

"Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу жөніндегі әдістемені бекіту туралы" Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі төрағасының 2022 жылғы 3 мамырдағы № 13 бұйрығына өзгеріс енгізу туралы

Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі Төрағасының 2023 жылғы 27 шілдедегі № 11 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2023 жылғы 29 шілдеде № 33177 болып тіркелді

БҰЙЫРАМЫН:

1. "Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу жөніндегі әдістемені бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі төрағасының 2022 жылғы 3 мамырдағы № 13 бұйрығына (Нормативтік құқықтық актілерді мемлекеттік тіркеу тізілімінде № 27883 болып тіркелген) мынадай өзгеріс енгізілсін:

көрсетілген бұйрықпен бекітілген Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу жөніндегі әдістеме осы бұйрыққа қосымшаға сәйкес жаңа редакцияда жазылсын.

2. Қазақстан Республикасы Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігінің Бәсекелестікті құқықтық реттеу департаменті заңнамада белгіленген тәртіппен:

1) осы бұйрықты Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркеуді;

2) осы бұйрық ресми жарияланғаннан кейін оны Қазақстан Республикасы Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігінің интернет-ресурсында орналастыруды қамтамасыз етсін.

3. Осы бұйрықтың орындалуын бақылау Қазақстан Республикасы Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігінің аппарат басшысына жүктелсін.

4. Осы бұйрық алғашқы ресми жарияланған күнінен кейін күнтізбелік он күн өткен соң қолданысқа енгізіледі.

*Қазақстан Республикасының
Бәсекелестікті қорғау және
дамыту агенттігінің Төрағасы*

М. Омаров

Қазақстан Республикасының
Бәсекелестікті қорғау
және дамыту агенттігінің
2023 жылғы 27 шілдедегі
№ 11 бұйрығымен
бекітілген/

Қазақстан Республикасының
Бәсекелестікті қорғау және

Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу жөніндегі әдістеме

1-тарау. Жалпы ережелер

1. Осы Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу жөніндегі әдістеме (бұдан әрі - Әдістеме) талдау жүргізу машықтарын практикалық игеру мақсатында қолданылады және тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйін немесе ондағы нарық субъектілерінің жағдайына талдау жасауды талап ететін жағдайларда, оның ішінде:

1) Қазақстан Республикасы Кәсіпкерлік кодексінің 176-1-бабына сәйкес осы тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйін айқындау және (немесе) негізгі қуатты анықтау мақсатында тауар нарықтарына талдау жүргізу кезінде;

2) экономикалық шоғырлануды мемлекеттік бақылау кезінде;

3) Қазақстан Республикасы Кәсіпкерлік кодексінің 169-бабының 3-тармағында көзделген келісілген әрекеттердің, үстем немесе монополиялық жағдайды теріс пайдаланудың, бәсекелестікке қарсы келісімдердің белгілерін анықтау кезінде;

4) кәсіпкерлік ортаға мемлекеттің қатысуының орындылығын анықтау мақсатында мемлекеттік кәсіпорындар мен акцияларының (жарғылық капиталдағы қатысу үлестерінің) елу пайызынан астамы мемлекетке және олармен үлестес тұлғаларға (бұдан әрі – мемлекеттік заңды тұлғалар) тиесілі заңды тұлғалардың қызметіне талдау жүргізу кезінде пайдаланылады.

Осы тармақтың бірінші бөлігінің 1) тармақшасында көрсетілген жағдайда тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жоспарлы талдау жүргізіледі.

Осы тармақтың бірінші бөлігінің 2), 3) және 4) тармақшаларында көрсетілген жағдайларда тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жоспардан тыс талдау жүргізіледі.

Егер монополияға қарсы органның (аумақтық бөлімшелер үшін) тапсырмасында өзгеше мерзім көрсетілмесе, тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жоспарлы талдау жүргізу мерзімі алты айдан, ал жоспардан тыс талдау үш айдан аспайды.

2. Осы Әдістемеді Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексінде айқындалған ұғымдар пайдаланылады.

3. Тауар нарықтарын жоспарлы талдаудың жыл сайынғы тізбесін бекіту Әдістемеге қосымшада көрсетілген жалпы және ерекше өлшемшарттарға сәйкес монополияға қарсы орган басшысының бұйрығымен жоспарланатын кезеңнің алдындағы жылдың 31 желтоқсанынан кешіктірілмей жүзеге асырылады.

Тауар нарықтарының жоспарлы талдауларының тізбесі монополияға қарсы органның интернет ресурсында жоспарланатын жылдың 10 қаңтарынан кешіктірілмей орналастырылады.

Жоспарлы талдаудың басталу күні жоспарланған жылға байланысты 1 қаңтар немесе 1 шілде болып есептеледі.

Жоспардан тыс талдау монополияға қарсы орган немесе оның аумақтық бөлімшесі басшысының тапсырмасы бойынша тағайындалады.

Жоспардан тыс талдаудың басталу күні тиісті тапсырманың күні болып есептеледі.

4. Бәсекелестіктің жай күйіне талдау жүргізу үшін тауар нарықтарын іріктеуді жүзеге асырудың мақсаттары:

бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу үшін тауар нарықтарын айқындау;

бәсекелестікті қорғау және дамыту, оның ішінде монополистік қызметтің алдын алу және жолын кесу бойынша жүргізілетін жұмыстың тиімділігін арттыру болып табылады.

5. Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйін талдау мынадай кезеңдерді қамтиды:

1) тауарлардың өзара алмастырылу өлшемшарттарын айқындау;

2) тауар нарығының шекараларын айқындау;

3) тауар нарығын зерттеудің уақыт аралығын айқындау;

4) тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамын айқындау;

5) тауар нарығының көлемі мен нарық субъектілерінің үлестерін есептеу;

6) тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау;

7) бәсекелестіктің дамуына ықпал ететін, нарық субъектілерінің қызметіне кедергілердің, қиындықтардың не өзге де шектеулердің болуын куәландыратын мән-жайларды немесе белгілерді айқындау, оның ішінде тауар нарығына кіру тосқауылдарын айқындау;

8) тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жүргізілген талдау нәтижелері бойынша қорытындыда көрсетілетін тұжырымдар.

Осы тармақтың бірінші бөлігінің 1), 2) 3), 4) және 5) тармақшаларында көзделген кезеңдерді жүргізу ерекшеліктері осы Әдістеменің 2 және 3-бөлімдерінде белгіленген.

Осы тармақтың бірінші бөлігінің 1), 2) және 7) тармақшаларында көзделген кезеңдерді жүргізу кезінде соңғы үш жылдағы тиісті тауар нарықтарының алдыңғы талдауларының нәтижелері пайдаланылуы мүмкін.

Экономикалық шоғырлануды мемлекеттік бақылау, сондай-ақ үстем немесе монополиялық жағдайды теріс пайдаланудың бәсекелестікке қарсы келісімдері мен келісілген әрекеттерінің белгілерін анықтау кезінде тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйін талдау осы тармақтың 6), 7) тармақшаларын алып тастайды.

Егер үстем немесе монополиялық жағдайды теріс пайдалану белгілерін анықтау кезінде тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйін талдау нарық субъектісінің үлесі

отыз бестен астам, бірақ елу пайыздан аз пайызды құрайтынын немесе нарық субъектілерінің жиынтық үстемдігі бар екендігін көрсеткен жағдайда, осы тармақта көзделген барлық кезеңдерді сақтай отырып, тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізу қажет.

Мемлекеттің кәсіпкерлік ортаға қатысуының орындылығын анықтау мақсатында мемлекеттік заңды тұлғалардың қызметіне талдау жүргізу осы тармақта көзделген кезеңдердің негізінде, сондай-ақ осы Әдістеменің 14-тарауына сәйкес жүргізілетін мемлекеттің тауар нарығына қатысуының орындылығын бағалау кезеңін қамтитын ерекшеліктермен жүргізіледі.

6. Тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйін талдау кезінде бастапқы ақпарат ретінде:

1) нарық субъектілерінің қызметін сипаттайтын мемлекеттік статистикалық есептіліктің деректері;

2) мемлекеттік статистика саласындағы уәкілетті органнан және оның аумақтық органдарынан алынған мәліметтер;

3) Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінен алынған мәліметтер;

4) Қазақстан Республикасы Қаржы министрлігінің Мемлекеттік кірістер комитетінен және оның аумақтық органдарынан алынған мәліметтер;

5) салалық министрліктерден және ведомстволардан, олардың аумақтық органдарынан алынған мәліметтер;

6) жергілікті атқарушы және өкілді органдардан алынған мәліметтер;

7) жеке және заңды тұлғалардан алынған мәліметтер;

8) тұтынушылар қауымдастықтарының (бірлестіктерінің) мәліметтері;

9) бұқаралық ақпарат құралдарының хабарламалары;

10) монополияға қарсы органның өз зерттеулерінің деректері;

11) маркетингтік, әлеуметтік зерттеулердің, іріктеп сауал жүргізудің және нарық субъектілерінің, азаматтардың, қоғамдық ұйымдардың сауалнама деректері;

12) тауар нарықтарының жай-күйі, құрылымы мен көлемдері, жекелеген тауар өндірушілер мен сатып алушылардың тауар айналымына қатысуы туралы ведомстволық және тәуелсіз ақпарат орталықтары мен қызметтерінің деректері пайдаланылады.

1-бөлім. Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жоспарлы талдау жүргізу ерекшеліктері

2-тарау. Тауарлардың бірін-бірі өзара алмастыру өлшемшарттарын айқындау

7. Нақ сол бір тауар нарығында айналатын, алмастырушысы немесе бірін-бірі өзара алмастыру тауарлары жоқ тауарды бірін-бірі өзара алмастыру өлшемшарттарын айқындау рәсімі мыналарды қамтиды:

тауардың атауын айқындау;

сатып алушының таңдауын айқындайтын тауардың қасиеттерін және осы тауар үшін әлеуетті бірін-бірі өзара алмастыратын болып табылатын тауарларды айқындау; бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды айқындау.

