

Տեղեկանք

Հացամթերքի շրջանառության բնագավառի ուսումնասիրության արդյունքների վերաբերյալ

Ուսումնասիրության անհրաժեշտությունը և նպատակը

Ազատ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության և խրախուսման նպատակով Արցախի Հանրապետության հանրային ծառայությունները և տնտեսական մրցակցությունը կարգավորող պետական հանձնաժողովը (այսուհետ՝ Հանձնաժողով) պարբերաբար իրականացնում է առանձին ապրանքային շուկաների ուսումնասիրություններ, որոնց միջոցով հսկողություն է իրականացվում տնտեսական մրցակցության պաշտպանության օրենսդրության դրույթների պահպանման նկատմամբ: Ընդգրկելով տնտեսության բազմաթիվ ոլորտներ՝ Հանձնաժողովի կողմից կատարվող ուսումնասիրությունները հնարավորություն են տալիս վերհանելու ոլորտում առկա մրցակցային խնդիրները և դրանց տալու օպերատիվ լուծումներ: Ընդ որում, առանձնակի կարևորվում են լայն սպառման ապրանքների գծով կատարվող ուսումնասիրությունները, որոնց թվին է դասվում հացամթերքի շրջանառության ոլորտը:

Ներկայիս ուսումնասիրության հիմքում ընկած է ապրանքային շուկաների ուսումնասիրության նոր մեթոդաբանությունը, որի նպատակն է.

1. բացահայտել ապրանքային շուկայում ընկերությունների ունեցած իրացման մասնաբաժնի և շուկայի վրա ազդեցության մակարդակը,
2. պարզել ապրանքային շուկայի զարգացմանը խոչընդոտող հանգամանքները,
3. դիտանցումների և ուսումնասիրությունների միջոցով դիտարկել շուկայում գործող ընկերությունների վարքագիծը՝ օրենսդրության պահպանման տեսանկյունից:

Վերը թվարկված արդյունքների ապահովման նպատակով Հանձնաժողովի կողմից լրամշակվել է նաև տնտեսվարող սուբյեկտներից պահանջվող տեղեկատվության բովանդակությունը:

Նշված ուսումնասիրության շրջանակներում դիտարկվել են հացամթերքի արտադրության և իրացման ընդհանուր պայմանները, որը նպատակ է հետապնդել վերհանելու տվյալ բնագավառում գործող ընկերությունների գործունեությանը, այդ

թվում՝ բիզնեսի զարգացմանը խոչընդոտող հնարավոր գործոնները, որոնց լուծումը կհանգեցնի ոլորտում գործող ընկերությունների քանակի ավելացմանը՝ որպես վերջնարդյունք խորացնելով մրցակցային պայքարը տարբեր ընկերությունների միջև:

Ուսումնասիրության մեթոդաբանությունը և ժամանակահատվածը

Հացամթերքի շրջանառության բնագավառի ուսումնասիրության համար հիմք են հանդիսացել 2018 թվականի տվյալները:

Նշված ուսումնասիրության համար կատարվել են հետևյալ աշխատանքները.

1. Հացամթերքի շրջանառության բնագավառում գործող ընկերությունների, շուկայի արտադրության և իրացման ծավալների վերաբերյալ տեղեկատվություն ստանալու համար Հանձնաժողովը դիմել է ԱՀ ֆինանսների նախարարություն :

2. Հանձնաժողովը դիմել է ոլորտում գործող թվով 54 արտադրող ընկերությունների՝ ստանալու տեղեկատվություն արտադրության և իրացման ծավալների, արժեքների, միավոր արտադրանքի գինը ձևավորող գործոնների, արտադրատեսակների, հացամթերքի արտադրությանը խոչընդոտող գործոնների և այլնի վերաբերյալ:

3. Հանձնաժողովի աշխատակիցների կողմից մանրաձախ իրացման ցանցում կատարվել են համապատասխան դիտանցումներ, որոնց նպատակն է եղել բացահայտել ոլորտում գործունեություն իրականացնող սուբյեկտների իրական վարքագիծը:

4. Վերջում Հանձնաժողովի կողմից ամփոփվել են ստացված արդյունքները: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ բիզնես միջավայրին վերաբերող մի շարք հարցերի գծով տեղեկատվության ներկայացումը եղել է ոչ պարտադիր, ուստի որոշ հարցերի գծով արդյունքներն ամփոփվել են միայն առկա պատասխանների հիման վրա:

