

Հրատարակվում է **ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔ** Հետազոտական Կենտրոնի
գիտական խորհրդի որոշմամբ:
ՀՀ ԿԳՆ ՀՀ ԲՈԿ-ի կողմից ընդունելի է ատենախոսությունների հիմնական
արդյունքների և դրույթների հրատարակման համար:

ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔ

եռամսյա գիտական հանդես
տնտեսագիտություն, գործարարություն, կառավարում

Հունվար – Մարտ, 2021թ.

Խմբագրական խորհուրդ

ԹԱԹՈՒԼ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ

դոկտոր, պրոֆեսոր

խորհրդի նախագահ և

գլխավոր խմբագիր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ

ԳՐԻՇԱ ՂԱՐԻՔՅԱՆ

դոկտոր, պրոֆեսոր

ՀՀ ԳԱԱ թղթակից անդամ, ՀԱՅԱՍՏԱՆ

ՎԱՐԴԱՆ ԲՈՍՏԱՆՋՅԱՆ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ

ՖՐԱՆՍԻՍ ԲԱՐՈՆ ՎԱՆ ԼՈՒՆ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ԲԵԼԳԻԱ

ՄԵՐԻԼԻՆ ԹԵՅԼՈՐ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ԱՄՆ

ՊԱՈԼՈ ԼԵՈՉԻ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ԻՏԱԼԻԱ

ՍԵՐԳԵՅ ԿԱԼԵՆՋՅԱՆ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ՌԴ

ԼԻԼԻԱՆ ՎԱՆ ՀՈՖ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ԲԵԼԳԻԱ

ՇԱՈԱ ՅԱՆԳ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ԱՄՆ

ԱՐՄԵՆ ՍԱՖԱՐՅԱՆ

տնտեսագիտության դոկտոր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ

ՋՈՆ ՌԻՈԼՇ

դոկտոր, պրոֆեսոր, ԹԱԻԼԱՆԴ

ԱՐՄԱՆ ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ

տնտեսագիտության դոկտոր, ՀԱՅԱՍՏԱՆ

Research Center **ALTERNATIVE**

ALTERNATIVE Quarterly Journal

January - March, 2021

Editorial Board:

Tatoul Manasserialian – Doctor of Sciences, Professor (Editor in chief), , ARMENIA

Grisha Gharibyan – Doctor of Sciences, Professor, ARMENIA

Vardan Bostanjyan – Doctor of Sciences, Professor, ARMENIA

Francis Baron Van Loon – Doctor of Sciences, Professor, BELGIUM

Marilyn Taylor – Doctor of Sciences, Professor, USA

Paolo Leoci – Doctor of Sciences, Professor, ITALY

Sergey Kalenchyan – Doctor of Sciences, Professor, RUSSIA

Liliane Van Hoof – Doctor of Sciences, Professor, BELGIUM

Xiaohua Yang – Doctor of Sciences, Professor, USA

Armen Safaryan – Doctor of Sciences, ARMENIA

John Walsh – Doctor of Sciences, Professor, THAILAND

Arman Martirosyan – Doctor of Science in Economics, ARMENIA

Исследовательский Центр **АЛЬТЕРНАТИВА**

АЛЬТЕРНАТИВА Квартальный Журнал

Январь - Март, 2021

Редакционный Совет:

Татул Манасерян – доктор наук, профессор (Главный редактор, председателем совета), АРМЕНИЯ

Гриша Гарибян – доктор наук, профессор, АРМЕНИЯ

Вардан Бостанджян – доктор наук, профессор, АРМЕНИЯ

Франсис Барон Ван Лун – доктор наук, профессор, БЕЛЬГИЯ

Мерилин Тейлор – доктор наук, профессор, США

Паоло Леочи – доктор наук, профессор, ИТАЛИЯ

Сергей Каленчан – доктор наук, профессор, РОССИЯ

Лилиан Ван Хоф – доктор наук, профессор, БЕЛЬГИЯ

Шао Янг – доктор наук, профессор, США

Армен Сафарян – доктор наук, АРМЕНИЯ

Джон Уолш – доктор наук, профессор, ТАИЛАНД

Арман Мартиросян – доктор наук, АРМЕНИЯ

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ	(02.02.2021 – 14.02.2021) ¹	
Տնտեսական դիսկերի էությունը և դրանց ազդեցությունը կայուն զարգացման վրա		6
Արեգ ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ, Անի ԴԱՎԹՅԱՆ	(07.03.2021 – 18.03.2021)	
Հայաստանի գիտության ֆինանսավորման վերլուծություն աշխարհի մի շարք երկրների համեմատությամբ		13
Կարեն ԵՂԻԱԶԱՐՅԱՆ	(12.03.2021 – 21.03.2021)	
Վերաբերենդավորումը բանկային համակարգում Էվոկաբանկի օրինակով		25
Հարություն ՎԵՐՄԻՇՅԱՆ	(21.01.2021 – 04.02.2021)	
Երևանյան բուքմեյքերական գրասենյակները որպես սոցիալական տարածություններ		33
Արինե Ստեփանյան	(17.01.2021 – 28.02.2021)	
Զբաղվածության մակարդակի վրա մակրոտնտեսական ցուցանիշների ազդեցությունը		46
Հեղինե Պետրոսյան	(10.02.2021 – 26.02.2021)	
Պաշտոնատար անձանց գույքի և եկամուտների հայտարարագրման համակարգի ներդրման առանձնահատկությունները		56
Լիաննա ԴԱՎԹՅԱՆ	(27.01.2021 – 11.02.2021)	
Նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության հնարավոր բացասական հետևանքները կազմակերպություններում և դրանց հաղթահարման ուղիները		
Անդրանիկ ՄՈՒՐԱԴՅԱՆ	(12.02.2021 – 24.02.2021)	
Արտաքին շուկաների ընտրության պարզամիտ մոտեցում		73
Լուսինե ՀԱՄԲԱՐՁՈՒՄՅԱՆ	(08.02.2021 – 22.02.2021)	
ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների կառուցվածքի վերլուծությունը և զարգացման հեռանկարները		80
Անաստաս ԱՂԱԶԱՐՅԱՆ, Ռուբեն ԶԱՔԱՐՅԱՆ	(04.02.2021 – 27.02.2021)	
Արտապատվիրակումը որպես բիզնեսի կառավարման գործիք		89
Արմեն ՍԱՖԱՐՅԱՆ, Ռուբեն ԶԱՔԱՐՅԱՆ	(04.02.2021 – 19.02.2021)	
Թվային մարքեթինգի գործիքները ապրանքանիշի ճանաչողության բարձրացման պրակտիկայում		102
Մերուժան ԱՍԼԱՆՅԱՆ	(13.02.2021 – 01.03.2021)	
Հայաստանում գնաճի և որոշ փոխարժեքների տատանողականության գնահատումը սպեկտրալ վերլուծության միջոցով		115
Արզիկ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ, Քրիստինա ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ	(17.03.2021 – 26.03.2021)	
Հաճախորդների փորձի բարելավման բաժնի տեղադրելու խնդիրը հեռահաղորդակցման ընկերության կառուցվածքում		124
Հրայր ՊԱՊՈՅԱՆ	(18.02.2021 – 04.03.2021)	
Խոշոր նախագծերի իրագործման խնդիրները և դրանց պատճառները		132
Շողիկ ՄԵԶԼՈՒՄՅԱՆ	(18.02.2021 – 01.03.2021)	
Միջազգային զբոսաշրջության զարգացման ընթացքն ու դինամիկան Հայաստանում		147

¹ Փակագծերում նշված են խմբագրության կողմից հոդվածների ստացման և հետագայում տպագրության ընդունման ժամկետները

Վարդան ԲՈՍՏԱՆՋՅԱՆ, Գևորգ ԿԻՐԱԿՈՍՅԱՆ	(11.02.2021 – 24.02.2021)	
Բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովման խնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում		159
Լիլիթ ՄԻՐՉՈՅԱՆ	(25.02.2021 – 14.03.2021)	
Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների աուդիտ		172
Անժելա ՏԿԱՉԵՆԿՈ	(22.02.2021 – 07.03.2021)	
Նորարարական գործընթացի տեսական և մեթոդաբանական ասպեկտները՝ որպես կառավարման օբյեկտ		185
Քրիստինա ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ, Արզիկ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ	(17.03.2021 – 24.03.2021)	
Հաճախորդամետության բարելավման համակարգի խնդիրները հեռահաղորդակցման ընկերությունում		193
Տիգրան ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ	(02.02.2021 – 14.02.2021)	
«Զուտ ընթացիկ ակտիվներ» և «Սեփական ընթացիկ ակտիվներ» կատեգորիաների մեկնաբանությունն ու կիրառման ոլորտները ֆինանսական վերլուծության պրակտիկայում		201
Էլլա ՆԱՀԱՊԵՏՅԱՆ	(26.02.2021 – 11.03.2021)	
ՀՀ բնակչության սոցիալական տրամադրության վերլուծություն Facebook սոցիալական ցանցում մեկնաբանությունների տոնայնությունը որոշելու միջոցով		211
Անի ՌՈՒԲԵՆՅԱՆ	(04.03.2021 – 19.03.2021)	
Պետական պատվերի բժշկական ծառայությունների գնագոյացման խնդիրը ՀՀ-ում		218
Վալենտինա ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ	(03.03.2021 – 18.03.2021)	
Համայնքների բյուջեների ձևավորման կառուցակարգերը և առկա խնդիրները ՀՀ-ում		227
Մ. Եղիազարյան, Ա. Բաղդասարյան, Ռ. Շատվորյան	(02.02.2021 – 19.02.2021)	
Դեղագործական ընկերության միկրո միջավայրը: Կլաստերների օգտագործմամբ դեղագործական ընկերությունների միկրո միջավայրի օպտիմիզացում		238
Ա. ԱՂԱՋԱՆՅԱՆ, Հ. ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ, Գ. ՄԵԼՔՈՆՅԱՆ	(08.03.2021 – 22.03.2021)	
ԵԱՏՄ ինտեգրացիոն գործընթացի զարգացման հեռանկարները		246
Դավիթ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ	(16.02.2021 – 01.03.2021)	
«Ձեռնարկատիրական մշակույթ» հասկացությունը և տնտեսական բովանդակությունը		
Նազելի ՍՈՒԲԻԱՍՅԱՆ	(02.03.2021 – 21.02.2021)	
Հարկային վերահսկողության և հսկողության իրավական առանձնահատկությունները		260
Շահանե ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ, Սյուզաննա ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ	(23.02.2021 – 11.03.2021)	
Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության ոլորտի վերլուծությունն ու զարգացման հեռանկարները, մինչ պատերազմը		274
Վ. ՄԿՐՏՉՅԱՆ, Վ. ԳԻՇՅԱՆ, Ս. ԱԲՐԱՀԱՄՅԱՆ	(12.03.2021 – 25.03.2021)	
ՀՀ բանկային համակարգում XML մոդելի ֆայլային համակարգով աշխատող բանկային վեբ սերվիսների ֆայլային համակարգի ձևափոխումը JSON մոդելի		291
Քնարիկ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ, Միքայել ՆԱՎԱՍԱՐԴՅԱՆ	(27.02.2021 – 14.03.2021)	
ՀՀ գործազրկության մակարդակի վրա մակրոտնտեսական ցուցանիշների ազդեցության գնահատումը		300
Հ. ԳԱԼՍՏՅԱՆ, Գ. ԲԱԴԱԴՅԱՆ, Կ. ԴԱՎԹՅԱՆ	(07.02.2021 – 26.02.2021)	
ՀՀ տարածքային անհամաչափ սոցիալ-տնտեսական զարգացումը բնութագրող ցուցանիշների կառուցվածքային և դինամիկ վերլուծությունը		308

Արմեն ՍԱՖԱՐՅԱՆ, Դավիթ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ	(03.03.2021 – 24.03.2021)	
Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմը և բաղկացուցիչները		326
Գ. ՄԵԼՔՈՆՅԱՆ, Ա. ԱՂԱՋԱՆՅԱՆ, Հ. ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ	(08.03.2021 – 21.03.2021)	
ՀՀ համայնքների համաչափ զարգացման հեռանկարները		334
Ա. ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ, Ն. ՆԱԼԹԱԿՅԱՆ, Ա. ՍԵՅՐԱՆՅԱՆ	(07.03.2021 – 23.03.2021)	
Մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելով աշխատող բանկային համակարգերի փոխակերպումը միկրոսերվիսների		341
Արսեն ԸՈՒՔՈՅԱՆ	(08.03.2021 – 24.03.2021)	
Վարկային ռիսկը առևտրային բանկերում. կառավարման անհրաժեշտությունը և մեթոդաբանական մոտեցումներ		349
Անդրանիկ ՄԱՐԳԱՐՅԱՆ	(03.03.2021 – 23.03.2021)	
Արժույթային ինտերվենցիաները ֆինանսական գործոնների համակարգում		359
Աննա ՄԱՔՍՈՒԴՅԱՆ	(12.03.2021 – 27.03.2021)	
Արդյունավետության առանցքային ցուցիչները, որպես մոտիվացիոն գործիք		370
Զավեն ՄԿՐՏՉՅԱՆ	(27.02.2021 – 19.03.2021)	
Հանքագործական արդյունաբերության ոլորտում հանքային ռենտայի ձևավորման և հարկազանձման բարելավման ուղիները		377
Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ	(12.03.2021 – 24.03.2021)	
Հայ-ռուսական ռազմավարական միության ներկայի և հեռանկարի շուրջ		391
Մհեր ՕԹԱՐՅԱՆ	(26.01.2021 – 11.02.2021)	
Հայաստանի և Թուրքիայի տնտեսական կապերի ձևավորման էվոլյուցիան		397

**ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՌԻՍԿԵՐԻ ԷՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ
ԿԱՅՈՒՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՎՐԱ**

Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ

Տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր

Բանալի բառեր. տնտեսական ռիսկ, տնտեսության զարգացում, տնտեսական անվտանգություն, ներմուծում, արտահանում

Ներկայումս խիստ արդիական է կայուն զարգացման հիմնահարցերի արծարծումը: Միաժամանակ, կայուն զարգացում ասելով երբեմն, մի կողմից այն նույնացնում են կենսոլորտի և հարակից խնդիրների լուծման հետ, իսկ ավելի հաճախ՝ սահմանափակվում տեղական նշանակության հիմնահարցերի քննարկմամբ: Մինչդեռ, կարևոր է գիտակցել, որ որևէ երկիր չի կարող հավակնել կայուն զարգացման՝ կենտրոնանալով միայն ներքին խնդիրների վրա: Ավելին, այն երկրները, որոնք ի վիճակի չեն ապահովել բարենպաստ պայմաններ՝ տարածաշրջանային արդյունավետ համագործակցության ծավալման համար, վաղ թե ուշ հարկադրված կլինեն այդ միջավայրը ձևավորելու՝ համաշխարհային տնտեսությունում որոշակի կշիռ ձեռք բերելու և սեփական մրցակցային առավելությունները լիարժեք իրացնելու նպատակով:

Կայուն զարգացմանը սպառնացող ռիսկերն իրենց բնույթով կարող են լինել ներքին և արտաքին: Հայաստանի տնտեսության վրա ազդող ներքին հիմնական ռիսկերն են՝

- զարգացման կողմնորոշիչների բացակայությունը,
- տնտեսության կառավարման համակարգի քաղաքականացվածությունը և արհեստավարժության պակասը,
- կոռուպցիան և կաշառակերությունը,
- ծայր աստիճան աղքատությունն ու ազգաբնակչության մեծ մասի անվճարունակությունը,
- “ուղեղների” արտահոսքը,
- տնտեսության կառուցվածքային ձևախախտման ուժեղացումը,
- հայրենական արտադրանքի մրցունակության ցածր մակարդակը,
- ընդլայնված վերարտադրության պայմանակարգում տնտեսության գործելու անկարողությունը,

- բնակչության սպառման և ապրանքների արտադրության միջև անհավասարակշռությունը, որը փոխհատուցվում է սպառողական ներկրման շնորհիվ,
- ներդրումային և նորամուծական աշխուժության նվազում, գիտատեխնիկական կարողության քայքայումը,
- տնտեսության տարբեր ճյուղերում մենաշնորհի կամ օլիգոպոլիաների առկայությունը,
- արտադրության արդյունավետության բարձրացման խթանիչների բացակայությունը,
- պետական պարտքի աճը,
- առաջին անհրաժեշտության ապրանքների գնաճի բարձր տեմպերը կամ արհեստականորեն կայունացված փոխարժեքները,
- երկրի վճարունակության ցածր մակարդակը,
- հանրապետության մարզերի տնտեսական զարգացման անհամաչափության խորացումը,
- հասարակության գույքային անհավասարության և շերտավորման ուժեղացումը,
- պետական վերահսկողության համակարգի թուլացումը:

Ներքին և արտաքին ռիսկերի համադրումը վկայում է, որ հանրապետության համար առավել վտանգավոր են ներքին ռիսկերը: Արտաքին ռիսկերի մի շարք աղբյուրներ (օրինակ՝ արտաքին պարտքի ավելացումը, մերձավոր արտերկրի հետ արտաքին առևտրային շրջանառության ծավալների կրճատումը և այլն) բխում են ներքին պատճառներից. տնտեսության ցածր արդյունավետություն, վերամշակող ճյուղերի ցածր մրցունակություն և հարակից գործոններ¹:

Անկախության տարիներին կատարված հանրապետության տնտեսության վերլուծությունները², ինչպես նաև նմանօրինակ իրավիճակներում հայտնված անցումային այլ տնտեսություններում կուտակած ուսանելի փորձի որոշ կողմեր թույլ են տալիս եզրակացնելու, որ երկրի տնտեսական զարգացման վրա ազդող ամենաէական ռիսկերը հետևյալներն են.

¹ World Competitiveness Report, World Economic Forum, www.wef.org

² Հայաստան 2020, Ռազմավարական և ազգային հետազոտությունների հայկական կենտրոն, Երևան, ՌԱՀՀԿ, 2003թ., էջ 27-121:

1. Հասարակության գույքային անհավասարության և շերտավորման ուժեղացում, սոցիալական կայունության և ազգային համաձայնության հիմքերի խարխլում, այդ թվում՝

- հասարակության բևեռացում՝ մի խումբ հարուստների և աղքատների մեծ զանգվածի,

- սոցիալական լարվածության հանգեցնող գործազրկության աճ,
- աշխատավարձի ցածր մակարդակ, կադրերի հոսունություն:

2. Երկրի տնտեսության կառուցվածքի ձևախախտվածություն, որը պայմանավորված է այնպիսի գործոններով, ինչպիսիք են՝

- երկրի արդյունաբերական կարողության աստիճանական փոշիացում և շեղում ավանդական մասնագիտացման ճյուղերից,

- բնական հանածոների հետախուզման հետ մնալը դրանց արդյունահանումից,

- չհանգուցալուծվող ռիսկեր հանքարդյունաբերության ոլորտում,
- հայրենական արտադրության ապրանքների մեծ մասի մրցունակության ցածր մակարդակը,

- վերամշակող արդյունաբերության կենսական կարևորության ճյուղերի արտադրությունների կանգնեցումը և դրանց արտադրա-տեխնոլոգիական կարողության փոշիացումը,

- գիտական հետազոտությունների և մշակումների տեխնոլոգիական միասնության խախտումը, գիտական ձևավորված կոլեկտիվների քայքայումը և դրա հիման վրա հանրապետության գիտա-տեխնիկական կարողության մասնատումը,

- արտերկրի ընկերությունների կողմից լայն սպառման մի շարք ապրանքների գծով հանրապետության ներքին շուկայի զավթումը,

- արտերկրի ընկերությունների կողմից տեղական մի շարք ձեռնարկությունների ձեռքբերումը՝ հայրենական ապրանքերը արտաքին և ներքին շուկաներից հետևողականորեն դուրս մղելու նպատակով,

- հանրապետության արտաքին պարտքի անընդհատ ավելացումը և պետական բյուջեից դրա մարմանն ուղղված ծախսերի համապատասխան աճը:

3. Հանրապետության մարզերի սոցիալ-տնտեսական անհամաչափության խորացում, որն արտահայտվում է հետևյալ երևույթներում՝

- մարզերի սոցիալ-տնտեսական զարգացման մակարդակներում գոյություն ունեցող էական տարբերություններում, արդյունաբերությունում կառուցվածքային տեղաշարժեր և արդյունահանող-վերամշակող ճյուղերում առաջընթաց արձանագրած մարզերի համեմատ տնտեսական հետամնաց վիճակում գտնվող համայնքների փաստացի անկարողության մեջ,

- հանրապետության առանձին մարզերի և համայնքների, դրանց ձեռնարկությունների արտադրա-տեխնոլոգիական կապերի խախտումներում,

- հանրապետության տարբեր մարզերի միջև բնակչության մեկ շնչին ընկնող համախառն ներքին արդյունքի արտադրության մակարդակներում եղած տարբերություններում:

4. տնտեսական գործունեության սովորայնացումը և շահերի բախումը, որոնք բխում են տարբեր գործոններից.

- գործազրկության աճ, քանի որ օրինախախտումների մեծ մասը կատարվում է եկամտախի մշտական աղբյուր չունեցող անձանց կողմից,

- պետական մարմինների պաշտոնյաների մի մասի սերտաճումը գործարարության հետ, պետական կառույցների ներկայացուցիչներին տարիների ընթացքում արտադրական կարողությունների և ծառայությունների մի զգալի մասի կառավարմանը մասնակցելու իրական հնարավորությունների ընձեռումը, կասկածելի անցյալ ունեցող անձանց ներթափանցումը ղեկավար կառույցներ,

- պետական վերահսկողության համակարգի թուլացում, որը հանգեցրել է ներքին ֆինանսական շուկայում, մասնավորեցման ոլորտում, արտահանման - ներմուծման գործարքներում և առևտրում դժվար վերահսկելի կառույցների գործունեության ընդլայնման և որոշակի աշխուժացման:

Ընդհանուր առմամբ, ռիսկերի առաջացման հիմնական պատճառներ են հանդիսանում ձեռնարկությունների ֆինանսական դրության անկայունությունը, ներդրումային անբարենպաստ միջավայրը, հարկաբյուջետային անարդյունավետ քաղաքականությունը և այլն¹:

Վառելիքա-էներգետիկ համակարգի, ռազմա-արդյունաբերական համալիրի, ծանր արդյունաբերության մի շարք ճյուղերի արագընթաց զարգացումն

¹ Վ. Կիրակոսյան, ՀՀ ներդրումային միջավայրի գնահատումը, <http://www.kargavorum.nkr.am/static/3857>

էր, մյուս կողմից, ծայրաստիճան թույլ զարգացումն այն ճյուղերի և բնագավառների, որոնք անմիջականորեն կոչված էին բավարարելու մարդկանց հոգևոր, մտավոր և նյութական պահանջները: Նման ժառանգությունն այսօր էլ հնարավորություն չի ընձեռում ամուր հիմքերի վրա դնել թեթև, սննդի և արդյունաբերության այլ հարակից ճյուղերի զարգացումը, ծառայությունների ոլորտը և կենցաղային հիմնահարցերը: Փաստորեն, նախկին տնտեսակարգի օրոք անընդհատ վերարտադրվել են ձևավորված կառույցներն՝ առանց ապահովելու դրանց կապը հասարակության փոփոխվող պահանջմունքների բավարարման հետ:

Անհրաժեշտություն է առաջացել վերականգնել հատկապես Արցախյան պատերազմից և համավարակից լուրջ վնասներ կրած տնտեսությունը, որից հետո՝ ապահովել տնտեսության կայուն աճ, որը կզուգորդվի ժամանակակից կառուցվածքային փոփոխությունների հետ: Արտադրության կառուցվածքի հետ շուկայական պահանջարկի կապի ապահովումը երկրի տնտեսության առանցքային խնդիրներից մեկն է դառնում: Իրականում, տնտեսության ներսում նկատելի է բնակչության կողմից սպառումների և ապրանքների արտադրության միջև անհավասարակշռություն, որը լրացվում է արտաքին պարտքը ծանրաբեռնող ներմուծման հաշվին: Դրա հետ մեկտեղ չի թուլանում նաև տնտեսության զարգացման վրա սոցիալական ռիսկի ազդեցությունը¹:

Սոցիալական ոլորտն առանցքային դեր է խաղում ոչ միայն տնտեսական, այլև ազգային անվտանգության ապահովման գործում: Դրանում կարելի է ներառել անհատի, ընտանիքի, հասարակության, դրա առանձին շերտերի, սոցիալական խմբերի և պետության կենսական շահերը: Երկրի անվտանգության գլխավոր ռիսկերից կարելի է առանձնացնել՝ եկամուտների խիստ անհամաչափ բաշխումը, բնակչության կողմից սննդի պահանջմունքի լիարժեք բավարարման կտրուկ անկումը, թերսնուցումը, աղքատության ավելացումը², այդ թվում՝ աղքատության նվազագույն սահմանն անցած

¹ Миронова Т. К. К вопросу об определении понятия «социальная защита» // «Трудовое право», № 3, 2008 // <http://www.top-personal.ru/lawissue.html?1548>:

² 6 քայլ՝ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ մինչև 2030թ. սովոր վերացնելու, պարենային ապահովության ու սնուցման վիճակը բարելավելու և գյուղատնտեսության կայուն զարգացումը խթանելու համար, ՄԱԿ-ի Հայաստանյան գրասենյակ, 2018թ., էջ 3-11:

մարդկանց բացարձակ թվի ավելացումը, սովամահության դեպքերի աճը և այլն: Բոլոր նշված միտումները, ինչպես նաև զբաղվածության կրճատումը, կրթությունը շարունակելու մատչելիության պակասը, մահացության աճը, ծնունդների թվի կրճատումը հանգեցնում են երկրում կյանքի ընդհանուր որակի անկմանը, ժողովրդագրական ռիսկերի¹ և արտագաղթի տեմպերի աճին: Որոշակի վերապահումով, կենսամակարդակի մասին կարելի է դատողություններ անել այնպիսի կարևոր ցուցանիշի շնորհիվ, ինչպիսին է բընակչության մեկ շնչին ընկնող համախառն ներքին արդյունքը:

Այսպիսով, լայն սպառման ապրանքների արտադրության անկումը գերազանցել է ապրանքների սպառման անկման ցուցանիշը: Դրա հետևանքով առաջացած ճեղքվածքը լրացվել է ներմուծման հաշվին, որն ունի աճի միտում: Դրանով իսկ հանրապետության տնտեսության ներսում անընդհատ, տարեցտարի ընդլայնվող մասշտաբով ինքնավերարտադրվում է պահանջարկի և առաջարկի միջև տեղ գտած համընդհանուր մակրոկառուցվածքային անհավասարակշռություն:

Հիշյալ գործոնները վերածվում են առանքային ռիսկերի, որոնք իրենց էական ազդեցությունն են թողնում տնտեսության զարգացման վրա: Հետևվաբար, կարևոր է գնահատել հիշյալ ռիսկերը և դրանց ազդեցության աստիճանը, բացահայտել ռիսկերին դիմակայելու տնտեսության հնարավորությունները, ինչպես նաև ներկայացնել ռիսկերի կրճատման միջոցով տնտեսությանն վերականգնման և կայուն զարգացմանն անցման հեռանկարները:

¹ ՀՀ ԱՆ Անպտղության հաղթահարման ծրագրի ֆինասնավորումը գրեթե երեք անգամ ավելացել է: <https://armenpress.am/arm/news/1046767.html>

Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ

Տնտեսական ռիսկերի էությունը և դրանց ազդեցությունը կայուն զարգացման վրա

Բանալի բառեր. տնտեսական ռիսկ, տնտեսության զարգացում, տնտեսական անվտանգություն, ներմուծում, արտահանում

Ներկայումս խիստ արդիական է կայուն զարգացման հիմնահարցերի արծարծումը: Միաժամանակ, կայուն զարգացում ասելով երբեմն, մի կողմից այն նույնացնում են կենսոլորտի և հարակից խնդիրների լուծման հետ, իսկ ավելի հաճախ՝ սահմանափակվում տեղական նշանակության հիմնահարցերի քննարկմամբ: Մինչդեռ, կարևոր է գիտակցել, որ որևէ երկիր չի կարող հավակնել կայուն զարգացման՝ կենտրոնանալով միայն ներքին խնդիրների վրա: Ավելին, այն երկրները, որոնք ի վիճակի չեն ապահովել բարենպաստ պայմաններ՝ տարածաշրջանային արդյունավետ համագործակցության ծավալման համար, վաղ թե ուշ հարկադրված կլինեն այդ միջավայրը ձևավորելու՝ համաշխարհային տնտեսությունում որոշակի կշիռ ձեռք բերելու և սեփական մրցակցային առավելությունները լիարժեք իրացնելու նպատակով:

Tatul MANASERYAN

The essence of economic risks and their impact on sustainable development

Key words: economic risk, economic development, economic security, import, export

At the present time, issues of sustainable development are very important. At the same time, when we talk about sustainable development, we sometimes equate it with solving problems related to the biosphere, and most often we limit ourselves to discussing issues of local importance. At the same time, it is important to understand that no country can strive for sustainable development by focusing only on domestic issues. Moreover, those countries that are unable to provide favorable conditions for effective regional cooperation will sooner or later have to create such an environment in order to gain a certain weight in the world economy and fully utilize their competitive advantages.

Татул МАНАСЕРЯН

Сущность экономических рисков и их влияние на устойчивое развитие

Ключевые слова. экономический риск, экономическое развитие, импорт, экспорт

В настоящее время очень важны вопросы устойчивого развития. В то же время, когда мы говорим об устойчивом развитии, мы иногда отождествляем его с решением проблем, связанных с биосферой, и чаще всего ограничиваемся обсуждением вопросов местного значения. В то же время важно понять, что ни одна страна не может стремиться к устойчивому развитию, сосредотачиваясь только на внутренних вопросах. Более того, те страны, которые не в состоянии обеспечить благоприятные условия для эффективного регионального сотрудничества, рано или поздно будут вынуждены создать такую среду, чтобы получить определенный вес в мировой экономике и полностью реализовать свои конкурентные преимущества.

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՄԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ
ԱՇԽԱՐՀԻ ՄԻ ՇԱՐՔ ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՀԱՄԵՄԱՏՈՒԹՅԱՄԲ**

Արեգ ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ

Ֆիզ. մաթ. գիտությունների թեկ.,
ՀՀ ԳԱԱ Բյուրականի աստղադիտարանի տնօրեն

Անի ԴԱՎԹՅԱՆ

ՀՊՏՀ Ֆինանսական ֆակուլտետի մագիստրանտ

Բանալի բառեր. գիտության զարգացում, գիտության ֆինանսավորում, գիտնականի միջին աշխատավարձ, գիտական արդյունավետություն

Աշխարհի զարգացած երկրների փորձը ցույց է տալիս, որ գիտության զարգացումը, գիտության կարևորելը, այդ թվում ֆինանսավորման մակարդակի առումով, միանշանակ բերում է տնտեսական զարգացման: Դրա պատճառը հավանաբար հանդիսանում է նաև այն հանգամանքը, որ գնալով ավելի ու ավելի կարևորություն է ստանում մտավոր աշխատանքը:

Արդեն մի քանի դար է, ինչ գիտությունը և դրա վրա հիմնված տեխնոլոգիաները հանդիսանում են տնտեսության զարգացման հիմնական խթանը: Գիտական զարգացումները սկսվեցին Անգլիայի գիտատեխնիկական հեղափոխությունից, երբ Անգլիան միանգամից դարձավ աշխարհի ամենազարգացած պետությունը, ստեղծեց հզոր նավատորմ: Պատահական չէր, որ Անգլիան դարձավ նաև աշխարհի ամենամեծ գաղութատիրական պետությունը և զգալի չափով հարստացավ: 18-րդ դարի երկրորդ կեսին ստեղծված Վատի շոգեմեքենան և այլ գիտատեխնիկական նվաճումներն ապահովեցին Անգլիայի արդյունաբերական հեղափոխությունը: Անգլիային հաջորդեցին Ֆրանսիան (XIX դար), Գերմանիան (XX դարի սկիզբ), ԱՄՆ-ը և Ճապոնիան (XX դարի 50-ականներից սկսած), իսկ ներկայումս նաև այլ երկրներ: Այս երկրները, շեշտը դնելով գիտության զարգացման վրա, ստեղծեցին հզոր տնտեսություններ և դուրս եկան աշխարհի առաջատար երկրների շարքը: Օրինակ, 1920-ական թթ. Գերմանիան համարվում էր աշխարհի գիտական կենտրոնը, ինչի արդյունքում Հիտլերը ստեղծեց աշխարհի թիվ 1 տնտեսությունը, որը, սակայն, պատերազմի պատճառով կարճ գոյատևեց: Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո ԱՄՆ-ը, գիտության զարգացումը ընդունելով որպես առաջնահերթություն, մեծ նշանակություն տալով և բարձր վարձատրե-

լով նաև տարբեր երկրներից հրավիրված գիտական կադրերին, շատ արագ դարձավ աշխարհի առաջատար պետությունը: Նման ճանապարհ անցավ նաև Ճապոնիան: Փոքր պետություններից ևս գիտության զարգացման շնորհիվ տնտեսական առաջընթաց ունենալու առումով լավ օրինակներ կան, ինչպիսիք են Իսրայելը, Հարավային Կորեան և այլն:

ԵՄ-ն ևս իր ստեղծման օրվանից կարևոր նշանակություն է տալիս գիտությանը և նորարարություններին, որի համար հատուկ ծրագիր է ստեղծված («Շրջանակային ծրագրեր, Framework Programs (FP) և Հորիզոն 2020, Horizon 2020¹): Մասնավորապես Հ2020 շրջանակներում 2014-2020թթ. հատկացվել է շուրջ 77 մլրդ եվրո, իսկ 2021-2027թթ. FP9 շրջանակներում հատկացվելու է շուրջ 110 մլրդ եվրո, ընդ որում այս գումարը յուրաքանչյուր ԵՄ երկրի ազգային ֆինանսավորումից բացի լրացուցիչ հնարավորություններ է ստեղծում համագործակցությունների ձևով գիտության և նորագույն տեխնոլոգիաների զարգացման համար: Նշենք, որ Հայաստանը ևս 2016թ.-ից մասնակցել է Հ2020-ին՝ որպես ասոցացված երկիր:

Երբ դիտարկում ենք աշխարհի պետությունների տնտեսական զարգացման աստիճանը, ուժեղ կապ է նկատվում գիտության ֆինանսավորման հետ: Նույնը կարելի է ասել հակառակ կողմից մոտենալիս. բոլոր այն պետությունները, որոնք լուրջ ուշադրություն են դարձնում գիտության ֆինանսավորմանը, շատ արագ հասնում են տնտեսական զարգացման բարձր մակարդակի:

Հայաստանը ևս գիտական մեծ ներուժ ունի, սակայն այն զարգացնելու համար անհրաժեշտ է մեծացնել գիտությանը տրվող ֆինանսավորումը, որը խիստ կրճատվել է անկախության տարիներին: Սեփական գիտություն չունենալու դեպքում ստիպված պետք է լինենք մեր ուղեղները ծառայեցնել օտար երկրների գիտությանը՝ թե՛ լավագույն կադրերին արտահոսքի հետևանքով կորցնելով, թե՛ Հայաստանում սեփական ուղեղներն այլ պատվերներին ծառայեցնելով (ինչպես արդեն արվում է ՏՏ ոլորտում): Բնական է, որ ՏՏ ոլորտի պատվիրատու ընկերությունները շատ ավելի մեծ եկամուտներ են ստանում իրենց (այս դեպքում նաև՝ մեր երիտասարդ կադրերի) գործունեության արդյունքում, իսկ եթե դրանք լինեին Հայաստանի ՏՏ ընկերություններ, այդ ամբողջ եկամուտը հենց այստեղ կմնար: Հայաստանը, լինելով համեմատա-

¹ <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en>

բար փոքր և թույլ տնտեսություն ունեցող պետություն, դեռևս էապես առաջ է գիտական ցուցանիշներով, հատկապես բնական գիտությունների և հատկապես ֆիզիկայի և աստղաֆիզիկայի ոլորտում: Այսպես, տարածքով Հայաստանն աշխարհում 142-րդն է, բնակչության թվով՝ 137-րդը, պետական բյուջեով՝ 136-րդը, ՀՆԱ-ով՝ 133-րդը (այս 4 ցուցանիշի միջինով՝ 137-րդը), սակայն գիտական հրապարակումների ընդհանուր թվով (Scimago Country Rank (SCR)¹ վերջին՝ 2019թ. ցուցանիշներ)՝ 93-րդը (երկրի և տնտեսական ցուցանիշների համեմատ 1.47 անգամ ավելի բարձր), դիտարկելով միայն «ֆիզիկա և աստղագիտություն» ոլորտը՝ 65-րդը (2.11 անգամ ավելի բարձր) և մասնավորապես, դիտարկելով միայն «աստղագիտություն ու աստղաֆիզիկա»՝ 50-րդը (2.74 անգամ ավելի բարձր): Սա նշանակում է, որ գիտությունն ավելի արդյունավետ է աշխատում, քան տնտեսության մյուս ոլորտները: Սակայն ցավալի է, որ այս ցուցանիշները վերջին տարիներին գնալով ընկնում են. այսպես, SCR տվյալների շտեմարանը սկսվել է 1996-ից և, եթե տարածքով, բնակչության թվով և տնտեսական ցուցանիշներով Հայաստանն այս տարիներին գրեթե նույն տեղերում է եղել, ապա գիտության վերոնշյալ ցուցանիշներով 2008թ. զբաղեցրել է համապատասխանաբար 84, 56 և 40-րդ տեղերը, իսկ 1996թ.՝ 68, 45 և 30-րդ: Այսինքն վերջին 12 տարում մեր գիտական ցուցանիշներն ընկել են միջինում 1.2 անգամ, իսկ վերջին 24 տարում՝ միջինում 1.5 անգամ: Այս ամենն իհարկե գիտության չափազանց ցածր ֆինանսավորման արդյունք է, նույնիսկ ամենարդյունավետ աշխատող օղակը կարելի է ոչ պատշաճ վերաբերմունքի դեպքում զգալի չափով վատթարացնել:

Հայաստանում գիտությունը բաժանված է երեք հիմնական հատվածի՝ ակադեմիական, բուհական և ճյուղային: ՀՀ ԳԱԱ միավորում է 35 գիտական ինստիտուտ և կենտրոն: Համարյա բոլոր բուհերն ունեն գիտական լաբորատորիաներ կամ նույնիսկ ինստիտուտներ: Դրանք ՀՀ ԿԳՄՄՆ ենթակայության տակ գտնվող 21 հաստատություններն են: Վերջապես, նախարարություններից շատերն իրենց ենթակայության տակ ունեն գիտական ինստիտուտներ, ինչպես նաև կան անկախ գիտական կենտրոններ, ընդամենը ևս 28: Այսպիսով, ՀՀ-ում պետական ֆինանսավորում է ստանում ընդամենը 84 գիտական կենտրոն: Սկսած 2007թ. Հայաստանում գիտության համակարգումն ու ֆինանսավորումն իրականացվում է ՀՀ ԿԳՄՍ գիտության կոմիտեի

¹ <https://www.scimagojr.com/countryrank.php>

միջոցով: Ֆինանսավորման հիմնական ձևն է բազայինը, երբ գիտական հաստատությունները ստանում են որոշակի սահմանված բյուջե: Սակայն գիտնականների առանձին խմբերը, առավել արդյունավետ գիտնականներին և միջազգային ծրագրերը խրախուսելու նպատակով մրցույթային սկզբունքներով գումարներ են հատկացվում թեմատիկ և նպատակային ֆինանսավորման (գիտական խմբերի դրամաշնորհային նախագծեր), « առավել արդյունավետ 100 գիտնականների հավելավճարների և արտասահմանյան երկրների հետ համագործակցության աջակցության ձևերով և»: Համեմատաբար փոքր չափերով ֆինանսներ են հատկացվում նաև գիտական ենթակառուցվածքների ստեղծման, գիտական սարքավորումների, միջոցառումների կազմակերպման, արտասահմանյան գործուղումների և գրքերի տպագրության համար: Ֆինանսավորման ձևերի և համակարգի ճկունության առումով Հայաստանում գիտության ֆինանսավորումը թերևս կարելի է արդյունավետ համարել, սակայն չափազանց ցածր է գիտության բյուջեն (2021թ.՝ 13.6 մլրդ ՀՀԴ, ինչը համարժեք է 25.9 մլն ԱՄՆ դոլարի):

Գիտության արդյունքների վերլուծության և գնահատման համար ստեղծվել է հատուկ գիտություն՝ գիտաչափություն (Science Metrix, наукометрия, Կանադայում դեռևս 2002-ից գործում է համապատասխան ինստիտուտ): Հոդվածում արծարծվող հիմնահարցերն ավելի տեսանելի դարձնելու նպատակով կատարվել է տնտեսական կարևորագույն ցուցանիշների, գիտության ֆինանսավորման, գիտնականների քանակի, միջին աշխատավարձերի և այլ տվյալների համեմատական վերլուծություն: Հետազոտության համար կիրառվել են տվյալների հավաքագրման, վերլուծության գրաֆիկական, համեմատական մեթոդները՝ համադրելով 2010-2020թթ. ցուցանիշները: Վերջիններս համար հիմք են ծառայել «Գլոբալ նորարարական ինդեքս» (Global Innovation Index) զեկույցի տարեկան հրապարակումները: Օգտագործվել են նաև ՅՈՒՆԵՍԿՕ-ի գիտական հաշվետվությունները, Scopus, Webometrics և այլ տվյալների շտեմարանները:

Սույն հոդվածում անդրադարձ ենք կատարել 3 կարգի երկրների տնտեսությունների և գիտության մակարդակի համեմատությանը՝ առավել զարգացած երկրներ (աշխարհի առաջատար փորձի ուսումնասիրության նպատակով), նախկին Խորհրդային Միության երկրներ (ԽՍՀՄ փլուզումից հետո այդ երկրների զարգացման ընթացքի ուսումնասիրության նպատակով), Հայաս-

տանի հարևան երկրներ (աշխարհաքաղաքական դիրքից ելնելով այդ երկրների տնտեսական զարգացվածության համեմատության նպատակով):

Աղյուսակ 1. 25 երկրների տնտեսական ցուցանիշները և գիտության հետ առնչվող տվյալները: Մաս I

Հ/հ	Պետություն	ՀՆԱ	Գիտն. թիվ	Գիտ. բյուջե	Մասնաբաժինը ՀՆԱ-ում	Երկրի միջին ամս. աշխատ.
		մլն USD		մլն USD	%	USD
1	ԱՄՆ	20807269	1460516	582603.5	2.80	5487.5
2	Չինաստան	14860775	1881340	326937.1	2.20	867.5
3	Ճապոնիա	4910580	674271	162049.1	3.30	3475.8
4	Գերմանիա	3780553	436674	117197.1	3.10	4048.3
5	ՄԹ	2638296	312500	44851.0	1.70	3518.3
6	Հնդկաստան	2592583	348727	15555.5	0.60	176.7
7	Ֆրանսիա	2551451	307784	56131.9	2.20	3537.5
8	Իտալիա	1848222	139473	25875.1	1.40	2877.5
9	Կանադա	1600264	160925	24004.0	1.50	3864.2
10	Հվ. Կորեա	1586786	409149	71405.4	4.50	2815.8
11	Ռուսաստան	1464078	406325	14640.8	1.00	938.3
12	Թուրքիա	649436	116337	6494.4	1.00	807.5
13	Իրան	610662	123881	4885.3	0.80	441.7
14	Իսրայել	383425	72202	18787.8	4.90	3592.5
15	Ադրբեջան	41666	15784	83.3	0.20	708.0
16	Վրաստան	16316	5839	48.9	0.30	398.0
17	Հայաստան	12813	3955	25.6	0.20	365.0
18	Լիտվա	55064	8526	495.6	0.90	1221.0
19	Լատվիա	33015	3608	198.1	0.60	1327.0
20	Էստոնիա	30468	4982	426.6	1.40	1514.0
21	Ալբանիա	14034	1339	21.1	0.15	435.0
22	Հս. Մակեդոնիա	12510	1665	50.0	0.40	896.3
23	Մոլդովա	11241	2808	33.7	0.30	1307.5
24	Տաջիկստան	7898	2152	7.9	0.10	120.0
25	Ղրղզստան	7480	2224	7.5	0.10	230.0

Մեր հետազոտությունների համար վերցրել ենք ընդամենը 25 պետություն՝ երեք խմբի դիտարկման հիման վրա .

1. Աշխարհի առավել զարգացած պետություններ (ամենամեծ ՀՆԱ ունեցող 11 պետությունները)՝ ԱՄՆ, Չինաստան, Ճապոնիա, Գերմանիա, ՄԹ, Հնդկաստան, Ֆրանսիա, Իտալիա, Կանադա, Հարավային Կորեա և ՌԴ:

2. Մեր տարածաշրջանի պետություններ (ընդամենը՝ 6)՝ Թուրքիա, Իրան, Իսրայել, Ադրբեջան, Վրաստան, Հայաստան:

ՀՀ տիպի՝ նախկին ԽՍՀՄ և ՀՀ տնտեսական ցուցանիշներին մոտ արևելաեվրոպական պետություններ (ընդամենը՝ 8)՝ Լիտվա, Լատվիա, Էստոնիա, Ալբանիա, Հյուս. Մակեդոնիա, Մոլդովա, Տաջիկստան, Ղրղզստան:

Աղյուսակ 1. 25 երկրների տնտեսական ցուցանիշները և գիտության հետ առնչվող տվյալները: **Մաս II**

Հ/ h	Պետություն	Գիտն. միջ. ամս. աշ.վարձ.	Գիտն. աշ.վ./ միջ.աշ.վ..	Գիտն.աշ.վ. / 1 գիտն. գիտ.բյուջե	Հրապ. թիվ	1 գիտն. հրապ.	Գիտն.արդ. (հրապ թիվ /1 մլն\$)
		USD			2019		
1	ԱՄՆ	6602.0	1.20	0.20	678197	0.46	1.16
2	Չինաստան	3153.0	3.63	0.22	684048	0.36	2.09
3	Ճապոնիա	4102.0	1.18	0.20	132308	0.20	0.82
4	Գերմանիա	4756.0	1.17	0.21	183640	0.42	1.57
5	ՄԹ	3270.0	0.93	0.27	212519	0.68	4.74
6	Հնդկաստան	796.0	4.50	0.21	187014	0.54	12.02
7	Ֆրանսիա	3945.0	1.12	0.26	118951	0.39	2.12
8	Իտալիա	3183.0	1.11	0.21	125709	0.90	4.86
9	Կանադա	3867.0	1.00	0.31	115384	0.72	4.81
10	Հվ. Կորեա	3819.0	1.36	0.26	89544	0.22	1.25
11	Ռուսաստան	2017.0	2.15	0.67	111820	0.28	7.64
12	Թուրքիա	1635.0	2.02	0.35	49930	0.43	7.69
13	Իրան	1684.7	3.81	0.51	64744	0.52	13.25
14	Իսրայել	5714.0	1.59	0.26	23195	0.32	1.23
15	Ադրբեջան	252.5	0.36	0.57	1454	0.09	17.45
16	Վրաստան	250.0	0.63	0.36	2198	0.38	44.95
17	Հայաստան	191.0	0.52	0.35	1356	0.34	52.97
18	Լիտվա	1714.8	1.40	0.35	4141	0.49	8.36
19	Լատվիա	1909.2	1.44	0.42	2410	0.67	12.17
20	Էստոնիա	2605.1	1.72	0.37	3805	0.76	8.92
21	Ալբանիա	125.7	0.29	0.10	526	0.39	24.93
22	Հս. Մակեդոնիա	112.2	0.13	0.04	983	0.59	19.66
23	Մոլդովա	440.8	0.34	0.44	509	0.18	15.10
24	Տաջիկստան	114.2	0.95	0.37	221	0.10	27.97
25	Ղրղզստան	120.9	0.53	0.43	405	0.18	54.00

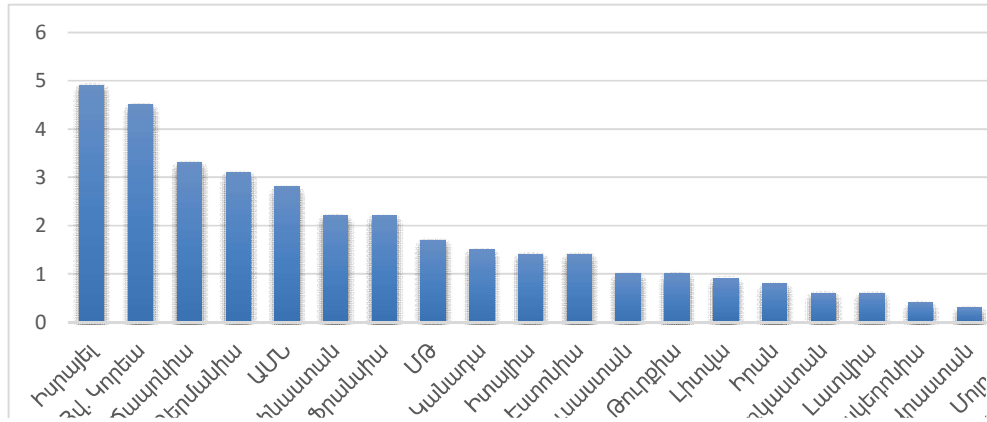
Մեր կողմից կազմվել է այդ բոլոր 25 երկրների տնտեսական ցուցանիշների և գիտության հետ առնչվող տվյալների աղյուսակ, որը հնարավոր

րություն է տալիս մանրակրկիտ համեմատական վիճակագրական վերլուծության ենթարկել այդ տվյալները: Աղյուսակ 1-ի հաջորդական սյունակներում բերված են՝ պետությունները, ՀՆԱ-ն, գիտնականների թիվը, գիտության բյուջեն մլն ԱՄՆ դոլարներով, գիտության բյուջեի մասնաբաժինը ՀՆԱ-ում %-ներով, երկրի միջին ամսական աշխատավարձը, գիտնականի միջին ամսական աշխատավարձը, գիտնականի և երկրի միջին աշխատավարձերի հարաբերությունը, գիտնականի աշխատավարձի մասնաբաժինը 1 գիտնականին բաժին ընկնող բյուջեում (լրացուցիչ գիտական ներդրումների ինդեքս), գիտական արդյունքը (հրապարակումների թիվ), 1 գիտնականին բաժին ընկնող հրապարակումները, գիտնականների արդյունավետությունը՝ 1 մլն ԱՄՆ դոլարի դիմաց հրապարակումների թիվը: Բոլոր ֆինանսական տվյալները բերված են ԱՄՆ դոլարի համարժեքներով: Տվյալների զգալի մասը դուրս է բերվել մեր սեփական հաշվարկների արդյունքում:

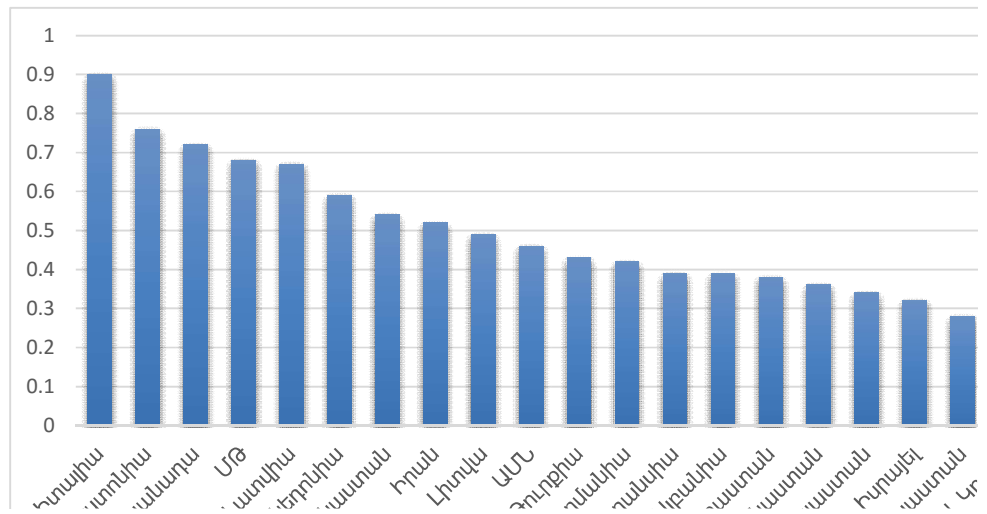
Հայաստանում կա 3955 գիտնական, 1 մլն բնակչի հաշվարկով՝ 1334.7, ինչը մոտ է աշխարհի միջին ցուցանիշին: Սակայն հաշվի առնելով, որ բազմաթիվ հետամնաց պետություններ նոր են սկսում գիտություն զարգացնել և գիտնականների թվով շատ հետ են, ապա Հայաստանը, լինելով գիտության երկիր, կարող էր ունենալ շատ ավելի մեծ թվով գիտնականներ, ինչպես Խորհրդային Միության ժամանակներում էր (ընդամենը 27.5 հազ. Գիտնական՝ շուրջ 7 անգամ ավելի, քան հիմա): ՀՀ գիտության բյուջեն կազմում է ՀՆԱ-ի 0.20%, ինչը զգալիորեն ցածր է աշխարհի առաջատար երկրներից և համեմատելի է աֆրիկական հետամնաց երկրների ցուցանիշներին, այսինքն, բացի այն, որ ՀՀ բյուջեն շատ փոքր է բացարձակ արժեքով, նաև գիտության բյուջեի բաժինն է շատ ցածր: Համարվում է, որ գիտության նորմալ զարգացման համար այս ցուցանիշը պետք է լինի ոչ պակաս, քան 1, այլապես տվյալ երկրում գիտության զարգացման մասին խոսելն ավելորդ է դառնում: Այսինքն Հայաստանը պետք է մոտ 5 անգամ ավելացնի գիտության ֆինանսավորումը: Ինչպես երևում է, բարձրագույնը Իսրայելի ցուցանիշն է՝ 4.9, այնուհետև Հարավ. Կորեայինը՝ 4.5, իսկ առավել բարձր ՀՆԱ ունեցող երկրների մոտ այն տատանվում է 1.4-3.3 սահմաններում (ինչպես և այլ զարգացած երկրներում), այսինքն 7-17 անգամ ավելի բարձր (բացի Հնդկաստանից, որտեղ այս թիվն այնուամենայնիվ Հայաստանից բարձր է 3 անգամ): Ըստ այդմ, շատ ցածր է 1 գիտնականին բաժին ընկնող տարեկան և ամսական

բյուջեն (այստեղ մտնում են աշխատավարձերը, գիտական սարքավորումներին հատկացվող գումարները, գործուղման և միջոցառումների կազմակերպման ֆոնդերը, գիտական հիմնարկների վարչական և տնտեսական ծախսերը և այլն)՝ համապատասխանաբար 6479.4 և 539.9 ԱՄՆ դոլար. այս ցուցանիշներով բերված երկրների ցանկում Հայաստանը 20-50 անգամ զիջում է առաջատար երկրներին և բարձր է միայն Ադրբեջանից, Տաջիկստանից և Ղրղզստանից: 539.9 ԱՄՆ դոլարից 191.0 կազմում է Հայաստանում գիտնականի միջին աշխատավարձը, այսինքն գիտության ամբողջ ֆինանսավորման 35%: Առաջատար երկրներում այդ ցուցանիշը շուրջ 20 է, այսինքն որքան վճարվում է գիտնականին, ևս 4 այդքան հատկացվում է գիտության զարգացման զանազան ուղղություններին: Հանուն արդարության նշենք, որ տարածաշրջանի և Հայաստանի մոդելի երկրների համեմատությամբ այս ցուցանիշով ՀՀ-ն բավական բարվոք վիճակում է: Սակայն հակառակ պատկերն է երկրի միջին աշխատավարձի հետ համեմատելիս: Հայաստանում գիտնականը ստանում է երկրի միջինի 52%-ի չափով (համապատասխանաբար 191 և 365 ԱՄՆ դոլարին համարժեք), երբ, որպես կանոն, գիտնականի աշխատանքը շատ բարդ և կարևոր է համարվում և համարյա բոլոր առաջատար երկրներում վարձատրվում է միջինից բարձր, թեև նույնիսկ միջին աշխատավարձն էլ այնտեղ բավական բարձր է: Գիտության նկատմամբ առանձնահատուկ վերաբերմունքի օրինակ է Հնդկաստանը, որտեղ, համեմատաբար ցածր աշխատավարձերի պայմաններում, գիտնականը վարձատրվում է ամսական միջինում 796 ԱՄՆ դոլար, այսինքն երկրի միջինից 4.51 անգամ բարձր: Ճապոնիայում այդ ցուցանիշը 3.63 է, Իրանում՝ 3.81: Իրանում հատկապես վերջին 10-15 տարիներին գիտության և կրթության նկատմամբ վերաբերմունքի կտրուկ աճ է նկատվում: Այսպես, դեռևս 2005-ին Իրանում կար շուրջ 300 հազ. ուսանող, իսկ հիմա այդ թիվն անցել է 5 մլն-ը:

Երկրների համեմատությունն առավել պատկերավոր ցուցադրելու նպատակով բերում ենք գրաֆիկական տեսքով երկու բաշխում՝ գիտության բյուջեի մասնաբաժինը (%) ՀՆԱ-ում 25 երկրների համար (Գծապատկեր 1) և 1 գիտնականի տված գիտական արդյունքը նույնպես 25 երկրների համար (Գծապատկեր 2):



Գծապատկեր 1. Գիտության բյուջեի մասնաբաժինը ՀՆԱ-ում 25 երկրների համար, %



Գծապատկեր 2. 1 գիտնականի տված գիտական արդյունքը 25 երկրների համար

Աղյուսակ 1-ում բերված համարյա բոլոր տվյալներով Հայաստանի գիտության ֆինանսավորումը զգալիորեն հետ է թե՛ առաջատար և թե՛ շատ այլ երկրների ցուցանիշներից: Սակայն, ունենալով զգալի գիտական ներուժ, դեռևս խորհրդային ժամանակներից պահպանված գիտական ենթակառուցվածքներ, փորձ և հմտություններ, ինչպես նաև ներկայումս իրականացնելով բազմաթիվ միջազգային ծրագրեր, գիտնականներն իրենց ստացած գիտական արդյունքներով թեև հետ են աշխարհի առաջատար երկրներից (որոնց

հետ բացարձակ ցուցանիշներով մրցելն անհնար կլիներ), սակայն հարաբերական առումով լավագույնների թվում են: Վերևում արդեն բերվեցին SCR տվյալներով Հայաստանի դիրքերը գիտության բոլոր բնագավառներում և մասնավորապես, «ֆիզիկա և աստղագիտություն» և «աստղագիտություն և աստղաֆիզիկա» բնագավառներում: Օրինակ, տարեկան հրապարակումների բացարձակ թվով (ինչը համարվում է գիտական արդյունքի գլխավոր չափանիշ) Հայաստանը շատ քիչ է զիջում Ադրբեջանին (98 հոդված պակաս), այն դեպքում, երբ վերջինս Հայաստանից 4 անգամ ավելի շատ գիտնական ունի: Հարաբերական առումով, այսինքն՝ մեկ գիտնականին բաժին ընկնող տարեկան հրապարակումներով (0.34, ինչը կարելի է անվանել գիտական ընդհանուր արդյունավետություն) Հայաստանը գերազանցում է այնպիսի երկրների, ինչպիսիք են Ճապոնիան, Ռուսաստանը, Հվ. Կորեան, Իսրայելը և շատ քիչ է զիջում Չինաստանին և Ֆրանսիային: Վերջապես, կա մի ցուցանիշ, որով հայ գիտնականների արդյունավետությունն առավելագույններից է ոչ միայն աղյուսակում բերված երկրների թվում, այլև ամբողջ աշխարհում. գիտական արդյունքը (հրապարակումների թիվը) ստացված ֆինանսավորմանը հարաբերելով, այսինքն միավոր ֆինանսավորման դիմաց տված արդյունքով Հայաստանն առաջատարներից է: Այսպես, ամեն 1 մլն ԱՄՆ դոլարի դիմաց հայ գիտնականները հրապարակում են 52.97 աշխատանք, երբ ԱՄՆ, Չինաստանի, Ճապոնիայի, Գերմանիայի, Ֆրանսիայի, Հվ. Կորեայի, Իսրայելի ցուցանիշը տատանվում է 1.5-ի շուրջ, այլ զարգացած երկրներում այն հասնում է մինչև 4-8, իսկ այլ երկրների համար այն կարող է հասնել 12-44:

Այսպիսով, հիմնական եզրակացությունն այն է, որ հայ գիտնականները շարունակում են բարձր պահել մեր գիտության արդեն ավանդական դարձած պատիվը և նորմալ պայմանների ապահովման դեպքում կարող են աշխարհում առաջատար դեր խաղալ: Ցավոք, գիտության ֆինանսավորման համար հաշվի չեն առնվում թե՛ մեր երկրի ավանդույթները և գիտության արդյունքները, թե՛ աշխատավարձերի ձևավորման սկզբունքները, այն է. մասնագետների պատրաստման գործում պետության և այլ մարմինների, այդ թվում նաև անհատի ներդրման չափը, տվյալ մասնագետների պահանջարկը, երկրում նրանց առկայությունը և քանակը (գիտնականներն ամենահազվագյուտ մասնագետների թվում են), աշխատանքի կարևորությունը և պատասխանատվության աստիճանը, գործի բարդությունը և ծանրաբեռնվածությունը:

Տնտեսության ոչ մի ճյուղ չի կարող ապահովել այդչափ կտրուկ աճ, որքան գիտությունը: Եթե տնտեսական գործունեության մեջ որևէ ներդրում համարվում է հաջող, եթե ապահովում է տարեկան 20-30% եկամուտ, ապա գիտական արդյունքի ներդրման արդյունքում երբեմն կարելի է ստանալ մինչև 200-300% և ավելի եկամուտ: Գիտության կարևորության մասին խոսելիս կարելի է բերել ընդամենը մեկ օրինակ: Նոյնիսկ այնպիսի գիտությունը, ինչպիսին աստղագիտությունն է, որ շատերին կթվա որպես Երկրից կտրված գիտություն, Արեգակի էներգիայի աղբյուրների պարզաբանմանն ուղղված հետազոտությունների արդյունքում 1930-ական թթ. բերեց ջերմամիջուկային ռեակցիաների տեսության ստեղծմանը գերմանական ծագումով ամերիկյան ֆիզիկոս Հանս Բեթեի կողմից, ով 1968թ. ստացավ Նոբելյան մրցանակ: Ատոմային և միջուկային էներգիայի ներդրումը տնտեսության մեջ ապահովեց 20-րդ դարի տնտեսական թռիչքը: Ընդհանրապես, բնության մեջ էներգետիկ աղբյուրների և պաշարների հայտնաբերման և հնարավոր կիրառման հարցում հատկապես մեծ կարևորություն է ստանում հենց աստղագիտությունը: 20-րդ դարի գիտության զարգացումը բերեց բազմաթիվ տնտեսական ներդրումների, և այդ գործընթացը ներկայումս ինտենսիվ շարունակվում է: Գիտության զարգացման արդյունքն են արդի բոլոր տրանսպորտային միջոցները, էլեկտրական սարքերը, որոնք լայնորեն օգտագործվում են տնտեսության մեջ և կենցաղում, համակարգչային տեխնիկան, կապի միջոցները՝ ռադիո, հեռուստատեսություն, համացանց, բջջային հեռախոսներ և իհարկե տիեզերական հետազոտությունները, որոնց շնորհիվ մարդկությունը սովորել է գրեթե ամեն ոլորտում օգտագործել Երկրի ուղեծրի և տիեզերական տարածության հնարավորությունները՝ բազմաթիվ անգամ ավելի զարգացնելով յուրաքանչյուր ոլորտ: Ներկայումս Հայաստանի առաջիկա զարգացման համար խիստ անհրաժեշտ է տիեզերական գործունեության զարգացումը՝ տիեզերական հետազոտությունները և տեխնոլոգիաների մշակումները: Սեփական արբանյակ ունենալու դեպքում այստեղ սպասվում է բոլոր կապուղիների և տրվյալների ձեռքբերումից անցում դեպի սեփական՝ հնարավոր ամենամատչելի տարբերակները: Մնում է, որ Հայաստանի ղեկավարությունը գիտակցի և կարևորի գիտության առավելությունները և նպաստավոր պայմաններ ստեղծի գիտնականների արժանավայել և առավել արդյունավետ աշխատանքի համար:

Արեգ ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ, Անի ԴԱՎԹՅԱՆ

Հայաստանի գիտության ֆինանսավորման վերլուծություն աշխարհի մի շարք երկրների համեմատությամբ

Բանալի բառեր. գիտության զարգացում, գիտության ֆինանսավորում, գիտնականի միջին աշխատավարձ, գիտական արդյունավետություն

Կատարվել է Հայաստանի համար տնտեսական և գիտության ֆինանսավորման ցուցանիշների վերլուծություն՝ համեմատությամբ մի շարք երկրների, որոնք ընտրվել են երեք խմբով՝ զարգացած, տարածաշրջանային և Հայաստանի մոդելի երկրներ, ընդամենը 25 երկիր: Ուսումնասիրվել են այդ երկրների ցուցանիշները, ինչպես նաև հաշվարկվել են բազմաթիվ նոր տվյալներ՝ հիմնված միջազգային տվյալների շտեմարանների առկա տեղեկատվության վրա: Յուրյ է տրվել, որ չնայած գիտության չափազանց ցածր ֆինանսավորման, հայ գիտնականները որոշ տվյալներով դեռևս առաջատար տեղ են զբաղում աշխարհում, և պետության կողմից պատշաճ մոտեցման դեպքում գիտությունը կարող է զարգանալ և նպաստել տնտեսության զարգացմանը:

Areg MIKHAELIAN, Ani DAVTYAN

Анализ финансирования науки Армении в сравнении с рядом стран мира

Ключевые слова: развитие науки, финансирование науки, средняя зарплата учёного, научная продуктивность

Выполнен анализ экономических показателей и показателей финансирования науки для Армении в сравнении с рядом других стран, которые отобраны в трёх группах – развитые, региональные и страны модели Армении, всего 25 стран. Исследованы показатели этих стран, а также вычислено множество новых данных основанных на доступную в международных базах данных информацию. Показано, что несмотря на чрезвычайно низкое финансирование науки, армянские учёные по некоторым данным до сих пор занимают передовое место в мире и, в случае должного подхода со стороны государства, наука Армении может значительно развиваться и в свою очередь сильно способствовать развитию экономики.

Areg MICKHAELIAN, Ani DAVTYAN

Analysis of science funding in Armenia compared with a number of world countries

Key words: science development, science funding, scientist's average salary, scientific productivity

An analysis of economic and science funding indicators for Armenia is carried out in comparison with a number of other countries, which are selected in three groups – developed, regional and Armenian model countries, in total 25 countries. The indicators of these countries have been investigated, and a lot of new data have been calculated based on the information available in international databases. It is shown that despite the extremely low funding of science, the Armenian scientists still occupy a leading position in the world according to some data and, in the case of a proper approach from the government, the Armenian science can significantly develop and, in turn, greatly contribute to the development of the economy.

