Azərbaycan Respublikası
Nazirlər Kabinetinin 2025-ci il
“ 10 ” mart tarixli
66 nömrəli Qərarı ilə
təsdiq edilmişdir.

Müvafiq bazarda bazar paylarının hesablanması, müvafiq bazarın məhsul və coğrafi sərhədlərinin, həcminin, strukturunun və iştirakçılarının müəyyən edilməsi

QAYDASI

1. Ümumi müddəalar

1.1. Bu Qayda Azərbaycan Respublikası Rəqabət Məcəlləsinin (bundan sonra – Məcəllə) 15.6-cı maddəsinə əsasən hazırlanmışdır və müvafiq bazarda bazar paylarının hesablanması, müvafiq bazarın məhsul və coğrafi sərhədlərinin, həcminin, strukturunun və iştirakçılarının müəyyən edilməsi ilə bağlı məsələləri tənzimləyir.

1.2. Bu Qaydanın məqsədləri üçün aşağıdakı əsas anlayışlardan istifadə olunur:

1.2.1. **Herfindal-Hirşman İndeksi (HHİ göstəricisi)** – müvafiq bazarın məhsul və coğrafi sərhədləri çərçivəsində fəaliyyət göstərən bütün təsərrüfat subyektlərinin bazar paylarının kvadratlarının cəmi olaraq hesablanan və ya cəminin yüzə (100) bölünməsi ilə faiz şəklində hesablanan bazar təmərküzləşməsi göstəricisi. Herfindal-Hirşman İndeksi (HHİ göstəricisi) aşağıdakı düsturla müəyyən edilir:

$$HHİ = s_1^2+s_2^2+s_3^2+\ldots s_n^2$$

və ya

$$HHİ = (s_1^2+s_2^2+s_3^2+\ldots s_n^2)/100$$

burada:

HHİ - Herfindal-Hirşman İndeksi;

s - təsərrüfat subyektinin bazar payı;

1.2.2. **çarpaz qiymət elastikliyi** – bir məhsulun qiymətindəki dəyişmənin digər bir məhsula olan tələbin proporsional dəyişməsini ölçən vahid.

1.3. Bu Qaydada istifadə olunan digər anlayışlar Məcəllə və Azərbaycan Respublikasının digər normativ hüquqi aktları ilə müəyyən edilmiş mənaları ifadə edir.

1.4. Müvafiq bazarın ilk növbədə məhsul sərhədləri, daha sonra isə coğrafi sərhədləri müəyyən edilir.

1.5. Müvafiq bazarın məhsul sərhədləri tələb və ya təklif əvəzediciliyi üsulları ilə müəyyən edilir. Müvafiq məhsul bazarının müəyyən edilməsində tələb əvəzediciliyi üsulu təklif əvəzediciliyi üsuluna nəzərən daha üstün hesab edilir. Tələb əvəzediciliyi üsuluna əsasən qiymətləndirmə aparmaq mümkün olmadıqda, təklif əvəzediciliyi üsulundan istifadə edilir.

2. Müvafiq bazarın məhsul sərhədlərinin tələb əvəzediciliyi üsulu ilə müəyyən edilməsi

2.1. Müvafiq bazarda məhsulu tələb edən müştərinin həmin məhsula olan tələbinin eyni və ya oxşar xüsusiyyətlər və imkanlar ilə qarşılandığı, onlar üçün bənzər izafi faydanın

yaradıldığı, həmin məhsulun eyni və ya oxşar xüsusiyyətlər ilə satıldığı məhsul sərhədlərinin müəyyən edilməsində ilk növbədə ilkin araşdırma predmeti olan məhsulun müştəri nöqteyi-nəzərindən faydası, qiyməti, təyinatı və digər xüsusiyyətləri baxımından əvəzedicisi hesab edilən məhsullar müəyyən edilir. Əvəzedici məhsulun müəyyən edilməsi üçün ilkin araşdırma predmeti hesab edilən məhsul ilə onunla müştəri nöqteyi-nəzərindən eyni və ya oxşar izafi fayda daşıyan, növü, quruluşu, forması, təyinatı və digər səciyyəvi xüsusiyyətlərinə görə onunla oxşar olan məhsullar müəyyən edilir.

2.2. Müştəri nöqteyi-nəzərindən əvəz edilən məhsula dair tələb asanlıqla onun əvəzedicisi olan məhsula keçə bilirsə, əvəz edilən məhsul ilə onun əvəzedicisi hesab edilən məhsul (və ya məhsullar) qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsullar hesab edilir və eyni müvafiq bazarın məhsul sərhədlərini təşkil edir.

2.3. Bu Qaydanın 2.1-ci və 2.2-ci bəndlərində nəzərdə tutulan üsullarla qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsullar arasında tələb əvəzediciliyi aydın müşahidə edilə bilmədiyi, habelə bundan irəli gələrək müvafiq bazarın məhsul sərhədləri dəqiq müəyyənləşdirilə bilmədiyi hallarda əvəz edilən məhsulla bu Qaydanın 2.1-ci bəndinin tələblərinə uyğun olaraq əvəzedici məhsul arasında tələb əvəzediciliyinin baş verib-vermədiyi tələbin çarpaz qiymət elastikliyi ilə ölçülür. Tələbin çarpaz qiymət elastikliyi əmsalı 1 və ya 1-dən yuxarı kəmiyyət əldə etdiyi təqdirdə təhlil predmeti olan məhsullar qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsullar hesab olunur və eyni müvafiq bazarın məhsul sərhədlərinə aid edilir. Tələbin çarpaz qiymət elastikliyini ölçmək üçün əvəzedici məhsulun tələbindəki faiz dəyişikliyi əvəz edilən məhsulun qiymətindəki faiz dəyişikliyinə bölünür. Çarpaz qiymət elastikliyi aşağıdakı düstur ilə müəyyən edilir.

$$E_{xy} = \frac{\%\Delta Q_x}{\%\Delta p_y}$$

burada:

E_{xy} - X məhsuluna olan tələbin Y məhsulunun qiymətinə görə çarpaz elastikliyi;

$\%\Delta Q_x$ - X məhsuluna olan tələbin faiz (%) dəyişməsi;

$\%\Delta p_y$ - Y məhsulunun qiymətinin faiz (%) dəyişməsi.

2.4. Bu Qaydanın 2.1–2.3-cü bəndlərində nəzərdə tutulan üsullarla qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsullar arasında tələb əvəzediciliyi aydın müşahidə edilə bilmədiyi, habelə tələbin çarpaz qiymət elastikliyi əmsalının 1-dən aşağı kəmiyyət aldığı və bundan irəli gələrək müvafiq bazarın məhsul sərhədlərinin dəqiq müəyyənləşdirilə bilmədiyi hallarda iqtisadi nəzəriyyə, empirik, anket (sorğu) və iqtisadi statistika əsaslı təhlillər aparılır.

3. Müvafiq bazarın məhsul sərhədlərinin təklif əvəzediciliyi üsulu ilə müəyyən edilməsi

3.1. Təklif əvəzediciliyi üsuluna görə məhsulun istehsalçısı olan bütün bazar subyektləri eyni və ya oxşar istehsal imkanları ilə qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsulları istehsal edə bilirsə, həmin məhsullar eyni müvafiq bazarın məhsul sərhədlərini təşkil edir.

3.2. Təklif əvəzediciliyi üsulu ilə müvafiq məhsul bazarının müəyyən edilməsi zamanı qarşılıqlı əvəz oluna bilən məhsulların istehsal və satış üsulu və onlardan gözlənilən iqtisadi fayda nəzərə alınır. Əgər məhsullar arasında qeyd olunan eyni təklif xüsusiyyətləri mövcuddursa, həmin məhsullar eyni müvafiq bazarın məhsul sərhədlərini təşkil edir.

3.3. Bu Qaydanın 2.1–2.4-cü bəndlərində və 3-cü hissəsində nəzərdə tutulan üsullarla müvafiq bazarın məhsul sərhədləri müəyyən edilə bilmirsə, əvəz edilən məhsulun satıldığı bazar müvafiq bazarın məhsul sərhədlərini təşkil edir.

4. Müvafiq bazarın coğrafi sərhədlərinin müəyyən edilməsi

4.1. Müvafiq məhsulu tələb edən müştərinin həmin məhsula olan tələbinin eyni və ya oxşar xüsusiyyətlər və imkanlar ilə qarşılandığı, onlar üçün bənzər izafi faydanın yaradıldığı və həmin məhsulun satıldığı müvafiq bazarın coğrafi sərhədləri (müvafiq coğrafi bazar) müəyyən bir coğrafi ərazidə istehsal edilən və ya satılan məhsul ilə digər coğrafi ərazi hüdudları daxilində istehsal edilən və ya satılan məhsullar arasında tələb əvəzediciliyinin olub-olmamasına əsasən müəyyən edilir. Müvafiq coğrafi bazar müəyyən edilərkən ilk növbədə müvafiq məhsulun istehsalının və ya satışının həyata keçirildiyi ilkin təhlil predmeti olan coğrafi əraziyə yaxın yerləşən və müştərilər üçün asanlıqla əlçatan olan digər coğrafi ərazilər müəyyən edilir.

4.2. İlkin təhlil predmeti olan coğrafi ərazi qismində Azərbaycan Respublikasının rayon, şəhər, qəsəbə, kənd kimi ərazi vahidləri, habelə həmin ərazi vahidlərinin tərkib hissələri olan prospekt, meydan və küçə nəzərdə tutulur. İlkin təhlil predmeti olan ərazi vahidi ayrılıqda, habelə onunla sərhəd qonşuluğunda olan və olmayan ərazi vahidləri ilə birlikdə müvafiq coğrafi bazarı təşkil edə bilər.

4.3. Müvafiq coğrafi bazarın müəyyən edilməsində coğrafi ərazi daxilində mövcud olan demoqrafik xüsusiyyətlərin eyniliyi və ya oxşarlığı, coğrafi ərazilərdə məhsul üzrə rəqabət şərtlərinin eyniliyi və ya oxşarlığı, həmin məhsulların əmələgəlmə prosesinin və xərclərinin bənzər olub-olmaması, həmin məhsulların ilkin təhlil predmeti olan coğrafi ərazidən kənarda mövcud olub-olmaması və ya digər coğrafi ərazilərdə istehsalının və ya satışının mümkünlüyü, yaxın dövrdə ilkin təhlil predmeti olan coğrafi ərazidə həmin məhsulların qiymətində baş verən artım qarşısında ona olan tələbin qiymət artımı baş verməyən (və ya daha aşağı həddə qiymət artımı baş verən) digər coğrafi ərazilərdə qarşılanıb-qarşılanmadığı kimi xüsusiyyətlər nəzərə alınır. Əgər təhlil predmeti olan coğrafi ərazi sadalanan xüsusiyyətlərinə görə digər coğrafi ərazilərdən fərqlənirsə, həmin coğrafi ərazi hüdudları ayrıca müvafiq coğrafi bazarı təşkil edir.

4.4. Məhsulun həm istehsal, həm də satışının yalnız müəyyən bir coğrafi ərazidə həyata keçirildiyi hallarda həmin coğrafi ərazi müvafiq coğrafi bazarı təşkil edir və bu Qaydanın 4.3-cü bəndi tətbiq edilmir.

4.5. Müəyyən məhsul istehsalı və ya satışı üzrə müqayisəli təhlil aparılan coğrafi ərazilərdə yerləşən bazar iştirakçılarının sayı, ərazi hüdudları daxilində həmin məhsulun satış həcmi üzrə hesablanan bazar təmərküzləşməsi göstəriciləri (HHİ üzrə), mühüm əhəmiyyətli resursa malik təsərrüfat subyektlərinin olub-olmaması, habelə bazara giriş maneələrinin mövcudluğu nəzərə alınır. Müvafiq məhsulların istehsalına və ya satışına, həmçinin həmin məhsulların aid olduğu sahəyə dair texniki tənzimləmə tələbləri eyni olan bazara giriş maneələri olduğu təqdirdə həmin maneələri eynitipli olan, bazarın təmərküzləşmə göstəricisi də eyni və ya yaxın olan coğrafi ərazilər birlikdə müvafiq coğrafi bazarı təşkil edir.

4.6. Bu Qaydanın 4-cü hissəsi ilə müəyyən edilmiş qaydada, habelə iqtisadi nəzəriyyə, empirik, anket (sorğu) və iqtisadi statistika əsaslı digər təhlillər nəticəsində müvafiq coğrafi bazar müəyyən edilə bilmədiyi təqdirdə müvafiq coğrafi bazar Azərbaycan Respublikasının ərazisi hesab edilir.

5. Müvafiq bazarın iştirakçılarının müəyyən edilməsi

Təsərrüfat subyektləri, o cümlədən təbii inhisar subyektləri, dövlət orqanları (qurumları) və yerli özünüidarəetmə orqanları, bazar predmeti olan məhsul və xidmətin istehsalına, satışına, daşınmasına və ya digər təsərrüfat-təchizat mərhələlərinə nəzarət edən tənzimləyici qurumlar və müştərilər bu Qaydanın 2–4-cü hissələrində nəzərdə tutulan tələblər üzrə müəyyən edilən müvafiq bazarda yaranan münasibətlərdə iştirak etdikdə müvafiq bazarın iştirakçıları hesab edilir.

6. Müvafiq bazarın həcminin müəyyən edilməsi

6.1. Müvafiq bazarın həcmi bu Qaydanın 2–4-cü hissələrində nəzərdə tutulan tələblər üzrə müəyyən edilən müvafiq bazarda fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərinin müəyyən dövr ərzində həmin bazarda satdığı bazar predmeti olan müvafiq məhsulların cəmi üzrə bu Qaydanın 6.2-ci bəndində qeyd olunan ölçü meyarlarına uyğun olaraq müəyyən edilir.

6.2. Müvafiq bazarın həcminin ölçü meyarı bazar predmeti olan məhsulun xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq satışdan əldə edilən gəlirin pul ifadəsində, satış həcminə dair natura ifadəsində (məhsulun xüsusiyyətlərinə uyğun olaraq ton, kiloqram, qram, litr və digər ölçü vahidləri əsasında), istehsal həcmi ifadəsində, əməliyyat sayı ifadəsində (satılan məhsul və ya göstərilən xidmət sayı), abonent və ya müştəri sayı ifadəsində, məsafə uzunluğu ifadəsində, trafik həcmi ifadəsində və digər vahidlərlə ölçülür. Məhsulun xüsusiyyətləri nəzərə alınmaqla ölçü vahidlərinə dair məlumatların mövcud olmadığı (və yaxud əldə edilə bilmədiyi) hallarda müvafiq bazarın həcmi pul ifadəsində (satışın pul ifadəsində cəmi) müəyyən edilir.

7. Müvafiq bazarda bazar paylarının hesablanması

7.1. Müvafiq bazar iştirakçılarının payları müvafiq bazarın hər bir iştirakçısının müəyyən zaman aralığı ərzində və həmin bazar üzrə təsbit edilmiş coğrafi sərhədlər daxilində bu Qaydanın 6.2-ci bəndində qeyd olunan ölçü meyarları üzrə fəaliyyət həcminin müvafiq bazarın bütün iştirakçılarının həmin fəaliyyət üzrə fəaliyyət həcmlərinin cəminə bölünməsinin yüzə vurulması ilə əldə edilir.

7.2. Müvafiq bazar subyektlərinin hər birinin ayrılıqda bazar paylarının cəmi yüzə bərabərdir.

8. Müvafiq bazarın strukturunun müəyyən edilməsi

8.1. Müvafiq bazarın strukturunun müəyyən edilməsində ilk növbədə bu Qaydanın 7.1-ci bəndi üzrə müvafiq bazar iştirakçılarının ayrı-ayrılıqda təhlil dövrü ərzindəki bazar payları hesablanır. Araşdırmanın ilkin mərhələsində hesablanan bazar payları üzrə aşağıdakı göstəricilər əsasında bazarın strukturu müəyyən edilir:

8.1.1. müvafiq bazarda 100 faiz bazar payı olan təsərrüfat subyekti olduğu aşkar edilərsə, müvafiq bazarın strukturu tam inhisar bazarı olaraq müəyyən edilir;

8.1.2. müvafiq bazarda yalnız iki təsərrüfat subyektinin fəaliyyət göstərdiyi aşkar edilərsə, müvafiq bazarın strukturu iki iştirakçılı inhisar (duopolistik bazar) hesab edilir;

8.1.3. müvafiq bazarda öz aralarında uyğunlaşdırılmış hərəkətlərə və ya koordinasiyaya imkan verə bilən sayda təsərrüfat subyektinin olduğu və yüksək səviyyədə bazara giriş maneələrinin, o cümlədən satış, istifadə və ya istehsala dair asanlıqla əldə edilə bilinməyən patent və ya lisenziya tələblərinin, şəbəkə effektinin, mühüm əhəmiyyətli resursun mövcud olduğu müvafiq bazarın strukturu məhdud iştirakçılı inhisar (oliqopolistik bazar) hesab edilir;

8.1.4. müvafiq bazarda təsərrüfat subyektlərinin bazarın iqtisadi göstəricilərini (qiymət, tələb və təklif həcmi, istehsal və s.) təkbaşına təyinetmə və ya onlara əhəmiyyətli təsir göstərə bilmə qabiliyyətinin zəif olduğu və HHİ göstəricisinin dəyərinin 1500-dən (15 faizdən) az olduğu bazarlar rəqabətli bazar hesab edilir.