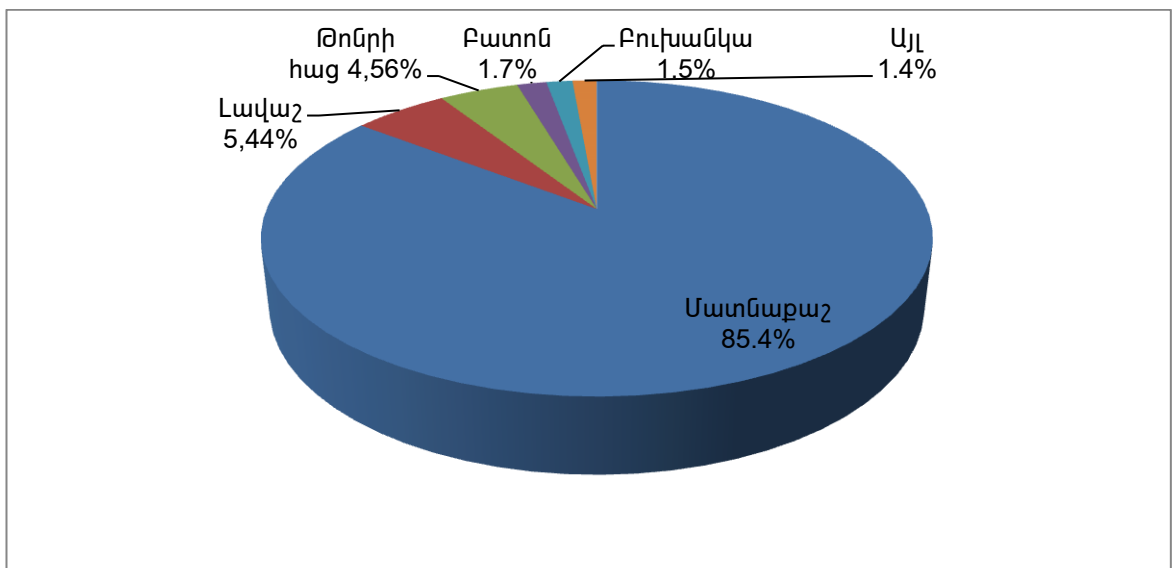
Ուսումնասիրության արդյունքների ներկայացումը

Աշխարագրական տարածքը ընդգրկվել է Արցախի Հանրապետության ամբողջ տարածքը, քանի որ նշված տարածքում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից արտադրվող հացամթերքի տեղափոխումը և իրացումը այդ տարածքում հնարավոր է առանց սահմանափակումների պահպանելով հացամթերքի որակական հատկանիշները:

Ապրանքատեսակային սահմանը համարվել է Արցախի Հանրապետությունում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից արտադրվող և իրացվող հացամթերքի ամբողջ տեսականին, քանի որ այդ տեսականու մեջ ընդգրկված տեսակները ֆունկցիոնալ առումով փոխադարձ փոխարինելի են և համադրելի՝ ըստ ֆիզիկական և կիրառման բնորոշիչների: Հացամթերքի շրջանառության բնագավառում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից արտադրվող հացամթերքի տեսականին բազմազան է՝ 19 տեսակ, սակայն առավել տարածված է մատնաքաշ տեսակը (տես՝ Գծանկար N 1):

Գծանկար N 1

Հացամթերքի տեսակների տեսակարար կշիռը



Համաձայն ստացված տեղեկատվության վերլուծության՝ 2018 թվականի ընթացքում նշված ոլորտում գործել են թվով 113 տնտեսավարող սուբյեկտ, որոնց կողմից Արցախի Հանրապետությունում արտադրվել և(կամ) իրացվել է ընդհանուր առմամբ 5 214.4 տոննա հացամթերք:

Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ապրանքային շուկաների վրա առանձին ընկերությունների ազդեցությունը մեծապես պայմանավորված է տվյալ շուկաներում

ընկերությունների զբաղեցրած դիրքից՝ իրացման ծավալներից, էական նշանակություն է ստանում համապատասխան ցուցանիշների ներկայացումը: Այսպես, համաձայն ներկայացված տեղեկատվության 2018 թվականի ընթացքում շուկայում առաջատար երեք արտադրող ընկերություններն են հանդիսացել «Էռմի» ՓԲ, «Մայակ» ՍՊ և «Հայր և որդի Գասպարյաններ» ՍՊ ընկերությունները, որոնց ընդհանուր մասնաբաժինն իրացման կառուցվածքում կազմել է 38.9 տոկոս (տես՝ Աղյուսակ N 1):

Աղյուսակ N 1

Հացամթերքի շրջանառության ոլորտի կառուցվածքը

Ք/Ք	Տնտեսավարող սուբյեկտ	Իրացման ծավալ (կգ)	Շուկայի մասնաբաժին (%)
1	«Էռմի» ՓԲԸ	746996	14,3
2	«Մայակ» ՍՊԸ	677553	13,0
3	«Հայր և որդի Գասպարյաններ» ՍՊԸ	606345	11,6
4	«Կառավայ» ՍՊԸ	259216	5,0
5	«Կաթնաբերդ» ՍՊԸ	153239	2,9
6	«Տնջրի-2000» ԱԿ	129991	2,5
7	«Մարգարյան Արմեն» ԱԶ	119552	2,3
8	«Սարսանգ» ՍՊԸ	108041	2,1
9	«Ս.Ս. Վերադարձ» ՍՊԸ	95280	1,8
10	«Հակոբջանյան Սամվել» ԱԶ	94688	1,8
11	Ընդամենը 10 սուբյեկտ	2990901	57,4
12	Ընդհանուր 113 սուբյեկտ	5214382	100

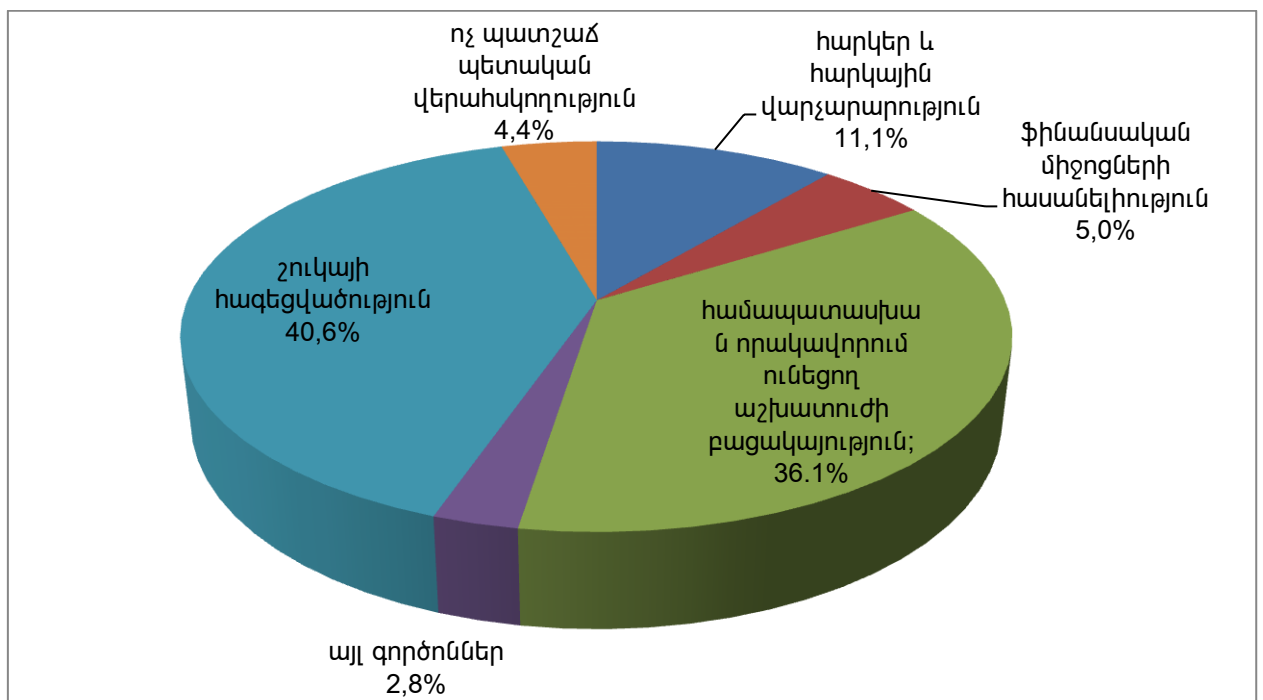
Շուկայում գործող ընկերությունների մասնաբաժինների ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ շուկան ունի ցածր կենտրոնացվածության աստիճան, որտեղ բացակայում են գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտներ (սուբյեկտներից ոչ մեկի իրացման ծավալը չի գերազանցում շուկայի ծավալի 1/4-ը):

Մրցակցային միջավայրի բարելավման նպատակով մեծապես կարևորվում է ոչ միայն շուկայում փաստացի իրավիճակի արձանագրումը, այլև դրա ձևավորման հնարավոր պատճառների վերհանումը և մրցակցային լույսի ներքո դիտարկումը:

Այդ կապակցությամբ, Հանձնաժողովի կողմից կատարված ուսումնասիրության շրջանակներում դիտարկվել են նաև հացամթերք արտադրող ընկերությունների համար արտադրության և իրացման ընդլայնմանը խոչընդոտող գործոնները: Մասնավորապես արտադրող ընկերությունների կողմից արտադրությանը խոչընդոտող հիմնական գործոնների շարքում առաջնային են շուկայի հագեցվածությունը՝ 40.6 տոկոսով, համապատասխան որակավորում ունեցող աշխատուժի բացակայությունը՝ 36.1 տոկոսով, հարկեր և հարկային վարչարարությունը՝ 11.1 տոկոսով, ֆինանսական միջոցների հասանելիությունը՝ 5.0 տոկոսով, ոչ պատշաճ պետական վերահսկողությունը՝ 4.4 տոկոսով և այլ գործոններ՝ 2.8 տոկոսով (տես՝ Գծանկար N 2):

Գծանկար N 2

Հացամթերքի արտադրության ընդլայնմանը խոչընդոտող գործոնների կառուցվածքը



Այսպիսով, ուսումնասիրության արդյունքերը ցույց են տալիս, որ հացամթերքի շրջանառության ոլորտում արտադրության և իրացման ծավալների ավելացման համար առաջնային խոչընդոտը շուկայում գործող սուբյեկտների քանակն է: Ըստ էության, հագեցվածության բարձր մակարդակ ունեցող շուկաներում առկա է