ՎԵՐԱԲՐԵՆԴԱՎՈՐՈՒՄԸ ԲԱՆԿԱՅԻՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ ԷՎՈԿԱԲԱՆԿԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ

Կարեն ԵՂԻԱԶԱՐՅԱՆ

Էվոկաբանկի վարչության նախագահ,
ՀՀ ԳԱԱ տնտեսագիտության ինստիտուտի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. վերաբրենդավորում, մոբայլ բանկինգ, թվային տեխնոլոգիաներ, սոցիոլոգիական հարցում

Ներածություն: Արդի ժամանակահատվածում կազմակերպությունների շրջանում տարածված է դարձել ֆիրմայի բրենդի ռազմավարության ձևավորումը (ռազմավարական բրենդինգ): Այն ներառում է բոլոր տարրերը՝ ապրանքը, մատուցվող ծառայությունները և ընկերության իմիջը: Այս մոտեցումը կոչվում է ամբողջական բրենդինգ և կարող է ներառել տեսողական նույնականացումը, ցուցասրահի ձևավորումը, արտաքին կպերը, բրենդի ճարտարապետությունը և այլն:

Բանկային շուկայում աճող մրցակցության պայմաններում անհրաժեշտ է դառնում նոր մրցակցային առավելությունների հայտնաբերումը, որոնք հրնարավորություն կտան բանկին շահեկան դիրքում հայտնվել հանրության շրջանում դիրքավորվելիս:

Հոդվածի նպատակն է վերլուծել Էվոկաբանկի վերաբրենդավորման ռազմավարությունը և վեր հանել դրա հաջողված և ձախողված գործիքները:

Մեթոդաբանություն: Հոդվածում վերլուծությունը կատարվել է սոցիոլոգիական հարցումների հիման վրա տվյալների հավաքագրման, անալիզի և սինթեզի մեթոդաբանությամբ: Սոցիոլոգիական հարցման համար ընտրվել են բանկի համար թիրախային խմբի 1600 ֆիզիկական և 80 իրավաբանական անձ հանդիսացող հաճախորդներ: Հարցման նպատակն էր պարզել վերաբրենդավորման արդյունքում բանկի դիրքավորման փոփոխությունը հաճախորդների ընկալման տեսանկյունից:

Գրականության ակնարկ: Վերաբրենդավորումը շուկայավարման ռազմավարության գործիքներից մեկն է: Սովորաբար, այն արտահայտվում է ընկերության անվան կամ լոգոյի ձևավորման, ինչպես նաև գաղափարախոսու-

թյան փոփոխությամբ¹: Վերաբրենդավորումը կարող է լինել ապրանքանիշի տեսողական ձևավորման, նրա կորպորատիվ ինքնության փոփոխություն և այլն²: Այն աշխատատար գործընթաց է, որը ներառում է երկու բաղադրիչ՝ ոճի փոփոխություն, որը տվյալ ապրանքանիշի արտաքին տեսքի ձևավորում և վերադիրքավորում: Բացի այն, որ վերաբրենդավորումը երկարաժամկետ գործընթաց է, այն նաև շատ ծախսատար է: Այդ է պատճառը, որ որոշ իրավիճակներում ձեռնարկությունները գերադասում են ոչ թե վերաբրենդավորվել, այլ պարզապես ստեղծել նոր ապրանքանիշ:

Շուկայավարման մասնագետների մի մասի կարծիքն ընդհանրացնելով կարող ենք նշել, որ վերաբրենդավորումը ապրանքանիշի փոփոխություն է՝ դրա նկատմամբ սպառողի վերաբերմունքի փոփոխություն խթանելու համար, որի խնդիրն է շուկայում ստեղծել բրենդի երկարաժամկետ դրական աճի միտում³: Ընկերությունը կարող է դիմել ապրանքային նշանի տարբեր բաղադրիչների փոփոխմանը՝ անվանում, լոգո, գրաֆիկական ոճ, կարգախոսներ, տարբերանշաններ, խորհրդանիշներ, ընկերության ապրանքների կամ տրորանսպորտային միջոցների վրա առկա գույներ, աշխատողների համազգեստ և այլն⁴: Մասնագետների մեկ այլ խումբ նշում է, որ վերաբրենդավորումը հիմնված է ընկերության և նրա արտադրանքի դիրքավորման և խթանման համապարփակ հայեցակարգի վրա՝ ելնելով պլանավորված նպատակային շուկաներից, դրանց համար պահանջարկի կառուցվածքից, դինամիկայից և առանձնահատկություններից, ինչպես նաև հաճախորդների հատուկ խմբերի դրդապատճառներից և այլն⁵:

Վերլուծություն: Վերաբրենդավորման արդյունավետ ռազմավարություն մշակելու համար էվոկաբանկը նախ և առաջ պետք է հստակեցնել իր դիրքը-

¹ Левин С. А. Ребрендинг как фактор конкурентоспособности коммерческого банка // Банковские услуги. 2008. № 10. С. 31-35

² Дегтяренко Д. Д. Менять, нельзя оставить, или ребрендинг СМИ как русская рулетка // Реклама. Теория и практика. 2009. № 3. С. 146-152.

³ Родькин П. Ребрендинг как ребрендинг. Зачем компании занимаются ребрендингом // Корпоративная имиджелогия. 2008. № 3. С. 38-39

⁴ Пашкова В., Федорова А., Васильева О., Ребрендинг, Сибак Электронный сборник статей по материалам XXXIII студенческой международной заочной научно-практической конференции, №6(33), июнь 2015, стр.20-29

⁵ Овчинникова О.Г., Ребрендинг. Москва, Альфа-Пресс, 2007, 168 стр.

րոշումը մի շարք առանցքային հարցերի շուրջ: Ուստի 2017թ. նախ և առաջ տրվեցին հետևյալ հարցերի պատասխանները:

Հարց 1. Որքանո՞վ է բանկի համար անհրաժեշտ և կարևոր նորովի դիրքավորումը բանկային ծառայությունների մատուցման շուկայում, և ոնքա-նո՞վ նոր դիրքավորումը պետք է տարբերվի հնից:

Պրոմթեյ բանկը տարիներ շարունակ դիրքավորվել է՝ որպես ՀՀ-ում գրանցված առաջին և ամենահին բանկ (գրանցվել է 1990թ.): Սպառողների գիտակցության մեջ Պրոմթեյ բանկը ընկալվում էր որպես ավանդական, պահպանողական, հին և հնաոճ բանկ: Ուստի բանկի նոր դիրքավորումը պետք է առավելագույն տարբերվի նախկին դիրքավորումից, որպեսզի էվո-կաբանկը կարողանա ընկալվել՝ որպես նորարարական լուծումներով հայտնի բանկ: Անհրաժեշտ է թիրախավորել նոր տեխնոլոգիաներ, նորարարություն և նորաձև լուծումներ ընտրող սպառողների խումբը և դիրքավորվել որպես նորարարական լուծումներով ամենահագեցած բանկը Հայաստանում:

Հարց 2. Բանկի ո՞ր պրոդուկտներն են հանդիսանում և որո՞նք կարող են հանդիսանալ շարժիչ ուժ, և ո՞ր ծառայությունը կամ ծառայությունները սպառողն առաջինը պետք է մտաբերի՝ լսելով էվոկաբանկի մասին:

Բանկը գերադասում է նախ և առաջ մտաբերվել որպես առաջատար մոբայլ բանկինգ ծառայություն մատուցող: Իսկ որպես շարժիչ ուժեր հանդես են գալու բջջային և օնլայն բանկինգի միջոցով մատուցվող ծառայությունները, մասնավորապես՝ բջջային վճարային համակարգերը, օնլայն վարկավորումը և այլն: Հատկապես պետք է շեշտադրվի այն հանգամանքը, որ բանկի բոլոր ծառայությունները հասանելի են լինելու օնլայն բանկինգ ծառայության և բջջային հավելվածի միջոցով:

Հարց 3. Բարձր տեխնոլոգիական ո՞ր բաղադրիչն է շեշտադրելու բանկը ծառայություններ մատուցելիս:

Բանկը ձգտելու է դառնալ առաջատար օնլայն և բջջային բանկիգ ծառայություններ մատուցող: Բանկի բջջային հավելվածը պետք է գործառութա-յին տեսանկյունից մի քանի քայլ առաջ լինի մրցակից բանկերի հավելվածնե-րից՝ ընձեռելով նոր գործիքներ, որոնք դեռևս չեն կիրառում մյուս բանկերը: Հավելվածը պետք է հնարավորություն տա ֆիզիկական և իրավաբանական

անձանց դառնալու բանկի հաճախորդ՝ առանց բանկ այցելելու: Բանկում նաև պետք է ստեղծվի հատուկ ստորաբաժանում, որը կսպասարկի հաճախորդներին հեռահար կապի միջոցով՝ հանդիսանալով այսպես կոչված՝ բանկի վիրտուալ մասնաճյուղ:

Հարց 4. Սպառողների ո՞ր խումբն է թիրախային համարվելու բանկի համար:

Բանկը հիմնականում թիրախավորելու է կիրթ, աշխատող երիտասարդ քաղաքաբնակ անձանց, որոնք ունեն կայուն եկամուտ և օգտագործում են սմարթֆոններ: Այս խումբը կթիրախավորվի որպես բջջային հավելվածի օգտատեր: Իսկ օնլայն բանկինգի հիմնական օգտատերերը կհանդիսանան այն կորպորատիվ հաճախորդները, որոնք ձեռնարկության կառավարման նոր մոդելներ են կիրառում և չեն օգտվում հնաոճ հաշվապահների և հաշվետարների ծառայություններից:

Հարց 5. Բանկի թիրախային հաճախորդների խումբը ի՞նչ տեղեկատվական միջավայրում է գործունեություն ծավալելու:

Բանկի թիրախային հաճախորդների խումբը իր առօրեական կյանքում ձգտելու է հարմարավետության՝ դրա համար կիրառելով թվային տեխնոլոգիաները: Թիրախային խմբի հաճախորդը հիմնականում հանդիսանալու է կինոթատրոնների, նորաձև սրճարանների և ռեստորանների այցելու, հետևելու է ֆինանսների, նորաձևության և տեխնոլոգիաների վերջին նորություններին, հանդիսանալու է բազմաթիվ սոցիալական հարթակների օգտատեր՝ Pinterest, Facebook, Instagram, WhatsApp, Viber և այլն:

Վերոնշյալ գաղափարախոսությամբ Էվոկաբանկը իրականացրեց վերաբրենդավորման գործընթացը, որից 3 տարի անց մեր կողմից իրականացված սոցիոլոգիական հարցման միջոցով փորձեցինք բացահայտել վերաբրենդավորման գործընթացի արձանագրած հաջողություններն ու ծախսողունները: Ստորև կներկայացնենք ոցիոլոգիական հարցման արդյունքները:

Անհատ հաճախորդների հարցման արդյունքները.

Էվոկաբանկը ըստ գովազդների հարցված երևանցիների համար գրտնըվում է առաջին հորիզոնականում, իսկ հայաստանցիների համար՝ առաջին հնգյակում: Ըստ գովազդների Էվոկաբանկին ավելի բարձր են գնահատում

տղամարդիկ: Մոբայլ բանկինգով Էվոկաբանկը երկրորդն է Երևանի և գրավում է միջին դիրքեր ողջ հանրապետության ռեսպոնդենտների հարցման արդյունքում:

Էվոկաբանկը հանդիսանում է հաճախորդների հիմնական բանկ՝ շնորհիվ սպասարկման բարձր որակի, իսկ ռեսպոնդենտները հիմնականում օգտվում են վարկերից և վարկային գծերից: Բանկի հաճախորդների $\frac{3}{4}$ -ը մրջտապես հետևում է բանկի նորություններին, իսկ Facebook սոցիալական ցանցի միջոցով նորություններին հետևում է հաճախորդների $\frac{1}{2}$ -ը:

Ռեսպոնդենտների $\frac{1}{2}$ -ը բանկային գովազդի հաջողված դեմք է համարում Իվետա Մուկուչյանին, իսկ մնացած ռեսպոնդենտները կցանկանային բանկային գովազդում տեսնել Մկրտիչ Արզումանյանին, Գարիկ Պապոյնին, Նազենի Հովհաննիսյանին, Հենրիխ Մխիթարյանին և Արամ MP3-ին: Ռեսպոնդենտների $\frac{2}{5}$ -ը տեղեկացված է, որ Իվետա Մուկուչյանը հանդիսանում է Էվոկաբանկի գովազդային դեմք, իսկ նրանցից կեսից ավելին Իվետայի ընտրությունը հաջողված է համարում:

Բանկային ծառայությունների շարքում մոբայլ բանկինգը անհրաժեշտ ծառայություն է համարում ռեսպոնդենտների $\frac{1}{4}$ -ը: Մոբայլ բանկինգի ծառայություններից ռեսպոնդենտները ամենահաճախ կիրառում են փոխանցումներն ու վճարումները: Հանրապետությունում մոբայլ բանկինգից գոհ է ռեսպոնդենտների $\frac{3}{4}$ -ը, իսկ Երևանում՝ $\frac{4}{5}$ -ը:

Կորպորատիվ հաճախորդների հարցման արդյունքները.

Կորպորատիվ հաճախորդները Էվոկաբանկը դասել են Հայաստանի առաջատար քառյակում՝ ըստ մատուցվող ծառայությունների տեսականու՝ վարկ/ավանդի տոկոսադրույքով և սակագներով, հաճախորդների սպասարկման որակով և այլն: $\frac{1}{3}$ -ը համարում է, որ Էվոկաբանկը Հայաստանում առաջատարն է գովազդով և գտնվում է առաջատար եռյակում մոբայլ և ինտերնետ բանկինգով: Կորպորատիվ հաճախորդների շրջանում և՛ հիմնական բանկի ընտրության, և՛ հաճախակի օգտագործվող ծառայությունների պարագայում մոբայլ բանկինգն ունի 6,5% մասնաբաժին: Հաճախորդների ավելի քան $\frac{2}{3}$ -ը բանկի նորություններին տեղեկանում է սոցիալական ցանցերից, հիմնականում՝ Facebook-ից: $\frac{1}{3}$ -ը բանկերի ոլորտում հաջողված դեմք է համարում Իվետա Մուկուչյանին: Հաճախորդների $\frac{3}{10}$ -ը օգտվում է մոբայլ

բանկինգից, իսկ ամենաշատը կիրառվող ծառայություններն են հաշիվների սպասարկումը և վարկերն ու վարկային գծերը: Հաճախորդների գերակշիռ մեծամասնությունը գոհ է մոբայլ բանկինգի ծառայություններից:

Էվոկաբանկի անհատ և կորպորատիվ հաճախորդների շրջանում կատարված հարցման արդյունքները.

Բանկի անհատ հաճախորդները Էվոկանաբկը առաջատար են համարում ինտերնետ և մոբայլ բանկինգով ու գովազդով, իսկ կորպորատիվ հաճախորդները՝ սպասարկման որակով, տոկոսադրույքով և սակագներով:

Էվոկաբանկը գովազդներով առաջատար բանկ են համարում բանկի անհատ կին հաճախորդների կեսից ավելին և տղամարդ հաճախորդների 1/3-ը: Մոբայլ բանկինգով Էվոկաբանկը առաջատար է համարում կին հաճախորդների 1/4-ը և տղամարդկանց 1/3-ը:

Փոխանցումները, վարկերը և վարկային գծերը ամենահաճախ օգտագործվող բանկային ծառայություններն են Էվոկաբանկի իթե՛ անհատ, թե՛ կորպորատիվ հաճախորդների համար:

Էվոկանաբանկի անհատ և կորպորատիվ հաճախորդների համար բանկի մասին տեղեկատվություն ստանալու հիմնական աղբյուր են հանդիսանում բանկի կողմից ստացած հաղորդագրությունները, ինտերնետային կայքը և գովազդային վահանակները, իսկ սոցիալական ցանցերից էլ՝ Facebook-ը:

Էվոկաբանկի թե՛ անհատ, թե՛ կորպորատիվ հաճախորդների մեծ մասը համարում է, որ Իվետա Մուկույանի գովազդը հաջողված է:

Էվոկաբանկի անհատ հաճախորդների կեսից ավելին մոբայլ բանկինգ ծառայությունը նշել է որպես որոշիչ գործոն տվյալ բանկը ընտրելու համար:

Եզրակացություններ: Այսպիսով՝ ամփոփելով վերլուծությունը՝ պետք է նշենք, որ 2017թ. Էվոկաբանկը վերաբրենդավորվելով լիովին փոխեց նախկին Պրոմթեյ բանկի մասին հաճախորդների շրջանում տարածված կարծրատիպերը: Հարցման արդյունքում Էվոկաբանկը առաջատար դիրքերում է .

• որպես ամենահարմարավետ ինտերնետ և մոբայլ բանկինգ ծառայություն մատուցող,

- մոբայլ բանկինգով՝ որպես բանկի ծառայություններից ամենահաճախ օգտագործվող ծառայություն,

- բանկային տեղեկատվության ստացման հետևյալ աղբյուրներով՝ բանկային կայք, սոցիալական ցանցեր, բանկից ստացվող հաղորդագրություն, գովազդային վահանակներ,

- վճարումներով՝ որպես մոբայլ բանկինգով առավել օգտագործելի ծառայություն: Բջջային հավելվածի մոբայլ բանկինգի գործիքակազմով:

Այսպիսով, ընտրելով վերաբրենդավորման ճիշտ քաղաքականություն և ճիշտ թիրախային խումբ՝ բանկը կարողացավ հասնել իր առջև դրված նպատակներին՝ հաճախորդների մեծամասնության համար դիրքավորվելով որպես նորարարական լուծումներ ընձեռող առաջատար բանկ: Այդուհանդերձ, հարցումները ցույց են տալիս, որ բանկային հաճախորդների որոշակի մասը անգամ տեղյակ չէ հեռակառավարման համակարգերի մասին և բնականաբար չի օգտվում մոբայլ բանկինգի ծառայություններից, ուստիս դուրս կմընա էվոկաբանկի հաճախորդների թիրախային խումբ դառնալուց: Սակայն իր ընտրած թիրախային խմբի տեսանկյունից էվոկաբանկը վերաբրենդավորումից արդեն 3 տարի անց իրականացրել է իր վերաբրենդավորման ռազմավարության հիմնական նպատակը և նորարարությունների ու թվային տեխնոլոգիաների զարգացմանը հետևելու և մատուցվող ծառայություններն այս տեսանկյունից պարբերաբար թրմացնելու պարագայում կշարունակի մոբայլ բանկինգի մատուցմամբ շուկայում մնալ առաջատար դիրքերում:

Կարեն ԵՂԻԱԶԱՐՅԱՆ

Վերաբրենդավորումը բանկային համակարգում Էվոկաբանկի օրինակով

Բանալի բառեր. վերաբրենդավորում, մոբայլ բանկինգ, թվային տեխնոլոգիաներ, սոցիոլոգիական հարցում

Մի շարք փորձագետների կարծիքով, լավ դիրքավորված բրենդը ապահովում է զգալի մրցակցային առավելություն, որը մրցակիցների համար շատ դժվար է կրկնօրինակել: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ արդեն 2017թ.-ից Էվոկաբանկը փորձում էր դիրքավորվել՝ որպես նորարարական լուծումներով և թվային տեխնոլոգիաներով հայտնի առաջատար բանկերից մեկը՝ անհրաժեշտություն առաջացավ բանկի վերաբրենդավորման: Հոդվածում ներկայացվում են վերաբրենդավորման տեսական հիմնադրույթները: Անդրադարձ է կատարվում վերաբրենդավորման գործընթացին ՀՀ բանկային շուկայում՝ Էվոկաբանկի փորձի հիման վրա: Ներկայացվում է Էվոկաբանկի վերաբրենդավորման ռազմավարության հիմնադրույթները և ներկայացվում է վերաբրենդավորման արդյունքը՝ հեղինակի կողմից իրականացված սոցիոլոգիական հարցման արդյունքների հիման վրա:

Карен ЕГИАЗАРЯН

Ребрендинг в банковской системе на примере Evocabank

Ключевые слова: ребрендинг, мобильный банкинг, цифровые технологии, социологический опрос

По мнению некоторых экспертов, хорошо позиционируемый бренд дает значительное конкурентное преимущество, которое конкурентам очень сложно скопировать. С учетом того, что с 2017 года Evocabank хотел позиционировать себя как один из ведущих банков, известных инновационными решениями и цифровыми технологиями, возникла необходимость в ребрендинге банка. В статье представлены теоретические основы ребрендинга. Упоминается процесс ребрендинга на банковском рынке Армении, основанный на опыте Evocabank. Изложены принципы стратегии ребрендинга Evocabank, представлены результаты ребрендинга по результатам социологического исследования, проведенного автором.

Karen EGHIAZARYAN

Rebranding in the banking system by the example of Evocabank

Key words: rebranding, mobile banking, digital technologies, sociological survey.

According to some experts, a well-positioned brand provides a significant competitive advantage that is very difficult for competitors to copy. Taking into account the fact that since 2017 Evocabank wanted to position itself as one of the leading banks known for innovative solutions and digital technologies, it became necessary to rebrand the bank. The article presents the theoretical foundations of rebranding. The process of rebranding in the Armenian banking market, based on the experience of Evocabank, is mentioned. The principles of Evocabank's rebranding strategy are presented, the result of rebranding is presented based on the results of the sociological survey by the author.

**ԵՐԵՎԱՆՅԱՆ ԲՈՒՔՄԵՅՔԵՐԱԿԱՆ ԳՐԱՍԵՆՅԱԿՆԵՐԸ ՈՐՊԵՍ
ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ՏԱՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ**

Հարություն ՎԵՐՄԻՇՅԱՆ

սոցիոլոգիական գիտությունների թեկնածու, դոցենտ

Բանալի բառեր. բուքմեյքերական գրասենյակ, սոցիալական տարածություն,
հետերոտարածություն, ռիսկ, պրեստիժ

Բուքմեյքերական գրասենյակների տարածումը Հայաստանում սկիզբ է առնում 2004 թվականից: Այսօր Հայաստանում գործող բուքմեյքերական ընկերությունները զգալի տեղ են զբաղեցնում ծառայությունների ոլորտում՝ կայուն դիրք գրավելով խոշոր հարկատուների շարքում¹: Սոցիալ-մշակութային իմաստով նման գործունեության սկզբունքը համընդհանրական է՝ արտահայտված մարդու առօրյա պրակտիկաներում. ի սկզբանե նմանատիպ խաղերը շփվելու, հաղորդակցվելու և ժամանցի նպատակ ունեն²:

Այսօր բուքմեյքերական գրասենյակների պոտենցիալ հաճախորդ է համարվում 21 տարին լրացած յուրաքանչյուր անձ: Այցելուների շարքում կան պրոֆեսիոնալ խաղացողներ, որոնց համար խաղը «մասնագիտություն» է. այս խաղացողները դրամի կորուստը համարում են ընթացիկ ծախս և/կամ ուղղակի ներդրում³: Պրոֆեսիոնալները խաղում են երկար, հատուկ մշակված ծրագրով, որ փող շահեն ու հաղթանակած դուրս գան: Անգամ կարելի է ասել, որ նրանց խաղային ռազմավարությունը խարսխված է մաթեմատիկական հաշվարկների և մարդկային հոգեբանության խորը իմացության վրա: Համաձայն ուսումնասիրությունների մարդիկ գնալով ռիսկի առաջին անգամ իրենց բախտը փորձում են նման վայրերում, հաջողության դեպքում շատերը, չվախենալով դրամական միջոցները կորցնելուց, իրենց միջոցները օգտագործում են նաև այլ ոլորտներում⁴: Ուժեղ էմոցիաներն ու ռիսկային իրավիճակները վերարտադրելի են դարձնում գործունեության այս ձևը: Ազար-

¹ Հերզնյան Ս. Բուքմեյքերներ . հայկական շուկայի խաղացողներ, [առցանց] <https://hetq.am/hy/article/90181> , (դիտված 21.01.2021):

² Smith R. W., Preston F. W. Vocabularies of Motives for Gambling Behavior. Sociological Perspectives. 1984, 27, p. 330.

³ Шепель, Ю. Азартные игры как инструмент разрушения общества, Власть, 7, 2012, с.61-65.

⁴ Walker D. M. Problems in Quantifying the Social Costs and Benefits of Gambling. American Journal of Economics and Sociology, 2007, 66 (3), pp. 609-645.

տային խաղերից կախվածությունը հաճախ հանգեցնում է ընտանեկան հարաբերությունների, մասնագիտական պրոֆեսիոնալիզմի անկմանը, բացասական է ազդում մարդու կարողությունների վրա աշխատանքում՝ երբեմն դրդելով նաև հանցագործությունների¹: Թեև բուքմեյքերական գրասենյակները ի հայտ են եկել 19-րդ դարում, սակայն բուքմեյքերների հիմնական սկզբունքները և օրենքները գրեթե նույն են նաև մեր օրերում: Այս տեսանկյունից ակտուալ է հասկանալ, թե ինչ սոցիալական գործառույթներ են իրականացնում բուքմեյքերական գրասենյակները՝ վերհանելով դրանց սոցիալական համատեքստն ու էֆեկտները:

Հետազոտության տեսամեթոդաբանական մոտեցումը: Այդ հիմնախնդիրը բազմաշերտ է, իսկ այս ոլորտի ուսումնասիրությունները բազմադիսցիպլինար: Սոցիալ-մշակութային տեսանկյունից նախևառաջ ասարդիական է ընկալել բուքմեյքերական գրասենյակները՝ որպես վերարտադրելի սոցիալական տարածություններ: Այս հետազոտության շրջանակներում կենտրոնական է «տարածություն» եզրույթը՝ որպես սոցիալական կառուցվածքի, պրակտիկաների և անհատական վարքի մասին սոցիոլոգիական պատկերացումներն համընդհանրացնող ֆենոմեն²: Փոխհարաբերության մեջ դիտարկելով ֆիզիկական և սոցիալական տարածությունը՝ սոցիոլոգիական մտքի տարբեր ներկայացուցիչներ «տարածություն» հայեցակարգը սահմանել են վերացարկման տարբեր մակարդակներում: Սրանք, ըստ էության, սոցիալական աշխարհի սիմվոլիկ «չափման» փորձեր են: Այս հետազոտության շրջանակներում որպես մեթոդաբանական հիմք է ընդունվել ֆրանսիացի սոցիոլոգ Ա. Լեֆևրի՝ տարածության արտադրության տեսությունը: Լեֆևրը գտնում է, որ տարածությունը վերլուծելիս կարևոր է դիտարկել այն իր ամբողջության մեջ: Այս նպատակով Լեֆևրն առանձնացնում է հետևյալ «տարածական եռյակը»³.

- *Տարածության ներկայացումներ*. Սա «հասկացվող» տարածությունն է, այսինքն այն, թե ինչպես է տարածությունը հասկացվում և մեկնաբանվում մասնագետների կողմից: Այս կարգը կառուցակցվում է գիտելիքի, նշանների և կողերի վերահսկման միջոցով՝ այսինքն տարածական պրակտիկաների վեր-

¹ նույն տեղում:

² Lefebvre H. The Production of Space. Oxford: Blackwell, 1991. 454.

³ նույն տեղում, էջ 40:

ծանման մեխանիզմների և տարածության մասին գիտելիքի արտադրության վերահսկման:

- *Ներկայացման տարածություններ*. Սա օգտատերերի տարածությունն է կամ «ապրվող» տարածությունը: Խոսքը գնում է տարածության առօրեական փորձի մասին, որն «ավելի շատ զգում են, քան մտածում»: Այս կտրրվածքն ունի այն աֆեկտիվ կորիզը, որի շնորհիվ ձևավորվում են «տարածական կապվածությունները», որոնք սոցիալական կյանքը դարձնում են ավելի արժեքավոր և նշանակալի: Ապրված տարածությունն իր մեջ միավորում է իրականն ու երևակայականը: Այստեղ են արտահայտվում իշխանության, ենթակայության և հակադրության հարաբերությունները, ինչպես նաև այլ՝ դոմինանտ կարգին դիմադրելու պայմաններ ստեղծող տարածությունների առաջացման հնարավորությունը:

- *Տարածական պրակտիկաներ*. Խոսքը գնում է սոցիալական տարածականության նյութական ձևի արտադրության գործընթացի մասին: Սրանք այն պրակտիկաներն են, որոնք կառուցվածքայնացնում են սոցիալական տարածությունը: Այս պրակտիկաները ընդգրկում են արտադրությունն ու վերարտադրությունը, մտածվածն ու իրականացվածը, ներկայացվածն ու ապրվածը և ապահովում են սոցիալական կապվածությունը, անընդհատությունը: Տարածական պրակտիկաները միմյանց են կապում ներկայացման տարածություններն ու տարածության ներկայացումները:

Հիմնվելով տարածության արտադրության վերոնշյալ հայեցակարգի վրա՝ *հեղափոխության նպատակն է բացահայտել Երևանյան բուքմեյքերական գրասենյակների տարածական ներկայացումներն ու տարածական համարժեք պրակտիկաները*:

Տեղեկատվության հավաքագրման մեթոդները: Երևանյան բուքմեյքերական գրասենյակների տարածական ներկայացումներն ու տարածական պրակտիկաները վերհանելու նպատակով իրականացվել են որակական հարցազրույցներ: Նախ, բուքմեյքերական տարածության վերաբերյալ ընդհանրական տեղեկատվություն ստանալու նպատակով իրականացվել է վեց հարցազրույց առանցքային տեղեկատուների հետ: Որպես առանցքային տեղեկատու են դիտարկվել այն անհատները, ովքեր ունեն բուքմեյքերական գրասենյակներում աշխատելու փորձ: Ներգրավվել են ինչպես նախկինում աշխա-

տած, այնպես էլ առ այսօր բուքմեյքերական գրասենյակների հիմնական անձնակազմ հանդիսացող անհատներ:

Հետազոտության երկրորդ փուլում իրականացվել են նարատիվ խորին հարցազրույցներ բուքմեյքերական գրասենյակներ հիմնող անհատների և բուքմեյքերական գրասենյակների հաճախորդների հետ: *Բուքմեյքերական գրասենյակներ հիմնողների* հետ իրականացված հարցազրույցները թույլ են տվել դուրս բերել բուքմեյքերական տարածության ներկայացման, և դրա հիմքում ընկած գաղափարական հիմքերի նշանակալի տեղեկատվություն, այսինքն փորձ է արվել հասկանալ, թե ինչպես է այս տարածությունը հասկացվում դրա ստեղծողների կողմից. իրականացվել է թվով երեք հարցազրույց:

Բուքմեյքերական գրասենյակների հաճախորդների հետ հարցազրույցները թույլ են տվել դուրս բերել բուքմեյքերական գրասենյակի որպես ներկայացման տարածության մասին նշանակալի տեղեկատվություն, այսինքն՝ խոսքը տարածության առօրեական փորձի մասին է: Իրականացվել է թվով տասներկու հարցազրույց: Հարցվողների ընտրության չափանիշներն են սեռն ու տարիքը (տե՛ս աղյուսակ 1):

Աղյուսակ 1. Բուքմեյքերական գրասենյակների հաճախորդների ընտրության չափանիշները

Տարիք/Սեռ	արական	իգական
21-36 տարեկան	5	2
36 և ավելի տարեկան	5	0

Որակական թեմատիկ վերլուծությանը զուգահեռ որպես վերլուծական մեթոդ է կիրառվել *կառուցվածքային սեմանտիկան*¹: Այս մոտեցումը հիմնվում է հաղորդակցության սեմանտիկ հասկացման վրա: Բուքմեյքերական գրասենյակների ստեղծողների հետ իրականացված հարցազրույցների սղագրությունները ենթարկվել են սեմանտիկ վերլուծության՝ բացահայտելու համար բուքմեյքերական տարածության ստեղծման պատմությունների նարատիվ և խորքային կառուցվածքները²: Նարատիվ կառուցվածքի հասկացումը թույլ է տվել ընդհանուր պատկերացնում կազմել տվյալ սոցիալական տարածության

¹ Greimas A.J. Structural Semantics: An Attempt at a Method. University of Nebraska Press, 1983.
² նույն տեղում:

վերաբերյալ, իսկ խորքային կառուցվածքն արտացոլել է պատմություններում առկա գաղափարախոսական ու մշակութային տարրերը:

Հիմնական արդյունքներ և քննարկում: Համաձայն բուքմեյքերական գր-րասենյակներում աշխատող առանցքային տեղեկատուների այցելուների ներ-գրավվածության ձևերն ու այցելության նպատակները տարբեր են կախված ֆինանսական հնարավորություններից: Մասնավորապես առավել ցածր եկա-մուտ ունեցողների համար սա գումար վաստակելու միջոց է, իսկ առավել բարձր եկամուտ ունեցողների համար՝ ուղակի հանգստի, ժամանցի վայր:

«... միջին և ցածր խավի մարդիկ հիմնականում կատարում են փոքր դրույքաչափերով խաղադրույքներ, եվ նրանք անընդհատ կատարելով խա-ղադրույք ակնկալիք ունեն հաղթելու, իրանց սոցիալական կարգավիճակից ելնելով, իսկ սոցիալապես ապահով խավը գալիս է և ավելի մեծ դրույ-քաչափերով խաղադրույքներ է կատարում, և ինչպես որ ես եմ տեսել իրենց այդքան էլ չի հեղաքրքրում հաղթանակը, որովհետև նրանք ավելի շար ցան-կանում են սրանալ սուր էմոցիաներ, զգացողություններ հենց խաղը դիտելու ժամանակ»:

Այսպիսով, բուքմեյքերական տարածությունը յուրաքանչյուրի համար ա-պահովում է սոցիալականության և հարմարավետության իր աստիճանը: Ի սկզբանե սա բոլորի տարածություն է՝ համերաշխության իր յուրահատուկ կա-նոններով: Հաճախորդը կարող է պահպանել անձնական տարածությունը՝ միաժամանակ զգալով իրեն որոշակի խմբի անդամ, առանձնացվածությունն ու ներգրավվածությունն այստեղ գործում են զուգահեռաբար: Տարածության այս ասպեկտն արտահայտվում է նաև բուքմեյքերական տարածության ֆիզի-կական ատրիբուտներում: Ինչպես նշում էր բուքմեյքերական գրասենյակ հիմնողներից մեկը.

«Մենք էնպիսի պայմաններ ենք ստեղծել, որ բոլորն էլ կարող են գալ, հարմարավետության առումով ոչնչով մնացածից չի տարբերվում, բոլորն էլ նույն տեղում են նստում, վայելում խաղը»:

Սա յուրովի հետերոտարածականության ցուցիչ է. բուքմեյքերական գր-րասենյակը վերածվում է տարածա-ժամանակային միավորի, ուր կարող է

կուտակվել ժամանակը¹: Այն յուրովի երևակայական և/կամ ուտոպիական տարածությունների իրացման հնարավորություն է, որը հնարավորություն է ընձեռում համատեղելու *անտարբերության - պատկանելության, մասնակցության – յուրացման, անվտանգության - ազատության* հակասական պահանջ-մունքները²:

Ըստ էության, բուքմեյքերական տարածությունն արտացոլում է հասարակական հակադիր պրակտիկաների հիբրիդներ՝ տնտեսող/սիմվոլիկ, ռացիոնալ/զգացմունքային և այլն: Սոցիալ-տնտեսական գաղափարախոսական պրակտիկաների հակադրման համատեքստում բուքմեյքերական տարածությունը հնարավոր է դառնում դիտարկել նաև որպես տեղ, որը որոշակիորեն հաղթահարում է դասական բյուրոկրատական կազմակերպման³ առջև կանգնած խնդիրները: Այստեղ խարխլվում են ֆորմալ ու ոչ ֆորմալ կենսակերպի սահմանները, ընդունվում են փոփոխություններն ու ձևավորվում է ընդհանրական «բուքմեյքերական գրասենյակի բնակչի» կերպար:

«Երկար տարիներ ես արդեն աշխատում եմ էստեղ, կարելի է ասել էստեղ ավելի շատ եմ լինում քան մեր տանը»: (այցելու, արական, 36 և ավելի տարեկան)

Այստեղ տեսանելի է բուքմեյքերական գրասենյակի՝ որպես աշխատավայրի կարևորագույն առանձնահատկությունը. աշխատանքային ինստիտուցիոնալ պրակտիկաներին զուգահեռ այն իր մեջ ներառում է տարաբնույթ այլ տեսակի պրակտիկաներ, ընդ որում դա չի դիտվում որպես շեղում սահմանված պարտականություններից, այլև խրախուսվում է՝ որպես բուքմեյքերական առօրյայի բնական բաղադրիչ:

«Մեր աշխատանքը սկսվում է առավոտյան շուրթ և ավարտվում կեսգիշերին, այսինքն ստացվում է, որ անընդհատ մենք գտնվում ենք նույն միջավայրում, էստեղ ապրում ենք»:

Այստեղ լուծվում է կազմակերպությունից դուրս կյանքի և հետաքրքրությունների իրացման խնդիրը, քանի որ կյանքն ու հետաքրքրությունները գրե-

¹ Foucault M. of Other Spaces: Utopias & Heterotopias. Architecture/Mouvement/Continuité, 1984

² Simmel G. & Wolff K.H. The Metropolis and Mental Life. The Sociology of Georg Simmel.

Glencoe, Ill.: Free Press, 1950; Бауман З. Город страхов и город надежд. Логос, 2008, 3 (66).

³ Weber M. Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology. 2 vols, Berkeley, 1978.

թե ամբողջապես զետեղվում են բուքմեյքերական գրասենյակի տարածության մեջ: Հաղթահարելով դասական բյուրակրատական կազմակերպության համար անլուծելի այս խնդիրը՝ բուքմեյքերական տարածությունը հասարակական մակարդակում մեկ այլ խնդիր է առաջացնում. այդ աստիճան ներառումն այս տարածության մեջ խորացնում է հասարակական բացառումը: Այս երևույթը ֆիքսվել է բոլոր առանցքային տեղեկատուների կողմից և որակավորվել է որպես «ձանձրույթ»:

«Անընդհատ նույն միջավայրում, տարբեր մարդիկ, նույն անելիքները, նույն պարտականությունները, ստիպում են դառնալ անտարբեր ամեն ինչի նկատմամբ»: (աշխատող, արական)

«Ձանձրույթի» գիտակցման փուլում բուքմեյքերական գրասենյակի տարածության մեջ այդ աստիճան ներգրավված մարդիկ սկսում են ելքեր փնտրել՝ արդեն իրենք իրենց հակադրելով այդ տարածությանը.

«Լավ գործ լինելու լավ առաջարկի դեպքում կցանկանայի փոխել աշխատանքս թեկուզ դա լինի երկրից դուրս, ստեղ էլ մնացել եմ որովհետև աշխատավարձը բարձրա, իսկ որպես հիմնական աշխատանք որ վերցնես չի կարա համարվի, որովհետև շատ մարդկանց հետ շփվելը ահավոր բարդա և չես կարա ասես՝ ինչքան կդիմանաս»: (աշխատող, արական)

Մյուս կողմից, բուքմեյքերական գրասենյակի տարածությունը որոշակիորեն լուծում է «մարդու միջինացման» խնդիրը: Այն ստեղծում բուքմեյքերական գրասենյակի ունիվերսալ սպառող, ում համար կենսափորձի զգալի մասը սահմանափակվում է այդ տարածությամբ՝ միավորելով նրան այդ տարածության մնացած սպառողների հետ:

Ընդհանրական դիտարկումներին զուգահեռ, հետաքրքիր է առանձնացնել տարածության հիմնական սպառողների և/կամ այցելուների բուքմեյքերական պրակտիկաները պայմանավորող գործոնները կամ նման գործունեությունը լեգիտիմացնելու փորձերը: Ընդհանրացնելով հարցազրույցների արդյունքները՝ տարբերակում ենք երեք հիմնական ասպեկտ՝ ֆինանսական, սոցիալական և հաղորդակցական:

1. *Ֆինանսական ասպեկտ:* Բուքմեյքերական գրասենյակները դիտարկվում են նման ձևով գումար աշխատելու առավել ապահով միջավայրեր.

«Չես կարա ասենք դրսում նստես ու փողով ինչ որ բան խաղաս, կը-դառնաս բոլորի աչքում խաղամու, դրա համար էլ նման տեղեր ենք գնում, սաղի աչքից հեռու»: (արական, 18-35 տարեկան)

Ֆինանսական խնդիր լուծելու կարիք ունեցողների համար բուքմեյքերա-կան գրասենյակները դառնում են «հնարավորությունների» տարածություն.

«Հիշում եմ որ, առաջին անգամ գնացի էտ ժամանակ ոչ մի գործ չունեի, ու գումար էլ չէի ուզում տնից, ասեցի փորձեմ կարող է բախտս բերի, որով-հետև տեսնում էի շատ մարդիկ ոնց էին առանց աշխատել իրենց գումարն ունենում, ինչի ես էլ չփորձեի»: (արական, 36 և ավելի տարեկան)

Ոմանք նման պրակտիկաներում ներգրավվածությունը լեգիտիմացնում են համանման «լեգիտիմ» ձևաչափերով՝ հղում անելով իրենց կենսափորձին.

«Հը երեխա ժամանակներից հիշում եմ հավաքվում էինք ընտանիքնե-րով խաղեր էինք խաղում՝ լոպո, թղթախաղ, հիմա էլ ենք խաղում բայց ար-դեն խաղային ապարատներով, ու ավելի լավն էլ էնա որ փող էլ ենք կարում աշխատենք»: (արական, 18-35 տարեկան)

2. Սոցիալական ասպեկտ: Բուքմեյքերական գրասենյակները դիտարկ-վում են չիրացված սոցիալական պահանջմունքների իրացման միջավայրեր.

«Իմ ընկերների, ծանոթների մեջ չկային մարդիկ, ովքեր հասկանային ֆուտբոլից, բայց գալիսա մի պահ որ ուզում էս լինի մեկը ում հետ կարաս խոսես էս թեմայով, իսկ որտեղ կարաս նման մարդկանց հանդիպես եթե ոչ տոտոներում կամ նման այլ վայրերում»: (արական, 18-35 տարեկան)

«Ես ընդհանրապես բարդ բնավորություն ունեմ, ու ինձ պետքա մի վայր որտեղ կկարողանամ կտրվել առօրյա հոգսերից, ու ինձ հանգիստ են զգում երբ գնում եմ էնտեղ»: (արական, 36 և ավելի տարեկան)

Բուքմեյքերական գրասենյակները ընկալվում են որպես «համախոհնե-րի» վայրեր, որը պետք է հնարավորինս թաքնված լինի «դրսի» հասարակու-թյունից: Այս տեսանկյունից, հատկապես սկսնակ հաճախորդները կարևո-րում են տեղի «ճիշտ» ընտրությունը.

«Իմ համար կարևոր է, որ նման վայրերը խուլ, ոչ մարդաշատ վայրերում լինեն, որ ոչ մեկ չտեսնա գալիս եմ խաղալու»: (արական, 18-35 տարեկան)

Հաճախորդների համար բուքմենթերական միջավայրի ներառականությունը հիմնավորվում է այս տարածության մի կարևոր առանձնահատկությամբ. ստեղծելով սոցիալական պատկանելության միջավայր՝ այս միջավայրը չի ենթադրում լրացուցիչ սոցիալական պարտականություններ.

«Հիմնականում գալիս եմ մենակ որ հասկանամ ինչ եմ անում, որ ճիշտ կողմնորոշվեմ հանկարծ չսխալվեմ, իսկ հակառակ դեպքում զուտ հաճույքի համար կարելի է այցելել նաև ընկերներով»: (արական, 36 և ավելի տարեկան)

Բուքմենթերական տարածությունը նաև բավականին հակասական սոցիալականացման գործառույթ է կատարում.

«Քանի որ նման վայրեր այցելում էս ստիպված էս շատերի հետ շփվել թեկուզ բնավորությամբ շփվող չլինես, ու հետո էս հասկանում, որ փոխվել էս դարձել ես ավելի համարձակ»: (արական, 18-35 տարեկան)

3. *Ժամանցային ասպեկտ:* Հաճախ կարևորվում է զուտ խաղի գաղափարը և այդ համատեքստում ազատության և ինքնուրույնության պահանջմունքի դրսևորումը.

«Նման խաղերի մասնակցելը, ինքնուրույն խաղադրույքներ կատարելը մարդուն դարձնում են ինքնուրույն, սակայն շատ վաղ ա մեն ինչ ավարտվում, երբ սկսում էս ընկնել ազարտի մեջ»: (արական, 36 և ավելի տարեկան)

Առավել հասուն տարիքի ներկայացուցիչները նշում են, որ տարիքն առնելուն զուգահեռ արդեն նման վայրեր այցելելը դառնում է զուտ մի վայր, ուր կարելի է ուղղակի ցրվել, կարևորվում է շփումը, հաղորդակցությունը.

«Քանի մեծանում էս էնքան ուզում էս գլուխս խախանդ ապրես, կտրվես առօրյայից, դրա համար էլ սիրում եմ գնալ նման վայրեր, հանգիստ իմ ֆուտբոլը նայեմ, ձեռի հետ էլ ստավկա անեմ ավելի հաճելի դարձնեմ իմ նայելը»: (արական, 36 և ավելի տարեկան)

Հետաքրքրական է, որ իգական սեռի ներկայացուցիչները հարցման ընթացքում կարևորեցին հաճույքի գործոնը՝ չկարևորելով ֆինանսական ասպեկտը: Սա նրանց համար ունի զուտ սինվոլիկ բնույթ, իսկ տարածությունն իրենց համար զուտ սուր զգացողությունները բավարարելու մի վայր է.

«Հիմնականում, որ ուզում եմ խաղաղորոյք կատարեմ, գնում եմ վիվատո, բայց աշխատում եմ մեծ գումար չդնեմ, ճիշտա հաղթելը մեծ կապ ունի, բայց ավելի շատ ես սիրում եմ ինտրիգային իրավիճակներ, ինձ էտ ավելիյա դուր գալիս»: (Իգական, 18-35 տարեկան)

Քննելով բուքմեյքերական գրասենյակների՝ որպես ներկայացման տարածությունների բնույթը՝ կարևոր է հասկանալ դրա ձևավորման և կայացման գործընթացը տարածական պրակտիկաների մակարդակում: Այդ նպատակով գրասենյակների հիմնադիրների հետ նարատիվ հարցազրույցների հիման վրա կառուցվել է գրասենյակների հիմնադրման նարատիվները՝ այն ենթարկելով կառուցվածքային սեմանտիկ վերլուծության: Վերլուծելով երևանյան բուքմեյքերական գրասենյակների հիմնադրման պատումները՝ ստանում ենք հետևյալ նարատիվ կառուցվածքը¹.

- Բուքմեյքերական տարածության ստեղծման հիմնական սուբյեկտը և / կամ բուքմեյքերական գրասենյակի «ճարտարապետը» այն հիմնող անհատն է, ուր կարևոր են տվյալ անհատի սոցիալ-տնտեսական ինտենցիաները:

- Տվյալ դեպքում օբյեկտը բուքմեյքերական գրասենյակի տարածքն է:

- Որպես միջավայր կենտրոնական է սոցիալ-մշակութային իրականությունը, այստեղ հատկապես կարևոր է քաղաքային միջավայրը. Գործունեության նման ձևերն իրենց բնույթով քաղաքային են:

- Օգնող և/կամ նպաստող գործոններն են՝

- ստեղծողի սոցիալական կապիտալը;
- ստեղծողի նպատակայնությունը;
- ստեղծողի փորձը;
- ֆինանսը:

- Խանգարող և/կամ խոչընդոտող գործոններն են՝

- ավանդական արժեհամակարգը;
- ընտանիքը;
- մասնագիտությունը և/կամ աշխատանքի բնույթը;
- հասարակական կարծիքը:

Հաշվի առնելով, որ բուքմեյքերական գրասենյակները դիտարկվում են որպես հետերոտարածություններ հիմնվելով բուքմեյքերականներ գրասեն-

¹ Greimas A.J. Structural Semantics: An Attempt at a Method. University of Nebraska Press, 1983.

յակների հիմնադիրների պատումների մակերեսային վերլուծության վրա՝ առանձնացվել են այն հիմնական տրամաբանական բևեռները, որոնք կօգնեն ըմբռնել տարածությունների ներկայացման գաղափարախոսական և/կամ արժեքային հիմքերը (տե՛ս պատկեր 1):

Աղյուսակ 2. Սեմիոտիկ քառակուսի¹

Պրեստիժ	Խնդիրներից խուսափում
1.1 Շփում	2.1 Ինքնության փնտրտուք
1.2 Մրցակցային պայքար	2.2 Ռիսկերի ընդունում
1.3 Հարստության ցուցադրություն	2.3 Գումար աշխատելու ցանկություն
1.4 Ինքնավստահություն	2.4 Ագրեսիայի հաղթահարում
1.5 Հաճույք	2.5 Հմտությունների ձեռքբերում
Խնդիրներից խուսափում	Ոչ պրեստիժ
4.1 ինքնության չփնտրտուք	3.1 չշփում
4.2 ռիսկերի չընդունում	3.2 ոչ մրցակցային պայքար
4.3 գումար աշխատելու ցանկություն	3.3 հարստության չցուցադրություն
4.4 ագրեսիայի չհաղթահարում	3.4 Ոչ ինքնավստահություն
4.5 հմտությունների չձեռքբերում	3.5 Ոչ հաճույք

Հարցազրույցների խորքային վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ «պրեստիժ» համար բուքմեյքերական գրասենյակներ այցելողները, առաջնահերթ կարևորում են շփումը, մինչդեռ հակառակ կողմում մարդիկ տարբեր խնդիրներից ելնելով հայտնվում են նման վայրերում և սկսվում է նրանց մոտ այսպես կոչված ինքնության փնտրտուք՝ հասկանալու համար ինչի համար են իրենք այստեղ եկել: Մյուս կողմից, շփումը, շատ ծանոթությունները խաղացողների միջև մրցակցային պայքար են ձևավորում: Հաճախ հայտնվելով նրման վայրերում, նախ ինքնահաստատման «պայքար» է մղվում, հետո, հարմարվելով միջավայրին, տեղի է ընդունում ռիսկերի ընդունումը:

Շեղանկաբան է, որ ամենաշատ դրսևորվող «պրեստիժ» հարթության մեջ ակտիվ են հատկապես «շփում և հարստության ցուցադրություն» և «մրցակցային պայքար» կողերը, «ինքնավստահություն» կողը դրսևորվել է ավելի հազվադեպ, իսկ «հաճույք» կողը գրեթե չի դրսևորվել: «Խնդիրներից խուսափում» հարթության մեջ, իր հերթին, ամենաշատը դրսևորվել է «գու-

¹ Քառակուսու կառուցման տեսական հիմքերը կարելի է տեսնել Smith R. W., Preston F. W. 1984. Vocabularies of Motives for Gambling Behavior. Sociological Perspectives, 27 (3), p. 330; Волкова В. Э., Стребков Д. О. Социология азартных игр: основные авторы и подходы. Экономическая социология, 2011, Т. 12, № 4, с. 96.

մար աշխատելու ցանկություն» և «ռիսկերի ընդունում և ինքնության փնտրություն» կողերը, որոշակիորեն արտահայտվել է նաև «ազրեսիայի հաղթահարում» կողը: Ամենակտիվ դրսևորված հակադիր զույգը «հարստության ցուցադրություն» - «գումար աշխատելու ցանկություն» հակադիր զույգն է: «Խընդիրներից չխուսափում» դաշտում իրապես արտահայտված է եղել միայն «ռիսկերի չընդունում» կողը:

Եզրակացություն: Երևանյան բուքմեյքերական տարածության ախտորոշման նպատակով իրականացված հետազոտությունը թույլ է տալիս պնդել, որ Երևանյան բուքմեյքերական տարածությունը ծավալվում է երեք կենտրոնական սուբյեկտների շուրջ՝ բուքմեյքերական գրասենյակի հիմնող՝ տարածության «ճարտարապետ», բուքմեյքերական գրասենյակի աշխատող՝ միջնորդ ստեղծողի կողմից ներդրված գաղափարի և հանրույթի միջև և հաճախորդ՝ տարածության սպառող: Ընդ որում, բուքմեյքերական գրասենյակին վերագրվող առաջնային գործառույթը սոցիալական փոխհարաբերությունների լոկալացումն է, որի վերարտադրության պատասխանատուն «աշխատողն» է՝ որպես յուրատեսակ սոցիալական տիպ:

Խաղաղույթ կատարողները տարբերակվում են ըստ *ֆինանսական, սոցիալական և հաղորդակցական* դրդապատճառների: Ընդհանուր առմամբ, արտաքին աշխարհի և բուքմեյքերական տարածության հակադրությամբ պայմանավորված՝ բուքմեյքերական տարածության ձևավորմանը զուգահեռ ի հայտ են գալիս ներառական պրակտիկաներ, որոնցից է ինքնուրույն ընտ-րելու, ռիսկերի ընդունման և գումար աշխատելու ցանկությունները: Բուքմեյքերական տարածությունը, զուգահեռաբար ակտիվացնելով հակադիր պը-րակտիկաներ, մի կողմից ձևավորում է անհատական ազատությունների և պրեստիժայնության միջավայր, մյուս կողմից՝ ֆետիշացնում է այդ ազատություններին մասին պատկերացումները: Բուքմեյքերական տարածությունն արտացոլում է հասարակական հակադիր պրակտիկաների հիբրիդներ՝ պրեստիժ/խնդիրներից խուսափում, մրցակցային պայքար/ռիսկերի ընդունում, հարստության ցուցադրություն/գումար աշխատելու ցանկություն և այլն:

Հարություն ՎԵՐՄԻՇՅԱՆ

Երևանյան բուքմեյքերական գրասենյակները որպես սոցիալական տարածություններ

Բանալի բառեր. բուքմեյքերական գրասենյակ, սոցիալական տարածություն, հետերոտարածություն, ռիսկ, պրեստիժ

Բուքմեյքերական գրասենյակների լայն տարածումը Հայաստանում ակտուալ է դարձնում այս տարածություններում ձևավորվող սոցիալական պրակտիկաների ուսումնասիրությունը: Հակասական արժեքների և պրակտիկաների վերարտադրության համատեքստում նման տարածությունները որակվում են որպես հետերոտոպիկ: Հիմնվելով Ա. Լեֆևրի տարածության արտադրության հայեցակարգի վրա՝ սույն հետազոտությունը նպատակ ուներ բացահայտել Երևանյան բուքմեյքերական գրասենյակների տարածական ներկայացումներն ու համարժեք պրակտիկաները: Իրականացվել են որակական հարցազրույցներ բուքմեյքերական գրասենյակներ հիմնողների, աշխատողների և այցելուների շրջանում: Բուքմեյքերական տարածությունը, զուգահեռաբար ակտիվացնելով հակադիր պրակտիկաներ, մի կողմից ձևավորում է անհատական ազատությունների և պրեստիժայնության միջավայր, մյուս կողմից՝ ֆետիշացնում է պատկերացումներն այդ ազատություններին մասին:

Арутюн Вермишян

Букмейкерские офисы Еревана как социальные пространства

Ключевые слова: букмейкерская контора, социальное пространство, гетеротопия, репрезентации пространства, пространства репрезентаций, риск, престиж

Широкое распространение букмейкерских контор в Армении делает актуальным изучение социальных практик, которые имеют место в этих местах. В контексте воспроизводства противоречащих друг другу ценностей и практик такие пространства описываются как гетеротопические. Основываясь на концепции производства пространства А. Лефевра, исследование направлено на выявление пространственных репрезентаций и пространственных практик букмейкерских контор Еревана. Были проведены качественные интервью среди основателей букмейкерских контор, сотрудников и посетителей этих контор.

Harutyun Vermishyan

Bookmaker offices of Yerevan as social spaces

Key words: bookmaker office, social space, heterotopy, representations of space, spaces of representation, risk, prestige

The widespread use of bookmaker offices in Armenia makes it relevant to study the social practices that take place in these places. In the context of the reproduction of contradicted values and practices, such spaces are described as heterotopic. Based on A. Lefebvre's concept of space production, this study aimed to identify the spatial representations and spatial practices of Yerevan bookmaker offices. Qualitative interviews were conducted among the founders of bookmakers' offices, employees and visitors.

**ՄԱԿՐՈՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ
ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ՄԱԿԱՐԴԱԿԻ ՎՐԱ**

Արինե ՍՏԵՓԱՆՅԱՆ

Վանաձորի պետական համալսարանի դասխոս
Եվրոպական համալսարանի հայցորդ

Բանալի բառեր. զբաղվածության մակարդակ, աշխատուժի պահանջարկ, միջին ամսական աշխատավարձ, ՀՆԱ, ներմուծման և արտահանման իրական ծավալ

Ներածություն: Վերջին 30 տարիների ընթացքում աշխատանքի շուկայում առկա խնդիրները մնացել են և շարունակում են խորանալ: 2020թ. հատկապես շրջադարձային էր ՀՀ աշխատանքի շուկայի համար: Ընդհանրապես, 2020թ. Հայաստանը միանգամից մի քանի հարվածներ ստացավ, որոնցից կենտրոնականը ստացավ մարդը՝ Հայաստանի քաղաքացին: Տնտեսության զարգացման ապահովման տեսանկյունից կարևոր է զբաղվածության բարձր մակարդակի ապահովումը: Այս առումով, հետևաբար կարող ենք պնդել, որ մեծ ճգնաժամ է սպասվելու հենց աշխատանքի շուկայում: Այս բացասական գործընթացները կարող են ձգվել տարիներ: Իրավիճակին կարճաժամկետ հանգուցալուծումներ տալով կարելի է գնալ առաջ, այս առումով էլ կարևորվում են սույն հոդվածում առաջ քաշված հարցերը:

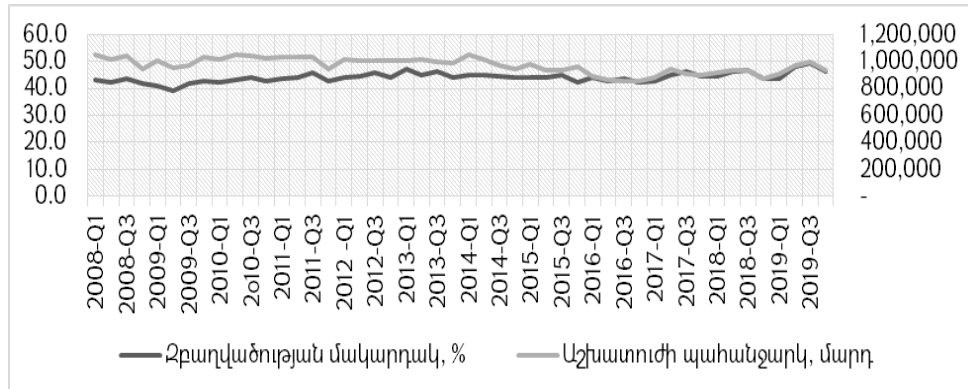
Գրականության ակնարկ: Ունենալով սոցիալ-տնտեսական կարևոր նըշանակություն, զբաղվածության մակարդակի ուսումնասիրությունը միշտ եղել է թե տեղական, թե արտասահմանյան հետազոտողների ուշադրության կենտրոնում: Սույն հոդվածի տեղեկատվության հիմքը եղել է մասնագիտական գրականության արտերկրի աղբյուրները (Я.Р.Магнус, П.К. Катыхев, А.А. Пересецкий, Эконометрика, издательство Дело, Москва 2004; Эконометрика: под ред. И.И. Елисеевой. М.: Проспект, 2009), ինչպես նաև ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի և ՀՀ ԿԲ պաշտոնական տեղեկագրերը:

Հետազոտության մեթոդաբանությունը: Հետազոտության ընթացքում կիրառվել են համեմատության, չափման, վերլուծության, համադրության, մաթեմատիկական և էկոնոմետրիկ մոդելավորման մեթոդները:

Վերլուծություն: Սույն հոդվածի նպատակն է կատարել զբաղվածության մակարդակի և մակրոտնտեսական մի շարք ցուցանիշների կախվածությունների վերլուծություն: Այդ նպատակով դիտարկվել են եռամսյակային վիճա-

կազրական տվյալներ, որոնք ներառել են 2008-2019թթ բոլոր եռամսյակները:¹ Ջբաղվածության մակարդակի և մյուս ցուցանիշների միջև փոխադարձ կախվածությունը հասկանալու համար կատարվել է գրաֆիկական վերլուծություն, որի արդյունքում համեմատվել են զբաղվածության մակարդակի և կախյալ փոփոխականների շարժը:

Սկսենք ուսումնասիրել զբաղվածության մակարդակը և աշխատուժի պահանջարկը, որոնց դինամիկան 2008-2019թթ ներկայացված է ստորև .

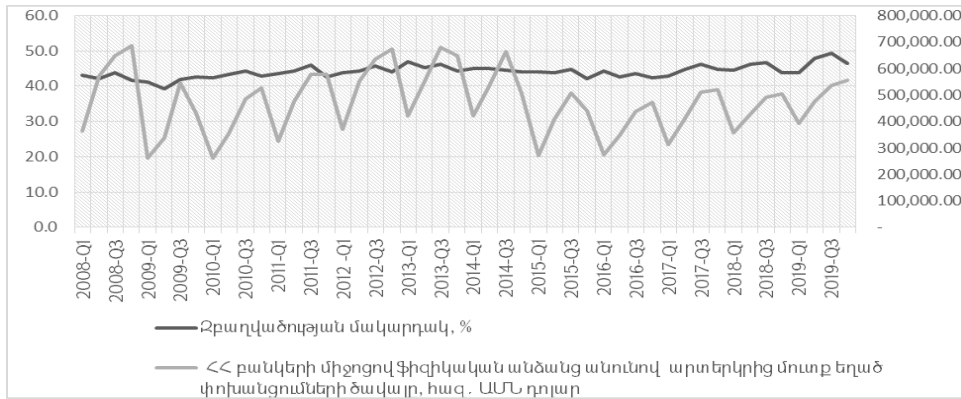


Գծապատկեր 1. Ջբաղվածության մակարդակի և աշխատուժի պահանջարկի դինամիկան 2008-2019թթ եռամսյակային կտրվածքով

Գծապատկեր 1-ից նկատում ենք, որ 2008-2019թթ բոլոր եռամսյակներում մեծ մասամբ աշխատուժի պահանջարկի և զբաղվածության մակարդակի դինամիկան ունի նույն ուղղությունը: Օրինակ, 2019թ. 4-րդ եռամսյակում նախորդ եռամսյակի համեմատ նվազել է աշխատուժի պահանջարկը, և միևնույն ժամանակ՝ զբաղվածության մակարդակը: Երկուսն էլ աճել են 2019թ. չորրորդ եռամսյակում 2018թ. չորրորդ եռամսյակի համեմատ:

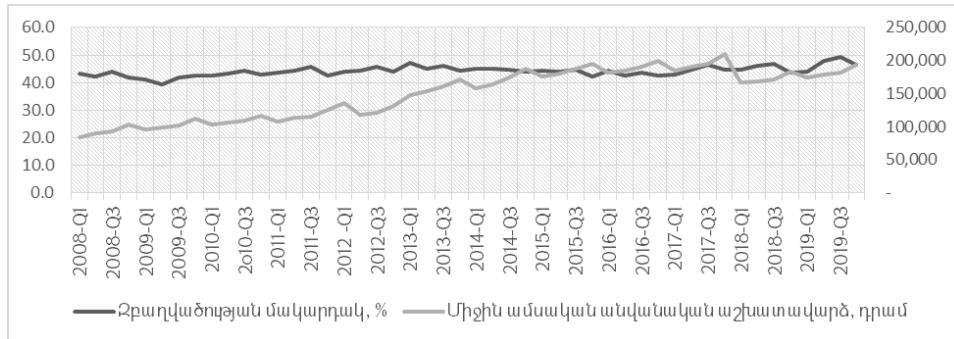
Մյուս գործոնը, որը կարող է ազդեցություն ունենալ զբաղվածության մակարդակի վրա ՀՀ բանկերի միջոցով ֆիզիկական անձանց անունով արտերկրից ստացված փոխանցումների ծավալներն են: Վերջինիս և զբաղվածության մակարդակի դինամիկան եղել է հետևյալը: Ընդհանուր առմամբ, նկատվում է ուղիղ կապ: 2019թ. 4-րդ եռամսյակում փոխանցումների ծավալը, որը կազմել է 556,908,650 ԱՄՆ դոլար, 2018թ. 4-րդ եռամսյակի համեմատ աճել է 51,1 մլն ԱՄՆ դոլարով: Միաժամանակ աճել է զբաղվածությունը:

¹ www.armstat.am, www.cba.am



Գծապատկեր 2. Զբաղվածության մակարդակի և ՀՀ բանկերի միջոցով ֆիզիկական անձանց արտերկրից ստացած փոխանցումների ծավալների դինամիկան 2008-2019թթ եռամսյակային կտրվածքով

Զբաղվածության մակարդակի վրա ազդող հաջորդ գործոնը աշխատողների խթանող միջին ամսական անվանական աշխատավարձն է, որի և զբաղվածության մակարդակի շարժը ներկայացված է ստորև.



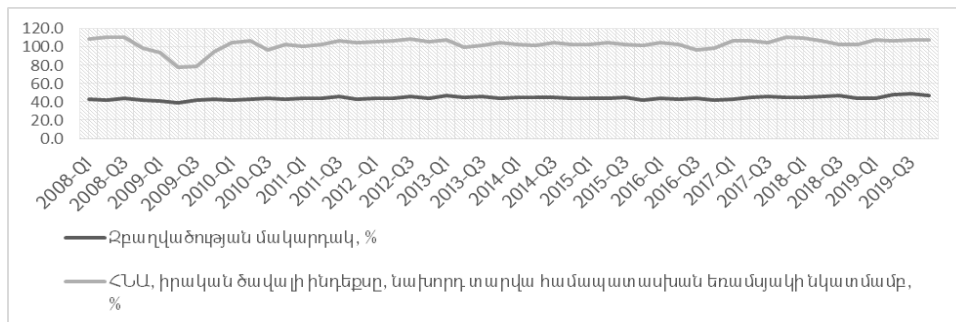
Գծապատկեր 3. Զբաղվածության մակարդակի և միջին ամսական աշխատավարձի ծավալների դինամիկան 2008-2019թթ.

2019թ. չորրորդ եռամսյակում միջին ամսական անվանական աշխատավարձը կազմել է 194,117 դրամ¹, որը նախորդ տարվա նույն եռամսյակի համեմատ աճել է 10,217 դրամով: Ինչպես տեսնում ենք, նախորդ գծապատկերներում աճել է նաև զբաղվածության մակարդակը: Իսկ 2019թ. երկրորդ եռամսյակում միջին անվանական աշխատավարձը կազմել է 179,354 դրամ, որն

¹ https://www.armstat.am/file/article/sv_12_18a_142_.pdf

աճել է 2018թ. երկրորդ եռամսյակի համեմատ մոտ 11,380 դրամով: Զբաղվածության մակարդակը 2019թ. առաջին եռամսյակում աճել է 2018թ. երկրորդ եռամսյակի համեմատ 1,7 տոկոսային կետով:

Մեր կարծիքով, որ զբաղվածության մակարդակի վրա ազդող կարևոր գործոն է ՀՆԱ-ի իրական ծավալի ինդեքսը, որի դինամիկան զբաղվածության մակարդակի դինամիկայի հետ միասին ներկայացված է ստորև.



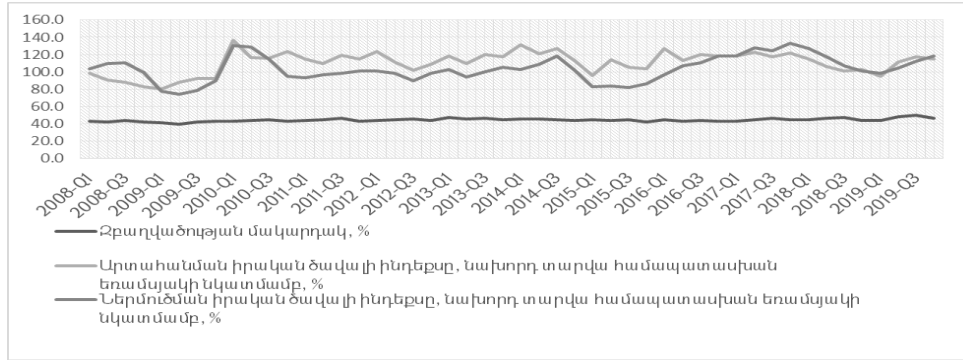
Գծապատկեր 4. Զբաղվածության մակարդակի և ՀՆԱ իրական ծավալի ինդեքսի դինամիկան 2008-2019թթ եռամսյակային կտրվածքով

Նախ և առաջ, գծապատկերից նկատելի է, որ ՀՆԱ-ի իրական ծավալի ինդեքսի ցուցանիշը¹ բավական տատանողական է, իսկ դրան ի պատասխան զբաղվածության մակարդակի արձագանքը բավական թույլ է: Նույնիսկ նկատվում է հակադարձ կապ: Օրինակ, 2019թ. չորրորդ եռամսյակում երրորդի նկատմամբ զբաղվածության մակարդակը նվազել է այն պարագայում, երբ ՀՆԱ-ի ինդեքսն աճել է թե՛ 2019թ. երրորդ, թե՛ չորրորդ եռամսյակում:

Եվ վերջում ուսումնասիրենք արտահանման և ներմուծման իրական ինդեքսների և զբաղվածության մակարդակի դինամիկան. ՀՀ առևտուրը մեծ նշանակություն ունի թե՛ արտահանման, թե՛ ներմուծման ծավալների տեսանկյունից: Հետևաբար, դրանց իրական ծավալների դինամիկայի և զբաղվածության մակարդակի միջև կապը ակնհայտ է: Գծապատկեր 5-ից նկատում ենք, որ 2019թ. չորրորդ եռամսյակում 2018թ. նույն եռամսյակի համեմատ արձանագրվել է զբաղվածության մակարդակի աճ, իսկ նույն ժամանակում արտահանման ինդեքսն աճել է 12,4 միավորով: Այսինքն որոշակիորեն շոշափվում է դրական կախվածություն: Օրինակ, 2018թ. առաջին եռամսյակում

¹ <https://www.cba.am/am/SitePages/statrealsector.aspx>

2017թ. առաջին եռամսյակի համեմատ զբաղվածության մակարդակն աճել է այն պարագայում, երբ նույն ժամանակվա ներմուծման իրական ծավալի ինդեքսը նվազել է:



Գծապատկեր 5. Զբաղվածության մակարդակի և արտահանման ու ներմուծման իրական ծավալի ինդեքսների դինամիկան 2008-2019թթ եռամսյակային կտրվածքով

Նկատենք, որ գործ ունենք եռամսյակային ցուցանիշների հետ, որոնց պարագայում կարևոր է սեզոնայնությունը, հետևաբար անհրաժեշտություն է առաջանում շարքերը ենթարկելու սեզոնային հարթեցման:¹ Սեզոնային հարթեցման ենթարկվել են թե՛ կախյալ, թե՛ անկախ փոփոխականները:

Վերլուծության հաջորդ փուլը դիտարկված սեզոնային հարթեցված ցուցանիշների մասով կոռելյացիոն վերլուծության իրականացումն է: Այդ նպատակով դիտարկենք հետևյալ կոռելյացիոն վերլուծության արդյունքները .

