

ՀԱՍՄԻԿ ՏԻԳՐԱՆՅԱՆ

ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության
պետական հանձնաժողովի իրավաբանական վարչության
վարչական վարույթի բաժնի գլխավոր մասնագետ,
ՀՀ քաղաքացիական ծառայության 3-րդ դասի խորհրդական,
Իրավագիտության մագիստրոս

**ԳԵՐԻՇԽՈՂ ԴԻՐՔԻ ՉԱՐԱՇԱՀՄԱՆ ԱՐԳԵԼՈՒՄԸ ՈՐՊԵՍ
ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿԳՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ**

ԳՈՐԾԻՔ. ՀԱՍԵՍԱՏԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ¹

Սույն հոդվածում հեղինակը ներկայացնում է ՀՀ-ում, ԵՄ-ում և ԱՄՆ-ում տնտեսական մրցակցու-
թյան պաշտպանության նպատակով գերիշխող դիրքի չարաշահման արգելման իրավական հիմքերը՝ վե-
լուծելով ապրանքային շուկայի և գերիշխող դիրքի սահմանումը, գերիշխող դիրքի չարաշահման
դրսևորումները, գերիշխող դիրքի չարաշահման համար նախատեսված պատասխանատվության և ար-
գելման այլ մեխանիզմները: Միաժամանակ, կատարվում է համեմատական վերլուծություն՝ վեր հանելով
գերիշխող դիրքի չարաշահման արգելման դիտարկված մոդելների առավելությունները և թերությունները:

*Հիմնադրաբեր- տնտեսական մրցակցություն, ապրանքային շուկա, գերիշխող կամ մենաշնորհի դիրք,
չարաշահում, տուգանք:*

Հայաստանի Հանրապետությունում, ինչպես
շուկայական տնտեսություն ունեցող մյուս պետու-
թյուններում, տնտեսական մրցակցությունը տնտե-
սական համակարգի հիմնասյունն է: ՀՀ տնտեսա-
կան մրցակցության պաշտպանությունը ամրագր-
ված է ՀՀ սահմանադրությամբ: Մասնավորապես,
ՀՀ Սահմանադրության փոփոխությունների (2015)
11-րդ հոդվածը ամրագրում է ազատ տնտեսական
մրցակցությունը որպես Սահմանադրությամբ ամ-
րագրված սկզբունք, իսկ 59-րդ հոդվածը երաշխա-
վորում է ազատ տնտեսական գործունեությունը, տն-
տեսական մրցակցությունը, մենաշնորհի կամ գե-
րիշխող դիրքի չարաշահման, ինչպես նաև՝ հա-
կամրցակցային համաձայնությունների և անբարե-
խիղճ մրցակցության արգելման միջոցով: ՀՀ քա-
ղաքացիական և ՀՀ քրեական օրենսգրքերը ևս ամ-
րագրում են դրույթներ՝ տնտեսական մրցակցու-
թյան պաշտպանության նպատակով, համապա-
տասխանաբար արգելելով քաղաքացիական իրա-
վունքների օգտագործման միջոցով տնտեսական
մրցակցության սահմանափակումը, գերիշխող դիր-
քի չարաշահումը (հոդված 12, ՀՀ քաղաքացիական
օրենսգիրք) և սահմանելով քրեական պատասխա-
նատվության միջոցներ հակամրցակցային գործու-
նեության համար (հոդված 195, ՀՀ քրեական
օրենսգիրք):

Հայաստանի Հանրապետությունում տնտեսա-
կան մրցակցության պաշտպանությունն իրակա-
նացվում է ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտ-
պանության պետական հանձնաժողովի կողմից
(այսուհետ՝ ՏՄՊՊՀ): ՏՄՊՊՀ-ն տնտեսական մր-

ցակցության քաղաքականությունն իրականաց-
նում է գերիշխող դիրքի չարաշահումները, անբա-
րեխիղճ մրցակցությունը և հակամրցակցային հա-
մաձայնությունները արգելելու, ինչպես նաև համա-
կենտրոնացումների և պետական օժանդակության
նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնելու
միջոցով:

Այսպիսով, մրցակցության քաղաքականու-
թյան ուղղություններից մեկն է նաև գերիշխող դիր-
քի չարաշահման արգելումը, որը, ըստ էության, ար-
գելման միջոցով շուկաներում ազատ և բարեխիղճ
մրցակցության ապահովումն է գերիշխող դիրք ու-
նեցող տնտեսվարող սուբյեկտների՝ տնտեսական
գործունեության նկատմամբ որոշակի սահմանա-
փակումների սահմանմամբ:

Գերիշխող դիրքի չարաշահումը որակելու հա-
մար նախ և առաջ անհրաժեշտ է սահմանել ապ-
րանքային շուկան, որտեղ տնտեսվարող սուբյեկ-
տն ունի գերիշխող դիրք: Ապրանքային շուկայի
սահմանումը տրված է «Տնտեսական մրցակցու-
թյան պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի (այսու-
հետ՝ Օրենք) 4-րդ հոդվածի 4-րդ պարբերությամբ,
համաձայն որի՝ ապրանքային շուկա է համարվում
որոշակի ապրանքի և այդ ապրանքի փոխադարձ
փոխարինելի ապրանքների շրջանառության ոլոր-
տը որոշակի տարածքում, որի սահմանները որոշ-
վում են գնորդի կողմից տվյալ տարածքում ապ-
րանքի ձեռքբերման նպատակահարմարություննե-
րով և տնտեսական հնարավորություններով: Հարկ
է հավելել, որ ապրանքային շուկայի հիմնական
բնութագրիչներն են ապրանքային շուկայի ապ-

www.journal.lawinstitute.am

րանքատեսակային և աշխարհագրական սահմանները:

Ապրանքային շուկան սահմանվում է ՏՄՊՊՀ-ի 2011 թվականի մայիսի 23-ի թիվ 190-Ն որոշմամբ (այսուհետ՝ թիվ 190-Ն որոշում) հաստատված ապրանքային շուկայի սահմանների որոշման կարգի համաձայն: Նշված կարգի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ապրանքատեսակային սահմանները, որը տվյալ ապրանքի և ձեռքբերողների համար այդ ապրանքի փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների ամբողջությունն է, որոշվում է՝ հաշվի առնելով այդ ապրանքի սպառողական հատկանիշները (տեխնիկական, որակնան, քանակական, գնային և այլ հատկանիշները, օգտագործման նշանակությունը): Իսկ փոխադարձ փոխարինելիությունը որոշվում է հաշվի առնելով այն հանգամանքը, թե՛ վերը նկարագրված հատկանիշների հիման վրա արդյո՞ք դիտարկվող ապրանքի գնի ոչ ժամանակավոր փոքր աճը կարող է ստիպել զգալի թվով սպառողների, այդ ապրանքի փոխարեն գնել այլ ապրանք: Թիվ 190-Ն որոշումը միաժամանակ սահմանում է ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանների որոշման հնարավորությունը, դասակարգման որևէ խմբին ապրանքի պատկանելիության դասակարգման (ԱՏԳԱԱ³, ԱԴԳՏ⁴ և այլն), տնտեսվարող սուբյեկտների և պետական մարմինների կողմից ՏՄՊՊՀ ներկայացված տեղեկատվության, հարցումների, փորձագիտական եզրակացությունների, ՏՄՊՊՀ-ի կողմից նախկինում իրականացված ուսումնասիրության արդյունքների և այլ անհրաժեշտ տվյալների հաշվառմամբ: Ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանը համարվում է ձեռքբերողի համար դիտարկվող ապրանքը և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների ձեռքբերման նպատակահարմարությունը, և տնտեսական հնարավորությունը՝ որոշակի աշխարհագրական տարածքում: Ինչպես ապրանքի ապրանքատեսակային սահմանի որոշման դեպքում, այնպես էլ աշխարհագրական սահմանների որոշման պարագայում հաշվի են առնվում ոչ ժամանակավոր գնի փոքր աճի ազդեցությունը սպառողի ընտրության վրա:

Փաստորեն, ՏՄՊՊՀ-ի կողմից ապրանքային շուկայի հատկորոշման հարցում վճռական նշանակություն ունի ձեռքբերողի դիրքորոշումը՝ ապրանքների փոխադարձ փոխարինելիությունը որոշելիս, մինչդեռ ԱՄՆ-ում, ԵՄ-ում, Կանադայում, Ավստրալիայում և մյուս զարգացած պետություններում ապրանքային շուկան հատկորոշելիս ձեռքբերողի փոխադարձ փոխարինելիության հետ մեկտեղ դիտարկվում է արտադրողի տեսանկյունից փոխադարձ փոխարինելիությունը և հնարավոր

մրցակցությունը⁵: Միաժամանակ, հարկ է նշել, որ դիտարկված օտարերկրյա պետություններում հաշվի չի առնվում դասակարգման մեթոդը, մինչդեռ դասակարգման մեթոդի կիրառումը ևս ճկունություն է հաղորդում ապրանքային շուկան սահմանելիս: Հարկ է նաև հավելել, որ սույն ուսումնասիրության շրջանակում դիտարկված ՏՄՊՊՀ-ի որոշումների ուսումնասիրությունից պարզ է դառնում, որ ապրանքային շուկան սահմանվում է՝ գրեթե բոլոր դեպքերում՝ հաշվի առնելով դասակարգման ցուցանիշը:

Գերիշխող դիրքի չարաշահման բացահայտման ճանապարհին հաջորդ քայլը պարզումն է, թե արդյո՞ք հնարավոր իրավախախտ տնտեսվարող սուբյեկտն ունի գերիշխող դիրք՝ սահմանված ապրանքային շուկայում: Գերիշխող դիրքի առկայության մասին վկայող չափանիշները սահմանված են Օրենքի 6-րդ հոդվածով, համաձայն որի՝ տնտեսվարող սուբյեկտը ունի գերիշխող դիրք, եթե դիտարկվող ապրանքային շուկայում ունի շուկայական իշխանություն կամ որպես ձեռքբերող, իրացնող, ձեռքբերման իրացման ծավալներով, զբաղեցնում է դիտարկող ապրանքային շուկայի առնվազն 1/3-ը: Նշված հոդվածը միաժամանակ սահմանում է «կոլեկտիվ գերիշխող դիրքի» չափանիշները: Մասնավորապես, դիտարկող ապրանքային շուկայում որպես իրացնող կամ ձեռքբերող առավել մեծ ծավալներ ունեցող 2 տնտեսվարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը դիտարկվող ապրանքային շուկայում ունեն գերիշխող դիրք, եթե որպես ձեռքբերող իրացնող ձեռքբերման իրացման ծավալներով միասին զբաղեցնում է դիտարկող ապրանքային շուկայի առնվազն 1/2-ը, իսկ 3 տնտեսվարող սուբյեկտների պարագայում, եթե միասին որպես իրացնող, ձեռքբերող, զբաղեցնում են դիտարկվող ապրանքային շուկայի առնվազն 2/3-ը:

Գերիշխող դիրքի, այդ թվում՝ շուկայական իշխանության որոշման կարգը և չափանիշները հաստատված է ՏՄՊՊՀ-ի 2011 թվականի մայիսի 23-ի թիվ 194-Ն որոշմամբ, որի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ այդ կարգում ներկայացվում են Օրենքի 6-րդ հոդվածում սահմանված ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի ծավալների հաշվարկման միջոցները: Ինչ վերաբերում է շուկայական իշխանությանը, ապա կարգով սահմանվում են միայն այն բնութագրիչները, որոնք կարող են հաշվի առնվել շուկայական իշխանությունը գնահատելիս, սակայն նշված չէ, թե ինչպես է որոշվում այն, թե այդ չափանիշները ինչպես է առավելություն տալիս տնտեսավորող սուբյեկտին իր մրցակիցների նկատմամբ:

Վերոգրյալի վերաբերյալ հարկ է նշել, որ

SUՊՊՀ-ի իրավակիրառման փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ մինչ այժմ միայն մեկ դեպքում է դիտարկվել շուկայական իշխանությունը՝ գերիշխող դիրքի չարաշահումը սահմանելիս: Այդ միակ դեպքը «Արմենտել ՓԲ» ընկերության դեպքն է, որը SUՊՊՀ -ի 2011 թվականի սեպտեմբերի 13-ի թիվ 386-Ա որոշմամբ համարվել է գերիշխող դիրք ունեցող «Շարժական կապի գլոբալ համակարգի ծառայություններ (GSM)» ապրանքային շուկայում⁶: Այս գործում գերիշխող դիրքը սահմանելիս հաշվի է առնվել դիտարկված ապրանքային շուկայում «Արմենտել» ՓԲ ընկերության շուկայական իշխանությունը, որի բնութագրիչներից հաշվի են առնվել նշված ընկերության ֆինանսական կարողությունները, մասնավորապես, ենթակառուցվածքների առկայությունը, դիտարկվող ապրանքային շուկայում «Արմենտել» ՓԲ ընկերության մասնաբաժինը, նշված ընկերության պատմականորեն գերիշխող համարվելու հանգամանքը⁷, դիտարկվող ապրանքային շուկայի կայունությունը, ինչպես նաև՝ դիտարկվող ապրանքային շուկայի փակ լինելու հանգամանքը, ինչը պայամանավորված է շուկա մուտք գործելու համար զգալի ներդրումների անհրաժեշտությամբ: Մնացած բոլոր գործերում գերիշխող դիրքը սահմանվել է՝ հաշվի առնելով տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինը դիտարկվող ապրանքային շուկայում:

Սակայն հարկ է նշել, որ գերիշխող դիրքը սահմանելիս միայն ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի մասնաբաժինը հաշվի առնելը որոշ դեպքերում կարող է առաջացնել ապրանքային շուկայում մասնաբաժին գերկարևորություն տալու կամ ոչ անհրաժեշտ կարևորություն տալու ռիսկեր, ինչի պատճառով ԱՄՆ և ԵՄ մրցակցային օրենսդրությամբ չեն սահմանում գերիշխող դիրքի անխուսափելի առկայությունը սահմանված մասնաբաժին ունենալու պարագայում, այլ հաշվի են առնում շուկայական իշխանության առկայության մի շարք կանոն հանգամանքների ազդեցությունը և⁸: Ընդ որում, հարկ է նշել, որ ինչպես ԵՄ, անպես էլ ԱՄՆ օրենսդրություններով գերիշխող դիրքը սահմանվում է շուկայական իշխանության չափանիշի հաշվառմամբ, որի տարրերից է նաև դիտարկող ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինները՝ ի թիվս այլ տարրերի:

Հատկանշական է նաև նկատել, որ խնդրահարույց է Օրենքի 6-րդ հոդվածում առևտրային ցանցի գերիշխող դիրքի սահմանման չափանիշները տարանջատելը մյուս չափանիշներից՝ նշելով, որ գերիշխող դիրք ունեցող է համարվում այն առևտրային ցանցը, որը հանդիսանում է 4 կամ