8. Тауардың атауын айқындау мына өлшемшарттардың бірінің:

1) тауар сөздіктерінің немесе тауартанушылар анықтамалығының;

2) тиісті салада арнайы білімі бар мамандар қорытындыларының;

3) лицензия беру туралы шешімдердің, лицензияның болуын растайтын құжаттардың;

4) мәні қаралатын тауар болып табылатын шарт талаптарының;

5) тауарды біржақты анықтауға мүмкіндік беретін тәсілдің;

6) тиісті қызметті реттейтін нормативтік құқықтық актілердің негізінде жүргізіледі.

9. Сатып алушының таңдауын айқындайтын тауардың қасиетін анықтау мыналарды талдау негізінде жүзеге асырылады:

1) тауардың функционалдық міндетін және қолдану, оның ішінде тауарды тұтыну мақсаты және оның тұтынушылық қасиеттері;

2) сапалық сипаттамаларын, оның ішінде түрін, сортын, буып-түюді, тарату және өткізу жүйесіндегі ерекшеліктерді;

3) техникалық сипаттамаларды, оның ішінде пайдалану көрсеткіштерін, тасымалдау бойынша шектеулерді, жинақтау, жөндеу, техникалық қызмет көрсету (кепілдендірілген қызмет көрсетуді қоса алғанда), кәсіби пайдалану (өндірістік тұтыну) ерекшеліктерін;

4) бағасын;

5) өткізу шарттарын, оның ішінде тауарлар партиясының мөлшерін, тауарды өткізу тәсілін;

6) тауардың сипаттамаларын.

Сатып алушының таңдауын айқындайтын тауар қасиеттерінің құрамы және тауар сипаттамасын талдап тексерудің қажетті дәрежесі жүргізілетін зерттеудің мақсатына, сондай-ақ тауар нарығының ерекшеліктеріне тәуелді болады.

10. Осы тауар үшін әлеуетті бірін-бірі өзара алмастыратын болып табылатын тауарларды айқындау:

сараптамалық бағалар;

қаралатын тауармен бірге экономикалық қызмет түрлерінің қазақстандық жіктеуішінің бір сыныптауыш түрінің тобына кіретін, тауарлардың елеулі қасиеттері бойынша салыстырылатын талдау арқылы жүзеге асырылады.

Осы тауарға тиісті дәл жіктеуіш ұстанымын белгілеу мүмкін болмаған кезде сыныптауыш ұстанымдар топтамасы қарастырылады.

11. Бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды айқындау олардың функционалдық міндетін, қолдануды, сапалық және техникалық сипаттамаларын, бағасын және

өлшемшарттарын ескере отырып, сатып алушының тауарларды нақты ауыстыруына немесе сатып алушының тұтыну (оның ішінде өндірістік) процесінде бір тауарларды басқаларымен ауыстыруына дайындығына негізделеді.

12. Өзара алмастырылатын тауарларды айқындау кезінде монополияға қарсы орган тұтынушыларға сауал қою қорытындылары бойынша ақпаратты пайдаланады.

13. Бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды айқындаған кезде сатып алушылардың түрлі топтарының пікірі сәйкес келмеуі ескеріледі.

Сатып алушылар топтары:

тауар айналымына қатысу тәсілі мен нысандары бойынша, оның ішінде көтерме саудада сатып алушылар және бөлшек саудада сатып алушылар;

тауарды сатып алу орны бойынша;

тауарға қойылатын талаптар бойынша ерекшеленеді.

Сатып алушылардың топтары, егер сол бір сатушы жоғарыда көрсетілген белгілер негізінде сол бір тауарға сатып алушылардың топтары үшін бағалар белгілесе (белгілей алса), тауар нарықтарында жұмыс істейді деп танылады.

Қаралатын тауар сол бір аумақта түрлі тауар нарықтарында айнала алады. Мұндай тауар нарықтарын оқшаулап талдау керек. Жекелеп алғанда, тауар негізінен кейіннен қайта сату немесе кәсіби пайдалану мақсатында тауар партиялары сатылатын көтерме сауда нарықтарында және көбінесе жеке пайдалану үшін тауардың біреуін сату жүзеге асырылатын бөлшек сауда нарықтарында айнала алады.

14. Тауар нарықтарын бақылау және нәтижелерінің негізінде бірін-бірі өзара алмастыратын тауарлар айқындалатын экономикалық-статистикалық есептеулер мыналарды:

"гипотетикалық монополистің тесті" рәсімін;

баға белгілеу мен бағалар серпінін талдауды, бағалар өзгерген кезде сұраныс көлемінің өзгеруін қамтиды.

15. "Гипотетикалық монополистің тестін" (тауар нарығының тауар шекараларын анықтау үшін) өткізген кезде қаралатын тауарға шамалы, бірақ елеулі және ұзақ уақыт (1 жыл және одан көп) бағаның өсуі орын алады деп болжанады. Зерттеудің уақыт аралығы ішінде одан әрі сақталатын, бәсекелестіктің өзге де тең шарттарында (бұл ретте инфляцияның әсері алынып тасталуы тиіс) бағаның 5-10 пайызға артуы осындай деп танылады.

Көрсетілген бағаның артуының нәтижесінде сатып алушы (сатып алушылар) қаралатын тауарды басқа тауарлармен алмастыра ма (алмастыруға дайын ба), сондай-ақ мұндай бағаны арттыруды сатушы (сатушылар) үшін пайдасыз ететін, сату көлемінің төмендеуі болып жатыр ма (болады ма) айқындалады.

Егер көрсетілген шарттар орындалса, онда қаралатын тауарға қасиеттері бойынша неғұрлым жақын болып табылатын тауарларды бірін-бірі өзара алмастыратын тауарлар тобының құрамына енгізу қажет.

Көрсетілген рәсім оларға баға сатушылар үшін пайда (сатушылар үшін жиынтық пайда) шегерілмей 5-10 пайызға артуы (1 жыл және одан көп) мүмкін тауарлар тобы анықталғанға дейін жүзеге асырылады. Мұндай топқа кіретін тауарлар бірін-бірі өзара алмастыратын тауарлар деп танылады.

"Гипотетикалық монополистің тестін" өткізген кезде бірін-бірі өзара алмастыратын тауарлар тобы ретінде сатушы (сатушылар) көрсетілген бағаны арттыруды жүзеге асыра алатын тауарлардың ең аз жиынтығын қарау қажет.

16. Тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйіне перспективалық талдау жүргізу кезінде зерделеу жүргізу кезінде қалыптасқан нарықтық бағалар қолданылуы мүмкін

3-тарау. Тауар нарығының шекараларын айқындау

17. Тауар нарығының шекаралары, егер оны осы аумақтан тысқары жерлерде сатып алу экономикалық, технологиялық және басқа да себептер бойынша орынсыз болса, тұтынушылар тауарды немесе бірін-бірі өзара алмастыратын тауарды сатып алатын аумақты айқындайды.

Тауар нарығының шекараларын айқындау көрсетілген өлшемшарттардың бірі немесе олардың жиынтығы бойынша жүзеге асырылады.

Нарықтың шекаралары мынадай өлшемшарттар:

- 1) осы аумақта тауарды сатып алу мүмкіндігі;
- 2) тауардың құнына қатысты алғанда көліктік шығындардың негізділігі мен өзін ақтайтындығы;
- 3) тауарды тасымалдау кезінде оның сапасын, сенімділігі мен басқа да тұтынушылық қасиеттерін сақтауы;
- 4) тауарларды сатып алу-сатуға, әкелу мен әкетуге шектеулердің (тыйым салулардың) болмауы;
- 5) оның шегінде тауарларды өткізу, жеткізу жүзеге асырылатын аумақта бәсекелестікке тең жағдайлардың болуы бойынша тауарларды сатып алудың қолжетімділігі ескеріле отырып айқындалады.

Сатып алушы (сатып алушылар) тауарды сатып алатын немесе сатып алуға экономикалық мүмкіндігі бар немесе одан тысқары жерлерде мұндай мүмкіндігі жоқ аумақтың шекараларын айқындау рәсімі (бұдан әрі – нарықтың шекараларын айқындау) мыналарды:

сатып алушының (сатып алушылардың) экономикалық мүмкіндіктерін шектейтін, тауар айналымының шарттарын айқындауды;

қаралатын тауар нарығының шекараларына кіретін аумақты айқындауды қамтиды.

18. Нарықтың шекараларын айқындау:

нарық субъектісі жұмыс істейтін өңір туралы;

қаралатын тауар нарығындағы баға белгілеу туралы немесе осы тауарға Қазақстан Республикасының аумағындағы баға деңгейіндегі айырмашылықтар туралы;

тауарды сатып алушылардың қажеттіліктері үшін нақты тұтыну орны туралы ақпараттың негізінде жүргізіледі.

19. Шекаралар тауар өткізілуі мүмкін бір немесе бірнеше елді мекендердің, бір немесе бірнеше әкімшілік аудандардың, қалалардың, республиканың бір немесе бірнеше облыстарының, қалаларының аумағын, немесе Қазақстан Республикасының бүкіл аумағын қамтуы мүмкін.