Աղյուսակ 1. Կոռելյացիոն վերլուծության արդյունքները²

ՅՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐ	ERSA	EXPRSA	IMPRSA	LDSA	TRANSFSA	WGSA	EGSA
ERSA	1	0,34	0,43	0,03	0,32	0,49	0,61
EXPRSA		1	0,54	-0,19	0,03	0,29	0,55
IMPRSA			1	-0,08	0,01	0,43	0,34
LDSA				1	0,36	-0,71	0,04
TRANSFSA					1	-0,18	0,37
WGSA						1	0,26
EGSA							1

¹ Эконометрика: /под ред. И.И. Елисеевой. М.: Проспект, 2009, с.138

² Նույն տեղում, էջ 54-66:

Մինչ կոռելյացիոն վերլուծության գործակիցները մեկնաբանելը՝ ներկայացնենք աղյուսակում տեղ գտած համապատասխան ցուցանիշները: ERSA-ն նկարագրում է սեզոնային հարթեցման ենթարկված զբաղվածության մակարդակի ցուցանիշը, EXPRSA-ն՝ սեզոնային հարթեցման ենթարկված արտահանման իրական ծավալի ցուցանիշը, IMPRSA-ն՝ սեզոնային հարթեցման ենթարկված արտահանման իրական ծավալի ցուցանիշը, LDSA-ն՝ սեզոնային հարթեցման ենթարկված աշխատուժի պահանջարկի ցուցանիշը, TRANSFSA-ն ֆիզիկական անձանց անունով փոխանցումների ցուցանիշն է, WGSА-ն սեզոնային հարթեցման ենթարկված անվանական աշխատավարձի ցուցանիշն է, EGSA-ն սեզոնային հարթեցման ենթարկված ՀՆԱ իրական ծավալի ինդեքսն է: Այսպիսով, կոռելյացիոն վերլուծության արդյունքները վկայում են, որ սեզոնային հարթեցման ենթարկված զբաղվածության մակարդակի և վերն ընտրված ցուցանիշների միջև առկա է կախվածություն: Օրինակ, զբաղվածության մակարդակի և ՀՆԱ-ի իրական ծավալի ինդեքսի միջև առկա է դր-րական կապ, իսկ կոռելյացիայի գործակիցը 0,61 է: Թույլ կախվածություն կա զբաղվածության մակարդակի և աշխատուժի պահանջարկի միջև՝ 0,03:

Սկսած ունենալով կատարված կոռելյացիոն վերլուծությունը՝ անցնենք հետազոտության երրորդ փուլին, որի շրջանակներում կփորձենք զբաղվածության մակարդակը նկարագրող ցուցանիշի վրա դիտարկել վերը բերված բոլոր ցուցանիշների ազդեցությունները: Նախքան էկոնոմետրիկ մոդելին անցնելը անհրաժեշտ է լոգարիթմված վիճակում դիտարկել թե՛ կախյալ, թե՛ անկախ փոփոխականները: Առաջին հերթին դա կօգնի հեռացնել մոդելից տարբեր չափողականության խնդիրը: Արդյունքում դիտարկենք հետևյալ նախնական էկոնոմետրիկ մոդելը .

$$\ln ERSA_t = \alpha_0 + \alpha_1 \cdot \ln TRANSFSA_t + \alpha_2 \cdot \ln EGSA_t + \alpha_3 \cdot \ln WGSА_t + \alpha_4 \cdot \ln LDSA_t + \alpha_5 \cdot \ln IMPRSA_t + \alpha_6 \cdot \ln EXPRSA_t + \varepsilon_t, \quad (1)$$

որտեղ

$\ln ERSA_t$ — զբաղվածության մակարդակի սեզոնային հարթեցման ենթարկված ցուցանիշն է t —րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում, $\ln TRANSFSA_t$ — $\delta < <$ բանկերի միջոցով ֆիզիկական անձանց անունով արտերկրից փոխանցումների ծավալների սեզոնային հարթեցման ենթարկված ցուցանիշն է t —րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում,

$\ln EGSA_t$ –ն ՀՆԱ-ի իրական ծավալների հետզոնային հարթեցման

ենթարկված ցուցանիշն է t –րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում,

$\ln WGSA_t$ –ն միջին ամսական անվանական աշխատավարձի հետզոնային հարթեցման ենթարկված ցուցանիշն է t –րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում,

$\ln LDSA_t$ –ն աշխատուժի պահանջարկի հետզոնային հարթեցման ենթարկված ցուցանիշն է t –րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում,

$\ln IMPRSA_t$ –ն ներմուծման իրական ծավալների ինդեքսի հետզոնային հարթեցման ենթարկված ցուցանիշն է t –րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում,

$\ln EXPRSA_t$ –ն արտահանման իրական ծավալների ինդեքսի հետզոնային հարթեցման ենթարկված ցուցանիշն է t –րդ եռամսյակում լոգարիթմված վիճակում,

$\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \alpha_3, \dots, \alpha_6$ –ն մոդելի անհայտ պարամետրերն են,

ε_t –ն մոդելի պատահական սխալն է t –րդ դիտման դեպքում,

t –ն եռամսյակի ինդեքսն է: Ընդ որում, $t = \overline{2008:1, 2019:4}$:

Նախքան մոդելի գնահատմանն անցնելը բոլոր շարքերի համար կատարվել է ստացիոնարության ստուգում¹: Արդյունքները ցույց են տվել, որ բոլոր շարքերը ստացիոնար չեն և ստացիոնար են դառնում առաջին կարգի տարբերությամբ: Հետևաբար, (1) մոդելը գնահատելուց առաջ բոլոր փոփոխականները պետք է վերցնել առաջին կարգի տարբերություններով:

$$d(\ln ERSA_t) = \alpha_0 + \alpha_1 \cdot d(\ln TRANSFSA_t) + \alpha_2 \cdot d(\ln EGSA_t) + \alpha_3 \cdot d(\ln WGSA_t) + \alpha_4 \cdot d(\ln LDSA_t) + \alpha_5 \cdot d(\ln IMPRSA_t) + \alpha_6 \cdot d(\ln EXPRSA_t) + \varepsilon_t, \quad (2)$$

որտեղ

$d(\ln ERSA_t), d(\ln TRANSFSA_t), d(\ln EGSA_t), d(\ln WGSA_t), d(\ln LDSA_t), d(\ln IMPRSA_t), d(\ln EXPRSA_t)$ –երը դիտարկված փոփոխականներն են առաջին կարգի տարբերություններով:

Մոդելը գնահատվել է փոքրագույն քառակուսիների եղանակով², սակայն արդյունքները բավարար չեն եղել: Պարզվում է, որ մոդելում փոփոխա-

¹ Я.Р.Магнус, П.К. Катыхов, А.А. Пересецкий, Эконометрика, издательство ‘Дело’, Москва 2004, стр. 268-273

² Նույն տեղում, էջ 10:

կանները ոչ թե ազդում են հենց նույն պահին, այլ մի փոքր ուշացումով: Բազմաթիվ հաշվարկներից հետո առաջարկվում է գնահատել հետևյալ հատուկացմամբ մոդելը .

$$d(\ln ERSA_t) = \alpha_0 + \alpha_1 \cdot d(\ln TRANSFSA_{t-1}) + \alpha_2 \cdot d(\ln EGSA_{t-4}) + \alpha_3 \cdot d(\ln WGSA_{t-4}) + \alpha_4 \cdot d(\ln LDSA_{t-4}) + \alpha_5 \cdot d(\ln IMPRSA_{t-4}) + \alpha_6 \cdot d(\ln EXPRSA_{t-4}) + \varepsilon_t, \quad (3)$$

որտեղ

$t - 1$ և $t - 4$ -ը ցույց են տալիս, որ մոդելում համապատասխան փոփոխականների ազդեցությունը դիտարկվում են մեկ և չորս լագ ուշացումով:

Այսպիսով (3) հատուկացմամբ մոդելը, գնահատելով փոքրագույն քառակուսիների եղանակով, ստացվել են հետևյալ վերջնական արդյունքները .

Աղյուսակ 2. Մոդելի գնահատման արդյունքները

Dependent Variable: D(LOG(ERSA))				
Method: Least Squares				
Sample (adjusted): 2009Q2 2019Q4				
Included observations: 43 after adjustments				
White heteroskedasticity-consistent standard errors & covariance				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
D(LOG(TRANSFSA(-1)))	0,13	0,0261	5,14	0,0000
D(LOG(EGSA(-4)))	-0,23	0,0397	-5,80	0,0000
D(LOG(WGSA(-4)))	0,15	0,0485	3,11	0,0037
D(LOG(LDSA(-4)))	0,21	0,0555	3,84	0,0005
D(LOG(IMPRSA(-4)))	-0,11	0,0268	-4,01	0,0003
D(LOG(EXPRSA(-4)))	0,09	0,0300	3,13	0,0035
C	0,002	0,0029	0,84	0,4087
R-squared	0,65	Mean dependent var		0,003
Adjusted R-squared	0,59	S.D. dependent var		0,03
S.E. of regression	0,02	Akaike info criterion		-5,10
Sum squared resid	0,01	Schwarz criterion		-4,82
Log likelihood	116,75	Hannan-Quinn criter.		-5,00
/F-statistic	11,27	Durbin-Watson stat		1,75
Prob(F-statistic)	0,0000	Wald F-statistic		22,65
Prob(Wald F-statistic)	0,0000			

$$d(\ln \widehat{ERSA}_t) = \underbrace{0,002}_{(0,4087)} + \underbrace{0,13}_{(0,0000)} \cdot d(\ln TRANSFSA_{t-1}) - \underbrace{0,23}_{(0,0000)} \cdot d(\ln EGSA_{t-4}) + \underbrace{0,15}_{(0,0037)} \cdot d(\ln WGSA_{t-4}) + \underbrace{0,21}_{(0,0005)} \cdot d(\ln LDSA_{t-4}) - \underbrace{0,11}_{(0,0003)} \cdot d(\ln IMPRSA_{t-4}) + \underbrace{0,09}_{(0,0035)} \cdot d(\ln EXPRSA_{t-4}), Adj. R^2 = 0,6, DW \sim 1,8 \quad (4)$$

որտեղ

$d(\ln \widehat{ERSA}_t)$ – կախյալ փոփոխականի գնահատված արժեքն է t –րդ դիտման դեպքում:

(4) գնահատված մոդելը լավ որակի է: Դրա մասին են վկայում համապատասխան գործակիցների ներքևում փակագծերում նշված յուրաքանչյուր գործակցի 0 լինելու հավանականությունները, որոնք բոլոր գործոնների պարագայում մոտ են զրոյի: Մոդելը ընդհանուր վերցրած ևս նշանակալի է, բացի այդ Դարբին-Ուաթսոնի ցուցանիշը մոտ է 2-ին¹:

Եզրակացություններ: Այսպիսով ստացվել են վստահելի կախվածություններ, որոնց հիման վրա կարող ենք եզրահանգել հետևյալը.

- ՀՀ բանկերի միջոցով ֆիզիկական անձանց անունով արտերկրից մուտք եղած փոխանցումների ծավալների և զբաղվածության մակարդակի միջև առկա է դրական կապ: ՀՀ բանկերի միջոցով ֆիզիկական անձանց անունով արտերկրից մուտք եղած փոխանցումների ծավալների 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի զբաղվածության մակարդակի միջինում 0,13%-ով աճին հաջորդ եռամսյակում:

- ՀՆԱ-ի իրական ծավալների ինդեքսի 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի զբաղվածության մակարդակի նըվազման միջինում 0,23%-ով 4 եռամսյակ հետո:

- Միջին ամսական անվանական աշխատավարձի 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի զբաղվածության մակարդակի միջինում 0,15%-ով աճի 4 եռամսյակ հետո:

- Աշխատուժի պահանջարկի 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի զբաղվածության մակարդակի միջինում 0,21%-ով աճի 4 եռամսյակ հետո:

- Ներմուծման իրական ծավալների ինդեքսի 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի զբաղվածության մակարդակի միջինում 0,11%-ով նվազման 4 եռամսյակ հետո:

- Արտահանման իրական ծավալների ինդեքսի 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի զբաղվածության մակարդակի միջինում 0,09%-ով աճի 4 եռամսյակ հետո:

¹Эконометрика:учеб./под ред.И.И.Елисейевой.-М.ЮРАИТ,2014,ст.184-191

Արինե Ստեփանյան

Զբաղվածության մակարդակի վրա մակրոտնտեսական ցուցանիշների ազդեցությունը

Բանալի բառեր. զբաղվածության մակարդակ, աշխատուժի պահանջարկ, միջին ամսական աշխատավարձ, ՀՆԱ, ներմուծման և արտահանման իրական ծավալ

Տնտեսությունը մի ամբողջական համակարգ է, որի յուրաքանչյուր բաղադրիչ կատարում է, որոշակի գործառույթ: Համակարգի բաղադրիչներից որևէ մեկում տեղ գտած խնդիրները արագորեն ազդում են ողջ համակարգի վրա: Այս տեսանկյունից տնտեսության համար կարևոր է նաև զբաղվածության հիմնախնդիրները: Զբաղվածությունն ինքնին բարդ և բազմակողմանի երեվոյթ է, որի վրա ազդում են բազմաթիվ գործոններ: Դրա խթանման հարցում կարևոր է բոլոր գործոնների համադրումը: Սակայն, գործոնների ճիշտ ընտրության և համադրման համար պետք է աշխատանքի շուկայում վարել ճիշտ տնտեսական քաղաքականություն:

Арине Степанян

Влияние макроэкономических показателей на уровень занятости

Ключевые слова: Уровень занятости, спрос на рабочую силу, среднемесячная зарплата, ВВП, реальный объем импорта и экспорта

Экономика – единая целая система, каждый компонент которой исполняет определенную функцию. Задачи, обнаруженные в любой одной из составляющих, напрямую действуют на всю систему в целом. С этой точки зрения для экономики важен и принцип занятости. Занятость сама - сложное и многостороннее явление, на которую действуют множественные обстоятельства. В вопросе стимулирования занятости важно сопоставление всех факторов. Но, для выбора правильных факторов надо на рынке занятости вести правильную экономическую политику. Для реализации этой правильной политики на рынке занятости необходимо исследовать уровень этой занятости с разных сторон.

Arine STEPANYAN

The impact of macroeconomic indicators on the employment level

Key words: employment level, labor demand, average monthly salary, import-export performance

The economy is a complete system, each component of which performs a certain function. Problems with any of system components quickly affect the whole system. From this point of view, the problem of employment is also important for the economy. Employment itself is a complex, multifaceted phenomenon that is influenced by a number of factors. It is important to combine all the factors in the promotion of employment. However, in order to choose the right combination of factors, it is necessary to pursue the proper economic policy in the labor market. In order to implement the right policy, it is necessary to study the level of employment from different perspectives. The study and research of the issues, the presentation of proposals raised from this point of view is necessary and urgent.

ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ДЕКЛАРИРОВАНИЯ ИМУЩЕСТВА И ДОХОДОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

Егине ПЕТРОСЯН

Канд. экон. наук, старший преподаватель РАУ

Ключевые слова: система декларирования имущества и доходов; государственные служащие; незаконное обогащение; административное бремя.

Внедрение системы декларирования доходов и имущества в любой стране предполагает ответы на ряд вопросов и задач, которые государство обязано ставить перед собой внедряя ее. В рамках данной статьи рассмотрим основные подходы, применяемые другими странами, а также изучим литературу по данным вопросам. В конце представим важные и необходимые изменения в системе декларирования доходов и имущества должностных лиц в Армении. Изначально при внедрении системы декларирования необходимо выявить ее цель. Согласно ОЭСР¹ основными задачами декларирования активов являются:

- повышение прозрачности и доверия граждан к политическому руководству посредством обнародования информации об активах политических деятелей и государственных служащих, с тем чтобы продемонстрировать, что им нечего скрывать,
- оказание помощи руководителям государственных учреждений в предупреждении конфликта интересов между их сотрудниками,
- мониторинг изменений материального благосостояния политических деятелей и государственных служащих, с тем чтобы предотвратить незаконное обогащение, злоупотребления с их стороны и предохранить их от несправедливых обвинений.

После определения задач и целей необходимо решить процедурные вопросы:

- Кто будет декларировать свое имущество и доходы?
- Какие данные подлежат декларированию?
- Как часто необходимо подавать декларацию?
- Какие органы будут обеспечивать сбор, обработку и проверку деклараций?

После принятия указанных решений необходимо:

- Провести расчет дополнительной административной нагрузки для заполнения деклараций,
- Определить информацию, подлежащую публикации из декларации официальных лиц,

¹ OECD “Asset Declarations for Public Officials: Tool to Prevent Corruption”, OECD Publ. 2011.

- Определить права правительства по обработке предоставленной информации¹.

Рассмотрим подходы, представленные и обсуждаемые в литературе по этим вопросам.

Кто будет декларировать свое имущество и доходы?

Список декларирующих чиновников по законам разных стран может варьироваться от высокопоставленных чиновников до всех госслужащих. На основе изучения передового опыта стран G20 было выявлено, что предметом деклараций целесообразно сначала сделать высокопоставленных чиновников, а затем тех, кто влияет на формирование общественного доверия: кто может использовать свое положение для получения взяток от граждан или вызвать конфликт интересов². Такого подхода придерживаются и другие авторы³, поскольку в противном случае полученной информации будет слишком много, а ее анализ и проверка будут трудоемкими и затратными⁴.

Какие данные подлежат декларированию?

Все авторы сходятся во мнении, что все активы, пассивы и источники доходов подлежат декларированию, при этом Djankov S. и др. (2009) отмечают, что источники доходов наиболее важны для аудита, чем сама сумма доходов⁵.

Согласно Messick R. (2009) декларированию подлежат следующие данные:

- все виды доходов,
- активы,
- занимаемая должность в других организациях,
- обязательства,
- полученные подарки,
- трансферты, полученные из неофициальных источников (например, в целях путешествий).

Автор отмечает, что в целях сокращения времени на заполнение декларации целесообразно установить минимальную сумму, ниже которой нет необходимости представлять информацию (данный подход применяется в Канаде, США и др.)¹.

¹ Messick R., "Income and Assets Declarations: Issues to Consider in Developing a Disclosure Regime" U4 ISSUE, 2009: 06. с.10.

² OECD, World Bank, "Good practices in asset disclosure systems in G20 countries. Executive Summer", 2012. с. 2.

³ Mukherjee R. and Gokcekus O., "Officials' Asset Declaration Laws. Do they prevent corruption?" Global Corruption Report 2006. 325-328 p. с.325.

⁴ Chkne M., "African Experience of Asset Declarations". U4 Helpdesk, Transparency International. 2008, с.3.

⁵ Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., "Disclosure by Politicians" (3rd Draft). 2009, с.24.

В литературе существует подход, согласно которому предоставляемая информация может варьироваться в зависимости от должности лица или аппарата², что снизит сложность и стоимость системы декларирования с точки зрения проверки. В любом случае необходимо учитывать полезность представленной информации: ее должно быть достаточно для расследования, обнаружения и предотвращения коррупции и незаконного обогащения³.

Как часто необходимо подавать декларацию?

Во многих странах декларация требуется в случае официального вступления в должность или отставки. Изучение международного опыта показывает, что в случае вступления в должность заполнение декларации требуется в 90% исследуемых стран, а в случае прекращения служебных обязанностей - 60-70%, через 3 года после прекращения служебных обязанностей - 18%⁴. Декларации могут подаваться периодически (обычно один раз в год или каждые два года) или по мере необходимости (например, в случае конфликта интересов или значительного изменения активов и т. д.)⁵. При определении периодичности декларирования необходимо учитывать потребность в обновленной информации, избежание чрезмерной нагрузки, а также риск уклонения должностных лиц от выполнения этого обязательства⁶.

Какие органы будут обеспечивать сбор, обработку и проверку деклараций?

В международной практике органы сбора, обработки и проверки деклараций отличаются друг от друга: в некоторых странах создается отдельный орган, в других обязанности возлагаются на Совет гражданской службы или же обязанности распределены между двумя или более органами.

Некоторые авторы предлагают выбрать строение органов в зависимости от выполняемых функций. В частности, к основным функциям органов в системе декларирования можно отнести:

- формальный менеджмент: сбор деклараций, уведомление лиц, не подавших декларации.
- проведение тренингов по заполнению деклараций.
- проверка деклараций на наличие или отсутствие конфликта интересов;

¹ Messick R., "Income and Assets Declarations: Issues to Consider in Developing a Disclosure Regime: U4 ISSUE". 2009. 6. с.12.

² OECD, "Asset Declarations for Public Officials: A Tool to Prevent Corruption", OECD Publishing. 2011. 152 p. с.13.

³ OECD, World Bank, "Good practices in asset disclosure systems in G20 countries. Executive Summer", 2012. с. 2.

⁴ Burdescu R., Reid G., Gilman S., Trapnell S., "Stolen Asset Recovery. Income and Asset Declarations: Tools and Trade-offs". UNCAC Conference Edition. November, 2009. Стр.38.

⁵ Там же. с. 37.

⁶ Carney G., "Conflict of Interest: Legislators, Ministers and Public Officials". Study prepared for Transparency International. Berlin. 1998. 3b, с. 4.

- проверка поданных деклараций.
- предварительное расследование нарушений¹.

В литературе предлагается первые три из вышеперечисленных функций, которые являются исполнительными, предоставить в полномочия одному органу, а последние две, являющиеся обязательными, - другому. С другой стороны, многие страны делегируют эти две функции одному органу, что не является эффективным решением, учитывая возможное дублирование обязанностей, выполняемых разными сотрудниками². Другие авторы ссылаются на полномочия этих органов. Согласно им, при наличии централизованного органа по сбору деклараций необходимо, чтобы этот орган и его сотрудники были защищены от должностных лиц и других бенефициаров, обладая полномочиями собирать, обрабатывать, проверять информацию о доходах и имуществе должностных лиц и возбуждать иски в случае необходимости³. Справедливость последнего подтверждается изучением международного опыта, согласно которому эти органы должны обладать достаточным авторитетом, независимостью, иметь необходимые ресурсы для выполнения своих функций и достижения поставленных целей⁴. Для эффективного функционирования системы декларирования, направленной на выявление подлинности содержания деклараций и проведение исследований, также необходимы:

- следственный орган, имеющий доступ к декларациям, в целях проведения предварительного расследования;
- независимая и заслуживающая доверия судебная система⁵.

Публикация информации, содержащейся в декларациях должностных лиц

Один из спорных вопросов в системе декларирования является информация в декларациях, подлежащая публикации: публикация данной информации приводит к ограничению конституционных прав должностных лиц на личную информацию. В ряде стран (такие как Румыния, Германия, США) суды признали, что осведомленность общественности в этой области важнее секретности личных данных⁶. Большинство авторов заявляют, что эффективность системы декларирования зави-

¹ Messick R., "Income and Assets Declarations: Issues to Consider in Developing a Disclosure Regime: U4 ISSUE". 2009.06. с. 15.

² Там же. с. 15.

³ OECD, "Asset Declarations for Public Officials: A Tool to Prevent Corruption". OECD Publishing. 2011. 152 p. с.14.

⁴ OECD, World Bank, "Good practices in asset disclosure systems in G20 countries. Executive Summer", 2012. с. 2.

⁵ Burdescu R., Reid G., Gilman S., Trapnell S., "Stolen Asset Recovery. Income and Asset Declarations: Tools and Trade-offs". UNCAC Conference Edition. November, 2009. Стр.21.

⁶ Messick R., "Income and Assets Declarations: Global Impact on Corruption". Conference on Evidence-Based Anti-Corruption Policy organized by Thailand's National Anti-Corruption Commission. Bangkok, Thailand. June 5-6, 2009.

սիտ от доступности деклараций для общественности¹²³. Публикация информации, представленной в декларациях, полезна для граждан, так как позволяет им быть более информированными и принимать грамотное решение во время выборов^{4 5}. Кроме того, на основании опубликованной информации граждане могут выявить данные, неверно представленные в декларации⁶. В то же время публикация деклараций способствует заинтересованности чиновников не злоупотреблять своей властью⁷.

Несмотря на преимущества, публикация деклараций часто запрещена законами разных стран: согласно исследованию, проведенному Djankov-ым, только треть из 175 стран публикует декларации официальных лиц⁸. К тому же в некоторых странах раскрываемая информация является неполной, и при таком раскрытии общественность не может контролировать доходы должностных лиц. В частности, согласно исследованиям, в среднем лишь 10% информации полезна и применима для избирателей⁹.

Обобщая, можно сказать, что введение системы декларирования имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Рассмотрим каждую из них. К преимуществам системы можно отнести:

- Декларирование доходов и имущества должностных лиц помогает снизить уровень коррупции и контролировать их имущество. Если в какой-либо из регулярно поданных деклараций отражается резкое увеличение активов или непомерные расходы, можно будет потребовать объяснения от чиновника и предотвратить принятие решений, основанных на его собственных интересах, незаконное обогащение и другие случаи.

¹ Mukherjee R. and Gokcekus O., “Officials’ Asset Declaration Laws. Do they prevent corruption?” 2007. с. 3.

² Williams A., “International Experience of Asset Declarations”. U4 Helpdesk, Transparency International. CMI. October, 2006. с. 2.

³ “Anti-Corruption Network for Eastern Europe and Central Asia 7th General Meeting. Conflicts of Interest and Asset Declarations by Public Officials”. Tbilisi, Georgia. 25–27 June, 2008. с. 37.

⁴ Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A. “Transparency and Accountability”. EDHEC Risk and Asset Management Research Centre. 2008. с. 4.

⁵ Aaken A. and Voigt S., “Do Disclosure Rules for Parliamentarians Improve Political Outcomes?” University of St. Gallen, University of Marburg, 2009. с. 5.

⁶ OECD, “Asset Declarations for Public Officials: A Tool to Prevent Corruption”, OECD Publishing. 2011. 152 p. с. 16.

⁷ Aaken A. and Voigt S., “Do Disclosure Rules for Parliamentarians Improve Political Outcomes?” University of St. Gallen, University of Marburg, 2009. с. 5.

⁸ Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., “Disclosure by Politicians” (3rd Draft). 2009. с.1.

⁹ Djankov S., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Shleifer A., “Transparency and Accountability”. EDHEC Risk and Asset Management Research Centre. 2008. с. 3.

- Финансовая прозрачность предназначена не для выявления преступлений, а, скорее, для их предотвращения. Должностные лица, понимая, что их активы будут проверяться, предпочтут воздерживаться от незаконного обогащения, получения взяток и принятия решений, основанных на собственных интересах.

- Наконец, система декларирования - один из лучших инструментов повышения общественного доверия к чиновникам.

Наряду с отмеченными положительными сторонами необходимо отметить и отрицательные:

- Одним из самых негативных аспектов системы декларирования является стоимость ее внедрения и обслуживания. Во-первых, резко возрастает административная нагрузка на государство, с обучением специалистов, которые в дальнейшем будут обучать декларантов, определением форм деклараций, созданием электронной базы данных и так далее. Причем, чем больше декларантов, тем выше административная нагрузка.

- Публикация данных в декларациях может повлиять на желание граждан, особенно владельцев бизнеса, юристов и других специалистов, стать должностными лицами.

Таким образом, необходимо учитывать, что эффективность системы декларирования определяется не только достижением поставленных целей, но и затратами, которые несет государство после ее внедрения. Поэтому при принятии любого решения необходимо учитывать наличие финансовых, человеческих, технических и других ресурсов.

Учитывая рассмотренные подходы, предлагаем в системе декларирования доходов и имущества должностных лиц Армении внести следующие изменения:

- Декларированию подлежат данные о движимом и недвижимом имуществе не только должностных лиц, но и лиц аффилированных с ними, а также лиц, живущих с ними.

- Внедрить систему декларирования расходов высокопоставленных лиц и членов их семьи, живущих с ними. Причем указанные в декларации расходы, превышающие 1 млн. драмов, подлежат подтверждению документами. Отчет о расходах аффилированных лиц высокопоставленных должностных лиц подлежит публикации на официальном сайте Этического комитета.

- Внедрить проверки на основе рисков. Ежегодно проводить полную проверку 10% деклараций - случайно выбранных чиновников. Если информация в декларации является неполной или раскрывает ложную или неполную информацию (что приводит к недоплате налогов или нарушению других законодательных положений), то декларация лица будет повторно проверена в следующем году после привлечения к ответственности.

Հեղինե Պետրոսյան

Պաշտոնատար անձանց գույքի և եկամուտների հայտարարագրման համակարգի ներդրման առանձնահատկությունները

Բանալի բառեր. գույքի և եկամուտների հայտարարագիր, պաշտոնատար անձ, ապօրինի հարստացում, վարչարարական բեռ

Հոդվածում դիտարկվում են այն հիմնական խնդիրներն ու հարցերը, որոնք պետությունը պարտավոր է լուծել մինչև պաշտոնատար անձանց գույքի և եկամուտների հայտարարագրման համակարգի ներդրումը: Դրանք են՝ ո՞վ և ի՞նչ տեղեկատվություն է պարտավոր հայտարարագրել, ի՞նչ պարբերականությամբ, ո՞ր մարմիններն են պարտավոր իրականացնել հայտարարագրերի հավաքագրում և ստուգում: Հաշվի առնելով այս համակարգի թերությունները Հայաստանի Հանրապետությունում՝ հեղինակն իրականացրել է առկա գրականության և միջազգային փորձի վերլուծություն, որի կիրառումն այդ համակարգը ՀՀ-ում կդարձնի արդյունավետ:

Егине Петросян

Особенности внедрения системы декларирования имущества и доходов государственных служащих

Ключевые слова: система декларирования имущества и доходов; государственные служащие; незаконное обогащение; административное бремя

В статье рассматриваются основные задачи и вопросы, которые государство должно решить перед тем как внедрять систему декларирования имущества и доходов государственных служащих. К ним относятся: кто обязан декларировать и какие данные, частота подачи деклараций, органы, обеспечивающие сбор и проверку деклараций? Учитывая недостатки данной системы в Республике Армения, автором проведен тщательный анализ имеющейся литературы и опыта международных стран, применение которых улучшит ее эффективность.

Heghine Petrosyan

Features of introduction of income and assets declaration system for public officials

Key words: income and assets declaration system; civil servants; illicit enrichment; administrative burden

The article discusses the main tasks and issues that the government should solve before introducing a system of income and assets declaration of civil servants. These questions are: who is obliged to declare and what data, the frequency of filing declarations, the bodies that ensure the collection and verification of declarations? Taking into account the shortcomings of this system in the Republic of Armenia, a thorough analysis of the available literature and the experience of international countries have been carried out, the use of which will improve its effectiveness in RA.

**ՆՈՐԱՄՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵՎ ՆՈՐԱՄՈՒԾԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ
ՀՆԱՐԱՎՈՐ ԲԱՑԱՍԱԿԱՆ ՀԵՏԵՎԱՆՔՆԵՐԸ
ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ՀԱՂԹԱՀԱՐՄԱՆ
ՈՒՂԻՆԵՐԸ**

Լիաննա ԴԱՎԹՅԱՆ

ՀՊՏՀ Կառավարման ամբիոնի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության կառավարում, ռազմավարություն, հաղթահարման ուղիներ, բիզնես մոդելներ

Ներածություն: Արդի տնտեսական զարգացման և արագ դինամիկ փոփոխվող պայմաններում հնարավոր չէ պատկերացնել որևէ կազմակերպության երկարատև գործունեությունն առանց նորամուծությունների կիրարկման և նորամուծական գործունեության արդյունավետ կառավարման: Ինչքան էլ «նորամուծություն» և «նորամուծական գործունեություն» հասկացություններն առաջին հերթին միայն դրական ազդակ են հաղորդում, այնուամենայնիվ պետք չէ անտեսել ցանկացած երևույթի հնարավոր բացասական հետևանքները և պետք է փորձել դրանց ճիշտ կառավարման արդյունքում հասնել հնարավոր առավելագույն արդյունքի:

Նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության՝ որպես դրական երևույթների, նվիրված թերևս բազում աշխատություններ և գիտական հոդվածներ են հրապարակվել, ուստի, մենք այս հոդվածում ցանկանում ենք դիտարկել միայն դրանց բացասական հետևանքները, արդյունքները և տալ դրանց կառավարման հնարավոր արդյունավետ ուղիները:

Արդի տնտեսական պայմաններում ցանկացած կազմակերպության զարգացման շարժիչ ուժը տեխնոլոգիական և տեղեկատվական զարգացման մակարդակն է, և կազմակերպության անընդհատ զարգացումն անհնար է պատկերացնել առանց նորամուծությունների: Հաշվի առնելով, որ ցանկացած տնտեսվարող սուբյեկտ կարող է առաջնային դիրք գրավել զգալի մրցակցային առավելություններ, ապա նորամուծությունները պարտադիր են և անհրաժեշտ կազմակերպության անընդհատ աճի ու զարգացման համար:

Նորամուծությունները հանդես են գալիս որպես կազմակերպության առևտրային և արտադրական խնդիրների լուծման միջոց: Ընդ որում, շուկայական տնտեսության պայմաններում կարևորվում է նորամուծական գործու-

նեության իրականացման նպատակահարմարությունը, հատկապես, առևտրային տեսանկյունից: Սա նշանակում է, որ տնտեսավարող սուբյեկտները պետք է համադրեն նորամուծական գործունեության ուղղությամբ կատարվող համախառն ծախսերն այն արդյունքների հետ, որոնք կարող են ստացվել նորամուծության կիրարկման ժամանակ: Նորամուծությունների կիրառման և նորամուծական գործունեության իրականացման տեսանկյունից կարևորվում է դրանց արդյունավետ կառավարումը: Իսկ արդյունավետ կառավարման համար անհրաժեշտ է, նախ և առաջ, բացահայտել նորամուծությունների կիրառման և նորամուծական գործունեության իրականացման ընթացքում առաջացող հնարավոր բացասական հետևանքները հնարավորինս դրանք չեզոքացնելու նպատակով:

Հետազոտության մեթոդաբանությունը: Հետազոտության համար տեսական և մեթոդական հիմք են հանդիսացել տնտեսագիտության տեսության, մենեջմենթի դասական աշխատությունները, տնտեսական քաղաքականության տարբեր բնագավառների, մասնավորապես՝ նորամուծական տնտեսության հիմնահարցերին առնչվող հայրենական և միջազգային գրականությունը, այդ ոլորտը կարգավորող ՀՀ օրենքները, իրավական և ներքին այլ ակտերը: Հետազոտության տեղեկատվական հիմքը միջազգային պարբերականների, կազմակերպությունների նորամուծության կիրառման ծախսողունների արդյունքների վերլուծություններն են: Կիրարկվել են համակարգային, համեմատական և գործոնային, գրաֆիկական վերլուծության մեթոդներ:

Գրականության ակնարկ: Նորամուծությունները կարևոր դեր ունեն տնտեսական և սոցիալական զարգացման ողջ ընթացքում, հետևաբար բազմաթիվ գիտնականներ և տեսաբաններ մշտապես ուսումնասիրել են դրանք: Շրջանառվում են նորամուծությունների վերաբերյալ շատ տարբեր բնորոշումներ և ձևակերպումներ՝ ինչպես գիտական, այնպես էլ իրավական:

«Նորամուծություն» հասկացությունը (Innovation) առաջին անգամ գիտական հետազոտություններում հայտնվել է 20-րդ դարի առաջին տասնամյակում, իսկ հետո՝ վերաիմաստավորվել է: Հայտնի ավստրիացի տնտեսագետ Յ. Ա. Շումպետերն իր «Տնտեսական զարգացման տեսություն» աշխատության մեջ առաջին անգամ քննարկել է նորամուծության և նորամուծական գործունեությանն առնչվող խնդիրները: Մինչ այդ, նորամուծություն ասելով

հասկացվում էր մի մշակույթի որոշ տարրերի ներթափանցում մեկ այլ մշակույթի մեջ (սովորույթներ, կենսագործունեության, այդ թվում՝ արտադրության կազմակերպման ձևեր ու եղանակներ)¹: Ներկայումս այս մեկնաբանությունը վերաիմաստավորվել է և նեղ իմաստով ենթադրում է նորույթի ստեղծման ու ներդրման գործընթաց: Յ. Ա. Շումպետերն առաջարկել է նորամուծության այնպիսի սահմանում, համաձայն որի այն դիտարկվում էր որպես արտադրական ռեսուրսների օգտագործման նոր համակցությունների միջոցով սպառողական ապրանքների կամ ծառայությունների նոր տեսակների, արտադրության, իրացման, տրանսպորտային նոր միջոցների, նոր շուկաների, ինչպես նաև արտադրության կազմակերպման առաջավոր ձևերի ստեղծման և օգտագործման միջոցով իրականացվող փոփոխություն²: Նույն աշխատության մեջ նշվում է, որ առողջ տնտեսության «նորման» ոչ թե հավասարակշռությունն է կամ օպտիմալացումը, այլ դինամիկ անհավասարակշռությունը, որն առաջ է գալիս նորարար ձեռնարկատիրոջ այն գործունեության հետևանքով, որն ուղղված է «ինչ-որ այլ բանի, նախորդներից տարբեր, ստեղծմանը, որն ապահովում է պահանջունքների լրիվ բավարարում»³:

Յ. Շումպետերի հայացքները զարգացրել են նաև այլ գիտնականներ, մասնավորապես կառավարման հիմնախնդիրներով զբաղվող ամերիկյան առաջատար տեսաբան Պ.Ֆ. Դրաքերի՝ «Նորամուծություններ և ձեռնարկատիրություն» գրքում. «Նորամուծությունը ձեռնարկատիրոջ յուրահատուկ գործիք է, միջոց, որի օգնությամբ վերջիններս օգտագործում են փոփոխությունները՝ որպես նոր բիզնեսի կամ ծառայության իրականացման հնարավորություն»⁴: Նա գրում է. «Նորամուծությունը, որի հիմքում ընկած են նոր գիտելիքներ, ձեռնարկատիրական գերաստղեր են: Նման նորամուծությունները մշտապես լինում են ուշադրության կենտրոնում և բերում են մեծ եկամուտներ: Նորամուծությունները պետք է ուղղված լինեն դեպի շուկա և պետք է ղեկավարվեն՝ ելնելով շուկայական իրավիճակից: Այն կարող է լինել արդյունավետ, եթե համաձայնեցվում է բոլոր շահագրգիռ կողմերի կոորդինացված և

¹ Кокурин Д. И. Иновационная деятельность . М.: Экзамен, 2001, с. 10

² Шумпетер Й. Теория эквномического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюктуры). М.: Прогресс, с. 159

³ Նույն տեղում, էջ 17:

⁴ Дракер П. Инновации и предпринимательство. М., 1992, с. 4-6.

կենտրոնացված գործողություններով»¹: Մեկ այլ գիտնական՝ Բ. Սանտոն, նորամուծությունը սահմանում է հետևյալ կերպ. «Նորամուծությունը այնպիսի տեխնիկատնտեսական գործընթաց է, որը թույլ է տալիս հայտնագործությունների և գաղափարների գործնական կիրառմամբ ստեղծել լավագույն հասկանիչներով օժտված արտադրանքներ և տեխնոլոգիաներ»²:

Ներկայումս գործում է նորամուծությունների և նորամուծական գործունեությանն առնչվող հասկացությունների նկարագրման միասնական համակարգ, որի գործունեությունը հիմնված է 1992թ. Օսլո քաղաքում ընդունված միջազգային ստանդարտների փաթեթի հիման վրա: Վերջինս հայտնի է, այսպես կոչված, «Օսլոյի ղեկավարություն» անվամբ, որի կողմից առաջարկվող սահմանումները և մեկնաբանություններն ընդունելի ու կիրառելի են ՏՀՀԿ անդամ բոլոր երկրներում: Այժմ ներկայացնենք «Օսլոյի ղեկավարության» կողմից առաջարկվող սահմանումները.

1. «Նորամուծությունը նորամուծական գործունեության վերջնական արդյունքն է, որը հանդես է գալիս շուկայում իրացվող նոր կամ կատարելագործված արտադրանքի, ինչպես նաև արտադրական գործընթացում օգտագործվող նոր կամ կատարելագործված տեխնոլոգիայի ձևով»:

2. «Նորամուծական գործունեությունը կատարված գիտական հետազոտությունների և մշակումների, ինչպես նաև այլ գիտատեխնիկական ձեռքբերումների օգտագործման միջոցով նոր կամ կատարելագործված արտադրանքի, ինչպես նաև արտադրական գործընթացում օգտագործվող նոր կամ կատարելագործված տեխնոլոգիայի ստեղծմանն ուղղված գործընթաց է»³:

ՀՀ-ում պաշտոնապես ընդունվում են նորամուծական գործունեության ոլորտին առնչվող հասկացությունների հետևյալ մեկնաբանությունները.

1. «Նորամուծությունը տնտեսական շրջանառության մեջ օգտագործվող նոր կամ կատարելագործված տեխնոլոգիական գործընթացի, նոր կամ կատարելագործված արտադրանքի կամ ծառայության տեսքով իրացում գտած ստեղծագործ աշխատանքի վերջնական արդյունք է»⁴:

¹ Նույն տեղում, էջ 15:

² Санто Б. Инновация как средство экономического развития (пер. С. венгерского). М.: Прогресс, 1990, с. 296

³ Яновский К. П. Введение в инновационное предпринимательство. СПб.: Питер, 2004, с. 126.

⁴ «Ինովացիոն գործունեության պետական աջակցության մասին» ՀՀ օրենքը, ընդունված 23.05.2006թ., (ՀՀՊՏ – 2006 – 033 - (488), էջ 1:

2. «Նորամուծական գործունեությունը գիտական արդյունքների օգտագործմանը, նոր արդյունքների ստացմանը, թողարկվող արտադրանքի որակի բարձրացմանը և ծախսերի նվազեցմանն ուղղված գործունեություն է»¹:

Չնայած այն հանգամանքին, որ ինչպես վերը նշված սահմանումներում, այնպես էլ առօրյայում կիրառելիս նորամուծությունները և նորամուծական գործունեությունն ինքնին դիտարկվում են դրական երևույթներ, այնուամենայնիվ չենք կարող չանդրադառնալ նաև դրանց բացասական հետևանքներին և արդյունքներին: Նորամուծական նախագծերը, որպես կանոն, ենթադրում են բավական բարձր հաստատուն ծախսեր, ինչը շատերի համար այդ ուղղությամբ ներդրումներ կատարելու խոչընդոտ է դառնում: Բացի դրանից, նորամուծական գործընթացներին բնորոշ է անորոշության և ռիսկի բարձր մակարդակը, ինչը կարող է հանգեցնել հետազոտական և մշակման (R&D) ծախսերի թերի ֆինանսավորման, հատկապես, փոքր և միջին ձեռնարկությունների դեպքում: Անորոշության հետ կապված խնդիրը կլուծվեր, եթե կապիտալի շուկաները կատարյալ գործեին: Բայց դա գործնականում անիրականալի է, հատկապես, նորամուծական շուկայի ֆինանսավորման պարագայում, քանի որ նորամուծական նախագծերի գնահատումը կապված է մեծ ռիսկերի հետ: Պատճառը տեղեկատվության անհամաչափ բաշխվածությունն է, որը նշանակում է, որ ներդրողները նորամուծական գործունեության վերաբերյալ ավելի քիչ տեղեկությունների են տիրապետում, քան նորամուծություն իրականացնող կազմակերպությունը²:

Վերլուծություն: Մեր վերլուծությունների շրջանակներում առանձնացրել ենք նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության հետևյալ բացասական հետևանքներն ու արդյունքները.

- *Նորամուծությունների ներդրման և դրա ադապտացման համար անհրաժեշտ ժամանակի կորուստը:* Թերևս, ամբողջ աշխարհում ինչպես ֆիզիկական, այնպես էլ իրավաբանական անձանց համար կարևորագույն ռեսուրսը համարվում է ժամանակը: Այն անփոխարինելի և չվերականգնվող ռեսուրս է, ուստի դրա կառավարումը ցանկացած բնագավառում դառնում է ար-

¹ «Գիտական և գիտատեխնիկական գործունեության մասին» ՀՀ օրենքը, ընդունված 05.12.2000թ. (3.33 (131)30/12/2000), էջ 2:

² Greenhalgh C., Rogers M., *Innovation, Intellectual Property, and Economic Growth*, Princeton University Press, 2010, p. 22.

դիական և առաջնային: Իսկ նորամուծությունների ներդրումը ենթադրում է բավականին շատ ժամանակի (աշխարհում ամենաթանկ ռեսուրսի) տրամադրում: Հաշվի առնելով վերոնշյալը՝ կազմակերպության ղեկավարները, հատկապես՝ նորամուծական գործունեության կառավարման համար պատասխանատու անձիք, պարտավոր են հաշվարկել այն ժամանակը, որն անհրաժեշտ է տվյալ նորամուծության ներդրման և դրա ադապտացման համար՝ հաշվարկելով այն որպես ամենաթանկ ռեսուրս և կայացնել ռացիոնալ որոշում՝ արդյոք այդ ժամանակի ընթացքում տվյալ նորամուծությունը կշարունակի լինել արդիական և եկամտաբեր կազմակերպության համար:

• *Աշխատակիցների «ըմբոստացումը» և «դիմադրությունը» նորամուծական գործունեության ներդրման գաղափարներին:* Ցանկացած նորամուծություն, ինչքան էլ այն լինի հարուստ՝ վեհ և արդիական գաղափարներով, չի կարող միաձայն դրական ընկալվել կազմակերպության բոլոր աշխատակիցների կողմից: Ցանկացած կազմակերպությունում առկա են այնպիսիները, ովքեր դեմ են փոփոխություններին և չեն կարողանում հեշտ ադապտացվել փոփոխություններին, ուստի պետք է հաշվի առնել, որ նրանք անկասկած «ըմբոստանալու» են նորամուծությունների կիրառման գաղափարներին կամ հենց ներդրման գործընթացին: Նրանք կարող են իրենց՝ հաճախ նաև «թըվացյալ» բացասական գաղափարներով կոտրել կազմակերպության աշխատակիցների կազմակերպական ոգին և նվազեցնել վերջիններիս մոտիվացիան աշխատանքի նկատմամբ: Ոմանք մտածում են, որ նորամուծությունների կիրարկմամբ կազմակերպությունում մեծ դեր և նշանակություն է տրվում տեխնիկա-տեխնոլոգիաներին և ենթադրվում է աշխատակիցների կործանում, ինչը բացասական վերաբերմունք է առաջացնում իրենց շրջանակներում: Արդյունքում աշխատակիցների զգալի հատված ոչ միայն դեմ է լինում կիրառվող նորամուծությանը, նվազում է աշխատակիցների արտադրողականությունը, այլև դա հանգեցնում է կազմակերպությունում լարված աշխատանքային միջավայրի առաջացման: Նման բացասական հետևանքներից խուսափելու համար անհրաժեշտ է կազմակերպությունում ստեղծել այնպիսի թիմային ոգի, սոցիալ-հոգեբանական միջավայր և հատուկ աշխատակիցների խումբ, ովքեր երկարատև աշխատանք կիրականացնեն այլ աշխատակիցների նկատմամբ, ովքեր բուռն են արձագանքում ցանկացած փոփոխության, լինի դա նորամուծական, թե՛ ոչ: Անհրաժեշտ է աշխատակիցներին նախապես ներկայացնել նորամուծությունների ներդրման անհրաժեշտության, դրա դրա-

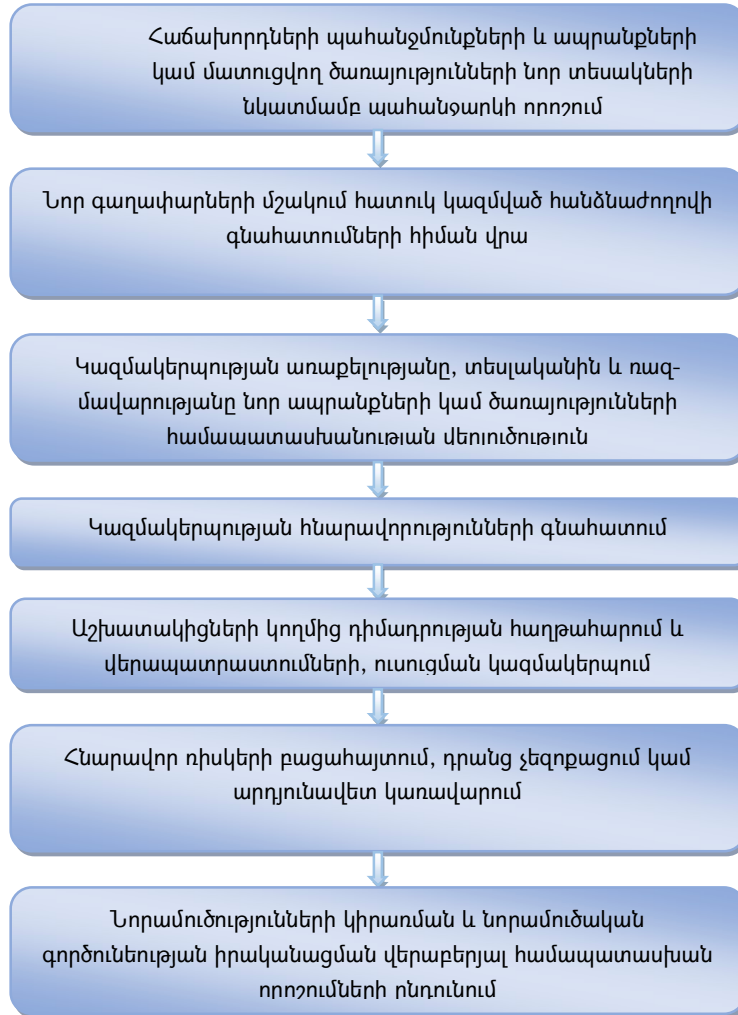
կան արդյունքների վերաբերյալ, ներգրավել որոշակի քննարկումներում, որպեսզի նրանք նույնպես շահադրդվեն նորամուծությունների ներդրմամբ: Հակառակ դեպքում՝ եթե աշխատակիցները արդեն նորամուծության կիրառման փուլում տեղեկանան դրանց մասին և հստակ պատկերացում չունենան դրանց դրական հետևանքների վերաբերյալ, ապա կազմակերպությունում անխուսափելիորեն կառաջանան ապակառուցողական կոնֆլիկտներ: Այս ամենը գործնականում կիրառելն իրականում շատ բարդ և պատասխանատու գործընթաց է, քանզի մի կողմից պետք է պաշտպանել նոր գաղափարների և նորամուծությունների գաղտնիությունը մրցակից կազմակերպություններից, մյուս կողմից՝ աշխատակիցներին ներգրավել այդ գործընթացին, որպեսզի վերջիններս իրենց վարքագծով չխոչընդոտեն դրանց ներդրմանը:

• *Նորամուծությունների կիրառման համար աշխատակիցների վերապատրաստման ծրագրերում բավական մեծ ծախսերի ներդրում:* Նորամուծությունների կիրառումը կազմակերպությունում ենթադրում է աշխատակիցների մասնագիտական պատրաստվածության բարձր մակարդակի ապահովում: Այնուամենայնիվ, պետք է հաշվի առնել, որ հենց վերապատրաստման և նոր դասընթացների վրա ծախսվում են բավական մեծ ռեսուրսներ, որոնք ոչ միշտ են հիմնավորում դրանց տրամադրած արդյունքը: Մյուս կողմից, կազմակերպության աշխատակիցները՝ ձեռք բերելով նոր հմտություններ և կարողություններ, տիրապետելով նորամուծությունների ներդրման գաղափարներին, կարող են կիրառել այդ ամենը մրցակից կազմակերպություններում աշխատանքի ընդունվելու միջոցով, ինչը բավականին մեծ ռիսկ է նորամուծությունը ներդրող կազմակերպության համար: Նմանատիպ ռիսկերը կազմակերպությունում նվազեցնելու նպատակով անհրաժեշտ է աշխատակիցների հետ կնքել լրացուցիչ իրավական համաձայնագրեր, որոնցով նրանք՝ մասնակցելով նմանատիպ թանկ վերապատրաստման ծրագրերի և դասընթացների, կպարտավորվեն կազմակերպությունում աշխատել որոշակի ժամանակ և կիրառել իրենց ստացած գիտելիքները, հակառակ դեպքում՝ աշխատանքից ազատվելիս, ստիպված կլինեն փոխհատուցել ծախսերը:

• *Նորամուծությունները և նորամուծական գործունեությունը ենթադրում են մեծ գործառնական, ֆինանսական և առևտրային ռիսկեր:* Երբեմն կազմակերպության համար այդ ռիսկերը այդքան էլ արդարացված չեն և հաջողության հասնելը երաշխավորված չէ: Այնուամենայնիվ, եթե հետագա զարգացման համար անհրաժեշտ է իրականացնել նորամուծական գործունեու-

թյուն, բոլոր ռիսկերը պետք է մանրամասն ուսումնասիրվեն՝ բոլոր հնարավոր բացասական ելքերով, ինչպես նաև անհրաժեշտ է մշակել նոր բիզնես մոդել և նորարարական ռազմավարություն հաջողության հասնելու համար:

Հաշվի առնելով վերոնշյալ բացասական հետևանքները՝ ներկայացնենք նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության արդյունավետ կառավարման փուլերը գծապատկեր 1-ի օգնությամբ:



Գծապատկեր 1. Նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության արդյունավետ կառավարման փուլերը¹

¹ Գծապատկերը կազմված է հեղինակի կողմից:

Այսպիսով, ամփոփելով կազմակերպություններում նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության վերոնշյալ հնարավոր բացասական հետևանքները և արդյունքները, կարող ենք նշել, որ աշխարհում շատ կազմակերպություններ ձախողվում են հենց այն պատճառով, որ չեն կարողանում ճիշտ ժամանակին արձագանքել փոփոխվող շուկայի պահանջներին, կիրառել նորամուծություններ, իսկ մյուսները ձախողվում են շտապելով կիրառել ռիսկային նորամուծություններ և իրականացնելով անարդյունավետ նորամուծական գործունեություն: Ուստի, կազմակերպության հաջողության համար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության հնարավոր բոլոր բացասական ելքերը, մշակել դրանց հաղթահարման համար ճիշտ ռազմավարություններ և բիզնես մոդելներ, հրնարավորինս ներգրավել աշխատակիցներին նորամուծությունների ներդրման գործընթացներին և դիտարկել նորամուծությունների ներդրման համար անհրաժեշտ ժամանակը՝ որպես ամենաթանկ, անփոխարինելի և չվերականգրելիղ ռեսուրս:

Լիաննա ԴԱՎԹՅԱՆ

Նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության հնարավոր բացասական հետևանքները կազմակերպություններում և դրանց հաղթահարման ուղիները

Բանալի բառեր. նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության կառավարում, ռազմավարություն, հաղթահարման ուղիներ, բիզնես մոդելներ

Արդի պայմաններում ցանկացած տնտեսավարող սուբյեկտ կարող է առաջնային դիրք զբաղել, եթե ունի զգալի մրցակցային առավելություններ և ակնհայտ է, որ նորամուծությունները պարտադիր են ու անհրաժեշտ անընդհատ աճի ու զարգացման համար: Հոդվածում անդրադարձ է կատարվել նորամուծությունների և նորամուծական գործունեության իրականացման ժամանակ առաջացող հնարավոր բացասական հետևանքներին, առաջարկվել են դրանց հաղթահարման ուղիները և արդյունավետ կառավարման փուլերը: Կազմակերպության հաջողության համար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել նորամուծությունների հնարավոր բոլոր բացասական ելքերը, մշակել դրանց հաղթահարման համար ճիշտ ռազմավարություններ և բիզնես մոդելներ:

Лианна ДАВТЯН

Возможные негативные последствия инноваций и инновационной деятельности в организациях и способы их преодоления

Ключевые слова: управление инноваций и инновационной деятельностью, негативные последствия инноваций, стратегии, способы преодоления, бизнес-модели.

В современных условиях любой хозяйствующий субъект может занять лидирующую позицию, если у него есть существенные конкурентные преимущества; очевидно, что инновации обязательны и необходимы для постоянного роста и развития организации. В рамках проведенного анализа мы пришли к выводу, что для успеха организации необходимо изучить все возможные негативные последствия инноваций и инновационной деятельности, разработать правильные стратегии их преодоления и бизнес-модели, вовлечь сотрудников в инновационные процессы и считать время внедрения инноваций самым дорогим ресурсом.

Lianna DAVTYAN

Possible Negative Impacts of Innovations and Innovative Activities in the Organizations and the Ways to Overcome Them

Key words: management of innovations and innovative activities, negative impacts of innovations and innovative activities, strategies, ways of overcoming, business models

In modern conditions, any business entity can take the leading position if it has significant competitive advantages; it is obvious that the innovations are mandatory and necessary for the continuous growth and development of the organization. The article referred to the possible negative consequences appeared during the implementation of innovations and innovative activities in the organizations, suggested ways to overcome them and the stages of effective management.

NAIVE APPROACH TO THE FOREIGN MARKET SELECTION

Andranik MURADYAN

PhD in social sciences in the discipline of management and quality science
University of Warsaw Faculty of Management graduate and applicant

Key words: foreign market selection, emotionally driven decisions, psychic distance, Uppsala Model, internationalization

Introduction. Foreign market selection is one of the most important stages of entity internationalization process. Correct choice of foreign market may guarantee security of invested funds and lead to a stable growth of a company abroad. That is why every investor's main goal is to find the best way of evaluating the potential markets for internationalization and afterwards selection the one, which characterized with high level of incentives for business, low level of deferent kind of barriers and risks, various types of securities (political, social, economical, administrative, technological, legal etc.) etc. (Tocar, 2018; Sheng & Mullen, 2011; Bhardwaj, Dietz, & Beamish, 2007; Arbatli, 2011; Barassi & Zhou, 2012; Crespo & Fontoura, 2007). In order to fulfill the upper mentioned goal, the foreign investor may use various models, processes, that can be easily found in the literature of the subject. Even after brief look at that models and processes, one can assume that some of them have several common characteristic features. These features can be the base for categorizing all the existing models. This in turn may help investors to choose the most suitable model for foreign market selection. In subsequent parts of the article, the existing classification will be illustrated, the research gap will be formalized and new models grouping criterion will be proposed. Analysis of the literature on the subject is the main research method that used for conclusion generation, as the main intention of the article is to structuralize approaches that already exist in the literature.

Literature review. In the literature on the subject, one can find many different attempts to formalize the decision-making process of a foreign investor (Górecka & Szalucka, 2013; Papadopoulos, Chen, & Thomas, 2002; Cavusgil, Kiyak, & Yeniyurt, 2004; Mullen & Sheng, 2006). In these studies, the authors attempted to develop techniques that can help assess the attractiveness of foreign markets. When analyzing the literature on the subject, it can be noticed that the authors try to analyze the issues of assessing the attractiveness of foreign markets in many ways, proposing unique techniques. Deeper analysis reveals that these existing models and the proposed decision-making processes have some common features. This, in turn, means that one can try to categorize the existing models and decision-making processes for selecting a foreign market for internationalization into groups.

Papadopoulos and Denis, in the scientific article "Inventory, taxonomy and assessment of methods for international market selection" from 1988, tried to classify the

existing models of selecting foreign markets for internationalization into 3 groups (Papadopoulos & Denis, 1988):

- Conceptual models,
- Grouping models,
- Evaluation models.

Conceptual models analyze and observe the current state based on existing data. Very often, proposing abstract concepts and new ideas - without conducting practical experiments. In other words, these models describe the process of making the optimal decision of selection a foreign market (Cavusgil, 1985; Douglas & Craig, 1982; Whitelock, 2002; Malhotra & Papadopoulos, 2007; Papadopoulos, 2011). These works present the problem of choosing a foreign market from various points of view and, using the results of their own analyzes, try to explain the existing problems in this field of science. Among the conceptual models, one of the most practical approaches to examining the choice of a foreign market has become the concept of analyzing a possible market potential in three stages (Cavusgil, 1985; Koch, 2001; Kumar, 1994; Root, 1994). For the selection of a foreign market, three consecutive stages are proposed: preliminary research, identification and selection. During the preliminary research, investors aim to assess the macro environment in order to eliminate countries that are not attractive enough for internationalization. During the second stage - identification, the attractiveness of the economic sector in which the potential investor plans to start its operations is taken into account. In this way, an internationalizing entity collects information specific to its sector in order to select countries with the highest market potential. In the selection phase, there is a need to focus on information and factors describing the enterprise - whether the company's capabilities are sufficient to achieve a competitive advantage in a new market (Ozturk, Joiner, & Cavusgil, 2015).

Grouping models group countries based on similarities - that is, on the basis of some sort of comparison criterion (Cavusgil, Kiyak, & Yeniyurt, 2004; Liander, Terpstra, Yoshino, & Sherbini, 1967; Sethi, 1971; Mullen & Sheng, 2006). Various criteria may be taken into account to classify countries into groups, starting, for example, from economic factors, which are the most popular factors for grouping, to political or social factors. There are no restrictions on the selection of criteria for grouping. It is a subjective decision of each researcher or investor, depending on the specifics of the business and enterprise. One of the most popular works on country grouping is the work of Cavusgil (1997), which describes the General Market Opportunity Index (OMOI). This indicator first classified and ranked the market potential of countries based on fundamental political, economic and social factors. Subsequent studies only confirmed the usefulness of the developed indicator (Cavusgil, Kiyak, & Yeniyurt, 2004; Mullen & Sheng, 2006). Techniques such as group analysis, portfolio analysis and combined ana-

lysis can be used in similar models. Evaluation models use techniques such as, for example, regression analysis, multi-variate analysis, and econometric analysis (Papadopoulos & Denis, 1988). These models aim to rank countries based on market potential and, as a result, clarify which of these countries are most attractive for an internationalizing foreign entity. Similar rankings evaluate countries in terms of their overall market attractiveness, considering all factors that could significantly influence an investor's decision (Ozturk, Joiner, & Cavusgil, 2015; Cavusgil, Kiyak, & Yeniyurt, 2004).

Naive approach. The question arises – whether these 3 groups are explaining all possible approaches that one can apply, while trying to select the most suitable foreign market for internationalization. All 3 groups of models are mainly using the scientific approaches for foreign market selection process – these approaches need either statistical data, or deep literature analysis in order to find regularities that can be generalize for population. The problem is that investors not always are pragmatic and they not always make decisions that are based on multilateral analysis of environment or hard statistical data. Especially this inference is true for SMEs, because of lack of financial resources, access to data or qualified specialist, that are able to conduct advanced scientific analysis. This in turn means that these kind of enterprises while making decision concerning their possible future abroad may use emotional evaluating criteria.

For better understanding it is worth analyzing Behavioral theories of internationalization. Among the behavioral models, the most popular model is the Uppsala Model (the so-called U-Model) (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975; Blomstermo, 2003; Johanson & Vahlne, 1977; Johanson & Vahlne, 2009). The Uppsala model has become the basis for the development of other behavioral models (innovative models, strategic model, network model). The Uppsala model of internationalization is about learning and the accumulation of knowledge. Based on them, the investor sequentially increases his involvement in international markets. The continuity of the knowledge gathering process about one selected market and about other potential markets, results in the sequencing of the geographic and market involvement of the investor. Two types of knowledge are necessary to conduct international activity - general knowledge and specific market knowledge (Hollensen, 2011). Specific market knowledge can be acquired through the experience that the entrepreneur acquires during his activity. The knowledge cumulating skills of investors will significantly vary for example depending from personal characteristic features of investor, environment of business activity, time, available resources, personnel or data/information. Also, investors will have different abilities of information processing and analyzing. This in turn means that depending on person/company the conclusions made from knowledge gathering process may differ. This fact may lead to assumption which states that in case of big diversity of knowledge, different units may make contrary inferences that are based on their sentiments, subjective feelings.

From this article's point of view more attention should be paid to another feature of the Uppsala model. The Uppsala model despite explaining the sequencing of the internationalization process resulting from the learning process, presents the concept of the distance between the investor and the foreign market. One of the main areas of interest of the Uppsala model is the attempt to explain the important factors of target market selection. The internationalization of the business of any enterprise carries the risk of failure, therefore an entity trying to internationalize should strive to reduce the level of uncertainty in order to maximize its profits in a new market. This is where the concepts of psychic and geographical distance come to mind. Geographic distance means the physical distance between the investor and the target market. On the other hand, the psychic distance shows the limitations in the process of cognizance and understanding the foreign market (Ciszewska-Mlinaric, 2019; Johanson & Vahlne, 1977) and includes, among others, areas such as culture, language differences, educational systems, business practices (Vidal-Suarez & Lopez-Duarte, 2013). With the help of psychic distance, it is possible to explain the initial stages of internationalization of the enterprise, while during the later stages of internationalization, the attractiveness of the foreign market becomes more important (Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). The level of distance is not constant and may change as a result of the development of international trade, communication, new technologies and other factors (Sorensen, 1977) and due to the increase of the knowledge accumulated by the investor. Globalization is a good example, as it brings new common features to markets in different parts of the world. Analyzing the psychic and other barriers to internationalization (like geographical, technological, administrative, economical, political etc.) leads to the notion of the cost of doing business abroad (liability of foreignness) (Zaheer, 1995). It describes additional costs that result from the lack of the knowledge, from emotional differences or from other measurable differences between host country and investor which the investor should anticipate in order to start operating on a new foreign market. The cost of being a foreigner influences the foreign market selection decision.

The term psychic distance should be understood as all difficulties that may arise in the target location due to emotional, sentimental differences between the investor and the given market. Investors, in order to overcome the liability of foreignness, to shorten the psychic distance are trying to enter those markets with whom they have emotional, closeness. Additionally, in the 2009 scientific article entitled "The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership" by Jan Johanson and Jan-Erik Vahlne, appeared the term „liability of outsidership”, which talks about the increasing importance of business contacts abroad (network) in order to obtain market-specific business knowledge (Johanson & Vahlne, 2009). Thus, the theory emphasizes the key role of network creation abroad. Like in case of knowledge, the network creation ability is also subjective and depends form social skills

of an investor, which in turn is defined by sociocultural environment. Therefore, it can be concluded that sometimes the decision making process in network approach can also be emotionally motivated. The problem is that the models of selecting foreign markets which are classified to 3 groups are mainly using hard data, but the psychic distance is abstract concept which is subjective for each entity, that is why it cannot be measured on the one hand. On the other hand different capabilities of different investors to generate specific market knowledge or network can restrict their pragmatism and drive to sentimentally motivated emotional decisions. There is a need to create a new group to include models that can't be classified to conceptual, grouping, evaluation models.

Thus, the analysis of existing foreign market selection models, internationalization theories/models (especially the Uppsala model of internationalization) led to the conclusion that there are models and decision-making processes that cannot be classified into any of the above groups of models. Due to this, a need arose to create a fourth group (Siegel, Licht, & Schwartz, 2011; Cavusgil & Godiwalla, 1982; Kobrin, Basek, Blank, & Palombar, 1980; Siegel, Licht, & Schwartz, 2011; Cavusgil & Godiwalla, 1982; Kogut & Singh, 1988; Kobrin, Basek, Blank, & Palombar, 1980):

Naive models. Naive models are a group of models that focus on countries with a high degree of similarity to the investor's home country and on countries with which the investor has sentimental ties. In such models and decision-making processes, the unit conducting the analysis of the attractiveness of foreign markets focuses on the countries to which it has the lowest mental distance. According to this approach, in these locations an investor can easily minimize the costs of being a stranger (Ciszewska-Mlinaric, 2019). In naive models, the enterprise that is planned to be internationalized pays attention to factors such as knowledge of the language, cultural similarities, colonial heritage, ethnic origin of the investor, etc. Decisions made on the basis of these models are not always optimal, because they are based on the subjective feelings of the investor, but not on hard data assessing the attractiveness of the country.

Conclusion. Accordingly models of foreign market selection can be divided into 4 main groups: conceptual models, grouping models, evaluation models, naive, where conceptual models are a group of models which contains abstract approaches, that proposes new ideas, new concepts, new way of thinking over existing scientific problems. The abstractness of these models restricts possibilities to provide empirical analysis. Grouping models create clusters of potential internationalization destinations according to one or several common criteria. Evaluation models drive their conclusions thanks to mathematical and statistical techniques, in order to find the most optimal destination of internationalization. Naive models are a group of models which include all models and decision-making processes which are based on emotional, sentimental and subjective feelings of investor.