ավելի առևտրային օբյեկտների համախումբ: Նման մոտեցում չի կիրառվում և ոչ մի պետության կողմից, քանի որ առևտրային ցանցը մյուս տնտեսվարող սուբյեկտներից իրավասուբյեկտություն է և ոչ մի հատկանիշով չի տարբերվում: Սակայն, հաշվի առնելով առևտրային ցանցի առանձնահատկությունները, կարելի է դիտարկել շուկայական իշխանության չափանիշների շարքում 4 կամ ավելի առևտրային օբյեկտների համախումբ լինելը համարել շուկայական իշխանության առկայության մասին վկայող չափանիշ:

Ինչ վերաբերում է մենաշնորհային դիրքին, ապա Օրենքի 6-րդ հոդվածը ամրագրում է, որ մենաշնորհ դիրք ունեցող է համարվում որպես ձեռքբերող կամ իրացնող մրցակից չունեցող տնտեսվարող սուբյեկտը:

Դիտարկվող ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի (սուբյեկտների) գերիշխող դիրքը սահմանելուց հետո հաջորդ քայլը այդ տնտեսվարող սուբյեկտի (սուբյեկտների) կողմից գերիշխող դիրքի չարաշահման առկայության որոշումն է: Գերիշխող դիրքի չարաշահման հատկանիշները սահմանված են Օրենքի 7-րդ հոդվածում: Նշված հոդվածի ուսումնասիրության արդյունքում կարելի է առանձնացնել հետևյալ բնույթի խախտումներ՝

- Խտրական պայմանների կիրառմամբ վերաբերող խախտումներ, երբ մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներն իրենց գնորդների նկատմամբ սահմանում են խտրական պայմաններ, որով միևնույն գործունեությանը զբաղվող ընկերությունները հայտնվում են անհավասար պայմաններում:

- Շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտներին տարբեր պայմանների պարտադրման միջոցով կատարվող խախտումներ, երբ մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներն իրենց գնորդներին պարտադրում են ձեռք բերել նաև այլ ապրանքներ, կատարել լրացուցիչ վճարումներ, խզել գործարար կապերը այլ մատակարարների հետ, հարկադիր վերակազմակերպվել և այլն:

- Մրցակիցներին շուկայից դուրս մղելու ուղղված խախտումներ մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտները սահմանափակում են շուկայից իրենց մրցակիցների ներկայացվածությունը, վերջնական սպառողներին ապրանքների իրացման հնարավորությունները և այլն:

- Սպառողների շահերը վնասելու միջոցով կատարվող խախտումներ, երբ մենաշնորհ կամ գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտները կրճատում են արտադրության, ներմուծման, իրացման ծավալները և շուկայում առաջացնում են դե-

Ֆիզիտ կամ անհիմն բարձրացվում են ապրանքի գները:

• Գների միջոցով կատարվող խախտումներ, որոնք դրսևորվում են տնտեսական գործոններով չպայմանավորված գնային փոփոխությունների իրականացմամբ (գների բարձրացմամբ, իջեցմամբ և պահպանմամբ), խտրական գների կիրառմամբ այն դեպքում, երբ դրանց փոփոխությունը օրինաչափ էր և պետք է տեղի ունենար ազատ մրցակցության պայմաններում:

• Գերիշխող կամ մենաշնորհի դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից գեղչերի կամ արտոնությունների կիրառման միջոցով կատարվող խախտումներ, երբ այդ գործողությունների արդյունքում սահմանափակվում է տնտեսական մրցակցությունը:

• Գերիշխող կամ մենաշնորհի դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից այլ տնտեսվարող սուբյեկտի առևտրի կամ արտադրության արդիականացման կամ ներդրումների սահմանափակման միջոցով կատարվող խախտումներ¹⁰:

Բացի վերը նշված գործողություններից, առևտրային ցանցերի համար գերիշխող դիրքի չարաշահում է համարվում նաև գերիշխող դիրք ունեցող առևտրային ցանցի կողմից իր հետ պայմանագիր կնքող տնտեսվարող սուբյեկտին պայմանագրի էական պայմանների պարտադրման կամ առանց գրավոր պայմանագիր կնքելու մատակարարում իրականացնելու պարտադրանքի միջոցով կատարվող խախտումները:

Վերոնշյալի վերաբերյալ անհրաժեշտ է նշել, որ ինչպես ապրանքային շուկան, այնպես էլ գերիշխող դիրքի առկայությունը և գերիշխող դիրքի չարաշահումը սահմանվում են ՏՄՊԳՀ-ի որոշմամբ: Միաժամանակ, պետք է հավելել որ գերիշխող դիրքի չարաշահման համար Հանձնաժողովը կարող է գերիշխող դիրքը չարաշահած տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ նշանակել տուգանք 5.000.000-ից (հինգ միլիոն) մինչև 200.000.000 (երկու հարյուր միլիոն) դրամի չափով, կամ Հանձնաժողովը կարող է տալ նախազգուշացում: Անհրաժեշտ է նաև նշել, որ գների չհիմնավորված բարձրացման միջոցով գերիշխող դիրքի չարաշահման դեպքում ստացած եկամուտը ենթակա է գանձման ՀՀ պետական բյուջե:

Հատկանշական է նաև առանձնացնել ՏՄՊԳՀ-ն իրավասությունը գերիշխող դիրքը մեկ տարվա ընթացքում երկու կամ ավելի անգամ չարաշահելու դեպքում ընդունելու որոշում՝ գերիշխող դիրքը չարաշահած տնտեսվարող սուբյեկտների ապախոշորացման (քաժանման, առանձնացման, փայաբաժնի կամ միջոցների օտարման) վերաբերյալ, ինչը շատ կարևոր գործիք է տնտեսական մր-

ցակցությունը առավել արդյունավետ պաշտպանելու համար:

Գերիշխող դիրքի չարաշահման արգելման միջոցով տնտեսական մրցակցության պաշտպանության արդյունավետ մեխանիզմներ են մշակվել նաև Եվրոպական Միությունում: Գերիշխող դիրքի չարաշահման արգելքն ամրագրված է ԵՄ հիմնադիր պայմանագրի մաս կազմող Եվրոպական Միության Գործունեության պայմանագրի (Treaty of Functioning of European Union) 102-րդ հոդվածում¹¹, որը, միաժամանակ սահմանում է գերիշխող դիրքի չարաշահման դրսևորումները: Սակայն, մինչ գերիշխող դիրքի չարաշահման անդրադառնալը, անհրաժեշտ է քննարկել ապրանքային շուկայի սահմանումը ԵՄ օրենսդրությամբ: Ապրանքային շուկայի սահմանման անհրաժեշտությունն ամրագրված է ԵՄ արդարադատության դատարանի նախադեպային որոշումներում, որոնցից մեկում՝ Հոֆման Լա Ռոշե & Co. AG vs Commission of the European Communities)¹² գործում դատարանը նշում է, որ, որևէ տնտեսվարող սուբյեկտի գերիշխող դիրքը սահմանելու համար նախ և առաջ անհրաժեշտ է հատկորոշել ապրանքային շուկա, որից հետո գնահատել այդ սուբյեկտի դիրքը դիտարկվող շուկայում:

ԵՄ օրենսդրությամբ ապրանքային շուկայի հասկացությունն ընդհանրապես, և որոշման կարգը մասնավորապես, սահմանված են «Եվրոպական համայնքի մրցակցային իրավունքի կիրարկման նպատակով ապրանքային (դիտարկվող) շուկան որոշելու մասին» Եվրոպական Հանձնաժողովի թիվ 97/C 372/03 պաշտոնական ծանոթագրության (պարզաբանման) մեջ¹³ (այսուհետ՝ Ծանոթագրություն): Ծանոթագրության համաձայն՝ ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմաններում ներառված են այն ապրանքները կամ ծառայությունները, որոնք փոխադարձ փոխարինելի են համարվում սպառողի տեսանկյունից, կամ ապրանքի/ծառայության փոխադարձ փոխարինելիության տեսանկյունից, կամ գնային տեսանկյունից, կամ օգտագործման նպատակների տեսանկյունից: Ծանոթագրության ուսումնասիրությունից պարզ է դառնում, որ ինչպես ՀՀ-ում, ԵՄ-ում ևս ապրանքային շուկան բաղկացած է դիտարկվող ապրանքատեսակային սահմաններից և դիտարկվող աշխարհագրական սահմաններից: Սակայն ԵՄ-ում ապրանքային շուկան սահմանվում է ոչ միայն պահանջարկի (ձեռքբերողների) փոխադարձ փոխարինելիության հաշվառմամբ, այլև հաշվի է առնում արտադրողի (մատակարարի, մատուցողի) փոխադարձ փոխարինելիությունը և մրցակցության հնարավորությունը: Այժմ դիտարկենք այս

ԱՐԴԱՐԱԴԱՏՈՒԹՅՈՒՆ

հասկացություններից յուրաքանչյուրը: Ծանոթագրությամբ պահանջարկի (ձեռքբերողների) փոխադարձ փոխարինելիությունը բնորոշվում է որպես գնային, որակական և բնութագրող այլ հատկանիշներից, ելնելով ապրանքների փոխադարձ փոխարինելիության որոշումը սպառողի տեսանկյունից, որը որոշվում է «Հիփոթեթիկ մոնոպոլիստի» թեստով: Այս թեստի էությունը կայանում է հետևյալում. ապրանքները կհամարվեն փոխադարձ փոխարինելի, եթե մեկ ապրանքի գնի փոքր, բայց տևական աճը կարող է ստիպել զգալի թվով սպառողների ձեռք բերել այլ ապրանք: Այս թեստը լավ պատկերացնելու համար դիտարկենք հետևյալ օրինակը, եթե 100 դրամ արժողությամբ նարնջի գինը տևական ժամանակահատված բարձրանա 5-10%, որի արդյունքում, հարցման համաձայն զգալի թվով սպառողներ ձեռք բերեն կիվի, ապա նարինջը և կիվին կհամարվեն փոխադարձ փոխարինելի ապրանքներ և կդիտարկվեն մեկ ապրանքային շուկայում: Նշվածի վերաբերյալ անհրաժեշտ է հավելել, որ ԵՄ-ում ներկայումս կիրառվում է «Հիփոթեթիկ մոնոպոլիստի» թեստի կատարելագործված՝ միասնական մեթոդը, որը, հաշվի է առնում ոչ միայն վերը նկարագրված գնային փոփոխության ազդեցությունը, այլև ապրանքների ընդհանրությունները՝ ելնելով որակական, ինչպես նաև՝ հիմնական բնութագրիչների նմանություններից¹⁴: Ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանների որոշման հաջորդ չափանիշն է՝ արտադրողի (մատակարարի, մատուցողի) փոխադարձ փոխարինելիության հաշվառման չափանիշը, որը ենթադրում է արտադրողների (մատակարարների, մատուցողների) հնարավորությունները, անհրաժեշտության դեպքում՝ կարճ ժամանակահատվածում առանց զգալի ներդրումներ կատարելու, անցնել մեկ ապրանքի արտադրանքից մեկ այլ ապրանքի արտադրանքի: Դիտարկենք հետևյալ օրինակը, եթե կաթնաշոռ արտադրող ընկերությունները շուկայում կաթնաշոռի պահանջարկի անկման դեպքում կարճ ժամանակահատվածում կարողանան անցնել համեմատաբար մեծ պահանջարկ ունեցող պանրի կամ թթվասերի արտադրության, ապա ապրանքային շուկան կհամարվի կաթնամթերքի ապրանքային շուկա՝ հաշվի առնելով արտադրողների վերը նշված հնարավորությունները: Ծանոթագրության համաձայն՝ ապրանքատեսակային սահմանների որոշման վերջին չափանիշը տնտեսվարող սուբյեկտների միջև մրցակցության հնարավորության հաշվառումն է, սակայն այս չափանիշը հիմնականում հաշվի է առնվում համակենտրոնացումների նկատմամբ վերահսկողություն իրականացնելիս՝ հնարավոր ապրանքային շուկան որոշելու և մրցակցության վրա հնարավոր ազդեցությունը

գնահատելու համար: Ինչ վերաբերում է աշխարհագրական սահմաններին, ապա Ծանոթագրությունը ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանները որոշելու համար նախատեսում է, ոչ միայն սպառողի կամ արտադրողի նպատակահարմարությունը գնելու, կամ արտադրելու այդ ապրանքները, կամ դրա փոխադարձ ապրանքները առանց լրացուցիչ զգալի ջանքեր գործադրելու, կամ ռեսուրսներ ծախսելու, այլև ծառայության մատուցման կամ ապրանքի բաշխման համակարգի վերլուծությունը, պահանջարկի հիմնական բնութագրիչները, կարգավորող մարմինների ակտերով սահմանված սահմանափակումները, տարբեր տարածաշրջաններում շուկաների մասնակիցների մասնաբաժինների վերլուծությունները, ինչպես նաև տեղափոխման ծախսերը¹⁵:

Վերոնշյալի վերաբերյալ հարկ է հավելել, որ ԵՄ մրցակցային իրավունքի ոլորտի առաջատար իրավաբաններ Ալիսոն Ջոնսը և Բրենդա Սուֆրինը «Եվրոպական Միության մրցակցային իրավունք» վերտառությամբ¹⁶ իրենց աշխատության մեջ նշում են, որ Ծանոթագրության մեջ ներառված չէ ժամանակավոր ապրանքային շուկաների հատկորոշման հնարավորությունը, սակայն, յուրաքանչյուր ապրանքային շուկա ունի իր առանձնահատկությունը, և ժամանակավոր ապրանքային շուկայի սահմանման անհրաժեշտություն է առաջանում հատկապես տրանսպորտի ոլորտի շուկաներում, որտեղ պահանջարկը փոփոխվում է՝ պայմանավորված օրվա ժամերից, ինչպես նաև՝ եղանակային պայմաններից կամ տարվա եղանակներից: Հեղինակները նման անհրաժեշտության այլ օրինակներ են բերում՝ խոսելով Յունայթիդ Բրենդսը ընդդեմ Եվրոպական Հանձնաժողովի¹⁷ գործի մասին, որտեղ ակնհայտ փաստեր կային սեզոնային հանգամանքով պայմանավորված մյուս մրգերի սակավության պատճառով բանանի պահանջարկի զգալի աճի վերաբերյալ, և որը, սակայն, հաշվի չէր առնվել Եվրոպական Հանձնաժողովի կողմից՝ շուկայում մասնակիցների շուկայական իշխանությունն առավել ճշգրիտ գնահատելու համար¹⁸:

Ինչպես ՀՀ, այնպես էլ ԵՄ օրենսդրությամբ ապրանքային շուկայի սահմանումից հետո հաջորդ քայլը դիտարկվող ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի գերիշխող դիրքի առկայության որոշումն է: ԵՄ օրենսդրությամբ գերիշխող դիրքի սահմանման կարգը ամրագրված է «Եվրոպական Հանձնաժողովի հաղորդագրությունը Գերիշխող դիրքի չարաշահումներին առնչվող Եվրոպական համայնքների (ներկայիս՝ Եվրոպական Միության գործունեության) պայմանագրի 82-րդ (ներկայիս՝ 102-րդ հոդված) հոդվածի կիրարկման վերաբերյալ Եվրոպական Հանձնաժողովի առաջ-

www.journal.lawinstitute.am

նահերթությունների մասին ուղեցույց թիվ 2009/C 45/02»¹⁹ փաստաթղթում (այսուհետ՝ Ուղեցույց): Գերիշխող դիրքի սահմանումը տրված է ինչպես Ուղեցույցում, այնպես էլ Եվրոպական արդարադատության դատարանի նախադեպային որոշումներում, որոնցում մասնավորապես նշվում է՝ «տնտեսվարող սուբյեկտի՝ տնտեսական հզորություն տրվող դիրք, որը այդ սուբյեկտին հնարավորություն է տալիս խաթարելու տնտեսական մրցակցությունը դիտարկող ապրանքային շուկայում, տալիս է մրցակիցներից և սպառողներից անկախ գործելու իշխանություն»²⁰: Ուղեցույցում սահմանվում է ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի շուկայական իշխանության միջոցով դիտարկվող ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրքը որոշելու հնարավորությունը: Ընդհանրապես, տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բնագավառում շուկայական իշխանությունը որոշվում է ուղղակի և անուղղակի մեթոդներով²¹: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ուղղակի մեթոդը ենթադրում է շուկայական իշխանության որոշումը էկոնոմետրիկ հաշվարկների հիման վրա հաշվարկված և մնացորդային սկզբունքով պահանջարկի կորի դինամիկայի միջոցով, և այն, որ այդ անհրաժեշտ տեղեկատվություն ստանալը շատ բարդ է, բազմաթիվ պետություններ չեն կիրառում այս մեթոդը, այլ շուկայական իշխանությունը գնահատում են անուղղակի մեթոդի միջոցով, ինչը ներառում է շուկայական իշխանության որոշումը որակական (մուտքի խոչընդոտի առկայությունը, գնորդին փոխլրացնող իշխանությունը և այլն) և քանակական (տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժին դիտարկվող ապրանքային շուկայում) չափանիշների հաշվառմամբ²²: Ուղեցույցով ևս նախատեսված է շուկայական իշխանության գնահատումը՝ անուղղակի մեթոդի միջոցով: Մասնավորապես, նշվում է, որ շուկայական իշխանությունը որոշելիս գնահատվում է մրցակցություն դիտարկվող ապրանքային շուկայում մի շարք չափանիշների հաշվառմամբ: Մասնավորապես, հաշվի են առնվում դիտարկվող ապրանքային շուկայի մասնակից տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինները, այդ ապրանքային շուկայում, մուտքը կամ ընդլայնումը խոչընդոտող տնտեսական մրցակցության սահմանափակումները, ինչպես նաև գնորդի փոխլրացնող իշխանությունը: Այստեղ հարկ է անդրադառնալ շուկայական իշխանության հատկորոշման չափանիշներից յուրաքանչյուրին: Այսպես, շուկայում մասնակիցների մասնաբաժինների հաշվառման պարագայում տնտեսվարող սուբյեկտի շուկայական իշխանության, և ըստ այդմ գերիշխող դիրքի առկայությունը ենթադրվում է, եթե այդ տնտեսվարող սուբյեկտը զբաղեցնում է դիտարկվող ապրանքային

շուկայի 50%-ը, իսկ եթե զբաղեցնում է 40%-ը և դիտարկվող ապրանքային շուկայում առկա են մուտքի խոչընդոտներ, ապա շուկայական իշխանությունը ևս հաստատվում է: Այնուամենայնիվ, հնարավոր են դեպքեր, երբ դիտարկվող ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի մասնաբաժինը 40%-ից էլ բավականին ցածր լինի, բայց մյուս չափանիշների առկայության դեպքում տնտեսվարող սուբյեկտը կհամարվի գերիշխող դիրք ունեցող, մասնավորապես այն դեպքերում, երբ տվյալ շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտն ունի 22%- մասնաբաժին, սակայն այդ շուկայում կան տասնյակ այլ մասնակիցներ, որոնցից յուրաքանչյուրի մասնաբաժինը չի գերազանցում 2%-ը (օրինակ, Բրիտանական Ավիատրանսպորտի ընդդեմ Եվրոպական Հանձնաժողովի (British Airways vs. Commission (2003) - case T-219/99) գործում Բրիտանական ավիատրանսպորտի շուկայական իշխանության սահմանումը²³): Ուղեցույցը նաև նախատեսում է կոլեկտիվ գերիշխող դիրքի հնարավորությունը, սակայն այդ պարագայում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտները միասին պետք է զբաղեցնեն շուկայի 70%-ը և ունեն շուկայում մյուս մասնակիցների գործողությունները կանխատեսելու հնարավորություն, կամ, եթե զբաղեցնում են դիտարկվող ապրանքային շուկայի առնվազն 90%-ը: Ինչ վերաբերում է մուտքի խոչընդոտների առկայության գնահատման չափանիշին, ապա տվյալ պարագայում հաշվի են առնվում շուկա մուտք գործելը սահմանափակող, կամ խոչընդոտող իրավական ակտերով, կամ գործարար շրջանառության սովորույթներով սահմանված պահանջները, այդ շուկա մուտք գործելու համար անհրաժեշտ ներդրումների իրականացումը, տնտեսվարող սուբյեկտի կողմից իրեն գերիշխող դիրք համարելու վերաբերյալ փաստերի առկայությունը, տնտեսվարող սուբյեկտի ազդեցություն գործելու հնարավորությունը փոխկապակցված շուկաների և այդ շուկաների մասնակիցների վրա: Ուղեցույցը նաև սահմանում է գնորդի փոխլրացնող իշխանությունը, ինչը ենթադրում է տնտեսվարող սուբյեկտի ազատությունը գնորդի ցանկացած ազդեցությունից: Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության ոլորտի ԵՄ դատական նախադեպերի ուսումնասիրությունը նաև ցույց է տալիս, որ ապրանքային շուկայում շուկայական իշխանության սահմանման ժամանակ հաշվի են առնվում նաև տնտեսվարող սուբյեկտի ֆինանսական զգալի կարողությունների առկայությունը, դիտարկվող ապրանքային շուկային կայունությունը, այդ շուկա մուտք գործելու համար անհրաժեշտ լրացուցիչ ներդրումների անհրաժեշտությունը և ենթակառուցվածքների կամ տեխնոլոգիաների ներդրումը, ինչը երկար ժամանակ է պահանջում,

ԱՐԴԱՐԱԴԱՏՈՒԹՅՈՒՆ

տնտեսվարող սուբյեկտի բարձր վարկանիշը, տնտեսվարող սուբյեկտի գերժամանակակից տեխնոլոգիաներին տիրապետելը²⁴ : Վերոգրյալի վերաբերյալ անհրաժեշտ է նշել, որ ԵՄ օրենսդրությամբ «մենաշնորհ» բառը կիրառվում է բացառապես բնական մենաշնորհների համար, իսկ մնացած բոլոր դեպքերում կիրառվում է «գերիշխող դիրք» հասկացությունը:

Այստեղ հարկ է անդրադառնալ գերիշխող դիրքի չարաշահման դրսևորման ձևերին, որոնք ամրագրված են ԵՄ գործունեության մասին պայմանագրի 102-րդ հոդվածում²⁵ : Այս հոդվածը արգելում է գերիշխող դիրքի չարաշահումը և նշում է, որ գերիշխող դիրքի չարաշահում են համարվում գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտների

ա) ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն խտրական վաճառքի, կամ իրացման գների սահմանումը, կամ այլ առևտրային խտրական պայմանների կիրառումը,

բ) ի վնաս սպառողների արտադրանքի, տեխնիկական զարգացման և շուկաների սահմանափակումը,