20. Сатып алушының (сатып алушылардың) тауарды сатып алуының экономикалық мүмкіндіктерін шектейтін тауар айналымының шарттарын айқындау кезінде мыналар ескеріледі:

1) тауарды тасымалдау шарттарына қойылатын талаптар (тауардың тұтынушылық қасиеттерін сақталуын және өзге де талаптарды қамтамасыз ететін);

2) сатып алушылардың тауарды сатып алуының ұйымдық-көліктік схемалары;

3) тауардың сатып алушыға немесе сатып алушының тауарға жылжу мүмкіндігі;

4) қаралатын тауардың (қаралатын тауарды сатып алушының) жылжуы үшін көлік құралдарының болуы, қолжетімділігі және бірін-бірі өзара алмастырушылығы;

5) тұтынушылық қалауды қоса алғанда қаралатын тауарға сұраныстың өңірлік ерекшеліктері.

21. Тауар нарығының шекараларын айқындау сатып алушы тауарды немесе бірін-бірі өзара алмастыратын тауарды сатып алуының экономикалық мүмкіндігіне немесе оны осы аумақтан тысқары жерлерде экономикалық, технологиялық, әкімшілік және басқа да себептер бойынша сатып алу мүмкіндігінің болмауына негізделеді.

Егер қандай да бір аумақтан (қандай да бір аумақта орналасқан сатушылардан) жеткізілетін тауардың бағасы қаралатын тауар нарығының алдын ала айқындалған шекаралары шегінде сатып алушыға (сатып алушыларға) қолжетімді тауардың орташа белгіленген бағасынан 10 пайыздан астам артық болса, онда мұндай аумақтар (сатушылар) басқа тауар нарықтарына жатқызылуы тиіс.

22. Тауар нарықтарын бақылау және нәтижелерінің негізінде оның шекаралары айқындалатын экономикалық-статистикалық есептеулер мыналарды:

"гипотетикалық монополистің тесті" рәсімін;

қаралатын тауар нарығында (алдын ала айқындалған шекараларда) нақты жұмыс істейтін нарық субъектілерінің (сатушылардың) сату аудандарын (сатып алушылардың орналасқан жерін) талдауды;

сатып алушының (сатып алушылардың) тауарды сатып алу ауданының өзгеруі туралы немесе олардан тауар сатып алатын сатушылар құрамының өзгеруі туралы деректерінің талдауын;

осы Әдістеменің 27-тармағында белгіленген талдау жүргізуге арналған өлшемшарттары есебімен баға белгілеу мен бағалар серпінін талдауды, қаралатын тауарға бағаның өзгеруі кезінде сұраныс көлемінің өзгеруін қамтуы мүмкін.

23. Шекараларды айқындау кезінде:

көрсетілген бағаның артуы нәтижесінде сатып алушы (сатып алушылар) қаралатын тауарды басқа да аумақтарда (басқа аумақтарда орналасқан сатушылардан) сатып ала ма (сатып алуға дайын ба);

мұндай бағаның артуын сатушы (сатушылар) үшін пайдасыз ететін, сату көлемінің төмендеуі болды ма (бола ма) анықтау қажет.

Егер көрсетілген талаптар орындалса, аумаққа жақын орналасқандар қаралатын тауар нарығының шекараларының құрамына енгізіледі.

Көрсетілген рәсім оларға баға сатушы үшін пайда (сатушылар үшін жиынтық пайда) шегерілмей 5-10 пайызға артуы мүмкін аумақ анықталғанға дейін жүзеге асырылады. Анықталған аумақтың шекаралары қаралатын тауар нарығының шекаралары деп танылады.

"Гипотетикалық монополистің тестін" тауар нарығының шекаралары есебінде жүргізген кезде сатушы (сатушылар) көрсетілген бағаны арттыруды жүзеге асыра алатын ең кіші аумақтың шекараларын қарастыру керек.

24. Табиғи монополиялар субъектілерінің қызметімен байланысты қызметтер саласында тауар нарықтарының шекаралары нарық субъектілерінің инфрақұрылымға қол жеткізу және оны пайдалану мүмкіндіктері ескеріле отырып айқындалады.

25. Тауар нарығының географиялық шекараларын айқындау кезінде Еуразиялық экономикалық комиссия Кеңесінің 2013 жылғы 30 қаңтардағы № 7 шешімімен бекітілген Бәсекелестіктің жай-күйін бағалау әдістемесіне сәйкес оның трансшекаралық белгілері де белгіленеді.

4-тарау. Тауар нарығын зерттеудің уақыт аралығын айқындау

26. Тауар нарығын зерттеудің уақыт аралығы зерттеу мақсатына, тауар нарығының ерекшеліктеріне және ақпаратқа қол жеткізуге байланысты айқындалады.

27. Егер сатып алушылар уақыттың бір кезеңінде сатып алынатын тұтындағы тауарды уақыттың басқа кезеңінде сатып алынатын сол тауармен алмастырмаса немесе алмастыруға дайын болмаса, онда уақыт аралығын таңдауда тауар нарығы сипаттамасының осы таңдауын негіздейтін, оның ішінде:

- 1) жыл ішінде тауарды жеткізудің маусымдылығы;
- 2) жыл ішінде тауар жеткізудің тұрақтылығы;
- 3) ең жоғары және ең төмен сұраныс (оның ішінде қысқа мерзімді) кезеңі, осы кезеңдерде сатушылар санының арақатынасы;
- 4) сатушылардың түрлі уақыт кезеңдерінде әртүрлі баға белгілеу мүмкіндігі;
- 5) келісімшарт мерзімдері;
- 6) тауардың нарықта пайда болу уақыты ескеріледі.

28. Тауар нарығының барлық сипаттамасы белгіленген бір уақыт аралығы шегінде айқындалады.

29. Тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамына белгілі бір уақыт аралығы шегінде оның шекараларында қаралатын тауарды өткізетін барлық нарық субъектілері кіреді.

5-тарау. Тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамын айқындау

30. Тауар нарығында жұмыс істейтін және тұлғалар тобын құрайтын нарық субъектілері біртұтас нарық субъектісі ретінде қарастырылады.

31. Зерттеудің уақыт аралығын анықтау кезінде алынған ақпараттың негізінде, нарықтың тауар шекараларын және тауар нарығының шекараларын айқындау кезінде қаралатын тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілері айқындалады, олар үшін оларды сәйкестендіруге жәрдемдесетін мынадай деректер белгіленеді:

- 1) толық атауын (ұйымдық-құқықтық нысанын көрсете отырып);
- 2) мекенжайын (орналасқан орнын);
- 3) тұлғалар тобына тиесілілігін;
- 4) салық төлеушінің сәйкестендіру нөмірін.

32. Қажет болған жағдайда мынадай деректер де белгіленеді:

1) осы тауардың меншікті өндірісінің болуы, бір мезгілде делдалдық ұйымдар айқындалады;

2) осы тауарды немесе оны өндіруге қажетті тауарларды сатушылар.

33. Сәйкестендіру деректерінің болмауына, (оларды белгілеу мүмкін болмаған кезде) үлесі тауар нарығының жалпы көлемінің 15 %-нан аспаған жағдайда жол беріледі.

34. Тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамын айқындаған кезде қаралатын тауар нарығында жұмыс істейтін сатушылардан тауар сатып алатын сатып алушылар тобының құрамы (саны) нақтылануы мүмкін.

Егер тауар нарығында негізгі сатып алушылардың аз тобы (15-тен аз) жұмыс істесе, онда сатып алушылардың негізгі сатушылармен бір тұлғалар тобына кіретінін тексеру қажет.

6-тарау. Тауар нарығының көлемі мен тауар нарығындағы нарық субъектілері үлестерін есептеу

35. Қаралатын нарық шекара шегіндегі уақыттың белгілі бір кезеңіндегі тауар нарығы көлемінің есебі (бұдан әрі – тауар нарығының жалпы көлемі) тауарды немесе бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды әкелу мен әкету көлемдерін ескере отырып, нарық субъектілерінің тауарды немесе бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды заттай немесе құндық көрсеткіштерде өткізу сомасы ретінде айқындалады.

Нарық субъектісі өз өнімінің бір бөлігін өз мұқтажына пайдаланған жағдайда, өткізу көлеміне тауар нарығында өткізілетін көлем ғана қосылады.

Нарық субъектісінің тиісті тауар нарығындағы үлесі нарық субъектісінің нарықтың шекаралары шегінде тауарды немесе бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды өткізу көлемінің тиісті тауар нарығының жалпы көлеміне қатынасы ретінде айқындалады.

Нарық субъектілерінің үлесін анықтау олардың өнім беру көлемінің үлесі өнім берудің жалпы көлемінде кемінде сексен бес пайыз субъектілердің ақпараты болған кезде мүмкін болады.

Нарық субъектісінің үлесін есептеу кезінде пайдаланылатын көрсеткіштер нарық көлемін есептеу кезіндегі өлшем бірліктерінде келтіріледі.

Тиісті тауар нарығындағы үлесі он бес пайыздан аспайтын нарық субъектісінің жағдайы үстем деп танылмайды.

Тиісті тауар нарығындағы тұлғалар тобының үлесі бір тауар нарығында жұмыс істейтін тұлғалар тобына қатысушылардың үлестерінің сомасы ретінде айқындалады және біртұтас нарық субъектісінің үлесі ретінде қарастырылады.

36. Тиісті тауар нарығындағы үлесі отыз бес және одан астам пайызды құрайтын нарық субъектісінің жағдайы, егер осындай нарық субъектісіне қатысты жиынтығында мынадай жағдайлар белгіленсе үстем деп танылады:

1) нарық субъектісінің тауар бағасының деңгейін бір жақты тәртіпте айқындау және тауар нарығында тауарды өткізудің жалпы жағдайларына шешуші әсер ету мүмкіндігі. Көрсетілген жағдай тұтынушылардың және (немесе) сатып алушылардың (нарық субъектілерінің (сатушылардың)) сауалнамасы негізінде айқындалады;

2) тауар нарығына қол жеткізу үшін экономикалық, технологиялық, әкімшілік немесе өзге де шектеулердің болуы. Көрсетілген жағдай осы Әдістеменің 46, 48-тармақтарына сәйкес белгіленеді;

3) нарық субъектісінің тауар нарығындағы тауар айналымының жалпы жағдайларына шешуші әсер ету мүмкіндігі болуының ұзақтығы. Осы жағдайды анықтау нарық субъектісі үлестерінің мөлшерлерін бір жылдан кем емес немесе егер тауар нарығының (нарық субъектісінің) жұмыс істеу мерзімі тиісті тауар нарығының (нарық субъектісінің) жұмыс істеу мерзімі ішінде кемінде бір жылды құраса, салыстыру арқылы жүргізіледі.

Егер нарық субъектісі елу және одан көп пайыз үлеске ие болған кезде, осы тармақтың 1), 2) және 3) тармақшаларында санамалаған жағдайларды ескерместен нарық субъектісінің жағдайы үстем деп танылады.

37. Егер тиісті тауар нарығындағы өздеріне неғұрлым көп үлес тиесілі үштен аспайтын нарық субъектісінің жиынтық үлесі елу және одан көп пайызды құраса немесе тиісті тауар нарығындағы өздеріне неғұрлым көп үлес тиесілі төрттен аспайтын нарық субъектісінің жиынтық үлесі жетпіс және одан көп пайызды құраса, егер осындай нарық субъектісіне қатысты жиынтығында мынадай жағдайлар белгіленсе бірнеше нарық субъектілерінің әрқайсысының жағдайы үстем деп танылады:

1) ұзақ кезең ішінде (кемінде бір жыл ішінде немесе егер мұндай мерзім бір жылдан аз болса, тиісті тауар нарығының әрекет ету мерзімі ішінде) нарық субъектілері үлестерінің салыстырмалы мөлшері өзгермеген немесе аз өзгерістерге ұшыраған. Осы жағдайды анықтау нарық субъектілері үлестерінің серпінін талдау арқылы жүзеге асырылады.

2) нарық субъектілері өткізетін немесе сатып алатын тауар тұтыну кезінде (оның ішінде өндірістік мақсаттарда тұтыну кезінде) басқа тауармен алмастырылмайды. Осы жағдай осы Әдістеменің 2-тарауына сәйкес белгіленеді.

3) тиісті тауар нарығында осы тауардың бағасы және (немесе) оны өткізу шарттары туралы ақпарат адамдардың белгіленбеген тобына қолжетімді. Осы көрсеткішті айқындау жалпыға бірдей ақпаратты талдауға, сондай-ақ сатушылардың (нарық субъектілері) және (немесе) сатып алушылардың (тұтынушылардың) талдауына негізделген.

38. Нарық көлемдерін айқындау үшін сату көлемдерінің сомасы мынадай әдістермен айқындалады:

1) қаралып отырған тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің деректері бойынша нақ сол тауарды (алып сату) қайта есепке алуға жол бермей, сату көлемдерінің сомасын есептеу;

2) аталған сатып алушылар бойынша тауарды сатып алу көлемдерінің сомасын есептеу;

3) аталған аумақтан қаралып отырған тауарды әкету (экспорты) көлемдерін шегергенде және тауар өндірушілер мен тауарларды әкелу мен әкету көлемдерін бақылаушы органдардың деректері бойынша аталған аумаққа қаралып отырған тауарды әкелу (импорты) көлемдерін қоса отырып (тауарды өндіру және оның қорлары көлемінің үрдісінде қаралып отырған тауарды тұтынуды шегергенде) қаралып отырған тауар нарығының шекараларында тауарды өндіру көлемдерінің сомасын есептеу. Аталған әдісті Қазақстан Республикасының шекараларында тауар нарықтарына талдау жүргізген жағдайда қолдану орынды;

4) статистика және (немесе) өзге де мемлекеттік органдар, оның ішінде жергілікті атқарушы және өкілдік органдар ұсынған мәліметтердің негізінде;

5) өзге тәсілмен (өзге көрсеткіштер салалық ерекшеліктерге байланысты бәсекелестік көзқараста қаралып отырған тауар нарығындағы нарық субъектілерінің жағдайын аса нақты сипаттауға мүмкіндік берген жағдайларда пайдаланылады).

39. Экономикалық шоғырлануды мемлекеттік бақылау кезінде, тауар нарығының нақты көлемдерінен тыс монополияға қарсы орган тауар өндірудің жоспарланған көлемдерін, тауарларды әкелуге және әкетуге тыйымдарды есепке алып, болжау деректерін айқындауы мүмкін.

40. Экономикалық шоғырлануды мемлекеттік бақылау, сондай-ақ үстем немесе монополиялық жағдайды теріс пайдаланудың бәсекелестікке қарсы келісімдері мен

келісілген іс-қимылдарының белгілерін анықтау кезінде тауар нарығының жалпы көлемі статистика және (немесе) өзге мемлекеттік органдардан, оның ішінде жергілікті атқарушы және өкілдік органдардан алынған деректерден айқындалады.

Статистика және (немесе) өзге мемлекеттік органдардан, оның ішінде жергілікті атқарушы және өкілдік органдардан алынған деректердің негізінде тауар нарығының жалпы көлемін айқындау мүмкіндігі болмаған кезде, тауар нарығы көлемінің есебі осы Әдістеменің 34-тармағына сәйкес жүргізіледі.

2-бөлім. Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жоспардан тыс талдау жүргізу ерекшеліктері

7-тарау. Тауарлардың өзара алмастыру критерийлерін анықтау

41. Алмастырғышы жоқ тауардың немесе сол бір тауар нарығында айналатын өзара алмастырылатын тауарлардың бірін-бірі алмастыру өлшемшарттарын айқындау рәсімі мыналарды қамтиды:

тауардың атауын анықтау;

сатып алушының таңдауын айқындайтын тауардың қасиеттерін және осы тауар үшін әлеуетті бірін-бірі алмастыратын болып табылатын тауарларды анықтау;

бір-бірін алмастыратын тауарларды анықтау.

42. Тауардың атауын анықтау бір немесе бірнеше өлшемшарттардың жиынтығы негізінде жүргізіледі:

1) тауар сөздіктері немесе тауартанушылардың анықтамалықтары;

2) тиісті салада арнайы білімі бар мамандардың қорытындылары;

3) лицензияларды, лицензияның бар екенін растайтын құжаттарды беру туралы шешімдер;

4) нысанасы қаралатын тауар болып табылатын шарттың талаптары;

5) тауарды біржақты айқындауға мүмкіндік беретін тәсіл.

43. Сатып алушының таңдауын айқындайтын тауардың қасиеттерін анықтау кезінде мыналар талданады:

1) тауардың функционалдық мақсаты мен қолданылуы, оның ішінде тауарды тұтыну мақсаты және оның тұтыну қасиеттері;

2) сапалық сипаттамалары, оның ішінде түрі, сорты, буып-түюі, тарату және өткізу жүйесіндегі ерекшеліктері;

3) техникалық сипаттамалар, оның ішінде пайдалану көрсеткіштері, тасымалдау бойынша шектеулер, құрастыру, жөндеу, техникалық қызмет көрсету шарттары (кепілдік қызмет көрсетуді қоса алғанда), кәсіптік пайдалану (өндірістік тұтыну) ерекшеліктері;

4) тауардың бағасы;

5) өткізу шарттары, оның ішінде тауарлар партияларының мөлшері, тауарды өткізу тәсілі;

б) тауардың сипаттамалары.

44. Өзара алмастырылатын тауарларды анықтау сатып алушының тауарларды нақты ауыстыруына немесе олардың функционалдық мақсатын, қолданылуын, сапалық және техникалық сипаттамаларын, бағасы мен параметрлерін ескере отырып, сатып алушының тұтыну процесінде (оның ішінде өндірістік) кейбір тауарларды басқалармен алмастыруға дайындығына негізделеді.

45. Өзара алмастырылатын тауарларды анықтау кезінде монополияға қарсы орган талданатын тауарды тұтынушылардың мүдделерін білдіретін кәсіптік қауымдастықтарға және (немесе) қоғамдық бірлестіктерге не нарық субъектілеріне сұрау салу жолымен жүргізілетін "гипотетикалық монополист тестінің" қорытындылары бойынша алынған ақпаратты пайдаланады.

46. "Гипотетикалық монополист тестін" өткізу кезінде (тауар нарығының тауарлық шекараларын анықтау үшін) қаралып отырған тауар бағасының шамалы, бірақ елеулі және ұзақ мерзімді (1 жыл немесе одан да көп) өсуі болжанады. Бәсекелестіктің өзге де тең жағдайлары кезінде бағаның 5-10 пайызға артуы (бұл ретте инфляцияның ықпалы алынып тасталуы тиіс) зерттеудің уақыт аралығы бойы одан әрі сақталатын баға деп танылады.

Бағаның аталған өсуі нәтижесінде сатып алушы (сатып алушылар) қарастырылып отырған тауарды басқа тауарлармен алмастыра ма (ауыстыруға дайын) ма, сондай-ақ сатушы (сатушылар) үшін бағаның мұндай өсуін тиімсіз ететін сатылым көлемінің төмендеуі (орын алуы) ма, жоқ па анықталады.

Егер көрсетілген шарттар орындалса, онда қаралып отырған тауарға қасиеттері жағынан ең жақын тауарларды бір-бірін алмастыратын тауарлар тобының құрамына енгізу қажет.

Көрсетілген рәсім сатушы үшін пайданы (сатушылар үшін жиынтық пайданы) төмендетпей, бағасы (1 жыл немесе одан да көп) 5-10 пайызға көтерілуі мүмкін тауарлар тобы анықталғанға дейін жүзеге асырылады. Мұндай топқа кіретін тауарлар өзара алмастырылатын тауарлар деп танылады.

"Гипотетикалық монополист тестін" өткізу кезінде сатушы (сатушылар) бағаның көрсетілген өсуін жүзеге асыра алатын тауарлардың ең аз жиынтығын өзара алмастырылатын тауарлар тобы ретінде қараған жөн.

47. Қаралатын тауар сол аумақта тауар нарықтарында айналымда бола алады. Мұндай тауар нарықтарын бөлек талдау керек. Атап айтқанда, тауар тауарлардың партиялары негізінен кейінгі қайта сату немесе кәсіби пайдалану мақсатында сатылатын көтерме сауда нарықтарында және тауардың бір бөлігін негізінен жеке пайдалану үшін сатылатын бөлшек сауда нарықтарында айналымда болуы мүмкін.

8-тарау. Тауар нарығының шекараларын анықтау

48. Тауар нарығының шекаралары, егер оны сатып алу экономикалық, технологиялық және басқа себептермен осы аумақтан тыс жерде орынсыз болса, тұтынушылар тауарды немесе өзара алмастырылатын тауарды сатып алатын аумақты анықтайды.

Тауар нарығының шекараларын анықтау көрсетілген өлшемшарттардың бірі не олардың жиынтығы бойынша жүзеге асырылады.

Нарық шекаралары тауарларды сатып алудың қолжетімділігін ескере отырып мынадай өлшемшарттар бойынша анықталады:

- 1) осы аумақта тауар сатып алу мүмкіндігі;
- 2) тауардың құнына қатысты көлік шығындарының негізділігі мен өзін ақтауы;
- 3) оны тасымалдау кезінде тауардың сапасын, сенімділігін және басқа да тұтынушылық қасиеттерін сақтау;
- 4) тауарларды сатып алу-сату, әкелу және әкету шектеулерінің (тыйым салудың) болмауы;
- 5) шегінде тауарларды өткізу, жеткізу жүзеге асырылатын аумақта бәсекелестіктің тең жағдайларының болуы.

Сатып алушы (сатып алушылар) тауарды сатып алатын немесе сатып алуға экономикалық мүмкіндігі бар және одан тыс жерде мұндай мүмкіндігі жоқ аумақтың шекараларын айқындау рәсімі (бұдан әрі - нарық шекараларын айқындау) мыналарды қамтиды:

сатып алушының (сатып алушылардың) тауарды сатып алуының экономикалық мүмкіндіктерін шектейтін тауар айналымының шарттарын анықтау;
қаралатын тауар нарығының шекарасына кіретін аумақтарды анықтау.

49. Нарық шекараларын айқындау мынадай ақпарат негізінде жүргізіледі:

нарық субъектісі әрекет ететін өңір туралы;

сатып алушылардың қажеттіліктері үшін тауарды нақты тұтыну орны туралы.

50. Шекаралар бір немесе бірнеше елді мекендердің, бір немесе бірнеше әкімшілік аудандардың, қалалардың, республиканың бір немесе бірнеше облыстарының, қалалардың аумағын не тауар өткізілуі мүмкін Қазақстан Республикасының бүкіл аумағын қамтуы мүмкін.

51. Сатып алушының (сатып алушылардың) тауарды сатып алуының экономикалық мүмкіндіктерін шектейтін тауар айналымының шарттарын айқындау кезінде мыналар ескеріледі:

- 1) тауарды тасымалдау шарттарына қойылатын талаптар (тауардың тұтынушылық қасиеттерін сақталуын және өзге де талаптарды қамтамасыз ететін);
- 2) сатып алушылардың тауарды сатып алуының ұйымдық-көліктік схемалары;
- 3) тауардың сатып алушыға немесе сатып алушының тауарға жылжу мүмкіндігі;

4) қаралатын тауардың (қаралатын тауарды сатып алушының) жылжуы үшін көлік құралдарының болуы, қолжетімділігі және бірін-бірі өзара алмастырушылығы;

5) тұтынушылық қалауды қоса алғанда қаралатын тауарға сұраныстың өңірлік ерекшеліктері.

52. Тауар нарығының шекараларын анықтау сатып алушының тауарды немесе бір-бірін алмастыратын тауарды сатып алудың экономикалық мүмкіндігіне және оны экономикалық, технологиялық, әкімшілік және басқа себептермен осы аумақтан тыс жерде сатып алу мүмкіндігінің болмауына негізделеді.

Егер қандай да бір аумақтардан (қандай да бір аумақтарда орналасқан сатушылардан) жеткізілетін тауардың бағасы қаралатын тауар нарығының алдын ала белгіленген шекаралары шегінде сатып алушыға (сатып алушыларға) қолжетімді тауардың орташа өлшенген бағасынан 10 пайыздан астам жоғары болса, онда мұндай аумақтар (сатушылар) басқа тауар нарықтарына жатқызылуға тиіс.

53. Тауар нарығын бақылау және оның нәтижелері негізінде оның шекаралары айқындалатын экономикалық-статистикалық есептеулер мыналарды қамтиды:

осы Әдістеменің 9-тармағында көзделген тәртіппен жүргізілетін "гипотетикалық монополист тестінің" рәсімі;

қаралатын тауар нарығында іс жүзінде әрекет ететін нарық субъектілерінің (сатушылардың) сату аудандарын (сатып алушылардың орналасқан жерін) талдау (алдын ала белгіленген шекараларда).

54. Шекараларды анықтау кезінде мыналарды анықтау қажет:

бағаның аталған өсуі нәтижесінде сатып алушы (сатып алушылар) қаралатын тауарды басқа аумақтарда (басқа аумақтарда орналасқан сатушылардан) сатып ала ма (сатып алуға дайын);

сату көлемінің төмендеуі орын ала ма (орын алады), бұл бағаның өсуін сатушы (сатушылар) үшін қолайсыз етеді.

Егер көрсетілген шарттар орындалса, онда ең жақын аумақтар қаралатын тауар нарығы шекараларының құрамына енгізіледі.

Аталған рәсім қаралатын тауардың бағасы сатушы үшін пайданы (сатушылар үшін жиынтық пайданы) төмендетпей 5-10 пайызға көтерілуі мүмкін аумақ анықталғанға дейін жүзеге асырылады. Анықталған аумақтың шекаралары қаралатын тауар нарығының шекаралары деп танылады.

"Гипотетикалық монополист тестін" өткізу кезінде тауар нарығының шекарасы ретінде сатушы (сатушылар) бағаның көрсетілген өсуін жүзеге асыра алатын ең кіші аумақтың шекараларын қарау қажет.

55. Табиғи монополиялар субъектілерінің қызметімен байланысты көрсетілетін қызметтер саласында тауар нарықтарының шекаралары нарық субъектілерінің инфрақұрылымға қол жеткізу және оны пайдалану мүмкіндіктерін ескере отырып анықталады.

9-тарау. Тауар нарығын зерттеудің уақыт аралығын анықтау

56. Тауар нарығына жоспардан тыс талдау жүргізу кезінде талданатын кезенді монополияға қарсы орган басшысының жетекшілік ететін орынбасары және (немесе) монополияға қарсы органның аумақтық бөлімшесінің басшысы айқындайды.

Бұл ретте, монополияға қарсы органның орталық аппаратының тапсырмасы болған жағдайда, аумақтық бөлімше жүргізетін зерттеудің уақыт аралығы жоғары тұрған органның тапсырмасында көрсетілген аралыққа сәйкес айқындалады.

10-тарау. Тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамын айқындау

57. Тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамына белгілі бір уақыт аралығы шегінде оның шекарасында қаралатын тауарды өткізетін барлық нарық субъектілері енгізіледі.

Талданатын кезеңде тиісті тауар нарығында қызметті жүзеге асыратын нарық субъектілерінің толық тізбесі мемлекеттік кірістер және статистика органдары мәліметтерінің негізінде белгіленеді.

58. Тауар нарығында жұмыс істейтін және тұлғалар тобын құрайтын нарық субъектілері нарықтың бір субъектісі ретінде қаралады.

Тұлғалар тобын анықтау "Азаматтарға арналған үкімет" мемлекеттік корпорациясының мәліметтері негізінде жүзеге асырылады.

59. Мемлекеттік кірістер саласындағы уәкілетті органнан, мемлекеттік статистиканың ақпараттық-талдау жүйесінен, "Азаматтарға арналған үкімет" Мемлекеттік корпорациясынан алынған ақпарат негізінде нарық субъектілері және олардың сәйкестендіру деректері айқындалады:

- 1) толық атауы (ұйымдық-құқықтық нысанын көрсете отырып);
- 2) салық төлеушінің сәйкестендіру нөмірі;
- 3) заңды мекенжайы;
- 4) тұлғалар тобына жататындығы;
- 5) кәсіпкерлік субъектісінің санаты.

11-тарау. Тауар нарығының көлемін және тауар нарығындағы нарық субъектілерінің үлесін есептеу

60. Тауар нарығының жалпы көлемін есептеу тауардың немесе өзара алмастырылатын тауарлардың әкелу және әкету көлемін ескере отырып, тауар немесе өзара алмастырылатын тауарлар нарығы субъектілерінің заттай немесе құндық мәнде өткізетін сомасы ретінде айқындалады.

Тиісті тауар нарығындағы нарық субъектісінің үлесі нарық субъектісінің тауарды немесе нарық шекаралары шегіндегі өзара алмастырылатын тауарларды өткізу көлемінің тиісті тауар нарығының жалпы көлеміне қатынасы ретінде айқындалады.

Тауар нарығындағы нарық субъектісінің үлесін есептеу кезінде пайдаланылатын көрсеткіштер тауар нарығының көлемін есептеу кезіндегідей өлшем бірліктерінде келтіріледі.

Тиісті тауар нарығындағы үлесі он бес пайыздан аспайтын нарық субъектісінің жағдайы үстем деп танылмайды.

Тиісті тауар нарығындағы тұлғалар тобының үлесі бір тауар нарығында әрекет ететін тұлғалардың бір тобына кіретін нарық субъектілері үлесінің сомасы ретінде айқындалады және біртұтас нарық субъектісінің үлесі ретінде қаралады.

61. Егер мұндай нарық субъектісіне қатысты жиынтығында мынадай мән-жайлар белгіленген болса, тиісті тауар нарығындағы үлесі отыз бес және одан да көп пайызды құрайтын нарық субъектісінің жағдайы үстем деп танылады:

1) нарық субъектісінің тауар бағасының деңгейін біржақты тәртіппен айқындау және тауарды тауар нарығында өткізудің жалпы шарттарына шешуші әсер ету мүмкіндігі. Көрсетілген мән-жай тұтынушылардың және (немесе) сатып алушылардың (нарық субъектілерінің (сатушылардың) сауалнамасы негізінде айқындалады);

2) тауар нарығына қол жеткізу үшін экономикалық, технологиялық, әкімшілік немесе өзге де шектеулердің болуы. Көрсетілген мән-жай осы Әдістеменің 46, 48-тармақтарына сәйкес белгіленеді;

3) нарық субъектісінің тауар нарығында тауар айналымының жалпы жағдайларына шешуші әсер ету мүмкіндігінің болу ұзақтығы. Осы мән-жайды анықтау нарық субъектісінің үлестерінің мөлшерін кемінде бір жыл ішінде немесе егер тауар нарығының (нарық субъектісінің) өмір сүру мерзімі бір жылдан кем болса, тиісті тауар нарығының (нарық субъектісінің) өмір сүру мерзімі ішінде салыстыру жолымен жүргізіледі.

Егер нарық субъектісі елу және одан да көп пайыз үлесті иеленсе, осы тармақтың 1) , 2) және 3) тармақшаларында санамаланған мән-жайларды есепке алмай, нарық субъектісінің жағдайы үстем деп танылады.

62. Егер тиісті тауар нарығындағы ең көп үлесті иеленетін нарықтың үш субъектісінен аспайтын жиынтық үлесі елу және одан да көп пайызды құраса немесе тиісті тауар нарығындағы ең көп үлесті иеленетін нарықтың төрт субъектісінен аспайтын жиынтық үлесі жетпіс және одан да көп пайызды құраса, бірнеше нарық субъектісінің әрқайсысының жағдайы үстем болып танылады, егер нарықтың осындай субъектісіне қатысты жиынтығында мынадай мән жайлар белгіленген:

1) ұзақ кезең ішінде (кемінде бір жыл ішінде немесе егер мұндай мерзім бір жылдан кем болса, тиісті тауар нарығының өмір сүру мерзімі не осы тауар нарығында нарық субъектісінің өмір сүру мерзімі ішінде) нарық субъектілері үлестерінің салыстырмалы

мөлшері өзгермейді немесе шамалы өзгерістерге ұшырайды. Бұл жағдайды анықтау нарық субъектілерінің үлестерінің серпінін талдау арқылы жүзеге асырылады;

2) нарық субъектілері сататын немесе сатып алатын тауарды тұтыну кезінде (оның ішінде өндірістік мақсаттарда тұтыну кезінде) басқа тауармен алмастырыла алмайды. Бұл мән-жай осы Әдістеменің 2-тарауына сәйкес белгіленеді;

3) тиісті тауар нарығында осы тауардың бағасы және (немесе) сату шарттары туралы ақпарат белгісіз тұлғалар тобына қолжетімді болады. бұл көрсеткіштің анықтамасы жалпыға қолжетімді ақпаратты талдауға, сондай-ақ сатушылардың (нарық субъектілерінің) және (немесе) сатып алушылардың (тұтынушылардың) сауалнамасына негізделген.

63. Жоспардан тыс талдау жүргізу кезінде бір тауарды қайта есепке алуға (қайта сатуға) жол бермей, Мемлекеттік кірістер саласындағы уәкілетті органның, қаралып отырған тауар нарығында әрекет ететін нарық субъектілері туралы деректері бойынша сату көлемдерінің сомасын есептеу жолымен нарық көлемдерін айқындау үшін сату көлемдерінің сомасы.

3-бөлім. Қорытынды ережелер

12-тарау. Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау

64. Нарықтың шоғырлану деңгейін айқындау үшін:

1) нарықтың шоғырлану коэффициенті (CR) қолданылады. Тауарды өткізу (жеткізу) көлемінің ірі өнім берушілердің белгілі бір санымен осы тауар нарығындағы барлық өнім берушілердің тауарды өткізудің (жеткізудің) жалпы көлеміне пайыздық қатынасы ретінде есептеледі.

Ірі өнім берушілердің үш (CR – 3), төрт (CR – 4) шоғырлану деңгейін пайдалану ұсынылады.

2) Герфиндаль – Гиршман (НН) нарық шоғырлануының индексі нарықта жұмыс істейтін барлық кәсіпорындар үлестерінің квадраттар жиынтығы ретінде есептеледі және үлестер немесе пайыздармен өлшенуі мүмкін:

$$ННІ = \sum_{i=1}^n S_i^2 \times 100$$

мұндағы:

S_i – сату үлесі, өткізудің жалпы көлемінде i – кәсіпорын;

n – нарықтағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің саны.

Шоғырлану коэффициенттерінің және Герфиндаль-Гришман индекстерінің мәндеріне сәйкес шоғырлану дәрежесі бойынша нарықтың үш түрі бөлінеді:

Жоғары шоғырланған нарық: $70\% < CR 3 < 100\%$ жағдайда $2000 < HHI < 10\ 000$, $80\% < CR 4 < 100\%$ жағдайда $1800 < HHI < 10\ 000$;

Орташа шоғырланған нарық: $45\% < CR 3 < 70\%$ жағдайда $1000 < HHI < 2000$, $45\% < CR 4 < 80\%$ жағдайда $1000 < HHI < 1800$;

Төмен шоғырланған нарық: $CR 3 < 45\%$ жағдайда $HHI < 1000$, $CR 4 < 45\%$ жағдайда $HHI < 1000$.

Нарықтық шоғырлану көрсеткіштері нарықтың монополиялану дәрежесін, онда нарық субъектілерінің қатысу біркелкілігін (немесе біркелкі еместігін) алдын ала бағалауға мүмкіндік береді. Тиісті тауар нарығында өнімді әр түрлі ауқымда жеткізетін өнім берушілер неғұрлым көп болған сайын, аталған көрсеткіштердің мәні соғұрлым төмен болады.

Нарықтың шоғырлануын нарықта айқындаған кезде Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік кодексінің 165-бабына сәйкес тиісті тауар нарығында адамдар тобын анықтау бойынша жұмыстар жүргізіледі. Бұл ретте адамдар тобы бірыңғай нарық субъектісі ретінде қаралады.

65. Осы Әдістеменің 62-тармағында көрсетілген көрсеткіштерге балама ретінде Лернер коэффициенті пайдаланылуы мүмкін.

Лернер коэффициенті $L = [P - MC] / P$ бағасына жатқызылған, тауар бағасы мен оны өндірудің шекті шығыны арасындағы айырма ретінде айқындалады.

мұндағы: P – тауардың босату бағасы; MC – тауар өндірудің шекті шығыны.

Аталған көрсеткіш монополия жағдайында ресурстарды тиімсіз орналастыруға байланысты шекті шығындардан бағаның ауытқығанын көрсетеді. Кәсіпорынның өткізу бағасы бәсекелестік бағадан неғұрлым көп ауытқыса, соғұрлым Лернер коэффициенті жоғары.

Бұл коэффициент сау бәсекелестік нарығы үшін нөлге тең (нарықтық билік жоқ); монополистік бәсекелестік нарығы үшін $0,3 - 0,5$ диапазонында тұр; олигополия нарығы үшін кәсіпорындар (олар неғұрлым аз болса, соғұрлым Лернер коэффициенті көп болады) санына қарай $0,6 - 0,8$ диапазонында тұр; үстем кәсіпорындармен нарықтар үшін ол $0,8-0,9$ -ға жете алады, монополия нарығы үшін 1-ге жақындайды.

66. Тауар нарығына басқа өңірлерден сатушылардың кіру мүмкіндігін айқындау үшін өңіраралық және халықаралық сауда-саттық үшін нарықтың ашықтық коэффициенті қолданылады.

Тауар нарығына басқа өңірлерден (немесе басқа елдерден) сатушылардың кіру мүмкіндігі нарықтың шоғырлануын едәуір төмендетеді, нарықта жергілікті (отандық) сатушылардың алатын үлесін қысқартады.

Керісінше, өңіраралық (халықаралық) алмасуға нарықтың баяу кіруі нарықта шоғырлануды күшейтеді және жергілікті (отандық) сатушылардың үлесін ұлғайтады.

Өңіраралық және халықаралық сауда-саттыққа қатысу үшін нарық ашықтығының дәрежесін, импорттың кіру дәрежесін (ИКД) нақты тауар нарығында өткізудің (

жеткізудің) жалпы көлемінде импорттық (әкелінген) өнімнің үлесі бойынша бағалауға болады:

$$\text{СПИ} = \frac{\text{И}}{\text{П} + \text{И} - \text{Э}} 100\% = \frac{\text{И}}{\text{Р}} 100\%$$

мұндағы:

И – импорттық өнім көлемі;

П – ішкі өндіріс көлемі;

Э – белгілі бір уақыт ішінде аталған тауардың экспорт көлемі;

Р – нақты тауар нарығында өткізудің жалпы көлемі.