էականորեն սուր մրցակցություն, քանի որ ընկերությունների իրացման ծավալների ավելացումը հիմնականում կատարվում է միմյանց ծավալների նվազեցման հաշվին:

Այն, որ շուկան հագեցած է, կարող ենք տեսնել նաև ընկերությունների արտադրական հզորությունները բնութագրող ցուցանիշների վերլուծությունից: Այդ նպատակով հարկ է դիտարկել ընկերությունների արտադրական հզորությունների օգտագործման ցուցանիշները, որոնց համաձայն ընկերությունները ոչ ամբողջությամբ են օգտագործում իրենց հզորությունները (տես՝ Աղյուսակ N 2): Մասնավորապես հարցում իրականացրած ընկերությունների կեսից ավելին արտադրական հզորություններն օգտագործում է մինչև 50 տոկոսի չափով:

Աղյուսակ N 2

Հացամթերքի արտադրող ընկերությունների արտադրական հզորությունների օգտագործման մակարդակը

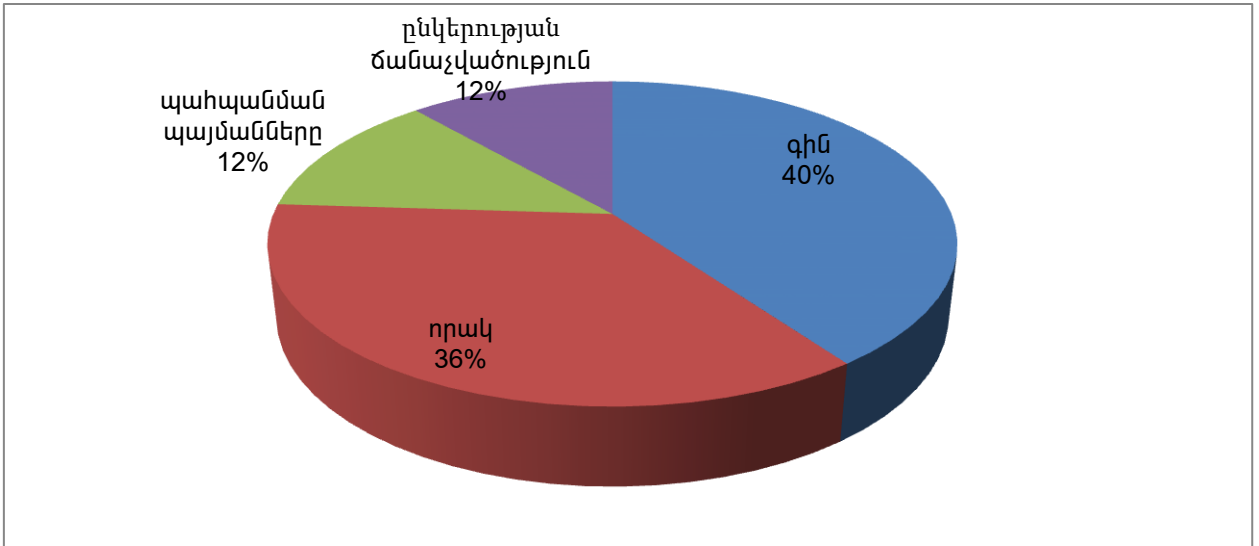
Չ/Չ	Ընկերության անվանումը	Արտադրական հզորությունների օգտագործման մակարդակը.(%)
1	«Էռմի» ՓԲԸ	30
2	«Մայակ» ՍՊԸ	20
3	«Հայր և որդի Գասպարյաններ» ՍՊԸ	40
4	«Կառավայ» ՍՊԸ	25
5	«Միլենա» ՍՊԸ	40
6	«Հայաստան» ԱԿ	38
7	Վերոյան Վիտալի ԱԶ	25
8	«Կավս» ՍՊԸ	40
9	«Ալիանս Բեյքարի» ՍՊԸ	33
10	«Գոռ Արմեն» ՍՊԸ	50
11	Ս. Բեկլարյան ԱԶ	50
12	Կ. Հակոբջանյան ԱԶ	50
13	«Լիլիա-1» ՍՊԸ	75
14	«Ն.Մեժլումյան» ԱԶ	100
15	«Սարգիս» ՍՊԸ	50
16	Սարգսյան Մայրո ԱԶ	100
17	Աղաբեկյան Սվետլանա ԱԶ	90
18	Մարտիրոսյան Ղարիբ ԱԶ	80
19	Հակոբջանյան Սամվել ԱԶ	70
20	«Գրանտ- Բրեադ» ՍՊԸ	80

Ինչպես երևում է վերը ներկայացված տեղեկատվությունից, արտադրական հզորությունների օգտագործման մակարդակը շուկայի առաջատար արտադրող «Էոմի» ՓԲ, «Մայակ» ՍՊ և «Հայր և որդի Գասպարյաններ» ՍՊ ընկերություններում միջինում համապատասխանաբար կազմում է 30, 20 և 40 տոկոս, իսկ 50 տոկոսից ավել արտադրական հզորություն օգտագործող ընկերությունները փոքր ընկերություններ են, որոնց մասնաբաժինը շուկայում չի գերազանցում 2 տոկոսը:

Հարցման պատասխանների արդյունքները ցույց են տվել, որ հացամթերքի շրջանառության ոլորտում արտադրության և իրացման վրա ազդող գործոնները Հանձնաժողովի կարգավորման տիրույթում չեն: Սակայն, ներկայացրած որոշ խոչընդոտներ ուղղակիորեն ազդում են անհավասար մրցակցային դաշտի ձևավորման վրա: Այսպես, որոշ սուբյեկտների կողմից ներկայացրած ոչ պատշաճ պետական վերահսկողության ցուցանիշը պայմանավորված է ոչ բոլոր սուբյեկտների նկատմամբ արտադրության և իրացման համար սահմանված պահանջների վերահսկողության իրականացմամբ: Ստացվում է, որ եթե մի ընկերություն չի կատարում հավելյալ ծախսեր հացամթերքի արտադրության և իրացման համար սահմանված պահանջները ապահովելու համար, ապա նա ստանում է մրցակցային առավելություն, քանի որ վերջին հաշվով ստանում է ավելի ցածր ինքնարժեք:

Շուկայում առաջատար դիրքերի հասնելու նպատակով ընկերությունների կողմից իրականացվում են համապատասխան աշխատանքներ ոչ միայն օպտիմալ գնի ձևավորման, այլև որակի, պահպանման պայմանների և ճանաչվածության ցուցանիշների բարելավման ուղղությամբ: Համաձայն ներկայացված տեղեկատվության՝ հացամթերքի իրացման վրա առավել նշանակալից ազդեցություն են թողնում ապրանքի գինը՝ 40 տոկոսով, որակը՝ 36 տոկոսով, պահպանման պայմանները և ընկերության ճանաչվածությունը՝ 12-ական տոկոսով (տես՝ Գծանկար N 3):

Հացամթերքի իրացման վրա առավել մեծ ազդեցություն ունեցող գործոնների կառուցվածքը



Նշված գործոնները դիտարկելիս կարող ենք ամրագրել, որ գները չեն հանդիսանում այն միակ կարևոր գործոնը, որը սպառողներին ստիպում է ընտրել հենց տվյալ արտադրողի կողմից իրացվող հացը:

Մրցակցային միջավայրի բնութագրման նպատակով ուսումնասիրության շրջանակներում դիտարկվել են նաև ընկերությունների կողմից շուկայի վրա միակողմանիորեն ազդելու հնարավորությունները, որոնք մեծապես պայմանավորված են ընկերությունների կողմից համապատասխան ենթակառուցվածքների տիրապետմամբ: Այդ նպատակով առանձնացվել է սեփական մատակարարման ցանցի առկայությունը:

Համաձայն ձեռքբերված տվյալների սեփական առևտրային օբյեկտների առկայությունը կարևոր դեր է խաղում շուկայում իրացման մեծ ծավալներ ապահովելու համար: Այսպես, շուկայի առաջատար «Էռմի» ՓԲ ընկերության կառավարման ներքո գործում են 16 առևտրային օբյեկտներ: Նշված ընկերությունը ինչպես նաև «Հայր և որդի Գասպարյաններ» և «Մայակ» ՍՊ ընկերությունները 2016 թվականի դեկտեմբերի 22-ին հացամթերքի մանրածախ առևտրի ոլորտում համարվել են գերիշխող դիրք ունեցող (ընկերությունների ընդհանուր կառավարման ներքո գտնվում էին 3 և ավել առևտրային օբյեկտներից բաղկացած առևտրային

ցանցեր): Այժմ «Հայր և որդի Գասպարյաններ» և «Մայակ» ՍՊ ընկերությունների կառավարման ներքո գործում են համապատասխանաբար 1 և 2 առևտրային օբյեկտներ:

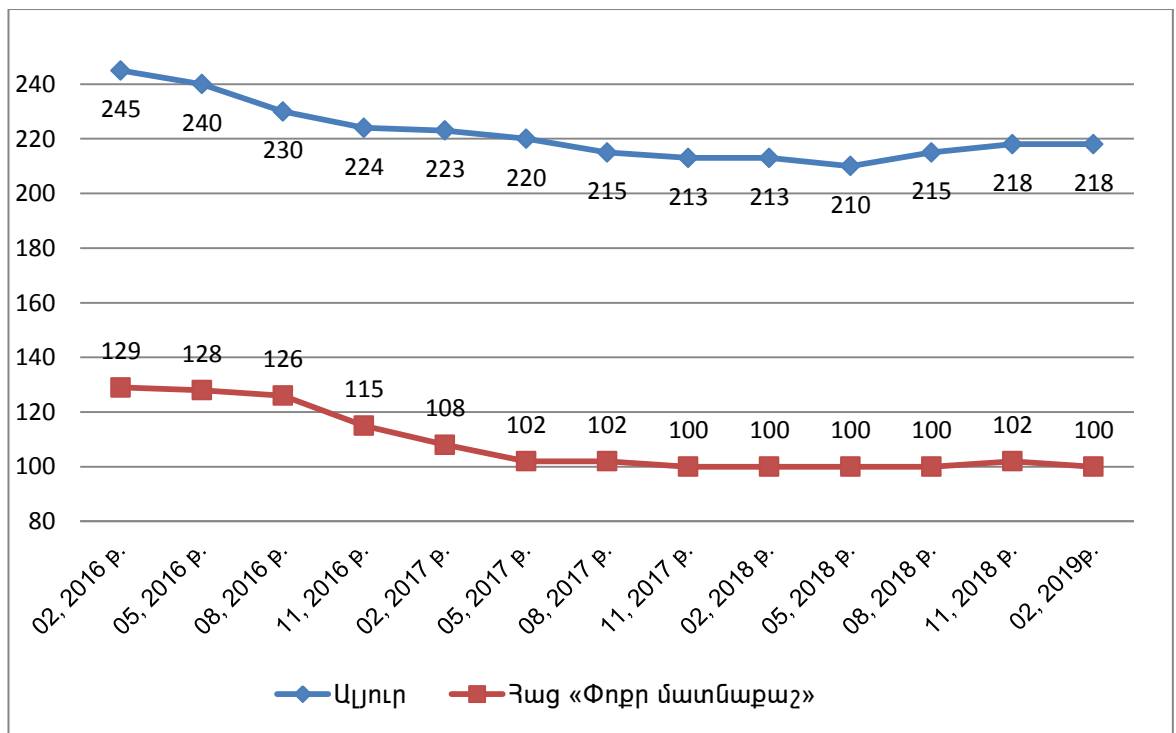
Ինքնաբերի և շահութաբերության վերլուծությունը

Հացամթերքի գնագոյացման վրա ազդող պայմանները և ոլորտում տիրող իրավիճակը ավելի պատկերավոր հասկանալու նպատակով նախ և առաջ դիտարկվել է 2016 թվականից սկսած հացամթերքի գնանկման պատճառները:

Ուսումնասիրության ընթացքում անդրադարձ է կատարվել հացամթերքի և հացի գնի վրա առավել մեծ ազդեցություն ունեցող այլուրի իրացման գնի դինամիկաներին 2016-2019 թվականների կտրվածքով: Հաշվի առնելով իրացվելիության տեսակարար կշիռը դիտարկվել է փոքր մատնաքաշ հացի գինը: (տես՝ Գծանկար N 4):

Գծանկար N 4

Փոքր մատնաքաշ հացի և 1 կգ այլուրի գնի դիագրամա 2016-2019թթ.



Համաձայն գծանկարի 2016-2019 թվականների ընթացքում 1 հատ փոքր մատնաքաշ հացի միջին գինը նվազել է 29 դրամով կամ 22.5 տոկոսով՝ նախկին 129 դրամի փոխարեն մանրածախ առևտրի ոլորտում այժմ իրացվում է 100 դրամով (ՀՀ-ում՝ 118 դրամ): Իսկ 1 կգ այլուրի միջին գինը նվազել է 27 դրամով կամ 11տոկոսով՝ նախկին 245 դրամի փոխարեն հաց արտադրող ընկերություններին սկսել է իրացվել միջինում 218 դրամով:

Մեր կողմից կատարած վերլուծությունները ցույց են տվել, որ 1 կգ այլուրի գնի փոփոխությունը 16.5 տոկոսով ազդում է փոքր մատնաքաշ հացի ինքնարժեքի վրա: Այսինքն, 1 կգ այլուրի գնի 10 դրամ փոփոխությունը հանգեցնում է 1.65 դրամ փոքր մատնաքաշ հացի ինքնարժեքի փոփոխությանը: Ուրեմն, այլուրի գնի 27 դրամ նվազումը պիտի հանգեցնե՞ր մատնաքաշ հացի 4.5 դրամի նվազմանը, մինչդեռ հացի գինը նվազել էր 29 դրամով:

Ի դեպ նշված ժամանակահատվածում տնտեսական այլ պայմանների որևէ լուրջ փոփոխություն, որը կարող էր հանգեցնել նշված գնանկմանը, չի եղել: Գնի նվազումը տեղի է ունեցել նոր տնտեսվարող սուբյեկտների շուկա մուտք գործելու և ավելի էժան գին առաջարկելու արդյունքում: Նշված պայմաններում ոլորտում գործող սուբյեկտների միջև սրվել է մրցակցությունը, որը արտահայտվել է հիմնականում գների իջեցման տեսքով: Արդյունքում հացամթերքի շրջանառության ոլորտը դարձել է ցածր շահութաբերություն ունեցող ոլորտ, իսկ շուկայում սկսվել է իրացվել հիմնականում էժան և ոչ որակյալ արտադրանք:

Գների իջեցման մրցավազքի պայմաններում ընկերությունները սկսել են պակասացնել մատնաքաշ հացի կշիռը: Հանձնաժողովի աշխատակիցների կողմից կատարած դիտանցումները ցույց են տվել, որ նախկին 320 գրամի փոխարեն այժմ փոքր մատնաքաշ հացի միջին կշիռը կազմում է 289.6 գրամ (տես՝ Աղյուսակ N 4):