գ) նմանատիպ գործարքների ընթացքում տարբեր տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ խտրական պայմանների կիրառումը, ինչի արդյունքում տնտեսվարող սուբյեկտները հայնտվում են անբարենպաստ մրցակցային իրավիճակում,

դ) պայմանագրի բուն առարկայի հետ չառնչվող լրացուցիչ պարտավորությունների պարտադրում՝ պայմանագիր կնքել ցանկացող կամ պայմանագրի կողմ հանդիսացող տնտեսվարող սուբյեկտին²⁶ : Գերիշխող դիրքի չարաշահման դրսևորումները ընդլայնվել են ԵՄ արդարադատության դատարանի նախադեպային որոշումների Եվրոպական Հանձնաժողովի գործերի, ինչպես նաև՝ իրավակիրառման փորձը ամրագրող Ուղեցույցի միջոցով: Մասնավորեցվել և ընդլայնվել է վերը թվարկված գերիշխող դիրքի չարաշահումների շարքը, գերիշխող դիրքի չարաշահում են համարվում գիշատիչ գների կիրառումը (օրինակ՝ դեմպինգ), բացառիկ և պայմանական գեղչերի տրամադրմամբ գործարքների կնքումը, մատակարարման մերժումը և շուկայից դուրս մղումը եկամտաբերության սահմանփակման միջոցով (margin squeeze), փաթեթային և պարտադրված վաճառքի իրականացումը, ինչպես նաև՝ մտավոր սեփականության իրավունքների միջոցով կատարվող չարաշահումները²⁷ : Նշվածի վերաբերյալ անհրաժեշտ է հավելել, որ ԵՄ օրենսդրությամբ գերիշխող դիրքի վերոգրյալ դրսևորումները սպառիչ չեն և ենթակա է համալրման, հաշվի առնելով տնտեսական և տեխնոլոգիական զարգացման տեմպերը:

ԵՄ-ում մրցակցային մարմինը Եվրոպական

Հանձնաժողովն է, որը տնտեսական մրցակցության պաշտպանության գործում որոշում կայացնող մարմին է, ուսումնասիրությունն իրականացվում է Մրցակցության հարցերով գլխավոր տնօրինության կողմից, իսկ գերիշխող դիրքի չարաշահումների բացահայտումը և արգելումն իրականացվում է վարչարարության իրականացման միջոցով: Գերիշխող դիրքի չարաշահման համար Եվրոպական Հանձնաժողովը այդ դիրքը չարաշահած տնտեսվարող սուբյեկտների նկատմամբ կարող է նշանակել տուգանք, որը չի կարող ավելին լինել այդ տնտեսվարող սուբյեկտի տարեկան հասույթի մինչև 10%-ը²⁸ : Ընդ որում, տուգանքի չափը հաշվարկվում է՝ հաշվի առնելով այն ապրանքի կամ ծառայության իրացման արդյունքում այդ սուբյեկտի կողմից ստացված հասույթի գումարը, որի շուկայում եղել է իրավախախտումը՝ միաժամանակ այդ գումարը բազմապատկելով իրավախախտման տարիների և ամիսների քանակով²⁹ : Հատկանշական է նաև հավելել, որ ինչպես ՏՄՊՊՀ-ն, այնպես էլ Եվրոպական Հանձնաժողովը տարվա մեջ երկու անգամ գերիշխող դիրքը չարաշահած տնտեսվարող սուբյեկտի ապախոշորացման վերաբերյալ որոշում կայացնելու լիազորություն ունեն³⁰ : Եվրոպական Հանձնաժողովի իրավասությունների մեջ են մտնում նաև իրավախախտումը դադարեցնելու և հետագայում բացառելու, ինչպես նաև այլ հանձնարարականներ տալը³¹ :

Գերիշխող դիրքը բնութագրելու համար ԱՄՆ-ի հակամենաշնորհային օրենսդրությունը կիրառվում է «մենաշնորհ դիրք» հասկացությունը: Ինչպես ՀՀ-ում և ԵՄ-ում, այնպես էլ ԱՄՆ-ում գերիշխող դիրքի չարաշահումն արձանագրելու համար նախ և առաջ անհրաժեշտ է հատկորոշել դիտարկվող ապրանքային շուկան: ԱՄՆ-ում ապրանքային շուկան ևս բաղկացած է ապրանքատեսակային և աշխարհագրական բնութագրիչներից և հատկորոշվում է ԵՄ-ում կիրառվող վերը նկարագրված մոդելի հիման վրա՝ հաշվի առնելով ինչպես ձեռքբերողի տեսանկյունից փոխադարձ փոխարինելությունը, այնպես էլ արտադրողի փոխադարձ փոխարինելությունը և մրցակցության հնարավորությունը: ԱՄՆ-ում ևս լայնորեն կիրառվում է «Հիփոթեթիկ մոնոպոլիստի» թեստը³² : Ընդ որում, այս թեստն ամերիկյան ծագում ունի. այն առաջին անգամ կիրառվել է ԱՄՆ մրցակցային մարմիններից ԱՄՆ արդարադատության դեպարտամենտի հակամենաշնորհային բաժնի կողմից 1972 թվականին՝ համակենտրոնացման վերաբերյալ գործում, այնուհետև՝ 1975 թվականին՝ գերիշխող դիրքի չարաշահման Միացյալ Նահանգներն ընդդեմ Ինթերնեյշնլ Բիզնես Մըշինգ Բորիորեյշինի (United States vs. International Business Machines Corp.

(IBM) գործում³³ : Ինչ վերաբերում է մենաշնորհ դիրքի սահմանմանը, ապա ԱՄՆ-ում նույնպես գնահատվում է շուկայական իշխանությունը, ընդ որում, ոչ միայն շուկայական իշխանության գնահատման անուղղակի մեթոդով, ինչպես ԵՄ-ում, այլև ուղղակի մեթոդի հաշվառմամբ³⁴ : ԱՄՆ հակամենաշնորհային օրենսդրությամբ ևս անուղղակի մեթոդով շուկայական իշխանությունը գնահատելիս հաշվի են առնվում ոչ միայն տնտեսվարող սուբյեկտի մասնաբաժինը դիտարկվող ապրանքային շուկայում, այլև այդ շուկայում մուտքի խոչընդոտների առկայությունը, ուժեղ մրցակիցների բացակայությունը, կարգավորող ակտերով սահմանված սահմանփակումները, շուկայի կայունությունը, գին թելադրելու կարողությունները, տվյալ շուկայում ապրանքի վաճառքից ստացված գերշահույթի առկայությունը: Ընդ որում, հարկ է նշել, որ դիտարկվող ապրանքային շուկայում 90% և ավել մասնաբաժին ունենալու դեպքում մենաշնորհ իշխանության առկայությունը համարվում է հաստատված³⁵ : ԱՄՆ օրենսդրությամբ մենաշնորհ դիրքի արգելքն անբազմաբան է 1890 թվականի Շերմանի Հակամենաշնորհային Ակտում: Մասնավորապես, Շերմանի Հակամենաշնորհային ակտի 2-րդ հոդվածի համաձայն՝ տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից առևտրի ժամանակ որևէ շուկայում մենաշնորհ դիրք ձեռք բերելը կամ այն ձեռքբերելու փորձերը համարվում են քրեական հանցագործություն, որի համար այդ տնտեսվարող սուբյեկտի նկատմամբ կարող է նշանակվել մինչև հարյուր միլիոն ԱՄՆ դոլար (100.000.000\$) տուգանք, իսկ այդ տնտեսվարող սուբյեկտի պաշտոնատար անձի համար՝ մինչև մեկ միլիոն ԱՄՆ դոլար (1.000.000\$) տուգանք կամ մինչև 10 տարի ազատազրկում³⁶ : Ընդ որում, հարկ է նշել, որ թեև Շերմանի ակտը արգելում է մենաշնորհ դիրքը, բայց հետագայում ԱՄՆ դատարանների կողմից այս ակտի մեկնաբանման արդյունքում խախտում է համարվում մենաշնորհ դիրքի չարաշահումը: Շերմանի ակտի ընդունումից հետո ընդունված այլ ակտերով, մասնավորապես, Քլեյտոնի Ակտով, հետագայում Ռոբինսոն Պաթմանի Ակտով, ինչպես նաև ԱՄՆ դատարանների նախադեպային որոշումներով սահմանվել և ընդլայնվել են մենաշնորհ դիրքի չարաշահման դրսևորումները: Մասնավորապես, մենաշնորհ դիրքի չարաշահում են համարվում խտրական գների կիրառումը մատակարարումից հրաժարվելը, գիշատիչ գների կիրառումը՝ բացառիկ և պայմանական գեղչերի տրամադրմամբ գործարքների կնքումը, մատակարարման մերժումը և շուկայից դուրս մղումը եկամտաբերության սահմանփակման միջոցով, պարտադրված վաճառքի իրականացումը,

