

## Қоғамдық маңызы бар нарықтарды талдау әдістемесін бекіту туралы

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2017 жылғы 28 желтоқсандағы № 438 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2018 жылғы 12 қаңтарда № 16215 болып тіркелді

**Р Қ А О - н ы ң е с к е р т п е с і !**

**Осы бұйрық 01.01.2018 ж. бастап қолданысқа енгізіледі**

Қазақстан Республикасы Кәсіпкерлік кодексінің 90-6-бабының 14) тармақшасына сәйкес БҰЙЫРАМЫН:

1. Қоса беріліп отырған Қоғамдық маңызы бар нарықтарды талдау әдістемесі бекітілсін.

2. Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Табиғи монополияларды реттеу, бәсекелестікті және тұтынушылардың құқықтарын қорғау комитеті Қазақстан Республикасының заңнамасында белгіленген тәртіппен:

1) осы бұйрықты Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркеуді;

2) осы бұйрық мемлекеттік тіркелген күннен бастап күнтізбелік он күн ішінде оның қазақ және орыс тілдеріндегі қағаз және электронды түрдегі көшірмесін ресми жариялау және Қазақстан Республикасының нормативтік құқықтық актілерінің эталондық бақылау банкіне қосу үшін "Республикалық құқықтық ақпарат орталығы" шаруашылық жүргізу құқығындағы республикалық мемлекеттік кәсіпорнына жіберуді;

3) осы бұйрықты Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің интернет-ресурсында орналастыруды;

4) осы бұйрық Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркелгеннен кейін он жұмыс күні ішінде Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Заң департаментіне осы тармақтың 1), 2) және 3) тармақшаларында көзделген іс-шаралардың орындалуы туралы мәліметтерді ұсынуды қамтамасыз етсін.

3. Осы бұйрықтың орындалуын бақылау жетекшілік ететін Қазақстан Республикасының Ұлттық экономика вице-министріне жүктелсін.

4. Осы бұйрық 2018 жылғы 1 қаңтардан бастап қолданысқа енгізіледі және ресми жариялануға тиіс.

Қазақстан Республикасының  
Ұлттық экономика министрі

Т. Сүлейменов

"КЕЛІСІЛДІ"

Қазақстан Республикасы

Инвестициялар және даму министрінің

міндетін атқарушы

\_\_\_\_\_ Р. Склад  
2017 жылғы 29 желтоқсан  
"КЕЛІСІЛДІ"  
Қазақстан Республикасының  
Энергетика министрі  
\_\_\_\_\_ Қ. Бозымбаев  
2017 жылғы 29 желтоқсан

Қазақстан Республикасы  
Ұлттық экономика  
министрінің  
2017 жылғы 29 желтоқсандағы  
№ 438 бұйрығымен  
бекітілген

## **Қоғамдық маңызы бар нарықтарды талдау әдістемесі 1-тарау. Жалпы ережелер**

1. Осы Қоғамдық маңызы бар нарықтарды талдау әдістемесі (бұдан әрі – Әдістеме) 2015 жылғы 29 қазандағы Қазақстан Республикасы Кәсіпкерлік кодексінің (бұдан әрі – Кодекс) 90-6-бабының 14) тармақшасына, 124-5-бабына, 124-6-бабының 1) және 11) тармақшаларына сәйкес әзірленді және қоғамдық маңызы бар нарықтарға талдау жүргізу рәсімін (бұдан әрі – талдау) айқындайды.

2. Осы Әдістемеді қолданылатын негізгі ұғымдар:

- 1) баға бойынша сұраныстың икемділігі – тауар бағасының өзгеруіне тұтынушылардың реакциясын сипаттайтын санат;
- 2) қоғамдық маңызы бар нарық – Кодекстің 116-бабы 3-тармағының 14) тармақшасына, 124-5-бабына сәйкес тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) бағаларын мемлекеттік реттеуге қолданылатын тауар нарығы;
- 3) қоғамдық маңызы бар нарық субъектісі – қоғамдық маңызы бар нарықтарда тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өндіретін (өткізетін) жеке немесе заңды тұлға;
- 4) талданатын нарық – уәкілетті органның ведомствосы қоғамдық маңызы бар нарыққа ықтимал жатқызу тұрғысынан қарайтын тауар нарығы;
- 5) уәкілетті орган – табиғи монополиялар салаларындағы басшылықты жүзеге асыратын мемлекеттік орган;
- 6) уәкілетті органның ведомствосы – табиғи монополиялар салаларындағы басшылықты жүзеге асыратын мемлекеттік органның ведомствосы.

Әдістемеді пайдаланылатын өзге де ұғымдар мен терминдер Қазақстан Республикасының табиғи монополиялар туралы заңнамасына, Кодекске, сондай-ақ Қазақстан Республикасының басқа да заңнамалық актілеріне сәйкес қолданылады.

3. Осы Әдістеме қоғамдық маңызы бар нарықтарда:

1) бағаларды мемлекеттік реттеудің қолданылу мерзімі аяқталғаннан кейін, Кодекстің 124-5-бабының 1-тармағында айқындалған қоғамдық маңызы бар нарық субъектілерінің тауарларына (жұмыстарына, көрсетілетін қызметтеріне) бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орындылығы туралы;

2) талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың және тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) бағаларын мемлекеттік реттеуді енгізудің орындылығы туралы мемлекеттік саясатты қалыптастыру жөнінде ұсыныстар әзірлеу мақсатында қолданылады.

