*գրանցված է*
*31.03.2008թ.*
*կոդ 604.08 099*

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՄՐՑԱԿՑՈՒԹՅԱՆ ՊԱՇՏՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՀԱՆՁՆԱԺՈՂՈՎ**

# Ո Ր Ո Շ Ո Ւ Մ

*19 մարտի 2008 թվականի*
*թիվ 15 -Ն , ք.Երևան*

## ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՍԱՀՄԱՆՆԵՐԻ, ՍՈՒԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ԿԱԶՄԻ ԵՎ ԾԱՎԱԼԻ ՈՐՈՇՄԱՆ ԿԱՐԳԸ ՀԱՍՏԱՏԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովը՝ հիմք ընդունելով «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 19-րդ հոդվածի 1-ին մասի «է» և «թ» կետերը, «Իրավական ակտերի մասին» Հայաստանի Հանրապետության օրենքի 72-րդ հոդվածի 1-ին մասի 1-ին կետի «բ» ենթակետը՝

ո ր ո շ ու մ է

1. Հաստատել ապրանքային շուկայի սահմանների, սուբյեկտների կազմի և ծավալի որոշման կարգը՝ համաձայն հավելվածի:

2. Ուժը կորցրած ճանաչել Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի 2002 թվականի մարտի 4-ի ««Ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտի գերիշխող դիրքի որոշման կարգը» և «Ապրանքային շուկաների սահմանների և ծավալների որոշման կարգը» հաստատելու և Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի մի շարք որոշումներ ուժը կորցրած ճանաչելու մասին» թիվ 27-Ն որոշման 1-ին կետը:

3. Սույն որոշումն ուժի մեջ է մտնում դրա պաշտոնական հրապարակման օրվան հաջորդող տասներորդ օրը:

**ՆԱԽԱԳԱՀ** **Ա. ՇԱՀՆԱԶԱՐՅԱՆ**

Հավելված
ՀՀ տնտեսական մրցակցության
պաշտպանության պետական հանձնաժողովի
2008 թվականի մարտի 19-ի թիվ 15-Ն որոշման

# ԿԱՐԳ

## ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՍԱՀՄԱՆՆԵՐԻ, ՍՈՒԲՅԵԿՏՆԵՐԻ ԿԱԶՄԻ ԵՎ ԾԱՎԱԼԻ ՈՐՈՇՄԱՆ

1. Սույն կարգով սահմանվում է ապրանքային շուկայի սահմանների, դրա սուբյեկտների կազմի և ծավալի որոշման կարգը:

2. Ապրանքային շուկայի բնութագրիչները (ապրանքատեսակային ու աշխարհագրական սահմանները, շուկայի սուբյեկտների կազմը և ծավալը) որոշվում են Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետ՝ Հանձնաժողով) կողմից տվյալ շուկայի ուսումնասիրությանը նախորդող որոշակի ժամանակահատվածի տվյալների հիման վրա:

3. Ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանի որոշման համար ընտրվում է ուսումնասիրվող ապրանքը, բացահայտվում են դրա սպառողական հատկությունները (գործածության նշանակությունը, կիրառման, որակական, տեխնիկական, գնային կամ այլ հատկանիշները), որոնց հիման վրա որոշվում են փոխադարձ փոխարինելի ապրանքները (եթե դրանք առկա են):

4. Ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանի որոշման համար Հանձնաժողովը կարող է հիմք ընդունել ուսումնասիրվող ապրանքի պատկանելիությունը դասակարգման որևէ խմբի՝ ԱՏԳԱԱ-ին (արտաքին տնտեսական գործունեության ապրանքների անվանացանկին), ԱԴԳՏ-ին (արտադրանքի դասակարգմանն ըստ գործունեության տեսակների) կամ այլ խմբի:

5. Ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանը որոշվում է՝ հաշվի առնելով որոշակի աշխարհագրական տարածքում գնորդի համար տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների ձեռքբերման տնտեսական հնարավորությունն ու նպատակահարմարությունը:

6. Ապրանքային շուկայի սուբյեկտների՝ տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների իրացնող(ներ)ի (վաճառող(ներ), մատակարար(ներ), օտարող(ներ), մատուցող(ներ), կատարող(ներ)) և ձեռքբերող(ներ)ի (գնորդ(ներ), ստացող(ներ), ընդունող(ներ), սպառող(ներ)) կազմը, ապրանքային շուկայի ծավալը, ինչպես նաև ապրանքային շուկայի ծավալում ապրանքային շուկայի սուբյեկտների ծավալը որոշվում են պետական մարմինների և (կամ) տվյալ ապրանքային շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների կողմից Հանձնաժողով ներկայացված և (կամ) Հանձնաժողովի կողմից իրականացված հետազոտությունների, ստուգումների, ուսումնասիրությունների և (կամ) դիտանցումների արդյունքում ձեռք բերված և (կամ) Հանձնաժողովի տրամադրության տակ առկա փաստաթղթերի և այլ տեղեկատվության հիման վրա:

7. Ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանում տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների իրացման (ձեռքբերման) ընդհանուր ծավալը

(ապրանքային շուկայի ծավալը) ապրանքային շուկայի սուբյեկտների կողմից այդ ապրանքների իրացման (ձեռքբերման) ծավալների գումարն է:

8. Ապրանքային շուկայի ծավալը, որպես կանոն, որոշվում է բնեղեն արտահայտությամբ, եթե շուկայի ապրանքատեսակային սահմանում տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների իրացման (ձեռքբերման) ընդհանուր ծավալը հնարավոր է հաշվարկել չափման միևնույն միավորի (օրինակ՝ կիլոգրամ, հատ, մետր և այլն) միջոցով: Այլ դեպքերում կամ ելնելով տվյալ ապրանքային շուկայի առանձնահատկություններից, ապրանքային շուկայի ծավալը կարող է որոշվել արժեքային (դրամական) արտահայտությամբ:

9. Ապրանքային շուկայի ծավալը որոշվում է սուբյեկտների կողմից տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների՝ այդ շուկայում առաջին անգամ իրացման (ձեռքբերման) ծավալների հաշվարկման հիման վրա: