

Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу әдістемесін бекіту туралы

Күшін жойған

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2015 жылғы 30 қарашадағы № 741 бұйрығы. Қазақстан Республикасының Әділет министрлігінде 2015 жылы 29 желтоқсанда № 12592 болып тіркелді. Күші жойылды - Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі Төрағасының 2022 жылғы 3 мамырдағы № 13 бұйрығымен.

Ескерту. Күші жойылды – ҚР Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі Төрағасының 03.05.2022 № 13 (алғашқы ресми жарияланған күнінен кейін күнтізбелік он күн өткен соң қолданысқа енгізіледі) бұйрығымен.

2015 жылғы 29 қазандағы Қазақстан Республикасы Кәсіпкерлік кодексінің 88-бабының 15) тармақшасына сәйкес **БҰЙЫРАМЫН:**

1. Қоса беріліп отырған Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу әдістемесі бекітілсін.

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

1) осы бұйрықты Қазақстан Республикасы Әділет министрлігінде мемлекеттік тіркеуді;

2) осы бұйрық мемлекеттік тіркелгеннен кейін күнтізбелік он күн ішінде оның көшірмесін мерзімдік баспа басылымдарына және "Әділет" ақпараттық-құқықтық жүйесіне ресми жариялауға жіберуді;

3) осы бұйрықты Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің интернет-ресурсында орналастыруды қамтамасыз етсін.

3. "Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу әдістемесін бекіту туралы" Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрінің 2015 жылғы 2 сәуірдегі № 303 бұйрығының (Нормативтік құқықтық актілерді мемлекеттік тіркеу тізілімінде № 10731 болып тіркелген, "Әділет" ақпараттық-құқықтық жүйесінде 2015 жылғы 12 мамырда жарияланған) күші жойылды деп танылсын.

4. Осы бұйрықтың орындалуын бақылау жетекшілік ететін Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика вице-министріне жүктелсін.

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

Қазақстан Республикасы
Ұлттық экономика министрінің
2015 жылғы 30 қарашадағы
№ 741 бұйрығымен
бекітілген

Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу әдістемесі

1. Жалпы ережелер

1. Осы Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу әдістемесі (бұдан әрі – Әдістеме) талдау жүргізу машықтарын практикалық игеру мақсатында қолданылады және тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйін немесе ондағы нарық субъектілерінің жағдайын талдау мен бағалауды талап ететін жағдайда, оның ішінде:

1) осы тауар нарықтарындағы бәсекелестіктің жай-күйін айқындау және (немесе) реттелетін нарықтарда үстем немесе монополиялық жағдайға ие нарық субъектілерінің мемлекеттік тізілімін қалыптастыру мақсатында тауар нарықтарына талдау жүргізу кезінде;

2) экономикалық шоғырлануды мемлекеттік бақылау кезінде;

3) үстем немесе монополиялық жағдайды теріс пайдаланудың, бәсекелестікке қарсы келісімдер мен келісілген іс-қимылдарының белгілерін анықтау кезінде;

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

2. Осы Әдістемеде мынадай ұғымдар пайдаланылады:

Субсидиарлық – мемлекеттің экономикаға қатысуының көмекші рөлі қағидаты.

Осы Әдістемеде қолданылатын өзге де ұғымдар Қазақстан Республикасының Кәсіпкерлік Кодексінде айқындалған.

3. Тауар нарықтарындағы бәсекелес ортаның жай-күйін талдау және бағалау осы Әдістемеге қосымшада көрсетілген жалпы және ерекше өлшемшарттарға сәйкес жүргізіледі.

4. Бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу үшін тауар нарықтарына іріктеуді жүзеге асырудың мақсаттары:

бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу үшін тауар нарықтарына іріктеудің басымдығын анықтау;

бәсекелестікті дамыту және қорғау, оның ішінде монополистік қызметтің алдын алу және жолын кесу жөніндегі жүргізіліп отырған жұмыстың тиімділігін арттыру болып табылады.

5. Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу мынадай кезеңдерді қамтиды:

- 1) тауарлардың бірін-бірі өзара алмастыру 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 үлесін есептеу;
- 6) тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау;
- 7) тауар нарығына кіру тосқауылдарын айқындау;
- 8) нарықты талдау жөніндегі тұқжырымдар.

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

Егер үстем немесе монополиялық жағдайды теріс пайдалану белгілерін анықтау кезінде тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйін талдау және бағалау нарық субъектісінің үлесі отыз бестен астам, бірақ елу пайыздан аз пайызды құрайтындығын немесе нарық субъектілерінің жиынтық үстемдігі бар екендігін көрсеткен жағдайда, осы тармақта көзделген барлық кезеңдерді сақтай отырып, тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу қажет.

Нарық субъектілерінің бәсекелестікке қарсы сатылас келісімдерін қарау кезінде тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу талап етілмейді.

Мемлекеттің кәсіпкерлік ортада болу мақсаттылығын белгілеу мақсатында мемлекеттік заңды тұлғалардың қызметіне талдау жүргізу осы тармақта көзделген кезеңдердің негізінде, сондай-ақ осы Әдістеменің 50, 51, 52 және 53-тармақтарына сәйкес жүргізілетін мемлекеттің тауар нарығында болу мақсаттылығын бағалау кезеңін қамтитын ерекшеліктермен жүргізіледі.

6. Тауар нарығындағы бәсекелес ортаның жай-күйін талдау және бағалау кезінде бастапқы ақпарат ретінде мыналар:

1) нарық субъектілерінің қызметін сипаттайтын мемлекеттік статистикалық есептіліктің деректері;

2) Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігінің Статистика комитеті мен 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 орган ведомствосының 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.

2. Тауарлардың бірін-бірі өзара алмастыру өлшемшарттарын айқындау

7. Нақ сол бір тауар нарығында айналатын, алмастырушысы немесе бірін-бірі өзара алмастыру тауарлары (жұмыстары, қызметтері) 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 алдын ала 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 негізінде жүргізіледі.

9. Сатып алушының таңдауын айқындайтын тауардың қасиетін анықтау кезінде мыналар талданады:

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

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

3) техникалық сипаттамалар, оның ішінде пайдалану көрсеткіштері, тасымалдау бойынша шектеулер, жинақтау, жөндеу, техникалық қызмет көрсету (кепілдендірілген қызмет көрсетуді қоса алғанда), кәсіби пайдалану (өндірістік тұтыну) ерекшеліктері;

4) бағасы;

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

6) тауардың сипаттамалары.

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 жағдайда 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. Бірін-бірі өзара алмастыратын тауарларды айқындаған кезде монополияға қарсы органның ведомствосы тұтынушыларға сауал жүргізудің 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 бәсекелес ортаның жай-күйін перспективалық талдау және бағалау жүргізген кезде зерделеу жүргізу кезінде қалыптасқан нарықтық бағалар қолданылуы мүмкін.

3. 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 өлшемдер:

- 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.

4. Тауар нарығын зерттеудің уақыт аралығын айқындау

25. Тауар нарығының талданатын кезеңін монополияға қарсы орган ведомствосының басшысы немесе оның тауар нарықтарына талдау жүргізу мәселелеріне жетекшілік ететін орынбасары және (немесе) монополияға қарсы орган ведомствосының аумақтық бөлімше басшысы айқындайды.

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 тұтынуудағы 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.

5. Тауар нарығында жұмыс істейтін нарық субъектілерінің құрамын айқындау

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

30. Тауар нарығында жұмыс істейтін және тұлғалар тобын құрайтын нарық субъектілері бір 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) осы тауарды сатып алушылар немесе сату өңірлерін;

5) осы тауарды өз өндірісінің болуын бір мезгілде делдал ұйымдар айқындалады;

6) осы тауарды немесе оны өндіру үшін қажетті тауарларды сатушылар.

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

33. 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. Тауар нарығының көлемі мен тауар нарығындағы нарық субъектілері үлестерін есептеу

34. 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.

35. 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 8-бөлімінің 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 жағдайда, осы тармақтың 1), 2) және 3) тармақшаларында санамалаған жағдайларды ескерместен нарық субъектісінің жағдайы үстем деп танылады.

36. 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-бөліміне 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.

37. 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).

38. Қажет болған жағдайда, тауар нарығының нақты көлемдерінен тыс монополияға қарсы органның ведомствосы тауар өндірудің жоспарланған көлемдерін, тауарларды әкелуге және әкетуге тыйымдарды есепке алып, болжау деректерін айқындауы мүмкін.

39. 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 жағдайында, тауар нарығы көлемінің есебі осы Әдістеменің 34-тармағына сәйкес жүргізіледі.

7. Тауар нарығында бәсекелес ортаның жай-күйін бағалау

40. 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:

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

мұндағы:

Si – 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.

41. Тауар бағасы мен оны өндірудің шекті шығындар арасындағы айырманы айқындау қажет болған жағдайда Лернер коэффициенті пайдаланылады. $L = [P - MC] / P$ 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.

42. Тауар нарығына басқа өңірлерден сатушылардың кіру мүмкіндігін айқындау қажеттілігі жағдайында 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.

43. Шаруашылық қызметінің нәтижелерін талдау қажеттілігі жағдайында шаруашылық қызметтері нәтижелерінің бағасы қаралады, 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.

44. Қаралып отырған тауар нарығындағы нарық субъектілері әрекеттерін талдау субъектілердің әрекеттерін қамтиды, 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.

8. Тауар нарығына кіру тосқауылдарын айқындау

45. 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.

46. Нарыққа кіру тосқауылдарына мыналар жатады:

1) экономикалық шектеу, оның ішінде:

осы салымдардың өзін-өзі ақтау мерзімдері ұзақ болғанда едәуір бастапқы күрделі салымдарды жүзеге асыру қажеттілігі;

қаралып отырған нарықта жұмыс істейтін нарық субъектілерімен салыстырғанда, әлеуетті қатысушылар үшін қаржыландыруды тартудың барынша жоғары шығындары;

қажетті ресурстарға және зияткерлік меншік құқықтарына, ақпарат алуға қолжетімділікті алу шығындары;

көліктік шектеулер;

ұсынысы шектелген және қаралып отырған нарықта жұмыс істейтін нарық субъектілерінің арасында бөлінген ресурстарға әлеуетті қатысушылардың қолжетімділігінің болмауы;

нарық субъектілері үшін өндірістің мұндай көлеміне қол жеткізгенге дейін өнім бірлігіне барынша жоғары шығындарға байланысты өндірістің (өндіріс ауқымының әсері) экономикалық ақталған ең аз көлемінің болуы;

нарықтың әлеуетті қатысушылары алдында, атап айтқанда, тауар бірлігіне шығындар бойынша және тауарға сұраныс бойынша қаралып отырған нарықта жұмыс істейтін нарық субъектілерінің артықшылығы;

2) мемлекеттік органдар енгізген әкімшілік шектеулер, оның ішінде:

қызметтің жекелеген түрлерін лицензиялау шарты;

квоталау;

тауарларды әкелуді-әкетуді шектеу;

белгілі бір сұранысты міндетті қанағаттандыру, ұтқыр қуатты қолдау, жұмыс орындарын және әлеуметтік құрылымдарды сақтау талабы;

жекелеген нарық субъектілеріне жеңілдіктер беру;

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

мемлекеттік мұқтаждық үшін тауар өнім берушілерін конкурстық іріктеу шарты;

экологиялық шектеулер, оның ішінде өндірістік қуаттарды және көлік инфрақұрылымы объектілерін салуға тыйым салу;

стандарттар және сапаға қойылатын талаптар;

3) тауар нарығында жұмыс істеп жатқан технологиялық артықшылықты білдіретін технологиялық шектеулер;

4) өзге де шектеулер:

нарыққа кіру тосқауылдарын жасауға бағытталған жұмыс істеп тұрған тауар нарығындағы нарық субъектілері әрекеттерінің стратегиясы, оның ішінде:

монополиялық төмен баға белгілеу;

жосықсыз бәсекелестік;

нарықта жұмыс істейтіндердің ішінде нарыққа кіруге тосқауыл жасауға әкелетін тіке ықпалдасқан нарық субъектілерінің болуы:

нарықтың басқа әлеуетті қатысушыларымен салыстырғанда, тіке ықпалдасқан нарық субъектілерінің қатысушылары үшін артықшылық тудырады ;

нарықтың әлеуетті қатысушыларын тіке ықпалдасуға қатысу қажеттілігін талап етеді, бұл нарыққа кіру шығасысын ұлғайтады;

тауар нарығына кіруге басқа да шектеулер.

47. 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 тауар нарығында жұмыс істейтін тіке ықпалдасқан субъектілердің үстем жағдайы;

нарық субъектісі қаралып отырған нарықта (кейіннен немесе төменде тұрған) сатушы ретінде шығатын немесе сатып алушы ретінде шығуға әзір алдында тұрған (жоғары тұрған) аралас тауар нарықтарының шоғырлануының жоғары деңгейі.

48. 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.

49. 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.

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.

9. Мемлекеттің тауар нарығына қатысуының мақсаттылығын бағалау

50. 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 нарығының субсидиарлық қағидатқа сәйкестігін 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.

51. 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.

52. 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.

53. Мемлекеттік заңды тұлғалар жұмыс істейтін тауар нарығын субсидиарлық қағидатқа 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 8-бөлімінің 48-тармағына сәйкес талданады.

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

1) 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.

10. Нарықты талдау бойынша тұжырымдар

54. 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.

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

Осы Әдістеменің 5-тармағының 5-бөлігінде көзделген жағдайда, бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау 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 қол қоятын жоғарыда көрсетілген реттілікте лауазымды тұлға қортындыда қалыптастырады.

Тауар нарықтарындағы бәсекелес
ортаның жай-күйін талдау және
бағалау жүргізу әдістемесіне
қосымша

Бәсекелес ортаның жай-күйіне талдау және бағалау жүргізу үшін тауар нарықтарын іріктеу өлшемшарттары

1. Тауар нарықтарындағы бәсекелес ортаның жай-күйін талдау және бағалау 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 Республикасының Президенті Әкімшілігі мен Үкіметінің тапсырмалары;

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

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

- 5) 35%-дан артық импортқа тәуелділік;
- 6) тұтыну бағаларының индексі есептелетін тұтыну себетіне қатысы;
- 7) мемлекеттік бағдарламаларды іске асыруға байланысты мемлекет қажеттілігінің болуы;
- 8) заңнама нормаларының өзгеруі;
- 9) нарық инфрақұрылымының өзгеруі;
- 10) монополияға қарсы саясат және басқалары жөніндегі мемлекетаралық кеңестің тапсырмалары мен ұсыныстары;
- 11) өңір экономикасының ерекшелігі;
- 12) тауарлар (жұмыстар, көрсетілетін қызметтер) шығаруды олигополиялау және монополияландыру;
- 13) бәсекелестікті қорғау саласындағы Қазақстан Республикасы заңнама нормаларының бұзылуы;
- 14) белгілі бір нарық субъектісін біріктіру немесе қосу жолымен қайта құру;
- 15) нарыққа қатысушылар құрамының біреулерінің кетуіне және жаңаларының келуіне байланысты өзгеруі;
- 16) нарықтағы субъект үлесінің өзгеруі;
- 17) реттелетін нарықтарда үстем немесе монополиялық жағдайларға ие нарық субъектілерінің мемлекеттік тізілімінде тұрған нарық субъектілерінің тауарлар, жұмыстар және көрсетілетін қызметтер нарықтары конъюнктурасының өзгермелілігі;
- 18) заңсыз монополистік қызметтің жолын жедел кесуді талап ететін өзге де жағдайлар жатады.

Ерекше өлшемшарттарға:

- 1) қаржы 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.