գիշատիչ գործողությունները³⁷ : Վերոնշյալի վերաբերյալ հարկ է նշել, որ գերիշխող դիրքի չարաշահումների, ներառյալ ապրանքային շուկայի հատկորոշման և մենաշնորհ դիրքի առկայության վերաբերյալ որոշում են կայացնում ԱՄՆ դատարանները, որոնք նաև որոշում են կայացնում գերիշխող դիրք զբաղեցնող ընկերությունների ապախոչորացման վերաբերյալ: Տվյալ պարագայում ԱՄՆ մրցակցային մարմինը՝ Արդարադատության Դեպարտամենտի Հակամենաշնորհային Ստորաբաժանումը, հանդես է գալիս դատախազության դերում: Միաժամանակ, մրցակցային օրենսդրության նշված իրավանորմերի խախտումը ենթադրում է քաղաքացիական հայցերի ներկայացում դատարաններ՝ վնասի փոխհատուցման նպատակով: ԱՄՆ մրցակցային օրենսդրության առանձնահատկությունը կայանում է նաև նրանում, որ բացի վերոնշյալ ԱՄՆ մրցակցային մարմիններից, ԱՄՆ նահանգների գլխավոր դատախազները ևս մասնակցում են մրցակցային օրենսդրության կիրարկմանը, սակայն նահանգային մակարդակում:

Ամփոփելով վերոգրյալ, հատկանշական է նկատել, որ ՀՀ, ԵՄ և ԱՄՆ օրենսդրություններով սահմանված գերիշխող դիրքի չարաշահման դրսևորման ուղղությունները համընկնում են, ինչը վկայում է գերիշխող դիրքի չարաշահման ձևերի ունիվերսալ լինելու մասին: Հարկ է նաև նկատել, որ բոլոր դիտարկված օրենսդրություններով գերիշխող կամ մենաշնորհ դիրք ունենալը իրավախախտում չէ. օրենքի խախտում է համարվում գերիշխող դիրքի չարաշահումը: Ընդհանուր առմամբ, սույն ուսումնասիրության շրջանակում դիտարկված օրենսդրություններում համընկնում են ինչպես ապրանքային շուկայի, այնպես էլ գերիշխող դիրքի սահմանման չափանիշները, սակայն ՀՀ օրենսդրությամբ որոշակիորեն սահմանափակ են այդ բնութագրիչները: Օրինակ, ապրանքային շուկան սահմանելիս արտադրողի փոխադարձ փոխարինելությունը և հնարավոր մրցակցության գնահատման չափանիշները հաշվի չեն առնվում, ինչի հաշվառումը կընդլայներ ՏՄՊՊՀ-ի լիազորությունները առավել ճկուն մոտեցմամբ սահմանելու շատ մեծ և շատ փոքր ապրանքային շուկաներ և տնտեսական մրցակցությունը պաշտպանել նաև այն ոլորտներում, որտեղ մրցակցության խնդիրներ կան, բայց ապրանքները ձեռքբերողի տեսանկյունից փոխադարձ փոխարինելի չեն, բայց փոխադարձ փոխարինելի են արտադրողի տեսանկյունից: Սույն ուսումնասիրության արդյունքում հարկ է նկատել, որ ՀՀ օրենսդրությամբ նոր մոդել է ընտրված, որի համաձայն՝ դիտարկվող ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժնի հաշվա-

ուճը և շուկայական իշխանությունը համարվում են գերիշխող դիրքի սահմանման առանձին չափանիշներ, մինչդեռ ԱՄՆ և ԵՄ օրենսդրությամբ դիտարկվող ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինը, ի թիվս այլ բաղադրիչների, հանդիսանում է շուկայական իշխանությունը բնութագրող չափանիշ: Հատկանշական է նաև նկատել, որ ՀՀ օրենսդրությամբ գերիշխող դիրքի չարաշահման համար նախատեսվում է վարչական և քրեական պատասխանատվության միջոցների կիրառում, մինչդեռ ԵՄ-ում՝ միայն վարչական պատասխանատվության միջոցներ, իսկ ԱՄՆ-ում՝ միայն քրեական պատասխանատվություն: Միաժամանակ, սույն ուսումնասիրությունը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ ՀՀ օրենսդրությամբ ամրագրված են գերիշխող դիրքի չարաշահումներ-

րից տնտեսական մրցակցության պաշտպանության բավական արդյունավետ իրավական մեխանիզմներ, սակայն, անհրաժեշտ է կատարելագործել այդ մեխանիզմների կիրակումը, մասնավորապես՝ ընդլայնել ապրանքային շուկայի որոշման չափանիշները, գերիշխող դիրքը սահմանել շուկայական իշխանության հաշվառմամբ, որի չափանիշը կլինի նաև տնտեսվարող սուբյեկտների մասնաբաժինը դիտարկվող շուկայում, ինչպես նաև՝ կատարելագործել շուկայական իշխանության գնահատման մեթոդաբանությունը, միաժամանակ միասնական կանոններ սահմանելով առևտրային ցանցերի և այլ տնտեսվարող սուբյեկտների համար:

¹ Սույն ուսումնասիրությունը իրականացվել է Գիտության և կրթության հայ ազգային հիմնադրամի (ԳԿՀԱՀ, Նյու Յորք, ԱՄՆ) կողմից տրամադրված գիտական դրամաշնորհի շրջանակներում:

² Սույն հոդվածի շրջանակներում տնտեսվարող սուբյեկտ է համարվում արտոնագրային վճար վճարող, անհատ ձեռնարկատերը, իրավաբանական անձը, այլ կազմակերպությունը, դրա ներկայացուցիչը, ներկայացուցչությունը կամ մասնաճյուղը, առևտրային ցանցը:

³ ԱՏԳԱԱ- արտաքին տնտեսական գործունեության ապրանքների անվանացանկ:

⁴ ԱԴԳՏ- արտադրանքի դասակարգում ըստ գործունեության տեսակների:

⁵ Alison Jones and Brenda Sufirin, EU Competition Law, texts, cases and materials. 6th edition, United Kingdom, Oxford University Press, 2016, pp. 44-50.

⁶ Նշված որոշումը հասանելի է հետևյալ աղբյուրում՝

http://competition.am/uploads/resources/vor_arm_2011_09_386.pdf

⁷ 2-րդ հոդված, «Էլեկտրոնային հաղորդակցության մասին» ՀՀ օրենք:

⁸ Տե՛ս, Edward M. Graham and J. David Richardson, Global Competition Policy. Peterson Institute Publication, 2007. pp. 344-335.