Бұл көрсеткіш отандық өндірушілер үшін қорғаныс шараларына байланысты мәселелерді шешкен кезде қажет.

67. Жоспарлы талдау жүргізу кезінде шаруашылық қызметтің нәтижелері де талданады, оның ішінде:

1) қаралып отырған нарықта 35 пайыздан астам үлесі бар нарық субъектілері үшін капиталды тартудың табысы мен шығыны мөлшерінің ара-қатынасы;

2) қаралып отырған тауар нарығындағы баға серпіні;

3) қаралып отырған нарық және сұраныс көлемінің серпіні (оның ішінде тауар массасымен қамтамасыз етілмеген сұраныстың және сұранысты кеңейту мүмкіндігінің болуы);

4) өңіраралық және халықаралық сауда-саттық үшін қаралып отырған нарықтың ашықтығы;

5) қаралып отырған тауар нарығында жаңа сатушылардың пайда болу жиілігі;

6) қаралып отырған тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің техникалық даму деңгейі.

68. Жоспарлы талдау жүргізу кезінде қаралып отырған тауар нарығындағы нарық субъектілерінің әрекеттері де талданады, оның ішінде:

сатушылардың инновациялық қызметін және маркетингтік стратегиясын әзірлеу;

бәсекелесетін нарық субъектілерінің бір-біріне тәуелділік дәрежесін анықтау;

сатушылардың жекелеген сатып алушыларға (сатып алушылар тобына) жеңілдіктер беру фактілерін белгілеу;

тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің келісімдерін анықтау.

13-тарау. Бәсекелестіктің дамуына ықпал ететін нарық субъектілері қызметіне кедергілердің, қиындықтардың не өзге де шектеулердің бар екенін куәландыратын мән-жайларды немесе белгілерді айқындау, оның ішінде тауар нарығына кіру тосқауылдарын айқындау

69. Тауар нарығында қызметті бастауға нарық субъектілеріне кедергі келтіретін немесе қиындық тудыратын және шектейтін мән-жайлар немесе іс-әрекеттерді айқындау рәсімі мыналарды қамтиды:

қаралып отырған тауар нарығына кіру тосқауылдарының барлығын (немесе жоқтығын) анықтау;

қаралып отырған тауар нарығына кірудің анықталған тосқауылдарын еңсеруді айқындау.

70. Нарыққа кіру кедергілеріне мыналар жатады:

1) экономикалық шектеулер, оның ішінде:

осы салымдардың өтелуінің ұзақ мерзімдері кезінде елеулі бастапқы күрделі салымдарды жүзеге асыру қажеттілігі;

қарастырылып отырған тауар нарығында әрекет ететін нарық субъектілерімен салыстырғанда әлеуетті қатысушылар үшін қаржыландыруды тартудың неғұрлым жоғары шығындары;

кәсіпкерлік қызметті тоқтату кезінде өтеуге болмайтын инвестицияларды қоса алғанда, тауар нарығынан шығу шығындары;

қажетті ресурстарға және зияткерлік меншік құқықтарына қол жеткізу, ақпарат алу шығындары;

көлік шектеулері;

ұсынысы шектеулі және қаралып отырған тауар нарығында әрекет ететін нарық субъектілері арасында бөлінген ресурстарға әлеуетті қатысушылардың қолжетімділігінің болмауы;

нарық субъектілері үшін өндірістің осындай көлеміне (өндіріс ауқымының тиімділігі) қол жеткізген сәтке дейін өнім бірлігіне неғұрлым жоғары шығындарды анықтайтын өндірістің экономикалық негізделген ең төменгі көлемінің болуы;

қарастырылып отырған тауар нарығында әрекет ететін нарық субъектілерінің нарықтың әлеуетті қатысушыларынан, атап айтқанда, өнім бірлігіне жұмсалатын шығындар бойынша және тауарға сұраныс бойынша артықшылықтары;

2) мемлекеттік органдар енгізетін әкімшілік шектеулер, оның ішінде:

жекелеген қызмет түрлерін лицензиялау шарттары;

квоталау;

тауарларды әкелу-әкету шектеулері;

белгілі бір сұранысты міндетті түрде қанағаттандыру, жұмылдыру қуаттарын қолдау, жұмыс орындары мен әлеуметтік инфрақұрылымды сақтау талаптары;

нарықтың жекелеген субъектілеріне жеңілдіктер беру;

жер учаскелерін бөлуге, өндірістік және өзге де үй-жайларды беруге кедергілер;

мемлекет мұқтажы үшін тауар берушілерді конкурстық іріктеу шарттары;

экологиялық шектеулер, оның ішінде өндірістік қуаттар мен көлік инфрақұрылымы объектілерін салуға тыйым салу;

стандарттар және сапаға қойылатын талаптар;

3) тауар нарығында жұмыс істеп тұрған компаниялардың технологиялық артықшылығын білдіретін технологиялық шектеулер;

4) өзге де шектеулер:

нарыққа кіруге кедергілер жасауға бағытталған тауар нарығында әрекет ететін нарық субъектілерінің мінез-құлық стратегиясы, оның ішінде:

монополиялық төмен бағаларды белгілеу;

жосықсыз бәсекелестік;

тауар нарығының әлеуетті қатысушыларын шектеу мақсатында тауар өндірісін ұлғайтуға мүмкіндік беретін артық өндірістік қуаттарға инвестициялау;

сатып алушы үшін сатушының ауысуына байланысты, оның ішінде тұрақты сатып алушыларға жеңілдіктер беру немесе басқа субъектілердің тауарларына қатысты әлеуетті өзара алмастырылатын тауарлар болып табылмайтын бірін-бірі толықтыратын тауарлар шығару нәтижесінде шығындарды ұлғайту;

қарқынды жарнамалық науқандарды өткізу;

тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің арасында нарыққа кіруге кедергілер жасауға әкелетін тігінен интеграцияланған нарық субъектілерінің болуы, оның ішінде:

нарықтың басқа әлеуетті қатысушыларымен салыстырғанда тігінен интеграцияланған нарық субъектілерінің қатысушылары үшін артықшылықтар жасайды;

әлеуетті нарық қатысушыларының тік интеграцияға қатысу қажеттілігін талап етеді, бұл нарыққа кіру шығындарын арттырады;

тауар нарығына кірудің басқа шектеулері.

71. Қаралып отырған тауар нарығында бәсекелестікті шектейтін белгілерге мыналар жатуы мүмкін:

тіке ықпалдасқан нарық субъектілерінің елеулі үлесі;

зерттеудің уақытша аралығының ішінде тіке ықпалдасқан болып табылатын нарық субъектілерінің үлесін төмендету;

аталған тауарды өндіргенде пайдаланатын тауарлар айналатын немесе қаралып отырған тауар өзінің физикалық орналасу үрдісінде өндірушіден тұтынушыға түсетін аралас нарықтардың бірінде қаралып отырған, сабақтас тауар нарығында, жұмыс істейтін тіке ықпалдасқан субъектілердің үстем жағдайы;

72. Тауар нарығына кіру тосқауылдары:

әлеуетті сатушылардың, оның ішінде аралас нарықтарда жұмыс істейтіндердің мүмкіншіліктері, қаралып отырған нарықтың қатысушылары болу тұрғысынан;

қаралып отырған нарықта жұмыс істейтін нарық субъектілерінің мүмкіншілігі, аталған тауардың өндірістік қуатын және оны сату көлемін кеңейту тұрғысынан талданады.

73. Әлеуетті сатушылардың құрамы мына әдістерді қолдану арқылы анықталуы мүмкін:

1) оның ішінде тауар нарығының географиялық шекараларына іргелес аумақтарда тауарларды өндіретін (өткізетін), не тауар нарығының географиялық шекаралары шегінде тауар өндіруді (өткізуді) бастау мүмкіндігі бар әлеуетті сатушыларға сауал қою әдісі. Әлеуетті сатушыларға сауалнама "гипотетикалық монополист" тестіне ұқсас тәсілмен жүргізіледі, оның барысында тауар нарығына кіру үшін тауар бағасының ұзақ мерзімді (1 жыл және одан да көп) өсуі кезінде әлеуетті сатушының дайындығы анықталады;

2) сараптамалық бағалау (мамандарға сауалнама жүргізу) әдісі.

14-тарау. Мемлекеттің тауар нарығына қатысуының мақсаттылығын бағалау

74. Тауар нарығына кіру тосқауылдарын еңсеру мұндай тосқауылдарды еңсеру мерзімдерінің және оның шығындарының мөлшері негізінде бағаланады.

Егер қаралып отырған тауар нарығына кіру тосқауылдарын еңсеруге арналған шығындар аталған нарыққа кірмекші болған нарық субъектісі алатын (алуды болжайтын) табыстармен (артықшылықтармен) экономикалық ақталатын болса, нарыққа кіру тосқауылдары еңсерілген болып саналады.

Кедергілерді еңсеруді сипаттайтын жанама дәлел тауар нарығында жаңа субъектілердің пайда болу жиілігі болып табылады.

Нарық субъектілері үшін қажетті қаралып отырған тауар нарығына кіру тосқауылдарын еңсеруге арналған мерзімдер мен шығындар, сондай-ақ қаралып отырған тауар нарығына кіру тосқауылдарының еңсерімділігі нақты және әлеуетті сатушылардың немесе салалық мамандардың (сарапшылардың) сауалнама жүргізуі арқылы бағаланатын болады.