Bibliography

- Arbatli, E. (2011). Economic Policies and FDI Inflows to Emerging Market Economies. International Monetary Fund Working Paper.
- Barassi, M., & Zhou, Y. (2012). The effect of corruption on FDI: A parametric and nonparametric analysis. *European Journal of Political Economy*, 28, pp. 302-312.
- Bhardwaj, A., Dietz, J., & Beamish, P. (2007). Host Country Cultural Influences on Foreign Direct Investment. *Management International Review*, 47, pp. 29-50.
- Blomstermo, A. (2003). *Dharma Deo Sharma: Learning in the internationalisation process of firm*. Cheltenham; Northampton: MA: Edward Elgar Publishing.
- Cavusgil, S. T., & Godiwalla, Y. M. (1982). Decision-Making for International Marketing: A Comparative Review. *Management Decision*, 20(4), pp. 47-54.
- Cavusgil, S. T., Kiyak, T., & Yenyurt, S. (2004). Complementary approaches to preliminary foreign market opportunity assessment: Country clustering and country ranking. *IMM*, 33, p. 607.
- Ciszewska-Mlinaric, M. (2019). Pokonywanie dystansu w ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw. Poltext.
- Crespo, N., & Fontoura, M. (2007). Determinant Factors of FDI Spillovers – What Do We Really Know? *World Development*, 35, pp. 410-425.
- Górecka, D., & Szalucka, M. (2013). Country market selection in international expansion using multicriteria decision aiding methods. *Multiple Criteria Decision Making*, 8, pp. 32-55.
- Hollensen, S. (2011). *Global Marketing - A Decision-Oriented Approach*. Edinburgh: Pearson.
- Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). The Internationalization Process of the Firm – A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. *JIBS*, 8(1), pp. 23–32.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *JIBS*, 40, pp. 1411-1431.
- Johanson, J., & Wiedersheim-Paul, F. (1975). The Internationalization of the Firm-Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), pp. 305-322.
- Kobrin, S. J., Bask, J., Blank, S., & Palombar, L. (1980). The Assessment and Evaluation of Noneconomic Environments by American Firms: A Preliminary Report. *JIBS*, 11, pp. 32-46.
- Kogut, B., & Singh, H. (1988). The effect of national culture on the choice of entry mode. *Journal of International Business Studies*, 19(3), pp. 411–432.
- Liander, B., Terpstra, V., Yoshino, M. Y., & Sherbini, A. A. (1967). *Comparative analysis for international marketing*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Mullen, M. R., & Sheng, S. Y. (2006). Extending and comparing Cavusgil's overall market opportunity indexes. *Advances in International Marketing*, 17, pp. 219–249.
- Ozturk, A., Joiner, E., & Cavusgil, S. T. (2015). Delineating Foreign Market Potential: A Tool for International Market Selection. *Thunderbird International Business Review*, 57, pp. 119–141.
- Papadopoulos, N., & Denis, J.-E. (1988). Inventory, taxonomy and assessment of methods for international market selection. *International Marketing Review*, 5, pp. 38-51.
- Papadopoulos, N., Chen, H., & Thomas, D. R. (2002). Toward a Tradeoff Model for International Market Selection. *International Business Review*, 11, pp. 165-192.
- Sethi, S. P. (1971). Comparative cluster analysis for world markets. *JMR*, 8, pp. 348–354.
- Sheng, S. Y., & Mullen, M. R. (2011). A Hybrid Model for Export Market Opportunity Analysis. *International Marketing Review*, 28(2), pp. 163-182.
- Siegel, J., Licht, A., & Schwartz, S. (2011). Egalitarianism and international investment. *JFE*.
- Siegel, J., Licht, A., & Schwartz, S. (2013). Egalitarianism, Cultural Distance, and Foreign Direct Investment: A New Approach. *Organization Science*, 24(4), pp. 1174-1194.
- Sorensen, J. (1977). The Internationalization of Companies. Different Perspectives of How. Working Paper Series. *International Business Economics*, 23.
- Tocar, S. (2018). Determinants of foreign direct investment: a review. *REBS*, 11(1), pp. 165-196.
- Vidal-Suarez, M., & Lopez-Duarte, C. (2013). Language distance and international acquisitions: A transaction cost approach. *International Journal of Cross Cultural Management*, 13, pp. 47-63.
- Zaheer, S. (1995). Overcoming the Liability of Foreignness. *AMJ Journal*, 38(2), pp. 341–363.

Andranik MURADYAN

Naive approach to the foreign market selection

Key words: foreign market selection, emotionally driven decisions, psychic distance, Uppsala Model, internationalization

The article analyses one of the key processes of decision-making process of a foreign investor. During the internationalization process various market selection models can be used. All these models are classified to 3 groups - Conceptual models, Grouping models, Evaluation models. The multilateral literature analysis clearly shows that there are several cases - foreign market selection models and decision-making processes – that cannot be classified to none of the earlier defined groups. This assumption is driven mainly after analyzing Uppsala model and its various variations. These models helps to formulate the research gap which is based on emotionally motivated decision making. Consequently, there is a necessity to create a new group of models and processes, that includes cases that not suits to none of the existing groups of market selection models.

Андраник МУРАДЯН

Наивный подход к выбору внешнего рынка

Ключевые слова: выбор иностранного рынка, эмоционально обусловленные решения, психическая дистанция, Уппсальская модель, интернационализация.

В статье анализируется один из ключевых процессов принятия решений иностранным инвестором. В процессе интернационализации могут использоваться различные модели выбора рынка. Все эти модели делятся на 3 группы - концептуальные модели, модели группирования, модели оценки. Многосторонний анализ литературы ясно показывает, что есть несколько случаев - модели выбора иностранного рынка и процессы принятия решений, - которые нельзя отнести ни к одной из ранее определенных групп. Это предположение основано в основном на анализе модели Упсалы и ее различных вариаций. Эти модели помогают сформулировать пробел, основанный на принятии эмоционально мотивированных решений.

Անդրանիկ ՄՈՒՐԱԴՅԱՆ

Արտաքին շուկաների ընտրության պարզամիտ մոտեցում

Բանալի բառեր. Արտաքին շուկայի ընտրություն, հույզերով պայմանավորված որոշումներ, հոգեկան հեռավորություն, Ուփսալայի մոդել, միջազգայնացում

Հոդվածում վերլուծվում է օտարերկրյա ներդրողի որոշումների կայացման գործընթացի հիմնական գործընթացներից մեկը: Միջազգայնացման գործընթացում կարող են օգտագործվել շուկայի ընտրության տարբեր մոդելներ: Այս բոլոր մոդելները դասակարգվում են 3 խմբի՝ Հայեցակարգային մոդելներ, Խմբավորման մոդելներ, Գնահատման մոդելներ: Գրականության բազմակողմ վերլուծությունը հստակ ցույց է տալիս, որ կան մի քանի դեպքեր՝ արտաքին շուկայի ընտրության մոդելներ և որոշումների կայացման գործընթացներ, որոնք չեն կարող դասակարգվել ավելի վաղ սահմանված խմբերում: Այս ենթադրությունը հիմնականում հիմնված է Ուփսալայի մոդելի և դրա տարբեր տաչբերակների վերլուծելուց հետո:

ՀՀ ԿԵՆՍԱԹՈՇԱԿԱՅԻՆ ՖՈՆԴԵՐԻ ԱԿՏԻՎՆԵՐԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԻ ԿԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ

Լուսինե ՀԱՄԲԱՐՁՈՒՄՅԱՆ
ՀՊՏՀ ֆինանսների ամբիոնի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. կենսաթոշակային ֆոնդ, ակտիվների կառուցվածք, կայուն եկամտային գործիքներ, բաժնետոմսեր, այլընտրանքային ներդրումներ

Ներածություն. Կենսաթոշակային համակարգի և կենսաթոշակային ֆոնդերի ներդրման հիմնական շարժառիթը ապագա կենսաթոշակառուներին բավարար եկամտով և բազային կենսամակարդակով ապահովելն է: Այս առումով էական նշանակություն ունի ֆոնդի ակտիվների տեղաբաշխման քաղաքականությունը: Ակտիվների խելամիտ բաշխումը բաժնետոմսերի և պարտատոմսերի միջև կարող է օգնել ֆոնդի կառավարիչներին ավելի բարձրը շահույթ ստանալ՝ ընդունելի ռիսկի պայմաններում: Կենսաթոշակային ֆոնդերի միջոցները ներդրվում են հիմնականում բաժնետոմսերում եւ պարտատոմսերում, սակայն վերջին տարիներին դրանց կողմից մեծանում է հետաքրքրությունը այլընտրանքային ակտիվներում (մասնավոր բաժնեմասնակցային (private equity) ֆոնդեր, անշարժ գույք, հեջ ֆոնդեր, ենթակառուցվածքներ և այլն) ներդրումների նկատմամբ՝ ավելի բարձր եկամտաբերության ապահովման, դիվերսիֆիկացման, ռիսկերի հեջավորման և այլ նպատակներով: Կարևոր է բացահայտել, թե կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվները որտեղ են տեղաբաշխված՝ հաշվի առնելով ֆինանսական շուկայի զարգացվածության մակարդակը և կենսաթոշակային համակարգի օրենսդրական սահմանափակումները, և ինչ այլընտրանքային հնարավորություններ կան ներդրումային ուղղությունների համար:

Ըստ ֆինանսների ժամանակակից տեսության՝ դիվերսիֆիկացված ներդրումային պորտֆելը ռիսկ/եկամտաբերության միջև արդյունավետ փոխզիջման բանալին է երկարաժամկետ հեռանկարում: Պորտֆելի երկարաժամկետ եկամտաբերությունը կախված է ակտիվների ռազմավարական տեղաբաշխումից, այլ կերպ ասած՝ ներդրումային պորտֆելի ռիսկի ենթարկվածությունից: Դա հատկապես վերաբերում է կենսաթոշակային խնայողություններին¹:

¹ Accumulating approach to the life-cycle pension model: practical advantages, Andrey Kudryavtsev, Shosh Shahrabani, Article in Financial Theory and Practice · December 2016, page 423

Ըստ Հարի Պ. Բրինսոնի և Ռոջեր Գ. Իբբոթսոնի՝ կենսաթոշակային ֆոնդերի եկամտաբերության տատանումների 90%-ը ակտիվների տեղաբաշխման արդյունք են, մինչդեռ միայն 10%-ն են որոշակի ակտիվների կամ կենսաթոշակային պլանի ենթադասերի եկամտաբերության արդյունք¹:

Երկարաժամկետ ներդրողների համար, ինչպիսիք են կենսաթոշակային ֆոնդերը, օպտիմալ պորտֆելները նույնը չեն կարող, ինչպես կարճաժամկետ ներդրողների համար են: Ակտիվների ռազմավարական տեղաբաշխման վերաբերյալ գրականության մեջ ներկայացվում են բազմաթիվ օրինակներ, երբ ակտիվների կարճաժամկետ տեղաբաշխումը հակադրվում է երկարաժամկետ նպատակների հետ, ներառյալ՝ առանց ռիսկ ակտիվի ընտրությունը, պորտֆելի միջազգային դիվերսիֆիկացումը և արժույթային հեջավորման ռազմավարությունը²: Օրինակ, կարճաժամկետ պետական պարտատոմսերը երկարաժամկետ ներդրողի համար արդյունավետ ներդրումներ չեն, քանի որ ներդրողը բախվելու է տոկոսադրույքի, գնաճի և վերաներդման ռիսկերի հետ: Ի տարբերություն կարճաժամկետ ներդրողների՝ երկարաժամկետ ներդրողների համար բաժնետոմսերի կարճաժամկետ տատանումները էական են, քանի որ ձեռքբերելով և երկար ժամանակ տիրապելով արժեթուղթը՝ նըվազեցնում են դրա հետ կապված ռիսկերը: Այլընտրանքային գործիքներն, ընդհանուր առմամբ, ավելի ռիսկային և դժվար իրացվելի են, քան ավանդական ֆինանսական գործիքները, սակայն երկարաժամկետ ներդրողներին հնարավորություն են ընձեռնում իրացվելիության և ռիսկի պրեմիա ստանալու, ինչպես նաև պորտֆոլիոն դիվերսիֆիկացնելու և տատանողականությունը նվազեցնելու համար³:

Բացահայտելու համար ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների կառուցվածքը և դրա վերաբերյալ միջազգային փորձը, հետազոտական աշխատանքում օգտագործվել են ինչպես էմպիրիկ հետազոտության մեթոդներ (դիտում, համեմատություն), այնպես էլ մեթոդներ, որոնք կիրառվում են հե-

¹ Gary P. Brinson, L. Randolph Hood, and Gilbert L. Beebower, "Determinants of Portfolio Performance," *Financial Analysts Journal* (January–February 1995); Roger G. Ibbotson and Paul D. Kaplan, "Does Asset Allocation Policy Explain 40, 90, or 100 Percent of Performance?" *Financial Analysts Journal* (January–February 2000)

² "Investing Retirement Wealth: A life-cycle model" in: J. Y. Campbell and M. Feldstein, eds. *Risk Aspects of Investment-Based Social Security Reform*. Chicago: Univ. of Chicago Press, 2001

³ "A first look at alternative investments and public pensions", Jean-Pierre Aubry, Anqi Chen, and Alicia H. Munnell, Center for Retirement Research, Boston College, 2017, page 2

տազոտության ինչպես էմպիրիկ, այնպես էլ տեսական փուլում (համադրություն, վերլուծություն): Ակտիվների կառուցվածքի վերլուծությունն իրականացրել ենք՝ տարանջատելով ըստ ֆինանսական գործիքների՝ կայուն եկամտային գործիքներ, բաժնետոմսեր և այլընտրանքային գործիքներ: Փաստաթղթերի վերլուծության համար տեղեկատվական աղբյուր են հանդիսացել ՏՀԶԿ, Համաշխարհային բանկի, ՀՀ ԿԲ, ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի, պարտադիր կենսաթոշակային ֆոնդերի ֆինանսական հաշվետվությունների, Հայաստանի ֆոնդային բորսայի և այլ կառույցների հաշվետվությունները, հրապարակումները, տեղեկագրերը, արխիվային տվյալները և այլն:

Վերջին ֆինանսական ճգնաժամից հետո համաշխարհային պրակտիկայում նկատվում է կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից այլընտրանքային ակտիվներում ներդրումներ կատարելու միտում, սակայն դեռևս ֆոնդերի ակտիվներում մեծամասնություն են կազմում պարտատոմսերում և բաժնետոմսերում ներդրումները:

Կայուն եկամտային գործիքներ: Ձարգացող երկրներում, ինչպես նաև ՀՀ-ում կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների կառուցվածքը հիմնականում բնորոշվում է կայուն եկամտային գործիքներում ներդրումների մեծ կշռով (պարտատոմսեր, ավանդներ, դրամական միջոցներ և դրանց համարժեքներ): Ըստ ՏՀԶԿ-ի Pension Markets In Focus 2019 զեկույցի՝ դրանցում են ներդրված կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների գերակշիռ մասը (միջինում մոտ 70%), որոնցում զգալի տեղ է հատկացվում պետական պարտատոմսերում ներդրումներին: Կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվները ևս մեծ մասամբ ներդրված են կայուն եկամտային գործիքներում՝ միջինում մոտ 71% (աղյուսակ 1): Ակտիվների կազմում ամենամեծ մասը պարտատոմսերում ուղղակի ներդրումներն են, որոնց զգալի մասն ուղղված է ՀՀ պետական պարտատոմսերին՝ ցածր ռիսկի և կորպորատիվ պարտատոմսերի շուկայի համեմատաբար թույլ զարգացվածության հետևանքով: 2020թ. հոկտեմբերի վերջի դրությամբ պարտատոմսերը կազմել են ակտիվների 42%-ը, պետական պարտատոմսերը՝ 32%-ը, ավանդներն և դրամական միջոցները՝ մոտ 28%, կորպորատիվ պարտատոմսերը՝ 10%: Ընդ որում, ՀՀ պետական պարտատոմսերի գերակշիռ մասը երկարաժամկետ են, կորպորատիվ պարտատոմսերը՝ միջնաժամկետ, իսկ ավանդները՝ կարճաժամկետ կամ միջնաժամկետ:

Աղյուսակ 1. ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների կառուցվածքը 2015-2020թթ.¹

	2015	2016	2017	2018	2019	31.10.2020
Դրամական միջոցներ և ավանդներ	23%	27%	30%	34%	33%	28%
Պարտատոմսեր, այդ թվում՝	47%	43%	41%	39%	36%	42%
ՀՀ պետական պարտատոմսեր	43%	39%	32%	30%	26%	32%
այլ պարտատոմսեր	4%	7%	9%	10%	9%	10%
Բաժնային արժեթղթեր²	30%	27%	28%	25%	30%	29%
Այլ ակտիվներ	0%	0%	1%	1%	1%	1%

Ընդհանրապես, զարգացող երկրներում կենսաթոշակային ֆոնդերի ներդրումների նման բաշխվածությունը կարելի է բացատրել 2 հիմնական գործոնով: Առաջին հերթին, դա կարող է հիմնված լինել այն ընդունված տեսակետի վրա, որ կանխիկ միջոցները, դրամային շուկայի գործիքները, կայուն եկամուտ ապահովող ֆոնդերը, ավանդային հավաստագրերը և նմանատիպ ներդրումային գործիքները ամենաանվտանգ ակտիվներն են, քանի որ նվազեցնում են եկամտաբերության կարճաժամկետ տատանողականությունը: Բացի այդ, հավանական է, որ բյուջեի դեֆիցիտի ֆինանսավորման նկատառումները ևս կարևոր դեր են խաղում, հատկապես՝ ներքին պետական պարտատոմսերում ներդրումները բացատրելիս, քանի որ զարգացող երկրների կառավարությունները հաճախ փորձում են օգտագործել պարտադիր կենսաթոշակային ֆոնդերի հոսքերի կանխատեսելիությունը՝ բյուջեի ֆինանսական կարիքները բավարարելու համար:

Սակայն երկարաժամկետ ակտիվների տեղաբաշխման ժամանակակից տեսությունը հակադրվում է դրան: Այն ապացուցում է, որ կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից մեծամասամբ տեղական անվանական երկարաժամկետ պետական պարտատոմսերում, ավանդներում, դրամական միջոցներում և դրանց համարժեքներում ներդրում կատարելու ընդունված պրակտիկան լավագույնս չի բխում համակարգի մասնակիցների շահերից՝ ապագա կենսաթոշակային եկամուտների ստացման տեսանկյունից, նույնիսկ եթե վերջ-

¹ ՀՀ ԿԲ, Ֆինանսական կազմակերպությունների վիճակագրություն, Պարտադիր կենսաթոշակային ֆոնդեր, Արխիվ <https://www.cba.am/am/SitePages/statfinorg.aspx>

² Ընդ որում՝ բաժնային արժեթղթերը կարող են ներառել բաժնետոմսեր, փայամասնակցություններ ինդեքսային և այլ ֆոնդերում, ինչպես նաև այլ փայամասնակցություններ, այդ թվում՝ պարտատոմսային գործիքներում ներդրումների ուղղվածությամբ:

նական նպատակը ներդրումների անվտանգության ապահովումն է¹: Կենսաթոշակային ֆոնդերի, և ընդհանրապես երկարաժամկետ ներդրողների համար դրամական շուկայի գործիքները, կարճաժամկետ պետական պարտատոմսերը անվտանգ գործիքներ չեն կարող համարվել, քանի որ ներդրողը կրում է վերաներդրման և գնաճի ռիսկեր: Ինչպես ցույց է տալիս փորձը, զարգացող երկրներում գնաճն ունի անկայուն բնույթ: Ուստի գնաճի պայմաններում ակտիվների միակ դասը, որը պաշտպանում է ներդրողին իրական տոկոսադրույքի և գնաճի անորոշությունից, ինչպես նաև վերաներդրման ռիսկից գնաճին ինդեքսավորված երկարաժամկետ պարտատոմսերն են: Կենսաթոշակային ֆոնդերը և ապահովագրական ընկերությունները սովորաբար դառնում են այս պարտատոմսերի ամենամեծ «սպառողը»: Օրինակ, Իսրայելի կառավարությունը հատուկ կենսաթոշակային ֆոնդերի համար թողարկում է գնաճին ինդեքսավորված երկարաժամկետ պարտատոմսեր, որոնք իրենց համեմատաբար բարձր, առանց ռիսկի և ինֆլյացիային ինդեքսավորված լինելու շնորհիվ համարվում են արտոնյալ Իսրայելի կենսաթոշակային ֆոնդերի համար, և օրենսդրորեն թույլատրված է դրանցում ներդրում կատարել մինչև պորտֆելի 30%-ի չափով²: Կառավարությունների համար ևս ձեռննտու է դրանց թողարկումը, քանի որ դրանք օգնում են վերջիններիս նրվազեցնել բյուջեի պակասուրդի ֆինանսավորման ծախսերը, քանի որ չեն պահանջում փոխհատուցում գնաճի անորոշության պայմաններում: Ուստի անհրաժեշտ է գնահատել այս պարտատոմսերի թողարկման հնարավորությունը՝ հաշվի առնելով նաև ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի կառավարման ներքո գտնվող ակտիվների արագորեն աճող տեմպը և ներդրումային սահմանափակ հնարավորությունները ՀՀ-ում:

Բաժնետոմսեր: Ըստ ՀՀ օրենսդրության՝ Պահպանողական և Հավասարակշռված կենսաթոշակային ֆոնդերում բաժնային արժեթղթերում ներդրումներ կատարելու առավելագույն սահմանաչափը համապատասխանաբար 25% և 50% է, սակայն այդ հնարավորությունը լիարժեքորեն չի օգտագործվում: Սա հատկապես ակներև է Հավասարակշռված ֆոնդերի դեպքում, որի ակտիվների կառուցվածքում մոտ 25%-ն են բաժնետոմսեր՝ առավելա-

¹ Evaluating the Financial Performance of Pension Funds, Richard Hinz, Heinz P. Rudolph, Pablo Antolin, and Juan Yermo, The World Bank, 2010, page 216

² Accumulating approach to the life-cycle pension model: practical advantages, Andrey Kudryavtsev, Shosh Shahrabani, Article in Financial Theory and Practice · December 2016, page 423

գույն 50%-ի փոխարեն: Այս երևույթը պայմանավորված է հիմնականում օբյեկտիվ գործոններով: Նախ, բաժնային արժեթղթերի շուկան թերզարգացած է: 2020թ. վերջի դրությամբ Հայաստանի ֆոնդային բորսայում ցուցակված է ընդամենը 10 ընկերություն¹: Թողարկումները գրեթե բացակայում են, երկրորդային շուկան նույնպես պասիվ է: Եվ քանի որ ըստ ՀՀ օրենսդրության՝ կենսաթոշակային ֆոնդի միջոցները չեն կարող ներդրվել այն բաժնետոմսերում, որոնք կարգավորվող շուկայում առևտրին թույլատրված չեն², ստացվում է, որ ֆոնդերի կառավարիչները գրեթե հնարավորություն չունեն բաժնային գործիքներում ներդրումներ կատարելու համար: Բաժնետոմսերում ներդրումներ կատարելու հնարավորությունը կարող է օգտագործվել արտերկրի բաժնային գործիքներում ներդրումներ կատարելով, սակայն այս-տեղ էլ գործում է օրենսդրական մեկ այլ սահմանափակում՝ արտարժութային ներդրումները չեն կարող գերազանցել ֆոնդի ակտիվների 40%-ը, հետևաբար, ընդհանուր պորտֆելի առավելագույնը 40%-ը կարող է ներդրված լինել բաժնետոմսերում: Սակայն դա էլ, մյուս կողմից, չի կարող ապահովվել, քանի որ արտերկրի բաժնետոմսերում ներդրումների հեջավորման նպատակով անհրաժեշտ է ներդրում կատարել նաև արտասահմանյան այլ գործիքներում (պարտատոմսեր, ոսկի արդյունահանողների ֆոնդեր և այլն), ուստի առավելագույն 40%-ը ամբողջովին չի կարող ներդրվել միայն բաժնետոմսերում:

Բաժնետոմսերում ներդրումների վերաբերյալ սահմանափակումներ գըրեթե բոլոր զարգացող երկրներում կիրառվում են, սակայն դրանք իմաստ են ունենում այն դեպքերում, երբ նպատակը պորտֆելի ռիսկայնության սահմանափակումն է, այն երբեք չպետք է կիրառվի կենսաթոշակային ֆոնդերի միջոցներով կառավարության պարտքի ֆինանսավորման ընդլայնման նպատակով: Մյուս կողմից էլ, արտասահմանյան բաժնետոմսերում ներդրումների նկատմամբ սահմանափակումներ կիրառելը կենսաթոշակային ֆոնդերի մասնակիցների լավագույն շահերից չի բխում: Արտարժութային ռիսկի պատշաճ հեջավորման դեպքում միջազգային դիվերսիֆիկացիան առաջին հերթին դրական ազդեցություն է ունենում բաժնային պորտֆելների վրա ռիսկ / եկամտաբերություն հարաբերակցության բարելավման տեսանկյունից: Զարգացող երկրներում ներդրողների համար միջազգային դիվերսիֆիկացիան

¹ Հայաստանի ֆոնդային բորսայի տեղեկագիր, Հոկտեմբեր 2020, էջ 4

² «Կուտակային կենսաթոշակների մասին» ՀՀ օրենք, 22.12.2010թ.

ավելի մեծ հնարավորություններ է ընդլայնում, քանի որ զարգացող երկրները, որպես կանոն, բնութագրվում են փոքր ազգային ֆոնդային շուկաներով, որոնք նաև զգալիորեն ենթարկվում են երկրի կամ աշխարհագրական ռիսկին, և այն կարող է մեղմացվել միջազգային դիվերսիֆիկացիայի հաշվին¹: Իհարկե, արտարժույթային ներդրումների սահմանափակումները նպատակ ունեն ստեղծել խոշորածավալ և «երկար փողեր» երկրի ներսում տնտեսության իրական հատվածի զարգացման համար, նպաստել կապիտալի շուկայի զարգացմանը և այլն: Սակայն կենսաթոշակային ֆոնդերի գլխավոր նպատակը պետք է լինի նրա շահառուների՝ ապագա կենսաթոշակառուների եկամուտների մաքսիմալացումը, և կան մի շարք երկրները, որոնք միջազգային ներդրումների նկատմամբ սահմանափակումներ չեն կիրառում կենսաթոշակային ֆոնդերի դեպքում: Ուստի անհրաժեշտ է գնահատել, թե ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից արտասահմանյան բաժնետոմսերում ներդրումներ կատարելու դեպքում որքան կլինեն սպասվող օգուտները, եթե վերանայվեն արտարժույթային ներդրումների նկատմամբ սահմանաչափերը:

Այլընտրանքային գործիքներ: Վերջին տարիներին աշխարհում կենսաթոշակային ֆոնդերն աստիճանաբար ավելացնում են իրենց ներդրումներն այլընտրանքային համարվող ակտիվներում՝ մասնավոր բաժնեմասնակցային (private equity) ֆոնդերում, անշարժ գույքում, ենթակառուցվածքներում և այլն: Մասնավոր բաժնեմասնակցային ներդրումները, որպես կանոն, ավելի բարձր եկամտաբերություն են բերում հրապարակային բաժնետոմսերի համեմատ՝ միևնույն ժամանակ դիվերսիֆիկացնելով պորտֆելի ռիսկերը: Նրանք գրավիչ են կենսաթոշակային ֆոնդերի համար, որոնք ունեն երկարաժամկետ ներդրումային հորիզոն և կարող են դիմակայել պարբերաշրջանային անկումներին: 2020թ. «Ամունդի-ԱԿԲԱ Ասեթ Մենեջմենթ» ՓԲԸ Պահպանողական և Հավասարակշռված կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից առաջին ներդրումը կատարվեց EU-Armenia SME Fund մասնավոր բաժնեմասնակցային ֆոնդում, որը ստեղծվել է ՀՀ տնտեսության տարբեր ոլորտների ընկերությունների ֆինանսավորման նպատակով: Կենսաթոշակային ֆոնդերը հանդիսանում են ԵՄ-ից և ՎՋԵԲ-ից հետո ամենախոշոր ներդրողները մասնավոր բաժնեմասնակցային ֆոնդում:

¹ Evaluating the Financial Performance of Pension Funds, Richard Hinz, Heinz P. Rudolph, Pablo Antolín, and Juan Yermo, The World Bank, 2010

Սովորաբար այլընտրանքային ակտիվների կազմում զգալի տեղ են հատկացնում անշարժ գույքում ներդրումներին, սակայն ՀՀ-ում պարտադիր կենսաթոշակային ֆոնդի ակտիվները չեն կարող ներդրվել անշարժ գույքում կամ այլ ֆիզիկական ակտիվներում՝ դժվար իրացվելի ակտիվներ լինելու պատճառով:

Ենթակառուցվածքներում ներդրումները գրավիչ գործիքներ են համարվում կենսաթոշակային ֆոնդերի համար՝ ծրագրերի տևողության հեջավորմամբ և պորտֆելիների դիվերսիֆիկացման անհրաժեշտությունով պայմանավորված¹: Հաշվի առնելով ՀՀ-ում կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների աճող տեմպը և երկրում ներդրումային սահմանափակումները, ինչպես նաև զարգացած ենթակառուցվածքների ստեղծման կարևորությունը՝ անհրաժեշտ է քննարկել դրա վերաբերյալ օրենսդրական դաշտի ձևավորումը, ֆինանսավորման գործիքակազմը, ծրագրերի իրականացման գնահատման մեխանիզմերը և այլն:

Կատարված հետազոտության արդյունքում կարող ենք եզրակացնել, որ ինչպես զարգացող երկրների մեծ մասում, այնպես էլ ՀՀ-ում կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից ակտիվների կազմում գերակշռում են կայուն եկամտային գործիքներում ներդրումները: Այն պայմանավորված է մի շարք գործոններով՝ օրենսդրական սահմանափակումներ, ՀՀ ֆինանսական շուկայի թերզարգացվածություն, ավելի նվազ ռիսկային քաղաքականության ընտրություն և այլն: Բաժնետոմսերում ներդրումների սահմանափակ բնույթը կարող է բացատրվել օբյեկտիվ պատճառներով, սակայն անհրաժեշտ է գնահատել որոշ օրենսդրական սահմանափակումների մեղմացման արդյունքում ինչ օգուտներ կարող են ստանալ կենսաթոշակային ֆոնդերը, որոնք կնպաստեն դրանց մասնակիցների ապագա եկամուտների մեծացմանը: Համաշխարհային պրակտիկայում վերջին տարիներին կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից նախընտրելի այլընտրանքային ակտիվները ևս կարող են նպաստել թե՛ ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների կառուցվածքի բարելավմանը, թե՛ տղնտեսության զարգացմանը:

¹ «Կենսաթոշակային ֆոնդերը՝ ենթակառուցվածքների ֆինանսավորման հնարավոր միջոց», Նորայր Բաղասյան, 2018թ.

Լուսինե ՀԱՄԲԱՐԶՈՒՄՅԱՆ

ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի ակտիվների կառուցվածքի վերլուծությունը և զարգացման հեռանկարները

Բանալի բառեր. կենսաթոշակային ֆոնդ, ակտիվների կառուցվածք, կայուն եկամտային գործիքներ, բաժնետոմսեր, այլընտրանքային ներդրումներ

Կենսաթոշակային ֆոնդերի կառավարման հիմնական նպատակն է ապահովել ֆոնդի ակտիվների արժեքի երկարաժամկետ աճ, ինչի համար էական նշանակություն ունի ակտիվների տեղաբաշխման քաղաքականությունը: Հոդվածում ուսումնասիրվել է ՀՀ կենսաթոշակային ֆոնդերի կազմն ու կառուցվածքը, դրա փոփոխությունը ստեղծման պահից սկսած, համեմատվել այլ երկրների հետ, բացահայտվել կայուն եկամտային գործիքներում ներդրումների գերակայության պատճառները, գնաճին ինդեքսավորված երկարաժամկետ պարտատոմսերի կիրառման նպատակահարմարությունը, կենսաթոշակային ֆոնդերի կողմից բաժնային գործիքներում սահմանափակ ներդրումների օբյեկտիվ պատճառները:

Lusine HAMBARDZUMYAN

Asset structure of the RA pension funds' and development prospects

Key words: pension fund, asset structure, fixed income instrument, equities, alternative investment

The main goal of pension fund management is to ensure long-term growth in the value of the fund's assets, for which the asset allocation policy is essential. The article presents the composition and structure of pension funds in Armenia, comparison with other countries, the reasons of dominance of fixed income instruments, the feasibility of acquisition of inflation-indexed long-term bonds, objective reasons for limited investments by pension funds in equity instruments, the possibility of investing in alternative instruments that have been widely used in international practice by pension funds in recent years: private equity funds, real estate, infrastructure and hedging instruments.

Лусине АМБАРДЗУМЯН

Структура активов пенсионных фондов РА и перспективы их развития

Ключевые слова: пенсионные фонды, структура активов, инструменты с фиксированной доходностью, акции, альтернативные инвестиции

Основной целью управления пенсионным фондом является обеспечение долгосрочного роста стоимости активов фонда, для чего важна политика распределения активов. В статье представлены состав и структура пенсионных фондов Армении, сравнение с другими странами, причины доминирования инструментов с фиксированным доходом, целесообразность приобретения облигации индексируемые по инфляции, объективные причины ограниченных инвестиций пенсионных фондов в акции, а также возможность инвестирования в альтернативные инструменты, широко используемые пенсионными фондами в международной практике в последние годы: частный акционерный капитал, недвижимость, инфраструктура и инструменты хеджирования

ԱՐՏԱՊԱՏՎԻՐԱԿՈՒՄԸ ՈՐՊԵՍ ԲԻԶՆԵՍԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԳՈՐԾԻՔ

Անաստաս ԱՂԱԶԱՐՅԱՆ
Տնտեսագիտության թեկնածու
Ռուբեն ԶԱՔԱՐՅԱՆ
ՀՖՀՀ Կառավարում մասնագիտացման
4-րդ կուրսի ուսանող

Բանալի բառեր. արտապատվիրակում, օֆշորինգ, ռիսկերի գնահատում, մրցակցային առավելություն, ծախսերի նվազում, ռազմավարություն

Ներածություն: Արտապատվիրակումը (outsourcing) պայմանագիր է, երբ մի ընկերություն վարձում է մեկ այլ ընկերության, որը պատասխանատու կլինի պլանավորված կամ գոյություն ունեցող գործունեության համար, որը կարող էր իրականացվել ներքին կարգով, և երբեմն ենթադրում է աշխատողների և ակտիվների փոխանցում մեկ ձեռնարկությունից մյուսը:

Outsourcing տերմինը, որը ծագել է ռեսուրսների արտաքին աղբյուր արտահայտությունից, առաջացել է ոչ ուշ, քան 1981թ.: Հայեցակարգը, որը, ըստ The Economist-ի, «իր ներկայությունը զգացնել է տվել Երկրորդ համաշխարհային պատերազմի ժամանակներից ի վեր», հաճախ ներառում է գործարար գործընթացի պայմանագրեր (օրինակ՝ աշխատավարձի մշակում, պահանջների մշակում), գործառնական կամ ոչ հիմնական գործառույթներ՝ արտադրությունը, օբյեկտների կառավարումը, զանգի կենտրոնը / աջակցությունը):

Հասարակական ծառայությունների վերահսկողությունը մասնավոր ձեռնարկություններին հանձնելու պրակտիկան, թեկուզ կարճաժամկետ, սահմանափակ հիմունքներով, կարող է որակվել որպես «արտապատվիրակում»: Չընայած բիզնեսի ասպարեզում այն նոր երեւոյթ չէ, արտապատվիրակումը այսօր տեղի է ունենում շատ ավելի լայն մասշտաբով և հաճախ իր մեջ ներառում է ավանդաբար կազմակերպության ներսում իրականացվող գործունեությունների լայն տեսականի: Այս գործիքը ձեռնարկության կառավարման ռազմավարությունն է՝ համաշխարհայնացման և աճող մրցակցության պայմաններում¹:

¹ Mahmoodzadeh E., Jalalinia S., Yazdi F. A business process outsourcing framework based on business process management and knowledge. Business Process Management Journal. 2009.

Գրականության ակնարկ: Ըստ Գ. Տայովայի Ժամանակակից կյանքում, որտեղ բիզնեսի միջև մրցակցությունն արագորեն սրվում է, շուկայում առաջարկվող գրեթե բոլոր ռեսուրսներին հնարավորություն ընձեռող գործիքներից մեկը արտապատվիրումն է¹: Ինչպես նշում է բրիտանացի գիտնական Մայքլ Էրլը՝ երկու, կարծես, հեղափոխական, արտապատվիրական պայմանագրերի հայտարարումը՝ Eastman Kodak-ում և General Dynamics-ում, բիզնեսին վստահություն է հաղորդել՝ մեծ մասշտաբով ընդլայնել արտապատվիրակումը օգտագործումը, և հաստատել հարցը կորպորատիվ օրակարգերում: Ռազմավարական նշանակություն տալով և կարևորելով ընկերության հիմնական ունակությունները՝ ղեկավարները կարող են օգտագործել արտապատվիրակումը իրենց ֆիրմայի հմտությունների ու ռեսուրսների մրցունակության բարձրացման համար²: Հողվածում օգտագործվել են կառավարման պրոֆեսոր Ջեյմս Քուինի առաջարկած եղանակները՝ որոշելու, թե որոնք են հիմնական ունակությունները և գործառույթները, որ առավել շահավետ է արտապատվիրակել: Իր հերթին Մայկլ Կորբեթը առաջարկում է սկզբունքներ, որոնք պետք է պահպանվեն արտապատվիրակմամբ ստեղծված նոր իրավիճակում հնարավոր ռիսկերի ի հայտ գալու հավանականությունը ճնշելու նպատակով: Ռոնան Մաքլվորը նույնպես նշում է, որ գոյություն ունեն ապացույցներ, որոնք ենթադրում են՝ կազմակերպությունները չեն իրականացնում արտապատվիրակման ցանկալի օգուտներ: Արտապատվիրակման որոշումները հազվադեպ են ընդունվում մանրակրկիտ ռազմավարական տեսանկյունից և շատ ձեռնարկություններ ընդունում են կարճաժամկետ հեռանկար և հիմնականում դրդված են կարճաժամկետ ծախսերի կրճատման որոնմանը³

Հեղափոխության մեթոդաբանություն: Հետևյալ վերլուծության համար հիմք են հանդիսացել արտասահմանցի տնտեսագետների և կառավարման վերլուծաբանների աշխատությունները, գիտական կազմակերպությունների մշակումները: Այս փաստաթուղթն ինտեգրում է տեսության հասկացությունները կազմակերպության տեսությունից, սոցիալական փոխանակման

¹ Tayauova G. Advantages and disadvantages of outsourcing: analysis of outsourcing practices of banks //Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2012. T. 41. Էջ 188-195.

² Quinn J., Hilmer F. Strategic outsourcing. MIT Sloan Management Review. 1994.T.35.№4.Էջ 43.

³ McIvor R. A practical framework for understanding the outsourcing process //Supply Chain Management: an international journal. 2000:

տեսությունից արտապատվիրակման վերաբերյալ առկա հետազոտությունների հետ՝ հարաբերությունների հասկացության հայեցակարգային մոդելի մշակման համար: Գրաֆիկների կառուցման համար օգտագործվել են վիճակագրական տվյալների և միջազգային կազմակերպությունների գործունեության ուսումնասիրության հիման վրա հավաքագրված տեղեկատվությունը: Նշված գործիքը տեսականորեն ավելի լավ պատկերացնելու համար փորձ է արվել օգտագործելու արտապատվիրակման կազմակերպության ենթադրական օրինակ և վերլուծվել են նրա գործառույթները: Հետազոտությունը քննարկում և բացահայտում է պայմանագրի առավելությունները բիզնեսի համար՝ մանրամասնելով հնարավորությունների առանձին ասպեկտները, ինչպես նաև թերությունները, որոնք կարող են կազմակերպության համար լինել աղետալի և կործանարար: Քննարկելով արտապատվիրակումը իր բոլոր կողմերով՝ աշխատությունը նպատակ է հետապնդում օգնելու բոլոր չափսերի կազմակերպություններին գնահատել տվյալ գործիքի արդյունավետությունը և հաշվի առնել հնարավոր հետևանքները մինչև նման ռազմավարություն որդեգրելու որոշում կայացնելը: Այս աշխատանքը հնարավորություն կտա գնահատել արտապատվիրակման հիմնական ծառայությունների առկա պահանջարկի չափը և այն գործոնները, որոնք որոշում և սահմանափակում են արտապատվիրակման ռազմավարությունը, և որոնք կանխել են մեծ թվով ծառայություններ, որտեղ արտապատվիրակումը կարող էր կիրառվել մինչև օրս:

Վերլուծություն: Արտապատվիրակումը ներառում է և՛ արտաքին, և՛ ներքին պայմանագրեր, և երբեմն ներառում է օֆշորինգ (բիզնեսի գործառույթի տեղափոխում հեռավոր երկիր) կամ նեորշորինգ (բիզնես գործընթաց տեղափոխելը հարակից երկիր): Այն համարվում է ժամանակակից բիզնեսի ամենաարդյունավետ գործողություններից մեկն է, քանի որ շատ ընկերություններ փորձում են օգտագործել գիտության, տեխնիկայի և տեխնոլոգիաների բոլոր նորարարությունները՝ որակյալ և մրցակցային արտադրանք թողարկելու համար, որը կբավարարի սպառողին: Այս իրավիճակը շատ օգտագործելի է երկու կողմի համար էլ, քանի որ յուրաքանչյուրը կարող է իր ռեսուրսները կենտրոնացնել հիմնական իրավասությունների և գործունեության հեռանկարային ուղղությունների զարգացման վրա: Դա հանգեցնում է վերջնական արտադրանքի արտադրության վրա ծախսերի էական կրճատման, քանի որ յուրաքանչյուր մաս աշխատում է այն ասպեկտի վրա, որ կարող է

անել լավագույնը՝ առանց լրացուցիչ ջանք գործադրելու և առանց ներդրումներ կատարելու՝ գործունեության նոր տեսակներ սովորելու համար¹:

Արտապատվիրակումը վերջին տասնամյակում ավելի ու ավելի տարածված է դառնում, քանի որ ընկերություններն աճում են, և նրանց կարիքները սկսում են այնքան յուրահատկանալ, որ որոշակի պաշտոնների համար առաջարկը հեշտությամբ չի հայտնաբերվում ազգային շուկայում²: Ավելին, սկըսնակ էկոհամակարգի աճի հետ, արտապատվիրակումը ձեռնարկատերերին հնարավորություն է ընձեռել զգալի զեղչով գտնել միջազգային առաջատար տեխնոլոգիական տաղանդ՝ իրենց ընկերությունները ստեղծելու կամ իրենց առկա թիմի որակը բարձրացնելու համար:

Արտապատվիրակման միջազգային հետազոտությունը հակադրում է ԱՄՆ-ի և Եվրոպական ընկերությունների միջև առկա պրակտիկան: Ամերիկյան ընկերությունները հետապնդում են ավելի շատ արժեքներ ավելացնելու աղբյուրների ռազմավարություն, մինչդեռ Եվրոպական ընկերություններն ավելի շատ կենտրոնացած են արտապատվիրակման միջոցով մասշտաբային տնտեսություններ ստանալու վրա: Չնայած արտապատվիրակման ապրանքային կողմնորոշմանը, ինչպես Եվրոպական, այնպես էլ ամերիկյան ընկերությունները արտապատվիրակումը համարում են կարևոր իրենց կազմակերպական ռազմավարության համար: Ընդհանուր առմամբ, ԱՄՆ և ԵՄ ընկերությունները գրանցել են արտապատվիրակման բարձր մակարդակ³:

Քանի որ արտապատվիրակման դրդապատճառները վերածվում են ծախսերի իջեցման հիմնական ուշադրության կենտրոնից դեպի բիզնեսի բարելավման առաջացող շեշտադրում, անհրաժեշտ է, որ կազմակերպությունները համապատասխանեցնեն իրենց արտապատվիրակման ռազմավարությունը իրենց բիզնեսի ռազմավարության հետ: Ըստ այդմ, կազմակերպությունների առջև ծառայած կարևոր մարտահրավերն այն է, թե ինչպես արդյունավետորեն կազմակերպել և ղեկավարել պլանավորված արտապատվիրակման լավ պլանավորված ռազմավարությունը՝ համաձայն բիզնեսի ռազ-

¹ Tayauova G. Advantages and disadvantages of outsourcing: analysis of outsourcing practices of banks. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 2012. T. 41. էջ 188-195.

² Aubert B. A. et al. Firm strategic profile and IT outsourcing //Information Systems Outsourcing. – Springer, Berlin, Heidelberg, 2009. էջ 217-240.

³ Kakabadse A., Kakabadse N. Trends in outsourcing: Contrasting USA and Europe //European management journal. 2002. T. 20. №. 2. էջ 189-198.

մավարության ուղղվածության: Նմանատիպ համապատասխանություն գտած կազմակերպությունները ակնկալվում է, որ կդրսևորեն արդյունավետ աշխատանքի առավել լավ պատկեր¹:

Դիտարկենք արտապատվիրակում կատարող Ա ընկերությանը: Դիցուք Ընկերությունը վաճառքի, ծառայությունների և աջակցության գլոբալ աուստորսային ընկերություն է և հանդիսանում է Չինաստանում արագ աճող արտապատվիրակմանն ընկերություններից մեկը: Նրանց հաջողվել է համագործակցել այնպիսի ընկերությունների հետ, ինչպիսիք են Google-ը, Microsoft-ը, Apple-ը: Ակնհայտորեն կարող ենք ասել, որ բարձրակարգ հաճախորդներին այդպես պահելը շատ լավ ձեռքբերում է: Այսպիսով, ինչպես է իրականում աշխատում Ա ընկերությունը: Եկեք օրինակ վերցնենք Microsoft- ին: Microsoft-ը վստահում է Ա ընկերությանը, որը կօգնի նրանց վարձել և կառավարել ներսի վաճառքի ներկայացուցիչներ: Ոչ միայն Ա ընկերությունը ստիպված կլինի մարդկային կապիտալ գտնել, բայց միևնույն ժամանակ նրանք են որոշողը աշխատավարձի փաթեթը, ներառյալ աշխատողների նպաստները: Դրա դիմաց Microsoft-ը վաճառքի մեծ արդյունքներ կխնդրի Ա ընկերության կողմից վարձված աշխատակիցներից: Այժմ նախքան Microsoft-ը որոշում կայացնի արտապատվիրակում իրականացնել, կան մի քանի պատճառ, թե ինչու են նրանք որդեգրում այդ ռազմավարությունը:

Ժամանակը: Տեսականորեն ոչ ոք ժամանակ չունի ամեն ինչ միայնակ անելու: Հետևաբար անհրաժեշտ է օգնություն խնդրել ինչ-որ մեկից՝ գործն ավարտին հասցնելու համար:

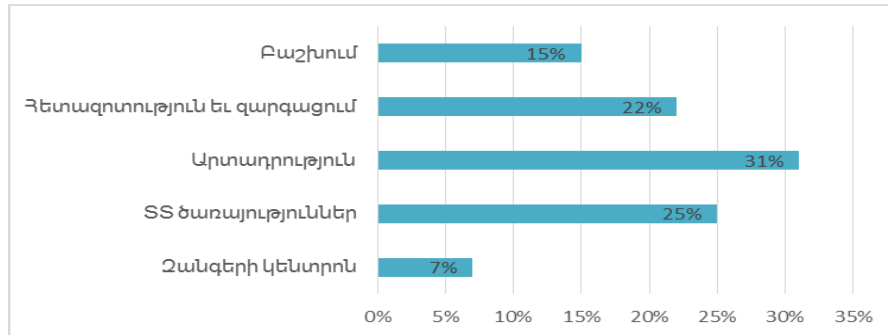
Գումարը: Լրացուցիչ ռեսուրսներ գտնելու համար անհրաժեշտ է շատ ժամանակ և գումար: Շատ խոշոր ընկերություններ օգտագործում են ծախսերի արդյունավետությունը՝ որպես իրենց բիզնեսը արտագնա աշխատանքի ուղղելու պատճառ:

Կարևորությունը: Երբեմն բիզնեսին պարզապես պետք է կենտրոնանալ միջին և ավելի կարևոր գործողությունների վրա, որպեսզի ամեն ինչ չխճվի:

Հմտությունները: Արտապատվիրակումը կազմակերպություններին հնարավորություն է տալիս գտնել կազմակերպությունից դուրս մեկին՝ պահանջվող հմտությունները ներմուծելու համար¹:

¹ Lee J. N. Outsourcing alignment with business strategy and firm performance //Communications of the Association for Information Systems. – 2006. – T. 17. – №. 1. էջ 49.

Գրեթե յուրաքանչյուր բիզնես գործընթաց կարող է արտապատվիրակվել՝ կախված առանձին ընկերության կարիքներից և պահանջներից: Սակայն ամեն ինչ չէ, որ կարող է հանձնվել այլ ընկերությունների: Հիմնական կառավարման պարտականությունները, օրինակ, խելամիտ է պահպանել՝ դրանց աճն ու բարելավումը վերահսկելու համար²:



Գծապատկեր 1. 2015թ. ի վեր գերակշռող աշխատանքային հատվածները, որոնք ընկերությունները արտապատվիրակում են³

Ձեռնարկությունները սովորաբար արտապատվիրակում են այն գործերը, որոնք կրկնվող բնույթ ունեն, ինչպես նաև մասնագիտացված խնդիրներ, ինչպիսիք են SS, հաշվապահությունը և առաջադրանքները, որոնք պահանջում են տեխնիկական և ստեղծագործական արդյունքներ, ինչպիսին է գրաֆիկական դիզայնը⁴: Արտադրությունը մնում է ամենատարածված աշխատանքներից մեկը՝ աուսթորսինգ իրականացնելու համար: Շատ գործարաններ տեղափոխվել են արտերկրներ: Այնտեղ նրանք կարող են գտնել ավելի էժան աշխատուժի ծախսեր և ավելի բարձր արդյունավետություն: Այնուամենայնիվ, արտադրական ոչ բոլոր գործընթացներն են տրամադրվում արտաքին աղբյուրներին: Որոշ բիզնեսներ մասեր են արտադրում արտերկրում, այնուհետև դրանք հավաքում են իրենց «հայրենի երկրում»: Արտաքին ընկերությանը SS-ի նման կարևոր գործառույթը տրամադրելը կարող է դիսկային թրվալ, բայց քանի որ կան ոչ միայն այս դիսկը մեղմելու ուղիներ, այլ նաև

¹ Winkleman M. et al. The outsourcing source book //The Journal of Business Strategy. 1993. T. 14. №. 3. էջ 52.

² Lankford W. M., Parsa F. Outsourcing: a primer //Management Decision. – 1999.

³ Կառուցել է հեղինակը, աղբյուրը՝ <https://medium.com>

⁴ Stopper W. Achieving post-outsourcing success. Human Resource Planning. 2005. T.28. №2. էջ7.

արտապատվիրակմամբ տրամադրվող շատ օգուտներ, այն նույնպես բավականին հաճախ արտապատվիրակվում է: R&D (Հետազոտություն և Ջարգացում) ծառայությունների արտապատվիրակումը կարող է ձեռնարկություններին հնարավորություն տալ խնայել ծախսեր հետազոտական նախագծերի համար օգտագործվող օբյեկտների կամ սարքավորումների վրա: Այն նաև օգնում է ձեռնարկություններին ձեռք բերել առաջավոր տեխնոլոգիաներ: Այսպիսով, R&D ծառայությունների արտապատվիրակումը ձեռնարկություններին օգնում է խնայել գործառնությունների գինը, ինչը, իր հերթին, հանգեցնում է հետևյալ արտապատվիրակման ծառայությունների պահանջարկի մեծացմանը: Ինչպես նշվեց, ընդհանուր առմամբ, արտապատվիրակում նշանակում է արտաքին ռեսուրսների օգտագործում կամ կազմակերպության դրսից օգնության ստացում: Շատ են մեծ ընկերությունները, ովքեր իրենց ծառայությունները փոխանցում են այլ կազմակերպության են, օրինակ՝ HP, Apple, Nike-ը: Նրանք ընտրում են այնպիսի վայր, որտեղ աշխատուժը շատ էժան է, բայց մարդկային կապիտալի հմտությունը համապատասխանաբար ընդունելի, ինչպիսիք են Չինաստանը, Հնդկաստանը Ֆիլիպինները կամ Մալազիան, որոնք ամենաշատն են թիրախավորվում խոշոր ընկերությունների կողմից, իսկ արտապատվիրակման համար պետք է համագործակցություն արտապատվիրակում ընկերության հետ՝ նրանց օգնելու համար:

Արտապատվիրակման երկիրն ընտրելիս կազմակերպությունները պետք է հաշվի առնեն մի շարք գործոններ, որոնք են՝ ծախսերի մակարդակը, երկրում առկա տաղանդի և հմտությունների մակարդակը, երկրի կայունության մակարդակը, հաղորդակցման հնարավորությունները և աշխատանքային մշակույթը, տվյալ երկրի հետ այլ երկրների փորձը:

ԱՐԵՎԵԼՅԱՆ ԵՎՐՈՊԱ	ԱՍԻԱ	ԼԱՏԻՆԱԿԱՆ ԱՄԵՐԻԿԱ	ԱՖՐԻԿԱ
Ուկրաինա	Հնդկաստան	Արգենտինա	Հարավային Աֆրիկա
Հունգարիա	Ֆիլիպիններ	Բրազիլիա	Եգիպտոս
Լեհաստան	Վիետնամ	Մեքսիկա	
Ռումինիա	Ինդոնեզիա	Կոլումբիա	
Բուլղարիա		Չիլի	

Գծապատկեր 2. 2021թ. ամենանախընտրելի ուղղությունները արտապատվիրակման համար (տեսակավորված՝ ըստ տարածաշրջանի)¹

¹ Կառուցել է հեղինակը, աղբյուրը՝ <https://www.daxx.com>.

Արևելյան Եվրոպան արտապատվիրակման բարենպաստ ուղղություն է դարձել 2020թ.: Առաջարկելով հսկայական տաղանդների հավաքակազմ և բարձր մակարդակի տիրապետում՝ այս տարածաշրջանը մնացել է որպես լավագույն ընտրություն 2021թ.: Անցած մի քանի տասնամյակների ընթացքում աճող միտում է նկատվում արտադրության՝ Ասիա, հատկապես Հնդկաստան և Ֆիլիպիններ, արտապատվիրակման հարցում: Ասիական արտադրողները մեծ գիտելիքներ և փորձ ունեն այդքան երկար ժամանակ արդյունաբերության մեջ: Արտապատվիրակման բիզնեսում զարգացող նոր անուններից մեկը Լատինական Ամերիկան է: Ժամանակային գոտու համատեղելիության, մշակութային նմանությունների և տեխնոլոգիապես իմաստալից ժողովրդագրության շնորհիվ Լատինական Ամերիկան առաջարկում է բարձրորակ զարգացման ծառայություններ տարածաշրջանային աուսորսինգ իրականացնող ընկերություններին: Այստեղ դեր է խախում նաև անգլերենի բարձր մակարդակը: Աֆրիկայի արտապատվիրակման գրավիչ ուղղություն դառնալու պատճառներից են արագ զարգացող տնտեսությունները. Ըստ Focus Economics-ի՝ աշխարհի 15 ամենաարագ զարգացող տնտեսություններից վեցը Աֆրիկայում են. էժան աշխատուժ, բարելավվող ենթակառուցվածքներ և աճող ներդրումներ միջազգային ընկերությունների կողմից:

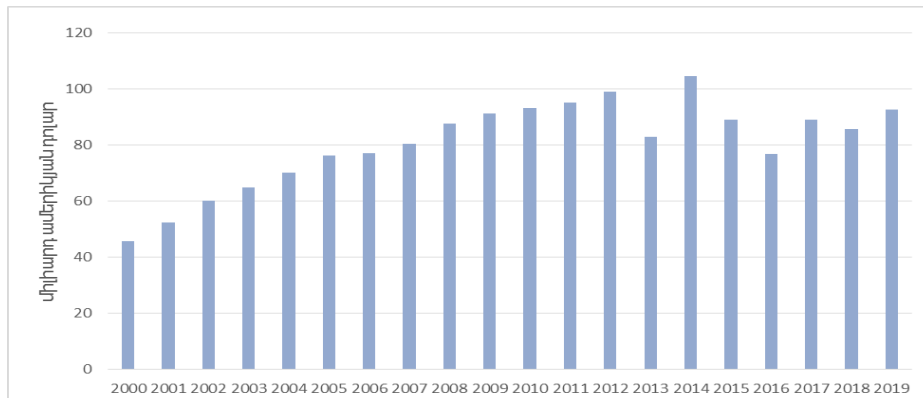
Այնուամենայնիվ այս գործիքը միշտ չէ, որ դրական կողմեր ունի: Կազմակերպությունների կեսից ավելին, ովքեր իրականացնում են արտապատվիրակում, պայմանագրի արժեքի ավելի քան 2%-ն են ծախսում մատակարարի հետ կապերը կառավարելու վրա: Սակայն նույն ղեկավարների 60%-ը գտնում է, որ մատակարարի հետ վատ աշխատանքային հարաբերությունների պատճառով նրանք կորցնում են պայմանագրի արժեքի 10%-ից ավելին¹: Իհարկե, հաճախորդը կարող է խնայել ծախսերը իր բիզնեսի համար՝ քիչ ժամանակ նպատակային ցուցանիշն ավարտելու համար, և արտապատվիրակում կազմակերպությունը հսկայական շահույթ կստանա, միաժամանակ գործատուին ցածր աշխատավարձի փաթեթ տալով, բայց կան նաև բացասական կողմեր:

Աշխատողները: Արտապատվիրակման հիմնական բացասական ազդեցությունն այն է, որ այն մեծացնում է երկրի գործազրկությունը: Քիմբերլի Ամադեոն Բալանսին նշում է, որ արտաքին աղբյուրների 14 միլիոն աշխատա-

¹ Corbett, Michael F. "The outsourcing revolution." Dearborn, Chicago 39 (2004).

տեղերը գրեթե կրկնակի գերազանցում են 7,5 միլիոն գործազուրկ ամերիկացիներին: Նորություն չէ, որ երբ անձն աշխատում է արտապատվիրակում ընկերությունում, նա կստանա ավելի քիչ աշխատավարձ, ոչ այնքան մեծ օգուտներ, և, որպես կանոն՝ վատ կառավարում: Այստեղ ընկերությունները պետք է մասնագիտացված դասընթացների միջոցով հաշվի առնեն նաև մշակութային տարբերությունները մշակութային¹:

Կառավարման Խնդիրներ: Բարձր հյուծվածությունն անխուսափելի է, և շատերն ասում են, որ ընկերություններն աշխատանքի են ընդունում ոչ որակյալ կառավարիչների: Երբ մարդն աշխատում է արտապատվիրակող ընկերությունում, պատասխանատվությունը բաժանվում է կառավարման և հաճախորդի երկու մասի: Մեր դեպքում Ա կազմակերպությունը Microsoft-ն է: Շատ կարևոր է, որ ղեկավարությունը լավ օգուտներ տա աշխատակիցներին՝ նրանց ուրախ և գոհ պահելով իրենց տրված առաջադրանքով: Բայց իրականում դա տեղի չի ունենում. աշխատակիցները տառապում են, պարտականությունները շարունակում են աճել, իսկ աշխատավարձը չի փոխվում:



Գծապատկեր 3. Արտապատվիրակված ծառայությունների համաաշխարհային շուկայի չափը 2000-2019թթ.²

Տեխնոլոգիական անբաժանելիություն: Արտապատվիրակումը կարող է լինել գրավիչ և գործունակ, երբ այն ներառում է հասուն, ժառանգական կամ առանձին գործողությունների կառավարում, ինչպիսիք են տվյալների կենտրոնների և կորպորատիվ լայն տարածքների ցանցերի գործարկումը կամ կի-

¹ Dinu A. The risks, benefits of outsourcing. Knowledge Horizons.Economics. 2015. №2. էջ 103

² Կազմել է հեղինակը, աղբյուրը՝ <https://www.statista.com>

րառելի ծրագրերի առանձնացման մշակում: Հենանիշերը, ծառայությունների մակարդակի համաձայնագրերը, արդյունավետության խթանները, տարեկան վերանայումները և այլն կարող են օգնել նվազեցնել ռիսկերը: Այնուամենայնիվ, ՏՏ-ի մեծ մասը բաժանարար չէ կամ ընդունակ է «օղակաձև ցանկապատման»: Օրինակ, ներկայիս տեղեկատվական համակարգերը, ավելի ու ավելի ինտեգրված կամ փոխկապակցված են, և խնդիրներ կարող են առաջանալ տարբեր վաճառողների կամ վաճառողի և հաճախորդի տիրույթների միջև պատասխանատվության միջերեսում¹: Ինչպես երևում է գծապատկերից շուկայի մասշտաբները 2000-2012թթ. կայուն աճել են: Վերջին տարիներին արտապատվիրակման շուկայում պայմանագրի ընդհանուր արժեքը նվազել է՝ 2014թ. 104.6 միլիոն ԱՄՆ դոլարի գագաթնակետից: Այս անկումն արտացոլվում է ընկերությունների՝ օֆշորինգի օգտագործումն ընդլայնելու մտադրության մեջ: Այս միտումը մի քանի պատճառներ ունի: Նախ՝ բիզնես գործընթացներն ավտոմատացնելու աճող կարողությունը որոշ դեպքերում գերազանցել է արտապատվիրակման ծախսային առավելությունները: Երկրորդ, ներքին գործառնությունների նկատմամբ կա որակի ավելի մեծ հսկողություն և այդ տեսակի գործողությունների տեղակայման մեջ ավելացված ճկունություն: Վերջապես, սոցիալական և քաղաքական ճնշումը հանգեցրել է նրան, որ որոշ ընկերություններ գերադասում են աշխատատեղերին տանը մոտ պահել, այլ ոչ թե օգտագործել ավելի էժան աշխատուժ արտերկրում: 2016թ. արդյունաբերության շուկայի չափը իջավ մինչև 76,9 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի, ինչը վերջին տասնամյակում գրանցված ամենացածր ցուցանիշն է: Այս արդյունաբերության եկամտի ամենամեծ մասն բաժին է ընկել Ամերիկաներին, որին հաջորդում են Եվրոպան, Մերձավոր Արևելքը և Աֆրիկան: Համաշխարհային եկամտի շատ ավելի փոքր մասն է բաժին ընկել Ասիական-Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանին:

Այսպիսով, Ա ընկերության մենեջերը լինելով արտապատվիրակմանն կազմակերպության ղեկավար կանգնում է բարդ առաջադրանքի առջև: Ինչպիսի՞ քաղաքականություն նա կարող է սահմանել կազմակերպության համար: Ինչպիսի՞ ռազմավարություն կարող է իրականացնել, որպեսզի համոզվի, որ դեռևս կարող է պահպանել հաճախորդների վստահությունն ու գործատուների հավատարմությունը:

¹ Earl M. J. The risks of outsourcing IT //Sloan management review. 1996. T. 37. էջ 26-32.

Կազմակերպությունը բարելավելու համար մենք հանդես եկանք երեք առաջարկությամբ: Հաճախորդին ավելի շատ ներգրավել ծրագրի առաջընթացի և դրա հետ վարվելու եղանակի մեջ: Երբ հաճախորդները ներգրավվում են առաջընթացի մեջ, նրանք կարող են դրական իմիջ ստեղծել ընկերության համար, մինչդեռ իրենց նպատակին հասնելու առաջընթացը սերտորեն վերահսկվելու է: Կոմունիկացիաները կարող են լինել խնդիրների հիմքը: Այդ պատճառով պետք է երկկողմանի հաղորդակցություն ստեղծել ղեկավարության և աշխատուժի միջև՝ ընկերության բարելավման համար: Բացի աշխատավարձի և օգուտների խնդիրներից, ընկերությունը պետք է հաղթահարի KPI (կատարողականի հիմնական ցուցանիշ) հետ կապված անհամապատասխանությունները, որոնք ազդում են աշխատողների բոնուսների վրա, այս հարցը լուծելու համար, աշխատողները պետք է ստեղծեն արհմիություն, որի միջոցով կունենան ձայնի իրավունք ընկերության ապագա աճի և որակի ապահովման մտադրությամբ:

Չնայած նրան, որ արտապատվիրակումն առաջ է բերում ռիսկեր, այս գործընթացի օգուտները փոխհատուցում են մարտահրավերները¹: Ռիսկերը կարող են մեղմվել կիրառելով պաշտպանություն՝ արտապատվիրակման պայմանավորվածությունը վերջնական տեսքի բերելով, դասեր քաղելով նախորդ ձախողումներից և ընտրելով կայացած և փորձառու ծառայությունների մատակարար՝ արտապատվիրակում նախագիծը շահութաբեր դարձնելու համար²:

Եզրակացություններ: Արտապատվիրակման՝ որպես ռազմավարական բիզնես պրակտիկայի ընդունումը գնալով աճում է: Ընկերությունների քանակը, որոնք օգտագործում կամ ենթադրվում են օգտագործել ենթակապալառուներ, աճում է, որի հետ մեկտեղ ընդլայնվում է արտապատվիրակման շրջանակը: Նրա գործունեությունը դարձել է աշխարհի ամենալայն և շահութաբեր ոլորտներից մեկը: Ճգնաժամային համատեքստում թվում է, որ այս ռազմավարությունը լուծում է այն ընկերությունների համար, ովքեր ցանկանում են մատուցել նույն որակի ծառայություններ, բայց էապես կրճատել որոշակի

1 Schniederjans M. J., Schniederjans A. M., Schniederjans D. G. Outsourcing and insourcing in an international context. – Routledge, 2015.
2 Chapman J. Robert, Simple Tools and Techniques for Enterprise Risk Management, (2006), John Wiley and Sons Ltd., England.

հատվածների բյուջեները: Որքան շատ ընկերությունները լինեն մասնագետների մի ոլորտում, որով նրանք ձեռք են բերում իրենց մրցակցային առավելությունը, այնքան շատ նրանց աշխատողները կզգան, կարծես իրենք ինքնագրաված են՝ ներգրավված լինելով գիտելիքի և մտավոր կապիտալի աճի և նրանցից բխող նորարարության մեջ: Պատշաճ օգտագործման դեպքում արտապատվիրակումը կարող է հնարավորություն տալ պարզեցնելու բիզնեսի գործողությունները: Այն կարող է օգնել ավելի ռազմավարականորեն օգտագործելու ռեսուրսները, առավելագույնի հասցնելու ժամանակը և առաջ շարժվելու աճի առանցքային նախաձեռնություններով: Այս օգուտները, այնուամենայնիվ, չպետք է խայտաբղեն այն փաստը, որ արտապատվիրակումը ծուղակներ ունի, որոնք պետք է հաշվի առնել: Եթե արդյունավետ չի կառավարվում, արտապատվիրակումը կարող է վատնել ընկերության ժամանակն ու գումարը:

Օգտագործված գրականություն

- Aubert B. A. et al. Firm strategic profile and IT outsourcing //Information Systems Outsourcing. – Springer, Berlin, Heidelberg, 2009
- Chapman J. Robert, Simple Tools and Techniques for Enterprise Risk Management, (2006), John Wiley and Sons Ltd., England;
- Corbett, Michael F. "The outsourcing revolution." Dearborn, Chicago 39 (2004).
- Dinu A. M. The risks and benefits of outsourcing //Knowledge Horizons. Economics. – 2015
- Earl M. J. The risks of outsourcing IT //Sloan management review. – 1996
- Kakabadse A., Kakabadse N. Trends in outsourcing:Contrasting USA and Europe //European management journal. 2002.
- Lankford W. M., Parsa F. Outsourcing: a primer //Management Decision. 1999.
- Lee J. N. Outsourcing alignment with business strategy and firm performance //Communications of the Association for Information Systems. 2006.
- Mahmoodzadeh E., Jalalinia S., Yazdi F. A business process outsourcing framework based on business process management and knowledge. Business Process Management Journal. 2009.
- McIvor R. A practical framework for understanding the outsourcing process //Supply Chain Management: an international journal. – 2000.
- Quinn J., Hilmer F. Strategic outsourcing MIT Sloan Management Review. 1994. T. 35. № 4
- Schniederjans M. J., Schniederjans A. M., Schniederjans D. G. Outsourcing and insourcing in an international context. – Routledge, 2015.
- Stopper W. G. Achieving post-outsourcing success Human Resource Planning. 2005. T. 28. №. 2
- Tayauova G. Advantages and disadvantages of outsourcing: analysis of outsourcing practices of banks //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2012
- Winkleman M. et al. The outsourcing source book. TJBS. 1993. T. 14. №. 3.

Անաստաս ԱՂԱԶԱՐՅԱՆ, Ռուբեն ԶԱԲԱՐՅԱՆ

Արտապատվիրակումը որպես բիզնեսի կառավարման գործիք

Բանալի բառեր. արտապատվիրակում, օֆշորինգ, ռիսկերի գնահատում, մրցակցային առավելություն, ծախսերի նվազում, ռազմավարություն համապատասխանեցում

Մեր օրերում կազմակերպության գործունեության կազմակերպումը և կառավարումը իրենից ներկայացնում է մանվածապատ համակարգ: Այդ իսկ պատճառով բազմաթիվ կազմակերպություններ հանձնարարում են իրենց գործառույթների մի մասը մեկ այլ կազմակերպության՝ կյանքի կոչելով կառավարման մի նոր պայմանագրի, որի անունն է արտապատվիրակում (outsourcing): Այս ուսումնասիրությունը նպատակ ունի լույս սփռել արտապատվիրակման՝ որպես կառավարման գործիքի օգտագործման և դրա հետևանքների վրա: Հետազոտությունը էմպիրիկորեն պարզում է, թե ինչ դեր է խաղում այս ռազմավարությունը բիզնեսում:

Анастас АГАЗАРЯН Рубен ЗАКАРЯН

Оутсорсинг как инструмент управления бизнеса

Ключевые слова аутсорсинг, офшоринг, оценка рисков, конкурентное преимущество, снижение затрат, соблюдение стратегии

В настоящее время управление и планирование деятельностью организации - это вращающаяся система, поэтому многие организации передают часть своих функций на аутсорсинг другой организации, внедряя новый договор управления, называемый аутсорсингом. Это исследование направлено на то, чтобы пролить свет на последствия использования аутсорсинга в качестве инструмента управления. В частности, роль аутсорсинга в экономике, стимулы, ведущие организациям к этой стратегии, типы ключевых функций, возложенных на другие организации, список предпочтительных стран для делегирования функций организации в 2021 году: Обсуждалась эффективность данной стратегии, возможные риски и сложности, а для теоретического понимания инструмента была предпринята попытка использовать гипотетический пример аутсорсинговой компании, проанализированы ее функции.