⁹ Տե՛ս, Alison Jones and Brenda Sufirin, EU Competition Law, texts, cases and materials. 6th edition, United Kingdom, Oxford University Press, 2014, pp. 298-314; Douglas F. Broder, U.S. Antitrust Law and Enforcement: A Practice Introduction, Oxford University Press, 2016, pp 85-90.

¹⁰ Տե՛ս, հոդված 7, «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք, հասանելի է <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=90816> :

¹¹ Տե՛ս, ԵՄ իրավական ակտերի առցանց պաշտոնական տեղեկագրում, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12008E102:EN:HTML>, on June 10, 2016.

¹² Տե՛ս, Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission of the European Communities, retrieved from European Official Journal of legal acts, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0085&from=EN>, on June 12, 2016.

¹³ Տե՛ս, Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law (97/C 372 /03), available at [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997Y1209\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997Y1209(01)&from=EN) link.

¹⁴ Retrieved from website of European Economic and Marketing Consultant website, <http://www.ce-mc.com/tools/agreements/hypothetical-monopolist-test-hm-test.html>, on June 12, 2016.

¹⁵ Տե՛ս, Commission Notice on the definition of relevant market for the purposes of Community competition law (97/C 372 /03), available at [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997Y1209\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:31997Y1209(01)&from=EN) link.

¹⁶ Տե՛ս, Alison Jones & Brenda Sufirin, EU Competition Law, texts, cases and materials. 5th edition, United Kingdom, Oxford University Press, 2014, pp. 330-331.

- ¹⁷ Տե՛ս, United Brands Company v. Commission of the European Communities case, retrieved from website of European Union official journal of legal and judicial acts, guidelines and cases, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0027&from=EN>
- ¹⁸ Տե՛ս, նույն տեղում
- ¹⁹ Տե՛ս, Communication from the Commission — Guidance on the Commission’s enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings (Text with EEA relevance) (2009/C 45/02), retrieved from website of European Union official journal of legal and judicial acts, guidelines and cases, [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC0224\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC0224(01)&from=EN)
- ²⁰ Տե՛ս, նույն տեղում (Communication from the Commission — Guidance on the Commission’s enforcement priorities in applying Article 82 of the EC Treaty to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings (Text with EEA relevance) (2009/C 45/02)), ինչպես նաև United Brands Company v. Commission of the European Communities case, Hoffmann-La Roche & Co. AG v Commission of the European Communities retrieved from website of European Union official journal of legal and judicial acts, guidelines and cases, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0027&from=EN> , <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:61976CJ0085&from=EN>
- ²¹ Տե՛ս, Christian A. Melischek, The Relevant Market in International Economic Law: A Comparative Antitrust and GATT Analysis, Cambridge University Press, 2013, pp. 37-38.
- ²² Տե՛ս, Alison Jones and Brenda Suftrin, EU Competition Law, texts, cases and materials. 6th edition , United Kingdom, Oxford University Press, 2014 pp. 298-314;
- ²³ Տե՛ս, նույն տեղում (Alison Jones and Brenda Suftrin), pp. 341-343;
- ²⁴ Ariel Ezrachi, EU Competition Law: An Analytical Guide to the Leading Cases, Bloomsbury Publishing, 2016, pp. 202-315; Alison Jones and Brenda Suftrin, EU Competition Law, texts, cases and materials. 6th edition , United Kingdom, Oxford University Press, 2014 pp. 346-359;
- ²⁵ Article 102, TFEU, retrieved from website of EU official journal of legal and judicial acts, cases and polic documents, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:12008E102> , on June 24, 2016.
- ²⁶ Տե՛ս, նույն տեղում (Article 102/TFEU)
- ²⁷ Մամբանամատյանն Ալիսոն Ջոնս և Բրենդա Սուֆրին, EU Competition Law, texts, cases and materials. 6th edition , United Kingdom, Oxford University Press, 2014 pp. 365-591.
- ²⁸ Տե՛ս, Guidelines on the method of setting fines imposed pursuant to Article 23(2)(a) of Regulation No 1/2003 (2006/C 210/02) ; available at [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006XC0901\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52006XC0901(01)&from=EN)
- ²⁹ Տե՛ս, նույն տեղում:
- ³⁰ Տե՛ս, COUNCIL REGULATION (EC) No 1/2003 of 16 December 2002 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty (Text with EEA relevance) , available at <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003R0001&from=EN>
- ³¹ Տե՛ս, Guidline on EU Competition Law Rules Applicable to Antitrust Enforcement Volume I: General Rules, http://ec.europa.eu/competition/antitrust/legislation/handbook_vol_1_en.pdf
- ³² Տե՛ս, Douglas F. Broder, U.S. Antitrust Law and Enforcement: A Practice Introduction, Oxford University Press, 2016, page .
- ³³ Retrieved from website of US Department of Justice, Antitrust division, <https://www.justice.gov/atr/case-document/unit-ed-states-memorandum-1969-case> June 12, 2016, also available at <https://dwkcommentaries.com/2011/07/30/the-ibm-antitrust-litigation/> website.
- ³⁴ Տե՛ս, Christian A. Melischek, The Relevant Market in International Economic Law: A Comparative Antitrust and GATT Analysis, Cambridge University Press, 2013, pp. 37-38.
- ³⁵ Տե՛ս, Douglas F. Broder, U.S. Antitrust Law and Enforcement: A Practice Introduction, Oxford University Press, 2016, pp. 85-90.
- ³⁶ Article 2, Sherman Antitrust Act, available at <https://www.law.cornell.edu/uscode/text/15/1> website of legal acts.
- ³⁷ Տե՛ս, Douglas F. Broder, U.S. Antitrust Law and Enforcement: A Practice Introduction, Oxford University Press, 2016pp. 91-98.

Асмик Тигранян

Главный специалист отдела административного
производства юридического управления ГКЗЭК РА
Советник 3-его класса Гражданской службы РА
Магистр права

РЕЗЮМЕ

*Запрещение злоупотреблением доминирующим положением как средство для
защиты экономической конкуренции: сравнительный анализ*

В данной статье автором представлены правовые основы запрещающие злоупотребление доминирующим положением с целью защиты экономической конкуренции в РА, США и ЕС. В частности были проанализированы определения товарного рынка и доминирующего положения, проявления злоупотребления доминирующим положением, а так же меры ответственности и иные запрещающие механизмы предусмотренные за злоупотребление доминирующим положением. Одновременно проводится сравнительный анализ, выявляющий преимущества и недостатки рассмотренных моделей запрещающих злоупотреблением доминирующим положением.

Ключевые слова: экономическая конкуренция, товарный рынок, доминирующее или монопольное положение, злоупотребление, параф.

Hasmik Tigranyan

Chief Specialist of the administrative proceeding
division of legal department of the SCPEC RA
Councillor of the 3-rd class of Civil Service of RA
Master of Laws

SUMMARY

*Prohibition of abuse of dominant position as method for protection
of economic competition: comparative analysis*

In this article the author presents legal basis of prohibition abuse of a dominant position for the purpose of protection of economic competition in Armenia, US and EU. Particularly, the author analyzed definition of commodity market and dominant position, methods of abuse of dominant position, as well as provided accountability measures and other mechanisms for prohibition of abuse of a dominant position. At the same the author conducts comparative analysis, revealing the advantages and disadvantages of the considered models of prohibiting abuse of a dominant position.

Keywords: economic competition, product market, dominant or monopolistic position, abuse, fine.