75. Мемлекеттің тауар нарығына қатысуының мақсаттылығын бағалау мыналарды қамтиды:

1) жұмыс істейтін мемлекеттік заңды тұлғалардың құрылтай құжаттарын талдау және бағалау;

2) жұмыс істейтін мемлекеттік заңды тұлғалардың қаржы-шаруашылық қызметін талдау және бағалау;

3) мемлекеттік заңды тұлғалар жұмыс істейтін тауар нарығын мемлекеттің кәсіпкерлік қызметке шектеулі қатысуы қағидатына сәйкестігіне тексеру. Осы қағидатқа сәйкес мемлекет жеке компаниялардың қатысуы мүмкін емес міндеттерді ғана орындаудың субсидиарлық (көмекші) функциясына ие. Осы мағынада мемлекеттік кәсіпорын белгілі бір әлеуметтік қажеттілікті қанағаттандыруға толық қабілетті болғанда, жеке бизнес қызметін ешбір тәсілмен алмастырмайды немесе оған араласпайды.

76. Жұмыс істейтін мемлекеттік заңды тұлғалардың құрылтай құжаттарын талдау және бағалау мына кезеңдерді қамтиды:

1) мемлекеттік заңды тұлғаларды әділет органдарында тіркеу кезінде монополияға қарсы органның келісімінің болуы не болмауы;

2) мемлекеттік заңды тұлғалардың нақты қызметінің мәлімделген міндеттері мен мақсаттарына сәйкестігі, олардың құрылуы мемлекеттік заңды тұлғалардың құрылтай құжаттарымен айқындалған;

3) мемлекеттік заңды тұлғалардың нақты қызметінің мәлімделген міндеттері мен мақсаттарына сәйкестігі, олардың құрылуы республиканың заңнамалық және құқықтық актілерімен айқындалған.

77. Жұмыс істейтін мемлекеттік заңды тұлғалардың қаржы-шаруашылық қызметін талдау және бағалау осы заңды тұлғаларды мына жағдайлардың негізінде бәсекелес ортаға берудің экономикалық мақсаттылығын айқындау мақсатында жүргізіледі:

1) мемлекеттік заңды тұлғалардың есепті кезеңдегі мемлекеттік заңды тұлғалардың қаржылық жай-күйін бағалау (қаржылық құжаттаманы таратып жазуды талдау, анықтамалар мен өзге де материалдар нәтижелері бойынша);

2) қаржы-шаруашылық қызмет жоспарларының орындалуын, оның ішінде кредиторлық және дебиторлық берешекті талдау негізінде, өнімнің (көрсетілетін қызметтердің) өзіндік құнын, негізгі және негізгі емес қызметтен түскен кірістің инвестицияға ара қатынасын бағалау;

3) мүліктің тиімді және мақсатты пайдаланылуын бағалау.

78. Мемлекеттік заңды тұлғалар жұмыс істейтін тауар нарығын кәсіпкерлік қызметке мемлекеттің шектеулі қатысуы қағидатына сәйкестігін тексеру, мына жағдайлардың жиынтығына сүйене отырып жүзеге асырылады:

1) мемлекеттік заңды тұлғалар жұмыс істейтін нарықтық құрылымдық ерекшеліктері;

2) жаңа сатушылардың (сатып алушылардың) кіруі үшін тауар нарығының ашықтығы дәрежесін айқындайтын нарық сұранысының сипаттамалары осы Әдістеменің 72-тармағына сәйкес талданады.

Нарықтың құрылымдық ерекшелігі мемлекеттік заңды тұлғаның нарықтық биліктің мемлекеттік заңды тұлғасының алу мүмкіндігі болып табылады.

Нарық құрылымы мына:

1) тауар нарығын тұтынушылардың сұранысына сүйене отырып, тауар нарығының қажеттілігін жеке нарық субъектілерінің толық қанағаттандыру қабілеттілігіне бағалау;

2) жүзеге асырылатын қызмет түрлерін қайталауға жол бермеу мақсатында жеке нарық субъектілері мен мемлекеттік заңды тұлғалар бөлінісіндегі тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің санын айқындау;

3) мемлекеттік заңды тұлғалар үлесінің тиісті тауар нарығындағы бәсекелестікке әсерін бағалау жағдайларын ескере отырып айқындалады.

15-тарау. Тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жүргізілген талдау нәтижелері бойынша тұжырымдар

79. Тауар нарығындағы бәсекелестіктің жай-күйіне жүргізілген талдау нәтижелері бойынша тұжырымдар мынадай бөлімдерді қамтиды:

- 1) жалпы ережелер;
- 2) зерттеудің уақыт аралығы;
- 3) тауар нарығының шекарасы;
- 4) қаралып отырған тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамы ;
- 5) нарықтың көлемі және нарық субъектілерінің үлесі;
- 6) нарық шоғырлануының деңгейі;
- 7) нарыққа кіру тосқауылдары;
- 8) тауар нарығында бәсекелестіктің жай-күйін бағалау;
- 9) қаралып отырған тауар нарығында бәсекелестікті дамыту жөніндегі ұсынымдар.

Қаралып отырған тауар нарығында бәсекелестікті дамыту жөніндегі ұсынымдар мемлекеттік басқарудың тиісті саласына (аясына) басшылықты жүзеге асыратын мемлекеттік органға жұмыста есепке алу және жұмыста пайдалану үшін жіберіледі.

Егер тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау жүргізілген кезде жекелеген кезеңдер жүргізілмеген жағдайда, талдау қорытындылары бойынша тұжырымдарға тиісті бөлімдер кіргізілмейді.

Осы Әдістеменің 5-тармағының бесінші бөлігінде көзделген жағдайда, бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау жөніндегі тұжырымдар жеке мемлекеттік заңды тұлғаларды , сондай-ақ қызмет түрлерін бәсекелес ортаға беру жөніндегі ұсынымдарды қосымша қамтиды.

Жүргізілген талдау нәтижелері бойынша тұжырымдарды талдау жүргізуге жауапты монополияға қарсы орган ведомствосының тиісті құрылымдық бөлімшесінің немесе аумақтық органының басшысы бекітетін жоғарыда көрсетілген реттілікте лауазымды тұлға қорытындыда қалыптастырады.

Мемлекеттік құпияларды және заңмен қорғалатын өзге де құпияны қамтитын ақпаратты қоспағанда, талдау нәтижелері бойынша қорытынды монополияға қарсы органның интернет-ресурсында орналастырылады.

Тауар нарығындағы
бәсекелестіктің жай-күйіне
талдау жүргізу әдістемесіне
қосымша

Бәсекелестіктің жай-күйіне талдау жүргізудің жалпы және ерекше өлшемшарттары

1. Тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйін талдау жалпы және ерекше өлшемшарттарды қолдану арқылы жүргізіледі.

Жалпы өлшемшарттарға басымдылықтардың кемуі тәртібінде мыналар:

1) тұтынушылар санының неғұрлым көп сұранысына ие, оның ішінде нормативтік құқықтық актілерде айқындалған тауарлардың (жұмыстардың, көрсетілетін қызметтердің) әлеуметтік маңыздылығы;

2) Қазақстан Республикасы Президентінің және Президенті Әкімшілігінің тапсырмалары;

3) монополияға қарсы органның тапсырмалары (аумақтық бөлімшелер үшін);

4) жеке және (немесе) заңды тұлғалардың уәжделген шағымдары, өтініштері, бұқаралық ақпарат құралдарының Қазақстан Республикасының бәсекелестікті қорғау саласындағы заңнамасының бұзылу белгілерін көрсететін жарияланымдары;

5) Еуразиялық экономикалық одағы тауар нарықтарының ұлттық тауар нарықтарына әсері;

6) 35%-дан артық импортқа тәуелділік;

7) тұтыну бағаларының индексі есептелетін тұтыну себетіне қатысы;

8) мемлекеттік бағдарламаларды іске асыруға байланысты мемлекет қажеттілігінің болуы;

9) заңнама нормаларының өзгеруі;

10) нарық инфрақұрылымының өзгеруі;

11) Монополияға қарсы саясат жөніндегі мемлекетаралық кеңестің тапсырмалары мен ұсыныстары;

12) өңір экономикасының ерекшелігі;

13) тауарлар (жұмыстар, көрсетілетін қызметтер) шығаруды олигополиялау және монополияландыру;

14) Қазақстан Республикасының бәсекелестікті қорғау саласындағы заңнама нормаларының бұзылуы;

15) белгілі бір нарық субъектісін біріктіру немесе қосу жолымен қайта құру;

16) нарыққа қатысушылар құрамының біреулерінің кетуіне және жаңаларының келуіне байланысты өзгеруі;

17) нарықтағы субъект үлесінің өзгеруі;

18) реттелетін нарықтарда үстем немесе монополиялық жағдайларға ие нарық субъектілерінің мемлекеттік тізілімінде тұрған нарық субъектілерінің тауарлар, жұмыстар және көрсетілетін қызметтер нарықтары конъюнктурасының өзгермелілігі;

19) заңсыз монополистік қызметтің жолын жедел кесуді талап ететін өзге де жағдайлар жатады.

Ерекше өлшемшарттарға:

1) қаржы қызметтері: нарықтарында:

осы саладағы мемлекеттік саясат;

тұтынушылар тарапынан көрсетілетін қызметтерге үлкен сұраныс;

қаржылық көрсетілетін қызметтердің қолжетімділігі;

- 2) сұйытылған мұнай газы және сұйытылған табиғи газ нарықтарында:
осы саладағы мемлекеттік саясат;
ішкі және сырқы нарықтарда тауарды сату мен тұтынудың өзгеруі;
техникалық регламенттер мен мемлекеттік стандарттардың талаптарына сәйкестік;
- 3) көлік және байланыстың көрсетілетін қызметтері нарықтарында:
осы саладағы мемлекеттік саясат;
ел дамуының базалық экономикалық көрсеткіштерінің өзгеруі;
бағаның негізсіз өсуі жатады.