Anastas AGHAZARYAN, Ruben ZAKARYAN

Outsourcing as an instrument of business management

Key words: outsourcing, offshoring, risk assessment, competitive advantage, cost reduction, adherence to strategy

Currently, the management and planning of an organization's activities is an arduous system, so many organizations outsource some of their functions to another organization, implementing a new management contract called outsourcing. This study aims to shed light on the implications of using outsourcing as a management tool. In particular, the role of outsourcing in the economy, incentives leading organizations to this strategy, types of key functions assigned to other organizations, a list of preferred countries for delegating functions of the organization in 2021: It also discusses the effectiveness of this strategy, possible risks and difficulties.

**ԹՎԱՅԻՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ԳՈՐԾԻՔՆԵՐԸ ԱՊՐԱՆՔԱՆԻՇԻ
ՃԱՆԱԶՈՂՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՁՐԱՑՄԱՆ ՊՐԱԿՏԻԿԱՅՈՒՄ**

Արմեն ՍԱՖԱՐՅԱՆ

Տնտեսագիտության դոկտոր

Ռուբեն ԶԱՔԱՐՅԱՆ

ՀՖՀՀ «Կառավարման» 4-րդ կուսի ուսանող

Բանալի բառեր. մարքեթինգ, սոցիալական ցանց, առևտրային հարթակ, հիմնաբառ, ընկերություն, Google որոնման վահանակ, թվային հաղորդակցություն

Ներածություն: Թվային մարքեթինգը արտադրանքի կամ ծառայությունների մարքեթինգ է, որն օգտագործում է թվային տեխնոլոգիաները, հիմնականում՝ համացանցը, սակայն ներառելով նաև բջջային հեռախոսները, վահանակների գովազդը և ցանկացած այլ թվային միջոց: Այն առաջացել է 1980-ական թվականներին: Դա մի ժամանակ էր, երբ տեղի էին ունենում նոր նորարարություններ, որոնք համակարգչային համակարգը դարձրել են բավականաչափ առաջատար՝ հաճախորդների մասին տեղեկությունները պահելու համար: Թվային դարում թվային արտադրանքի առաջամղման ու մարքեթինգի համար օգտագործվում են բազմաթիվ նոր մեթոդներ: «Սեղանի հետազոտությունը» փոխարինվել է «առցանց հետազոտությանը», այժմ հնարավոր է դարձել առցանց շուկայի հետազոտություն: Բազմաթիվ ընկերություններ օգտագործում են թվային մարքեթինգը մրցակցային առավելություններ ունենալու համար: Թվային մարքեթինգից առաջ մենք ունեցել ենք Ավանդական Մարքեթինգ, որը հանդիսանում է մարքեթինգի պայմանային եղանակ և օգնում է հասնել տարբեր լսարանների տարբեր գովազդային ու առաջխաղացման մեթոդներով: Ավանդական մարքեթինգից ծնվել է Թվային մարքեթինգը: Բիզնեսներն օգտագործում են թվային ուղիներ, ինչպիսիք են որոնման սարքեր, սոցիալական ցանցեր, էլեկտրոնային փոստ և այլ կայքեր՝ ներկայիս ու հեռանկարային հաճախորդների հետ կապնվելու համար: Հոդվածի նպատակն է ուսումնասիրել թվային մարքեթինգի ուղիներն ու մեթոդները, որոնք բիզնեսին թույլ են տալիս խթանել ապրանքանիշի տարածվածության շրջանակը, և նպաստում են շուկայի դինամիկ զարգացմանը:

Հետազոտության մեթոդաբանություն: Քննարկվող գործիքները ավելի տեսանելի դարձնելու նպատակով կատարվել է համեմատական և վիճակա-

գրական վերլուծություն, մասնավորապես ներկայացվել են համապատասխան հարթակների օգտագործման միտումները, մարդկանց կյանքում թվային տեխնոլոգիաների դերի փոփոխվել տենդենցները: Ներկայացվել են առավել արդյունավետ և հանրաճանաչ թվային մեխանիզմները և ինտերնետային մարքեթինգի դերը: Կիրառվել են պատկերային, գրաֆիկական մեթոդներ համադրելով 2020-2021թթ. առկա և սպասվելիք ցուցանիշները:

Վերլուծություն: Քանի որ ինտերնետը որպես հաղորդակցման միջավայր անընդհատ զարգանում է ու բարդանում, դրա հետ մեկտեղ աճում են տարբեր ընկերությունների առաջխաղացման հնարավորությունները վիրտուալ տարածքում: Այս իր հերթին առաջ է բերում մարքեթինգի նոր տեսակ, այն է ինտերնետ մարքեթինգը, որի դերը գնալով ավելի է մեծանում¹: 2019թ. միջին համացանցի օգտատերն ուներ առնվազն 7 սոցցանցի հաշիվ համեմատած 3-ի հետ ընդամենը 5 տարի առաջ: 65 տարեկանից ցածր ԱՄՆ մեծահասակների 97%-ն այցելում են սոցիալական ցանցեր առնվազն ամիսը մեկ անգամ: Ճնշող մեծամասնությունն այնտեղ են ամեն օր:

Սոցիալական ցանցերը նախընտրելի են իբրև հաճախորդների սպասարկման միջոց, չնայած հաճախորդների հաղորդագրությունների 89%-ն անտեսվում է բիզնեսի կողմից: Աշխարհի բնակչության 22 տոկոսը Facebook-ում են: ԱՄՆ-ի բնակչության 62 տոկոսն այնտեղ են: Facebook-ի օգտատերերի 76 տոկոսն ու Instagram-ի օգտատերերի 51 տոկոսն օգտագործում են դրանք ամեն օր: Սոցիալական ցանցերի օգտատերերի 30 տոկոսը հիշատակում են որոշակի ապրանքանիշ՝ իրենց կյանքի փուլերի մասին խոսելիս: X սերունդը փոքր ինչ ավելի շատ է փոխգործում բրենդի հետ սոցիալական ցանցերում, քան միլիենալների սերունդը: Այժմ միտումն այն է, որ միջինում մարդը սոցիալական ցանցերում անցկացնում է օրեկան 2 ժամից ավել, դեռահասները՝ մոտ 9 ժամ: Սոցիալական ցանցերն ինտեգրված են ամեն բնագավառում՝ դպրոցից մինչև աշխատանքը, զվարճանքն ու հանդիպումներն ընկերների հետ: Սոցիալական ցանցերն այնտեղ են, որտեղ մարդիկ են: Սակայն արդյո՞ք մարդիկ գնումներ են կատարում այնտեղ: Հիմնական 10 պատճառներից մեկը, ըստ որոնց մարդիկ ասում են, որ իրենք մտնում են սոցիալական ցանցեր՝ դա իրենց գովազդվող ապրանքներ գնելն է: Իրենք ծախսում են սո-

¹ Капустина, Л. М., Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети, Екатеринбург, 2015, с.- 9.

ցիալական ցանցերում իրենց ժամանակի մոտ 37 տոկոսը՝ ֆիրմային բովանդակության հետ շփվելու համար: Միլենիալների 57 տոկոսն ասում են, որ սոցիալական ցանցերը դարձնել են իրենց կողմից տեսանելի գովազդն ավելի համապատասխան իրենց համար: Մարդկանց 48 տոկոսն ասում են, որ իրենք կատարել են իրենց վերջին առցանց գնումն իբրև Facebook-ով գովազդի անմիջական արդյունք: Սակայն մարքեթոլոգների միայն 45 տոկոսը են համարում, որ սոցիալական ցանցերում իրենց ջանքերն արդարացված են: Սոցիալական ցանցերում ակնհայտորեն կան շահողներ ու տուժողներ¹:

Էլեկտրոնային մարքեթինգն ունի ներդրումների ամենաբարձր շահութաբերությունը բոլոր մարքեթինգային մեթոդներից: Այն կարող է բերել հըսկայական 3800% եկամտաբերություն: Դա 38 դոլար եկամուտ է յուրաքանչյուր ծախսած 1 դոլարի համար: Սակայն ընկերությունների մոտ 20%-ը տեսնում է ծախսված 70 ԱՄՆ դոլարից 1 ԱՄՆ դոլար վերադարձ: Էլեկտրոնային մարքեթինգը սուբյեկտների մարքեթինգային գործունեությունն է թվային շուկայում: Բիզնեսի պրակտիկայում էլեկտրոնային մարքեթինգ և ինտերնետ-մարքեթինգ» հասկացությունները հաճախ կիրառվում են որպես հոմանիշներ: Էլեկտրոնային շուկայում մարքեթինգի կառավարումն արտացոլում է այն գործողությունների և ընթացակարգերի համադրությունը, որոնք իրականացվում են ընկերությունների մարքեթինգային ծառայությունների աշխատողների կողմից որոշակի հերթականությամբ: Այն իրենից ներկայացնում է.

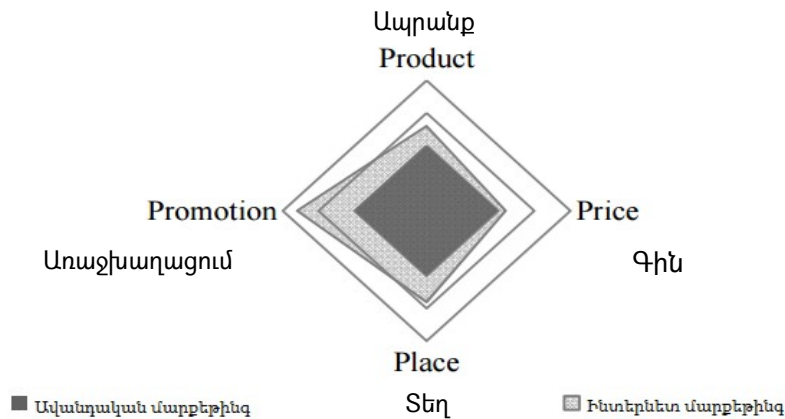
- շուկայի և նրա մեջ գործող մրցակիցների վարքագծի մասին տեղեկատվության հավաքագրում և վերլուծում ինտերնետային ցանցի, տվյալների կորպորատիվ բազայի շտեմարանի օգտագործման միջոցով,

- շուկայի տվյալ հատվածում ստոխաստիկ և դինամիկ գործընթացների փորձաքննություն,

- էլեկտրոնային շուկայում սպառողի վարքագծի հոգեբանական ռեակցիաների մոդելավորում՝ ռիսկի և անորոշության պայմաններում ընկերության ռազմավարության մոդելավորման հետ միասին, ընթացիկ շուկաների ծավալման և զարգացման, շուկա ներթափանցման, ռազմավարական դաշինքների և կոնսոլիդացիաների, դիվերսիֆիկացիաների և այլ նոր ռազմավարությունների ձևավորում:

¹ Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 51.

Էլեկտրոնային մարքեթինգում օգտագործվում են մարքեթինգային համալիրի նույն տարրերը՝ 4P (Product, ապրանք), (Price, գին), (Promotion, առաջխաղացում) և (Place, տեղ) և մարքեթինգային հարաբերությունների պարադիգման: Սակայն ամեն մի տարր ունի իր առանձնահատկությունները: Ինտերնետը հանդիսանում է ոչ թե պարզապես սպառման կամ մարքեթինգային կոմունիկացիաների նոր կապուղի, այլ՝ նոր շուկա:



Գծապատկեր 1. Ինտերնետ մարքեթինգի ու ավանդական մարքեթինգի փոխհարաբերությունների պատկերը¹

Ինչու թվային մարքեթինգ: Եթե բիզնեսը ծաղկում է, այն աճում է²: Դրա եկամուտներն աճում են ցատկելով: Ընկերության աշխատակիցները ուրախ են, իսկ սեփականատերը ոգևորված է: Հաճելի է ղեկավարել աճող բիզնես: Թվային մարքեթինգի դերը բացարձակապես կարևոր է ներկայումս բիզնեսի աճի համար: Ըստ HubSpot-ի՝ թվային մարքեթինգը ցանկացած մարքեթինգային ջանքերն են, որոնք ներառում են համացանց և էլեկտրոնային սարքավորում³: Եթե մարքեթինգն առցանց է, այն թվային մարքեթինգ է: Վերջին տարիների ընթացքում թվային մարքեթինգի հեղինակությունն աճում է: Եվ դրա համար կա մի պարզ պատճառ՝ աշխարհն առցանց է:

1 Պատկերի աղբյուրը՝ Капустина, Л. М., Նշվ. աշխ., էջ 13
 2 Archambault, A and Grudin, J. (2012) A longitudinal study of facebook, linkedin & twitter use. In Proceedings: SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 4, pp. 2741-2750).
 3 Ryan D. Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page Publishers; 2016 Nov 3.

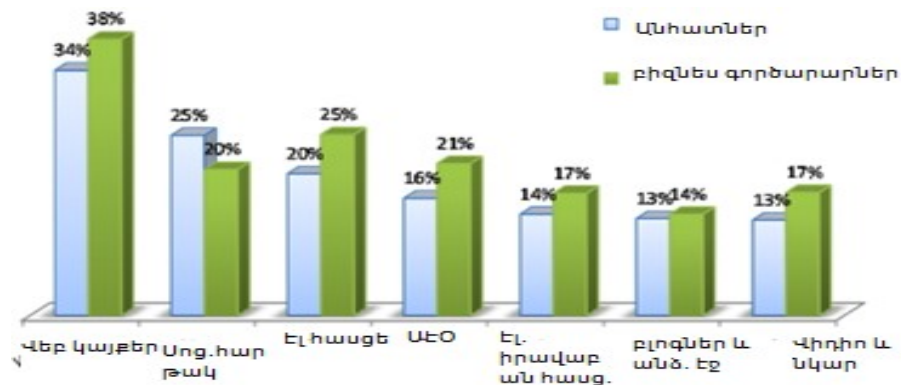
Մարքեթինգ սոցիալական ցանցերում: Սոցիալական ցանցերում մարքեթինգը (SMM) դա համացանցային մարքեթինգի մի ձև է, որն օգտագործում է սոցիալական ցանցերի կայքէջերը՝ որպես մարքեթինգային գործիք: Այն նպատակ ունի՝ ստեղծել բովանդակություն, որով օգտատերերը կկիսվեն իրենց սոցիալական ցանցերում՝ արտադրատեսակի ճանաչելիությունը բարձրացնելու ու հաճախորդների ընդգրկումը բարձրացնելու գործում ընկերությանն օգնելու համար: SMM-ի առանցքային բաղադրիչներից մեկն է սոցիալական ցանցերի լավարկումն (SMO): Ինչպես և որոնման սարքի լավարկումը, SMO-ն դա մի ռազմավարություն է կայքին նոր ու եզակի այցելուներ ներգրավելու համար, ինչը կարող է կատարվել երկու եղանակներով՝ ավելացնելով սոցցանցի հղումը բովանդակությանը, օրինակ՝ RSS-ուղիներ և փոխանակման կոճակներ, կամ ակտիվության խթանում սոցիալական ցանցերի օգնությամբ՝ ստատուսների, թվիտերի կամ բլոգերում հաղորդագրությունների նորացման ճանապարհով: Սոցիալական ցանցերում մարքեթինգն օգնում է ընկերությանը ստանալ անմիջական հետադարձ կապ հաճախորդներից /և պոտենցիալ հաճախորդներից՝ դարձնելով ընկերությունն ավելի ներկայացուցչական: Սոցիալական ցանցերի ինտերակտիվ մասերը հաճախորդներին հնարավորություն են տալիս հարցեր տալ կամ արտահայտել բողոքները և զգալ, որ իրենց լսում են¹: Այս տեսակետը կոչվում է հաճախորդների հետ փոխհարաբերությունների սոցիալական կառավարում²: Սոցիալական ցանցերը ներկայացնում են էժան գործիք, որն օգտագործվում է տեխնոլոգիաներն ու բառերի օգտագործմամբ սոցիալական փոխգործությունը զուգակցելու համար: Սոցիալական ցանցերը տալիս են մարքեթոլոգներին արտահայտվելու և գործընկերների, հաճախորդների ու պոտենցիալ սպառողների հետ շփվելու հնարավորություն: Այն անձնավորում է «արտադրատեսակը» և օգնում տարածել հաղորդագրությունն անկաշկանդ զրույցի միջոցով: Էլեկտրոնային կոմերցիայի համար վեց լավագույն սոցիալական ցանցերը ներառում են Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Snapchat:

Սոցիալական ցանցերում մարքեթինգը ներառում է ապրանքատեսակի հետ կապված՝ սոցիալական ցանցերի, սպառողների առցանց ակտիվության

¹ Kannan, P. K. "Digital marketing: A framework, review and research agenda." *International Journal of Research in Marketing* 34, no. 1 (2017): 22-45.

² Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 9(1), 51.

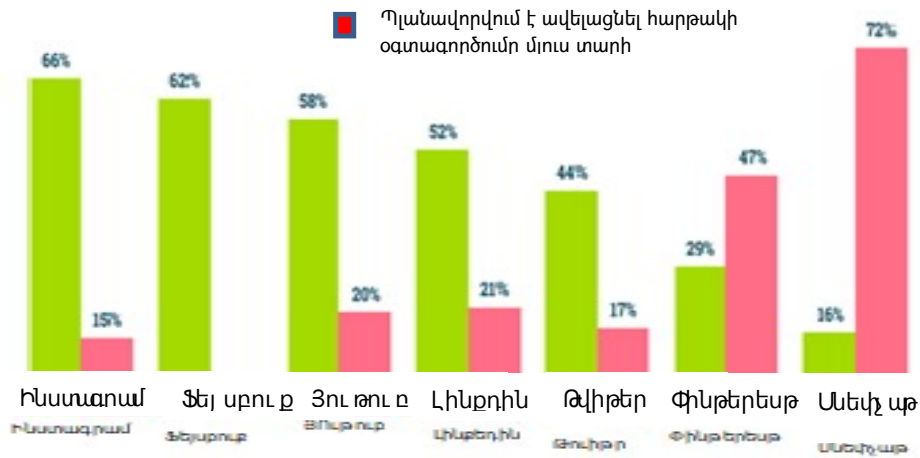
և էլեկտրոնային բանավոր խոսքի (eWOM) օգտագործումը՝ համացանցում բարեհաջող գովազդի համար: Facebook-ի և Twitter-ի նման սոցիալական ցանցերը գովազդատուներին տրամադրում են տեղեկատվություն իրենց սպառողների հավանությունների և հակակրանքների մասին: Այս տեխնիկան կարևոր է, քանզի այն բիզնեսին տրամադրում է «թիրախային լսարան»: Սոցիալական ցանցերի միջոցով օգտագործողի հավանումներին վերաբերող տեղեկատվությունը մատչելի է բիզնեսի համար, որոնք այնուհետև համապատասխան գովազդ են մշակում: Էլեկտրոնային առաջարկություններն ու գնահատականները՝ «սպառողը՝ սպառողի հետ փոխգործության» միջոցով արտադրանքի առաջխաղացման հարմարավետ եղանակ է: eWOM-ի օրինակ կարող է լինել առցանց կարծիք հյուրանոցի մասին. հյուրանոցային ընկերությունը կարող է ունենալ երկու հնարավոր արդյունք՝ ելնելով իրենց ծառայությունից: Լավ ծառայությունը հանգեցնում է դրական կարծիքի, որը հյուրանոցին անվճար գովազդ է բերում սոցիալական լրատվամիջոցների միջոցով: Մինչդեռ, վատ ծառայությունը կհանգեցնի սպառողի բացասական կարծիքի, որը կարող է վնասել ընկերության հեղինակությանը:



Գծապատկեր 2. Սոցիալական ցանցերի մարքեթիլոգի պլատֆորմի օգտագործման միտումները.

Google Վերլուծաբանություն: Google վերլուծաբանությունը շատ կարեւոր թվային մարքեթինգային գործիք է: Այն թույլ է տալիս իրական ժամանակում չափել անհատական արշավների արդյունքները, համեմատել տվյալները նախորդ ժամանակաշրջանների հետ և շատ ավելին: Google վերլուծաբանությունը հնարավորություն է տալիս հետևել շատ կարևոր ցուցանիշների՝ ընդ-

գրրկելով բոլոր ասպեկտները: Կարելի է վերահսկել առցանց մարքեթինգի ռազմավարության, օգտագործողի փորձի և սարքի ֆունկցիոնալության արդյունավետությունը: Այս բոլոր վիճակագրությունները ցույց են տալիս, թե ինչն է լավ աշխատում, և որ ավելի կարևոր է, ինչը՝ ոչ: Google վերլուծաբանությունը թույլ է տալիս ստանալ կայքը բարելավելու համար անհրաժեշտ տեղեկություններն ու դարձնել այն հնարավորինս ավելի լավ: Google վերլուծաբանությունն իրագործված է «էջերի թեգերի» օգնությամբ, որոնք տվյալ դեպքում կոչվում են Google վերլուծաբանության հետևելու ծածկագիր, ինչն իրենից ներկայացնում է JavaScript ծածկագրի հատված, որը կայքի սեփականատերն ավելացնում է կայքի յուրաքանչյուր էջին:



Գծապատկեր 3. Սոցիալական ցանցերի օգտագործման միտումները

Հետևելու ծածկագիրը միանում է հաճախորդի բրաուզերում, երբ հաճախորդը դիտում է էջը /թեթ բրաուզերում միացված է JavaScript-ը, տեղեկություններ է հավաքում այցելուների մասին և ուղարկում դրանք Google տվյալների հավաքագրման սերվեր՝ իբրև վեբ-փարոսի առաջադրանքի մի մաս: Որոնիչ սարքի լավարկում (SEO) նշանակում է կայքի համար լավ տեղի ստեղծում որոնման համակարի արդյունքների էջում՝ հիմնաբառերի ու արտահայտությունների հիման վրա: Դա վերաբերվում է թվային մարքեթինգի կատեգորիային և իրենից ենթադրում է անվճար որոնողական համակարգերում առցանց տեսանելիության գործընթաց: Դա հիմնականում կախված է հիմնաբառերից: TRS Tech-ն առաջարկում է լավագույն թվային շուկայավարման ծառա-

յություններ Կանադայի Տորոնտո քաղաքում և Կանադայի լավագույն ընկերություններից մեկն է: Դա այնպիսի կայքէջի ստեղծման գործընթաց է, որը հեշտ է գտնել, հեշտ է սքանավորել ու հեշտ է դասակարգել: Խոսքը հաճախորդների հազարավոր այլ ընկերությունների թվում գտնելն օգնելու մասին է: Որոնիչ սարքի լավարկումը ցանկացած թվային մարքեթինգային ռազմավարության բաղկացուցիչ և առավելապես կարևոր մաս է¹:

AdWords: Google AdWords-ը առևտրային հարթակ է, որում ընկերությունը վճարում է, որպեսզի իր կայքը գտնվի սովորական որոնման առաջին արդյունքներում՝ հիմնաբառերի հիման վրա: Հիմնական էությունն այն է, որ ընտրվում է ապրանքանիշի առաջնումը հիմնաբառերի հիման վրա: Հիմնաբառը՝ դա այն բառն է կամ արտահայտությունը, որոնք որոնում է օգտատերը, այնուհետև՝ տեսնում ընկերության հաղորդագրությունը: Հայտարարություններն արտաբերվում են միայն ըստ ընկերության կողմից ընտրված բառերի: Google-ը հաշվում է գովազդի սեղմումները և գանձում յուրաքանչյուր սեղման համար: Նրանք նաև հաշվում են ցուցադրությունները, ինչը պարզապես այն թիվն է, որը ցույց է տալիս, թե որքան հաճախ է գովազդն արդեն ցուցադրվել, երբ օգտվողները որոնել են այդ հիմնաբառը: Եթե բաժանել կտտոցները՝ ցուցադրությունների, կստանանք այն օգտատերերի տոկոսը (CTR), ովքեր հայտնվել են գովազդվող էջին, քանի որ իրենք սեղմել են հայտարարության վրա: Google AdWords-ը կարելի է համարել աճուրդային տուն: Ընկերությունը սահմանում է բյուջե և հայտ: Հայտը սահմանում է, թե որքան է ընկերությունը պատրաստ վճարել մեկ սեղման համար: Եթե առավելագույն հայտը \$ 2 է, ապա Google-ը այդ գովազդը ցույց կտա մարդկանց միայն այն պարագայում, երբ մյուսները միջին հաշվով ավելի բարձր հայտեր չներկայացնեն: Այն պարզապես չի ցանկանում մարդկանց ցույց տալ ամենաբարձր գնորդի գովազդները: Դրանք դեռ կարող են լինել սարսափելի գովազդներ: Նրանք այնքան են մտածում իրենց օգտատերերի մասին, որ նախընտրում են ավելի համապատասխան և լավ գովազդ ցույց տալ՝ մեկի կողմից, ով ավելի քիչ է վճարում: Գովազդի վարկանիշը չափիչ է, որը Google-ն օգտագործում է վճարովի որոնման գովազդի ցուցադրման կարգը որոշելու համար:

Ուստի՝ որակյալ գովազդներ + լավ հայտ = շահում

¹ Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 51.

AdSense: Google AdSense-ը կայքերի համար գովազդներից գումար վաստակելու հանրաճանաչ միջոց է: AdWords գովազդատուները Google-ին վճարում են սեղման համար: Իր հերթին, Google-ը այդ եկամտի տոկոսը կիսում է AdSense հրատարակիչների հետ, որը գովազդները սպասարկում է պարզ տեքստի միջոցով, ի տարբերություն գրաֆիկական բովանդակության, որը գերակշռում էր գովազդային տեսարանում, երբ այն ներկայացվեց 2003 թ.: Google-ը որոշեց մատուցել պարզ տեքստ՝ գովազդների ներխուժումը նվազագույնի հասցնելու, էջի բեռնման արագությունները օպտիմալացնելու և, ի վերջո, կայքի այցելուի համար ավելի բարենպաստ շուկայավարման պատասխան ստանալու համար: AdSense -ը՝ դա գումար վաստակելու անվճար ու պարզ միջոց է՝ ցուցադրելով թիրախային գովազդ առցանց կոնտենտի կողքին: AdSense-ի օգնությամբ կարելի է ցույց տալ համապատասխան ու գրավիչ հայտարարություններ կայքի այցելուներին և անգամ կարգավորել գովազդի արտաքին տեսքը՝ կայքին համապատասխան: Google Ad sense-ը՝ դա հրաշալի միջոց է կայքերի սեփականատերերի համար ստանալու լրացուցիչ եկամուտ սեղմումներից, որոնք ստեղծում են թրաֆիկ Google-ի համար: AdSense-ի «սարդերը» դիտում են կայքը՝ իմանալու համար, ինչի մասին են ընկերության բոլոր էջերը: Այնուհետև իրենք կստուգեն հայտարարությունների առաջարկվող ցանկը և կտեղադրեն նմանատիպ հայտարարությունները գովազդներից յուրաքանչյուրի կողքին: Օրինակ, որևէ մեկը, ով կարդում է նորածն արքեստուարների մասին հոդվածը, առավել հավանականությամբ կգնի նորածն հագուստ, քան նա, ով կարդում է ավտոմեքենաների մասին հոդվածը: Google-ի ցուցադրման գովազդը հասնում է ամբողջ աշխարհում ինտերնետ օգտագործողների 90% -ին, ամեն ամիս շուրջ մեկ տրիլիոն ցուցադրություն է տրամադրվում ավելի քան 1 միլիարդ օգտագործողի:

Google Ad sense-ի ու ցուցադրման գովազդի ներդրումը սկսելը համեմատաբար դյուրին է, սակայն հարկավոր է իմանալ հայտարարությունների տարբեր տեսակների ու չափերի մասին, որոնք կլրացնեն կայքն ու գովազդային արշավը:

Վճարել մեկ սեղման համար (PPC): PPC-ն նշանակում է վճար՝ մեկ սեղման համար, ինտերնետային մարքեթինգի մի մոդել, որում գովազդատուները վճարում են վճար յուրաքանչյուր անգամ, երբ սեղմում են իրենց գովազդներից մեկը: Ըստ էության դա կայքի համար այցելություններ գնելու միջոց

է, և ոչ թե բնական ճանապարհով այդ այցելությունները «աշխատելու» փորձ կատարելու միջոց: Գովազդը որոնման համակարգերում՝ համատեքստային գովազդի ամենատարածված ձևերից մեկն է: Այն թույլ է տալիս գովազդատուներին հայտերն ներկայացնել որոնողական համակարգի հովանավորվող հղումներում, երբ որևէ մեկը որոնում է կատարում ըստ հիմնաբառի, որը կապված է իրենց առևտրային առաջարկի հետ: Օրինակ, եթե մենք որոնում ենք կատարում ցանկացած հիմնաբառով, մեր գովազդը կարող է արտապատկերվել Google արդյունքների էջի ամենավերևում: Յուրաքանչյուր անգամ, երբ մեր հայտարարության վրա սեղմում են, ուղարկելով այցելուին դեպի մեր կայքը, մենք պետք է փոքր վճար վճարենք որոնման համակարգին: Երբ PPC-ն ճիշտ է աշխատում, վճարը չնչին է, քանի որ այցն ավելին է, քան այն, ինչ վճարում ենք դրա համար:

Այլ կերպ ասած, եթե սեղման համար մենք վճարում ենք 3 դոլար, սակայն կտոտոցը բերում է 300 դոլարի վաճառք, ապա մենք մեծ շահույթ ենք ունենում: Բարեհաջող PPC արշավի համար շատ բան է պահանջվում՝ ճիշտ հիմնաբառերի հետազոտումից ու ընտրությունից՝ մինչև այդ հիմնաբառերի կազմակերպումը լավ կազմակերպված արշավների ու արշավների խմբերի՝ մինչև կոնվերսիաների համար լավարկված՝ թիրախային PPC-էջերի կարգավորումը: Որոնման համակարգերը վարձատրում են գովազդատուներին, ովքեր կարող են ստեղծել համապատասխան, գրագետ կողմնորոշված արշավներ՝ սեղման համար վճարումով, գանձելով նրանցից ավելի ցածր վճար՝ գովազդին սեղմելու համար: Եթե ընկերության հայտարարություններն ու թիրախային էջերն օգտակար են և բավարարում են օգտատերերին, Google-ն ավելի ցածր վճար կգանձի սեղման համար, ինչը հանգեցնում է ընկերության բիզնեսի շահույթի մեծացմանը: Ներկայումս մասնագետները առանձնացնում են մի քանի հատնակիչներ, որոնք առանձնահատուկ են ինտերնետ մարքեթինգին: Այսպես, ի տարբերություն մարքեթինգի ավանդական տեսակի՝

Մեծամասամբ գնորդը կազմակերպության հետ կապի նախաձեռնողն է,

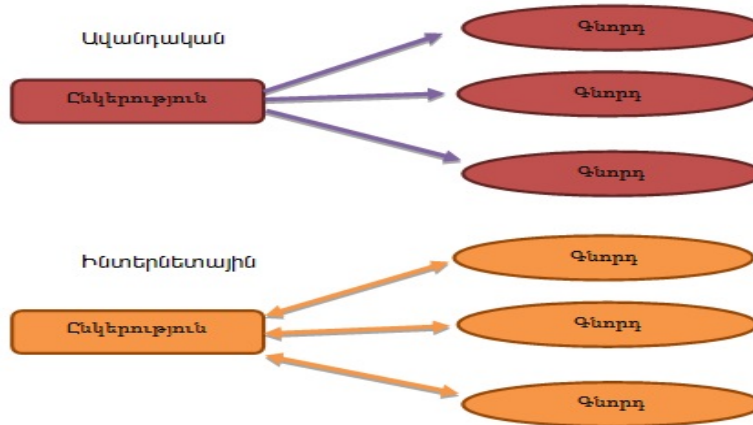
Գնորդն ինքն է փնտրում իրեն հետաքրքրող ինֆորմացիա,

Վեր-կայքը նայելուց գնորդը մեծ ուշադրություն է կենտրոնացնում,

Կազմակերպությունները ունեն մեծ հնարավորություններ գնորդների մասին լայն ինֆորմացիա հավաքելու համար,

Հաշվի են առնվում գնորդը անհատական առաջարկները, որոնք հետագա կոնտակտի ստեղծման համար նյութ են հանդիսանում¹:

Ինտերնետ մարքեթինգի ու ավանդական մարքեթինգի կոմունիկացիոն տարբերությունները կարելի է պատկերել հետևյալ կերպ՝



Գծապատկեր 4. ՀՀ և ինտերնետային մարքեթինգ

Այսօր էլեկտրոնային գնումների արդյունավետ իրականացման առումով Հայաստանը գտնվում է բավարար վիճակում: Այդ բարենպաստ միջավայրի համար հիմք են հանդիսանում հետևյալ տարրերը՝

- այսօր Հայաստանը գտնվում է գնումների ոլորտում բարեփոխումների իրականացման փուլում, և այդ աշխատանքները կարող են ներդաշնակեցվել էլեկտրոնային գնումներով պայմանավորված փոփոխությունների հետ,
- տարբեր պետական մարմիններում էլեկտրոնային գնումների համակարգի ներդրման համար կատարվել են նվազագույն ներդրումներ,
- ձևավորման փուլում է գտնվում էլեկտրոնային առևտրի մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրությունը:

Ըստ Հայաստանում ինտերնետ լսարանի ակտիվությունը բնութագրող ցուցանիշների, ինտերնետ լսարանում պատվերներ իրականացնողների թիվը մեծ չէ (ինտերնետ այցելուների 1%), իսկ պատվերի ձևաերպումը պահանջում

¹ Особенности и отличия Интернет маркетинга от традиционного маркетинга, <https://sites.google.com/site/economimarceting/osobennosti-i-otlicia-internet-marketinga-ot-tradicionnogo-marketinga>, 19.05.2020

է 4-10 րոպե ժամանակ և առնվազն 3 լրացուցիչ էջերի դիտում: Էլեկտրոնային առևտուր անող ինտերնետ լսարանի մեջ բավականին ակտիվ է Երևանը: Տարվա կտրվածքով ցանցում յուրաքանչյուր գնորդ ծախսել է ՀՀ-ում միջինը 80 հազ.-ից 100 հազ. դրամ, ՌԴ-ում՝ շուրջ 75000 ռուսական ռուբլի:

Եզրակացություն: Թվային մարքեթինգը հսկայական է, և այն շուտով չի վերանա: Աշխարհի առաջատար միջազգային կազմակերպությունները արդեն իսկ կարևորելով թվային մարքեթինգի պտղաբերությունը կապում են իրենց ստրատեգիական որոշումները այս ճյուղի հետ: 120 միլիարդ դոլար այն մոտավոր գումարն է, որը ԱՄՆ-ն ծախսել է թվային մարքեթինգի համար 2020թ., ասում է Boost Ability-ն: Այդ թիվը հավասար է լրատվամիջոցների վրա ծախսված ընդհանուր գումարի գրեթե կեսին: Թվային մարքեթինգի դերը կտրուկ աճում է: Boost Ability-ն թվարկում է ավելի շատ վիճակագրական տվյալներ՝ 2016թ. մինչև 2021թ. ակնկալվում է, որ սոցիալական գովազդի վերա ծախսված գումարը կկրկնապատկվի /15016-ից՝ մինչև 32977 դոլար/: Կարելի է ակնհայտորեն եզրակացնել, որ այս ոլորտը մոտ և հեռու ապագայում միայն կշարունակի ներգրավել ավելի մեծ ներդրումներ, որոնք կտանեն զգալի առաջընթացի ապրանքանիշի ճանաչողության բարձրացման և կազմակերպությունների շահութաբերության խթանման գործում:

Օգտագործված գրականություն

- Ryan D. Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page Publishers; 2016 Nov 3.
- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis-Chadwick. Digital marketing. Pearson UK, 2019
- Chaffey, D. and Smith, P.R., 2013. eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing. Routledge.
- Archambault, A and Grudin, J. (2012) A longitudinal study of facebook, linkedin & twitter use. In Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 4, p.2741.
- Parsons A, Zeisser M, Waitman R. Organizing today for the digital marketing of tomorrow. Journal of Interactive Marketing. 1998 Jan 1;12(1):31-46.
- Wind, Yoram Jerry, and Vijay Mahajan. Digital marketing: global strategies from the world's leading experts. John Wiley & Sons, 2002.
- Wymbys, Cliff. "Digital marketing: The time for a new "academic major" has arrived." Journal of Marketing Education 33, no. 1 (2011): 93-106.
- Kannan, P. K. "Digital marketing: A framework, review and research agenda." International Journal of Research in Marketing 34, no. 1 (2017): 22-45.
- Charlesworth, A. (2014). Digital marketing: A practical approach. Routledge.
- Todor, R. D. (2016). Blending traditional and digital marketing. Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V, 9(1), 51.

Արմեն ՍԱՖԱՐՅԱՆ, Ռուբեն ՉԱՔԱՐՅԱՆ

Թվային մարքեթինգի գործիքները ապրանքանիշի ճանաչողության բարձրացման պրակտիկայում

Բանալի բառեր. մարքեթինգ, սոցիալական ցանց, առևտրային հարթակ, հիմնարար, ընկերություն, Google արոնման վահանակ, թվային հաղորդակցություն

Հետազոտությունը սկսել է մարքեթինգի տարբեր տեսակների վերլուծության նպատակով: Քննարկման ընթացքում պարզվել է, որ թվային մարքեթինգի դեպքում առավել կարևոր տեսակետն օգտատերերի հետ կապն է: Փոխգործությունը ցույց տվեց հաճախորդների հանդեպ նվիրվածության նկատմամբ մոտեցումները: Հետազոտությունը նաև ցույց տվեց, որ թվային մարքեթինգի արդյունավետ օգտագործման համար ընկերությունները պետք է մշակեն արդյունավետ հարթակ: Այն ներկայացրեց, որ ընթացիկ համատեքստում կարևոր դարձավ ինտեգրել բոլոր համակարգերը թվային հարթակի հետ:

Armen SAFARYAN, Ruben ZAKARYAN

Инструменты цифрового маркетинга в практике повышения осведомленности о бизнесе

Ключевые слова: маркетинг, социальная сеть, торговая платформа, ключевое слово, компания, поисковая система Google, поисковая оптимизация, цифровая коммуникация

Исследование было начато с анализа различных видов маркетинга. В ходе обсуждения выяснилось, что в случае цифрового маркетинга наиболее важной точкой зрения является связь с пользователями. Шкала взаимодействия показала подходы к лояльности клиентов. Исследования показали, что компаниям необходимо разработать эффективную платформу для эффективного использования цифрового маркетинга. Он показал, что в текущих условиях можно интегрировать все системы с цифровой платформой. Переход ежедневника с печатной на онлайн-версию наглядно продемонстрировал современные тенденции цифровизации. Исследования и практика цифрового маркетинга улучшаются по мере развития технологий.

Armen SAFARYAN, Ruben ZAKARYAN

Digital Marketing Tools in the practice of raising brand awareness

Key words: marketing, social network, trading platform, keyword, company, google Google search engine, search engine optimization, digital communication

The intention of the research was to analyze different types of marketing. During the discussion, it was revealed that in digital marketing, the most important point is the connection with the users. The interaction scale showed customer loyalty approaches. Research has shown that companies need to develop an effective platform for the profitable use of digital marketing. It showed that in the current context it was possible to incorporate all systems with the digital platform. The transition of the daily from the print version to the online version clearly showed the modern tendencies of digitalization. Digital marketing research and practice are improving as technology advances.

**ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ԳՆԱԾԻ ԵՎ ՈՐՈՇ ՓՈԽԱՐԺԵՔՆԵՐԻ
ՏԱՏԱՆՈՂԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ ՍՊԵԿՏՐԱԼ
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅԱՆ ՄԻՋՈՑՈՎ**

Մերուժան ԱՍԼԱՆՅԱՆ
ԵՊՀ ՏԿ ֆակուլտետի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. գնաճ, պարբերաշրջան, վարիացիա, կոսպեկտր, կովարիացիա

Ներածություն: Սպառողական զամբյուղում ներառված ապրանքախմբերը, որոնց ներմուծման տեսակարար կշիռը սպառման կառուցվածքում նըշանակալի է, ազգային արժույթի արժեզրկման դեպքում արձանագրում են որոշակի գնաճ՝ պայմանավորված ազգային արժույթի միավորի գնողունակության անկմամբ: Գնաճի չափերը կախված են նաև ներմուծվող ապրանքի պահանջարկի գնային առաձգականությունից, բնակչության եկամուտներից, ներմուծողների և սպառողների վարքագծից: Եթե ապրանքի արտահանման երկրում ևս տեղի է ունեցել արժույթի արժեզրկում, որի պատճառով կամ այլ պատճառներով տեղի է ունեցել ներմուծվող ապրանքի ձեռքբերման գների աճ, այդ ազդեցությունը գումարվում է ներմուծող երկրի ազգային արժույթի արժեզրկման ազդեցությանը և ավելացնում այդ ապրանքի գնաճը: Այս հոդվածում կրոս սպեկտրալ վերլուծության միջոցով գնահատվել են դոլար-դրամ, եվրո-դրամ, ռուբլի-դրամ փոխարժեքների և Հայաստանի սպառողական զամբյուղում ներառված ապրանքախմբերի գնաճի կապը նկարագրող կովարիացիայի մեջ տարբեր տևողության պարբերաշրջանների մասնաբաժինները, այսինքն՝ ինչ հաճախականությամբ են դրսևորվում այն գործոնները, որոնք ազդում են ինչպես փոխարժեքի, այնպես էլ գնաճի վրա և ինչ մասնաբաժին ունեն կովարիացիայի մեջ: Գնահատվել են այդ փոխարժեքների վարիացիայի ցուցանիշներում տարբեր հաճախականության պարբերաշրջանների մասնաբաժինները՝ պայմանավորված փոխարժեքների տատանողականությամբ և տարբեր հաճախականությամբ դրսևորվող գործոններով:

Պարենային ապրանքների ներմուծման կառուցվածքը և ինքնաբավության մակարդակը: Հայաստանում մի շարք պարենային ապրանքների դեպքում առկա է ինքնաբավության ոչ բավարար մակարդակ, որը չափվում է արտադրություն/(արտադրություն+ներմուծում-արտահանում) հարաբերակցությամբ: Ցածր ինքնաբավությունը շատ զգալի է դարձնում արժեզրկման դեպքում

քում գնաճի ազդեցությունը՝ հաշվի առնելով ներմուծման մեծ տեսակարար կշիռը սպառման մեջ, իսկ բարձրը կարևոր է պարենային անվտագության, բնակչության զբաղվածության ապահովման առումով: Աղյուսակ 1-ում ներկայացված են պարենային ապրանքների ինքնաբավության մակարդակները՝ կախված երկրի բնակլիմայական պայմաններից, ձևավորված ավանդույթներից և այլ պատճառներից: Հացահատիկի ինքնաբավության մակարդակը ցածր է. ցորենինը՝ 31,5 %, տարեկանինը՝ 65,6%, եգիպտացորենինը՝ 9,8%: Միայն տարեկանի և գարու դեպքում է ցուցանիշը բավական բարձր, թեև ոչ 100%: Բանջարեղենի, մրգի, ձկան դեպքում առկա է լրիվ ինքնաբավություն՝ արտադրության ծավալն արտադրության և զուտ արտահանման հանրագումարից բարձր է: Հատիկաընդեղենային մշակաբույսերի, բուսական յուղի, մսի տեսակների դեպքում՝ բացի ոչխարի մսից, ինքնաբավությունը ցածր է:

Աղյուսակ 1. Պարենային ապրանքների ինքնաբավությունը 2019 թ.¹

Ապրանքախմբի անվանումը	Ինքնաբավության աստիճանը
Ցորեն	31,5
Տարեկան	65,6
Գարի	97,4
Վարսակ	85,6
Եգիպտացորեն	9,80
Բրինձ	0
Այլ հատիկավորներ	82,9
Կարտոֆիլ	102,6
Բանջարեղեն և բոստան	104,7
Միրգ և հատապտուղ (բացի խաղողից)	108,9
Հատապտուղներ	69,2
Հատիկաընդեղենային մշակաբույսեր	38,6
Բուսական յուղ	2,2
Շաքար	68,6
Ձու	99,5
Կաթ	86,8
Տավարի միս	89,2
Խոզի միս	53,5
Ոչխարի և այծի միս	128,6
Թռչնի միս	26,6
Ձուկ	109

¹ Աղյուսակը կառուցվել է ՀՀ Վիճ. կոմ. տվյալներով՝ <https://armstat.am>

Աղյուսակ 2-ում ներկայացված են 17 պարենային ապրանքախմբերի ներմուծման կառուցվածքը՝ ըստ երկրների խմբերի: Այդ ապրանքախմբերից 10-ի դեպքում ՌԴ-ի տեսակարար կշիռը ներմուծման կառուցվածում գերազանցում է 35%-ը, իսկ 6-ի դեպքում՝ 50%-ը: Կարևորագույն նշանակություն ունեցող հացահատիկի դեպքում ՌԴ-ի կշիռը կազմում է 85%, իսկ Ուկրաինայինը՝ մոտ 5,5%: 4 ապրանքախմբերի ներմուծման կառուցվածքում ԵՄ տեսակարար կշիռը գերազանցում է 20%-ը, իսկ ընդամենը մեկի դեպքում՝ 35%-ը: Այլ, այսինքն՝ ոչ ԱՊՀ և ոչ ԵՄ երկրների տեսակարար կշիռը 10 ապրանքախմբերում 20, իսկ 7-ի դեպքում՝ 35, իսկ 5-ի դեպքում՝ 50-ից ավելի է:

Աղյուսակ 2. Մի շարք պարենային ապրանքների, նաև սիգարետի ներմուծման կառուցվածքը՝ ըստ երկրների 2019թ.¹

Ապրանքախմբի անվանումը	ԵԱՏՄ	ՌԴ	ԱՊՀ այլ	Ուկրաինա	ԵՄ	Այլ
Միս և մսից ենթամթերք	11,83	10,39	23,82	23,82	8,05	56,30
Կաթ և կաթնամթերք, թռչնի ձու, բնական մեղր և այլ կենդանական ծագման սննդամթերք	35,42	13,25	25,32	25,31	20,04	19,22
Այլ կենդանական ծագման ապրանքներ	2,25	2,20	0,51	0,51	81,88	15,36
Բանջարեղեն և այլ կերային արմատապտուղներ և ելապտուղներ	28,34	14,86	1,59	0,13	9,69	60,39
Ուտելի մրգեր և ընկույզներ, ցիտրուսային կամ բոստանային մշակաբույսերի կեղևներ և կլեպներ	1,78	1,72	2,65	1,80	0,73	94,84
Սուրճ, թեյ, մատե, այլ համեմունքներ	7,81	7,80	0,00	0,00	3,31	88,87
Հացահատիկներ	85,26	85,19	5,44	5,44	0,25	9,06
Ալյուրոսային ձվարեղենային արտադրանք, ածիկ, օսլա, ինուլին և այլն	87,47	84,37	0,00	0,00	4,35	8,18
Կենդանական և բուսական ծագման յուղեր և ճարպեր, սննդային ճարպեր, մեղրամոմ	76,57	76,33	6,49	6,49	10,26	6,68
Մսից, ձկներից և այլ ծովային անողնաշարավորներից արտադրանք	42,05	38,70	4,15	4,15	12,51	41,30
Շաքար և հրուշակեղեն շաքարից	36,41	35,23	16,31	16,24	4,80	42,48
Կակաո և դրանից պատրաստված մթերք	53,56	52,20	10,25	9,69	17,77	18,42
Ցորենից, ալյուրից, օսլայից և կաթից պատրաստված ապրանք, ալյուրից հրուշակեղեն	58,12	57,37	14,23	14,11	23,15	4,50
Բանջարեղենի, պտուղների, ընկույզների և բույսերի մասերի վերամշակումից մթերք	39,41	39,20	3,56	2,93	32,50	24,53
Այլ տարբեր սննդամթերք	54,43	53,86	2,51	2,51	19,50	23,56
Ոգելից և ոչ ոգելից ըմպելիքներ և քացախ	45,12	43,37	16,01	11,85	14,79	24,08
Ծխախոտ և ծխախոտի արդյունաբերական	10,07	10,07	18,62	18,62	6,88	64,43

¹ Աղյուսակը կառուցվել է ՀՀ Վիճակարության կոմիտեի տվյալների հիման վրա՝ f

փոխարինողներ

Հեղադրության մեթոդաբանություն: Հետազոտությունը իրականացվել է սպեկտրալ վերլուծության միջոցով: Դիտարկենք ժամանակային շարք, որը կազմված է y_1, y_2, \dots, y_T T հատ դիտարկումներից (James D. Hamilton, 1994, էջ 152-163): Այդ շարքի սպեկտրը ω հաճախականության համար կարելի է որոշել հետևյալ կերպ՝

$$s_y(\omega) = \frac{1}{2\pi} \sum_{j=-T+1}^{T-1} \hat{y}_j e^{-i\omega j} = \frac{1}{2\pi} \sum_{j=-T+1}^{T-1} \hat{y}_j (\cos(\omega k) - i * \sin(\omega k)) :$$

որտեղ \hat{y}_j -ն այդ շարքի j-րդ կարգի ավտոկովարիացիան է: Պատկերի մակերեսի կրկնապատիկը, որը սահմանափակված է սպեկտրի արժեքներից կազմված պարբերագրով, հավասար է տվյալ շարքի վարիացիային.

$$\hat{y}_0 = \int_{-\pi}^{\pi} s_y(\omega) d\omega = 2 \int_0^{\pi} s_y(\omega) d\omega :$$

y_t շարքը կարելի է ներկայացնել հետևյալ կերպ՝

$$y_t = \bar{y} + \sum_{j=1}^M \{ \hat{\alpha}_j \cos[\omega_j(t-1)] + \hat{\delta}_j \sin[\omega_j(t-1)] \}, \quad (1)$$

որտեղ y -ը y շարքի միջինն է, $M = \frac{T-1}{2}$, $\omega_j = \frac{2\pi j}{T}$, T-ն կենտ թիվ է:

α_j և δ_j M հատ գործակիցները գնահատվում են Փոքրագույն քառակուսիների մեթոդով (OLS): ω_j հաճախականության համար պարբերագրի արժեքները որոշվում է հետևյալ բանաձևով՝

$$s_y(\omega_j) = \frac{T}{2\pi} [\alpha_j^2 + \delta_j^2] :$$

Կրոս-սպեկտրալ վերլուծության միջոցով հնարավոր է գնահատել, թե երկու ժամանակային շարքերի կովարիացիայի մեջ տարբեր հաճախականության ցիկլերը որքան մասնաբաժին ունեն:

X և Y շարքերի կրոս սպեկտրը¹ ω հաճախականության համար որոշվում է հետևյալ բանաձևով (James D. Hamilton, 1994, էջ 268-274)՝

$$s_{YX}(\omega) = \frac{1}{2\pi} \sum_{k=-\infty}^{\infty} \gamma_{YX}^{(k)} \{ \cos(\omega k) - i * \sin(\omega k) \}, \text{ որտեղ}$$

¹ James D. Hamilton, Time Series Analysis, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 1994, էջ 268-274.

$$\gamma_{YX}^{(k)} = E(Y_t - \mu_Y)(X_{t-k} - \mu_X)$$

Կրոս սպեկտրի իրական մասը կոչվում է կոսպեկտր՝

$$c_{YX}(\omega) = \frac{1}{2\pi} \sum_{k=-\infty}^{\infty} \gamma_{YX}^{(k)} \cos(\omega k):$$

X և Y շարքերի կովարիացիան կարելի է որոշել դրանց կոսպեկտրով սահմանափակված պատկերի մակերեսի միջոցով.

$$\int_{-\pi}^{\pi} c_{YX}(\omega) d\omega = E(Y_t - \mu_Y)(X_t - \mu_X):$$

X_t շարքը ևս կարելի է ներկայացնել այն կերպ, ինչպես ներկայացվել էր y_t շարքը.

$$x_t = \bar{x} + \sum_{j=1}^M \{ \hat{a}_j \cos[\omega_j(t-1)] + \hat{d}_j \sin[\omega_j(t-1)] \},$$

որտեղ \bar{X} -ը X շարքի միջինն է, $M = \frac{T-1}{2}$, $\omega_j = \frac{2\pi j}{T}$, T-ն շարքի երկարությունն է: α_j և d_j գործակիցները գնահատվում են Փոքրագույն քառակուսիների մեթոդով: Կոսպեկտրի արժեքները ω_j հաճախականության համար կարելի է որոշել հետևյալ բանաձևով՝

$$c_{yx}(\omega_j) = \frac{T}{8\pi} [\alpha_j \alpha_j + d_j \delta_j]:$$

Հեղափոխության արդյունքները: Դիտարկված են դոլար/դրամ, եվրո / դրամ և ռուբլի/դրամ փոխարժեքների՝ ամիսը նախորդ ամսվա համեմատ աճի տեմպերը 2000թ հունվարից մինչև 2020թ. մայիսը ընդգրկող ժամանկահատվածի համար. դիտարկվել են 245 ամսվա տվյալներ¹: Դոլար/դրամ փոխարժեքի տատանողականությունը ամենափոքրն է, որին հաջորդում է եվրո / դրամ փոխարժեքը, իսկ ամենամեծ տատանողականությունը ունի ռուբլի / դրամ փոխարժեքը: Նշված փոխարժեքների վարիացիան առավելապես պայմանավորում են 3-10 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանները, որոնց մասնաբաժինը եվրո/դրամ և ռուբլի/դրամ փոխարժեքների դեպքում գերազանցում է 50%-ը, իսկ դոլար/դրամ փոխարժեքի դեպքում՝ 43%-ը: Մինչև 3 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանները պայմանավորում են դոլար/դրամ և եվրո

¹ <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx>

/ դրամ փոխարժեքների տատանողականության մոտ 25%-ը, իսկ ռուբլի/դրամ փոխարժեքի դեպքում դրանց մասնաբաժինը ավելի փոքր է՝ 15%: Սեզոնային գործոնները ամենամեծ ազդեցությունն ունեն ռուբլի/դրամ փոխարժեքի վարիացիայի դեպքում: 14-48 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանների մասնաբաժինը բոլոր փոխարժեքների դեպքում կազմում է 11-13%, իսկ 3 տարուց ավել տևողությամբ պարբերաշրջանները ամենամեծ ազդեցությունն ունեն դոլար/դրամ փոխարժեքի դեպքում, որոնց մասնաբաժինը ավելի քան 10% է, իսկ մյուս փոխարժեքների դեպքում փոքր է 5 %-ից: Հայաստանի գնաճի տատանողականության մեջ մինչև 3 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանների մասնաբաժինը կազմում է 10,77%, իսկ 3-10 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանների մասնաբաժինը՝ 41,68%, իսկ ամենամեծ մասնաբաժինն ունեն 10-14 ամսյա պարբերաշրջանները, որոնց կշիռը կազմում է 42.04%: Ցածր հաճախականային պարբերաշրջանները գնաճի տատանողականության ընդամենը 5.5%-ն են պայմանավորում (Մերուժան Ասլանյան, 2020, էջ 7): 10-14 ամսյա պարբերաշրջանների մասնաբաժինը գնաճի մեջ անհամեմատ մեծ է, քան փոխարժեքների դեպքում, այսինքն՝ այլ գործոններ են պայմանավորում տատանողականության այդ մասնաբաժինը: Մինչդեռ 3-10 ամսյա պարբերաշրջաններինը գնաճի և եվրո/դրամի դեպքում շատ փոքր են տարբերվում:

Աղյուսակ 3. Հայաստանի գնաճի և մի քանի փոխարժեքների վարիացիայի մեջ տարբեր տևողության պարբերաշրջանների մասնաբաժինը¹

Պարբերաշրջան	Հայաստանի գնաճ	Եվրո/դրամ	Ռուբլի/դրամ	Դոլար/դրամ
մինչև 3 ամիս	10,77	25,59	15,07	24,53
3-10 ամիս	41,68	51,26	54,58	43,17
10-14 ամիս	42,04	5,86	15,53	8,77
14-48 ամիս	4,32	12,72	10,97	12,91
ավելի քան 48 ամիս	1,19	4,58	3,85	10,62
Ընդամենը	100,00	100,00	100,00	100,00
Վարիացիա	2,49	8,59	12,94	3,71

Կովարիացիայի գործակիցը ամենաուժեղ կապն է բնորոշում ընդհանուր գնաճի և եվրո/դրամ փոխարժեքի դեպքում, իսկ ընդհանուր գնաճ և դոլար / դրամ փոխարժեք, ընդհանուր գնաճ և ռուբլի/դրամ ցուցանիշների կովարիա-

¹ Աղյուսակը կառուցվել է հեղինակի հաշվարկների հիման վրա

ցիան համապատասխանաբար կրկնակի և եռակի փոքր է (Աղյուսակ 4): Դոլար/դրամ և ՍԳԻ-ի և ռուբլի/դրամ փոխարժեքների և ՍԳԻ-ի կովարիացիայի գործակիցների գերակշիռ մասը պայմանավորում են 10-14 ամսյա պարբերաշրջանները, այսինքն՝ սեզոնային գործոնների դերը զգալի է: Ցածր հաճախականային պարբերաշրջանների մասնաբաժինը աննշան է: ՍԳԻ և եվրո/դրամ փոխարժեքի կովարիացիայի մեջ ամենամեծ մասնաբաժինն ունեն 3-10 ամսյա պարբերաշրջանները, որին հաջորդում են 10-14 ամսյա պարբերաշրջանները, իսկ ցածր հաճախականայինների մասնաբաժինը շատ փոքր է:

Աղյուսակ 4. Գնաճի և տարբեր փոխարժեքների կովարիացիայի մեջ տարբեր տևողությամբ պարբերաշրջանների մասնաբաժինը¹

Պարբերաշրջան	մինչև 3 ամիս	3-10 ամիս	10-14 ամիս	14-48 ամիս	ավելի քան 48 ամիս	Կովարիացիա կամ բոլոր պարբերաշրջանները
ՍԳԻ, դոլար/դրամ	0,148	0,119	0,304	-0,044	0,005	0,531
ՍԳԻ, եվրո/դրամ	0,124	0,449	0,337	0,086	0,038	1,033
ՍԳԻ, ռուբլի/դրամ	0,066	0,009	0,246	0,018	0,011	0,349
Պար. ապր. գնաճ, դոլ./դրամ	0,273	0,064	0,510	-0,096	-0,024	0,728
Պար. ապրանքների գնաճ, եվրո/դրամ	0,248	0,522	0,498	0,074	0,031	1,373
Պար. ապրանքների գնաճ, ռուբլի/դրամ	0,130	- 0,325	0,360	-0,028	0,032	0,170
Ոչ պար. ապրանքների գնաճ, դոլար/դրամ	0,057	0,122	0,081	0,069	0,057	0,386
Ոչ պար. ապրանքների գնաճ, եվրո/դրամ	0,087	0,166	0,114	0,167	0,013	0,547
Ոչ պար. ապրանքների գնաճ, ռուբլի/դրամ	0,101	0,680	0,109	0,157	0,007	1,054
Ծառ. երի գնաճ, դոլար/դրամ	-0,050	0,165	0,039	0,014	0,032	0,200
Ծառ. երի գնաճ, եվրո/դրամ	-0,095	0,293	0,049	0,067	0,023	0,338
Ծառ. երի գնաճ, ռուբլի/դրամ	-0,077	0,224	0,071	0,021	-0,025	0,215

Պարենային ապրանքների գնաճն ու ծառայությունների գնաճը ամենաուժեղ կապն ունեն եվրո/դրամ փոխարժեքի հետ, իսկ ոչ պարենայինը՝ ռուբլի/դրամի: Ոչ պարենային ապրանքների գնաճի դեպքում ևս եվրո/դրամ փոխարժեքի հետ կովարիացիան ավելի մեծ է, քան դոլար/դրամի հետ: Պարենային ապրանքների գնաճի և նշված 3 փոխարժեքների կովարիացիայի ցուցանիշների մեջ մեծ մասնաբաժին ունեն 10-14 ամսյա պարբերաշրջանները:

¹ Աղյուսակը կառուցվել է հեղինակի հաշվարկների հիման վրա

Ոչ պարենային ապրանքների և նշված փոխարժեքների, ծառայությունների գնաճի և այդ փոխարժեքների կովարիացիայի ցուցանիշների մեծ մասը պայմանավորում են 3-10 ամսյա պարբերաշրջանները, ընդ որում ծառայությունների գնաճի դեպքում՝ մինչև 3 ամսյա՝ բացասական մասնաբաժին:

Եզրակացություն. Բարձր հաճախականային պարբերաշրջանները պայմանավորում են դոլար/դրամ և եվրո/դրամ փոխարժեքների տատանողականության մոտ 25%-ը, իսկ ռուբլի/դրամ փոխարժեքի դեպքում դրանց մասնաբաժինն ավելի փոքր է՝ 15%: Սեզոնային գործոնները ամենամեծ ազդեցությունն ունեն ռուբլի/դրամ փոխարժեքի վարիացիայի դեպքում: Ցածր հաճախականային պարբերաշրջանները ամենամեծ մասնաբաժինն ունեն դոլար / դրամ փոխարժեքի դեպքում. վարիացիան առավելապես պայմանավորում են 3-10 ամսյա պարբերաշրջանները, որոնց մասնաբաժինը եվրո/դրամ և ռուբլի / դրամ փոխարժեքների դեպքում գերազանցում է 50%-ը, իսկ դոլար/դրամ փոխարժեքի դեպքում՝ 43%-ը: Կովարիացիայի գործակիցն ամենաուժեղն է ընդհանուր գնաճի և եվրո/դրամ փոխարժեքի դեպքում: Դոլար/դրամ փոխարժեքի և ՍԳԻ-ի և ռուբլի/դրամ փոխարժեքի և ՍԳԻ-ի կովարիացիայի գործակիցների գերակշիռ մասը պայմանավորում են 10-14 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանները, այսինքն՝ սեզոնային գործոնների դերը նշանակալի է: Ցածր հաճախականային պարբերաշրջանների մասնաբաժինը աննշան է: ՍԳԻ և եվրո/դրամ փոխարժեքի կովարիացիայի մեջ ամենամեծ մասնաբաժինն ունեն 3-10 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանները, որին հաջորդում են 10-14 ամիս տևողությամբ պարբերաշրջանները, իսկ ցածր հաճախականային պարբերաշրջանների մասնաբաժինը շատ փոքր է: Պարենային ապրանքների գնաճն ու ծառայությունների գնաճը ամենաուժեղ կապն ունեն եվրո/դրամ փոխարժեքի հետ, իսկ ոչ պարենային ապրանքների գնաճը՝ ռուբլի/դրամ փոխարժեքի հետ:

Գրականություն

James D. Hamilton, Time Series Analysis, Princeton University Press, Princ., New Jersey, 1994)

ՀՀ ԿԲ արտ. հաստատվածի վիճակագրությունը՝ <https://www.cba.am>

ՀՀ վիճակագրական կոմիտե՝ https://armstat.am/file/article/f_sec_2_2020_3.pdf

Մ. Ասլանյան, Հայաստանի և որոշ գործընկեր երկրների գնաճի տատանողականության գնահատումը սպեկտրալ վերլուծության միջոցով, Հանրային կառավարում գիտական հանդես, Երևան, 2020

Մ. Ասլանյան, Պարենային ապրանքների, նավթի գնաճի և Հայաստանի գնաճի սպեկտրալ վերլուծությունը, ԱՅԼԸՆՏՐԱՆՔ գիտական հանդես, Երևան, 2020

Մերուժան ԱՍԼԱՆՅԱՆ

Հայաստանում գնաճի և որոշ փոխարժեքների տատանողականության գնահատումը սպեկտրալ վերլուծության միջոցով

Բանալի բառեր. գնաճ, պարբերաշրջան, վարիացիա, կոսպեկտր, կովարիացիա

Հոդվածում սպեկտրալ վերլուծության միջոցով գնահատվել են դոլար/դրամ, եվրո/դրամ և ռուբլի դրամ փոխարժեքների վարիացիայի մեջ տարբեր տևողության պարբերաշրջանների մասնաբաժինը: Քանի որ ներմուծվող բազմաթիվ պարենային և ոչ պարենային ապրանքներ մեծ մասնաբաժին ունեն սպառման մեջ, ազգային արժույթը արժեզրկումը ուղղակիորեն հանգեցնում է գնաճի, հետևաբար կարևոր նշանակություն ունի պարզել, թե ինչպիսի կապ է առկա այդ փոխարժեքների և ընդհանուր գնաճի, ինչպես նաև պարենային, ոչ պարենային ապրանքների և ծառայությունների գնաճի միջև: Այս հոդվածում կրոս սպեկտրալ վերլուծության միջոցով գնահատվել է այդ կապը նկարագրող կովարիացիայի գործակցի մեջ տարբեր տևողության պարբերաշրջանների մասնաբաժինը:

Meruzhan ASLANYAN

The estimation of the variation of the inflation and some exchange rates in Armenia through spectral analysis

Key words: inflation, period, variation, spectrum, covariation

In the article, using spectral analysis, the portions of variation in the exchange rates of the dollar-dram, euro-dram, ruble-dram were estimated, which are attributed to the cycles with different durations. Since many imported food and non-food products account for a large share of consumption, the depreciation of the national currency directly leads to inflation. In this article, using cross-spectral analysis, the portions of covariance between headline inflation and exchange rates and portions of the covariance between inflation of food, non-food products and services, and exchange rates were estimated, which are attributed to the cycles with different durations.

Меружан АСЛАНЯН

Оценка волатильности инфляции и некоторых обменных курсов в Армении с помощью спектрального анализа

Ключевые слова: инфляция, период, вариация, спектр, ковариация

В статье с помощью спектрального анализа оценена доли вариации обменных курсов доллар-драм, евро-драм, рубль-драм, которые относятся к циклам разной продолжительности. Поскольку многие импортируемые продукты питания и непродовольственные товары составляют большую долю в потреблении, обесценивание национальной валюты напрямую ведет к инфляции. В этой статье с помощью кросс-спектрального анализа была оценена доли ковариации между общей инфляцией и обменных курсов, а также доли ковариации между инфляций продуктов питания, непродовольственных товаров, услуг и обменных курсов, которые относятся к циклам разной продолжительности.

**ПРОБЛЕМА РАСПОЛОЖЕНИЯ ОТДЕЛА ПО УЛУЧШЕНИЮ
КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В СТРУКТУРЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ
КОМПАНИИ**

Арзик СУВАРЯН

Доктор экон.наук, профессор РАУ

Кристина АЙРАПЕТЯН

аспирант кафедры УТБ РАУ

Ключевые слова: клиентоориентированность, клиентский опыт, управление, система, клиент.

Введение. Современное состояние телекоммуникационной отрасли в большинстве стран мира, включая и Армению, характеризуется признаками стадии насыщения, так как проникновение сотовой связи превышает 100%, и абонентам присуща тенденция отказа от фиксированной связи в пользу беспроводной. Драйверами рынка остаются в основном интернет-услуги и услуги цифрового телевидения. Одновременно в отрасли повсеместно развивается процесс размывания продуктовых границ между фиксированной и сотовой связью, как в сфере голосовой связи, так и в области интернет-услуг. Практически все телекоммуникационные компании ориентируются на одни и те же потребительские сегменты. Все перечисленные факторы приводят к усилению конкуренции между операторами в каждом сегменте, телекоммуникационными компаниями между собой и с компаниями отрасли информационных технологий.

При таких конкурентных условиях с учётом роста требований клиентов к качеству предлагаемых услуг многим усложнились процессы сохранения и привлечения клиентов, так как традиционные методы и подходы классического маркетинга к разрешению данного вопроса с тем же успехом применяются всеми конкурирующими компаниями телекоммуникационной отрасли, вследствие чего они теряют конкурентное преимущество в рамках данного вопроса.

В подобной ситуации наиболее актуальным и эффективным решением является замена классического маркетингового подхода на клиентоориентированный. Клиентоориентированность по сути выступает в роли существенной характеристики конкурентоспособного бизнеса: конкурентоспособность есть результат соответствия компании требованиям рыночной конъюнктуры, а клиентоориентированность – соответствие и превосходство ожиданий каждого клиента в индивидуальном порядке, а не рынка в целом. Здесь клиентоориентированность представляется некой философией, которую важно претворить в жизнь посредством конкретных действий. С этой целью необходимо сформировать организационную единицу в лице отдела по улучшению клиентского опыта, проблема расположения которого и является предметом исследования данной статьи.

Методология. В работе были использованы такие методы исследования, как наблюдение, сбор и обработка данных, анализ и обобщение. В качестве объекта анализа был взят отдел по улучшению клиентского опыта ЗАО «ВЕОН Армения».

Литературный обзор. Будучи участниками довольно капиталоемкой отрасли, большинство крупных телекоммуникационных компаний имеют раздутую организационную структуру с высокой степенью бюрократизации и формализации в вопросах согласования и принятия решений, а также осуществления процессов и процедур. Подавляющее большинство сотрудников таких компаний имеет консервативный тип мышления, не приобщённый к принятию нововведений. Несмотря на то, что высшее руководство компании в лице нескольких директоров может придерживаться политики продвижения прогрессивных методов работы в различных сферах деятельности компании, на среднем и низшем уровнях управления данная тенденция претерпевает спад.

