևը՝

$$D_i = V_i / V_m$$

որտեղ D_i -ը տնտեսվարող սուբյեկտի՝ ապրանքային շուկայում բաժնեմասն է, V_i -ը՝ տվյալ տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից որոշակի ապրանքային շուկայում որոշակի ժամանակահատվածում իրացրած ապրանքի ծավալը, V_m -ը՝ տվյալ շուկայում իրացված ապրանքի ընդհանուր ծավալը¹⁴:

Նույն կարգում նաև նշվում է, որ տնտեսվարող սուբյեկտը մենաշնորհ դիրք ունեցող կարող է համարվել նաև այդ դիրքի առկայության մասին վկայող բացառիկ կամ փաստացի միակ լիցենզիայի կամ այլ տվյալների հիման վրա՝ առանց նշված կարգում ուսումնասիրության իրականացման կամ տեղեկատվության վերլուծության:

Որոշ երկրների օրենսդրություններ, այդ թվում՝ և Հայաստանի, նախատեսում են, այսպես կոչված, կոլլեկտիվ գերիշխող դիրք ինստիտուտը: ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենքի 6-րդ հոդվածի 3-րդ և 4-րդ կետերը սահմանում են կոլլեկտիվ գերիշխող դիրքի հասկացությունը. «Ապրանքային շուկայում իրացման (ձեռքբերման) առավել մեծ ծավալներ ունեցող երկու տնտեսվարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը տվյալ ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե նրանք որպես

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

Չնայած կոլլեկտիվ գերիշխող դիրքը միջազգային պրակտիկայում բավականին տարածում ստացած ինստիտուտ է, դրա կիրառումը բավականին վիճելի է և քննադատության է արժանանում տեսական գրականության մեջ: Հեղինակների մի խումբ նշում է. «Տեսականորեն համատեղ գերիշխող դիրքի պայմաններում չարաշահումը որպես հակամենաշնորհային օրենսդրության խախտում կարող է ներկայացվել և որպես հակամրցակային համաձայնություն, և որպես գերիշխող դիրքի չարաշահում»¹⁵, և «կոլլեկտիվ գերիշխող դիրքի ներդրման պատճառը այն է, որ հակամենաշնորհային մարմինը այդպես էլ չի տվորել ապացուցել այնպիսի խախտում, ինչպիսիք են տնտեսվարող սուբյեկտների համաձայնեցված գործողությունները և փորձում է ստանալ ազդեցության նոր միջոցներ, ինչը դժվար թե արդար է»¹⁶: Տեսական գրականության մեջ տրվում է կոլլեկտիվ գերիշխող դիրքի հետևյալ սահմանումը. «Կոլլեկտիվ գերիշխող դիրքը շուկայի դրություն է, որի դեպքում մի քանի խոշորագույն կազմակերպություններ գիտակցված հրաժարվում են միմյանց միջև մրցակցությունից և շուկայական իշխանության ուժով համախմբված իրենց գործողություններով ձևավորում են ապրանքների շրջանառության իրենց ձեռնտու պայմաններ, շուկայից հեռացնում են ընդհանուր մրցակիցներին կամ չեն թույլատրում մրցակիցների մուտքը շուկա»¹⁷: Իսկ ահա տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին ՀՀ օրենքի 5-րդ հոդվածը տալիս է հակամրցակցային համաձայնու-

յան հետևյալ ընթացումը. «Հակամրցակցային համաձայնություններ են համարվում տնտեսվարող սուբյեկտների միջև կնքված այն գործարքները, նրանց համաձայնությունները, ուղղակի կամ անուղղակի համաձայնեցված գործողությունները կամ վարքագիծը, տնտեսվարող սուբյեկտների միավորումների կողմից ընդունված որոշումները (այսուհետ՝ համաձայնություններ), որոնք ուղղակի կամ անուղղակի հանգեցնում են կամ կարող են հանգեցնել որևէ ապրանքային շուկայում մրցակցության սահմանափակմանը, կանխմանը կամ արգելմանը»: Ինչպես տեսնում ենք, կոլեկտիվ գերիշխող դիրքին տրվող դոկտրինալ սահմանումը հնարավորություն չի տալիս այն տարանջատել հակամրցակցային համաձայնություններից:

Սահմանելով կոլեկտիվ գերիշխող դիրքը որոշելու չափանիշը՝ օրենսդիրը չի սահմանել նաև այն նվազագույն շեմը, որից ցածր շուկայական բաժնեմաս գրավելու դեպքում տնտեսվարող սուբյեկտը չի կարող ճանաչվել գերիշխող դիրք գրավող:

Օրենքի դրույթները ուսումնասիրելիս հարց է ծագում՝ արդյոք կոլեկտիվ գերիշխող դիրքի դեպքում տնտեսվարող սուբյեկտները պետք է գործեն համատեղ: Եթե այո՞, ո՞րն է այս տիպի չարաշահումների տարբերությունը հակամրցակային համաձայնություններից, եթե ոչ, ի՞նչ իմաստ ունի սահմանել նույն հոդվածի մի կետով գերիշխող դիրքի որոշման մեկ պայման՝ ապրանքային շուկայի մեկ երրորդը գրավելը, մյուս կետով՝ այլ պայման:

Կարող է նաև կարծիք լինել, որ կոլեկտիվ գերիշխող դիրքի ինստիտուտը կիրառելի է այն դեպքում, երբ մեկ տնտեսվարող սուբյեկտ հնարավորություն ունի կանխորոշելու մյուսի (մյուսների) կողմից ընդունվող որոշումները: Այս դեպքում էլ տվյալ ինստիտուտը կիրառելի չէ, քանի որ ՏՆտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին ՀՀ օրենքի 6-րդ հոդվածի 2-րդ կետը օգտագործում է տնտեսվարող սուբյեկտ հասկացությունը: Օրենքի 4-րդ հոդվածը սահմանում է տնտեսվարող սուբյեկտին որպես ֆիզիկական անձ (այդ թվում՝

անհատ ձեռնարկատեր), իրավաբանական անձ, այլ կազմակերպություն, դրա ներկայացուցիչ, ներկայացուցչություն կամ մասնաճյուղ, անձանց խումբ: Իսկ անձանց խումբ հասկացությունը օրենքով սահմանվում է որպես իրավաբանական և (կամ) ֆիզիկական այնպիսի անձանց խումբ, որոնց համար բավարարում է հետևյալ պայմաններից առնվազն մեկը՝

- անձը կամ մի քանի անձինք պայմանագրի հիման վրա կամ այլ ձևով հնարավորություն են ստանում կանխորոշելու այլ անձի կամ անձանց կողմից ընդունվող որոշումները (այդ թվում՝ ձեռնարկատիրական գործունեություն իրականացնելու պայմանները) կամ իրականացնելու կազմակերպության գործադիր մարմնի իրավասությունները:

Այսինքն՝ այն դեպքում, երբ գոյություն ունի մեկ տնտեսվարող սուբյեկտ, որը հնարավորություն ունի կանխորոշելու մյուսի (մյուսների) կողմից ընդունվող որոշումները, տվյալ դեպքում գերիշխող դիրքի որոշման համար պետք է կիրառվի օրենքի 6-րդ հոդվածի 2 կետը:

Հիմնվելով վերոշարադրյալի վրա՝ առաջարկում ենք օրենքի 6-րդ հոդվածի 2-4 կետերը փոփոխել: Կարծում ենք, որ մեր պայմաններում նույնպես պետք է կիրառվեն գերիշխող դիրքը որոշելու քանակական և որակական չափանիշների համակցված տարբերակներ: Կարելի է առաջարկել հետևյալ տարբերակը.

1. Սահմանվի այն նվազագույն շեմը, որից ցածր տնտեսվարող սուբյեկտը չի կարող համարվել գերիշխող դիրք գրավող: Այս շեմը կարող է բավականին ցածր լինել, քանի որ դա միայն հիմք է տնտեսվարող սուբյեկտի գործունեությունը որակական չափանիշներով ստուգելու համար:

2. Սահմանվի նաև այն շեմը, որը անցնելուց հետո տնտեսվարող սուբյեկտը կհամարվի գերիշխող դիրք գրավող: Սակայն պետք է նաև նախատեսվի, որ այդ շեմը անցած տնտեսվարող սուբյեկտը կարող է չճանաչվել գերիշխող դիրք գրավող, եթե հետագա ուսումնասիրության ընթացքում պարզվում է տվյալ տնտեսվարող սուբյեկ-

ՔԱՂԱՔԱՑԻՎԱԿԱՆ ԻՐԱՎՈՒՆՔ

տի անկարողությունը շուկայի վրա ազդելու՝ անկախ շուկայի տվյալ բաժնեմասը զբաղեցնելուց:

Այսինքն՝ շուկայի որոշակի հատվածը զբաղեցնելը պետք է դիտվի զուտ որպես գերիշխող դիրք գրավելու կանխավարկած, քանի որ տնտեսվարող սուբյեկտին գերիշխող դիրք գրավող ճանաչելը միայն շուկայի որոշակի հատվածը գրավելու հիմքով թույլ չի տալիս «հաշվի առնելու այլ հանգամանքներ, քանի որ տարբեր շուկաներում այսպիսի չափը կարող է խիստ տատանվել: Այսպիսի չափանիշի սահմանումը հեշտացնում է հակամենաշնորհային մարմնի աշխատանքը, բայց հնարավորություն է տալիս հաշվի չառնելու շուկաների ճյուղային առանձնահատկությունները»¹⁸:

Այսպիսով, եթե սահմանվի գերիշխող դիրքը որոշելու այսպիսի չափանիշ, կոլետիվ գերիշխող դիրքի ինստիտուտի օրենսդրական սահմանումը ինքնին անիմաստ կլինի, ինչը հնարավորություն կտա խուսափելու կոնկրետ արարքը որպես հակամրցակցային համաձայնություն կամ գերիշխող դիրքի չարաշահում որակելու մասին վեճերից:

Տնտեսվարող սուբյեկտն ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կենտրոնացված գրանցամատյանում (ռեեստրում) գրանցվում, իսկ այդ դիրքը կորցնելու դեպքում՝ գրանցումից հանվում է ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի որոշմամբ:

Ըստ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին ՀՀ օրենքի 7-րդ հոդվածի՝ գերիշխող դիրքի չարաշահումը արգելվում է: Գերիշխող դիրքի չարաշահում է համարվում.

ա) իրացման կամ ձեռքբերման չիմնավորված, խտրական և (կամ) տարբերակված գների սահմանումը կամ կիրառումը կամ օրենսդրությանը հակասող առևտրի այլ պայմանների ուղղակի կամ անուղղա-

կի պարտադրումը,

բ) այլ տնտեսվարող սուբյեկտի՝ առևտրի կամ արտադրության արդիակա-նացման կամ ներդրումների սահմանափակումը,

գ) ի վնաս սպառողի շահերի ապրանքների ներկրման կամ արտադրության չիմնավորված կրճատումը կամ ապրանքները պահելու, փչացնելու, ոչնչացնելու միջոցով ապրանքային շուկայում պակասորդի ստեղծումը կամ պահպանումը,

դ) այլ տնտեսվարող սուբյեկտների կամ սպառողների նկատմամբ խտրական պայմանների կիրառումը,

ե) պայմանագրի կողմին, ներառյալ առևտրի օբյեկտներին, լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրումը, որոնք իրենց բնույթով կամ իրականացման տեսանկյունից չեն առնչվում պայմանագրի բուն առարկայի հետ,

զ) տնտեսվարող սուբյեկտների վերակազմակերպման կամ տնտեսական կապերի խզման պարտադրումը,

է) այլ տնտեսվարող սուբյեկտի՝ շուկա մուտք գործելուն խոչընդոտելու (շուկա մուտք գործելը սահմանափակելու) կամ շուկայից նրան դուրս մղելու գործողությունը կամ վարքագիծը, որի հետևանքով այլ տնտեսվարող սուբյեկտը մուտք չի գործել շուկա կամ դուրս է մղվել շուկայից կամ կատարել է լրացուցիչ ծախսեր՝ շուկայից դուրս չմղվելու համար,

ը) այնպիսի պայմանների առաջարկը կամ կիրառումը, որոնք առաջացնում են կամ կարող են առաջացնել մրցակցային անհավասար պայմաններ այն դեպքում, երբ համանման պայմաններ չեն առաջարկվել տվյալ ապրանքային շուկայում գործող մյուս տնտեսվարող սուբյեկտներին,

թ) իրացման կամ ձեռքբերման գների գեղչերի կամ արտոնությունների սահմանումը, փոփոխումը կամ պահպանումը, եթե դրանք նպատակաուղղված են մրցակցության սահմանափակմանը:

Այս աշխատանքի շրջանակներում կու-զենայինք քննարկել գերիշխող դիրքի այնպիսի չարաշահում, ինչպիսին է իրացման

կան ձեռքբերման չհիմնավորված, խտրական և (կամ) տարբերակված գների սահմանումը կամ կիրառումը կամ օրենսդրությանը հակասող առևտրի այլ պայմանների ուղղակի կամ անուղղակի պարտադրումը: ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին օրենքի 5-րդ հոդվածը տալիս է գների չհիմնավորված փոփոխությունների հասկացության սահմանումը՝ նշելով, սակայն, որ այն կիրառվում է միայն հակամրցակային համաձայնությունների նկատմամբ: Փաստորեն, օրենքը չի տալիս գերիշխող դիրք գրավող տնտեսվարող սուբյեկտների՝ չհիմնավորված, խտրական, տարբերակված գների հասկացության սահմանումը: Ըստ մեզ՝ չհիմնավորված, խտրական, տարբերակված գին ասելով պետք է հասկանալ երկու իմաստով՝ իջեցում և բարձրացում:

Գների չհիմնավորված, խտրական, տարբերակված բարձրացումը կարելի է սահմանել որպես՝

- այնպիսի գնի սահմանում, որը բարձր է տվյալ ապրանքային շուկային գնորդների և վաճառողների կազմով, որոշակի ժամկետում վաճառվող ապրանքի քանակով և մուտքի նախապայմաններով նույնական մրցակցային պայմաններում գործող ապրանքային շուկայում առկա գնից,

- գերազանցում է արդյունավետ վերարտադրության համար անհրաժեշտ գինը:

Գների չհիմնավորված, խտրական, տարբերակված իջեցումը կարելի է սահմանել որպես՝

- այնպիսի գնի սահմանում, որը ցածր է տվյալ ապրանքային շուկային գնորդների և վաճառողների կազմով, որոշակի ժամկետում վաճառվող ապրանքի քանակով և մուտքի նախապայմաններով նույնական մրցակցային պայմաններում գործող ապրանքային շուկայում առկա գնից,

- այդ գինը նվազ է արդյունավետ վերարտադրության համար անհրաժեշտ գնից:

Արդյունավետ վերարտադրության համար անհրաժեշտ գին կարելի սահմանել

այնպիսին, որը համապատասխանում է ապրանքների արտադրության և իրացման ընթացքում տնտեսապես հիմնավորված ծախսերի և նրանց համապատասխան բաճական շահույթի արդյունքում առաջացող գնին:

Առաջին հայացքից ավելի վտանգավոր են թվում մենաշնորհային բարձր գները, որոնք ուղղակիորեն շահույթ են բերում իրականացնողներին: Գործնականում ավելի մեծ վտանգ է ներկայացնում շուկայական հարաբերություններով չպայմանավորված գների իջեցումը: Հայտնի է դրանց երկու տարատեսակ:

Առաջինի դեպքում ցածր գինը սահմանվում է շուկայում մենաշնորհային կամ գերիշխող դիրք գրավող գնորդի կողմից, որը նպատակ ունի վաճառողների հաշվին խուսափելու ծախսերից: Այսպիսի գները պարտադրվում են շուկայական հարաբերությունների ավելի թույլ մասնակիցներին, որոնք սովորաբար գործում են միանձնյա և իրենցից արտադրանք գնելու դեպքում առանց արտաքին միջամտության հնարավորություն չունեն պաշտպանելու իրենց իրավունքները: Տնտեսվարող սուբյեկտները իրական գնից ավելի ցածր գին կարող են ստանալ տարբեր եղանակներով: Օրինակ՝ գնվելիք արտադրանքի ավելցուկի շրջանի արհեստական ստեղծման միջոցով¹⁹:

Երկրորդ դեպքում գերիշխող դիրք գրավող վաճառողը դիտավորությամբ սահմանում է տվյալ արտադրանքի այնպիսի գին, որը դրա վաճառքից վնաս է բերում (դեմփինգ՝ գնագցում): Այդպիսի գնի սահմանման հետևանք կարող է համարվել մրցակցության սահմանափակումը՝ շուկայից մրցակիցներին դուրս մղելու միջոցով: Համեմատաբար երկար ժամանակահատված վնասով աշխատել կարող են միայն ուժեղ տնտեսվարող սուբյեկտները, որի հետևանքով իրենց մրցակիցները, չդիմանալով «գնային փորձությանը», տապալվում են և ստիպված լքում տվյալ ապրանքային շուկան:

Գների մենաշնորհային փոփոխությունները պետք է տարբերակել շուկայում տե-

THE REGULATION OF MONOPOLY AND DOMINANT POSITION BY THE LAW ON PROTECTION OF ECONOMICAL COMPETITION OF RA

Arsen TAVADYAN

*YSU, Law faculty,
Magistry, 2nd year student*

The article analyzes the concept of dominant position and monopoly. It describes the quantitative and qualitative criteria for determining the dominant position. In the Republic of Armenia only quantitative criteria of determining the dominant position is applied. If these criteria are applied the managing is considered to be in dominant position, if it possesses a certain market share. It is proposed to use as a qualitative criterion in determining the dominant position, which takes into account the real possibility of a managing subject to affect mar-

ket situation.

The institute of collective dominant position is analyzed. It is noted that, although this institution has sufficient spread in the international practice, it is criticized in the scientific literature.

The autor proposes to use such options for the definition of dominant position, in which qualitative and quantitative criteria are combined. In the case of applying such options the consolidation in the legislative level of the institute Collective dominance would be impractical.

It is also proposed to make additions in the Law on Protection of Competition of RA in order to determine the concept of unjustified price changes, which may be applicable for all types of anti-competitive actions.