4. Талдау жүргізу кезінде уәкілетті органның ведомствосы:

1) талдау жүргізуді бастаған күннен бастап 5 жұмыс күнінен кешіктірмей өзінің интернет-ресурсында барлық мүдделі нарық субъектілерін, тұтынушылардың қауымдастықтары мен кәсіпкерлерді ынтымақтасуға шақыра отырып, қоғамдық маңызы бар нарықты немесе негіздемелерін, мерзімдерін, оның жүргізілу мақсатын, нарық типін (көтерме немесе бөлшек) көрсете отырып, қоғамдық маңызы бар нарықты немесе талданатын нарықты талдаудың басталғаны туралы ақпаратты орналастырады.

2) мүдделі нарық субъектілерінен, тұтынушылардың қауымдастықтары мен кәсіпкерлер қауымдастықтарынан нарықты зерттеу нәтижелерін, нарыққа кіру тосқауылдары туралы деректерді, нарықта бәсекелестіктің жай-күйін объективті бағалауға жәрдемдесетін басқа ақпаратты алады;

3) қоғамдық маңызы бар нарықта немесе талданатын нарықта тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өндіруді (өткізуді) жүзеге асыратын субъектілерден талдау жүргізу үшін қажетті ақпаратты сұратады;

4) талдауға мүдделі тараптардың (бұқаралық ақпарат құралдары, тұтынушылардың қауымдастықтары, кәсіпкерлердің қауымдастықтары, нарық субъектілері, мемлекеттік органдар) қатысуымен кездесулер ұйымдастырады.

Талдау жүргізу мерзімі күнтізбелік 12 айдан аспайды.

## **2-тарау. Қоғамдық маңызы бар нарықтар субъектілерінің тауарларына (жұмыстарына, көрсетілетін қызметтеріне) бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орындылығы туралы ұсыныстарды қалыптастыру мақсатында талдау**

5. Уәкілетті органның ведомствосы қоғамдық маңызы бар нарық субъектілерінің тауарларына (жұмыстарына, көрсетілетін қызметтеріне) бағаларды мемлекеттік реттеудің орындылығы туралы ұсыныстар қалыптастыру мақсатында жыл сайын 1 ақпаннан кешіктірмей уәкілетті органның ведомствосы бекітетін қоғамдық маңызы бар нарықтарға талдау жүргізу жоспарына сәйкес талдау жүргізеді.

6. Қоғамдық маңызы бар нарық субъектілерінің тауарларына (жұмыстарына, көрсетілетін қызметтеріне) бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орындылығы туралы ұсыныстарды қалыптастыру мақсатында талдау мынадай кезеңдерден тұрады:

1) "Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу әдістемесін бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2015 жылғы 30 қарашадағы № 741 бұйрығына (Нормативтік құқықтық актілерді мемлекеттік тіркеу тізілімінде № 12592 болып тіркелген) (бұдан әрі – Талдау әдістемесі) және Әдістеменің 7-тармағына сәйкес қоғамдық маңызы бар нарықтағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау;

2) қоғамдық маңызы бар нарықтың Әдістеменің 8-тармағына сәйкес қоғамдық маңызы бар нарыққа жатқызу белгілеріне сәйкес келуін бағалау;

3) Әдістеменің 9-тармағына сәйкес жаңа субъектілердің қоғамдық маңызы бар нарыққа кіру тосқауылдарын бағалау.

7. Қоғамдық маңызы бар нарықтағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау Талдау әдістемесіне сәйкес айқындалған оның көрсеткіштерін мынадай өлшемшарттармен салыстыру арқылы жүргізіледі:

1) қоғамдық маңызы бар нарықтағы Герфиндаль-Гиршман нарықтық шоғырлану индексінің мәні жоғары шоғырланған нарық өлшемшартына сәйкес келеді;

2) талданатын уақыт кезеңі ішінде қоғамдық маңызы бар нарықта кемінде 35 % жиынтық үлеспен жаңа субъектілер пайда болған жоқ;

3) талданатын уақыт кезеңі ішінде қоғамдық маңызы бар нарықта талданатын қоғамдық маңызы бар тауарға өзара алмастырылатын тауар (лар) пайда болған жоқ.

Егер қоғамдық маңызы бар нарық көрсеткіштері осы тармақта көрсетілген өлшемшарттарға сәйкес келмесе, уәкілетті органның ведомствосы осы қоғамдық маңызы бар нарықта бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады және талдау аяқталады.

Егер қоғамдық маңызы бар нарықтың көрсеткіштері осы тармақта көрсетілген өлшемшарттарға сәйкес келсе, уәкілетті органның ведомствосы қоғамдық маңызы бар нарықтың Әдістеменің 8-тармағына сәйкес қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызу белгілеріне сәйкес келуіне бағалау жүргізеді.

8. Қоғамдық маңызы бар нарықтың қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызу белгілеріне сәйкес келуін бағалау оның көрсеткіштерін мынадай:

қоғамдық маңызы бар нарықтағы бағалардың инфляцияға және базалық салалардың бәсекеге қабілеттілігіне мультипликативті әсер етуі өлшемшартымен салыстыру арқылы жүргізіледі.

Егер қоғамдық маңызы бар нарық көрсеткіштері осы тармақта көрсетілген өлшемшартқа сәйкес келмесе, уәкілетті органның ведомствосы осы қоғамдық маңызы бар нарықта бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады және талдау аяқталады.

Егер қоғамдық маңызы бар нарықтың көрсеткіштері осы тармақта көрсетілген өлшемшартқа сәйкес келсе, уәкілетті органның ведомствосы Әдістеменің 9-тармағына сәйкес қоғамдық маңызы бар нарыққа жаңа субъектілердің кіру тосқауылдарына бағалау жүргізеді.

9. Егер қоғамдық маңызы бар нарықта Талдау әдістемесіне сәйкес белгіленген географиялық шекаралар шегінде, соңғы үш жыл ішінде бір нарық субъектісінің не Тұлғалар тобының үстем үлесі 90 немесе одан да көп пайызды құраса, тосқауылдар елеулі және еңсерілмейтін тосқауылдар деп есептеледі.

Егер қоғамдық маңызы бар нарықта Талдау әдістемесіне сәйкес белгіленген географиялық шекаралар шегінде, соңғы үш жылда бір нарық субъектісінің не Тұлғалар тобының үстем үлесі 90 пайыздан азды құраса, онда қоғамдық маңызы бар нарыққа кіру тосқауылдарын бағалау Әдістемеге 1-қосымшаға сәйкес талданатын тауар немесе қоғамдық маңызы бар нарыққа жаңа субъектілердің кіру тосқауылдарын бағалау нысанына сәйкес тосқауылдарды (экономикалық, технологиялық және әкімшілік) талдау қорытындысы бойынша балмен жүзеге асырылады.

Қоғамдық маңызы бар нарыққа кіру тосқауылдарын қорытынды бағалау тосқауылдар бойынша балдарды қосумен алынады. Бұл ретте, егер балл сомасы 1,8-3,0 балл аралығында болса, онда қоғамдық маңызы бар нарықта жаңа нарық субъектілерінің кіруінің елеулі тосқауылдары бар, егер 1,8 балдан аз болса – онда тосқауылдар еңсеріледі не олар жоқ.

Егер бағалау қорытындысы бойынша қоғамдық маңызы бар нарыққа кіру тосқауылдары еңсерілетін болса не жоқ болса, уәкілетті органның ведомствосы осы қоғамдық маңызы бар нарықта бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады.

Егер бағалау қорытындысы бойынша қоғамдық маңызы бар нарыққа кіру тосқауылдары елеулі және еңсерілмейтін болса, уәкілетті органның ведомствосы осы қоғамдық маңызы бар нарықта бағаларды мемлекеттік реттеуді сақтаудың орындылығы туралы қорытынды қалыптастырады.

### **3-тарау. Талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығы туралы ұсынысты қалыптастыру мақсатындағы талдау**

10. Уәкілетті орган ведомствосы мемлекеттік органдардан, қоғамдық маңызы бар нарықтар немесе тауар нарықтары субъектілерінен, тұтынушылардан (бұдан әрі – Өтініш иесі) келіп түскен өтініштер негізінде талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығы туралы ұсынысты қалыптастыру мақсатындағы талдауды Әдістемеге 2-қосымшаға сәйкес жүргізеді.

11. Талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығы туралы ұсынысты қалыптастыру мақсатындағы талдау мынадай кезендерден тұрады:

1) Талдау әдістемесіне және Әдістеменің 12-тармағына сәйкес талданатын нарықтағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау;

2) Әдістеменің 13-тармағына сәйкес қоғамдық маңызы бар нарықтардың белгілеріне талданатын нарықтың сәйкестігін бағалау;

3) Әдістеменің 14-тармағына сәйкес жаңа субъектілердің талданатын нарығына кіруінің тосқауылдарын бағалау;

4) Әдістеменің 15, 16, 17, 18 және 19-тармақтарына сәйкес талданатын нарық тауарларына (жұмыстарына, көрсетілетін қызметтеріне) бағалық реттеуді енгізуден түсетін тұтынушылардың таза пайдасын айқындау.

12. Талданатын нарықтағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау Талдау әдістемесіне сәйкес айқындалған оның көрсеткіштерін мынадай өлшемшарттармен салыстыру арқылы жүргізіледі:

1) талданатын тауар бойынша Лернер индексі қаралатын уақыт кезеңі ішінде 0,8-ден жоғары;

2) талданатын тауар нарығында Герфиндаль-Гиршман нарықтық шоғырлану индексінің мәні жоғары шоғырландырылған нарық өлшемшартына сәйкес келеді.

Егер талданатын нарық көрсеткіштері осы тармақта көрсетілген өлшемшарттарға сәйкес келмейтін болса, уәкілетті орган ведомствосы талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығы туралы қорытынды қалыптастырады және талдау аяқталады.

Егер талданатын нарық көрсеткіштері осы тармақта көрсетілген өлшемшарттарға сәйкес келсе, уәкілетті орган ведомствосы талданатын нарықтың қоғамдық маңызы бар нарықтардың белгілеріне сәйкестігіне бағалауды Әдістеменің 13-тармағына сәйкес жүргізеді.

13. Талданатын нарықтың қоғамдық маңызы бар нарықтардың белгілеріне сәйкестігін бағалау оның көрсеткіштерін мынадай өлшемшарттармен салыстыру арқылы жүргізіледі:

1) талданатын нарықтағы бағалау инфляцияға және базалық салалардың бәсекеге қабілеттілігіне мультипликативтік әсер етеді;

2) талданатын тауарға жылдық сұраныс Әдістемеге 3-қосымшаға сәйкес қоғамдық маңызы бар нарықтардың жекелеген белгілерінің есептеріне сәйкес Қазақстан Республикасы экономикасының даму қарқынының жылдар бойынша плюс-минус 0 – 5% -дан аспайтын ауытқуларымен тұрақты болып табылады;

3) нарық субъектисінде (субъектілерінде) талданатын тауар бағасының жыл сайынғы өсуі Әдістемеге 3-қосымшаға сәйкес қоғамдық маңызы бар нарықтардың

жекелеген белгілерін есептеулерге сәйкес Қазақстан Республикасы бойынша қалыптасқан тұтынушылық бағалар индексінен 10%-ға асып түседі;

4) Әдістемеге 3-қосымшаға сәйкес қоғамдық маңызы бар нарықтардың жекелеген белгілерін есептеуге сәйкес талданатын тауардың талданатын уақыт кезеңі ішінде баға бойынша сұраныстың икемділігі бірліктен төмен;

Егер талданатын нарық көрсеткіштері осы тармақтың 1) тармақшасына не осы тармақтың 2), 3) және 4) тармақшаларында көрсетілген екі немесе одан көп өлшемшарттарға сәйкес келмесе, уәкілетті органның ведомствосы талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады және талдау аяқталады.

Егер талданатын нарық көрсеткіштері осы тармақтың 1) тармақшасына және осы тармақтың 2), 3) және 4) тармақшаларында көрсетілген кемінде екі өлшемшартқа сәйкес келсе, уәкілетті орган ведомствосы Әдістеменің 14-тармағына сәйкес жаңа субъектілердің талданатын нарыққа кіру тосқауылдарына бағалау жүргізеді.

14. Егер талданатын тауар нарығында Талдау әдістемесіне сәйкес белгіленген географиялық шекаралар шегінде, соңғы үш жыл ішінде нарықтың бір субъектісінің не Адамдар тобының үстем үлесі 90 және одан көп пайызды құраса, тосқауылдар елеулі және еңсерілмейтін тосқауылдар болып есептеледі.

Егер талданатын тауар нарығында Талдау әдістемесіне сәйкес белгіленген географиялық шекаралар шегінде, соңғы үш жыл ішінде нарықтың бір субъектісінің не Адамдар тобының үстем үлесі 90 пайыздан кем болса, онда талданатын нарыққа кіру тосқауылдарын бағалау тосқауылдарды (экономикалық, технологиялық және әкімшілік ) талдау қорытындысы бойынша Әдістемеге 1-қосымшаға сәйкес балмен жүзеге асырылады.

Талданатын нарыққа кіру тосқауылдарын қорытынды бағалау тосқауылдар бойынша балдарды қосумен алынады. Бұл ретте, егер балдар сомасы 1.8-3.0 балл аралығында болса, онда талданатын нарықта жаңа нарық субъектілерінің кіруіне елеулі тосқауылдар бар, егер 1,8 балдан аз болса – онда тосқауылдар еңсеріледі болады не олар жоқ.

Егер бағалау қорытындысы бойынша талданатын нарыққа кіру тосқауылдары еңсерілетін болса не жоқ болса, уәкілетті орган ведомствосы талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады және талдау аяқталады.

Егер бағалау қорытындысы бойынша талданатын нарыққа кіру тосқауылдары елеулі және еңсерілмейтін болса, уәкілетті орган ведомствосы Әдістеменің 15, 16, 17, 18 және 19-тармақтарына сәйкес талданатын нарықтағы тауарларға (жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге) баға реттеуді енгізуден түсетін тұтынушылардың таза пайдасын айқындауды жүргізеді.

15. Тұтынушылардың талданатын нарықтағы тауарларға (жұмыстарға, көрсетілетін қызметтерге) баға реттеуді енгізуден алатын таза пайдасын айқындау тұтынушылардың талданатын нарықтағы тауардың (жұмыстың, көрсетілетін қызметтің) бағаларын төмендетуден немесе тіркеуден алатын пайдасын Әдістеменің 19-тармағына сәйкес формула бойынша талданатын нарықтағы тауарға (жұмысқа, көрсетілетін қызметке) мемлекеттік баға реттеуді енгізуден келетін субъектілердің шығасыларымен (тікелей және жанама) және ел бюджетінің шығындарымен салыстыру арқылы жүзеге асырылады.

16. Тұтынушылардың пайдасын есептеу баға реттеу енгізілетін, олар сатып алатын талданатын тауар құнының ықтимал төмендеуін бағалау арқылы жүргізіледі. Ол мынадай формула бойынша жүзеге асырылады:

$$T_{\text{п}} = \sum_{i=1}^n [(P_i \text{ факт} - P_i \text{ рет}) * V_i \text{ факт}],$$

мұнда:

$T_{\text{п}}$  – тұтынушылардың баға реттеуді енгізуден талдаудың белгіленген уақыт кезеңінің орташа есеппен бір жылы ішінде алған пайдасы, мың теңге;

$P_i \text{ факт}$  –  $i$ -інші нарық субъектісінде талданатын тауар бірлігін өткізудің талдаудың уақыт кезеңі ішінде қалыптасқан орташа жылдық бағасы (көтерме немесе бөлшек), теңге;

$P_i \text{ рет}$  –  $i$ -інші нарық субъектісі үшін талданатын тауар бірлігінің Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2017 жылғы 1 ақпандағы № 36 бұйрығымен (Нормативтік құқықтық актілерді мемлекеттік тіркеу тізілімінде № 14778 болып тіркелген) бекітілген Қоғамдық маңызы бар нарықтарда баға белгілеу қағидаларының 21-тармағына сәйкес айқындалатын бағасы, теңге;

$V_i \text{ факт}$  –  $i$ -інші субъектінің тиісті тауар нарығында талданатын тауарды талданатын кезең нәтижелері бойынша қалыптасқан өткізу көлемі, мың бірлік;

$n$  – қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызу тұрғысынан талданатын тауар нарығы субъектілерінің саны.

17. Субъектілердің реттеуді енгізуден болатын тікелей шығасыларын ақшалай мәнде есептеу мына формула бойынша жүзеге асырылады:

$$Z_{\text{рет тік}} = \sum_{i=1}^n (A C_i * Ж_i),$$

мұнда:

$Z_{\text{рет тік}}$  – субъектінің реттеуді енгізуден болатын тікелей шығысылары, теңге;



АС– і-інші субъект уәкілетті орган ведомствосына талап етілетін ақпаратты қалыптастыру және ұсыну үшін жылына жұмсайтын адам-сағат саны;

Жі– функцияларына уәкілетті орган ведомствосымен өзара іс-қимыл жасау кіретін і-інші субъект қызметкерлерінің бір сағаттағы жалақысы.

Қызметкердің бір сағаттағы жалақысы (бұдан әрі - Жі) мына формула бойынша есептеледі:

$$Жі = Жіорт / Аі,$$

мұнда:

Аі– і-інші субъектінің бір айдағы адам-сағат саны;

Жіорт – і-інші субъектінің уәкілетті орган ведомствосына реттеу нормаларына сәйкес талап етілетін ақпаратты қалыптастыруға және ұсынуға тартылған қызметкерлерінің орташа айлық жалақысы.

Егер субъектілер қызметкерлерге орташа айлық жалақы бермеген жағдайда, есептеу үшін статистика саласындағы уәкілетті органның деректерінен талданатын субъектілер жұмыс істейтін салада қалыптасқан орташа жалақы, сондай-ақ Қазақстан Республикасының 2015 жылғы 23 қарашадағы Еңбек кодексінің 68-бабына сәйкес есептелетін жұмыс уақытының орташа айлық ұзақтығы пайдаланылады.

Субъектілердің реттеуді енгізуден болатын жанама шығасылары бағаны төмендетуден жіберіп алынған пайданы және жіберіп алынған инвестицияларды қамтиды (реттеу болмаған кезде субъектілер рентабелділіктің ағымдағы деңгейін қамтамасыз етуді және өз пайдасының бір бөлігін дамытуға инвестициялауды жалғастыра алады). Уәкілетті орган ведомствосы әрбір субъект бойынша жанама шығасыларды тұтынушылардың ұтысынан нақты рентабелділік мөлшерінде жіберіп алынған рентабелділік және тауарды өткізу көлемінің (жалпы түсім) 6% мөлшерінде жіберіп алынған инвестициялардың сомасы ретінде жеке айқындайды.

$$\text{Зрет жанама} = \sum_{i=1}^n (Ri_{\text{факт}} * Tп + 0,06 * Vi \text{ қ}),$$

мұнда:

Зрет жанама – субъектінің реттеуді енгізуден болатын жанама шығасылары;

Rіфакт – і-інші субъектіде талданып отырған кезеңде (бір жыл) қалыптасқан рентабелділіктің нақты деңгейі;

Vіқ – і-інші субъектінің тиісті тауар нарығында талданатын тауарды өткізуінің талданатын кезең нәтижелері бойынша қалыптасқан құндық мәндегі көлемі, мың теңге.

18. Реттеуді енгізу кезінде талданатын субъектінің (субъектілердің) тауары бағасын төмендетуге байланысты корпоративтік табыс салығының толық алынбаған сомасының салдарынан елдің республикалық бюджетінің шығындарын есептеу мына формула бойынша жүргізіледі:

$$Рбш = \sum_{i=1}^n [(P_i \text{ факт} - P_i \text{ рет}) * V_{iқ} - Z_i \text{ рет тік}] * КТС,$$

мұнда:

Рбш – Республикалық бюджеттің шығындары, мың теңге;

$V_{iқ}$  –  $i$ -інші субъектінің тиісті тауар нарығында талданатын тауарды өткізуінің талданатын кезең нәтижелері бойынша қалыптасқан өткізу көлемі, мың теңге;

КТС – Қазақстан Республикасының салық заңнамасына сәйкес корпоративтік табыс салығының мөлшерлемесі.

Егер уәкілетті орган ведомствосы баға реттеуді енгізу кезінде бағаны төмендету болжанбаған (бағаны ағымдағы деңгейінде тіркеу) жағдайда, онда осы көрсеткішке есептеу жүргізілмейді.

19. Тұтынушылардың баға реттеуді енгізуден болатын таза пайдасы (бұдан әрі – ТП) мына формула бойынша есептеледі:

$$ТП = Тп - (3 \text{ рет тік} + 3 \text{ рет жанама} + Рбш)$$

Егер ТП нөлден кем немесе нөлге тең болса, онда уәкілетті орган ведомствосы талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады.

Егер ТП нөлден жоғары болса, уәкілетті орган ведомствосы талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығы туралы қорытынды қалыптастырады.

#### **4-тарау. Талдау нәтижелерін рәсімдеу**

20. Талдау нәтижелері бойынша уәкілетті орган ведомствосы:

1) Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес белгіленген бағаларды мемлекеттік реттеудің қолданылу мерзімдері аяқталған соң, Кодекстің 124-5 бабының 1-тармағында айқындалған қоғамдық маңызы бар нарық субъектілері тауарларының (жұмыстарының, көрсететін қызметтерінің) бағаларын мемлекеттік реттеудің орындылығы/орынсыздығы туралы;

2) талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың және тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) бағаларын мемлекеттік реттеуді енгізудің орындылығы/орынсыздығы туралы қорытынды қалыптастырады.

Қорытынды уәкілетті орган ведомствосының интернет-ресурсында орналастырылады және оған уәкілетті орган ведомствосының басшысы қол қойғаннан кейін 5 жұмыс күнінен кешіктірілмей Өтінім берушіге (Өтініш берілген жағдайда) жіберіледі.

Қоғамдық маңызы бар нарық субъектілері тауарларының (жұмыстарының, көрсететін қызметтерінің) бағаларын мемлекеттік реттеудің сақталуының орындылығы туралы немесе талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығы туралы қорытынды қалыптасқан жағдайда, ол интернет-ресурста орналастырылғаннан кейін 5 жұмыс күнінен кешіктірілмей Қазақстан Республикасының Үкіметіне:

1) Қазақстан Республикасының заңнамасына сәйкес белгіленген бағаларды мемлекеттік реттеудің қолданылу мерзімдері аяқталған соң, Кодекстің 124-5 бабының 1 -тармағында айқындалған қоғамдық маңызы бар нарық субъектілері тауарларының (жұмыстарының, көрсететін қызметтерінің) бағаларын мемлекеттік реттеудің орындылығы/орынсыздығы туралы;

2) талданатын нарықты қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың және тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) бағаларын мемлекеттік реттеуді енгізудің орындылығы туралы ұсыныс енгізіледі.

Қоғамдық маңызы бар  
нарықтарды талдау әдістемесіне  
1-қосымша  
Нысан

## **Жаңа субъектілердің талданатын тауар нарығына немесе қоғамдық маңызы бар нарыққа кіру/шығу тосқауылдарын бағалау**

Талданатын тауар \_\_\_\_\_

Нарықтың сипаттамасы – көтерме немесе бөлшек \_\_\_\_\_

Шектеулерді балмен бағалау: бар – 0,2 балл, жоқ – 0 балл

Жолдар	Шектеулер	Балдар саны
1	Осы салымдарды өтеу мерзімі 5 жылдан көп болған кезде бастапқы күрделі салымдарды жүзеге асыру қажеттігі.	
2	Нарықтан шыққан кезде жабылуы мүмкін емес қайтарылмайтын шығындарды жүзеге асыру қажеттігі.	
3	Нарық инфрақұрылымының дамығандығының дәрежесі (көліктік шектеулер, сервистік, ақпараттық, консалтингтік, лизингтік қызметтерге қолжетімділікті шектеу).	
4	Жаңа субъектілердің ұсыныстары шектеулі және талданатын нарықта жұмыс істейтін нарық субъектілері арасында бөлінген ресурстарға қол жеткізуінің күрделілігі.	

5	Талданатын нарықта жұмыс істейтін субъектілердің өнімнің бір бірлігіне жұмсалатын шығындар, талданатын Тауардың тауарларына сұраныс, тұтынушылармен ұзақ мерзімді шарттардың болуы бойынша жаңа субъектілердің алдындағы артықшылықтары.	
6	Тауар нарығында жұмыс істейтін субъектілердің технологиялық артықшылығын білдіретін технологиялық шектеулер.	
7	Жаңа субъектілердің талданатын нарыққа кіруі үшін техникалық-технологиялық шектеулердің болуы (еркін радиожиліліктердің болмауы, технологиялық тізбектердің тұйықтығы, теміржолдардың болуы).	
8	Жаңа субъектілер үшін мұндай өндіріс көлеміне қол жеткізгенге дейін өнімнің бір бірлігіне жұмсайтын аса жоғары шығындардың болуына байланысты (өндіріс ауқымының әсері) өндірістің экономикалық тұрғыдан өзін ақтайтын ең кіші көлемін жасау қажеттігі.	
9	Талданатын нарықта сатылас ықпалдасқан субъектілердің болуы.	
10	Аралас нарықтарда үлестес субъектілердің болуы.	
11	Талданатын нарықта реттеуші шектеулердің болуы (реттелетін бағалар, ұсынымды немесе міндетті стандарттар, қызметтің жекелеген түрлерін лицензиялау, талданатын Тауарды әкелу-әкетуді шектеулер).	
12	Мемлекеттік органдардың талданатын нарықта жұмыс істейтін субъектілер үшін бәсекелестерге қатысты артықшылық жағдайға қоятын жеңілдіктер немесе басқа да артықшылықтар беруі.	
13	Талданатын нарық субъектілерінің ағымдағы шаруашылық қызметін жүзеге асыруын реттеу (белгіленген қағидаларды бұзғаны үшін санкциялар, қабылданатын шешімдерді бақылаушы ұйымдармен келісу, субъектілер қызметінің көлемі бойынша сандық шектеулер).	
14	Экологиялық шектеулерді белгілеу (2007 жылғы 9 қаңтардағы Қазақстан Республикасының Экологиялық кодексінде қамтылған, қоршаған ортаға және халықтың денсаулығына теріс әсер ететін шаруашылық және өзге де қызметті шектеу және оларға тыйым салу).	
15	Табиғи монополия қызметтеріне қолжетімділік алумен технологиялық тұрғыдан үздіксіз байланысты талданатын Тауарды өндіру.	
	Тосқауылдардың бойынша жиынтық баға (тосқауыл түрлері бойынша қорытынды бағалардың сомасы – экономикалық, технологиялық, әкімшілік тосқауылдар және жаңа субъектілердің талданатын нарыққа кіруін өзге де шектеулер).	

### Ескертпе:

Егер балдардың сомасы 1.8-3.0 балл аралығында болатын болса, онда талданатын тауар нарығында жаңа нарық субъектілерінің кіруіне тосқауыл бар, егер 1,8 балдан төмен болса – онда тосқауылдар не еңсеріледі не олар жоқ.

Қоғамдық маңызы бар  
нарықтарды талдау әдістемесіне  
2-қосымша  
Нысан

## **Нарықты қоғамдық маңызы бар нарыққа жатқызуға талдау жүргізуге арналған өтініш**

Қазақстан Республикасы  
Ұлттық экономика  
министрлігінің Табиғи

монополияларды реттеу,  
бәсекелестікті және  
тұтынушылардың құқықтарын  
қорғау комитетінің төрағасы/  
Қазақстан Республикасы  
Ұлттық экономика  
министрлігінің Табиғи  
монополияларды реттеу,  
бәсекелестікті және  
тұтынушылардың  
құқықтарын қорғау комитеті

---

бойынша (облыс атауы)  
департаментінің басшысы

---

Тегі, аты, әкесінің аты (бар  
болған жағдайда)

Қазақстан Республикасы Кәсіпкерлік кодексінің 124-6-бабының 1-тармақшасын іске асыру мақсатында \_\_\_\_\_

---

(жеке тұлғаның / заңды тұлғаның / мемлекеттік органның толық атауы)

---

(заңды мекенжайы, нақты мекенжайы, телефон, электронды поштаның мекенжайы)

---

негізінде

(осының негізінде тауар нарығын қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызу ұсынылатын себептердің барлық тізбесі келтіріледі

---

(тауар нарығының/қоғамдық маңызы бар нарықтың, нарық субъектілерінің атауы, лауазымды адамдардың тегі, аты, әкесінің аты (бар болған жағдайда), нарық субъектілерінің орналасқан жері)

Тауар нарығын қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызу мүмкіндігін қарауды сұрайды.

Хатқа өтінім берушідегі тауар нарығының субъектілері бойынша деректер қоса беріледі (қосымша)

Заңды тұлғаның/ қолы тегі, аты, әкесінің аты (бар болған жағдайда)  
мемлекеттік органның  
басшысы  
(оның өкілі)

Хаттың күні

Орындаушының тегі, аты, әкесінің аты (бар болған жағдайда)

Орындаушының телефон нөмірі

Орындаушының электронды поштасының мекенжайы

Нарықты қоғамдық маңызы  
бар нарыққа жатқызуға  
талдау жүргізуге өтінішке  
қосымша

1. Нарық субъектісінің (субъектілерінің) қызметі туралы мәліметтер:

---

(қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызуға ұсынылатын тауар нарығы тауарының

(жұмыстарының, көрсетілетін қызметтерінің) түрі; субъект әрекет ететін нарық түрі (көтерме немесе бөлшек); тауардың тұтынушыларға әсері; осы хатты қарау үшін субъект немесе мемлекеттік орган тұрғысынан маңызды басқа да мәліметтер)

2. Нарық субъектілері және олардың лауазымды адамдары туралы мәліметтер (соңғысы – білімі бойынша):

---

(нарық субъектілерінің атауы, лауазымды адамдардың тегі, аты, әкесінің аты, олардың

сату/сатып алу пункттерінің орналасқан жері)

3. Табиғи монополиялар салаларында басшылықты жүзеге асыратын уәкілетті органға

өтініш жасауға себеп болған мән-жайлар (барынша толық):

---

(тауарларды (жұмыстарды, көрсетілетін қызметтерді) өндіру/сату көлемдерінің серпіні,

соңғы бес жыл ішінде олардың бағаларының серпіні, ол бойынша пайда серпіні және

өтініш жасаудың басқа да мән-жайлары)

4. Заңды тұлға/тұтынушы/нарықтағы бәсекелестік жағдай үшін тауар нарығын қоғамдық маңызы бар нарыққа жатқызудан болатын салдарлар:

---

(субъектінің бағалық шешімдерді қабылдау кезінде жеделділікті арттыру, есепті материалдарды ұсынуға жұмсалатын уақыт шығындары мен қаражатты азайту, бәсекелестікті дамыту, тұтынушыдан тауарларды немесе көрсетілетін қызметтерді

сатып алуға жұмсалатын шығындарды азайту, басқа да салдарлар)

5. Өтініш берушінің пікірі бойынша осы өтініш бойынша оң шешім қабылдау үшін маңызды болып табылатын кез келген қосымша ақпарат

---

(талданатын тауарды сату көлемінің қысқаруы, оларды реттеуге негізделген бағалардың өсуі, қоғамдық маңызы бар нарықтарда жаңа субъектілердің пайда болуы,

технологиялық жаңғыртуды тежеу және басқалар)

6. Тауар нарығын қоғамдық маңызы бар нарықтарға жатқызудың орындылығын жанама немесе тікелей куәландыратын қоса берілетін құжаттардың тізбесі. Құжаттарды ұсыну

мүмкін болмаған жағдайда – оларды алуға болатын адамды немесе органды көрсетіңіз:

---

---

---

Қоғамдық маңызы бар  
нарықтарды талдау әдістемесіне  
3-қосымша

## **Қоғамдық маңызы бар нарықтардың жекелеген белгілерін есептеу**

1. Талданатын нарықтағы баға бойынша сұраныстың икемділігін есептеу

Егер бағаның төмендеуі (артуы) сұраныстың ұлғаюына (азаюына) алып келетін болса, онда бұл сұраныс икемді деп есептеледі. Егер бағаның сол немесе өзге жаққа өзгеруі сұраныс көлемінің өзгеруіне әкеп соқтырмаса не мұндай өзгеріс маңызды емес болса, онда мұндай сұраныс икемді емес деп есептеледі.

Баға бойынша сұраныстың икемділігі ( $E$ ) нарықтың шоғырлану деңгейін бағалау өлшемшарттарының бірі болып табылады. Егер  $E > 1$  болса, онда сұраныс икемді болып есептеледі, бұл нарықтың төмен шоғырланғандығын және оны реттеудің қажет емес екендігін айғақтайды. Егер  $E < 1$  болса, онда сұраныс икемді емес, нарықтың шоғырлануы жоғары және нарықты реттеу қажеттігі туындайды.

Бағаның өзгеруіне тұтынушылардың сезімталдық дәрежесі сату көлемінің өзгеруін тудыратын, сату көлемінің өзгеруінің бағаның өзгеруіне қатынасын білдіретін сұраныстың бағалық икемділік коэффициенті арқылы бағаланады:

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

мұнда:

$\Delta Q$

- тауарды өткізу көлемінің пайыздық өзгеруі;

$\Delta P$

- тауар бағасының пайыздық өзгеруі.

Бұл ретте:

$$\Delta Q = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} \times 100\%,$$

$$\Delta P = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100\%,$$

мұнда:

$Q_2$  – есепті кезеңдегі тауардың өткізілу көлемі;

$Q_1$  - базалық кезеңдегі тауардың өткізілу көлемі;

$P_2$  - есепті кезеңдегі тауардың бағасы;

$P_1$  - базалық кезеңдегі тауардың бағасы.

Нақты тауар нарығында сұраныстың икемділігін есептеу үшін уәкілетті орган

$\Delta Q$

және

$\Delta P$



көрсеткіштері есептелетін кезеңді айқындайды. Тауар бағасының өзгеруі жиілігіне байланысты тоқсан, жартыжылдық, бір жыл есепті кезең болуы мүмкін.

Төменде келтірілген кестеде икемділікті есептеу үшін қажетті кіріс деректері көрсетілген.

Субъектінің атауы	Тауарды тұтынушыға өткізу құны, теңгемен		Тауарды өткізу көлемі, заттай мәнінде	
	1-кезең	2-кезең	1-кезең	2-кезең
А	100	110	102	111
В	95	103	115	123
С	103	112	107	114
Д	98	107	113	110

"А" тауарына сұраныстың икемділігін есептеу үшін уәкілетті органның ведомствосы мынадай әрекеттерді жүзеге асырады:

1) 1-кезең және 2-кезең үшін "А" тауарын өткізудің жиынтық көлемі есептеледі:

$$Q_2 = 458 \text{ бірлік,}$$

$$Q_1 = 437 \text{ бірлік;}$$

2) Бір жыл ішіндегі өткізу көлемінің пайыздық өзгеруі былайша есептеледі:

$$\Delta Q = \frac{458 - 437}{437} \times 100\% = 4,8\% ;$$

3) "А" тауары бағасының пайыздық өзгеруін есептеу үшін уәкілетті органның ведомствосы "А" тауарын 2015 және 2016 жылдары өткізудің орташа өлшемді бағасын есептейді. Әрбір субъектінің өткізу көлемінен "А" тауарын өткізудің жиынтық көлеміне қосатын үлесіне байланысты әрбір субъект үшін салмақтары есептеледі. Осылайша, "А" тауарын өткізудің орташа өлшемді бағасы 2016 жылға

$$P_2 = 99 \text{ теңгені, 2015 жылға}$$

$P_1 = 108$  теңгені құрады. Нәтижесінде, орташа өлшемді бағаның пайыздық өзгеруі мынаны құрады:

$$\Delta P = \frac{108 - 99}{99} \times 100\% = 9,1\% ;$$

4) "А" тауарының бағасы бойынша сұраныстың икемділік коэффициенті былайша есептеледі:

$$E = \frac{\Delta Q}{\Delta P} = \frac{4,8}{9,1} = 0,52 < 1.$$

Алынған нәтижелерге сүйене отырып, "А" тауары сұраныстың төмен бағалық икемділігімен сипатталады, бұл тауар нарығын реттеуді енгізу өлшемшарттарының бірі болып табылады.

Баға бойынша сұраныстың икемділігін есептеу мақсатында уәкілетті орган талданатын тауар нарығы субъектілеріне төменде келтірілген нысанды жібереді.

Толтыруға арналған нысан:

№	Субъектінің атауы	Тауарды өткізу құны, теңгемен			Тауарды өткізу көлемі, заттай мәнде		
		1-кезең	2-кезең	n кезең	1-кезең	2-кезең	n кезең
1							
2							

## 2. Талданатын тауар бағаларының индексін есептеу

Талданатын тауар бағаларының индексін есептеу үшін Ласпейрес индексін пайдалану ұсынылады. Бұл индекс базистік кезеңде өткізілген талданатын тауар бағаларының қалай өзгергендігін көрсетеді. Индексті есептеу кезінде өткен кезеңде өткізілген өнімнің құны, бірақ ағымдағы кезеңнің бағаларымен, осындай тауардың санына қатысты, бірақ өткен кезең бағасымен салыстырылады. Ласпейрес индексін есептеуге арналған формула:

$$I_p = \frac{\sum p_1 q_0}{\sum p_0 q_0}$$

мұнда:

$p_1$  – есепті кезеңнің бағалары;

$p_0$  – базистік кезеңнің бағалары;

$q_0$  – базистік кезеңде өткізілген тауарлардың саны.

## 3. Талданатын тауардың өткізілу көлемінің өсу қарқының есептеу

$$I = (Q_1 - Q_0) / Q_0 * 100\%,$$

мұнда:

$Q_1$  – талданатын тауардың ағымдағы кезеңдегі (талданатын кезең соңында) сатылу көлемі, заттай мәнде;

$Q_0$  – талданатын тауардың алдыңғы (базалық) кезеңдегі (талданатын кезеңнің басталуы) сатылу көлемі, заттай мәнде.

© 2012. Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінің «Қазақстан Республикасының Заңнама және құқықтық ақпарат институты» ШЖҚ РМК