Согласно Р.Оуэну и Л.Брукс для эффективного выполнения рассматриваемой структурной единицы своих обязательств по улучшению клиентского опыта компаниям следует инициировать определенные изменения в своей структуре а также в потоках операций между ее различными подразделениями, сотрудниками и связями между ними. На рисунке видно предложенные ими в книге «Answering the ultimate question» изменения в структуре клиентоориентированной компании.



Рисунок 1. Структура управления процессами улучшения клиентского опыта[1]

Как видно из рис. 1 группа по реализации программы, являющаяся структурной единицей занимающейся непосредственно вопросами улучшения клиентского опыта, находится в постоянной связи в управляющим комитетом и ответственными за реализацию активностей в функциональных подразделениях.

Роль управляющего комитета заключается в донесении до всех участников процесса идеи о том, что функциональные подразделения в равной мере с руководителями несут ответственность за анализ данных, разработку комплекса мероприятий, сфокусированных на повышении лояльности клиентов, и организацию деятельности в соответствии с полученными результатами. За генеральным директором закреплена ответственность за формулирование сути клиентоориентированной культуры, обеспечение сфокусированности всей компании на повышении лояльности клиентов, а также обеспечение внутренних и внешних стратегических коммуникаций. Куратор программы входит в совет директоров. Его обязанности заключаются в определении целей программы, ее бюджета и распределении ресурсов, привлечении всей компании к мнению клиентов посредством передачи информации об их проблемах и потребностях на высшие уровни управления, а также распространении информации о полученных результатах. Куратор подчинен непосредственно генеральному директору.

Группа по реализации программы состоит из команды специалистов, которые реализуют и координируют процесс улучшения клиентского опыта. Группа занимается разработкой «дорожной карты» программы, определяет ее стратегию и составляет план, определяет приоритетность задач, оценивает аргументы за и против. В ее обязанности также входит обеспечение функциональных подразделений инструментами и информацией для осуществления собственно функциональных обязанностей с учетом клиентоориентированных ценностей системы. Помимо прочего группа имеет право наделять полномочиями лидеров кросс-функционального взаимодействия, а также обучать их продвижению клиентоориентированных ценностей в своих подразделениях. Во многих случаях такая команда выполняет функции аналитического центра, поэтому ее члены выступают также в роли внутренних консультантов.

В качестве лидеров кросс-функционального взаимодействия обычно выступают менеджеры высшего и среднего звеньев на уровне функциональных подразделений, но существуют веские доводы в пользу того, чтобы ими были рядовые сотрудники, а не менеджеры. Они обеспечивают обучение и подготовку сотрудников основам клиентоориентированности в собственных подразделениях, определяют релевантные данные и процесс их распространения в компании, помогают своим подразделениям собирать данные, интерпретировать их и действовать в соответствии с ними, а также анализируют успехи и неудачи системы.

Лицами, ответственными за реализацию программы на уровне функциональных подразделений, являются операционные менеджеры подразделений. На основании обратной связи клиентов, ими предпринимаются конкретные действия для решения возникших проблем и, соответственно, направленные на повышение по-

казателя лояльности. Они также обеспечивают соответствие ключевых индикаторов эффективности и показателя лояльности целям и задачам программы улучшения клиентского опыта, а также системе мотивации работников. Так, изменения в организационной структуре, инициируемые процессами улучшения клиентского опыта, способствуют вовлечению в программу сотрудников и менеджеров всех уровней, возлагая на них определенные обязательства и полномочия. В итоге клиентоориентированность постепенно встраивается и в корпоративную культуру.

Анализ. Одна из основных проблем системы управления клиентоориентированностью в телекоммуникационной компании ЗАО «ВЕОН Армения» – это неполноценность структуры проекта по улучшению клиентского опыта. Обратившись к рисунку 2, можно увидеть, что формально под непосредственным руководством менеджера проекта находится лишь 1 участник проекта – стажёр, специалист же формально находится под руководством Генерального Директора, несмотря на то, что по факту подчинён руководителю проекта, а наличие рабочей группы не отменяет необходимости в проектных полномочиях.

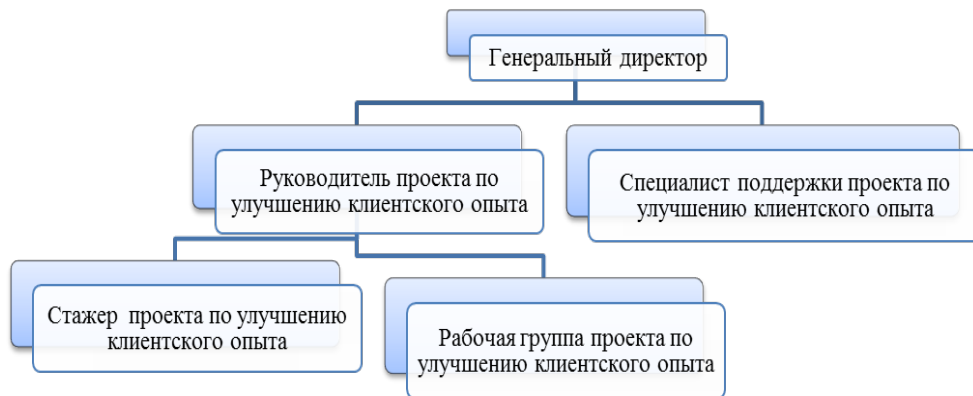


Рисунок 2. Структура проекта по улучшению клиентского опыта

Взаимодействие с рабочей группой происходит следующим образом: специалист и стажер проекта анализируют обратную связь с клиентами, затем осуществляют рассылку проанализированной обратной связи, распределённую по различным специалистам рабочей группы в соответствии с их функциональной принадлежностью. На собраниях рабочей группы, проводимых раз в месяц, а также, если существует необходимость, при индивидуальных встречах некоторых участников рабочей группы с членами проекта происходит обсуждение возникших проблем и принятие определённых решений. На данном этапе полномочия проекта по улучшению клиентского опыта заканчиваются, т. е. члены рабочей группы формально не подотчётны руководителю проекта, и, в первую очередь работают над собственными функциональными вопросами, оставляя приоритет не в пользу разре-

ния операционных и структурных проблем, связанных с совершенствованием клиентоориентированности. Подобная ситуация создаёт следующий дисбаланс: проблемы выявляются, разрабатываются механизмы их разрешения, принимаются конкретные решения, но сама реализация затягивается на долгий период, так как специалисты рабочей группы, в зоне непосредственного функционального влияния которых возможно разрешить проблемы клиентов, не подотчётны руководителю проекта и имеют другие приоритеты.[2] В то время как проекту не хватает ресурсов, и они не имеют полномочий вмешиваться в работу функциональных подразделений.

Раз в 2 месяца проект организует заседания комитета по клиентскому опыту, в котором принимают участие все менеджеры институционального звена компании, а также руководители функциональных подразделений, вовлечённых в работу проекта. На заседаниях обсуждаются результаты проделанной работы, а также поднимаются вопросы и проблемы, полученные благодаря обратной связи клиентов. Так голос клиентов телекоммуникационной компании достигает топ-менеджмента компании.[3]

Для совершенствования системы управления клиентоориентированностью рекомендуется сформировать отдельное функциональное подразделение, ответственное за совершенствование клиентоориентированности, а также наделить его полномочиями для воздействия на отдельных специалистов из остальных функциональных подразделений, представляющих голос клиента в собственных отделах.[4] Если же клиентоориентированность будет внедрена без формирования отдельного органа, несущего ответственность за управление ей, то она не сможет перейти от философии и бизнес-концепции к конкретным действиям и, более того, системе. К тому же наличие управляющего органа обеспечит доверие к системе со стороны сотрудников, так как наличие, буквально, визуального подтверждения реализации идеи клиентоориентированности в компании значительно усмиряет пыл скептически настроенных сотрудников.

Но нельзя допустить укоренения в сознании сотрудников компании идеи о том, что совершенствование клиентоориентированности – работа и прерогатива лишь данного подразделения. С этой целью необходимо периодически пропагандировать мысль того, что совершенствование клиентоориентированности – это работа и обязанность каждого сотрудника и менеджера компании.

Отдел, непосредственно занимающийся вопросами совершенствования клиентоориентированности, помимо прочего должен иметь право вето при процессах разработки новой продукции, услуг, стандартов, процедур и т. п., так как клиентоориентированность предполагает предоставление не только клиентоориентированного сервиса, но и клиентоориентированного продукта. Начиная со стадии

разработки продукции, сотрудники данного отдела должны быть так же вовлечены в этот процесс, как и специалисты других отделов, занимающихся разработкой.[5]

Следует усовершенствовать организационную структуру компании относительно проекта по улучшению клиентского опыта и привести её к виду, соответствующему рисунку 3.

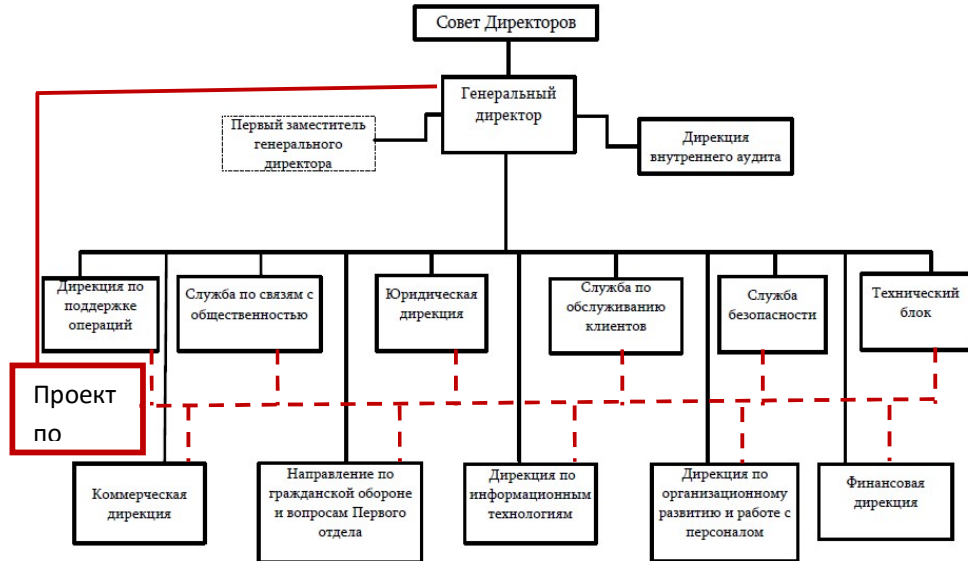


Рисунок 3. Модифицированная структура телекоммуникационной компании.

Красными пунктирными линиями на рис. 3 отмечена формальная подчинённость участников рабочей группы проекта – специалистов из дирекций и функциональных подразделений компании, руководителю проекта.

Необходимо усовершенствовать и структуру самого проекта, приведя её к виду, изображённому на рисунке 4, а также наделить проект непосредственно проектными полномочиями.

Наличие проектных полномочий позволит руководителю проекта более эффективно следить за ходом осуществления определённых операционных или структурных преобразований, инициированных на основе обратной связи клиентов, а также требовать выполнения работы у специалистов рабочей группы в конкретных сроках и темпе. Формальная подчинённость всех участников проекта, включая специалиста поддержки и членов рабочей группы, повысит оперативность принятия решения и эффективность их реализации.[6]

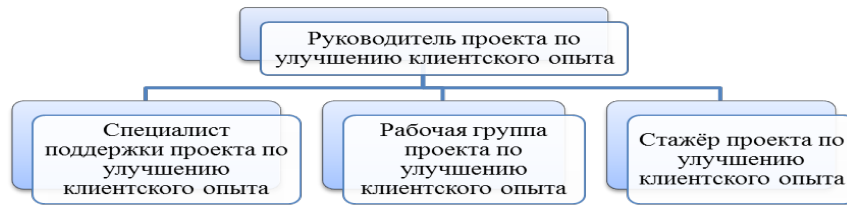


Рисунок 4. Модифицированная структура проекта по улучшению клиентского опыта телекоммуникационной компании

Модификация структуры проекта, в некоторой степени, также разрешит проблему преобладания частных интересов дирекций компании над общими целями, одной из которых и является совершенствование клиентоориентированности. Когда для участников рабочей группы в приоритете формально будет разрешение задач, делегированных им проектом по улучшению клиентского опыта и находящихся в области их непосредственного воздействия, тогда будет обеспечен вклад каждой дирекции компании в совершенствование клиентоориентированности.

Заключение. Таким образом, в результате анализа теоретического и практического материалов можно сделать вывод о том, что формирование и расположение структурной единицы – отдела по улучшению клиентского опыта, является одной из важнейших составляющих процесса совершенствования клиентоориентированности компаний. Для преуспевания в данном вопросе телекоммуникационной компании в силу особенностей структуры следует создать или, если он уже имеется, модифицировать рассматриваемый отдел, а также его расположение в структуре компании в соответствии с необходимостью передачи ему полномочий, позволяющих вовлекать в процесс совершенствования клиентского опыта сотрудников других дирекций, преобразовав эту деятельность во всеорганизационный процесс.

Список использованной литературы:

1. Richard Owen, Laura L. Brooks, «Answering the ultimate question», Москва, «Манн, Иванов и Фербер», 2016, стр. стр. 99
2. Диксон М., Делиси Р., Томан Н. «Всегда ваш клиент: Как добиться лояльности, решая проблемы клиентов за один шаг». Пер. с англ., Москва, 2015;
3. Frederick Reichheld, «The One Number You Need to Grow», «Harvard Business Review», 2003: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>.
4. Кокран К. «Нас много –потребитель один: ориентируемся на потребителя». Пер. с англ. А.Б. Болдина. –М.: РИА «Стандарты и качество», 2009.
5. Круз Кевин, Руди Карсан, «Компания мечты. Почему в успешных компаниях говорят «мы»», «Манн, Иванов и Фербер», 2012;
6. «Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь», Фред Райхельд, Роб Марки, Москва, 2013, стр. 195

Արզիկ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ, Քրիստինա ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ
Հաճախորդների փորձի բարելավման բաժնի տեղադրելու խնդիրը
հեռահաղորդակցման ընկերության կառուցվածքում

Բանալի բառեր. հաճախորդամետություն, հաճախորդի փորձ, կառավարում, համակարգ, հաճախորդ

Այս հետազոտական հոդվածը ուսումնասիրում է հաճախորդների փորձի բարելավման բաժնի տեղադրելու խնդիրը հեռահաղորդակցման ընկերության կառուցվածքում: Հոդվածում վերլուծվում է հեռահաղորդակցական ընկերության կառուցվածքի ներկա վիճակը ինչպես նաև տրվում են խորհուրդներ այն բարելավելու համար: Սրա հետ մեկտեղ, հոդվածում նաև առաջարկվում են մոտեցումներ հեռահաղորդակցական ընկերության կազմակերպական կառուցվածքը հաճախորդներին ուղղված տեսանկյունից բարելավելու վերաբերյալ: Ուսումնասիրության արդյունքում ապացուցվում է, որ համապատասխան բաժինը պետք է ունենա անհրաժեշտ լիազորություններ հաճախորդների փորձը բարելավելու գործընթացի համար: Տեսական հետազոտություններին զուգահեռ ներկայացված են նաև հեռահաղորդակցական ընկերության շրջանակներում գործնական հետազոտությունների արդյունքները:

Արզիկ СУВАРЯН, Кристина АЙРАПЕТЯН
Проблема расположения отдела по улучшению клиентского опыта в
структуре телекоммуникационной компании

Ключевые слова: клиентоориентированность, клиентский опыт, управление, система

Данная научная статья посвящена процессу исследования часто встречающейся проблемы расположения структурной единицы, департамента, который занимается вопросами улучшения клиентского опыта в телекоммуникационной компании. В статье проводится анализ текущего состояния организационной структуры телекоммуникационной компании. Вместе с этим в ней также предоставляются рекомендации относительно совершенствования организационной структуры телекоммуникационной компании с позиции клиентоориентированности. В статье доказывается важность наличия у соответствующего департамента необходимых полномочий для инициации улучшений в клиентском опыте. Наряду с теоретическими изысканиями представлены результаты практических исследований.

Arzik SUVARYAN, Kristina AYRAPETYAN
Problems of a customer experience management department location in a
structure of a telecommunication company

Key words: customer focus, customer experience, management, system, customer

This scientific article explores the issue of locating a customer experience management structural department in the organizational chart of a telecommunications company. The article provides an analysis of the current state of the organizational structure of a telecommunications company. It also illustrates recommendations for improving the organizational structure from a customer experience excellence perspective. This research paper also proves the importance of giving the appropriate department with the necessary authority to initiate improvements in the customer experience. Along with theoretical research, the article also presents the results of practical research within the framework of a telecommunications company.

ԽՈՇՈՐ ՆԱԽԱԳԾԵՐԻ ԻՐԱԳՈՐԾՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ԵՎ ԴՐԱՆՑ ՊԱՏՃԱՌՆԵՐԸ

Հրայր ՊԱՊՈՅԱՆ

Վանաձորի պետ. համալսարանի ԷԻԿ ամբիոնի վ.պ.
տնտեսագիտության թեկնածու

Բանալի բառեր. խոշոր նախագիծ, ծախսային շեղում, նախագծի մուլտիպլիկատիվ էֆեկտ, նախագծի թիմ, ենթակառուցվածքային նախագծեր

Խոշոր նախագծերը հանդիսանում են օրվա քաղաքական իշխանությունների երկրի զարգացման տեսլականների իրագործման հիմնական ուղիներից մեկը, որոնք շատ հաճախ ձգձգվում կամ նույնիսկ ձախողվում են տարբեր պատճառներով: Հայաստանում առկա է դրանց իրականացման և հաջողված և ձախողված օրինակներ: Ներկայացվող աշխատանքի նպատակն է ուսումնասիրել խոշոր նախագծերի բնույթը, դրանցում առաջացող հիմնական բարդությունները, իրագործման միջազգային փորձը և երկու խոշոր նախագծերի (մեկը՝ ձախողված, մյուսը՝ խնդրահարույց իրագործված) կյանքի կոչման ընթացքը:

Նախագիծն իրենից ներկայացնում է յուրահատուկ գործընթաց, որը բաղկացած է մի շարք համակարգված և վերահսկվող գործողություններից, իրենց սկզբնաժամկետներով և վերջնաժամկետներով և նախատեսված է հասնելու սահմանված խնդիրներին, միաժամանակ հաշվի առնելով ժամանակային, արժեքային և ռեսուրսային սահմանափակումները¹:

Ըստ մասշտաբի նախագծերը ընդունված է տարբերակել միկրոնախագիծ, մանր, միջին, մեզանախագիծ: Միկրոնախագիծը հիմնականում անհատական մտահղացումների ներկայացման միջոց է, որը ընդունվում է շրջապատի կողմից: Մանր նախագծերը մասշտաբով մեծ չեն, պարզ են և ծավալային սահմանափակություն ունեն: Այսպես, ամերիկյան պրակտիկայում մանր նախագծերը պահանջում են 10-15 մլն դոլարի կապիտալ ներդրումներ, իսկ աշխատուժի վրա կատարված ծախսերը մինչև 40-50 հազար դոլար: Մանր նախագծերի տիպիկ օրինակ է գործող արտադրամիջոցների մոդեռնիզացիան, իսկ առանձնահատկությունն այն է, որ նրանք թույլ են տալիս պար-

¹ Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. “Управление проектами”, 2004. էջ 19

զեցնել նախագծի մշակումն ու իրականացումը (պարզ գրաֆիկ, մեկ ղեկավար, պարտադիր չէ իրականացնող թիմի ձևավորումը և այլն):

Միջին նախագծերը գործնականում ամենատարածվածն են: Նրանք համեմատաբար ունենում են կարճ տևողություն՝ 2-5 տարի, պահանջում են նախագծի ենթահամակարգերի առավել մանրամասն մշակում և նախատեսում են առավել զգալի ծախսեր:

Մեզանախագծերը իրենցից ներկայացնում են իրար հետ փոխկապակցված նախագծերի մեկ միասնական համակարգ, որոնք ներառում են պետության մի քանի շրջանների, ընդգրկում են մեծ տարածքներ, ունեն համապետական նշանակություն, մեծ արժեք (որպես կանոն 1 մլրդ և ավելի, սակայն տնտեսության համար այն կարելի է դիտարկել սկսած 100 մլն դոլար) և զգալի քանակությամբ շահառուներ: Խոշոր նախագծերի ստեղծման առաջնահերթ ռազմավարական նպատակը սահմանված ժամանակահատվածում ստեղծված միջճյուղային համակարգում բարձր տնտեսական ակտիվության հասնելն է ինչպես պետության, այնպես էլ բոլոր շահառուների համար¹:

Ինչպես ցույց է տալիս վերլուծությունը, խոշոր նախագծերի իրականացման դրական կողմն այն է, որ դրանք նպաստում են ենթակառուցվածքային սահմանափակումների վերացմանը ինչպես նաև ծառայում են որպես մուլտիպլիկատոր՝ նպաստելով մի շարք ոլորտների զարգացմանը:

Պետք է նշել, որ վերջին շրջանում բացակայում է խոշոր նախագծերի հստակ դասակարգումը, ինչը, կապված է նրանց մշակման և իրականացման պրակտիկայի սահմանափակության հետ: Ներդրումային խոշոր նախագծերը, որպես կանոն դասակարգվում են ըստ մասշտաբի, իրականացման ժամկետների, ռեսուրսային սահմանափակումների, մասնակիցների և այլն²: Խոշոր նախագծերը, ի տարբերություն ավանդական նախագծերի, որոնց նպատակը ֆինանսական արդյունքն է, որպես կանոն նպատակ ունեն զարգացնել տնտեսությունը, ստեղծել ենթակառուցվածք (տրանսպորտային, սոցիալական), լուծել մի շարք սոցիալ-տնտեսական խնդիրներ, որոնք կնպաստեն տարածքի, երկրի, ռեգիոնի որակական զարգացմանը: Խոշոր նախագծի

¹ Пляскина Н.И. “Согласования стратегических интересов институциональных участников ресурсных мегапроектов”, [статья], 2014

² Калаврий Т. Ю. “Методические подходы к классификации мегапроектов социальноэкономического развития”, [статья], 2014.

իրականացման արդյունքը կարող է լինել նաև զուտ նյութական: Հաշվի առնելով խոշոր նախագծերի առանձնահատուկ բնույթը՝ անհրաժեշտություն է առաջանում լրացուցիչ մեխանիզմների կիրառման, որոնք բարձրացնում են վերջիններիս իրականացման արդյունավետությունը:

Միջազգային փորձի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ ռազմավարական խոշոր նախագծերում բիզնեսի ու իշխանության փոխհամագործակցության կազմակերպման համար ստեղծվում է կոորդինացնող մարմին, որը ձևավորում է մասնակիցների կազմը: Կորդինացնող մարմինը իրականացնում է խոշոր նախագծերի ղեկավարումն ու պետական համաձայնագրերի կնքումը¹: Խոշոր նախագծերի առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ դրա իրականացման ժամանակ այդ ռեգիոնի տնտեսությունը ունենում է մեծաքանակ (ոչ մշտական) աշխատուժի պահանջարկ, որը դադարում է աշխատանքների կատարումից հետո: Խոշոր նախագծերի հաջողությունը մեծապես կախված է դրանց տարբեր ռիսկերից պաշտպանվածությունից, որոնք պայմանավորված են ինչպես արտաքին միջավայրի գործոններով, այնպես էլ նախագծի բարդությամբ: Յուրաքանչյուր խոշոր նախագծի յուրահատուկ բընույթն ազդում է տիպիկ կամ առանձնահատուկ ռիսկերի առաջացման վրա, որոնց թվում են. մակրոտնտեսական, քաղաքական, աշխարհագրական, ինժեներական, տեխնիկական, ֆինանսական, կոմերցիոն, կազմակերպարարական, տարիֆային, հարկային, կոմպետենտային, կադրային, կոռուպցիոն, վարկանշային և այլն²:

Համաձայն The Economist-ի՝ ենթակառուցվածքի վրա կատարվող ծախսերը համաշխարհային ՀՆԱ-ի մեջ ունեն ամենամեծ ենթաբաժինը, և առաջիկա 10 տարիների համար դրանց վրա կծախսվի ավելի քան 22 տրիլիոն դոլար, ինչն էլ ավելի է ընդգծում ենթակառուցվածքային խոշոր նախագծերի պատշաճ կերպով պլանավորման ու իրականացման կարևորությունը³: Ինչպես գիտենք նախագծերի պատշաճ իրականացումը կարելի է ներկայացնել հետևյալ բանաձևով. նախագծի հաջողությունը = բյուջեի շրջանակներում և

¹ Пляскина Н.И. “Согласования стратегических интересов институциональных участников ресурсных мегапроектов”, [статья], 2014.

² Митрофанова А. В. – “Влияние фактора неопределенности на разработку и реализацию современных российских мегапроектов”, [статья], 2016

³ Bent Flyvbjerg – “Delusion and Deception in Large Infrastructure Projects: Two Models for Explaining and Preventing Executive Disaster”, 2009

ժամկետում նախատեսված արդյունքների ստացում (ներառյալ հաստատված փոփոխությունները)¹:

Խոշոր ենթակառուցվածքային նախագծերը, բնութագրվում են ժամկետային շեղումներով և գերաճախների առաջացմամբ: Վերջիններս հասնում են այն աստիճանի, որ արդեն միջոցների 50%-ի չափով գերաճախը սովորական է, 100%-ից ավելին՝ նույնպես: 20 երկրներում իրականացված ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ 10 նախագծից 9-ը ունենում են գերաճախ: Ինչպես նաև Հյուսիսային Ամերիկայի, Եվրոպայի և զարգացող երկրների նախագծերի ուսումնասիրությունները ցույց են տվել, որ շինարարական աշխատանքների միջին գերաճախը կազմում է 45%:

Լա-Մանշի թունելի (Eurotunnel) կառուցման իրական արժեքը 2 անգամ գերազանցել էր կանխատեսվածը: Ի սկզբանե, ծախսերի և ռիսկերի հետ կապված ապատեղեկատվության շնորհիվ սկսվել է նախագծի մեկնարկը, որի հետևանքով գրանցվել է 80% գերաճախ, իսկ շինարարական աշխատանքների ավարտը հետաձգվել է 10 տարով: 1959թ. Սիդնեյի օպերային թատրոնի շինարարությունը սկսվեց նախնական 7 մլն ավստրալիական դոլար նախագծային արժեքով, արդյունքում, օպերային թատրոնը բացվեց 1973 թվականին՝ նախատեսվածից 10 տարի անց, որն արժեցավ 107 մլն ավստրալիական դոլար: Այն ամբողջ աշխարհում գերաճախների ռեկորդ է սահմանել, որը կազմում էր 1400%: Ընդ որում դա նախագծի կրճատված տարբերակի գինն էր: Այս թիվը իր մեջ չի ներառում 2002թ. հատկացված 45 մլն դոլարը, որը նախատեսված էր այն բանի համար, որպեսզի շենքը ավելի համապատասխանեցվի Jorn Utzon-ի սկզբնական պլանին²: Բոսթոնական նախագիծը, որն իրենից ենթադրում էմ Big Dig գետնանցման կառուցումը, բացման ժամանակ իր բյուջեն գերազանցել է 275%-ով կամ 11 մլրդ դոլարով, որոնք հետագայում աճել են շինարարական սխալների պատճառով:

Ուսումնասիրելով խոշոր նախագծերի միջազգային փորձի վիճակագրությունը՝ պարզ է դառնում, որ նախագծերի 37%-ը ձախողվում են հստակ նպատակների և վերահսկողական կետերի բացակայության պատճառով, սակայն կան առավել լուրջ գործոններ, որոնց հետևանքով նվազում է խոշոր նախա-

¹ www.4pm.com/2019/05/26/project-failure/

² Фливиборг Б. - “Мегапроекты и риски: Анатомия амбиций”, 2014 — 288 с

գծերի իրականացման արդյունավետությունը¹: Հավանականությունն այն բանի, որ նախագիծը կձախողվի, ինչպես նաև թե որքան կլինի գերաճախսը, կապված է նախագծի տեսակից և ճյուղային պատկանելությունից (աղ. 1)².

Աղյուսակ 1. Տարբեր տեսակի նախագծերի իրագործման ցուցանիշները (միջին)

Ցուցանիշ	Ճանապարհ	Կամուրջ, Թունել	Էներգետիկ ա	Երկաթուղի	IT-նախագիծ	Օլիմպիական
Գերաճախս, %	20	34	36	45	107	156
Գերաճախսի հաճախականություն	9/10	9/10	6/10	9/10	5/10	10/10
Նախագծի հանձրման հետաձգումներ, %	38	23	38	45	37	0
Ժամկետ	5.5	8	5.3	7.8	3.3	7

Ինչպես երևում է, խոշոր նախագծերի դեպքում գերաճախսերը սովորական երևույթ են: Ենթակառուցվածքային տրանսպորտային նախագծերի իրականացման գերաճախսերի վերլուծությունը թույլ է տալիս անել հետևյալ եզրակացությունները.

- Միջոցների գերաճախսը բնորոշ է 10 նախագծից 9-ին,
- Միջոցների գերաճախս դիտվում է 5 մայրցամաքների 20 երկրներում,
- Միջոցների գերաճախսը դիտվում է վերլուծության 70 տարիներին, ընդ որում բյուջետային կանխատեսումների որակը չի բարելավվել:

Ընդհանուր առմամբ, կարող ենք եզրակացնել, որ եթե անգամ ելնենք այն հանգամանքից, որ ժամանակի ընթացքում կատարելագործվել են կանխատեսման մեթոդներն ու դրանք կազմողների որակավորումը, դա չի ազդել շինարարության գնի և փոխադրումների ծավալի կանխատեսման ճշգրտության վրա: Գրաֆիկ 1-ում ցույց է տրված նախագծերի 20-րդ դարի 111 խոշոր տրանսպորտային նախագծերի գերաճախսերը՝ տոկոսային հարաբերակցությամբ³: Ինչպես տեսնում ենք, նախագծերի թերաճախսի/գերաճախսի սահ-

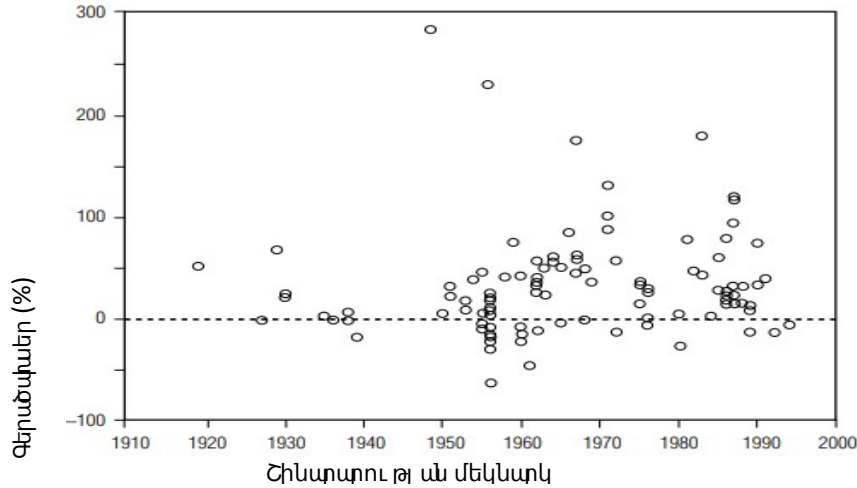
¹ Bent Flyvbjerg “Delusion and Deception in Large Infrastructure Projects: Two Models for Explaining and Preventing Executive Disaster”, 2009

² Жук А. А. “Международный опыт создания крупных инфраструктурных проектов” [статья], 2017

³ www.armeniasputnik.am/economy/20191026/20888055/hayastan-iran-elektrohaxrdman-nor-gsi-karucumn-uzum-en-minchev-2021--tvakann-avartel.html

մանը տատանվում է -30%-ից մինչև +50%: Տեսանելի է նաև այն, որ ժամանակի գործոնը առանձնապես չի ազդել նախագծերի՝ գերաճախսերի քչացման վրա, քայլեր չեն մշակվել, որպեսզի նախագծերի ծախսերի հաշվարկները լինեն մաքսիմալ իրատեսական:

SS ոլորտի ուսումնասիրությունները վկայում են, որ խոշոր նախագծերի



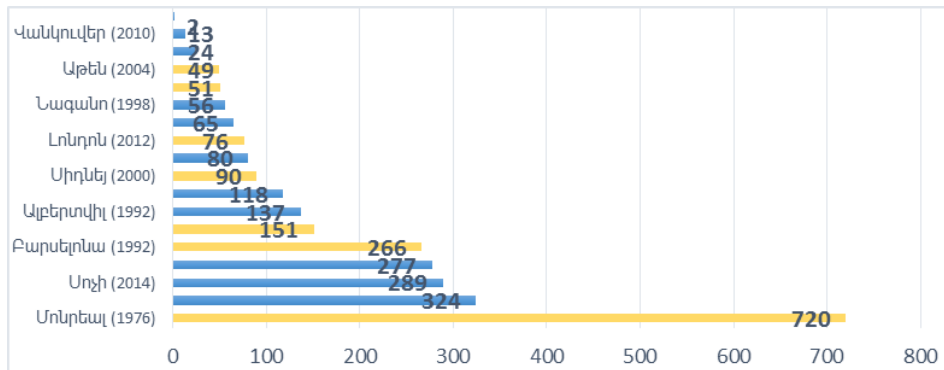
Գրաֆիկ 1. 20-րդ դարի 111 խոշոր սրամասորոտ ին նախագծերի գերաճախսերի տկոսայ ին հարաբերակցությունը ու նը

մեծ մասը դուրս են գալիս սկզբնական սահմաններից կամ չեն ավարտվում: PricewaterhouseCoopers-ը ուսումնասիրություն է իրականացրել 30 երկրի 200 տարբեր ոլորտների ընկերությունների 10640 նախագծերում և պարզվել է, որ ընկերությունների միայն 2.5 %-ն է 100%-ով իրականացրել իր նախագծերը: Իսկ Harvard Business Review-ում հրապարակված հոդվածում ուսումնասիրվել են 1471 SS նախագծեր, և պարզվել է, որ գերաճախսի միջին ցուցանիշը կազմում է 27%, յուրաքանչյուր 6-րդ նախագիծ ունեցել է ավելի քան 200% գերաճախս և գրաֆիկի մոտ 70% շեղում¹:

Բավական հետաքրքիր է օլիմպիական խաղերի նախագծերը: Աղյուսակ 1-ից երևում է, որ օլիմպիական խաղերը խոշոր նախագծերի շրջանում ամենամեծ գերաճախսերն են ունենում (միջինում 156%): Նրանցից 47%-ն ունեցել են ավելի քան 100%-ի գերաճախս: Ամառային խաղերի ամենամեծ գերա-

¹ Hardy-Vallee B., “The Cost of Bad Project Management”, 2012.

ծախսը եղել է Մոնրեալինը 1976թ. 720% (պահանջվել է 30 տարի պարտքը փակելու համար), այնուհետև Բարսելոնայինը 1992թ. 266%, իսկ ձմեռային խաղերին 1980թ. Լեյք Պլեսիդայում 324%, այնուհետև Սոչիինը 2014թ., որը կազմել է 289%: 2016թ. Ռիոյի օլիմպիական խաղերի գերածախսը կազմել է 51% կամ 1.6 մլրդ դոլար: Փաստորեն Օլիմպիական խաղեր իրականացնողներն իրենց վրա վերցնում են այն ռիսկը, որ ամեն դեպքում նախագծի իրականացումն ընթանալու է գերածախսի առաջացմամբ:



Գրաֆիկ 2. Օլիմպիական խաղերի գերածախսերը (%) 1960-2016 թթ.

Խոշոր նախագծերի իրագործման կամ թերի իրագործման որոշակի փորձ առկա է նաև Հայաստանում: Հաշվի առնելով աշխարհագրական դիրքը, ինչպես նաև տնտեսությանը զուրկ տալու անհրաժեշտությունը, մեծ նըշանակություն ունի խոշոր նախագծերի իրականացումը, որոնք ծառայում են որպես մուլտիպլիկատոր՝ նպաստելով մի շարք ոլորտների զարգացմանը, որի արդյունքում հնարավորություններ են ստեղծվում արտաքին տնտեսական կապերում մրցունակ դիրք գրավելու համար: Մենք քննարկել ենք խոշոր երկու նախագիծ, որոնք կարող էին ունենալ առանցքային նշանակություն:

Առաջինը Իրան - Հայաստան էլեկտրահաղորդման գծի կառուցման նախագիծն է, որն իրականացվում է Իրանի Արտահանման Զարգացման բանկի (ԻԱԶԲ) ֆինանսավորմամբ՝ Սանիր ընկերությունը: Հայաստանի ու Իրանի միջև գործում են 2 ԷՀԳ-եր՝ մինչև 220 կվ հզորությամբ: Նոր ԷՀԳ-ն, որը թվով 3-րդն է և ունի 400 կվ հզորություն, կծավի Մեդրիից մինչև Հրազդան, որտեղ Հրազդանի ՋԷԿ-ից մոտ 10 կմ հեռավորությամբ ծրագրվում է կառուցել 440/220 կվ ենթակայան: 400 կվ լարվածության գիծը կմեծացնի երկու երկրը-

ների միջև էներգետիկ հոսքերի հնարավորությունը՝ 350-1000 մվ-ով, ինչպես նաև կբարձրացնի Հայաստանի հարավում ու կենտրոնում էներգամատակարարման հուսալիությունն ու անվտանգությունը: Նախագծի արժեքը 107,9 միլիոն եվրո է, որի աշխատանքների ամբողջ ֆինանսավորումն իրականացնում է իրանական կողմը: Գումարի 77%-ը տրամադրելու է ԻԱԶԲ-ն, 23%-ը՝ շինարարության գլխավոր կապալառուն՝ իրանական Սունիր ընկերությունը:

Էլեկտրահաղորդման նոր գծի գաղափարն ի հայտ էր եկել դեռ 2000-ականների կեսերին: Համաձայնագրեր էին կնքվել և նախագծի իրականացման մեկնարկը պետք է լիներ 2012թ. օգոստոսին: Սակայն աշխատանքին խանգարեց 2012թ. իրանական նավթի վրա դրված եվրոպական էմբարգոն ու դրա պատճառով իրանական տնտեսության մեջ առաջացած դժվարությունները, որի հետևանքով ԻԱԶԲ-ն դադարեցրեց ֆինանսավորումը: Այնուհետև մի շարք բանակցություններից հետո 2015թ. օգոստոսից շարունակվեց նախագծի ֆինանսավորումը, իսկ շինարարական աշխատանքները պլանավորվում էր սկսել 2017թ. ապրիլ ամսվանից և ավարտել 2019թ. սեպտեմբերին¹: Սակայն 2017թ. նոր պատժամիջոցներ կիրառվեցին Իրանի նկատմամբ: Արդյունքում կրկին ֆինանսավորման խնդիրներ առաջացան, որի հետևանքով տուժեց շինարարական աշխատանքների ընթացքը: Պլանավորված էր, որ աշխատանքները պետք է ավարտին հասցվեն 2019թ. սեպտեմբերին, սակայն այդ ամսվա դրությամբ իրականացվել էին աշխատանքների մոտ 30%-ը: Այժմ վերջնաժամկետ սահմանվել էր 2020 թվականի վերջը:

Այսպիսով, այս նախագծի արդյունավետ իրականացման վրա ազդել են քաղաքական գործոնները, որոնք ամենաքիչ վերահսկելին են և որոնց հետևվանքով մի քանի տարով ձգձգվել են շինարարական աշխատանքները: Ենթադրվում է, որ նախագծի բյուջեն կմնա նույնը, սակայն, ժամկետային նման հետաձգումները չեն կարող չանդրադառնալ ծախսերի վրա:

Երկրորդը Հայաստանի ռազմավարական խոշոր ենթակառուցվածքային «Հյուսիս-Հարավ» ճանապարհային միջանցքի ներդրումային ծրագիրն է, որի նպատակն է միջազգային բարձր չափանիշներին բավարարող մայրուղային ճանապարհներով Հայաստանի հարավը կապել հյուսիսի հետ և ապա-

¹www.armeniasputnik.am/economy/20191026/20888055/hayastan-iran-elektrohaxrdman-nor-gsi-karucumn-uzum-en-minchev-2021--tvakann-avartel.html

հովել ելքը դեպի միջազգային շուկաներ: Ճանապարհի երկարությունը կազմում է 556 կմ և անցնում է Հայաստանի ողջ տարածքով՝ Մեղրիից մինչև Բավրա հիմնական խոշոր քաղաքներով: Գյումրի, Թալին, Աշտարակ, Երեվան, Արարատ, Գորիս, Կապան, Ագարակ: Ծրագրի ավարտին Մեղրի-Երեվան-Բավրա ճանապարհը կկրճատվի շուրջ 85 կմ-ով, իսկ միջազգային չափանիշների համապատասխանությունն ու բարձր որակը թույլ կտան ճանապարհը, նախկին 9,5 ժամի փոխարեն, հաղթահարել ընդամենը 4,5 ժամում: Հնարավոր կլինի ապահովել մինչև 100 կմ/ժ արագություն, ինչպես նաև հաշվարկվել է 2,5 դոլարի խնայողություն՝ յուրաքանչյուր ուղևորի 1 ժամվա երթևեկության և 1-ական դոլարի խնայողություն 1 տոննա բեռի փոխադրման 1 ժամվա համար: Ծրագիրն իրականացվում է բազմատրանշ ֆինանսավորման տարբերակով: Այն բաժանված է առանձին 5 տրանշերի, որոնց շրջանակում կնքվում են վարկային առանձին պայմանագրեր: Նախագծի իրականացման գինը գնահատվել է 962 մլն. ԱՄՆ դոլար¹: Ծրագրի մեկնարկը պիտի տրվեր 2009թ. հոկտեմբերի 12-ին, իսկ ավարտվեր 2019թ. հունիսին, սակայն հաջող է ընթացել միայն վարկ վերցնելու փուլը: 170 մլն վարկ վերցնելու և աշխատանքները սահմանված ժամկետից ուշ սկսելու համար (2009թ. սեպտեմբերի փոխարեն շինարարական աշխատանքները սկսվել են 3 տարի անց՝ 2012թ. սեպտեմբերին) Հայաստանի կառավարությունը Ասիական բանկին վճարել է 300.000 դոլար պարտավորության վճար: Նախագծի վերջնաժամկետն անորոշ է, որը կապված է տարբեր փուլերում և իրագործման ողջ ընթացքում թույլ տրված բազմաթիվ սխալների և թերությունների հետ: Նախագիծն իրականացվում է 5 տրանշով:

Տրանշ 1 (Երևան – Աշտարակ 11, 4կմ, Երևան – Արտաշատ 19, 6կմ) ընդհանուր երկարությունը՝ շուրջ 31կմ, արժեքը՝ 70.4 մլն. ԱՄՆ դոլար: «Հյուսիս-Հարավի» մեկնարկը տրվել է 2013թ.¹ տրանշ 1-ից: Որոշ ժամանակ անց պարզ դարձավ, որ ծրագրի իրականացման կապալառուն գործը կատարում է դանդաղ և անորակ, նաև վերահսկիչ պալատի ուսումնասիրությունները ցույց տվեցին, որ ճանապարհի կառուցման որակի վերահսկողությունը կատարվել է ոչ այնքան լավ: Թերությունների շտկման համար ժամանակ տրվեց և տրանշ 1-ը հանձնվեց նախատեսվածից շատ ուշ՝ 2015թ. դեկտեմբերին, սակայն այն շուտով նորից փակվեց և վերաբացվեց միայն 2016թ. հունիսին: Մի

¹ www.northsouth.am

քանի տարվա ընթացքում կառուցվել է 556 կմ երկաթուղային ճանապարհի ընդամենը 31 կմ-ը (5,6 %-ը), այն էլ որակային ու նախագծային մի շարք թերություններով, որոնք առ այսօր շտկվում են: Սակայն այստեղ կա ևս մեկ կարևոր խնդիր: Տրանշ 1-ի պայմանագիրը կնքվել է 2009թ. հոկտեմբերին, պետք է ներառեր Երևան-Աշտարակ, Երևան-Արարատ հատվածը, սակայն ծրագրի ավարտին կապի և տրանսպորտի նախարարությունը ներկայացվող հաշվետվության մեջ որպես տրանշ 1-ի տարածք նշել է ոչ թե Երևան-Արարատ, այլ Երևան-Արտաշատ հատվածը: Փաստորեն Տրանշ 1-ով նախատեսված ճանապարհի երկարությունը՝ 56,4 կմ ճանապարհային տարածքը կըրճատվել, հասցվել է 31-ի, այսինքն կառուցվել է նախատեսված ճանապարհի միայն 54,9 %-ը: Սակայն հատկանշական է նաև այն, որ 24,4 կմ կրճատելով հանդերձ՝ ծախսվել է նույն 70,4 մլն դոլարը, կամ 1 կմ արժեքը (2.27 մլն) նախնական պլանավորված արժեքին(1.25 մլն) գերազանցել է 84 %-ով:

Տրանշ 2. (Աշտարակ – Թալին) ընդհանուր երկարությունը՝ շուրջ 42կմ, արժեքը՝ 179.6 մլն. ԱՄՆ դոլար: Այս ճանապարհահատվածի 1 կմ-ի միջին արժեքը կազմում է 4,3 մլն դոլար, ինչը բավականին բարձր ցուցանիշ է, հաշվի առնելով այն, որ այս հատվածում խոշոր ինժեներական հանգույցներ չեն կառուցվում: Ժամկետների հետ կապված նույնպես կան խնդիրներ. այն պետք է հանձնվեր 2014թ. դեկտեմբերի 31-ին, բայց տեղափոխվեց 2017թ. հունիսի 30, հետո էլ երկարաձգվեց 2019թ. սեպտեմբերի 14-ը¹: Հատկանշական է նաև այն, որ 2018թ. ապրիլի 1-ից վճարվում է 2-րդ տրանշով նախատեսված վարկային պարտավորությունները այն դեպքում, երբ տրանշի շինարարությունը չի ավարտվել:

Տրանշ 3. (Թալին–Լանջիկ 18,7 կմ, Լանջիկ-Գյումրի 27,5 կմ) ընդհանուր երկարությունը՝ շուրջ 46, 2կմ, արժեքը՝ մոտ 200 մլն. ԱՄՆ դոլար: Վերջնաժամկետը նույնպես երկարաձգվել էր մինչև 2019թ. սեպտեմբեր, սակայն դեռևս չի ավարտվել: Ըստ էության, ժամկետի տեսանկյունից արդեն խախտվել են նախնական հաշվարկներն ու պայմանավորվածությունները, սրան զուգահեռ աճում են շինարարության ծախսերը:

Տրանշ 4. Արտաշատ-Ագարակ (Արտաշատ-Քաջարան 304կմ, Քաջարան-Ագարակ 42կմ) ընդհանուր երկարությունը՝ շուրջ 346կմ:

¹ www.mtcit.am

Տրանշ 5. Գյումրիի շրջանցիկ, Գյումրի-Բավրա (երկարությունը՝ շուրջ 60կմ): Հյուսիս-հարավ ճանապարհի ամենախնդրահարույց և առանցքային թեման 4-րդ և 5-րդ տրանշների ապագան է: Այս երկու տրանշների մասով առ այսօր նախագիծ չկա: Շրջանակային համաձայնագրով նախատեսված է, որ ՀՀ-ն կարող էր ֆինասանսավորման հայտեր ներկայացնել մինչև 2017թ. դեկտեմբերի 31-ը, սակայն մինչ օրս հստակ նախագիծ չկա, իսկ ֆինանսների ձեռքբերման հարցում այստեղ կան նաև այլ խոչընդոտներ: Նախավերջին, 4-րդ տրանշի շրջանակներում ենթադրվում է ևս վարկային միջոցներ ներգրավել, բայց դեռ վարկի ներգրավման իրական գործընթացները չեն սկսվել: Ինչ վերաբերում է 5-րդ տրանշին, ապա այստեղ խնդիրը կայանում է նրանում, որ ըստ նախագծի ենթադրվում է մասնավոր հատվածից ներդրումներ բերել, սակայն վերջին մի քանի տարիների ընթացքում հյուսիս-հարավը իր տարատեսակ ռիսկային, սկանդալային գործոններով հանդերձ ձեռք է բերել բավականին բացասական վարկանիշ, ինչը թույլ չի տա, որ մասնավոր սեկտորը նախագիծը համարի գրավիչ: Խոշոր նախագծերի պլանավորման և իրականացման գործում քննարկման առարկան և խնդիրը հիմնականում դառնում է նախագծի ընդհանուր արժեքը: Պետք է նշել, որ «Հյուսիս-Հարավ» ծրագրի արժեքը գնալով ավելանում է. նախնական փուլում ծրագիրն արժեր 962 մլն դոլար, իսկ հետո պարզ դարձավ, որ իրական արժեքը կարող է հասնել 2 մլրդի, քանի որ, եթե 119.2 կմ ընդհանուր երկարություն ունեցող առաջին 3 տրանշների շինարարության համար պահանջվել է 450 մլն դոլար, ապա պարզ հաշվարկներով կարող ենք կանխատեսել, որ մնացած՝ 406 կմ ճանապարհի համար կպահանջվի առնվազն 1.5 մլրդ դոլար: Համեմատության համար նշենք, որ մեր ուսումնասիրության մեջ բերված օրինակում ճանապարհաշինական խոշոր նախագծերի գերաժախսը միջինում կազմում է ընդամենը 20%: Ընդհանուր 119,2 կմ ճանապարհի շինարարության համար պահանջվել է 10 տարի, և եթե նույն տեմպերով շարունակվեն շինարարական աշխատանքները, ապա մնացած՝ 406 կմ ճանապարհի շինարարության համար կը պահանջվի մոտ 34 տարի, ինչի արդյունքում կասկածի տակ է դրվում նախագծի իրականացման արդյունավետությունը:

Ուսումնասիրելով հայաստանյան և միջազգային փորձը՝ կարող ենք ասել, որ խոշոր նախագծերի շեղումները կրում են սիստեմատիկ բնույթ: Գերաժախսեր դիտվում են ինչպես ամբողջ աշխարհում, այնպես էլ Հայաս-

տանում, ինչը նշանակում է, որ գոյություն ունեն որոշակի պատճառներ, որոնք համընդհանուր են բոլորի համար և հիմք են հանդիսանում խոշոր նախագծերի իրականացման անարդյունավետության համար:

Առաջին գործոնը, որն ազդում է խոշոր նախագծերի արդյունավետության վրա, կանխատեսումային սխալներն են, որոնք ունեն հոգեբանական հիմք: Գերաձախսերի հիմնական պատճառն այն է, որ նախագծի մշակման փուլում իրատեսորեն չեն հաշվարկվում ծախսերը, որոնք կապված են կանխատեսումային սխալների հետ, որոնց պատճառները բաժանվում են 3 խմբի.

Մոլորություն կամ ազնիվ սխալներ,

Տեղեկատվության կամ գործընթացների խաբեություններ, ռազմավարական մանիպուլյացիաներ,

Վատ բախտ (որոշումների անհաջող կայացում):

Վատ բախտը կամ որոշումների անհաջող կայացումը խոշոր նախագծերի անորոշություններից մեկն է, որը հանգեցնում է վատ արդյունքի:

Գիտակցաբար թե անգիտակցաբար, աշխատանքների ծավալների փոփոխման ռիսկը, բարդությունների մեծ աստիճանն ու անսպասելի աշխարհագրական առանձնահատկությունները պարբերաբար թերագնահատվում են նախագծերի նախապատրաստման ժամանակ: Այս մոլորությունն ու խաբեությունը ոչ կատարյալ որոշումների ընդունման տեսքով վատ ազդեցություն են ունենում նախագծի հաջողության վրա:

Խաբեության տեսանկյունից քաղաքական գործիչները, պլանավորողները կամ նախագծի կողմնակիցները դիտավորյալ կամ ռազմավարական տեսանկյունից գերագնահատում են շահի հնարավորությունները և նվազեցնում ծախսերը բարձրացնելու համար այն բանի հավանականությունը, որ իրենց նախագիծը լինի անմրցելի և ստանա հավանություն և ֆինանսավորում: Նախագիծը ներկայացնելիս նրանք դիտավորյալ նախագիծը ներկայացնում են հաջողության տեսանկյունից և լուռ են մնում պոտենցյալ անհաջողության վերաբերյալ: Դրա հետևանքով բարձրացնում է հավանականությունն այն բանի, որ նախագծի ղեկավարները կկարողանան սահմանված բյուջեի և ժամկետների շրջանակներում հաջող կեպով իրականացնել նախագիծը, ու նախագիծը հաստատվում է¹:

1 Bent Flyvbjerg – “Delusion and Deception in Large Infrastructure Projects: Two Models for Explaining and Preventing Executive Disaster”, 2009

Գոյություն ունեն որոշակի պայմաններ, որոնք ռազմավարական խաբեությունը երկրի ներսում դարձնում են առավել հավանական: Անձնական հետաքրքրությունները, ասիմետրիկ տեղեկատվությունը, դիսկային նախընտրությունների տարբերությունները, ինչպես նաև հաշվետվողականության հստակությունը ամենաքննարկվածներից են:

Ռազմավարական խաբեության երկրորդ աղբյուրը ասիմետրիկ տեղեկատվությունն է, ինչը նշանակում է, որ նախագծի բոլոր մասնակիցները չունեն միևնույն տեղեկությունը: Օրինակ՝ շինարարական որևէ նախագիծ իրականացնելու ժամանակ հնարավոր է, որ ռեսուրսների ձեռքբերման ծախսերը ուռճացվեն, և եթե, ղեկավարը տեղյակ չլինի դրանց գնի մասին, ապա կարող է խաբվել, ինչը նույնպես կհանգեցնի գերաժախսերի առաջացմանը: Կարող ենք առանձնացնել նախագծերի անհաջողության հիմնական պատճառները.

Գերօպտիմիզմ և գերբարդություն: Նախագիծն արդարացնելու համար երբեմն ծախսերն ու ժամկետները նվազեցվում են, իսկ օգուտները՝ գերազնահատվում: Նախագծերի ղեկավարները, ովքեր կառավարում են ֆինանսավորումը, այս քայլին դիմում են այնքան, որքան թույլ են տալիս նախագծի սահմանները, քանի որ իրական արժեքը բացասաբար կազդի նախագծի գրավչության վրա: Հենց սկզբից մեծ է նման նախագծերի ձախողման հավանականությունը:

Վար իրագործում: ունենալով բավականին փոքր բյուջե՝ խնդիր է առաջանում կրճատել ծախսերը, որպեսզի հնարավոր լինի պահպանել ինժեներական և շինարարական ընկերությունների օգուտների նորման, որ սահմանվել է պայմանագրի կնքման ժամանակ: McKinsey-ի կողմից 48 խոշոր նախագծերի ուսումնասիրությունը ցույց է տվել, որ վատ իրագործումը 73 % դեպքերում պատճառ է հանդիսացել միջոցների գերաժախսերի ու ժամկետների խախտման համար, իսկ մնացած դեպքերում այն կապված է եղել քաղաքականության հետ, ինչպիսիք են կառավարությունը կամ օրենքները¹:

Հաջորդ պատճառը *աշխատուժի ցածր արտադրողականությունն է:* Մինչ արտադրական ոլորտը վերջին երկու տասնամյակների ընթացքում գրե-

¹www.mckinsey.com/industries/capital-projects-and-infrastructure/our-insights/megaprojects-the-good-the-bad-and-the-better?fbclid=IwAR3zOSwdzEuKheZmexIITVaRKJzRvx9h5PltVnYa-qpkmuFd5DXbx454HoI

թե կրկնապատկվել է արտադրողականությունը, խոշոր նախագծերի դեպքում շինարարական արտադրողականությունը մնացել է անփոփոխ, կամ նույնիսկ նվազել է: Ինֆլյացիայի հետևանքով շատ շուկաներում աշխատավարձը բարձրանում է, որը հանգեցնում է ծախսերի ավելացմանը՝ նույն արդյունքների ապահովման պայմաններում:

Կազմակերպչական համակարգի և հնարավորությունների թուլություն: Շատ կազմակերպություններ, որոնք մասնակցում են խոշոր նախագծերի իրականացմանը, ունեն կառավարչական կառուցվածք, որտեղ նախագծի ղեկավարը 4 կամ 5 մակարդակ ցածր է գտնվում բարձրագույն ղեկավարությունից: Սա խնդիր է, քանի որ ամեն մի մակարդակ ունի իր պատկերացումները ժամկետների և ծախսերի վերաբերյալ:

Եզրակացություններ: Խոշոր նախագծերի իրականացման ընթացքում առաջացող գերածախսերը և ժամկետային շեղումները հիմնականում պայմանավորված են դրանց պլանավորման սխալների, իրագործման բարդության և ղեկավարման անարդյունավետության հետ: Գերածախսերի մեծությունը մեծապես կախված է նախագծի իրագործման վերջնաժամկետի փոփոխելիության հնարավորության հետ և ունի հակադարձ համեմատական կախվածություն դրանից:

«Հյուսիս-Հարավ» ճանապարհի կառուցման նախագիծը կարելի է համարել ձախողված, որի պատճառներ են հանդիսանում պլանավորման սխալները, նախագծի անարդյունավետ ղեկավարումը, կոռուպցիան ու քաղաքական միջամտությունները:

Օգտագործված գրականության ցանկ

- Боронина Л. Н. “Основы управления проектами”, 2015, 112 с.
Жук А. “Международный опыт создания крупных инфраструктурных проектов”, 2017
Калаврий Т. “Метод. подходы к классиф. мегапроектов соц.-экон. развития”, 2014
Мазур И., Шапиро В., Ольдерогге Н. “Управление проектами”, 2004. 664 с.
Митрофанова А. “Влияние фактора неопределенности на разработку и реализацию современных российских мегапроектов”, 2016
Пляскина Н.И. “Согласования стратегических интересов институциональных участников ресурсных мегапроектов”, 2014
Полиди А. “Направления гос. рег. потреб. в труд. рес. в усл. реализ. мегапроектов”, 2013
Флиvbьорг Б. “Мегапроекты и риски: Анатомия амбиций”, 2014, 288 с.
Bent Flyvbjerg, “Delusion and Deception in Large Infrastructure Projects: Two Models for Explaining and Preventing Executive Disaster”, 2009
Project management institute “Transforming the high cost of low performance”, 2017
Hardy-Vallee B., “The Cost of Bad Project Management”, 2012

Հրայր ՊԱՊՈՅԱՆ

Խոշոր նախագծերի իրագործման խնդիրները և դրանց պատճառները

Բանալի բառեր. խոշոր նախագիծ, ծախսային շեղում, նախագծի մուլտիպլիկատիվ էֆեկտ, նախագծի թիմ, ենթակառուցվածքային նախագծեր

Խոշոր նախագծերի իրագործումը հանդիսանում է պետության, դրա ռեգիոնի կամ տնտեսության ճյուղի զարգացման առաջանցիկ տեմպ ապահովող հիմնական ճանապարհը, որոնց արդյունավետ իրականացումն ունի առանցքային նշանակություն: Օրվա քաղաքական իշխանությունների կամ կազմակերպությունների կողմից խոշոր նախագծերի նախաձեռնումը և դրանց մեկնարկը շատ դեպքերում իրականացվում է առանց անհրաժեշտ խորությամբ պլանավորման, ինչը հանգեցնում է դրանց գերաճախսի, ժամկետային և արդյունքային շեղումների, որոշ դեպքերում նաև ձախողման: Իրականացման ընթացքում պլանից զգալի շեղումներն առկա են գրեթե բոլոր խոշոր նախագծերում, որոնք հաճախ կրկնվում են և ունեն նույն բնույթը:

Грайр ПАПОЯН

Проблемы реализации крупных проектов и их причины

Ключевые слова. крупный проект, управление проектами, перерасход, повторяющиеся управленческие ошибки, мультипликативный эффект проекта, команда проекта

Крупные проекты являются основными путями для обеспечения передового роста государства, региона, отрасли экономики или компании, эффективное реализация которых имеет ключевое значение. Инициирование крупномасштабных проектов политическими властями или организациями и их запуск, во многих случаях осуществляется без необходимого глубокого планирования, что приводит к их перерасходу, отклонениям по времени и по результатам, а в некоторых случаях даже провалу. Существенные отклонения от плана при реализации присутствуют практически во всех крупных проектах. Они часто повторяются и имеют одинаковую природу. Это можно считать характерной чертой крупных проектов, и представленное исследование посвящено изучению их причин, опыта и характера.

Hrayr PAPOYAN

Problems of implementation of large projects and their causes

Keywords: large project, project management, overspending, repetitive management mistakes, project multiplier effect, project team, infrastructure projects

The implamintation of large projects is the main ways to ensure the advanced growth of a state, region, industry or company, the effective fulfilment of which is of key importance. The initiation and lauch of large-scale projects by political authorities or organizations, in many cases, is carried out without the necessary deep planning, which leads to their overspending, deviations in time and results, and in some cases even failure. Significant deviations from the plan during implementation exist in almost all large projects. They are often repeated and are of the same nature. This can be considered a characteristic feature of large projects, and the presented study is devoted to the study of their causes, experiences and nature.

**ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԸՆԹԱՑՔՆ ՈՒ
ԴԻՆԱՄԻԿԱՆ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ**

Շողիկ ՄԵՋԼՈՒՄՅԱՆ

ԵՊՀ ՏՄՏՀ ամբիոնի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. միջազգային զբոսաշրջիկներ, ժամանումներ, մեկնումներ, աշխարհագրական բաշխվածություն, ներքին զբոսաշրջություն, COVID-19

Ներածություն: Միջազգային զբոսաշրջության արդյունավետ կազմակերպումն ու կառավարումը կարող է խթանել երկրի տնտեսության զարգացման ընդհանուր մակարդակը: Իհարկե, անհրաժեշտ է նաև արձանագրել, որ միջազգային զբոսաշրջությունը բավական բարդ սոցիալ-տնտեսական համակարգ է, որտեղ առկա են մի շարք փոխկապվածություններ: Մի կողմից, զբոսաշրջային ծառայությունների զարգացումը հանգեցնում է երկրի սոցիալական, տնտեսական, մշակութային միջավայրերի բարելավմանը: Մյուս կողմից, միջազգային զբոսաշրջությունն ինքնին երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացումը գնահատելու կարևոր ցուցանիշ է, հատկապես տնտեսության այնպիսի կարևոր ուղղությունների համար, ինչպես տրանսպորտային ծառայությունները, առևտուրը, հաղորդակցային հնարավորությունները, շինարարությունը և գյուղատնտեսությունը: Ինչպես ցույց է տալիս միջազգային և հայաստանյան փորձը, զբոսաշրջային ոլորտը ներդրումային հոսքերի ներգրավման կարևորագույն աղբյուրներից է, որի շնորհիվ հնարավոր է նվազեցնել երկրում առկա գործազրկության մակարդակը, ապահովել բնակչության եկամուտների աճ, ինչպես նաև համալրել պետական բյուջեի եկամտային մասը: Այս առումով, հայաստանյան զբոսաշրջային իրավիճակի նկարագիրն ու վերլուծությունը կարևոր նշանակություն ունի ոլորտն ուսումնասիրող տեսաբանների ու հետազոտողների համար: Հոդվածի հիմնական նպատակը ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտի առկա իրավիճակի համապարփակ վերլուծությունն է՝ հասկանալու համար ներքին և միջազգային զբոսաշրջության զարգացման հիմնական տեմպերը վերջին տարիներին, ինչպես նաև աշխարհագրական բաշխվածությունը:

Գրականության ակնարկ: Պետք է նշել, որ տնտեսագիտական գրականության մեջ չկա մեկ միասնական սահմանում, որը հնարավորություն կտա համապարփակ կերպով ներկայացնել միջազգային զբոսաշրջությունը և դրա

դրևսորման ամբողջականությունը: Ընդհանուր առմամբ, զբոսաշրջությունը կարելի է դիտարկել մարդկանց նպատակաուղղված տեղաշարժ կոնկրետ օբյեկտի այցելության կամ հետաքրքրությունների բավարարման նպատակով և հետվերադարձի պայմանով: Զբոսաշրջության իրավական-սկզբունքային շարժառիթ կարելի է համարել «Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիրը», որտեղ ամրագրված են, որ ցանկացած մարդ իրավունք ունի ազատ տեղաշարժվել և իր համար բնակության վայր ընտրել ցանկացած պետության սահմաններում, կարող է մեկնել ցանկացած երկրից, այդ թվում՝ և՛ իր, և վերադառնալ իր երկիր, իրավունք ունի հանգստի և ազատ ժամանակի, ներառյալ աշխատանքային օրվա խելամիտ սահմանափակման և պարբերաբար վճարվող արձակուրդի¹: ՄԱԿ-ի կողմից ընդունված առաջին բնորոշումներից մեկը մեկնաբանում է զբոսաշրջությունը որպես «Մշտական բնակավայրի սահմաններից դուրս տեղաշարժերի հետ կապված մարդու առողջության ամրապնդման, ֆիզիկական զարգացման վրա ազդող ակտիվ հանգիստ»²: Ըստ զբոսաշրջության բավական համակարգային սահմանումներից մեկի՝ այն աշխարհագրական տարրերից, զբոսաշրջիկներից, զբոսաշրջային ինդուստրիայից բաղկացած համակարգ է: Աշխարհագրական տարրերն, իրենց հերթին ստորաբաժանվում են զբոսաշրջիկներ «ծնող» տարածաշրջանների, տարանցիկ տարածաշրջանների և նպատակակետ տարածաշրջանների (դեստինացիաների)³: Նպատակակետ տարածաշրջանը զբոսաշրջիկների պահանջներին համապատասխան և տեղափոխման, գիշերակացի, սնման, զվարճանքի և այլնի հանդեպ նրա պահանջները բավարարող ծառայությունների որոշակի փաթեթ առաջարկող տարածքն է⁴:

Շատ հեղինակներ դիտարկում են զբոսաշրջությունը որպես «միաժամանակ և՛ գործունեության տեսակ, և՛ կենսավերարտադրողականության ձև, և՛ ազգային տնտեսության ճյուղ, և՛ ժամանցի անցկացման միջոց, և՛, բացի դրանից, արվեստ, գիտություն, բիզնես» հանդիսացող բարդ, բազմաչափ և

¹ «Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիր» ընդունված ՄԱԿ-ի Գլխավոր ասամբլեայի կողմից 1948թ. www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml

² http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83e.pdf

³ Большой Глоссарий терминов международного туризма / под ред. М.Б.Биржакова, В.И. Никифорова: В 2-х т. Т.1.-СПб.: Невский Фонд, 2003, с. 29.

⁴ Морозов М.А., Коль О.Д., Дестинация — важнейший элемент туризма-ма // Туризм: практика, проблемы, перспективы. 1998. № 1.

բազմադեմ հասկացություն¹: Բայցևայնպես, անհրաժեշտ է նաև հստակ նշել, որ զբոսաշրջության և ժամանցային միջոցառումների միջև հատման գիծը բավական դժվար է հստակեցնել²: Մյուս կողմից, չնայած մասնագիտական գրականության մեջ բավական լայն տարածում ունի «զբոսաշրջության ինդուստրիա» հասկացությունը, որոշ հեղինակներ պնդում են, որ ոլորտն ինդուստրիա չէ, քանի որ զբոսաշրջիկները սպառում են տարատեսակ ապրանքներ և ծառայություններ³: Տեսաբանների մեկ այլ խումբ հակադարձում է, որ զբոսաշրջությունը տարատեսակ ծառայություններ մատուցող ինդուստրիաների ամբողջություն է, որոնց առնչվում են զբոսաշրջությանը⁴:

Ընդհանուր առմամբ, կարելի է ամփոփել, որ մեկնումը դիտարկվում է որպես զբոսաշրջություն, երբ կա մշտական միջավայրի փոփոխություն: Բացի այդ, զբոսաշրջության համար անհրաժեշտ է կոնկրետ նպատակ, որը, սակայն, պետք է բացառի մեկնման վայրում զբոսաշրջիկի կողմից շահույթի ստացումը: Շատ կարևոր է նաև մեկնման վայրում գտնվելու տևողությունը (առնվազն մեկ գիշերակացի պայմանը): Զբոսաշրջությունը կարելի է համարել բավական բարդ ոլորտ՝ պայմանավորված տնտեսության գրեթե բոլոր ենթակառուցվածքների ընդգրկումով: Գոյություն ունեցող զբոսաշրջային ծառայությունների բազմազանությունը սկսում է մի քանի օր սովորական միջավայրում հանգստից, մինչև շքեղ երեկոյթներ, հասարակ էքսկուրսիաներից, մինչև նավի վարձակալություն ճանապարհորդելու համար:

Հետազոտության մեթոդաբանություն: Հոդվածի համար տեսական, տեղեկատվական և մեթոդաբանական հիմք են ծառայել հայազգի և արտերկրի տնտեսագետների աշխատությունները, գիտական կազմակերպությունների մշակումները, դասական և ժամանակակից տնտեսագիտական տեսությունների հիմնադրույթները, զբոսաշրջության ոլորտը կարգավորող միջազգային կոնվենցիաները, Հայաստանի պետական մարմինների որոշումները, հաշվետվություններն ու ռազմավարական ծրագրերը, ոլորտին առընչվող մասնավոր կազմակերպությունների հաշվետվությունները, ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի տվյալներ և այլն: Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի

¹ Mc. Intosh. R.W., Tourism principles, practices, philosophies. Columbas (Ohio), 1977.

