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

Sazişlərin rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olması və ya ola bilməsinə dair

MEYARLAR

1. Ümumi müddəalar

1.1. Bu Sənəd Azərbaycan Respublikası Rəqabət Məcəlləsinin (bundan sonra – Məcəllə) 11.5-ci maddəsinin ikinci cümləsinə uyğun olaraq hazırlanmışdır və sazişlərin rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olması və ya ola bilməsinə dair meyarları müəyyən edir.

1.2. Bu Sənəddə istifadə olunan anlayışlar Məcəllədə və Azərbaycan Respublikasının digər normativ hüquqi aktları ilə müəyyən edilmiş mənaları ifadə edir.

2. Üfüqi sazişlərin rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olması və ya ola bilməsinə dair meyarlar

2.1. Üfüqi sazişlərin bağlanılması nəticəsində Məcəllənin 11-ci maddəsinin tələbləri nəzərə alınmaqla sazişin bağlanıldığı andan etibarən aşağıdakı hallardan azı ikisi müəyyən edildikdə həmin sazişlər rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olan və ya ola bilən sazişlər hesab edilir:

2.1.1. azı 90-180 gün ərzində müvafiq bazarda saziş iştirakçısı olmayan təsərrüfat subyektlərinin birgə bazar paylarının azı otuz beş faiz azalması və saziş iştirakçılarının birgə bazar paylarının müvafiq olaraq artması;

2.1.2. azı 90-180 gün ərzində müvafiq bazarda saziş iştirakçısı olmayan təsərrüfat subyektlərindən iyirmi faiz və ya daha çoxunun bazardan çıxması və müvafiq bazarda təmərküzləşmə səviyyəsinin yüksəlməsi;

2.1.3. azı 120-365 gün ərzində müvafiq bazarda qiymətlərin istehlakçıların əleyhinə məqsədli və mütəmadi olaraq artması (aylıq inflyasiya səviyyəsinin qiymətlərə təsiri istisna olmaqla);

2.1.4. azı 365 gün ərzində müvafiq bazarda saziş iştirakçısı olan təsərrüfat subyektlərinin tətbiq etdiyi qiymətlər arasında yüksək və müsbət korrelyasiyanın (korrelyasiya əmsalının 0.7-dən yüksək olması) müşahidə edilməsi;

2.1.5. azı 120-365 gün ərzində müvafiq bazarda məhsul çeşidlərinin iyirmi faiz və ya daha çox azalması;

2.1.6. alıcıların alıcı güclərindən istifadəsi nəticəsində satıcıların mənfəət marjalarının azı 90-180 gün ərzində məqsədli və mütəmadi olaraq azalmasına baxmayaraq, alıcıların mənfəət marjalarının yüksəlməsi;

2.1.7. saziş iştirakçısı olan alıcılar tərəfindən satıcılara münasibətdə ümumi tələb həcminin 30 faizdən çox azaldılması və ya qiymətlərin satıcılar üçün rentabelli olmayan səviyyəyə endirilməsi və ya sabit saxlanılması;

2.1.8. satıcılar tərəfindən alıcılara münasibətdə ümumi təklif həcminin iyirmi faizdən çox azaldılması və ya qiymətlərin alıcılar üçün rentabelli olmayan səviyyəyə yüksəldilməsi və ya sabit saxlanılması;

2.1.9. azı 365-730 gün ərzində müvafiq bazarda innovasiyaların (bazarın tədqiqi və inkişafı xərclərinin, patent müraciətlərinin iyirmi faiz və ya daha çox azalması;

2.1.10.təsərrüfat subyektləri arasında mübadilə edildiyi andan etibarən bazarın rəqabət strukturuna təsir edə bilmə potensialı olan məlumatların, o cümlədən qiymət, tələb və təklif həcmi, müştəri məlumatları (müştəri qrupları haqqında məlumatlar), xərclər, dövriyyə, satınalmalar, təsərrüfat subyektinin istehsal potensialı, marketinq planları, risklər barədə məlumatların, mövcud və planlaşdırılan investisiya məlumatlarının aşağıdakı şərtlərdən birinə cavab verməklə mübadilə edilməsi:

2.1.10.1. Məcəllənin 13-cü maddəsi ilə müəyyən edilmiş istisnalar nəzərə alınmaqla saziş iştirakçısı olan təsərrüfat subyektləri arasında mövcud tarixə olan bu Sənədin 2.1.10-cu yarımbəndində nəzərdə tutulan məlumatların mütəmadi mübadilə edilməsi və mübadilə nəticəsində bazarda uyğunlaşdırılmış hərəkətlərin müşahidə edilməsi (belə məlumatlar keçmiş tarixə aid olduqda və mübadilə edilməsi nəticəsində uyğunlaşdırılmış hərəkətlərə yol verilmədikdə rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olmur);

2.1.10.2. Məcəllənin 13-cü maddəsi ilə müəyyən edilmiş istisnalar nəzərə alınmaqla saziş iştirakçısı olan təsərrüfat subyektləri arasında gələcək tarixə aid olan bu Sənədin 2.1.10-cu yarımbəndinin birinci abzasında nəzərdə tutulan məlumatların, o cümlədən endirim kampaniyalarının mübadilə edilməsi və mübadilə nəticəsində bazarda uyğunlaşdırılmış hərəkətlərin müşahidə edilməsi;

2.1.11. rəqib və ya potensial rəqiblərin müvafiq bazarda səmərəli fəaliyyət göstərməsi və ya göstərə bilməsi ehtimalları qarşısında təsərrüfat subyektinin bazar payını qorumaq məqsədilə məhsul başına düşən xərcləri, qiymətləri, məhsul keyfiyyətini və digər bazar göstəricilərini mütəmadi şəkildə optimal vəziyyətdə saxlamasına səbəb olan bazar vəziyyətinin müvafiq bazarda saziş iştirakçısı olan təsərrüfat subyektləri arasında ortadan qalxması;

2.1.12. azı 120-365 gün ərzində dövlət satınalmaları, hərrac və digər müsabiqələrdə məqsədli və mütəmadi olaraq növbəli iştirakın müşahidə edilməsi.

3. Şaquli sazişlərin rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olması və ya ola bilməsinə dair meyarlar

3.1. Şaquli sazişlərin bağlanılması nəticəsində Məcəllənin 12-ci maddəsinin tələbləri nəzərə alınmaqla, aşağıdakı hallardan azı ikisi müəyyən edildikdə həmin sazişlər rəqabəti məhdudlaşdıran nəticələrə səbəb olan və ya ola bilən sazişlər hesab edilir:

3.1.1. satış həyata keçdikdən sonra təkrar satış həyata keçirməsi üçün alıcının və ya onun müştərilərinin internet üzərindən satışının və ya satış miqdarının satıcı tərəfindən məhdudlaşdırılması;

3.1.2. satıcı tərəfindən alıcıya tövsiyə edilən təkrar satış qiymətinin alıcı tərəfindən təkrar satış qiyməti kimi müəyyən edilməsi və 365-730 gün ərzində məhsulun mütəmadi olaraq həmin qiymətə satılması;

3.1.3. şaquli olaraq əlaqəli bazarlarda fəaliyyət göstərən təsərrüfat subyektlərinin satış məhsulunun qiyməti ilə alış məhsulunun qiyməti arasında fərqi azaltması və bazara giriş maneləri yaratması vəziyyətinin 120-365 gün ərzində həyata keçirilməsi;

3.1.4. satıcı tərəfindən müəyyən edilmiş müştərilərdən başqa müştərilərə satış həyata keçirən alıcılara verilən mükafatların və ya endirimlərin azaldılması və ya rədd edilməsi, təqdim olunan malların miqdarının azaldılması və ya malların tədarükünün tamamilə dayandırılması;

3.1.5. Məcəllənin 12-ci maddəsi ilə müəyyən edilmiş istisnalar nəzərə alınmaqla mükafat, endirim və kampaniyaların 120-365 gün ərzində bazarın, müştəri qruplarının, xammal mənbələrinin və ərazilərin bölüşdürülməsinə gətirib çıxarması;

3.1.6. Məcəllənin 12-ci maddəsi ilə müəyyən edilmiş istisnalar nəzərə alınmaqla satıcı tərəfindən alıcının başqa satıcılardan məhsul almasının məhdudlaşdırılması və ya mükafatların, endirimlərin və kampaniyaların tətbiq edilməsinin belə nəticəyə səbəb olması.