

კონკურენციის სააგენტოს თავმჯდომარის

ბრძანება №30/09-3

2014 წლის 30 სექტემბერი

ქ. თბილისი

ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების დამტკიცების თაობაზე

„კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის მე-2 პუნქტის 17¹ მუხლის მე-4 პუნქტისა და 34-ე მუხლის 6¹ პუნქტის საფუძველზე, ვბრძანებ:

მუხლი 1

დამტკიცდეს თანდართული „ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები“.

მუხლი 2

ბრძანება ამოქმედდეს 2014 წლის პირველი ოქტომბრიდან.

კონკურენციის სააგენტოს
თავმჯდომარე

გიორგი ბარაბაძე

ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები

თავი I

ზოგადი დებულებანი

მუხლი 1. ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებების მიზანი და გამოყენების სფერო

1. ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები (შემდგომში „მითითებები“) შემუშავებულია „კონკურენციის შესახებ“ საქართველოს კანონის (შემდგომში „კანონი“) საფუძველზე.
2. მითითებების მიზანია კონკურენციის კანონმდებლობით დარეგულირებული საკითხების შეფასების მეთოდური უზრუნველყოფა და გამოიყენება შემდეგ შემთხვევებში:

ა) სასაქონლო/მომსახურების ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეფასებისას;

ბ) შესაბამისი ბაზრის სტრუქტურის, კონცენტრაციის ხარისხის, დომინირებული მდგომარეობის მქონე ეკონომიკური აგენტის ხვედრითი წილის, ჯგუფური დომინირების განსაზღვრისა და საბაზრო ძალაუფლების შეფასებისას;

გ) კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტების განხილვისას;

დ) შეტყობინებას დაქვემდებარებული კონცენტრაციის შემთხვევების ან კანონის დარღვევით განხორციელებული კონცენტრაციის შემთხვევების საქმეთა განხილვისას;

ე) სსიპ - კონკურენციის სააგენტოს (შემდგომში „სააგენტო“) მიერ კანონით განსაზღვრული ღონისძიებების მონიტორინგისას, სასაქონლო ბაზრებზე ასეთი ღონისძიებების შედეგების გამოკვლევისა და შეფასებისათვის;

ვ) საქართველოს სასაქონლო ბაზარზე კონკურენციის დაცვის თაობაზე მიღებული ან მისაღები ნორმატიული აქტების, ასევე, ადმინისტრაციული ორგანოების მიერ ეკონომიკური აგენტების დახმარებებზე (სუბსიდირებაზე) მიღებული ან მისაღები გადაწყვეტილებების ან სამართლებრივი აქტების განხილვასას ან/და კანონით დადგენილ სხვა შემთხვევებში, რომლებიც მოითხოვენ სასაქონლო/მომსახურების ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს ანალიზსა და ეკონომიკური აგენტების მდგომარეობისან ქმედების შეფასებას.

მუხლი 2. ტერმინთა განმარტება

1. ამ მითითებების მიზნებისათვის აქ გამოყენებულ ტერმინებს აქვთ შემდეგი მნიშვნელობა:

ა) **ფექტური კონკურენცია** - საბაზრო სტრუქტურისა და ეკონომიკურ აგენტთა საბაზრო ქცევის ისეთი ოპტიმალური კომბინაცია, როდესაც ბაზრის შედეგიანობა შესაძლებლად მაღალ მაჩვენებლს უტოლდება;



ბ) სასაქონლო ან მომსახურების ბაზრის მნიშვნელოვანი ნაწილი - ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსის შესაბამისად განსაზღვრული არანაკლებ ერთი მუნიციპალიტეტით შემოსაზღვრული გეოგრაფიული ბაზარი;

გ) ჰორიზონტალური კონცენტრაცია - ერთსა და იმავე შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტთა (კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტთა) კონცენტრაცია;

დ) არაჰორიზონტალური კონცენტრაცია - სხვადასხვა შესაბამის ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტთა კონცენტრაცია, რომელიც შეიძლება იყოს ვერტიკალური, ან კონგლომერატული;

ე) კონგლომერატული კონცენტრაცია - ისეთი ეკონომიკური აგენტების შერწყმა, რომლებიც არც ვერტიკალურ და არც ჰორიზონტალურ დამოკიდებულებაში არ არიან ერთმანეთთან;

ვ) ვერტიკალური კონცენტრაცია - ისეთი ეკონომიკური აგენტების შერწყმა, რომლებიც მოქმედებენ მიწოდების ჯაჭვის სხვადასხვა დონეზე;

ზ) მომხმარებელი - პირი, რომელიც პირადი მოხმარების ან სამეწარმეო მიზნებისათვის იძენს პროდუქციას/მომსახურებას;

თ) საქონელი - ყველაფერი, რამაც შეიძლება დააკმაყოფილოს საჭიროება ან/და მოთხოვნილება და შემოთავაზებულია ბაზარზე შეძენის, გამოყენების, ყურადღების მიქცევის ან მოხმარების მიზნით, ფიზიკური ობიექტების, მომსახურების, პირების, ადგილის, ორგანიზაციებისა და იდეების ჩათვლით;

ი) შესაბამისი ბაზრის ანალიზი - კანონით დადგენილ შემთხვევაში, სააგენტოს მიერ შესაბამისი სასაქონლო ბაზრის განსაზღვრა, სასაქონლო ბაზრის სტრუქტურის, კონცენტრაციის ხარისხის, დომინირებული მდგომარეობის, ჯგუფური დომინირებისა და კანონით განსაზღვრული ანტიკონკურენციული ქმედების გამოვლენა და შეფასება;

კ) შესაბამისი ბაზრის მონიტორინგი - სააგენტოს მიერ შესაბამისი სასაქონლო ბაზრის ანალიზი/შეფასება, ბაზრის სტრუქტურის, საბაზრო კონცენტრაციის, საბაზრო ძალაუფლების, ბაზრის ბარიერების დადგენა ან/და კანონით გათვალისწინებული სხვა მდგომარეობის განსაზღვრა, შეფასების ცალკეული ნიშნის/ნიშნების მიხედვით.

ლ) ჰერფინდალ ჰერშმანის (HHI) ინდექსი - ბაზრის კონცენტრაციის ინდექსი, რომელიც შეადგენს შესაბამის ბაზარზე ყველა ეკონომიკური აგენტის წილთა კვადრატების ჯამს.

2. მითითებებში გამოყენებულ სხვა ტერმინებს აქვს კანონით განსაზღვრული მნიშვნელობა.

მუხლი 3. შესაბამისი ბაზრის ანალიზის პრინციპები

1. ბაზრის ანალიზისას სააგენტო ხელმძღვანელობს **ობიექტურობის პრინციპზე** დაყრდნობით და მხოლოდ ობიექტური გარემოებებიდან გამომდინარე, რომლებიც გამოვლინდებიან კონკრეტულ ბაზარზე.

2. მუშაობის პროცესში სააგენტო ეყრდნობა **ინკვიზიციურობის პრინციპს** და საქმის გარემოებებიდან გამომდინარე, ასევე, იკვლევს ბაზრის იმ სეგმენტებს ან ისეთ დეტალებს, რომელიც შესაძლოა არ იყოს მოთხოვნილი დაინტერესებული პირის შესაბამისი განაცხადით, ან პირდაპირ და უშუალო კავშირში არ არის უკვე არსებულ მოცემულობებთან.

3. კვლევისას მოქმედებს **მრავალმხრივი გამოკვლევის პრინციპი**, რომელიც გულისხმობს ბაზრის კვლევის ერთზე მეტი მეთოდის გამოყენებას, რათა თავიდან იქნეს აცილებული არაამომწურავი ან/და ცალმხრივი შეფასება.

4. **ფუნქციონალური ანალოგიის პრინციპი** – სააგენტოს მიერ სხვადასხვა ბაზრის შესაბამისი სეგმენტების კონკურენტულობის კვლევისა და ანალიზის ჩატარებისას, ფუნქციურად ანალოგიური კრიტერიუმები და ანალიზური ფაქტორები მსგავს შემთხვევებში გამოყენებული უნდა იქნეს ერთგვაროვანად;

5. **აუცილებლობის, ეფექტურობისა და თანაზომიერების** პრინციპების შესაბამისად, კვლევისას შესრულდება მხოლოდ ის სამუშაო, რომელიც მიმართულია და აუცილებელია კვლევის მიზნის მისაღწევად და ამავედროულად, რომლის მასშტაბები და ხასიათი შეესაბამება ამ მიზანს.

მუხლი 4. შესაბამისი ბაზრის ანალიზის ეტაპები

1. სააგენტოს მიერ განხორციელებული ბაზრის ანალიზი მოიცავს შესაბამისი ბაზრის იდენტიფიცირებისა და



ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეფასების ეტაპებს.

2. სააგენტო შესაბამისი ბაზრის ანალიზის ორივე ეტაპზე იყენებს ამ მითითებების შესაბამისად დადგენილ პარამეტრებს.

მუხლი 5. ბაზრის ანალიზის პარამეტრები

1. შესაბამისი ბაზრის იდენტიფიცირება უნდა მოხდეს შემდეგი პარამეტრების გამოყენებით:

ა) სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის პროდუქციული საზღვრები;

ბ) სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები;

გ) სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის დროითი ჩარჩოები.

2. ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული პარამეტრების საფუძველზე განსაზღვრულ შესაბამის ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეფასებისას სააგენტო ითვალისწინებს შემდეგ პარამეტრებს:

ა) შესაბამის ბაზარზე მოქმედი სუბიექტები;

ბ) შესაბამისი ბაზრის მოცულობა და ეკონომიკურ აგენტებზე წილობრივი გადანაწილება;

გ) შესაბამისი ბაზრის კონცენტრაციის დონე;

დ) შესაბამის ბაზარზე შესვლის ბარიერები;

ე) ეკონომიკურ აგენტთა საბაზრო ძალა;

ვ) დამატებითი პარამეტრები, რომელთა გათვალისწინებას აუცილებლად ჩათვლის სააგენტო.

3. ამ მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტებით განსაზღვრული პარამეტრების განხილვის საფუძველზე ხდება შესაბამისი ბაზრისა და მასზე არსებული კონკურენტული გარემოს საბოლოო შეფასება.

მუხლი 6. ბაზრის ანალიზისთვის საჭირო ინფორმაციის წყაროები

სააგენტოს უფლება აქვს ბაზრის ანალიზისთვის საჭირო ინფორმაცია მოიპოვოს ინფორმაციის მოპოვების კანონიერების პრინციპის გათვალისწინებით.

თავი II

შესაბამისი ბაზრის იდენტიფიცირება

მუხლი 7. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრები

1. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციულ საზღვრებში ექცევა ყველა პროდუქტი ან მომსახურება, რომელიც შეიძლება ჩაითვალოს ურთიერთჩანაცვლებადად ამ პროდუქტის/მომსახურების მახასიათებლებიდან, ფასებიდან და მათი გამოყენების მიზნებიდან გამომდინარე. საქონლის პროდუქციული, ტერიტორიული საზღვრები დადგინდება ურთიერთჩანაცვლებადობის ხარისხის გათვალისწინებით.

2. შესაბამისი ბაზრის პროდუქციული საზღვრების დადგენისას ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული ურთიერთჩანაცვლებადობის კრიტერიუმები განხილულ უნდა იქნეს, როგორც მომხმარებლის, ასევე, მიმწოდებლის/მწარმოებლის თვალსაზრისით. აღნიშნული მიდგომა გამოიყენება შესაბამისი ბაზრის შეფასებისას, როგორც ბაზრის სტრუქტურის, საბაზრო ძალაუფლების, ისე, ანტიკონკურენციული ქმედების დადგენის შემთხვევაში.

მუხლი 8. პროდუქციული საზღვრების დადგენა მომხმარებლის თვალსაზრისით

1. მომხმარებლის თვალსაზრისით, პროდუქციული საზღვრების განსაზღვრისას ურთიერთჩანაცვლების კრიტერიუმს წარმოადგენს მომხმარებლის არჩევანის განმსაზღვრელი პროდუქციული მახასიათებლები.

2. მომხმარებლის არჩევანის განმსაზღვრელი პროდუქციული მახასიათებლებს წარმოადგენს სამომხმარებლო თვისებები, სიახლის დონე, მომხმარებლის მიერ პროდუქტის მოხმარების (ექსპლუატაციის) პირობები, რეალიზაციის პირობები, შედარებითი ფასების დონე, ასევე, სხვა ნებისმიერი ისეთი მახასიათებელი, რომელიც შესაძლოა შესაბამისი იყოს მომხმარებლის არჩევანის განსაზღვრის პროცესში.

3. მომხმარებლის არჩევანის განმსაზღვრელი პროდუქციული მახასიათებლები დგინდება სოციოლოგიური გამოკითხვების, ექსპერტთა დასკვნის, მომხმარებელთა ქცევაზე სოციოლოგიური დაკვირვების, ცდების ან სხვა ისეთი მეთოდების გამოყენებით, რომელიც იძლევა ამ მახასიათებლების განსაზღვრის საშუალებას და ამავდროულად არ ეწინააღმდეგება კანონმდებლობასა და ამ მითითებებით განსაზღვრულ ბაზრის ანალიზის პრინციპებს.



4. ურთიერთჩანაცვლების კრიტერიუმში შესაძლოა განისაზღვროს ფასების ჯვარედინი ელასტიკურობის მაჩვენებლით, რომელიც გულისხმობს პროდუქტთა ფასების ცვლილებებით გამოწვეულ მოთხოვნის ცვლილებას და განისაზღვრება შედარებითი შეფასების საშუალებით.

მუხლი 9. პროდუქციული საზღვრების დადგენა მწარმოებლის/მიმწოდებლის თვალსაზრისით

1. მწარმოებლის/მიმწოდებლის თვალსაზრისით, პროდუქციული საზღვრების დადგენისას ურთიერთჩანაცვლების კრიტერიუმს წარმოადგენს ერთი განსახილველი პროდუქტის წარმოებიდან მეორის წარმოებაზე გადასვლის სიმარტივის ხარისხი, რომლის შემოწმების დროსაც გათვალისწინებული უნდა იყოს, როგორც მოქმედი, ასევე, თავისუფალი საწარმოო სიმძლავრეები.

2. მწარმოებლის/მიმწოდებლის თვალსაზრისით, პროდუქტთა ურთიერთჩანაცვლებადობის კრიტერიუმში შესაძლებელია დადგინდეს დაკვირვებით/ობსერვაციით, ექსპერტის დასკვნის საფუძველზე, ექსპერიმენტით ან ადგილზე შემოწმებით. ასევე, სხვა ისეთი წყაროების გამოყენებით, რომელიც არ ეწინააღმდეგება საქართველოს კანონმდებლობასა და ამ მითითებებით განსაზღვრულ ბაზრის ანალიზის პრინციპებს.

მუხლი 10. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები

სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები წარმოადგენს ტერიტორიას, რომელზეც შერჩეული ჯგუფის მყიდველები იძენენ ან აქვთ ეკონომიკური, ტექნიკური და სხვა სახის შესაძლებლობები შეიძინონ განსახილველი საქონელი/მომსახურება.

მუხლი 11. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრების დადგენა

1. შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრების დადგენისას სააგენტო ითვალისწინებს:

ა) განსაზღვრულ/განსასაზღვრ ტერიტორიებზე საქონლის მიწოდებისა და მოთხოვნის, თავისუფალი გადაადგილების/გადატანის შესაძლებლობას;

ბ) განსაზღვრული/განსასაზღვრი ტერიტორიის განსაკუთრებულობებსა და თავისებურებებს (მათ შორის, ბუნებრივ-კლიმატური, სოციალურ-ეკონომიკური და პოლიტიკური პირობების სპეციფიკურობა, მოთხოვნისა და მომხმარებელთა ქცევის თავისებურებები, საქმიანი ურთიერთობების წესებისა და ჩვევების განსაკუთრებულობა);

გ) შესაბამის გეოგრაფიულ ბაზარში შემავალ ტერიტორიებზე პროდუქტის ფასების ერთგვაროვნებას.

2. თუ ფასების ერთგვაროვნების დადგენისას გამოვლინდა, რომ გეოგრაფიულ სივრცეში საქონლის/მომსახურების ფასი 10%-ზე მეტად აღემატება კვლევის მიზნის ფარგლებში განსაზღვრული სასაქონლო ბაზრის საშუალო შეწონილ ფასს, მაშინ ასეთი გეოგრაფიული სივრცის ბაზრები არ შეიძლება ჩაითვალოს ერთგვაროვნად.

3. ამ მუხლის მე-2 პუნქტით განსაზღვრულ გარემოებათა მიუხედავად თუ კვლევებით დადგინდა, რომ მომხმარებლები ერთ რეგიონში რეალიზებად პროდუქტს თვლიან იმ საქონლის/მომსახურების ჩანაცვლებად, რომელიც იყიდება მეორე რეგიონში, მაშინ ეს რეგიონები გახილულ უნდა იქნას, როგორც მოცემული პროდუქტის ერთიანი გეოგრაფიული ბაზარი.

4. ეკონომიკის რეგულირებად სფეროებში ბუნებრივი მონოპოლიების საბაზრო პირობებში სასაქონლო/მომსახურების ბაზრის გეოგრაფიული საზღვრები დგინდება ტექნოლოგიური ინფრასტრუქტურის (ქსელების) განლაგებისა და მყიდველების ინფრასტრუქტურაზე ხელმისაწვდომობის /ქსელებზე მიერთების/ შესაძლებლობების გათვალისწინებით.

მუხლი 12. შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩო

1. შესადარებელი საქონლის/მომსახურებათა პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების თანხვედრის შემთხვევაში დიფერენცირების კრიტერიუმს წარმოადგენს დროითი ჩარჩო.

2. შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩო წარმოადგენს დროის იმ პერიოდს, რომლის განმავლობაშიც ფუნქციონირებს ბაზარი კონკრეტული პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების პირობებში.

3. შესაბამისი ბაზარი იდენტიფიცირებულად ითვლება იმ შემთხვევაში თუ პროდუქციულ საზღვრებთან ერთად განსაზღვრულია მისი გეოგრაფიული გავრცელების არეალი და დრო, რომლის განმავლობაშიც ბაზარი ფუნქციონირებს და დაკვირვების ობიექტს წარმოადგენს.

4. სხვადასხვა სეზონზე მოქმედი ერთნაირი პროდუქციული და გეოგრაფიული საზღვრების მქონე ბაზრები წარმოადგენენ სხვადასხვა ბაზრებს.



5. სეზონს წარმოადგენს დროის ნებისმიერი ურთიერთმონაცვლე პერიოდი, რომელთა მონაცვლეობის სრული ციკლი არ აღემატება ორ წელიწადს და მეორდება მინიმუმ ორჯერ.

მუხლი 13. შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩოების დადგენა

1. შესაბამისი ბაზრის დროითი ჩარჩოების დადგენა ხდება ბაზრის დაკვირვების ან მასზე დაფიქსირებული ოფიციალური, მოძიებული ან წარმოდგენილი მასალის საფუძველზე, მონიტორინგის ან მოკვლევის მიზანშეწონილობიდან გამომდინარე.
2. დროითი ჩარჩოების დადგენა, ასევე, შესაძლებელია განხორციელდეს ექსპერტთა დასკვნის, ბაზრის სუბიექტთა ინტერვიუების ან სხვა შესაბამისი მეთოდის გამოყენებით.

თავი III

ბაზარზე კონკურენციის მდგომარეობის შეფასება

მუხლი 14. შესაბამის ბაზარზე მოქმედი სუბიექტები და მათი გამოვლენა

1. შესაბამის ბაზარზე მოქმედ სუბიექტს წარმოადგენს მიმწოდებელი და მომხმარებელი.
2. შესაბამის ბაზარზე მოქმედ სუბიექტთა გამოვლენა გულისხმობს მათი ჯგუფების იდენტიფიკაციას.
3. მომხმარებელთა ჯგუფის იდენტიფიკაცია გულისხმობს შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ყველა ისეთი მომხმარებლის იდენტიფიკაციას, რომელთაგან თითოეულს შეუძლია მიიღოს საკვლევი პროდუქტი ან მომსახურება ნებისმიერი მიმწოდებლისგან, რომელიც მოქმედებს შესაბამის ბაზარზე.
4. მიმწოდებელთა ჯგუფის იდენტიფიკაცია გულისხმობს ყველა ისეთი მიმწოდებლის გამოვლენას, რომელიც მოქმედებს შესაბამის ბაზარზე და შეუძლია მომხმარებელს მიაწოდოს საქონელი ურთიერთჩანაცვლებადობის საფუძველზე.
5. შესაბამის ბაზარზე მოქმედ სუბიექტთა გამოვლენა ხდება სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით, გამოკითხვებით, ბაზარზე ჩატარებული დაკვირვებით ან სხვა საშუალებებით.

მუხლი 15. შესაბამისი ბაზრის მოცულობის განსაზღვრა

1. ბაზრის მოცულობა წარმოადგენს დროის განსაზღვრულ პერიოდში ბაზარზე მიწოდებული საქონლის/მომსახურების რეალიზაციის მოცულობას.
2. შესაბამისი ბაზრის მოცულობა განისაზღვრება ამ ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტების მიერ რეალიზებული საქონლის/მომსახურების მოცულობათა ჯამით. დაუშვებელია ერთი და იმავე საქონლის/მომსახურების განმეორებითი აღრიცხვა.
3. ქვეყნის შესაბამისი სასაქონლო ბაზრის მოცულობა განისაზღვრება ქვეყანაში წარმოებული, ქვეყნიდან ექსპორტირებული და იმპორტირებული საქონლის მოცულობების გათვალისწინებით და იანგარიშება შემდეგი მეთოდით:

$$V_m = V_p + V_{im} - V_{ex}, \text{ სადაც}$$

V_m – ბაზრის მოცულობა;

V_p – შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიულ საზღვრებში წარმოებული საქონლის/მომსახურების მოცულობა, რომელიც არ მოიცავს ეკონომიკური აგენტის მარაგებს და მის მიერ წარმოებული საქონლის/მომსახურების იმ მოცულობას, რომელიც გამოყენებულია საკუთარი წარმოებისათვის.

V_{im} – საქონლის იმპორტის/შეზიდვების მოცულობა შესაბამისი ბაზრის გეოგრაფიულ საზღვრებში;

V_{ex} – განსაზღვრული საქონლის ექსპორტის/გაზიდვების მოცულობა შესაბამისი სასაქონლო ბაზრიდან.

4. ბაზრის მოცულობის განსაზღვრისას გათვალისწინებული უნდა იქნეს ეკონომიკური აგენტების ამონაგების, შეტანილი და გამოტანილი საქონლის, ადგილზე წარმოების მოცულობა, საწარმოო სიმძლავრეები, რესურსების მარაგები, საქონელბრუნვის მოცულობა, ფინანსური და არაფინანსური აქტივები და სხვა სპეციფიკური მაჩვენებლები.

მუხლი 16. შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის წილის განსაზღვრა



1. შესაბამის ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის (მიმწოდებლის) წილი გაიანგარიშება პროცენტებში, სასაქონლო ბაზრის მოცულობასთან შეფარდებით.
2. სასაქონლო ბაზრის შეფასებისას, შესაძლოა გათვალისწინებულ იქნეს პოტენციური მიმწოდებლები, რომლებსაც უმნიშვნელო ტექნიკური გადაიარაღების ან ფიზიკური კაპიტალის დამატებით შეუძლიათ საქონლის ან მომსახურების მიწოდება.
3. თუ ბაზრის ანალიზი ტარდება კონკურენციის კანონმდებლობის დარღვევის ფაქტის გამო, მაშინ წილი გამოითვლება ბაზრის ფაქტობრივად ჩამოყალიბებული სტრუქტურის მიხედვით (პოტენციური მიმწოდებლის გათვალისწინებლად).
4. სასაქონლო ბაზარზე საბაზრო ძალაუფლების შეფასების, გრძელვადიან პერიოდში გონივრულ ფარგლებზე მეტად მაღალი რენტაბელობის ან საექვო ფასწარმოქმნის არსებობის, სასაქონლო ბაზარზე ბარიერების შეფასების აუცილებლობის შემთხვევაში, ბაზრის შეფასება განხორციელდება პოტენციური ეკონომიკური აგენტის დაშვების, საქონლის წარმოებისა და რეალიზაციის მისაღები ან გონივრული დანახარჯების შეფასებისა და ექსპერტიზის საფუძველზე.
5. წარმოებისა და რეალიზაციის ფასწარმოქმნის ფაქტორების ანალიზი განხორციელდება დამატებით ექსპერტების ჩართვის, ფართო განხილვის, ეკონომიკის აკადემიური ლიტერატურისა და პრაქტიკაში გამოყენებული შეფასების საუკეთესო გამოცდილებიდან გამომდინარე.

მუხლი 17. ბაზრის მოცულობისა და ეკონომიკური აგენტის წილის განსაზღვრა საფინანსო ბაზრებზე

1. სხვადასხვა მიმართულების ბიზნეს საქმიანობათა სასაქონლო ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს შეფასებაში, აუცილებლობის შემთხვევაში, როგორც ქვეყნის კანონმდებლობით, ასევე, პრაქტიკაში გამოყენებული შეფასების საუკეთესო გამოცდილებიდან გამომდინარე, სააგენტო, როგორც სასაქონლო ბაზრებზე კონკურენტული გარემოს ან ანტიკონკურენციული ქმედების დამდგენი ადმინისტრაციული ორგანო, მონაწილეობს შესაბამისი კომპეტენციის ფარგლებში, კანონის 30-ე და 31-ე მუხლების შესაბამისად.
2. საფინანსო ბაზრის მოცულობის და ამ ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური აგენტის წილის განსაზღვრა ხორციელდება იგივე პრინციპით, რომელიც გამოიყენება სასაქონლო/მომსახურების ბაზარზე.
3. საკრედიტო რესურსების ბაზარზე, ბაზრის მოცულობა განისაზღვრება, შესაბამის ბაზარზე მოქმედი კომერციული ბანკებისა და არასაბანკო საკრედიტო კავშირების საკრედიტო აქტივების ჯამით, ხოლო საბანკო სფეროს მიერ გაწეული მომსახურების შეფასება დგინდება მომსახურების სახეების სფეციფიკურობის გათვალისწინებით.
4. სადაზღვევო მომსახურების ბაზრის მოცულობა განისაზღვრება შესაბამის ბაზარზე მოქმედი ყველა სადაზღვევო კომპანიის სადაზღვევო შენატანების ჯამით.
5. საკრედიტო რესურსების ბაზარზე კომერციული ბანკის წილის ოდენობა განისაზღვრება ბანკის აქტივების შეფარდებით ბაზრის მოცულობასთან.
6. სადაზღვევო მომსახურების ბაზარზე სადაზღვევო კომპანიის წილის ოდენობა განისაზღვრება სადაზღვევო შენატანების სიდიდის შეფარდებით ბაზრის მოცულობასთან.

მუხლი 18. შესაბამისი ბაზრის კონცენტრაციის დონე

1. სასაქონლო ბაზრის კონცენტრაციის დონე წარმოადგენს ბაზრის ხარიხობრივ მახასიათებელს და აფასებს ეკონომიკური აგენტების წილების ურთიერთთანაფარდობასა და მათი განაწილების სიმჭიდროვეს ბაზარზე.
2. შესაბამისი სასაქონლო ბაზრის კონცენტრაციის დონის გამოსათვლელად გამოიყენება ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსი (დანართი №1).
3. სასაქონლო ბაზარზე ჯგუფური დომინირების განსაზღვრისას, ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსთან ერთად გამოიყენება ლინდის ინდექსი (დანართი №2).
4. საჭიროების შემთხვევაში, სასაქონლო ბაზრის შეფასებისას შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს პრაქტიკაში ფართოდ გამოყენებადი სხვა ანალოგიური მაჩვენებლები.
5. ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსის საფუძველზე სასაქონლო ბაზრები კონცენტრაციის დონეების მიხედვით ფასდება- დაბალკონცენტრირებულ, ზომიერად კონცენტრირებულ და მაღალკონცენტრირებულ სასაქონლო ბაზრებად:

ა) დაბალკონცენტრირებული - $HHI < 1250$;



ბ) ზომიერად კონცენტრირებული - $1250 < HHI < 2250$;

გ) მაღალკონცენტრირებული - $HHI > 2250$.

მუხლი 19. კანონის მე-11 მუხლის შესაბამისად განსაზღვრული კონცენტრაციის თავსებადობის შეფასება კონკურენტულ გარემოსთან

1. კონცენტრაცია, რომელიც არსებითად არ ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას საქართველოს ან მისი მნიშვნელოვანი ნაწილის სასაქონლო ან მომსახურების ბაზარზე და რომლის შედეგია დომინირებული მდგომარეობის მოპოვება ან გაძლიერება, თავსებადია ნორმალურ კონკურენტულ გარემოსთან.

2. კონცენტრაცია, რომელიც არსებითად ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას საქართველოს ან მისი მნიშვნელოვანი ნაწილის სასაქონლო ან მომსახურების ბაზარზე და რომლის შედეგია დომინირებული მდგომარეობის მოპოვება ან გაძლიერება, დაუშვებელია.

3. იმის დასადგენად კონცენტრაცია ზღუდავს თუ არა ეფექტიან კონკურენციას, სააგენტო აფასებს ბაზრის შედეგიანობას, როგორც საბაზრო სტრუქტურისა და ეკონომიკურ აგენტთა საბაზრო ქცევის შედეგს, შემდეგი სახის ინდიკატორების საფუძველზე:

ა) ფასების სიმცირე;

ბ) მოგების სიდიდე;

გ) მიღებული პროდუქციის ხარისხი;

დ) წარმოებისა და გაყიდვის ხარჯების შემცირება;

ე) ტექნიკური პროგრესი.

მუხლი 20. ჰორიზონტალური კონცენტრაციის შეფასების კრიტერიუმები

1. თუ კონცენტრაციის შედეგად საქართველოს ან მის მნიშვნელოვან ნაწილში ეკონომიკური აგენტის ერთობლივი საბაზრო წილი არ აღემატება 25%-ს, ასეთი კონცენტრაცია არსებითად არ ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას.

2. თუ ერთსა და იმავე ბაზარზე (ერთი და იგივე საქონლის/მომსახურების მწარმოებელი) მოქმედ ეკონომიკურ აგენტთა კონცენტრაციის შედეგად ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსი არ აღემატება 1250-ს, ასეთი კონცენტრაცია არ იწვევს ეფექტიანი კონკურენციის არსებით შეზღუდვას.

3. თუ ერთსა და იმავე ბაზარზე (ერთი და იგივე საქონლის/მომსახურების მწარმოებელი) მოქმედ ეკონომიკურ აგენტთა კონცენტრაციის შედეგად ჰერფინდალ - ჰირშმანის ინდექსი 1250-დან 2250-მდეა და მისი ცვლილება არ აღემატება 250-ს ან ჰერფინდალ - ჰირშმანის ინდექსი მეტია 2250-ზე და მისი ცვლილება ნაკლებია 150-ზე, მაშინ ასეთი კონცენტრაცია არ იწვევს ეფექტიანი კონკურენციის არსებით შეზღუდვას, გარდა იმ შემთხვევებისა თუ:

ა) კონცენტრაციაში მონაწილეობს პოტენციური კონკურენტი ან ბაზრის მცირე წილის მქონე ეკონომიკური აგენტი, რომელიც შერწყმამდე ცოტა ხნით ადრე შემოვიდა ბაზარზე;

ბ) კონცენტრაციაში მონაწილე ეკონომიკურ აგენტთა ინოვაციური პოტენციალი შერწყმის მომენტისათვის მოცემული ბაზრის სტრუქტურაში ასახული არ არის;

გ) სახეზეა ბაზრის მონაწილე სუბიექტებს შორის ჯვარედინი თანამონაწილეობა, რაც გულისხმობს ერთმანეთის წილების ფლობას და ხელმძღვანელი პირების მიმოცვლას;

დ) კონცენტრაციაში მონაწილე ერთ-ერთი ეკონომიკური აგენტის საბაზრო წილი მინიმუმ 50%-ია;

ე) სახეზეა ბაზრის მონაწილეთა შორის წარსულში არსებული არაერთჯერადი ხასიათის შეთანხმებული მოქმედებების ან სხვა ურთიერთხელშეწყობის ნიშნები;

ვ) კონცენტრაციაში მონაწილეობს ეკონომიკური აგენტი, რომელიც საბაზრო სტრუქტურაში მისი პოზიციის გათვალისწინებით, ხელს უშლიდა ან უშლის ბაზრის დანარჩენ სუბიექტებს შორის კოორდინირებული მოქმედებების განხორციელებას ან ასეთი მოქმედებების ხარისხის გაზრდას.



ზ) სხვა ისეთი მოცემულობა ბაზარზე, რომლის არსებობა მიუხედავად საბაზრო სტრუქტურისა და ეკონომიკურ აგენტთა წილების მაჩვენებლებისა, მიუთითებს იმაზე, რომ კონცენტრაცია შეიძლება იწვევდეს ეფექტიანი კონკურენციის არსებით შეზღუდვას.

მუხლი 21. არაჰორიზონტალური კონცენტრაციის შეფასების კრიტერიუმები

თუ არაჰორიზონტალური კონცენტრაციის შედეგად შექმნილი ეკონომიკური აგენტი თითოეულ შესაბამის ბაზარზე, რომელზეც ის მოქმედებს არ მიიღებს 30%-ზე მეტ საბაზრო წილს და თითოეულ ასეთ ბაზარზე ჰერფინდალ - ჰირშმანის ინდექსი ნაკლებია 2250-ზე, ასეთი კონცენტრაცია არსებითად არ ზღუდავს ეფექტიან კონკურენციას, გარდა იმ შემთხვევებისა თუ:

ა) საბაზრო ძალის ან ინოვაციური პოტენციალის გამო მოსალოდნელია კონცენტრაციაში მონაწილე ეკონომიკურ აგენტთა წილის მნიშვნელოვანი ზრდა.

ბ) ბაზრის მონაწილეთა შორის არსებობს მნიშვნელოვანი ჯვარედინი თანამონაწილეობა, რაც გულისხმობს ბაზრის მონაწილე ეკონომიკური აგენტების მიერ ერთმანეთის წილების ფლობას, ასევე, ხელმძღვანელი პირების მიმოცვლას;

გ) სახეზეა ბაზრის მონაწილეთა შორის წარსულში არსებული არაერთჯერადი ხასიათის შეთანხმებული მოქმედებების ან სხვა ურთიერთხელშეწყობის ნიშნები;

ვ) კონცენტრაციაში მონაწილეობს ეკონომიკური აგენტი, რომელიც საბაზრო სტრუქტურაში მისი პოზიციის გათვალისწინებით, მაღალი ალბათობით ხელს უშლიდა ან მომავლში შეუშლის ხელს ბაზრის დანარჩენ სუბიექტებს შორის კოორდინირებული მოქმედებების განხორციელებას ან ასეთი მოქმედებების ხარისხის გაზრდას.

მუხლი 22. შესაბამის სასაქონლო ბაზარზე შესვლის ბარიერები

1. შესაბამის სასაქონლო ბაზარზე შესვლის ბარიერების ანალიზი მოიცავს ბაზრის სტრუქტურის ხარისხობრივი მაჩვენებლების შეფასებას, რომლის ფარგლებშიც სააგენტო იკვლევს:

ა) ბაზარზე შესვლის, გაფართოების დაბაზრიდან გამოსვლის ბარიერების არსებობას/არარსებობას პოტენციური კონკურენტებისათვის და მათი დაძლევის სიმარტივეს/სიმძნელეს;

ბ) ბარიერების გადალახვის შესაძლო დანახარჯებსა და ვადებს;

გ) პოტენციური მიმწოდებლის ფაქტობრივ შესაძლებლობას, გახდნენ მოცემული ბაზრის მონაწილეები;

დ) შესაბამის ბაზარზე უკვე მოქმედი ეკონომიკური აგენტების შესაძლებლობას, გააფართოონ ეკონომიკური საქმიანობის მასშტაბები;

ე) საერთაშორისო ვაჭრობისათვის ბაზარზე შეღწევადობას.

2. პოტენციურ კონკურენტებად (მიმწოდებლებად) შეიძლება ჩაითვალოს:

ა) ეკონომიკური აგენტები, რომლებსაც გააჩნიათ მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, კადრები და ტექნოლოგიები აღნიშნული პროდუქტის დასამზადებლად, მაგრამ სხვადასხვა მიზეზების გამო ვერ (არ) იყენებენ ამ შესაძლებლობებს;

ბ) ეკონომიკური აგენტები, რომლებიც ამზადებენ შესაბამის პროდუქტს, მაგრამ არ ახდენენ მის რეალიზაციას/მიწოდებას გამოსაკვლევი ბაზრის ტერიტორიაზე;

გ) ახალი ეკონომიკური აგენტები.

3. ამ მუხლის პირველი პუნქტით განსაზღვრული მაჩვენებლების გამოყენებისას სააგენტო შეისწავლის ბაზარზე არსებული ტექნიკური, ფინანსური, ინსტიტუციონალური ბარიერების არსებობის შესაძლებლობას.

4. ფინანსურ-ტექნიკური ბარიერების შესწავლის ფარგლებში განიხილება:

ა) თავდაპირველი მნიშვნელოვანი კაპიტალდაბანდებების განხორციელების აუცილებლობა;

ბ) პოტენციური მიმწოდებლებისთვის ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობის შეზღუდულობა და დამატებითი ფინანსების მოსაზიდად მაღალი დანახარჯები ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებთან შედარებით;



გ) ეკონომიკური საქმიანობის შეწყვეტის შემთხვევაში ბაზრიდან გასვლის დანაკარგები, მათ შორის აუნაზღაურებელი ინვესტიციები;

დ) რესურსებზე წვდომისთვის და ინტელექტუალური საკუთრების უფლების მოსაპოვებლად, რეკლამაზე და საჭირო ინფორმაციის მიღებაზე მაღალი დანახარჯები

ე) სატრანსპორტო შეზღუდვები;

ვ) მასშტაბის ეკონომიის მისაღწევად ეკონომიკურად გამართლებული მინიმალური წარმოების მოცულობის აუცილებლობა ერთეულ პროდუქტზე მაღალი დანახარჯების შესამცირებლად;

ზ) ბაზარზე მოქმედი ეკონომიკური სუბიექტების უპირატესობა ბაზრის პოტენციურ მონაწილეებთან შედარებით ერთეულ პროდუქტზე დანახარჯებით, მოთხოვნის დონით და მყიდველებთან გრძელვადიანი ხელშეკრულებების გაფორმებით;

თ) ფინანსურ-ტექნიკური ხასიათის სხვა ბარიერები.

5. ინსტიტუციონალური ბარიერების შესწავლის ფარგლებში განიხილება:

ა) ეკონომიკურ აგენტთა რეგისტრაციის სირთულე;

ბ) ადმინისტრაციულ ორგანოთა გადაწყვეტილება პროდუქტის ექსპორტ/იმპორტის შეზღუდვასთან დაკავშირებით;

გ) შესაბამის სასაქონლო/მომსახურების ბაზარს მიკუთვნებული საქმიანობის სამართლებრივი რეგულაციების ზემოქმედება, საჭიროება და გონივრულობის შეფასება;

დ) მიწის ნაკვეთების, ან საწარმოო ნაგებობების გამოყოფასთან დაკავშირებული წინააღმდეგობები;

ე) საბაზრო ინფრასტრუქტურის განვითარების ხარისხი;

ვ) ინსტიტუციონალური ხასიათის სხვა ბარიერები.

მუხლი 23. ეკონომიკურ აგენტთა საბაზრო ძალაუფლების შეფასება

1. შესაბამის ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეფასების ერთ-ერთ კრიტერიუმს წარმოადგენს აღნიშნულ ბაზარზე მოქმედ ეკონომიკურ აგენტთა მოქმედების ანალიზი მის კონკურენტებთან მიმართებით.

2. ბაზრის კონკურენტულობის ანალიზის ამ ეტაპზე სააგენტო ამოწმებს ეკონომიკური აგენტის შესაძლებლობას, ბაზრის მნიშვნელოვანი წილის დაკარგვის გარეშე გაზარდოს მოგება ფასების გაზრდის ან ხარჯების/ხარისხის შემცირების გზით ხანგრძლივი დროის განმავლობაში.

3. საბაზრო ძალაუფლების გამოთვლისას გამოიყენება შემდეგი მეთოდები:

ა) სტრუქტურული, რომელიც გულისხმობს შესაბამის ბაზარზე ეკონომიკური აგენტის მდგომარეობის ანალიზს;

ბ) ანალიტიკური, რომელიც გულისხმობს:

ბ.ა) ეკონომიკური აგენტის საქმიანობის ეფექტიანობის დონის შეფასებას;

ბ.ბ) ეკონომიკური აგენტის რენტაბელობის დონეს მოკლე და გრძელვადიან პერიოდში;

ბ.გ) ეკონომიკურ აგენტთა საქმიანობის შეფასებას საფინანსო ანალიზისა და ანალოგიის მეთოდის გამოყენებით;

ბ.დ) კონკურენტ ეკონომიკურ აგენტთა საქმიანობის ანალოგიური მაჩვენებლების შედარებას.

4. საბაზრო ძალაუფლების შეფასების დროს, ასევე, შესაძლებელია გამოყენებულ იქნეს პრაქტიკაში აღიარებული ეკონომიკური და ფინანსური მაჩვენებლები.



ჰერფინდალ-ჰირშმანის საბაზრო კონცენტრაციის ინდექსის განსაზღვრა

ჰერფინდალ-ჰირშმანის (HHI) ბაზრის კონცენტრაციის ინდექსი, იანგარიშება როგორც ბაზარზე ყველა მოქმედი მიმწოდებლების წილთა კვადრატების ჯამი.

ბაზარზე საქონლის მიმწოდებელთა ჩამონათვალი	თითოეული მიმწოდებლის საქონლის/მომსახურების რეალიზაციის მოცულობა (V_j)	თითოეული მიმწოდებლის რეალიზაციის წილი ბაზრის მთლიან მოცულობაში ($D_j = V_j / V_m$)	წილების კვადრატები (D_j^2)
1 , 2, 3, n			

სულ n $(\sum_{j=1}^n V_j)$ 100% $HHI = D_1^2 + D_2^2 +$
 $+ \dots + D_n^2$

ლინდის ინდექსის საფუძველზე შესაბამის ბაზარზე ლიდერ მიმწოდებელთა შორის უთანაბრობის ხარისხის განსაზღვრა

ლინდის ინდექსი გამოითვლება ფორმულით:

$$L = 1 / (K(K-1)) \times \sum_{j=1}^n Q_j, \text{ სადაც}$$

K – მსხვილი მიმწოდებლების რიცხვი (2-დან n-მდე);

Q_j - დამოკიდებულება j მიმწოდებლის საშუალო წილსა და K-ი მიმწოდებლის წილს შორის;

K-j – მსხვილ მიმწოდებელთა შორის წამყვან მიმწოდებელთა რიცხვი.

$$Q_j = A_j / j \times (A_k - A_j) / (K - j), \text{ სადაც}$$

A_j – ბაზრის საერთო წილი, რომელიც მოდის j მიმწოდებელზე;

A_k - ბაზრის წილი, რომელიც მოდის k მსხვილ მიმწოდებელზე.

ლინდის ინდექსი ჯგუფური დომინირების საზღვრების განსაზღვრისას გამოიყენება შემდეგნაირად:
 გაიანგარიშება L, K=2-სთვის, K=3-სთვის და ა.შ., სადაც $L_{k+1} > L_k$, ანუ არ იქნება მიღებული L მაჩვენებლის



უწყებების პირველი დარღვევა. საზღვარი ჩაითვლება დადგენილად, თუ მიიღწევა L_k -ს მინიმალური მნიშვნელობა L_{k+1} მნიშვნელობასთან შედარებით.