² 'The Economics of Tourism Destinations', Norbert Vanhove, 2011, p. 5

³ 'Why 'the tourism industry' is misleading as a generic expression: The case for plural variation, 'tourism industries'', N.Leipner, Tourism Management, vol.29, issue 2, April 2008, p.237

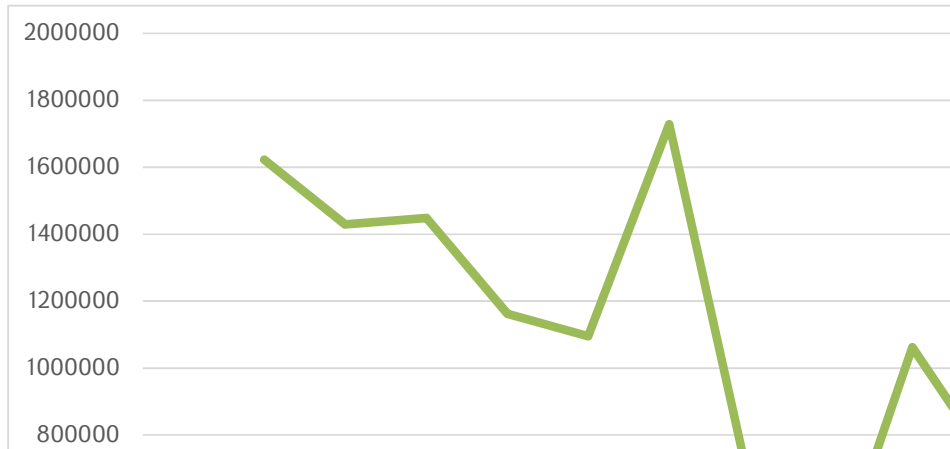
⁴ «The Management of International Tourism», Stephen F. Witt et al., 2013, p. 23

համապարփակ վերլուծության համար հավաքագրվել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի կողմից տրամադրվող տեղեկատվությունը ՀՀ սոցիալ-տնտեսական իրավիճակի վերաբերյալ: Համեմատական վերլուծության է ենթարկվել Հայաստան ժամանած և երկրից մեկնած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը, ինչպես նաև ներկայացվել է նրանց տարեկան աճի տեմպերը:

Հոդվածում առկա վիճակագրության հավաքագրման համար կիրառվել է երկու հիմնական մոտեցում: Հիմնական տեղեկատվական շտեմարանների հավաքագրման արդյունքում իրականացվել է զբոսաշրջության ցուցանիշների քանակական և որակական վերլուծություն: Հիմնական տեղեկատվական շտեմարանների քանակական վերլուծության պարագայում բացահայտվեն են Հայաստանում զբոսաշրջության իրավիճակի հիմնական միտումները, իսկ որակական վերլուծության շնորհիվ գնահատվել է զբոսաշրջության ազդեցությունը երկրի սոցիալական իրավիճակի՝ հաշվի առնելով նրանց աշխարհագրական բաշխվածությունը: Իսկ երկրորդային տեղեկատվական շտեմարանների հետազոտության արդյունքում հոդվածում ներկայացնել են Հայաստանի զբոսաշրջության հիմնախնդիրներին առնչվող առկա վերլուծությունները, հետազոտությունները և ուսումնասիրությունները:

Վերլուծություն: Հայաստանում զբոսաշրջության ոլորտի պաշտոնական վիճակագրությունը վարում է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն: Սակայն ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ չնայած ԶՀԿ-ի կողմից մշակված զբոսաշրջության վիճակագրական տվյալների վարման մեթոդաբանությանը, Հայաստանում այս ուղղությամբ դեռևս մի շարք խնդիրներ են առկա՝ բնագավառն արտացոլող տվյալների ոչ համապարփակ կամ ոչ ամբողջական լինելու հետ: Գծապատկեր 1-ը ցույց է տալիս, որ 2001-2019 թթ. ընթացքում Հայաստան ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը, բացի 2015թ. 1% նվազումից, աճ է արձանագրել: Ընդ որում, դիտարկվող ժամանակաշրջանում աճի տարեկան միջին տեմպը կազմել է 16.8%: Իսկ 2001թ. համեմատ 2019թ. միջազգային ժամանումների թիվը Հայաստանում ավելացել է 15 անգամ՝ կազմելով 1894377 մարդ: Հայաստան ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկների տարեկան աճի տեմպերը դիտարկվող ժամանակում դանդաղել են 2008-2009թթ.՝ պայմանավորված համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամով: Այսպես, եթե 2007թ. նախորդ տարվա համեմատ տարեկան աճի տեմպը կազմել է 34%, ապա 2009թ. նախորդ տարվա համեմատ միջազգային զբո-

սաշրջային ժամանումների թիվն ավելացել է ընդամենը 3%-ով: Իհարկե, սա բավական օրինաչափ է՝ հաշվի առնելով նույն տարում Հայաստանում արձանագրված 14.1% տնտեսական անկումը:



Գծապատկեր 1. Հայաստան ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը և տարեկան աճի տեմպը, 2001-2019թթ.¹

2010-2014թթ. Հայաստան զբոսաշրջային ժամանումների երկնիշ աճի տեմպերը վերականգնվել են՝ միջինը կազմելով 16%: Միջազգային զբոսաշրջային ժամանումների անկման ցուցանիշ արձանագրվել է նաև 2015թ. (նախորդ տարվա համեմատ՝ մոտ 1%), երբ միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է 1192120 մարդ: 2016-2019թթ. միջինը 12.3%-ով Հայաստանում միջազգային զբոսաշրջիկների թիվն ավելացել է:

Ինչպես աշխարհի յուրաքանչյուր երկրի, այնպես էլ Հայաստանի տնտեսության համար ընթացիկ փուլում բավական լուրջ մարտահրավեր է COVID-19 համավարակի տարածումը, որի ազդեցությունը զբոսաշրջության ոլորտի սուբյեկտների վրա անմիջապես է և ուղղակի: Զբոսաշրջության պետական կոմիտեի գնահատականներով՝ 2020թ. առաջին եռամսյակում 175000 զբոսաշրջիկ չի այցելել Հայաստան՝ նախորդ տարվա նույն ժամանակահատվածի համեմատ²: Հայաստանի կառավարությունն ձեռնարկել է համավարակի դեմ պայքարին ուղղված միջոցառումների համալիր, որոք, առաջին հերթին,

¹ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի <https://www.armstat.am/am/?nid=13>

² <https://armeniasputnik.am/tourism/20200330/22569158/hayastan-zbosashrjik-175-000-koronavirus.html>

իհարկե, ուղղված են COVID-19-ի տարածման կանխելուն: Մարտի 16-ից հայտարարվել է արտակարգ դրություն¹: Հայաստանի ողջ տարածքում սահմանափակվել է մարդկանց ազատ տեղաշարժվելու իրավունքը և սահմանվել է անձանց պարտադիր ինքնամեկուսացում: Ընթացիկ զարգացումների արդյունքում՝ մի շարք ավիաընկերություններ ժամանակավորապես չեղարկել են դեպի Հայաստան ու Հայաստանից դուրս որոշ ուղղությունների սպասարկումը²: Ակտիվ միջացառումներ են ձեռնարկվում COVID-19-ի տնտեսական հետևանքները չեզոքացնելու նպատակով³: Այսպես, հյուրանոցային, հանրային սննդի, զբոսաշրջության, մանրածախ առևտրի, ծառայությունների ոլորտների համար նախատեսվել են աշխատակիցներին օժանդակության վճարներ տրամադրել՝ միջին ամսական աշխատավարձի չափով: Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության ոլորտը, որի մասն են կազմում նաև զբոսաշրջային օպերատորները լուրջ տնտեսական վնասներ են կրել: Այս ուղղությամբ ՀՀ կառավարությունը նախատեսել է աջակցող միջոցառում. սահմանված չափանիշներին բավարարող շահառու ՓՄՁ սուբյեկտներին ներդրումների աջակցման կենտրոնի կողմից տրամադրվել են արտոնյալ պայմաններով վարկեր, որոնք նախատեսվել են աշխատակիցներին աշխատավարձ և դրան հավասարեցված այլ վճարումներ (յուրաքանչյուր աշխատակցի դեպքում՝ ոչ ավելի, քան ամսական 300000 դրամ՝ առավելագույնը երեք ամսվա համար), պետական կամ համայնքի բյուջե հարկերի, տուրքերի և պարտադիր վճարումներ՝ առավելագույնը երեք ամսվա համար, հումքի գնում և ներմուծում, հանրային ծառայությունների վճարումներ, վարձակալական վճարների ծախսերն իրականացնելու նպատակով: 36 ամսով տրամադրվել են նաև արտոնյալ պայմաններով վարկեր, մեկ տնտեսավարող սուբյեկտի վարկի առավելագույն չափը 50 մլն դրամ (բայց ոչ ավելի, քան վերջինիս 2019 թ. շրջանառության 10%-ը), տոկոսները՝ առաջին և երկրորդ տարիներին՝ 0%, երրորդ տարում՝ 12%⁴: Ըստ երկրների Հայաստան ժամանած զբոսաշրջիկների թվի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ 2018թ. Հայաստան ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկների 24.4%-ը ԱՊՀ երկրներից են, որի 21%-ը բաժին է հասնում Ռուսաստանին: ԵՄ

¹ ՀՀ կառավարության որոշում, 16 մարտի 2020, 298-Ն, ՀՀ-ում արտակարգ դրություն հայտարարելու մասին, <https://www.e-gov.am>

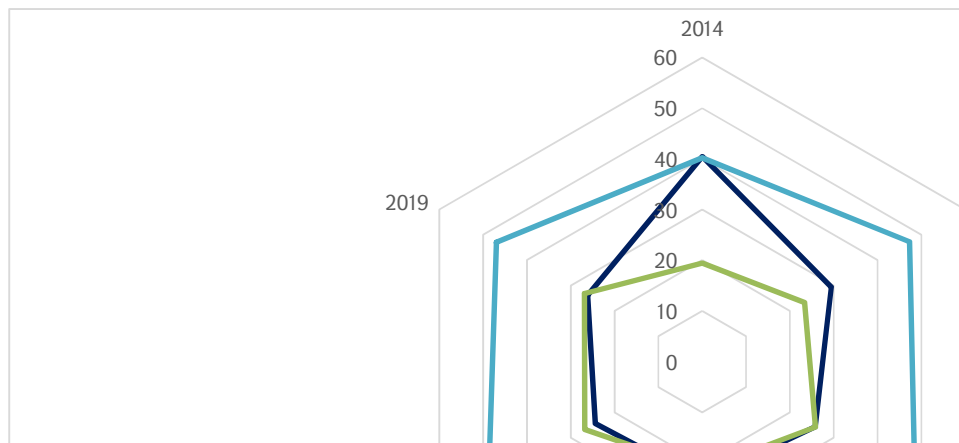
² <https://www.gov.am/am/news/item/14135/>

³ ՀՀ կառավարության 2020 թ. մարտի 26-ի N 354 – Լ www.e-gov.am

⁴ ՀՀ կառավարության 2020 թ. մարտի 26-ի N 357 – Լ <https://www.e-gov.am>

երկրներից ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկները կազմում են ընդհանուրի 21%-ը: ԵՄ երկրների մեջ առաջնային դիրքերում են Գերմանայից և Ֆրանսիայից ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը, որոնք համապատասխան կազմում են ընդհանուրի 6.4%-ը և 5.2%-ը: Այլ երկրների խմբին բաժին է ընկնում զբոսաշրջիկների 48.8 տոկոսը, ընդ որում, այստեղ մեծ տեսակարար կշիռ ունեցող երկիրներից են ԱՄՆ-ն (13.9%) ու Իրանի Իսլամական Հանրապետությունը (6.8% կամ 94719 մարդ):

2019թ. այցելած զբոսաշրջիկների աշխարհագրական բաշխվածության ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ ընդհանուրի 22.7%-ը կազմում են Ռուսաստանից Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկները: Ի համեմատություն նախորդ տարվա 2019թ. ավելացել են Գերմանիայից և Ֆրանսիայից ժամանած միջազգային զբոսաշրջիկները՝ համապատասխանաբար՝ 8.3% և 6.6%: Մյուս կողմից, նախորդ տարվա համեմատ ընդհանուր թվի մեջ նվազել է ԱՄՆ-ից այցելած զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը, որը 2019թ. կազմել է 6.1%՝ 2018թ. 13.9%-ի համեմատ: Իրանից 2019թ. Հայաստան են այցելել 5%-ը կամ 114811 մարդ, Չինաստանից այցելածների թիվը կազմել է 1441613 մարդ:



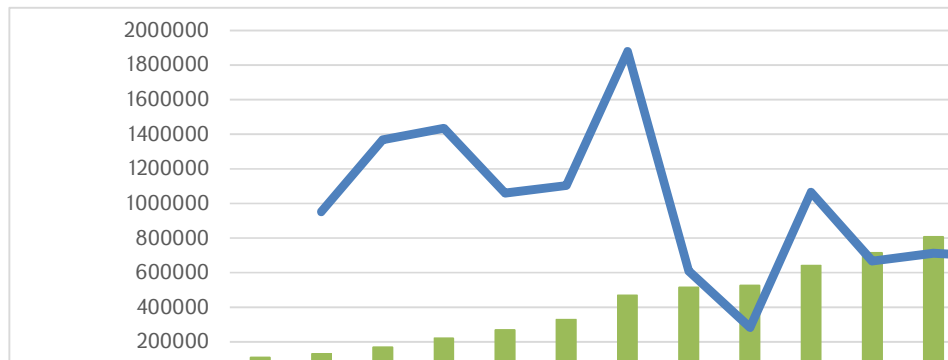
Գծապատկեր 2. Հայաստանի այցելած զբոսաշրջիկների աշխարհագրական բաշխվածության կառուցվածքը, 2014-2019 թթ. (%)¹

Գծապատկեր 2-ի տվյալների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ 2014-2019թթ. ընթացքում ավելացել են «Այլ երկրներ» խմբից Հայաստան այցելած

¹ ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, www.armstat.am/file/article/sv_01_16a_421.pdf

միջազգային զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը: Սա պայմանավորված է հատկապես Իրանից Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների տեսակարար կշռի ավելացմամբ: Սակայն 2020թ. փետրվարի 23-ին, COVID-19-ի տարածումը կանխելու նպատակով ՀՀ կառավարությունը որոշում է ընդունել փակել ՀՀ սահմանն Իրանի հետ¹, իսկ Չինաստանի քաղաքացիների համար փետրվարի 1-ից մինչև մարտի 31-ը՝ կասեցնել ազատ վիզայի ռեժիմը²: Այստեղ խնդիրն այն է, որ դեպի Հայաստան Իրանից ժամանածների թիվն ավելանում է մարտի 21-ից՝ Նովրուզ-Բայրամ տոնակատարության պատճառով:

Ըստ այցելության նպատակի միջազգային զբոսաշրջիկների թվի վերլուծության արդյունքում բացահայտվել է, որ 2018թ. ժամանողների 48.8%-ը համար նպատակը հանգիստն ու ժամանցն են, իսկ գործնական նպատակներով այցելածները կազմում են ընդհանուրի 27.3%-ը: 2019թ. ավելացել են հանգրստի և ժամանցի նպատակով Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների թիվը՝ կազմելով ընդհանուրի 55.4%-ը: Իսկ գործնական նպատակներով Հայաստան այցելած զբոսաշրջիկների տեսակարար կշիռը կազմում է 15.9%³:



Գծապատկեր 3. Հայաստանից մեկնած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը և տարեկան աճի տեմպը, 2001-2019թթ.⁴

2001-2019թթ. ընթացքում աճել է նաև Հայաստանից մեկնածների թիվը: 2001թ. Հայաստանից մեկնել են 11014 զբոսաշրջիկներ, որոնց հիմնական մա-

¹ Իրանի հետսահմանը փակ կմնամինչ և մարտի 24-ը, 2020, <https://banks.am/am/news/newsfeed/18661>

² 2 ամսով կասեցվու մ է Չինաստանի քաղաքացիների համար ՀՀ մու սքի վիզայ ի ազատռեժիմը, 2020, <https://www.azatutyun.am/a/30410182.html>

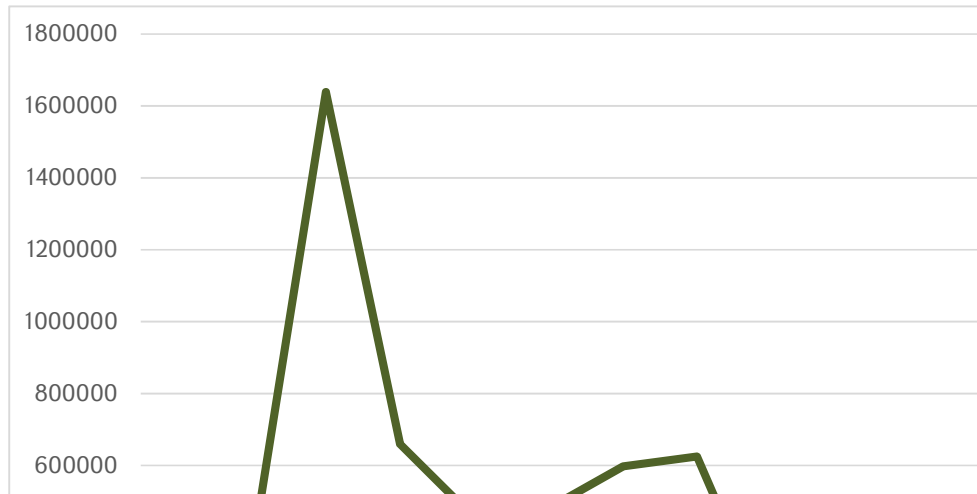
³ https://www.armstat.am/file/article/sv_01_20a_421.pdf

⁴ ՀՀ վիճակագրական կոմիտե՝ <https://www.armstat.am/am/?nid=13>

սը՝ հանգստի և ժամանցի նպատակով: 1113 զբոսաշրջիկ Հայաստանից մեկնել են գործնական նպատակով, իսկ 1575 զբոսաշրջիկներ այլ նպատակներով: Մեկնողների տարիների դիմանիկայի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ 2004-2006թթ. կտրուկ նվազեց գործնական նպատակներով Հայաստանից մեկնած զբոսաշրջիկների թվաքանակը: 2004թ. գործնական նպատակով Հայաստանից մեկնած զբոսաշրջիկների թիվը նվազեց 72%-ով: Պատկերը փոխվեց միայն 2007թ., երբ գործնական նպատակներով մեկնած զբոսաշրջիկների թիվը աճեց ավելի քան 95%-ով: Իսկ հանգստի և ժամանցի նպատակով Հայաստանից մեկնած զբոսաշրջիկների դինամիկան հիմնականում աճել է՝ 2013թ. հասնելով 3047 մարդու: 2001-2018թթ. Հայաստանից մեկնած զբոսաշրջիկների տարեկան աճի միջին տեմպը կազմել է 17.7% կամ միջինը 692203 մարդ: 2018թ. Հայաստանից մեկնած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է 1622791 մարդ, որը նախորդ տարվա համեմատ ավել էր 9.5%-ով: 2001-2019թթ. Հայաստանից մեկնած զբոսաշրջիկների տարեկան աճի միջին տեմպը կազմել է 17.51% կամ միջինը 795196 մարդ: Ընդ որում, Հայաստանից մեկնած միջազգային զբոսաշրջիկների համար 2018թ. հիմնական նպատակը (98.8%) հանգիստն ու ժամանցն է: 2019թ. հանգստի և ժամանցի նպատակով Հայաստանից մեկնած միջազգային զբոսաշրջիկների թիվը նվազել է՝ կազմելով ընդհանուրի 80.8%-ը: Միևնույն ժամանակ, 2019թ. ավելացել են գործնական նպատակներով Հայաստանից մեկնածների թիվը՝ կազմելով ընդհանուրի 17.6%-ը: Վերջին տարիներին Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջությունը բնութագրվում է զբոսաշրջային այցելությունների քանակի հիմնականում կայուն տարեկան աճով: 2001-2018թթ. ներքին զբոսաշրջային այցելությունների քանակի միջին տարեկան աճը կազմել է 15.8%: 2001-2019թթ. ներքին զբոսաշրջային այցելությունների քանակի միջին տարեկան աճը կազմել է 17.2%: Շատ կարևոր է ներքին զբոսաշրջության պատճառների ուսումնասիրությունը, քանզի այն ավելի հստակ է ցույց տալիս, թե երկրում զբոսաշրջային ինչպիսի տեսակների նկատմամբ է պահանջարկն ավելի մեծ:

2001-2018թթ. 2001-2019թթ. դինամիկան ցույց է տալիս, որ ներքին զբոսաշրջության մեջ գերակշռող են զբոսաշրջության հանգստի և ժամանցի նրպատակներով ճանապարհորդողները: 2001թ. նկատմամբ 2018թ. հանգստի և ժամանցի նպատակով ճանապարհորդող ներքին զբոսաշրջիկների թիվն աճել է 31 անգամ: 2001թ. այդ թիվը կազմել է 25516 զբոսաշրջիկ, իսկ 2018թ.

թիվը հասել է 781668 զբոսաշրջիկի: 2019թ. ընդհանուր ներքին զբոսաշրջիկների 72%-ը կամ 1112305 մարդ հանգստի և ժամանցի նպատակով էր ճանապարհորդում, իսկ 18.2% կամ 280542 մարդ՝ գործնական:



Գծապատկեր 4. Ներքին զբոսաշրջիկների թիվը Հայաստանում և փոփոխությունը նախորդ տարվա համեմատ, 2001-2019թթ.¹

Խորհրդային տարիներին ռեկրեացիոն ռեսուրսների հարստությամբ ու բազմազանության ԽՍՀՄ-ն առաջինն էր աշխարհում: Երկրում հաշվվում էին հանգստի և բուժման համար առավել հարմար ավելի քան 450 բնական շրջաններ, ավելի քան 500 կուրորտային կենտրոններ, մի քանի հազար էքսկուրսիոն տարածաշրջաններ²: ԽՍՀՄ տարիներին զբոսաշրջությունը զարգանում էր պետական քաղաքականությամբ որպես երկրի բնակչության առողջության վերականգնման միջոց և ուներ ընդգծված սոցիալական բնույթ: Միայն պետական սոցիալական ապահովության ֆոնդից ամեն տարի տարեկան 1 մլրդ ռուբլի էր հատկացվում արտոնյալ շրջագայությունների, հանգրստի, առողջարանային բուժման նպատակով: Չնայած ստացած ժառանգության արդյունքում Հայաստանի առողջարանային ու վերականգնողական զբոսաշրջության ներուժին՝ բուժման նպատակով ներքին զբոսաշրջության մեջ ներգրավվածների ոչ մեծ թիվը փաստում է այդ ներուժի ոչ արդյունավետ ու նպատակային օգտագործման մասին: 2018թ. բուժման նպատակով ներ-

¹ ՀՀ վիճակագրական կոմիտե՝ <https://www.armstat.am/am/?nid=13>

² http://tourlib.net/statti_tourism/tourism_sssr.htm

քին զբոսաշրջիկների թիվը կազմել է ներքին զբոսաշրջիկների թվի ընդամենը 5.3%-ը, իսկ 2019թ.՝ 3.4% կամ 52006 մարդ:

Եզրակացություններ: Ընդհանուր առմամբ, համաշխարհային զբոսաշրջության արագընթաց աճ ունեցող մրցակցային միջավայրը պահանջում է, որպեսզի նշանակալի ներդրումներ կատարվեն ենթակառուցվածքներում, հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներում, զբոսաշրջային գրավչության օբյեկտներում և մարդկային ռեսուրսների զարգացման մեջ: Զբոսաշրջության ոլորտում ներդրումները խթան են հանդիսանում տնտեսության բազմաթիվ ճյուղերի համար, իսկ եթե դրանք նաև հմտորեն պլանավորվեն և կառավարվեն, ապա կարող են ներդաշնակեցվել նաև բնապահպանական և զբոսաշրջության կայուն զարգացման նպատակներին: Այս առումով Հայաստանի կառավարության կողմից պետք է մշակվի զբոսաշրջության ոլորտում ներդրումների ռազմավարություն, որը լավագույնս կարտացոլի ոլորտի կարիքները, ինչպես նաև հաշվի կառնի զանազան տնտեսական, ֆինանսական, իրավական և երկրին հատուկ սոցիալ-մշակութային հանգամանքներ:

Անհրաժեշտ է արձանագրել, որ Հայաստանի զբոսաշրջության ոլորտի մրցունակության բարելավման համար մեծ կարևորություն ունի ոլորտը սպասարկող կայուն ենթակառուցվածքների ձևավորումն ու զարգացումը (միջպետական նշանակության ավտոմայրուղիներ, դեպի զբոսաշրջային գրավչության օբյեկտներ տանող ավտոճանապարհներ, զբոսաշրջային երթուղիներ և դրանց ապահովում սանիտարական պայմաններով, մատչելի հյուրանոցային տնտեսության օբյեկտներ, միևնույն ժամանակ՝ բարձրակարգ հյուրանոցներ, դրանց ինտեգրում համաշխարհային համապատասխան ցանցերին, զբոսաշրջային կլաստերների ձևավորում և զարգացում): Հայաստանը, որպես զբոսաշրջային գրավչության կենտրոն, կարող է առաջարկել հետաքրքիր համադրությամբ զբոսաշրջային արդյունք՝ հարուստ մշակութային ժառանգություն, անաղարտ բնություն, հյուրասիրության հարուստ ավանդույթ, Հայաստանը ունի բոլոր հնարավորությունները գրավելու իր ուրույն դիրքը միջազգային շուկայում: Այս ամենը կարևոր նախապայմաններ են երկրի զբոսաշրջային ինդուստրիայի զարգացման համար, որոնք կարող են հանգեցնել երկրի զբոսաշրջային ներուժի ամբողջական բացահայտմանը, լիարժեք օգտագործմանը և համաշխարհային զբոսաշրջային ոլորտում մրցունակության ամրապնդմանը:

Շողիկ ՄԵՋԼՈՒՄՅԱՆ

Միջազգային զբոսաշրջության զարգացման ընթացքն ու դինամիկան Հայաստանում

Բանալի բառեր. միջազգային զբոսաշրջիկներ, ժամանումներ, մեկնումներ, աշխարհագրական բաշխվածություն, ներքին զբոսաշրջություն, COVID-19

Զբոսաշրջության ոլորտի արդյունավետ գոյությունը Հայաստանի տնտեսության համաչափ զարգացման, բնակչության ընդհանուր բարեկեցության մակարդակի բարձրացման, կյանքի որակի բարելավման և տնտեսության երկարաժամկետ ու կայուն ու զարգացման կարևոր նախապայմաններից է: Այս համատեքստում, կարևոր է գնահատել և հասկանալ Հայաստան ժամանած և Հայաստանից մեկնած միջազգային զբոսաշրջիկների թվի հիմնական միտումները: Բացի այդ, հոդվածում վերլուծվել է ՀՀ զբոսաշրջիկների հիմնական աշխարհագրական բաշխվածությունը, ինչպես նաև Հայաստան այցելության պատճառները:

Шогик МЕДЖЛУМЯН

Ход и динамика развития международного туризма в Армении

Ключевые слова: Международные туристы, прибытия, выезды, географическое распределение, внутренний туризм, COVID-19

Эффективное существование сферы туризма является одним из важных предусловий пропорционального развития экономики Армении, повышения уровня общего благосостояния населения, улучшения качества жизни а так же долгосрочного и стабильного развития экономики. В этом контексте важно оценить и понять основные тенденции числа международных туристов, которые прибыли Армению, а так же выезды из Армении. Кроме того, в статье проанализировано основное географическое распределение туристов Армении, а также основные причины по которым международные туристы посещают Армению.

Shoghik MEJLUMYAN

Progress and dynamics of international tourism development in Armenia

Key words: International tourists, arrivals, departures, geographical distribution, domestic tourism, COVID-19

The effective existence of the tourism sector is one of the important preconditions for the proportional development of the Armenian economy, increasing the welfare of the population, improving the quality of life, as well as long-term and stable development of the economy. In this context, it is important to assess and understand the main trends in the number of international tourists who have visited Armenia, as well as departures from Armenia. In addition, the article analyzes the main geographical distribution of tourists in Armenia, as well as the main reasons why international tourists visit Armenia.

**ԲՅՈՒՋԵՏԱՅԻՆ ԾԱԽՍԵՐԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ
ՀԻՄՆԱՎՈՐՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԱՊԱՀՈՎՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ**

Վարդան ԲՈՍԱՆՋՅԱՆ

Տնտեսագիտության դոկտոր, ԵՊՀ պրոֆեսոր

Գևորգ ԿԻՐԱԿՈՍՅԱՆ

Տնտեսագիտության թեկնածու, ԵՊՀ դոցենտ

Բանալի բառեր. բյուջետային ծախսեր, պետական բյուջե, բյուջետային ծախսերի արդյունավետություն և հիմնավորվածություն, բյուջետային վերահսկողություն, բյուջետային պլանավորում

Շուկայական տնտեսության պայմաններում պետական ֆինանսական միջոցների արդյունավետ օգտագործումը հանդիսանում է երկրի զարգացման և հասարակության առջև ծառայած հիմնախնդիրների ամբողջական և լիարժեք լուծման կարևոր նախապայմաններից: Զարգացող երկրներում տրվյալ հիմնախնդրի լուծումը ձեռք է բերում առավել մեծ կարևորություն՝ պայմանավորված ֆինանսական միջոցների խրոնիկ անբավարարությամբ, ինչի հետևանքով պետության ծախսային կարիքներն էականորեն գերազանցում են եկամտային հնարավորություններին՝ առաջին պլան մղելով սահմանափակ ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործման անհրաժեշտությունը: Ըստ էության, վերջինովս է մեծապես պայմանավորված պետության արդյունավետ գործունեության ապահովումը:

Ընդհանուր առմամբ, յուրաքանչյուր երկիր պետք է ձգտի առավելագույն արդյունավետությամբ օգտագործել իր տրամադրության տակ կենտրոնացվող ռեսուրսները: Այս առումով, հիմնական հարցը կայանում է նրանում, թե արդյոք պետության կողմից կիրառվող գործիքները և մեխանիզմներն ապահովում են տվյալ խնդրի լուծումը: Այս համատեքստում հատկապես առանձնահատուկ կարևորություն է ստանում բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածության և արդյունավետության ապահովումը, որոնց գնահատման ֆորմալ ընթացակարգերի և չափորոշիչների բացակայության պայմաններում երաշխավորված չէ պետության կողմից բյուջետային ծախսերի իրականացումից առավելագույն օգուտի ստացումը: Խնդիրը կայանում է նրանում, որ պետական միջոցների օգտագործման գործընթացը պարունակում է բավականա-

չափ մեծ ռիսկեր, որոնք ենթադրում են դրանց արդյունավետ կառավարում: Այս տեսանկյունից, բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովումը պայմանավորված է նաև այդ ռիսկերի հաջող կառավարմամբ: Ակնհայտ է, որ Հայաստանի սոցիալ-տնտեսական ներկա վիճակը, ինչպես նաև պետական ծախսային կարիքների մեծ ծավալը պահանջում են բյուջետային ծախսերի առավելագույն արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովման համապատասխան ուղիների մշակում:

Բյուջետային ծախսերի գնահատման հիմնախնդիրներն ու դրանց լուծումներն, անշուշտ, պահանջում են տեսական հիմնավորվածություն: Այս առումով, պետք է նշել, որ բյուջետային ծախսերի պլանավորման և իրականացման ժամանակ առավել հաճախ կարևորվում է դրանց արդյունավետության ապահովման անհրաժեշտությունը: Մինչդեռ, ոչ պակաս կարևոր նշանակություն ունի բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածությունը: Չնայած դրանք սերտորեն փոխկապակցված են միմյանց հետ, այդուհանդերձ, ունեն նաև որոշակի տարբերություններ ու առանձնահատկություններ: Ընդհանուր առմամբ, "արդյունավետություն" և "հիմնավորվածություն" հասկացությունների վերաբերյալ մասնագիտական շրջանակների կողմից միասնական և ընդհանուր բնորոշում գոյություն չունի: Դա պայմանավորված է, մի կողմից, տնտեսագիտության պրակտիկ ուղղվածության, իսկ մյուս կողմից՝ արդյունավետության և հիմնավորվածության աքսիոմատիկ բնույթի հետ, որը լրացուցիչ ապացույցների կարիք չունի: Այսպես, Վ. Նովոժիլովայի կարծիքով արդյունավետությունը "օգտակար արդյունքի հարաբերությունն է դրա ստացման համար իրականացված ծախսերին"¹: Տ. Խաչատուրովը նշում է, որ արդյունավետության ցուցանիշի հաշվարկման համար անհրաժեշտ է համադրել արդյունքի մեծությունը դրա համար պահանջվող ծախսերին²: Նրա կարծիքով, արդյունավետությունն իրենից ներկայացնում է տնտեսական կամ սոցիալական արդյունքի հարաբերությունը դրանց ձեռք բերման համար անհրաժեշտ ծախսերին: Տնտեսագիտական գրականության մեջ շատ հաճախ արդյունավետության հետ կապված հարցերը քննարկելիս առանձնացվում են ընդհանուր (բացարձակ) և համեմատական (հարաբերական) արդյունավետություն:

¹ Новожилов В.В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972. С. 55

² Хачатуров Т.С. Интенсификация и эффективность в условиях развитого социализма. - М.: Наука, 1978. С. 219.

նր: Մասնավորապես, Դ. Լվովը նշում է որ "ընդհանուր արդյունավետությունը որոշվում է որպես արդյունքի և դրա համար անհրաժեշտ կապիտալ ներդրումների հարաբերություն" որպես գնահատման ցուցանիշ համարելով շահութաբերությունը: Համեմատական արդյունավետության տակ նա հասկանում է "ընթացիկ ծախսերի նվազեցման ուղղությամբ խնայողությունների հարաբերությունը արտադրանքի թողարկման համար կատարված լրացուցիչ կապիտալ ներդրումներին"¹: Որոշ հեղինակներ նշում են, որ արդյունավետությունը հիմնականում ցույց է տալիս, թե ինչ հաջողությամբ է կազմակերպությունն օգտագործում իր ռեսուրսներն ապրանքներ և ծառայություններ թողարկելու նպատակով: Նրանց կարծիքով, "արդյունավետությունը բարձր է, երբ տվյալ որակի ավելի շատ արտադրանք է թողարկվում ավելի քիչ ռեսուրսների օգտագործմամբ"²: Ինչ վերաբերում է բյուջետային ծախսերի արդյունավետությանը, ապա այս հարցում ևս գոյություն չունի միասնական տեսակետ: Շատ մասնագետներ բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետությունը դիտարկում են որպես արդյունքների և ծախսերի հարաբերություն: Ասպես, Դ. Զավյալովը նշում է, որ բյուջետային ծախսերի արդյունավետության հետ կապված հարցերի քննարկման ժամանակ անհրաժեշտ է ղեկավարվել դրա դասական ընկալմամբ՝ որպես արդյունքի և ծախսերի հարաբերության և, նրա կարծիքով, բյուջետային ծախսերի արդյունավետության հասկացության մեջ նոր իմաստ փնտրելը և ընդգրկելն անթույլատրելի է: Միաժամանակ, "բյուջետային ծախսերի արդյունավետության գնահատականը հնարավոր է միայն ծախսերի և արդյունքի համադրման միջոցով"³:

Հարկ է նշել, որ մասնագիտական գրականության մեջ գոյություն ունեն որոշ հասկացություններ, որոնք տարբեր համադրումներով օգտագործվում են բյուջետային ծախսերի արդյունավետության բնութագրման նպատակով: Դրանց շարքին են դասվում ռացիոնալությունը, նպատակայնությունը, խնայողականությունը, արդյունքավետությունը և այլն: Մի շարք հեղինակներ կարծում են, որ պետության կողմից սոցիալական, տնտեսական և քաղաքական խնդիրների լուծումը կախված է նրանից, թե ինչպիսի "ռացիոնալությամբ,

¹ Львов Д.С. Эффективное управление техническим развитием. - М.: Экономика, 1990. С. 7.

² Иванова Е.И., Мельник М.В., Шлейников В.И., под ред. СИ. Гайдаржи. Аудит эффективности в рыночной экономике: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2007. С. 63-64.

³ Завьялов Д.Ю. Оценка эффективности бюджетных расходов: сравнительный анализ. Финансы. 2008. № 10. Сб.

խնայողականությամբ և արդյունավետությամբ" է նա օգտագործում առկա ռեսուրսները¹: Բյուջետային միջոցների օգտագործումը ռացիոնալության և արդյունավետության տեսանկյունից դիտարկում է Ե. Կորովկինան, ով ռացիոնալության տակ հասկանում է "դրված խնդրի լուծման առաջարկվող մի քանի տարբերակներից լավագույնի ընտրություն" և համարում է, որ "եթե միջոցները ծախսվում են լավագույն տարբերակի իրականացման համար, կարելի է համարել ռացիոնալ օգտագործում"²: Մ. Չիչելևի կարծիքով բյուջետային ծախսերի արդյունավետությունը որոշվում է միջոցառումների իրականացման վրա օգտագործված ռեսուրսները համեմատելով ստացված արդյունքի հետ³: Բավականաչափ լայն տարածում է ստացել նաև այն տեսակետը, համաձայն որի բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետությունն արտահայտվում է նաև ըստ տարբեր արդյունքների և ծախսերի: Այսպես, որոշ հեղինակներ նշում են, որ "ծախսերի և արդյունքների գնահատականների տարբերությունը ձևավորում է արդյունավետությունը, որը թույլ է տալիս պարզել, թե ինչ է ստանում պետությունը ֆինանսական միջոցների օգտագործման արդյունքում"⁴: Ընդ որում, նրանց կարծիքով, արդյունավետությունը կարող է արտահայտվել երկու ուղղություններով. որպես համախառն արդյունքի և համախառն ծախսերի տարբերություն և որպես համախառն արդյունքների և ընթացիկ ծախսերի տարբերություն: Ս. Ռյաբուխինը և Ս. Կլիմանտովը արդյունավետությունը սահմանում են որպես "պետական ծախսերի և դրանց արդյունքների համապատասխանություն այս կամ այն նպատակներին, որոնց ձեռքբերումն ապահովվում է պետական սեկտորի կողմից"⁵: Նրանց կարծիքով, եթե արտադրողականության գնահատման ժամանակ շեշտը դրվում է արտադրանքի ծավալների վրա, ապա արդյունավետության վերլուծության ժամանակ՝ հասարակության պահանջմունքներն համապատասխանության վրա: Այսպիսով, գրականության մեջ գոյություն ունեն զգալիորեն տարբեր

¹ Иванова Е.И., Мельник М.В., Шлейников В.И., под ред. СИ. Гайдаржи. Аудит эффективности в рыночной экономике: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2007. С. 16.

² Коровкина Е. К вопросу об эффективности расходования средств. Финансы. 2004. №11. С. 57.

³ Осипов А.К., Аникин В.Н., Котлячков О.В. и др. Методика оценки эффективности использования государственных средств: монография. Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2006. С. 37

⁴ Осипов А.К., Аникин В.Н., Котлячков О.В. и др. Методика оценки эффективности использования государственных средств: монография. Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2006. С. 9.

⁵ Рябухин С.Н., Климантов СБ. Аудит эффективности государственного сектора экономики: Курс лекций. 2-е изд., доп. М.: Триада Лтд, 2006. С. 22.

բնութագրումներ բյուջետային ծախսերի արդյունավետության մեկնաբանության վերաբերյալ: Այն հիմնականում դիտարկվում է որպես.

- արտադրված արդյունքների և դրանց համար ծախսված ռեսուրսների հարաբերություն,

- հանրային առումով նշանակալի արդյունքների արժեքային արտահայտության և դրանց ձեռքբերման ռեսուրսների արժեքի հարաբերություն,

- կոնկրետ տնտեսական ցուցանիշների աճ ծախսված միավոր ռեսուրսի հաշվով:

Ինչ վերաբերում է բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածության վերաբերյալ մասնագիտական շրջանակների տեսակետներին, ապա դրանք ավելի հաճախ նույնականացվում են արդյունավետության հետ: Մինչդեռ, դրանք ունեն որոշակի տարբերություններ և, որպես կանոն, բյուջետային ծախսերի անարդյունավետությունը և չհիմնավորվածությունը պայմանավորող պատճառները և դրանց վրա ազդող գործոնները տարբեր են: Մասնավորապես, հիմնավորված բյուջետային ծախսերը կարող են լինել ինչպես արդյունավետ, այնպես էլ անարդյունավետ: Սակայն արդյունավետ բյուջետային ծախսերը կարող են լինել նաև չհիմնավորված: Հետևաբար, բյուջետային ծախսերի իրականացման տեսանկյունից դրանց արդյունավետությունը և հիմնավորվածությունն իրենց կարևորությամբ չեն զիջում միմյանց և դրանց միաժամանակյա ապահովման պարագայում է միայն հնարավոր դառնում բյուջետային ծախսերի իրականացումից առավելագույն օգուտի ստացումը:

Յուրաքանչյուր պետության տնտեսական քաղաքականության գլխավոր խնդիրը հասարակության ռազմավարական նպատակների և զարգացման գերակայությունների ձեռքբերումն է: Այդ նպատակով պետք է մշակվի միջոցառումների համալիր, որն իր մեջ կընդգրկի ներգործության մեթոդների և լր-ծակների, այդ թվում բյուջետային միջոցների օգտագործման կազմի, կառուցվածքի, ծավալի, ժամկետների և պայմանների, ինչպես նաև դրված նպատակների ձեռքբերման համար պատասխանատու պետական մարմինների և վերահսկող կառույցների ամբողջությունը:

Անկախացումից ի վեր Հայաստանի Հանրապետությունում իրականացված բյուջետային քաղաքականության վերլուծությունը վկայում է այն մասին, որ տնտեսության կարգավորման նպատակով հիմնականում կիրառվել են

հարկային գործիքները և հիմնական շեշտը դրվել է եկամտային բազայի ավելացման ճանապարհով հնարավորինս շատ ծախսեր իրականացնելու վրա: Մինչդեռ վերափոխումների տրամաբանությունը և այլ երկրների փորձը վկայում է այն մասին, որ բյուջետային քաղաքականության առումով ոչ պակաս կարևոր է ծախսերի կառուցվածքի օպտիմալացումը: Իրավիճակի վրա իր բացասական ազդեցությունն է թողնում բյուջետային ծախսերի և դրանց իրականացումից ակնկալվող արդյունքների միջև կապի բացակայությունը: Ակնհայտ է, որ մի շարք բացասական հետևանքներից հնարավոր կլինեն խուսափել կամ գոնե նվազեցնել դրանց բացասական ազդեցությունը, եթե բյուջետային քաղաքականության շրջանակներում գնահատվեր իրականացվող միջոցառումների հիմնավորվածությունը: Հետևաբար, տվյալ ոլորտում ցանկալի արդյունքների ստացումը մեծապես պայմանավորված է տնտեսական քաղաքականության հիմնավորվածության և դրա արդյունքների գնահատման տեսական մոտեցումների մշակման և գործնական կիրառմամբ:

Չնայած այն հանգամանքին, որ բյուջետային ծախսերի արդյունավետության վերաբերյալ որոշակի դրույթներ իրենց ամրագրումն են ստացել նաև համապատասխան օրենսդրական ակտերում, այդուհանդերձ, այդ հասկացության միանական և հստակ իրավական սահմանում գոյություն չունի: Բյուջետային ծախսերի արդյունավետության գնահատում, որպես այդպիսին, չի իրականացվում, չնայած այն հանգամանքին, որ "Հայաստանի Հանրապետության բյուջետային համակարգի մասին" ՀՀ օրենքով բյուջետային միջոցների արդյունավետ օգտագործումը հռչակված է որպես ՀՀ բյուջետային համակարգի սկզբունքներից մեկը: Համաձայն նշված օրենքի, բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետության սկզբունքը նշանակում է, որ բյուջեների կազմման և կատարման ժամանակ պետք է ելնել նախատեսված արդյունքի բյուջետային միջոցների նվազագույն ծավալի օգտագործմամբ կամ բյուջեով նախատեսված միջոցների ծավալով լավագույն արդյունքի հասնելու անհրաժեշտությունից: Միաժամանակ, բյուջետային համակարգի սկզբունքներ են սահմանվում բյուջետային միջոցների հասցեագրվածությունը և նպատակայնությունը, որը նշանակում է, որ բյուջետային միջոցներն օրենսդրությանը համապատասխան հատկացվում են կոնկրետ ստացողներին՝ ֆինանսավորման հստակ նպատակների նշվածությամբ: Ընդ որում, բյուջետային միջոցների հատկացման ժամանակ օրենսդրության շրջանակներից դուրս

ցանկացած գործողություն, որը հանգեցնում է բյուջեով նախատեսված միջոցների հասցեագրվածության խախտմանը կամ այդ միջոցների ուղղմանը բյուջեով չնախատեսված նպատակներին, որակվում է որպես օրենսդրության խախտում¹: Հատկանշական է այն հանգամանքը, որ "Հայաստանի Հանրապետության բյուջետային համակարգի մասին" ՀՀ օրենքով համայնքների բյուջեների ձևավորման հիմնական սկզբունքներից են արդյունավետությունը և խնայողականությունը: Առաջինը սահմանվում է որպես կատարված ծախսի և համայնքի համար դրա օգտակարության միջև պատշաճ հարաբերակցության ապահովում, իսկ երկրորդը՝ երբ կատարված ծախսին համապատասխանում է դրան համարժեք նյութական և ոչ նյութական ակտիվների ձեռքբերում: Այս կապակցությամբ հարկ ենք համարում նշել, որ նշված սկզբունքների գործնական կիրառման տեսանկյունից գոյություն ունեն որոշակի դժվարություններ, հատկապես պայմանավորված արդյունավետության գնահատման ինստիտուցիոնալ մեխանիզմների և հիմնավորված մեթոդաբանության բացակայությամբ: Ավելին, բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետության գնահատման չափանիշների բացակայությունը, ըստ էության, հնարավորություն է տալիս ապահովել միայն որակական գնահատականների իրականացում: Միաժամանակ, հարկ է նշել, որ օրենքով բյուջետային միջոցների արդյունավետության գնահատման համար որպես չափանիշ է սահմանվում լավագույն արդյունքը, մինչդեռ դրա գնահատման չափորոշիչները բացակայում են: Ընդ որում, արդյունավետությունը ներկայացվում է երկու հիմնական ասպեկտով. առաջին, որպես բյուջետային միջոցների նվազագույն ծավալի օգտագործմամբ նախատեսված արդյունքի ձեռք բերում, և երկրորդ՝ բյուջեով նախատեսված միջոցների ծավալով լավագույն արդյունքի ստացում: Այսինքն, եթե առաջին դեպքում դոմինատ է սահմանվում արդյունքը, ապա երկրորդ դեպքում որպես այդպիսին սահմանվում են գոյություն ունեցող բյուջետային միջոցները: Այլ կերպ ասած, արդյունքի ստացումը դրվում է կախվածության մեջ առկա բյուջետային ռեսուրսներից: Կարծում ենք, նման մոտեցումն այնքան էլ տրամաբանական չէ և չի բնութագրում բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետության բուն էությունը: Մեր կարծիքով, բյուջետային ռեսուրսների պլանավորումը պետք է իրականացվի ակնկալվող արդյունքներից ելնելով, այլ ոչ թե հակառակ կերպով:

¹ Հայաստանի Հանրապետության բյուջետային համակարգի մասին օրենք

Մեր կարծիքով, բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետությունը որոշելիս չի կարելի հիմնվել բացառապես արդյունավետության դասական ընկալման վրա: Բյուջետային ծախսերի իրականացման արդյունքները և դրանց դրսևորման ձևերը խիստ բազմազան են և միշտ չէ, որ հնարավոր է դրանք գնահատել դրամական արտահայտությամբ՝ համեմադրելով օգտագործված ռեսուրսների հետ: Բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունավետության՝ որպես արդյունքների և ծախսերի հարաբերության գրնահատման տնտեսագիտական մոտեցումը կարող է կիրառվել այն դեպքերում, երբ բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունքները հնարավոր է չափել դրամական արտահայտությամբ և համեմատել համապատասխան բյուջետային ծախսերի հետ: Մեր կարծիքով, բյուջետային ծախսերի արդյունավետության տակ պետք է հասկանալ նվազագույն ծավալով միջոցների օգտագործմամբ պլանավորված արդյունքների ձեռքբերումը կամ հատկացված միջոցներով առավելագույն արդյունքի ապահովումը, ստացված արդյունքների և դրանց համար ծախսված նյութական, ֆինանսական, աշխատանքային և այլ ռեսուրսների հարաբերությունը և բյուջետային քաղաքականության առջև դրված խնդիրների լուծման աստիճանը:

Հարկ է նշել, որ բյուջետային ծախսերի առանձնահատկությունը կայանում է դրանց հասարակական բնույթի և սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը, պետական նպատակների ձեռքբերմանը և որոշակի խնդիրների լուծմանն ուղղվածության մեջ: Այդ իսկ պատճառով գտնում ենք, որ բյուջետային ծախսերի արդյունավետության որոշման համար սկզբունքային նշանակություն ունի բյուջետային միջոցների օգտագործման արդյունքների տարանջատումը անմիջականի և վերջնականի: Առաջինի տակ պետք է հասկանալ մատուցվող բյուջետային ծառայությունները, իրականացվող միջոցառումները, իսկ վերջնական արդյունքների տակ՝ իրականացված միջոցառումներից և ծառայությունների մատուցումից օգուտների վերջնական սպառողների բավարարվածության աստիճանը բնութագրող սոցիալ-տնտեսական էֆեկտը:

Հատկապես Հայաստանի Հանրապետությունում բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովումն առավել քան հրատապ է, ինչը պայմանավորված է երկրում այնպիսի հիմնախնդիրների առկայությամբ, ինչպիսիք են ծախսային պարտավորությունների և բյուջետային եկամուտների միջև առկա ճեղքվածքը, բյուջետային համակարգի

տարբեր մակարդակների միջև եկամտային աղբյուրների և ծախսային պարտավորությունների անհամարժեքությունը, ծախսերի պլանավորման ուղղությունների և տնտեսական զարգացման երկարաժամկետ նպատակների միջև կապի բացակայությունը և այլն: Հարկ է նշել, որ հանրապետությունում գործող բյուջետային օրենսդրությամբ ծախսերի "հիմնավորվածություն" հասկացության ներքո հիմնականում նկատի է առնվում դրամական միջոցների ծավալի քանակական ճիշտ որոշումը, ինչը որոշակիորեն աղավաղում է հիմնավորվածության իրական պատկերը: Իհարկե, քանակական հիմնավորումը հանդիսանում է այն չափորոշիչներից մեկը, որը հնարավորություն է տալիս հետևություն կատարել այս կամ այն ծախսի հիմնավորվածության վերաբերյալ, սակայն այն միակ չափորոշիչ չի կարող լինել: Այն ընդամենը անհրաժեշտ է պլանավորվող և իրականացվող ծախսերի հասարակության համար օգտակարության և իրավաչափության գնահատման համար: Հետևաբար, ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության որոշման կարգի մշակումը բյուջետային ծախսերի պլանավորման խնդրի համալիր լուծման հնարավորություն է տալիս:

Ակնհայտ է, որ բյուջետային ծախսերի արդյունավետության գնահատումը զգալիորեն կախված է պետության առջև դրված ռազմավարական և մարտավարական նպատակներից: Քանի որ դրանց ընտրությունը բավականաչափ բարդ է և պահանջում է ծրագրային հիմնավորվածություն, ապա արդյունավետության գնահատումը էականորեն դժվարանում է: Այս կամ այն բյուջետային ծախսերը կարող են արդյունավետ գնահատվել մի նպատակի ձեռք բերման համար, մինչդեռ այլ նպատակների գծով համարվել ոչ արդյունավետ: Հետևաբար, բյուջետային միջոցների հաշվին հասարակության առջև ծառայած խնդիրների լուծման մեթոդների և ուղիների արդյունավետության գնահատումն անհրաժեշտ է իրականացնել ռազմավարական նպատակների ձեռքբերման հնարավորությունների տեսանկյունից:

Բյուջետային միջոցների արդյունավետ օգտագործումը, նախ և առաջ, ենթադրում է գոյություն ունեցող խնդիրների լուծման տարբերակների մշակում, անհրաժեշտ ծախսերի և ակնկալվող արդյունքների համադրման միջոցով դրանցից լավագույնի ընտրություն և արդյունքային ցուցանիշների հրատակ որոշում: Դեռևս բյուջետային ծախսերի պլանավորման փուլում պետք է հաշվի առնել տնտեսական և սոցիալական զարգացման միտումները, ար-

տաքին գործոնների դրսևորման հնարավորությունը և դրանց ազդեցության սահմանները: Ընդ որում, պետության նպատակների և գերակայությունների ձեռք բերմանը պետք է ուղղված լինի իրականացվող բյուջետային քաղաքականությունը, որի պարագայում էլ, ըստ էության, կապահովվի ծախսերի հիմնավորվածությունը: Վերջինիս գնահատումը, մեր կարծիքով, պետք է իրականացվի հետևյալ պայմանների դիտարկման համատեքստում.

- իրականացվող բյուջետային քաղաքականության համապատասխանությունը հասարակության զարգացման նպատակային կողմնորոշիչներին,

- դրված խնդիրների լուծման փոխկապակցված ռազմավարության և մարտավարության, ինչպես նաև դրանց իրականացման համար անհրաժեշտ կոնկրետ միջոցառումների առկայությունը,

- պատմական տվյալ ժամանակաշրջանի առանձնահատկությունների և տնտեսական իրավիճակի գնահատումը և լուծման ենթակա հիմնախնդիրների բացահայտումը,

- կառավարման բոլոր մակարդակներում պետության, հասարակության և տնտեսավարող սուբյեկտների շահերի միջև որոշակի հաշվեկշռվածության ապահովումը և այլն:

Ընդհանուր առմամբ, բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածությունը ենթադրում է դրանց պլանավորման այնպիսի մոտեցումների կիրառում, որոնք կապահովեն պետության կողմից հոչակված ռազմավարական նպատակների և առաջնահերթությունների ձեռքբերումը: Այս համատեքստում, բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածության չափորոշիչներ պետք է հանդիսանան:

Բյուջետային ծախսերի կառուցվածքի, ծավալի և կազմի համապատասխանությունը տնտեսության պետական կարգավորման մոդելին կամ այլ կերպ ասած, շուկայական տնտեսության պայմաններում պետության գործառույթներին: Ըստ էության, իրականացվող տնտեսական քաղաքականությունը պետք է հիմնված լինի և պարունակի երեք կարևոր բաղադրիչ. Ռազմավարություն, մարտավարություն և կոնկրետ միջոցառումներ: Հետևաբար, կառավարությունը պետք է ընտրի պետական կարգավորման և տնտեսության միջամտության այնպիսի մոդել, որն առավելագույնս կհամապատասխանի պատմական զարգացման տվյալ փուլի պահանջներին և երկրի առջև ծառայած խնդիրների լուծման պահանջներին:

Բյուջետային ծախսերի կազմի համապատասխանությունը իշխանության տարբեր մակարդակների իրավասություններին: Հայտնի է, որ իշխանության տարբեր մակարդակների միջև իրավասությունների բաշխումը էապես պայմանավորված է պետական կառուցվածքով: Բացի այդ, կարևոր գործոն է հանդիսանում իշխանության կենտրոնացման կամ ապակենտրոնացման ձևավորված ավանդույթները: Հետևաբար, բյուջետային պլանավորման ժամանակ պետք է ապահովվի բյուջետային ծախսերի այնպիսի կառուցվածք, որը հնարավորություն կտա իշխանության տարբեր մակարդակներին իրականացնել օրենսդրությամբ իրենց վերապահված գործառույթները և լուծել գոյություն ունեցող խնդիրները:

Ծախսերի անհրաժեշտությունը, բավարարությունը և ժամանակին իրականացումը: Ակնհայտ է, որ սահմանափակ ֆինանսական ռեսուրսների պայմաններում բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածության գնահատման ժամանակ կարևոր նշանակություն են ստանում բյուջետային ծախսերի բավարարությունը և ժամկետայնությունը: Բյուջետային ծախսերը պետք է ունենան քանակական հիմնավորվածություն և բավարար լինեն օրենսդրությամբ վերապահված գործառույթների պատշաճ իրականացման ու ռազմավարական խնդիրների լուծման համար: Ծախսերի անհրաժեշտությունը պայմանավորված է նրանով, որ եթե օրենսդրությամբ նախատեսված է այս կամ այն գործառույթի իրականացումը, ապա այն պետք է պարտադիր կարգով ֆինանսավորվի: Բացի նշվածներից, բյուջետային ծախսերը պետք է իրականացվեն այն ժամանակահատվածում, որի ընթացքում դրանք կարող են առավելագույն օգուտ ապահովել:

Անշուշտ, բյուջետային ծախսերի պլանավորման, ֆինանսավորման և օգտագործման նկատմամբ պատշաճ վերահսկողությունն օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է, քանի որ միայն այդ դեպքում է հնարավոր կառավարման մարմինների կողմից չարաշահումների բացառումը և իրենց վերապահված գործառույթների պատշաճ իրականացումը: Նախնական և օպերատիվ վերահսկողությունը սկզբունքային նշանակություն ունի բյուջետային ծախսերի հիմնավորվածությունն ապահովելու համար, քան որ վերահսկողության միջոցով է իրականացվում դրանց անհրաժեշտության, բավարարության և ժամկետայնության գնահատումն այն նպատակների իրականացման առումով, որոնք դրվել են բյուջեի կազմման փուլում:

Ամփոփելով, հարկ ենք համարում նշել, որ հանրապետության տնտեսական զարգացման ներկա փուլում բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովումը ձեռք է բերել առանցքային նշանակություն: Դա ենթադրում է գնահատման հստակ և գիտականորեն հիմնավորված մեթոդաբանության մշակում: Օրենսդիր և գործադիր իշխանությունների կարևորագույն խնդիրը պետք է դառնա տնտեսագիտորեն չհիմնավորված բյուջետային պարտավորությունների և ոչ արդյունավետ ծախսերի բացառումը՝ ֆինանսավորման ենթակա բյուջետային ծախսերի արդյունավետության գնահատման մեխանիզմների միաժամանակյա ներդրմամբ:

Օգտագործված գրականություն

Հայաստանի Հանրապետության բյուջետային համակարգի մասին օրենք

Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Наука, 1972г. 432 стр.

Хачатуров Т. С. Интенсификация и эффективность в условиях развитого социализма. М.: Наука, 1978г. 352 стр.

Львов Д. Эффективное управление техническим развитием. М.: Экономика, 1990г. 255 стр.

Иванова Е. И., Мельник М. В., Шлейников В. И., под ред. СИ. Гайдаржи. Аудит эффективности в рыночной экономике: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2007г. 328 стр.

Завьялов Д. Ю. Оценка эффективности бюджетных расходов: сравнительный анализ. Финансы. 2008г. № 10.

Коровкина Е. К вопросу об эффективности расходования средств. Финансы. 2004г. № 11.

Осипов А. К., Аникин В. Н., Котлячков О. В. и др. Методика оценки эффективности использования государственных средств: монография. Ижевск. 2006г. 273 стр.

Рябухин С. Н., Климантов С. Б. Аудит эффективности государственного сектора экономики. М. 2006г. 255 стр.

Վարդան ԲՈՍՏԱՆՋՅԱՆ, Գևորգ ԿԻՐԱԿՈՍՅԱՆ

Բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովման խնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում

Բանալի բառեր. բյուջետային ծախսեր, պետական բյուջե, բյուջետային ծախսերի արդյունավետություն և հիմնավորվածություն, բյուջետային վերահսկողություն, բյուջետային պլանավորում

Հոդվածը նվիրված է բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովման հիմնախնդիրների ուսումնասիրությանը: Հոդվածում վերլուծության են ենթարկվել «արդյունավետություն» և «հիմնավորվածություն» հասկացությունների մեկնաբանությունները և դրանց հիմնական տարբերությունները: Բացահայտվել են հանրապետությունում բյուջետային ծախսերի պլանավորման և իրականացման ոլորտում առկա հիմնախնդիրները: Առաջարկվել են բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովման հիմնական մոտեցումները: Ներկայացվել են բյուջետային ծախսերի արդյունավետության և հիմնավորվածության ապահովման խնդիրները և մշակվել են դրանց լուծման հիմնական ուղիները:

Вардан БОСТАНДЖЯН, Геворг КИРАКОСЯН

Задачи обеспечения эффективности и обоснованности бюджетных расходов в Республике Армения

Ключевые слова: бюджетные расходы, государственный бюджет, эффективность и обоснованность бюджетных расходов, бюджетный контроль, бюджетное планирование

Статья посвящена изучению проблем обеспечения эффективности и обоснованности бюджетных расходов. В статье проанализированы интерпретации понятий "эффективность" и "обоснованность" и их основные отличия. Выявлены проблемы в области планирования и реализации бюджетных расходов в республике. Предложены основные подходы по обеспечению эффективности и обоснованности бюджетных расходов. Представлены проблемы обеспечения эффективности и обоснованности бюджетных расходов и разработаны основные пути их решения.

Vardan BOSTANJYAN, Gevorg KIRAKOSYAN

Issues on insuring of efficiency and substantiation of budget expenditures in the Republic of Armenia

Key words: budget expenditures, state budget, efficiency and substantiation of budget expenditures, budget control, budget planning

The article is devoted to the analysis of the issues on ensuring of efficiency and substantiation of budget expenditures. Interpretations of the concepts of "efficiency" and "substantiation" and their main differences are analyzed in the article. Problems in planning and implementation of budget expenditures in the country are identified. The main approaches to ensure the efficiency and substantiation of budget expenditures are proposed. The issues on ensuring the efficiency and substantiation of budget expenditures in the Republic of Armenia are presented and the main ways to solve them are developed.

ՏԵՂԵԿԱՏՎԱԿԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐԻ ԱՌԻԴԻՏ

Լիլիթ ՄԻՐԶՈՅԱՆ

ՀՊՏՀ կառավարչ. հաշվ. և աուդիտի ամբիոնի ասպիրանտ

Բանալի բառեր. տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, աուդիտ, հսկողություն, ռիսկ, հասանելիություն

Աերածություն: Ժամանակակից տեղեկատվական հասարակությունում բոլոր ոլորտներում բիզնեսի վարման որակը հիմնականում պայմանավորված է կազմակերպության կողմից իր տեղեկատվական ենթակառուցվածքները պատշաճ օգտագործելու և դրանց աջակցելու ունակությամբ: Տնտեսավարող սուբյեկտի ՏՏ կատարելագործման գործընթացի առանցքային փուլերից մեկը տեղեկատվական տեխնոլոգիաների աուդիտն է:

ՏՏ աուդիտը ընկերության տեղեկատվական համակարգի զարգացման ռազմավարության մշակման առաջին և պարտադիր քայլն է: Բարձրորակ աուդիտի բացակայությունը ընկերության ղեկավարից թաքցնում է կիրառվող տեղեկատվական համակարգերի և տեխնոլոգիաների ներկա վիճակի իրական պատկերը, ինչը անհնար է դարձնում դրա փոփոխման և զարգացման վերաբերյալ ճիշտ, տնտեսապես հիմնավորված որոշումներ կայացնելը: ՏՏ աուդիտը գնահատում է առկա տեղեկատվական ռեսուրսները և դրանց համապատասխանությունը ընկերության ընթացիկ և ապագա նպատակներին: Այս գնահատումների հիման վրա ՏՏ աուդիտը առաջարկում է լուծումներ, որոնք ընկերությանը թույլ են տալիս առավելագույնի հասցնել առկա տեղեկատվական հզորությունները՝ խուսափելով արդիականացման անհարկի ծախսերից: ՏՏ աուդիտը թույլ է տալիս նաև գնահատել և նվազեցնել ՏՏ պահպանման և տիրապետման ծախսերը¹:

Հոդվածի հիմքում ՏՏ աուդիտի ներկայացումն ու կարևորության ընդգծումն է կազմակերպության գործունեության տեղեկատվական հուսալիության և անվտանգության տեսանկյունից:

¹ <https://helpit.me/articles/audit-it-naznacenie-it-audita-i-ego-napravlenia>

Մեթոդաբանությունը: Հետազոտության կատարման տեղեկատվական հիմք են հանդիսացել արտերկրի մի քանի հեղինակների աշխատությունները, Ներքին աուդիտորների ինստիտուտի կողմից հրապարակված մասնագիտական հոդվածներն ու ուղեցույցները, աուդիտի միջազգային ստանդարտները, Տեղեկատվական համակարգերի աուդիտի և վերահսկողության ասոցիացիայի (ISACA - Information Systems Audit and Control Association) կողմից մշակված SS կառավարմանն ու աուդիտին առնչվող հայեցակարգերը:

Հետազոտության ընթացքում կիրառվել են տվյալների հավաքագրման և խմբավորման մեթոդները՝ օգտագործելով մասնագիտական տարբեր աղբյուրներում ամփոփված տեղեկատվությունը:

Գրականության ակնարկ: Տեղեկատվության գաղտնիության և անվտանգության, օգտագործվող տվյալների արտահոսքի, SS կառավարմանն առնչվող այլ ռիսկերի կառավարումը կամ դրանց ազդեցությունը նվազագույնի հասցնելը հնարավոր է SS աուդիտի անմիջական աջակցությամբ SS կառավարման նկատմամբ վերահսկողության սահմանման միջոցով:

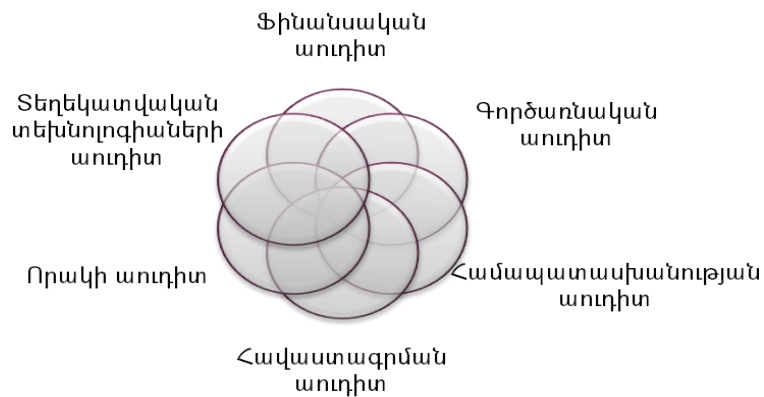
Մասնագիտական տարատեսակ սահմանումների ուսումնասիրման և ամփոփման արդյունքում, կարող ենք ասել՝ SS աուդիտը հավաքագրված ապացույցների հիման վրա անկախ և անաչառ կերպով գնահատում է՝ արդյո՞ք կազմակերպությունում գործող տեղեկատվական համակարգերը պահպանում են տեղեկատվության ամբողջականությունը և գործում են արդյունավետ՝ կազմակերպության նպատակներին հասնելու տեսանկյունից: Մեկ այլ բնորոշմամբ ընդունված է համարել, որ SS աուդիտը տեղեկատվական հոսքերի պաշտպանության մասով կազմակերպության կարողությունների գնահատման գործիք է և նպատակ ունի գնահատել տեղեկատվական համակարգերի հասանելիությունը, ամբողջականությունն ու գաղտնիությունը:

Ա.Գանցի մեկնաբանմամբ SS աուդիտը իրենից ներկայացնում է կազմակերպության տեղեկատվությանն ու տեղեկատվական համակարգերին առնչվող ռիսկերի գնահատման, ինչպես նաև վերջիններիս նվազեցմանն

ուղղված մեթոդների հաստատման ու կիրառության նկատմամբ վերահսկողության սահմանման գործընթաց¹:

Ա. Օտերոն էլ SS աուդիտը սահմանում է որպես կազմակերպության SS ենթակառուցվածքի պաշտոնական, անկախ և օբյեկտիվ զննում՝ որոշելով՝ արդյոք տեղեկատվության հավաքմանը, մշակմանը, պահպանմանը, բաշխմանը և օգտագործմանը ներգրավված գործողությունները իրականացվում են արդյունավետ²:

Վերլուծություն: SS աուդիտն իրականացնող կազմակերպությունները պետք է հասկանան այն ամբողջ ծավալը, որով SS-ն աջակցում, մղում կամ, այլ կերպ ասած, նպաստում է տարբեր բիզնես և գործառնական գործառույթների: Ներքին և արտաքին SS աուդիտորները պետք է տեղյակ լինեն այն կազմակերպական համատեքստին, որի նկատմամբ կիրառվում է աուդիտի տվյալ տեսակը: Աուդիտի հիմնական տեսակների շարքում, որոնք սովորաբար ներառում են SS համակարգեր, գործընթացներ և դրանց հետ կապված հսկողություններ, առանձնացնում են աուդիտի վեց հիմնական տեսակներ:



Գծապատկեր 1. Աուդիտի հիմնական տեսակները³

¹ Gantz, Stephen D. "The basics of IT audit: purposes, processes, and practical information", 2014, Syngress, an imprint of Elsevier

² Angel R. Otero, "Information Technology Control and Audit", 5th Edition, Portland, United States, 2018, p.11

³ Stephen D. Gantz, "The Basics of IT Audit: Purposes, Processes, and Practical Information", Syngress Media, U.S. 2014, p. 83.