Փոքր մասնաքաշ հացի կշիռի դիտարկման արդյունքները

Հ/Հ	Հաց արտադրող	Տեղեկակրի առկայություն	Նշված քաշը	Փաստացի քաշը	Տարբերություն	
					Գրան	%
1	Հայր և որդի Գասպարյաններ ՍՊԸ	+	300	293	-7	-2,3
2	Կառավայ ՍՊԸ	+	300	282	-18	-6,0
3	Էռմի ՓԲԸ	+	320	308	-12	-3,8
4	Միլենա ՍՊԸ	-	-	285	-	-
5	Կավս ՍՊԸ	-	-	293	-	-
6	Աղաբեկյան Սվետլանա ԱԶ	-	-	290	-	-
7	Գաբրիելյան Աշոտ ԱԶ	+	270	287	17	6,3
8	Յուրի Մարկետ ՍՊԸ	+	300	286	-14	-4,7
9	Ա. Մարգարյան ԱԶ	-	-	300	-	-
10	Մայրո Սարգսյան ԱԶ	-	-	293	-	-
11	Հայաստան ԱԿ	-	-	280	-	-
12	Նադեժդա ՍՊԸ	-	-	285	-	-
13	Մայակ ՍՊԸ	-	-	290	-	-
14	Սողոմոնյան Միեր ԱԶ	-	-	282	-	-
15	Գոռ Արմեն ՍՊԸ	-	-	296.5	-	-
	Միջինը		298	289,6	-8,4	-2,8

Պետք է նշել, որ օրենքներով կամ այլ իրավական ակտերով չի սահմանվում հացի կշռի չափը, ընկերությունները կարող են արտադրել իրենց նախընտրած տեսակի և կշռի հացամթերք: Սակայն, «Սննդամթերքի անվտանգության մասին» ԼՂՀ օրենքի համաձայն հացամթերքը պետք է իրացվի տեղեկակրի առկայությամբ, որտեղ նշվում է անհրաժեշտ տվյալներ այդ թվում՝ հացի կշիռը, որի շեղումը չպետք է գերազանցի 3 տոկոսը: Նշված տոկոսադրույքից բարձր շեղումը առաջացնում է անբարեխիղճ մրցակցային գործողություն, որի արդյունքում սպառողը մոլորեցվում է:

Ինչ վերաբերում է ընկերությունների կողմից արտադրվող մատնաքաշ հացի ինքնարժեքին և շահութաբերությանը, ապա Հանձնաժողովի կողմից կատարված վերլուծության արդյունքում կարող ենք նշել, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում 1 կգ մատնաքաշ հացի միջին ինքնարժեքը կազմել է 288.2 դրամ (մատնաքաշ հացի փաստացի միջինը 290գրամի դեպքում՝ 83.5 դրամ), իսկ շահութաբերությունը եղել է ցածր մակարդակի վրա՝ 8.4 տոկոս (2016 թվականին ոլորտում շահութաբերությունը տատանվել է 15-20 տոկոս), ինչն իր հերթին գործունեություն իրականացնելու տեսանկյունից ոլորտը դարձրել է պակաս գրավիչ (տես՝ Աղյուսակ N 3):

Աղյուսակ N 3

Ինքնարժեքի և շահութաբերության հաշվարկ

ԴԴ	Բաղադրիչի անվանում	Գումար	Տեսակարար կշիռ (%)
1	Ալյուր	158,4	55,0
2	Խմորիչ	6,9	2,4
3	Չեթ	3,7	1,3
4	Աղ	2,3	0,8
5	Բարեկավիչ	0,4	0,2
6	Աշխատավարձ	57,1	19,8
7	Էլ. Էներգիա	29,5	10,2
8	Գազ	13,5	4,7
9	Ջուր	0,6	0,2
10	Հարկեր	0,2	0,1
11	Իրացման ծախսեր	9,6	3,3
12	Կորուստ	0,9	0,3
13	Այլ ծախսեր	4,9	1,7
14	Ինքնարժեք 1կգ	288,2	100,0
15	Ինքնարժեք մատնաքաշ փաստացի 290գր	83,5	
16	Իրացման միջին գին	90,5	
17	Շահույթ	7,0	
18	Շահութաբերություն %	8.4	

Ուսումնասիրության ընթացքում պարզվել է նաև, որ 90 դրամ իրացման գնի պայմաններում ընկերությունները կուտակել են պարտքեր հիմնականում այլուր արտադրող ընկերություններին, որը նաև բացասական ազդեցություն է թողել այլուրի արտադրության բնագավառում:

Ստացվում է, որ 2016 թվականից սկսած ոլորտում առկա սուր մրցակցության և մրցակից ընկերությունների կողմից ոչ ճիշտ գնային քաղաքականության պատճառով հացի գնի նվազման արդյունքում տուժել է ոչ միայն հացամթերքի շրջանառության ոլորտի գրավչությունը, այլ նաև սպառողը՝ հացի կշռի նվազման և որակի իջեցման տեսանկյունից:

Նման, ոչ բարենպաստ միջավայրում որոշակի ժամանակահատված գործունեություն իրականացնելուց հետո 2018 թվականի վերջին ոլորտում գործող որոշ տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից փոքր մատնաքաշ հացի իրացման գինը 2 օրվա ընթացքում բարձրացվել, ապա իջեցվել է 10 դրամով: Նշվածը ցույց է տալիս նաև, որ ոլորտում առկա է հակամրցակցային համաձայնություն ձեռք բերելու ռիսկեր:

Եզրակացություն

Հացամթերքի շրջանառության բնագավառում ձևավորված ներկայիս իրավիճակի ուսումնասիրության արդյունքում կարող ենք եզրակացնել հետևյալը.

- Հացամթերքի շրջանառության ոլորտի աշխարագրական տարածքը ընդգրկում է Արցախի Հանրապետության տարածքը իսկ ապրանքատեսակային սահմանը՝ հացամթերքի ամբողջ տեսականին, որի 80 տոկոսից ավելին մատնաքաշ տեսակն է:

- 2018 թվականի ընթացքում հացամթերքի արտադրության և(կամ) իրացման բնագավառում գործել են 113 ընկերություններ, որոնց կոմից արտադրվել և(կամ) իրացվել է 5 214.4 տոննա հացամթերք:

- Հացամթերքի շրջանառության ոլորտը բավականին մրցակցային է և ունի ցածր կենտրոնացվածության աստիճան, որտեղ բացակայում են գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտներ, իսկ իրացման ցուցանիշներով առաջատար ընկերություններ են հանդիսացել «Էռմի» ՓԲԸ՝ 14.3 տոկոս, «Մայակ» ՍՊԸ՝ 13 տոկոս և «Հայր և որդի Գասպարյաններ» ՍՊԸ՝ 11.6 տոկոս:

- «Էոմի» ՓԲ ընկերության կառավարման ներքո գտնվող առևտրային ցանցը հացամթերքի մանրածախ առևտրի ոլորտում ունի իրացման պայմանների վրա ազդելու որոշակի հնարավորություն և հետևաբար գտնվում են Հանձնաժողովի կարգավորման տիրույթում:

- Հացամթերքի շրջանառության բնագավառում գործունեության իրականացման համար առաջնային խոչընդոտ հանդիսացող գործոններն են շուկայի հագեցվածությունը՝ 40.6 տոկոսով և համապատասխան որակավորում ունեցող աշխատուժի բացակայությունը՝ 36.1 տոկոսով:

- Չնայած հարցման պատասխանները ցույց են տվել, որ հացամթերքի շրջանառության ոլորտում արտադրության և իրացման վրա ազդող գործոնները Հանձնաժողովի կարգավորման տիրույթում չեն, սակայն, ներկայացրած որոշ խոչընդոտներ ուղղակիորեն ազդում են անհավասար մրցակցային դաշտի ձևավորման վրա:

- Հացամթերքի իրացման վրա առավել նշանակալից ազդեցություն են թողնում ապրանքի գինը՝ 40 տոկոսով, որակը՝ 36 տոկոսով, պահպանման պայմանները և ընկերության ճանաչվածությունը 12-ական տոկոսով:

- 2016-2019 թվականների ընթացքում 1 հատ փոքր մատնաքաշ հացի միջին գինը նվազել է 29 դրամով կամ 22.5 տոկոսով՝ նախկին 129 դրամի փոխարեն մանրածախ առևտրի ոլորտում այժմ իրացվում է 100 դրամով (ՀՀ-ում՝ 118 դրամ): Նվաճ ժամանակահատվածում տնտեսական պայմանների որևէ լուրջ փոփոխություն, որը կարող էր հանգեցնել նշված գնանկմանը, չի եղել:

- Կատարված վերլուծության արդյունքում կարող ենք նշել, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում 1 կգ մատնաքաշ հացի միջին ինքնարժեքը կազմել է 288.2 դրամ (մատնաքաշ 290գր՝ 83.5 դրամ), իսկ շահութաբերությունը եղել է ցածր մակարդակի վրա՝ 8.4 տոկոս:

- 2016 թվականից սկսած ոլորտում առկա սուր մրցակցության և մրցակից ընկերությունների կողմից ոչ ճիշտ գնային քաղաքականության պատճառով հացի գնի նվազման արդյունքում տուժել է ոչ միայն հացամթերքի շրջանառության ոլորտի զրավչությունը, այլ նաև սպառողը՝ հացի կշռի նվազման և որակի իջեցման տեսանկյունից:

- Ուսումնասիրության ընթացքում ձեռք բերված տեղեկությունները և որոշ ընկերությունների վարքագիծը վկայում են, որ ոլորտում առկա է հակամրցակցային համաձայնության և անբարեխիղճ մրցակցության դրսևորման ռիսկեր:

Կատարող՝ ԿՎՎԱՀՏՄՊ վարչության
տնտեսական մրցակցության պաշտպանության
բաժնի պետ Ս. Գրիգորյան
01.03.2019թ.