Այս աուդիտորական տիրույթներում SS աուդիտորները հնարավոր է՝ չունեն առաջատար դեր, սակայն կազմակերպչական գործունեության լայն շրջանակի մեջ տեղեկատվական տեխնոլոգիաների տարածված օգտագործումը նշանակում է, որ SS աուդիտորական հմտություններն ու փորձագիտությունն անհրաժեշտ են ներքին և արտաքին աուդիտների մեծ մասի շրջանակը լիարժեք սահմանելու համար: Կան նաև SS հատուկ աուդիտի շատ տեսակներ, հատկապես այնպիսիք, որոնք նախատեսված են՝ աջակցելու SS կառավարմանը, ռիսկերի կառավարմանը և ստանդարտների հավաստագրմանը և համապատասխանությանը:

Աղյուսակ 1. Աուդիտի տարբեր տեսակների շեշտադրումները և նպատակները

Աուդիտի տեսակը	Շեշտադրման ոլորտները	Հիմնական նպատակները	Շեշտադրված կատարող
Ֆինանսական	Հաշվապահական հաշվառման գործընթացներ, ֆինանսական հաշվետվություններ	Հաստատել համապատասխան գործընթացների ու ներքին հսկողության արդյունավետությունը	Արտաքին աուդիտորներ
Գործառնական	Կառավարման պրակտիկա, գործընթացներ ու ընթացակարգեր	Վերանայել գործառնական արտադրողականությունը ու արդյունավետությունը նպատակների իրականացման հարցում	Ներքին կամ արտաքին աուդիտորներ
Հավաստագրման	Որակի կամ կառավարման ստանդարտներ կամ այլ պահանջներ	Գնահատել հավաստագրման չափանիշներին բավարարումը՝ շնորհիվ հավաստագրում	Հավաստագրման գրված արտաքին աուդիտորներ
Համալսարանական	Իրավական, կարգավորող կամ պայմանագրային պահանջներ	Ատուգել պահանջների պահպանումը ու պարտավորությունների կատարումը	Ներքին կամ արտաքին աուդիտորներ
Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների	Համակարգերի կամ SS զարգացման, շահագործման ու պահպանման, անվտանգության, գաղտնիության հսկողություն	Վավերացնել, հսկողությունը, բավարարվածությունը ու արդյունավետությունը	Ներքին կամ արտաքին աուդիտորներ

2000-ականների սկզբին «Էնրոն» ընկերության անօրինական գործողությունների¹ հետևանք հանդիսացավ Սարբենս-Օքսլի (Sarbanes-Oxley (SOX)) օրենքի ընդունումը, որը հեղինակավոր ընկերություններին պարտադրում էր ֆինանսական հաշվետվությունների կազմման նկատմամբ խիստ պահանջներ՝ նպատակ հետապնդելով բարձրացնել նրանց հանդեպ վստահելիությունը՝ պահանջելով պարբերաբար անկախ ստուգումների իրականացում, ինչպես նաև ներքին և արտաքին հսկողության առկայություն: Ըստ օրենքի՝ ցանկացած տնտեսավարող սուբյեկտ կատարված ֆինանսատնտեսական գործունեության նկատմամբ պարտավոր է կազմակերպել և իրականացնել ներքին վերահսկողություն²: Սրանով հստակեցվում է ավագ մենեջերների անմիջական պատասխանատվությունը՝ ոչ միայն ֆինանսական հաշվետվությունների արժանահավատության ապահովման, այլև այն բանի հավաստիացման, որ մասնագիտացված տարատեսակ տեղեկատվական համակարգերում պահվող ֆինանսական տվյալների վրա կարելի է հիմնվել: Այսինքն՝ սրբանով ընդգծվում է տեղեկատվական տեխնոլոգիաների աուդիտի կարևորությունը կազմակերպությունների անխափան գործունեության տեսանկյունից³:

Առհասարակ SS աուդիտն անհրաժեշտ է՝

- գնահատելու ծրագրային համակարգերի համարժեքությունը՝ վերամշակման կարիքները բավարարելու համար,
- գնահատելու ներքին հսկողության համարժեքությունը,
- երաշխավորելու, որ այդ համակարգերի կողմից վերահսկվող ակտիվները պատշաճ կերպով պաշտպանված են⁴:

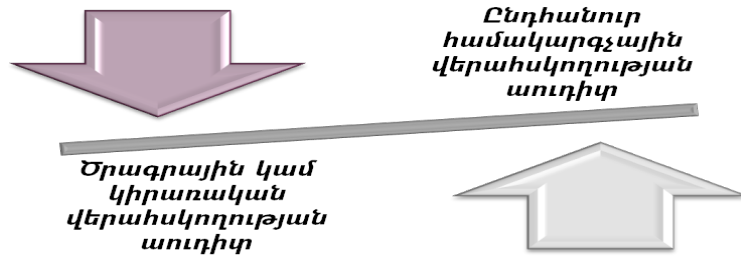
Գոյություն ունի SS աուդիտի երկու լայն խմբավորում, որոնք անհրաժեշտ են տեղեկատվական ենթակառուցվածքների շարունակական պատշաճ գործունեությունն ապահովելու համար:

¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Enron_scandal

² Серчугина О. "Модель COSO как продолжение закона SOX", Упр. учет. 2013 №10 с 214.

³ <https://www.govinfo.gov/content/pkg/COMPS-1883/pdf/COMPS-1883.pdf>

⁴ <https://helpit.me/articles/audit-it-naznachenie-it-audita-i-ego-napravlenia>



Գծապատկեր 2. SS աուդիտի հիմնական տեսակները¹

Ընդհանուր համակարգչային վերահսկողության աուդիտ: Այն ուսումնասիրում է SS ընդհանուր վերահսկումները (ընդհանուր վերահսկողություն), ներառյալ՝ քաղաքականությունն ու ընթացակարգերը, որոնք կապված են մի շարք ծրագրերի, հավելվածների հետ, և աջակցում է ծրագրային վերահսկողության արդյունավետ գործունեությանը: Ընդհանուր վերահսկումները կազմում են SS ենթակառուցվածքը և աջակցման ծառայությունները, ներառյալ բոլոր համակարգերն ու ծրագրերը: Ընդհանուր վերահսկումները սովորաբար ներառում են վերահսկողություն՝

- տեղեկատվական համակարգի գործողությունների (IS Operations),
- տեղեկատվական անվտանգության (ISec- Information security),
- փոփոխությունների հսկողության կառավարման (CCM-Change control management) (այսինքն՝ համակարգչային ծրագրերի ձեռքբերում, փոփոխություն և սպասարկում, ծրագրի փոփոխություն և կիրառական համակարգի ձեռքբերում, մշակում և սպասարկում) նկատմամբ:

Տեղեկատվական համակարգի գործողությունների ընթացքում իրականացվող ընդհանուր վերահսկողության օրինակները վերաբերում են այնպիսի գործողություններին, ինչպիսիք են տվյալների պահուստավորումը, աշխատանքի մոնիթորինգը, ինչպես նաև աշխատանքներ պլանավորողի մուտքը՝ ի թիվս այլոց: Տեղեկատվական անվտանգությանն ուղղված ընդհանուր վերահսկողության օրինակների թվին են դասվում այնպիսի գործողություններն, ինչպիսիք են մուտքի հարցումները և օգտագործողի հաշվի կառավարումը, մուտքի դադարեցումները և ֆիզիկական անվտանգությունը:

¹ Angel R. Otero, "Information Technology Control and Audit", Portland, US, 2018, pages 12-14

Փոփոխությունների հսկողության կառավարման նկատմամբ ընդհանուր վերահսկողության օրինակները կարող են ներառել փոփոխության պահանջի հաստատումները, ծրագրերի և տվյալների բազայի արդիականացումը, և ցանցային ենթակառուցվածքների մոնիթորինգն, անվտանգությունն ու փոփոխությունների կառավարումը:

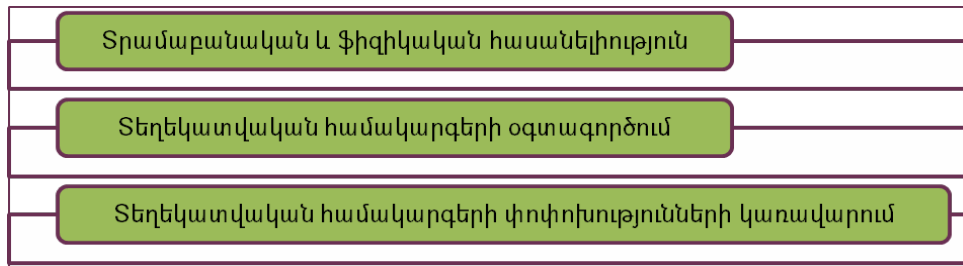
Ծրագրային կամ կիրառական վերահսկողության աուդիտ: Այն ուսումնասիրում է ծրագրերին բնորոշ մշակման վերահսկողությունը: Կիրառական վերահսկողությունը կարելի է անվանել նաև «ավտոմատացված հսկողություն»: Այն վերաբերում է հավաքագրված, մուտքագրված, վերամշակված, պահեստավորված, փոխանցված և հաղորդված տվյալների ճշտությանը, ամբողջականությանը, վավերականությանը և թույլտվությանը: Կիրառական վերահսկման օրինակներ են գրանցումների մաթեմատիկական ճշգրտության ստուգումը, մուտքագրված տվյալների վավերացումը, թվային հաջորդականության ստուգումների կատարումը: Կիրառական վերահսկողությունը կլինի արդյունավետ, երբ ընդհանուր վերահսկողությունն արդյունավետ է:

SS աուդիտի գործընթացը կարելի է բաժանել երկու ժամանակահատվածների¹: Առաջինը, որպես կանոն, տեղի է ունենում գարնան վերջին կամ ամռան սկզբին և ներառում է SS գործընթացների և հսկողությունների նկարագրություն՝ պահանջելով յուրաքանչյուր առանցքային (բանալի) հսկողության համար առնվազն մեկ փաստաթղթավորված օրինակ: Այս փուլը չափազանց կարևոր է հենց SS ստորաբաժանման համար, քանի որ SS գործընթացների և հսկողության մանրակրկիտ ուսումնասիրման և ստուգման բացակայությունը կարող է ապագայում շատ «թանկ արժենալ»: Աուդիտի երկրորդ մասը իրականացվում է աշնանը, և ներառում է բոլոր հիմնական հսկողությունների ստուգումն ու թեստավորումը՝ փաստաթղթերի հավաքագրման միջոցով: Այստեղ անհրաժեշտություն է առաջանում իրականացնել սովորական և առանցքային (բանալի) հսկողության տեսակների նկարագրություն: Սովորականները հսկողության մատրիցայի մեջ ներառվում են միայն նկարագրության տեսքով, մինչդեռ առանցքայինները, բացի նկարագրությունից, պարտադիր փորձարկման կարիք ունեն: Այս կամ այն տեսակի հսկողության

¹ <https://rmas.fad.harvard.edu/faq/how-long-will-my-audit-take#:~:text=Audits%20are%20typically%20scheduled%20for,in%20addition%20to%20your%20audit.>

ուսումնասիրումը, դրանց փորձարկումը, փաստաթղթերի պահանջումը և նրամանատիպ այլ հարցերի պատասխանները կարելի է ստանալ՝ ելնելով ընկերության չափից, աուդիտի մնացած տեսակների արդյունքներից և այլն:

SS աուդիտի ընթացքում առաջացած ռիսկերի և ներկայացված հսկողությունների միջև կապը կարելի է ներկայացնել հետևյալ փուլերի միջոցով.



Գծապատկեր 3. Ռիսկի և վերահսկողության թեստային աղյուսակի բաղադրիչներ¹

Տրամաբանական² և ֆիզիկական հասանելիություն աուդիտի ենթարկվող բոլոր համակարգերին. այս փուլում աուդիտորների հավաքագրում են տարբեր տեղեկություններ և դրանց համապատասխան փաստաթղթեր:

Համակարգի ադմինիստրատորներ: Սա աուդիտորներից պահանջում է յուրաքանչյուր համակարգին հասանելիություն ունեցող ադմինիստրատորների ցուցակ, այդ թվում՝ ընկերության ցանց (Administrators, Domain, Enterprise, Schema Admins³) և տվյալների բազաներ: Ցուցակը կա՛մ պետք է արտահանվի համակարգից, կա՛մ տրամադրվի «սքրինշոթ» տեսքով, նախապատվությունը տրվում է առաջինին: Համակարգի ադմինիստրատորի իրավունք ունեցող յուրաքանչյուր աշխատակից պետք է ունենա հաստատման հրաման:

Մուտքի իրավունք ունեցող աշխատակիցներ: Աուդիտորների կողմից տեղեկատվությունը հավաքագրվում է մի քանի ուղղություններով.

Ստուգման տարում աշխատանք սկսած աշխատակիցներ. այդպիսի աշխատողների ցուցակի տրամադրման ամենահեշտ ձևը հաշվապահական ծրագրերից արտահանումն է:

Ստուգման տարում աշխատանքն ավարտած աշխատակիցներ:

¹ <https://gaap.ru/articles/Ocenka-sredstv-controlya-v-hode-audita-metodologicheskije-priemy/>

² <http://www.techportal.ru/glossary/logicheskiy-dostup.html>

³ <https://www.windowstechno.com/domain-admins-vs-enterprise-admins/>

Պաշտոններ փոխած աշխատակիցներ:

Օգտագործողների ամբողջական ցուցակները, բոլոր համակարգերին, ընկերության ընդհանուր ցանցին և տվյալների բազաներին հասանելիություն ունեցող աշխատակիցներ:

Այս ցուցակները ստանալուց հետո աուդիտորները ստուգում են՝ արդյո՞ք կան աշխատակիցներ, որոնք առանց համապատասխան թույլտվության ստացել են որևէ համակարգի մուտքի իրավունք, արդյո՞ք կան աշխատանքից ազատված աշխատողներ, որոնց ազատ մուտքի իրավունքը բաց է, կա՞ն չօգտագործվող հաշիվներ, այսինքն՝ հաշիվներ, որտեղ վերջին մուտքը կատարվել է ավելի քան 90-180 օր առաջ:

Հեռակա մուտքի իրավունք ունեցող աշխատակիցներ: Եթե առկա են առանձնահատուկ առաջնահերթություններով հեռակա մուտքի իրավունք ունեցող աշխատակիցներ, ապա ստուգման ընթացքում այդ ցուցակները ենթարկվում են առանձին աուդիտի:

Համակարգերի տեղային ներդրման իրավունք ունեցող աշխատակիցներ: Ցանկալի է, որ ոչ մի աշխատող միայն իր համակարգչով տեղային ադմինիստրատոր չլինի:

Արտաքին օգտագործողներ¹: Աուդիտորները ստուգում են՝ արդյո՞ք արգելափակված է համակարգի հասանելիությունը օգտագործողների լայն շրջանակի համար, արդյո՞ք կիրառվում են զգուշացման և ծանուցման համակարգեր:

Գաղտնաբառային քաղաքականություն: Աուդիտի ընթացքում ստուգվում են գաղտնաբառերին ներկայացվող նվազագույն պահանջների պահպանման գործընթացները.

- առնվազն 8 նիշ,
- տարբեր խորհրդանիշների օգտագործում,
- գաղտնաբառի փոփոխություն առավելագույնը 90 օր հետո,
- գաղտնաբառի պատմությունը պահել առնվազն 5 սերունդ կամ մեկ տարի,
- գաղտնաբառը վերականգնելու հնարավորության բացակայություն,

¹ <https://www.accountingverse.com/dictionary/e/external-users.html>

- առավելագույնը 5 սխալ փորձերից հետո հաշվի արգելափակում,
- ցանցի ադմինիստրատորը արգելափակում է հաշիվը (խորհուրդ է տրվում ակտիվ չպահել ավտոմատ ապաարգելափակման հնարավորությունը):

Firewall¹-ի առկայություն: Աուդիտի ընթացքում պահանջվում են FW-ի տարբերակի մասին տեղեկություններ և FW ադմինիստրատորների ցուցակ: Աուդիտորները կարող են պահանջել նաև FW-ում հավաստագրված պարբերական քաղաքականության վերանայման և ստուգման գործընթացի վերաբերյալ տեղեկատվություն: Հատկապես ծանր դեպքերում նրանք կվերանայեն գրանցամատյանը կամ կպահանջեն փաստաթուղթ, որը հավաստում է նման ստուգում կատարելը:

Արտակարգ իրավիճակների կառավարում: Յուրաքանչյուր ընկերություն պետք է պահպանի նման դեպքերի հավանական սցենարների ցուցակ: Ցանկալի է, որ այդ մասին եռամսյակային հաշվետվությունները ներկայացված լինի բարձրագույն ղեկավարությանը:

Տեղեկատվական համակարգերի օգտագործման նկատմամբ ստուգման իրականացումը SS աուդիտը երկրորդ կարևոր փուլն է: Այս փուլում ևս ստուգումներ են իրականացվում մի շարք ուղղություններով.

- Տվյալների պահուստավորում,
- Տվյալների վերականգնման ստուգում,
- Պահուստային ձայներիզներ:

Սերվերի սենյակ հասանելիություն. բացի հասանելիություն ունեցող աշխատակիցների վերջնական ցուցակի ստացումից, անհրաժեշտ է վարել հաճախումների և մուտքի վերաբերյալ այլ տեղեկությունների մատյան: Աուդիտորները խորհուրդ են տալիս ժամանակ առ ժամանակ ստուգել այդ մատյանը, քանզի երկարաժամկետում այն կարող է հետաքրքիր պատկեր ձևավորել: Սերվերի սենյակում միջավայրի վերահսկում. ծխի, հրդեհի, ջրհեղեղի և նման այլ դեպքերում անվտանգության հակազդման համակարգի առկայություն, օդափոխման համակարգի և գեներատորների առկայություն, արտակարգ իրավիճակներում ծանուցվող աշխատակիցների ցուցակի ստուգում:

¹ Համակարգչային ցանցի ծրագրային տարր, որը վերահսկում և գտում է դրա միջով անցնող ցանցի երթևեկը՝ սահմանված կանոններին համապատասխան

Տվյալների ավտոմատ խմբային մշակում. սովորաբար գիշերային ժամերին կատարվող մշակումներ, որոնց համար օպերատորի միջամտություն չի պահանջվում:

Ենթակառուցվածքների խնդիրների լուծում. տեղեկատվական տեխնոլոգիաների և ենթակառուցվածքների հետ այս կամ այն չափով կապված խնդիրների լուծում: Նախորդիվ ներկայացված արտակարգ իրավիճակների կառավարումը կարող է իրականացվել այս վերահսկողության շրջանակներում:

Տեղեկատվական համակարգերի փոփոխությունների կառավարումը մեծ ուշադրություն է պահանջում, քանի որ արդյունավետ և հաջող աուդիտի անցկացման համար աշխատանքային գործընթացներում և տեղեկատվական համակարգերում տեղի ունեցող փոփոխություններն անխուսափելի են:

Աշխատանքային միջավայրեր: Յուրաքանչյուր համակարգի համար անհրաժեշտ է տրամադրել գոնե երեք աշխատանքային միջավայրի «սքրինշոթեր»՝ զարգացման, փորձարկման և արտադրության:

Հասանելիություն աշխատանքային միջավայրերին: Յուրաքանչյուր միջավայրի հաշիվների, մշակողների և փորձարկողների վերջնական անվանական ցուցակ, ինչի հիման վրա աուդիտորները կատարում են խաչաձև ստուգումներ: Վերջինիս իմաստը հետևյալն է՝ մշակողների և փորձարկողների մուտքը արտադրական բուն գործընթացին արգելվում է, իսկ մյուս օգտագործողներին արգելվում է ցանկացած տեսակի մուտք՝ բացի արտադրականից: Փոքր կազմակերպություններում այս ամենը բարդ է հստակ կազմակերպելը, ինչի պատճառով SS աուդիտորները հաճախ փոխգիջումների են գնում:

Փոփոխությունների փոխանցման գործընթաց: Իդեալական կլինի, եթե փորձարկման միջավայրից արտադրական միջավայր փոփոխությունների փոխանցման համար պատասխանատու աշխատակիցը կապված չլինի մյուս բիզնես գործընթացների հետ: Բացառիկ դեպքում այստեղ ևս աուդիտորները կարող են փոխգիջման գնալ:

Փոփոխությունների կառավարում: Անհրաժեշտ է աուդիտորներին տրամադրել տվյալ տարում ներդրված համակարգերի բոլոր փոփոխությունների ցուցակը: Եթե չկան նման ցուցակներ, ապա աուդիտորները կարող են ստուգել փոփոխությունների ամսաթվով դասավորված թղթապանակները:

Կրիտիկական փոփոխությունների կառավարում: Սա, մեծ հաշվով, չի տարբերվում նախորդից: Միակ տարբերությունն այն է, որ դրանք սովորաբար տեղի են ունենում առանց փաստաթղթավորման, ուստի կարևոր է հետո ձևավորել բոլոր փաստաթղթերը և պահպանել ապագայի համար:

Վերը նշված փուլերից յուրաքանչյուրում SS աուդիտորի հիմնական պարտականությունն է SS գործընթացների և վերահսկողության թերությունների ու բացթողումների հայտնաբերումը: Նույնիսկ եթե ամեն ինչ հիանալի է գործում, աուդիտորը կարող է կառչել աննշան մանրուքից: Նշված թերությունները բաժանվում են երեք կատեգորիաների.

- թերություն,
- լուրջ թերություն,
- էական թերություն (ներառվում է տարեկան ֆինանսական հաշվետվություններում և կարող է ազդել ընկերության արժեքի վրա):

Փորձառու SS ղեկավարը, օրինակ, կարող է առաջին մակարդակի թերությունները օգտագործել բաժնի կարիքների համար լրացուցիչ բյուջե պահանջելու համար: Դրա ակնառու օրինակ կարող է համարվել այն փաստը, որ երկրորդ տարին անընդմեջ չկա չիրկիզվող պահարան կամ սերվերային սենյակի մուտքի վերահսկման համակարգ: Այդ ժամանակ խնդիրը բարձրանում է աուդիտորական հանձնաժողովի մակարդակի, ինչը, ճիշտ մոտեցմամբ դեպքում, թույլ է տալիս ստանալ անհրաժեշտ բյուջե՝ ուղղելու թերությունը:

Ամփոփելով SS աուդիտի առանձնացված ժամանակահատվածներում իրականացվող ընթացակարգերը՝ կարող ենք եզրակացնել՝ երբ SS աուդիտորները, անցնելով վերը նշված փուլերով, հավաքում են անհրաժեշտ բոլոր փաստաթղթերը, սկսում են ձևավորել հետագա անելիքների պլան: Որոշակի ստուգումների համար կարող են լրացուցիչ փաստաթղթեր պահանջվել, քանի որ աուդիտորը պետք է անկախություն պահպանի ներքին ստուգումներից (ընկերությունը կարող է նոր աշխատողների համար հաշիվներ բացելու ընդամենը 10 դիմում ունենալ, չնայած 50 և ավելի նոր աշխատող ունենալու հանգամանքին): Այնուհետև դիսկերի և հսկողության աղյուսակը կլրացվի թեստի արդյունքներով և քննարկման կներկայացվի ընկերության SS ստորաբաժանման ղեկավարին և ֆինանսական տնօրենին (քանի որ նա է պատասխանատու ֆինանսական հաշվետվությունների համար):

Լիլիթ ՄԻՐԶՈՅԱՆ

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների աուդիտ

Բանալի բառեր. տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ, աուդիտ, հսկողություն, ռիսկ, հասանելիություն

Նոր տեխնոլոգիաների զարգացման դինամիկային զուգահեռ ավելանում են կազմակերպությունների ղեկավարների հարցերը՝ կապված ՏՏ ծառայության արդյունավետ աշխատանքի, ՏՏ արժեքի և որակի միջև հավասարակշռության, նոր տեխնոլոգիաների ներդրմամբ պայմանավորված ռիսկերի գնահատման հետ: Բայց արդյո՞ք բիզնեսը հնարավորություն ունի այդ պատասխաններն ինքնուրույն ստանալու: ՏՏ ենթակառուցվածքների և դրանց փոխազդեցության ամբողջական ըմբռնումը պահանջում է խորը և բազմակողմանի փորձաքննություն, որը կարող է մարտահրավեր դառնալ նույնիսկ ՏՏ աուդիտորների համար:

Лилит МИРЗОЯН

Аудит информационных технологий

Ключевые слова: информационные технологии, аудит, контроль, риск, доступность

Наряду с динамикой развития новых технологий, вопросы руководителей организаций, касающиеся эффективной работы ИТ-службы, баланса между значением стоимости ИТ и оценкой рисков, обусловленных внедрением новых технологий увеличиваются. Но есть ли у бизнеса возможность получить эти ответы самостоятельно? Полное понимание ИТ-инфраструктур и их взаимодействия требует глубоких и всесторонних знаний, что может стать проблемой даже для ИТ-аудиторов.

Lilit MIRZOYAN

Information technology audit

Key words: information technology, audit, control, risk, accessibility

Along with the dynamics of the development of new technologies, the questions of the heads of the organizations related to the effective work of the IT service, the balance between the value of IT and the assessment of the risks conditioned by the introduction of new technologies are increasing. But does business have the opportunity to get those answers on its own? A full understanding of IT infrastructures and their interaction requires in-depth, comprehensive expertise, which can be a challenge even for IT auditors.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА КАК ОБЪЕКТА УПРАВЛЕНИЯ

Анжела ТКАЧЕНКО

Аспирант Российско-Армянский университета

Ключевые слова: инновационный процесс, управление, развитие, инновационная культура, факторы

Введение. Известно, что в современных условиях основой социально-экономического развития любой страны является ее научно-технический потенциал, создающий реальные предпосылки перехода к современным технологиям. Для экономики нашей страны эта проблема имеет особое значение. Мировой опыт показывает, что интеграция любой страны в мировую экономику возможна только при наличии мощного научно-технического потенциала. Таким образом, изучаемая задача становится более актуальной и имеет важное значение в современных условиях. В связи с этим формирование национальной инновационной системы имеет первостепенное значение, представляющее собой совокупность институтов, объединяющих науку и производство, т.е. создание конкурентоспособного продукта или обслуживания. Цель этой системы - обеспечение высокого уровня социально-экономического развития страны, удовлетворяющий современным требованиям. Следовательно, ключевая роль вопроса инновационного процесса является основной как для развитых стран мира, так и для нашей республики.

Методологическую базу исследования составили труды зарубежных ученых в области инновационного менеджмента, а также основные положения экономической теории и системного анализа.

Обзор литературы. Проблематика и методология управления инновациями особо актуальна для научного сообщества. Данным вопросом посвящены работы таких ученых как: П. Друкер, Г. Хэмел, К.Ф. Грей, Дж.И. Кендалл, Р.Г. Купер, Э.У. Ларсон, Дж. Фрейм, В. Хосли, Й. Шумпетер, Ю.В. Яковец, Хайек, Д. Норт, П. Ромер, Р. Лукас, К. Кристенсен и др.

Анализ. Инновационный процесс можно определить как преобразование идей в товар с последующим переходом к фундаментальным прикладным исследованиям, конструкторским проектированиям, маркетингу, производству и, наконец, к процессам сбыта или коммерциализации технологий.

Инновационный процесс можно рассмотреть с различных точек зрения и с разной степенью детализации:

Как очередность маркетинговой, инновационной, научно-технической и научно-исследовательской деятельности.

Как кратковременные этапы жизненного цикла инновации (возникновение, разработка, распространение).

Как процесс внедрения финансирования разработок и распространения новых видов продукта или услуг.

Каждый день новаторы в мире бизнеса создают новые продукты, методы и идеи. Им удается по-разному смотреть на проблемы и находить решения, которых не могут другие. Инновации - философский камень современной эпохи, почти мифическая субстанция, способная создавать богатство из обычных материалов. 88% респондентов в The Deloitte Innovation Survey 2019¹ заявили, что инновации важны для роста их компаний. 88% опрошенных собираются повысить бюджет, направленный на инновации последующие 2 года, а 12% оставят прежним. В опросе участвовало 760 европейских компаний из 16 стран. Инновации облегчают рост, независимо от размера бизнеса. Это может быть небольшой стартап, но если применять инновации можно развиваться быстрее, чем остальные. То же самое верно и для компании из списка Fortune 500. Это может быть огромная корпорация, но она может занять еще большую долю рынка, если ей удастся внедрить инновации. Инновационным компаниям легко расти. Инновации позволяют выделяться на фоне остальных компаний в том же секторе. Правильное нововведение позволит предложить что-то уникальное для клиентов. Например лампочка, которая автоматически выключается, когда покидаешь комнату. Аналоги есть, но, к сожалению, всем известно как они работают. Лучшие новаторы берут популярные продукты и делают их еще лучше. Это выделяет бренды на рынке и позволяет компаниям легко увеличивать доходы. Потребности клиентов постоянно меняются. Задача инноватора – постоянно работать, чтоб предугадать новый тренд, даже до того, как люди сами поймут, что это им нужно. Как говорил П. Друкер, инновационные идеи не зарождаются за день. Инновация - результат не простого, а, как правило, долговременного процесса. Требуются время и усилия, чтобы создать что-то действительно инновационное, что будет иметь значение. Инновации и творчество идут рука об руку, когда мы говорим о предпринимательстве.

В переводе на русский язык слово “инновация” значит “новизна”, “новшество”, “нововведение”. Инновация – конечный результат деятельности по проведению нововведений, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта/услуги внедренного на рынок, нового или усовершенствованного процесса, используемого в организационной деятельности, нового подхода к социальным проблемам². Под инновационной понимается деятельность всех субъектов инновационного процесса, связанная с генерированием новшеств и их пре- об-

¹ https://www2.deloitte.com/us/en/insights/topics/innovation.html?icid=top_innovation

² Дорофеев В., Дресвянников В. Инновационный менеджмент: Пенза: Изд. ПГУ, 2003. с. 189

разованием в инновации, т.е. с использованием и коммерциализацией результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры и повышения качества выпускаемой продукции (предлагаемых потребителям товаров и услуг), совершенствования технологии ее изготовления и последующей эффективной реализации¹. Это любые виды деятельности в рамках инновационного процесса, включающих поиск новых идей и решений, их отбор, маркетинговые исследования, поиск новых партнеров для внедрения инноваций, финансирование инновационных проектов и управление ими. Все вместе составляют инновационную сферу, где действуют производители и потребители инновационных продуктов, создание и распространение инноваций. Инновационная деятельность тесно связана с инвестициями и называется инновационно-инвестиционной, предусматривает подразделение на подвиды в рамках научных исследований и разработок, перенос знаний на другие области, разрешение научно-технических вопросов, собственно подготовку и организацию производства, внедрение новшеств, реализацию инновационного продукта, маркетингового анализа и т.д. Основой инновационной деятельности является научно-техническая деятельность по созданию, развитию, распространению и применению научно-технических знаний во всех сферах науки и техники. Объектами являются разработки техники, технологий и новых моделей социально-экономических отношений.

Нами исследованы такие понятия как: инновационная культура, климат, восприимчивость и активность, как составляющие инновационного процесса. При этом под культурой понимается способность населения воспринимать и с выгодой для себя использовать изменения, которые происходят в результате научно-технического прогресса. Инновационный климат представляет собой социально-психологическую атмосферу, настрой населения по отношению к нововведениям и их использованию. Что касается инновационной восприимчивости экономических субъектов - это их положительное восприятие новшеств и инноваций, готовность их использования. Все это не может не принести к инновационной активности, в рамках которой подразумевается способность и готовность к созданию и принятию новшеств, доведению их до готовности и тем самым повышению благосостояния общества. А центром инновационной деятельности считается инновационный процесс, что является процессом преобразования научного знания в инновацию, который можно представить как последовательную цепь событий, в ходе которых инновация вызревает от идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании². Инновационный процесс является непрерывным процессом, который продолжается даже после

¹ В. М. Кожухар, Инновационный менеджмент, М, «Дашков и К°», 2012, стр.70

² Л.Казанцев, Л.Миндели Основы инновационного менеджмента, Изд. «Экон.», 2004 с. 10

внедрения продукта или услуги на рынок. Даже после этого нововведение совершенствуется, приобретая новые качества, свойства, большую эффективность. Это позволяет открывать новые потребительские рынки. Инновации становятся персональными, как будто бы созданные и предназначенные для каждого клиента. Процесс распространения информации о новшествах получил название диффузии инновации. Все это зависит от среды, в которой действует компания или стремится попасть. Инновационный процесс может быть полным и неполным (когда инновационный продукт приобретается готовым или на завершающей стадии). Следовательно, инновации ориентированы на рынок, на клиента или потребности. Инновационный процесс может быть определен как комплекс последовательной работы от получения теоретических знаний до использования продукта потребителем.

Основой инновационного процесса служит процесс создания или овладения новой техникой и технологией. Техника - это совокупность материальных факторов производства (средства и предметы труда), в которых отражены новые знания и умения человека. Технология - это совокупность приемов и методов изготовления и использования техники и трансформация природных веществ в продукты для промышленного и бытового использования. Инновационный процесс начинается с фундаментальных исследований, целью которых является получение научных знаний и постановка значимых закономерностей. Фундаментальные исследования делятся на теоретические и поисковые. В результате теоретических исследований систематизируются накопленные научные данные, подытоживают то что есть и служат стартовой точкой для поиска нового. За фундаментальными исследованиями следуют прикладные исследования. С их помощью находят практическое применение ранее открытых процессов и явлений. Научно-исследовательская работа прикладного характера направлена на решение технической проблемы, прояснение неясных теоретических вопросов, получение конкретных научных результатов, которые впоследствии будут использованы в качестве научно-технической основы в опытно-конструкторской работе.

Также различают информационные работы (важнейшая часть – патентные работы), организационно-экономические работы (совершенствование организации, планирование производства, трудовой деятельности), опытно-конструкторские работы. При ОКР создаются опытные модели, которые после соответствующих испытаний переходят в производство. Завершающей стадией в сфере науки является освоение промышленного производства новых изделий. Далее следует стадия промышленного производства, которая делится на производство и последующую реализацию. Как показывают исследования, инновационные процессы подвержены факторам влияния, способствующим или препятствующим их осуществлению в различных областях.

Как и большинство областей знаний, данная тематика не лишена своих теорий. В целом различают теорию «подрывных» инноваций; теорию ресурсов, ценностей и процедур; теорию развития цепочки создания стоимости.

Особый интерес представляют подрывные инновации, которые дают компаниям существенный выигрыш в конкурентной борьбе. По исследованиям Клейтона Кристенсена (американский профессор, автор теории подрывных инноваций) флагманы с подрывными инновациями получают долгосрочное конкурентное преимущество по сравнению с поддерживающими инновациями. Согласно данной теории, компании, которые уже существуют на рынке не допустят появления новых конкурентов со схожими параметрами и применяющими поддерживающие инновации. Однако если новый конкурент явится с подрывной инновацией, то уже существующие на рынке конкуренты проиграют. Не стоит забывать, что отрыв, который получается с помощью поддерживающей инновации очень быстро сокращается конкурентами. Подрывная инновация – это совершенно новый продукт, новые свойства или предложение рынку. Чаще всего подрывные инновации создают новые рынки или по-новому конструируют старые. Различают два типа подрывных инноваций: инновации для нижних секторов рынка и для новых рынков.

Подрывные инновации для нижних секторов рынка появляются при возникновении необходимости в товарах более доступной стоимости, так как существующие продукты или услуги стоят дороже, чем покупатель может заплатить. Опираясь на совокупность вышесказанного – это более простой товар или услуга для уже существующего потребительского сектора.

Второй тип подрывных инноваций образует новые рынки. Примерами могут быть компания Amazon (интернет торговля), Apple (персональные компьютеры), Хегох, 3М и т.д. Данные инновации имели ряд качеств представляющих новые ценности для потребителей: простота в эксплуатации, новое свойство, принадлежность к особой группе людей (пользователи Apple). Сменяя и взаимодополняя друг друга эти два вида инноваций обеспечивают технологические циклы как в отраслях, так и их подотраслях.

Следом представим теорию ресурсов, процедур и ценностей. Известно, что компаниям давно утвердившимся на рынке сложно даются подрывные инновации. Ресурсы – это то, что имеет компания (имущество, активы во владении компании, которые можно приобретать и продавать); процедуры - то как она работает, преобразует ресурсы в готовые продукты или услуги, а ценности – стремления компании, ее приоритеты. В совокупности ресурсы, процедуры и ценности определяют преимущества, недостатки и так называемые «слепые зоны» компании. Данная теория показывает, что компания может успешно воспользоваться открывающимися возможностями только тогда, когда у нее есть необходимые ресурсы,

процедуры не препятствуют действиям, которые нужны для преобразования ресурсов в продукт, а корпоративные ценности позволяют перспективному проекту стать приоритетным. Компании давно действующие на рынке удачно создают поддерживающие инновации, так как в большинстве случаев именно они соответствуют ценностям компании и становятся приоритетными. Их ресурсы и процедуры отточены на создание и обслуживание поддерживающих инноваций. Но, как отмечалось выше, они проигрывают при появлении подрывных инноваций.

Предпринимательское общество, да и экономика в целом подвергнута постоянным изменениям. И как утверждал американский ученый Питер Друкер «творческая деструкция» будет главным признаком общества. При этом приспособляемость к периодическим изменениям станет неотъемлемой частью нашей жизни. Важным будет быстрое реагирование на открывающиеся изменения. Однако, те кто будут генерировать изменения будут править балом.

П. Друкер выделил семь основных источников инноваций: неожиданное событие (успех, неудача, событие во внешней среде), несоответствие или несопадение между реальностью и ее отражением в наших мнениях и оценках, потребности производственного процесса, изменение в структуре отрасли и рынка, «захватившее всех врасплох», демографические изменения, изменения в восприятии и настроениях потребителей, новое знание (научное и ненаучное).

Источники делятся на внешние (вне организации и отрасли) и внутренние (в рамках организации, сферы производства и услуг). Однако нет четких границ разделения внешних и внутренних источников, так как они могут пересекаться.

В современных условиях уровень развития стран по праву оценивается в зависимости от их инновационной способности. В работах Й. Шумпетера, Хайека, Д. Норта, П. Ромера, Р. Лукаса четко прослеживается связь между прогрессом в экономическом развитии с инновациями. Все больше и больше экономистов соглашались с утверждением П. Друкера, что инновационная деятельность и предпринимательство помогают достичь тех изменений, которых пытались добиться с помощью революций, но без кровопролития¹. Будучи одним из основателей современной концепции социальных и управленческих инноваций П. Друкер подчеркивает, что кроме развития высоких технологий существуют и другие области инновационной и предпринимательской деятельности. То есть в современных условиях понятие «инновация» может использоваться в более широком смысле применительно к управленческой деятельности. Современные компании ищут новые подходы в управленческой сфере с целью увеличения конкурентоспособности. Наибольших высот достигают те компании, которые применяют инновации в

¹ Друкер П. Бизнес и инновации М. Вильямс 2009, стр. 432

сфере менеджмента. По Г. Хэмелу за последние 100 лет именно эти инновации позволили компаниям осуществить переход к новым типам деятельности¹.

В отличие от технологических инноваций их применение выгоднее и затратоемкость ниже. В тоже время замечены определенные факторы, которые препятствуют применению инноваций в менеджменте, в основном они связаны с бюрократизмом, формальным подходом, незнанием, страхом перед новым, а зачастую с откровенным саботажем. Следовательно, возникает необходимость видоизменять и/или формировать новую инновационную культуру, для осуществления которой требуются специалисты с новым уровнем мышления. Их инициативность послужит рычагом для эффективной инновационной деятельности организации.

Выводы. История успехов таких компаний как «General Electric», «DuPont», «Procter & Gamble», «Visa», «Linux», «Apple» и т.д. доказывает, что большие достижения в сфере управления дают определенные преимущества по сравнению с теми компаниями, которые были заняты только техническими нововведениями. Для достижения успехов в долгосрочной перспективе по примеру этих компаний необходимо менять подходы от традиционного управления к новому с применением большего количества различных методов; принятие в качестве непреложного факта того, что инновации должны являться частью непрерывного процесса нововведений, что в свою очередь приводит к постоянному усовершенствованию. При пересмотре процессов управления возникает необходимость изменения работы самих управленцев. Парадигма «инновации везде и от каждого» увеличивает эффективность деятельности, но требует глобальных, зачастую коренных изменений в процессе управления.

Наше исследование позволяет сделать вывод; чтобы сподвигнуть компании с традиционной схемой управления на новшества необходимы определенные обстоятельства: неразрешимая диллема, новые взгляды, ломка традиций, всплеск творческого мышления, примеры конкурентов и т.д. Цель любой инновации – создание нового уникального продукта. С увеличением результатов научно-технического прогресса увеличивается, и доступность их применения и как следствие все конкурирующие организации могут ими пользоваться. Т.е. инновация в сфере менеджмента остается той единственной лазейкой, которая может дать преимущество у отдельно взятой компании, не исключая применения новых принципов управления в купе со старыми.

¹ Hamel G. The Why, What and How of Management Innovation. Harvard Business Review, 2006. 320 p.

Анжела ТКАЧЕНКО

Теоретико-методологические аспекты инновационного процесса как объекта управления

Ключевые слова: инновационный процесс, управление, подрывные инновации, изменение

В современных условиях хозяйствования особенно остро ощущается необходимость применения инновационных проектов, перспективных технологических достижений с привлечением значительных финансовых ресурсов. Инновационный путь развития экономики признан единственно возможным с целью достижения длительного экономического подъема. Представляется целесообразным совершенствование системы управления за счет применения инноваций и других инвестиционно привлекательных форм. Необходимо принять в качестве аксиомы, что инновации как объект управления должны являться частью непрерывного процесса направленного на усовершенствование системы управления.

Անժելա ՏԿԱՉԵՆԿՈ

Նորարարական գործընթացի տեսական և մեթոդաբանական ասպեկտները՝ որպես կառավարման օբյեկտ

Բանալի բառեր՝ նորարարական գործընթաց, կառավարում, զարգացում, նորարարական մշակույթ, գործոններ

Ժամանակակից տնտեսավարման պայմաններում առավել քան զգացվում է ինովացիոն նախագծերի օգտագործման, հեռանկարային տեխնոլոգիական նվաճումների անհրաժեշտությունը զգալի ֆինանսական ռեսուրսների ներգրավմամբ: Տնտեսության ինովացիոն զարգացման ճանապարհը ճանաչվեց միակ հնարավոր ուղին երկարաժամկետ տնտեսական վերելքի համար: Նպատակահարմար է կառավարման համակարգի կատարելագործումը ի հաշիվ նորարարությունների և ներդրումային գրավիչ ձևերի: Որպես արսիոնա նորարարությունը՝ որպես կառավարման օբյեկտ, պետք է լինի կառավարման համակարգի կատարելագործման մի մաս:

Anzhela TKACHENKO

Theoretical and methodological aspects of the innovation process as a management object

Key words: innovation process, management, development, innovation culture, factors

In modern economic conditions, the use of innovative projects, promising technological achievements with the attraction of significant financial resources is more than needed. The innovative way of economic development was recognized as the only possible one with the aim to achieve a long-term economic growth. It seems appropriate to improve the management system through the use of innovations and other investment attractive forms. The modern paradigm of "constant innovation" increases the efficiency of economic activity, requiring fundamental changes in management processes. Despite the benefits of applying innovations in the field of management, there are certain factors that limit their application. It is necessary to accept that innovation as an object of management should be part of improving the management system.

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬЮ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ КОМПАНИИ

Кристина АЙРАПЕТЯН

Аспирант кафедры управления, туризма и бизнеса РАУ

Арзик СУВАРЯН

Доктор экономических наук, профессор РАУ

Ключевые слова: клиентоориентированность, клиентский опыт, управление, система, клиент

Введение. Сегодняшние тенденции быстро меняющихся условий рынков, высоких затрат на освоение новых, возрастающей роли брендов, позиционирующих определённую потребительскую ценность, возрастающей осведомлённости клиентов, а также ослабления роли рекламы в пользу рекомендаций выступают в качестве катализаторов формирования и развития в организациях систем управления клиентоориентированностью, являющихся наиболее эффективным инструментом соответствия одновременно всем рассмотренным особенностям рынков.

Будучи участниками довольно капиталоемкой отрасли, большинство крупных телекоммуникационных компаний имеют раздутую организационную структуру с высокой степенью бюрократизации и формализации в вопросах согласования и принятия решений, а также осуществления процессов и процедур. Подавляющее большинство сотрудников таких компаний обычно имеет консервативный тип мышления, не приобщённый к принятию нововведений. Несмотря на то, что высшее руководство компании в лице нескольких директоров может придерживаться политики продвижения прогрессивных методов работы в различных сферах деятельности компании, на среднем и низшем уровнях управления данная тенденция претерпевает спад. По этой причине на начальном этапе внедрения системы управления клиентоориентированностью она может встретить недоверие в лице сотрудников, которым в дальнейшем предстоит формировать положительный клиентский опыт.

Методология. В работе были использованы такие методы исследования, как наблюдение, сбор и обработка данных, анализ и обобщение. В качестве объекта анализа был взят отдел по улучшению клиентского опыта ЗАО «ВЕОН Армения».

Литературный обзор. Эффективность внедрённой системы улучшения клиентоориентированностью зависела и зависит от степени вовлеченности и мотивированности сотрудников компании. [1] По объективным причинам большинство сотрудников компании сначала не воспринимали проект и его работу всерьёз, так как считали его временным явлением. Безусловно, в компании нашлись сотрудни-

ки, с радостью подхватившие философию преобразований в сторону клиентоориентированности, став пионерами инновационного подхода к работе, но многие другие решили отсидеться в стороне, продолжив работу старыми методами, считая, что перемены их не затронут. Проект по улучшению клиентского опыта решил справиться с данной проблемой посредством установления определённых целевых значений показателя NPS (чистый индекс лояльности). [2] На начальном этапе работы проекта, при внедрении системы, перед руководителями была поставлена задача достичь конкретных количественных целей по NPS, а также по его производным показателям, причём от них зависела достаточно существенная часть их вознаграждения. Именно тогда система управления клиентоориентированностью начала работать в полную силу. Привязка к персональным целям и объёму вознаграждения значений NPS, полученных на основе обратной связи от клиентов – также достаточно проблематичный процесс, так как при неверном подходе она может разрушить саму суть системы управления клиентоориентированностью. Вопрос в том, чтобы найти баланс между работой сотрудника передней линии, направленной на удовлетворение клиента и на ожидаемую оценку. К тому же даже вовлечённые в работу над совершенствованием клиентоориентированности в компании сотрудники отличались отсутствием дисциплины и сфокусированности в каждодневной работе с показателем NPS, так как данный подход был новым для телекоммуникационной отрасли.

В связи с вышеизложенной проблемой процесс целеполагания касательно NPS и других показателей, выдвинутых проектом по улучшению клиентского опыта, был осуществлён поэтапно: цели по NPS были сформулированы таким образом, что в итоге превратились в естественный элемент каждодневной рабочей атмосферы. В первые месяцы после запуска проекта было принято целесообразное решение не устанавливать никаких целевых показателей по NPS. Помимо возможного резонансного ответа на подобное целеполагание со стороны сотрудников компании, данное решение было верным и по другой причине: для установки целевых показателей необходимо было сначала замерить базовые значения NPS по всем точкам взаимодействия, оценить чувствительность NPS к размеру выборок, научиться корректно его анализировать, определяя истинные факторы его формирования, что в итоге позволило компании им управлять.

В дальнейшем целевые показатели NPS были поставлены перед руководителями компании. Речь идет о рыночном показателе NPS, и менеджерам необходимо было обеспечить рост показателя выше того уровня, который обеспечивает статистическая погрешность.[3]

Другой проблемой привязки показателя NPS к личным целям сотрудников стал возможный выбор между постановкой в качестве цели непосредственно по-

казателя Bottom-up NPS или его производных: уровня удовлетворенности сервисом, продуктами. Проект пришёл к решению в пользу производных показателей. Данный выбор был обоснован тем, что сотрудники передней линии не должны быть ответственны за качество интернета или голосовой связи, например, так как среди причин детракции количество факторов, которые зависят непосредственно от работы специалистов ОПиО (офисов продаж и обслуживания) и СОК (службы обслуживания клиентов), очень мало. Поэтому сотрудники передней линии ответственны лишь за то, что находится в зоне их непосредственного влияния. По такому же принципу было осуществлено целеполагание менеджеров высшего и среднего звеньев: руководители дирекции ответственны за достижение определённого показателя Top-down NPS, поскольку рыночная позиция находится в зоне их непосредственного влияния, а руководители функциональных подразделений оцениваются в соответствии с ростом значения NPS в точках контакта, над которыми распространяется их непосредственное влияние.

Таким образом, грамотное целеполагание позволило разрешить сразу несколько проблем системы управления клиентоориентированностью:

- обеспечение вовлеченности сотрудников и менеджеров компании в работу проекта;
- преодоление скептицизма, поскольку при совместной работе над совершенствованием клиентоориентированности эффективность системы быстро даёт о себе знать;
- обеспечение согласованности действий.

Анализ. Только после автоматизации процесса сбора и анализа обратной связи клиентов постановка целевых показателей NPS затронула все уровни ЗАО «ВЕОН Армения», причём руководство должно было достичь определённых количественных показателей прироста NPS, а все сотрудники передней линии – количественных целевых показателей их «дружелюбия» и «профессионализма», также основанных на обратной связи клиентов.

Главная проблема системы управления клиентоориентированностью в ЗАО «ВЕОН Армения» – это неполноценность структуры проекта по улучшению клиентского опыта. Обратившись к рис. 1, можно увидеть, что формально под непосредственным руководством менеджера проекта находится лишь 1 участник проекта – стажёр, специалист же формально находится под руководством ГД, несмотря на то, что по факту подчинён руководителю проекта, а наличие рабочей группы не отменяет необходимости в проектных полномочиях. Взаимодействие с рабочей группой происходит следующим образом: специалист и стажер проекта анализируют обратную связь с клиентами, затем осуществляют рассылку проанализированной обратной связи, распределённую по различным специалистам рабо-

чей группы в соответствии с их функциональной принадлежностью. На собраниях рабочей группы, проводимых раз в месяц, а также, если существует необходимость, при индивидуальных встречах некоторых участников рабочей группы с членами проекта происходит обсуждение возникших проблем и принятие определённых решений. На данном этапе полномочия проекта по улучшению клиентского опыта заканчиваются, т. е. члены рабочей группы формально не подотчётны руководителю проекта, и, в первую очередь работают над собственными функциональными вопросами, оставляя приоритет не в пользу разрешения операционных и структурных проблем, связанных с совершенствованием клиентоориентированности. Подобная ситуация создаёт следующий дисбаланс: проблемы выявляются, разрабатываются механизмы их разрешения, принимаются конкретные решения, но сама реализация затягивается на долгий период, так как специалисты рабочей группы, в зоне непосредственного функционального влияния которых возможно разрешить проблемы клиентов, не подотчётны руководителю проекта и имеют другие приоритеты. В то время как проекту не хватает ресурсов, и они не имеют полномочий вмешиваться в работу функциональных подразделений.



Рисунок 1. Структура проекта по улучшению клиентского опыта

Раз в 2 месяца проект организует заседания комитета по клиентскому опыту, в котором принимают участие все менеджеры институционального звена компании, а также руководители функциональных подразделений, вовлечённых в работу проекта. На заседаниях обсуждаются результаты проделанной работы, а также поднимаются вопросы и проблемы, полученные благодаря обратной связи клиентов. Так голос клиентов ЗАО «ВЕОН Армения» достигает топ-менеджмента компании.

Другой проблемой также является нарушение в компании одного из принципов Анри Файоля – подчинения частных интересов общим.[4] Практически каждая дирекция компании превозносит собственные интересы и цели над общей стратегической задачей – совершенствованием клиентоориентированности. Данный факт отражается в том, что специалистам рабочей группы проекта по улучшению

клиентского опыта в приоритет ставят функциональные задачи, что за неимением проектных полномочий приводит к откладыванию решения многих проблем на поздний срок.

Несмотря на имеющиеся проблемы, за время существования проект по улучшению клиентского опыта инициировал множество эффективных нововведений и изменений, благодаря которым ЗАО «ВЕОН Армения» кардинально изменило свой подход к клиентам и клиентскому опыту.

Проект организовал создание CFL-группы в СОК. Ранее группа «замыкания обратной связи» состояла из внешних сотрудников, которые не владели всей информацией о продуктах и процессах ЗАО «ВЕОН Армения» и не имели доступ к системам компании. При обзвоне клиентов, они спрашивали о причинах низких оценок, но не могли оперативно решать их проблемы, лишь обещая, что по возможности им позвонят вторично для разрешения возникших проблем. Таким образом, клиентам звонили 2, 3, а иногда и 4 раза, что приводило их к крайнему раздражению. Сейчас клиентам компании звонят профессиональные, разделяющие клиентоориентированную философию сотрудники СОК с большим опытом работы. Они выясняют причины детракции и, по возможности, решают имеющиеся у клиентов проблемы. Если проблему невозможно решить на месте, то операторами СОК открываются соответствующие инциденты.

Проектом также был усовершенствован инструмент «Тайный покупатель», превратив его в весьма полезный и прогрессивный способ анализа розничной сети. Показав эффективность в розничном канале, данный инструмент по настоянию проекта по улучшению клиентского опыта был также применён в СОК.

Проектом также было инициировано внедрение автоматизированной информационной системы учёта Bottom-up NPS, которая усовершенствовала все процессы сбора и анализа обратной связи клиентов компании.[5] Заключен договор с внешним поставщиком по сбору и представлению обратной связи клиентов в 13 точках контакта (см. рис.2).

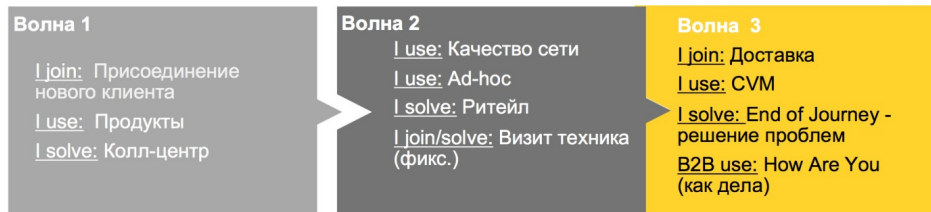


Рисунок 2. Точки контакта с клиентами в ЗАО «ВЕОН Армения»

На сегодняшний день руководители розничного канала, СОК, B2B продаж, маркетинга, технического блока, весь фронтальной персонал розничного канала и СОК, а также ключевые сотрудники других смежных функций имеют доступ и успешно работают с внедрённой информационной системой. Каждый из них может видеть обратную связь клиентов, направление и результаты собственной работы на ежедневной основе.

Заключение. Прделанная проектом работа по улучшению клиентского опыта привела к серьёзным системным изменениям в компании, а также к изменениям в менталитете сотрудников. В результате проведённого анализа вопросов управления клиентоориентированностью, стало очевидным, что внедрение системы управления клиентоориентированностью требует комплексного подхода, охватывающего все факторы внутренней среды компании. Оно осуществляется посредством всех управленческих функций: начиная с целеполагания и оканчивая контролем, с использованием всевозможных инструментов реализации данных функций. Тем не менее, на стадии внедрения осуществить подобный комплексный охват удаётся очень малому количеству компаний. Это связано с их возрастом, численностью персонала и другими организационными характеристиками, а также с наличием достаточного бюджета для покрытия расходов на инициацию системы. Как правило, чем более молодая компания и чем меньше численность её персонала, тем быстрее система приживается и эффективнее реализуется. В случаях же с довольно старыми компаниями, имеющими высокие иерархические структуры, при внедрении и эксплуатации необходимо руководствоваться поэтапным подходом.[6]

Таким образом, можно сформулировать следующие рекомендации по совершенствованию системы управления клиентоориентированностью в телекоммуникационной компании.

1. Формирование отдельного функционального подразделения, ответственного за совершенствование клиентоориентированности, а также наделение его полномочиями для воздействия на отдельных специалистов из остальных функциональных подразделений, представляющих голос клиента в собственных отделах. Если же клиентоориентированность будет внедрена без формирования отдельного органа, несущего ответственность за управление ей, то она не сможет перейти от философии и бизнес-концепции к конкретным действиям и, более того, системе.

2. Многие компании, на момент внедрения системы, уже имеют сформировавшуюся и устойчивую корпоративную культуру, как, например, ЗАО «ВЕОН Армения». При отсутствии изначально клиентоориентированной корпоративной культуры и ценностей, лишь внутренняя пропаганда клиентоориентированности и

преимуществ применения клиентоориентированного подхода к работе не сможет сразу сломать или модифицировать существующую систему ценностей компании и поменять поведение сотрудников в пользу реального использования в каждойдневной работе данного подхода. Поэтому для достижения подобной отдачи от сотрудников необходимо осуществить привязку показателей NPS и его производных к их целям и вознаграждению, а также к целям и вознаграждению менеджеров компании.

3. Материальные и нематериальные инструменты мотивации, побуждая сотрудников компаний встать на путь совершенствования клиентоориентированности, постепенно приведут к изменениям организационных ценностей и культуры в целом, донеся всю мощь идеи клиентоориентированности до начала осознанного и идущего изнутри каждого сотрудника и менеджера компании желания работать над совершенствованием клиентоориентированности.

4. Обратная связь клиентов – это кладёзь информации для совершенствования клиентоориентированности и системы управления ей в любой компании. Поэтому необходимо внедрить систему, позволяющую с необходимой частотой проводить опросы среди клиентов, а также собирать и анализировать обратную связь, осуществлять постоянный мониторинг этой информации для выявления имеющихся операционных и структурных проблем и их дальнейшего разрешения.

Сформулированные рекомендации позволят значительно усовершенствовать процесс управления клиентоориентированностью в телекоммуникационной компании, а также упрочнить позицию «голоса клиента» в компании. Но при наличии быстро меняющихся условий и тенденций внешней среды, необходимо учитывать, что рекомендации не имеют монолитный характер, они нуждаются в постоянных изменениях для оптимального соответствия постоянно развивающимся клиентским потребностям. Таким образом, совершенствование управления клиентоориентированностью имеет непрерывный характер, подразумевающий постоянные улучшения.

Список литературы:

1. Frederick Reichheld, «The One Number You Need to Grow», «Harvard Business Review», 2003: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>.
2. Frederick Reichheld, «The One Number You Need to Grow», «Harvard Business Review», 2003: <https://hbr.org/2003/12/the-one-number-you-need-to-grow>.
3. «Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь», Фред Райхельд, Роб Марки, Москва, 2013, стр. 89.
4. Гуманитарный портал <https://gtmarket.ru/library/basis/5783/5787>, «Общее и промышленное управление», Анри Файоль.
5. «Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь», Фред Райхельд, Роб Марки, Москва, 2013, стр. 195
6. «Answering the ultimate question», Richard Owen, Laura L. Brooks, Москва, «Манн, Иванов и Фербер», 2016, стр. 34

Քրիստինա ՀԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ, Արզիկ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ
Հաճախորդամետության բարելավման համակարգի խնդիրները
հեռահաղորդակցման ընկերությունում

Բանալի բառեր. հաճախորդամետություն, հաճախորդի փորձ, կառավարում, համակարգ, հաճախորդ

Այս գիտական հոդվածը նվիրված է հեռահաղորդակցման ընկերությունում հաճախորդամետության կառավարման համակարգի խնդիրների ուսումնասիրմանը: Այն վերլուծում է Ֆրեդերիկ Ռայխելդի առաջարկած «Net Promoter» նորարարական հաճախորդների փորձի բարելավման կառավարման համակարգը, որը հիմնված է NPS ցուցանիշի վրա (զուտ հավատարմության ցուցանիշ): Այս հոդվածի շրջանակներում նաև ուսումնասիրվում են վերոհիշյալ համակարգի ներդրման գործընթացը, ինչպես նաև իր հետագա զարգացումը: Հոդվածում քննարկվում են իր իրականացման հիմնական մոտեցումները, դրանց տեղակայման խնդիրները, ինչպես նաև տրվում են առաջարկություններ իր կատարելագործման համար:

Кристина АЙРАПЕТЯН, Арзик СУВАРЯН
Проблемы системы управления клиентоориентированностью в телекоммуникационной компании

Ключевые слова: клиентоориентированность, клиентский опыт, управление, система

Данная научная статья посвящена процессу исследования проблем, связанных с системой управления клиентоориентированностью в телекоммуникационной компании. В ней проводится анализ процесса внедрения предложенной Фредериком Райхельдом инновационной системы управления клиентоориентированностью, называющейся «Net Promoter», основой которой является показатель NPS (индекс чистой лояльности). В статье также исследуется ее дальнейшее развитие. В ней рассмотрены основные подходы к внедрению системы, проблемы ее развертывания, а также предусмотрены рекомендации по ее совершенствованию как выводы в результате анализа. Наряду с теоретическими изысканиями в статье также представлены результаты практических исследований.

Kristina AYRAPETYAN, Arzik SUVARYAN
Problems of a customer experience management system in a telecommunication company

Key words: customer focus, customer experience, management, system, customer.

This article is devoted to the study of the customer experience management system problems in a telecommunications company. It analyzes the implementation process of the innovative customer experience excellence management system "Net Promoter" proposed by F. Reicheld, which is based on the NPS indicator (net promoter score), as well as its further development. The article discusses the main approaches to its implementation, the problems of its deployment, and also gives recommendations for its improvement. Along with theoretical research, the article also presents the results of practical research within the framework of a telecommunications company.

**«ՁՈՒՏ ԸՆԹԱՑԻԿ ԱԿՏԻՎՆԵՐ» ԵՎ «ՍԵՓԱԿԱՆ ԸՆԹԱՑԻԿ ԱԿՏԻՎՆԵՐ»
ԿԱՏԵԳՈՐԻԱՆԵՐԻ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՄԵԿՆԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՆ ՈՒ
ԴՐԱՆՑ ԿԻՐԱՌՄԱՆ ՈԼՈՐՏՆԵՐԸ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅԱՆ
ՊՐԱԿՏԻԿԱՅՈՒՄ**

Տիգրան ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ
ՀՊՏՀ ԿՀԱ ամբիոնի ասիստենտ

Բանալի բառեր. ֆինանսական դրություն, զուտ ընթացիկ ակտիվներ, սեփական ընթացիկ ակտիվներ, իրացվելիության, ֆինանսական կայունություն

Կազմակերպության ֆինանսական դրությունը բնութագրող ցուցանիշների համակարգի և դրանց հաշվարկի ալգորիթմների կատարելագործումը խիստ կարևոր նշանակություն ունի տնտեսվարող սուբյեկտների ֆինանսական դրության վերլուծության և ֆինանսական ռիսկերի գնահատման համար: Ֆինանսական վերլուծությանը վերաբերող գիտական և ուսումնական գրականության մեջ շատ հաճախ հանդիպում են ցուցանիշներ, որոնց հաշվարկների ալգորիթմները ամբողջությամբ նույնն են, սակայն այդ ցուցանիշներն ունեն տարբեր անվանումներ և նույնիսկ տարբեր տնտեսական մեկնաբանություններ: Հանդիպում է նաև հակառակ իրավիճակը, երբ ցուցանիշների անվանումները համընկնում են, սակայն դրանց հաշվարկների ալգորիթմներն են խիստ տարբերվում: Նշվածը վերաբերում է նաև կազմակերպության վճարունակությունը, ֆինանսական կայունությունն ու անվճարունակության ռիսկի մակարդակը բնութագրող կարևորագույն ցուցանիշներից մեկին, սեփական ընթացիկ ակտիվներին, որը նորմատիվային և տնտեսագիտական գրականության մեջ հաշվարկվում և մեկնաբանվում է տարբեր կերպ:

Սեփական ընթացիկ ակտիվների հաշվարկի հետ կապված գիտական տարածայնությունները պայմանավորված են դրա էության տարբեր մեկնաբանություններով և այն հանգամանքով, որ շատ հաճախ այս ցուցանիշը նույնացվում է «զուտ ընթացիկ ակտիվներ» ցուցանիշի հետ:

Հետազոտության տեսական և մեթոդաբանական հիմք են հանդիսացել ֆինանսական վիճակի վերլուծության և դրա կարևոր ուղղությունը հանդիսացող սեփական ընթացիկ ակտիվների գնահատման և կանխատեսման խընդիրների վերաբերյալ հայ և օտարերկյա հեղինակների գիտական հետազոտություններն ու մեթոդաբանական բնույթի աշխատանքները: Կիրառվել են

գիտական ճանաչողության այնպիսի ընդհանուր մեթոդներ, ինչպիսիք են վերացական-տրամաբանական վերլուծությունը, համադրումը, ընդհանրացումը, խմբավորումը, համեմատությունը:

Ներկայումս գոյություն ունեն տարբեր մոտեցումներ ինչպես զուտ և սեփական ընթացիկ ակտիվների տնտեսագիտական բովանդակության, այնպես էլ դրանց հաշվարկի մաթեմատիկական մոտեցման մեկնաբանության հարցերում: Այսպես Ի.Ա.Բլանկը նշում է, որ ձևավորման ֆինանսական աղբյուրների բնույթից ելնելով առանձնացնում են համախառն, զուտ և սեփական ակտիվներ: Ընդ որում սեփական շրջանառու ակտիվները, ըստ հեղինակի, արտացոլում են ընթացիկ ակտիվների այն մասը, որը ձևավորվել է սեփական կապիտալի հաշվին, իսկ զուտ շրջանառու ակտիվները (զուտ աշխատանքային կապիտալը՝ սեփական կապիտալի և երկարաժամկետ ներգրավված միջոցների հաշվին¹: Ի.Ա.Բլանկն առաջարկում է սեփական ընթացիկ ակտիվների հաշվարկի հետևյալ բանաձևը.

ՍԸԱ=ԸԱ-ԵՎՓ_{ԸԱ}-ԿՊ, (1)

որտեղ. ՍԸԱ - սեփական ընթացիկ ակտիվների գումարն է, ԸԱ - ընթացիկ ակտիվների համախառն գումարը, ԵՎՓ_{ԸԱ} - ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորմանն ուղղված երկարաժամկետ փոխառու կապիտալը, ԿՊ- կարճաժամկետ ֆինանսական պարտավորությունները: Զուտ ընթացիկ ակտիվները Ի.Ա.Բլանկը առաջարկում է հաշվարկել ընթացիկ ակտիվներից հանելով ընթացիկ պարտավորությունները:

Մեկ այլ հեղինակավոր գիտնական, Վ.Վ. Կովալյովը, նույնացնում է «սեփական շրջանառու կապիտալ» (սեփական ընթացիկ ակտիվներ) և «զուտ շրջանառու կապիտալ» (զուտ ընթացիկ ակտիվներ) հասկացությունները և առաջարկում է այն հաշվարկել ընթացիկ ակտիվներից հանելով ընթացիկ պարտավորությունները:²

Ն.Պ. Լյուբուշինի կարծիքով սեփական ընթացիկ ակտիվները ձևավորվում են սեփական կապիտալի և երկարաժամկետ պարտավորությունների հաշվին՝ որպես սեփական կապիտալի և երկարաժամկետ պարտա-

¹ Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Том 1, Киев: Ника-Центр, 1999. с. 301-303.

² Ковалев В. В., Ковалев Вит. В. Анализ баланса, или как понимать баланс: учеб. _практич. пособие. М.: Проспект, 2009. с. 273.

վորությունների գումարի ու ոչ ընթացիկ ակտիվների տարբերություն:¹ Օ.Վ. Եֆիմովան չի նույնացնում այս կատեգորիաները և զուտ ընթացիկ ակտիվների մեծությունը բնութագրում է ֆինանսավորման պահանջարկը և որոշվում է ընթացիկ ակտիվներից հանելով ընթացիկ պարտավորությունները:²

Լ.Ա.Վոլոշուկը ևս առանձնացնում է այս 2 կատեգորիաները և նշում է, որ «զուտ շրջանառու կապիտալի և սեփական շրջանառու կապիտալի մեծությունները տարբերվում են երկարաժամկետ պարտավորություններով: Դրանց բացակայության դեպքում ցուանիշների արժեքները կհամընկնեն»³:

Վերլուծություն: Բերված մեկնաբանություններից ակնհայտ է դառնում, որ դրանց հիմքում ընկած են հետևյալ 2 մոտեցումներից որևէ մեկը.

1. սեփական ընթացիկ ակտիվները դա կազմակերպության սեփական կապիտալի մի մասն է, որը ուղղված է ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորմանը,

2. սեփական ընթացիկ ակտիվները կազմակերպության ընթացիկ ակտիվների գումարն է, որը կմնա կազմակերպության տրամադրության տակ կարճաժամկետ պարտավորություններից հետո՝ զուտ ընթացիկ ակտիվները:

Ակնհայտ է, որ նշված ցուցանիշները բացարձակապես տարբեր տնտեսագիտական իմաստ ունեն: Հետևաբար այդ ցուցանիշների և՛ մեկնաբանությունները, և՛ հաշվարկի ալգորիթմները պետք է տարբեր լինեն: Սեփական ընթացիկ ակտիվների մեծությունը հաշվարկային ցուցանիշ է, որը բնութագրում է սեփական կապիտալի այն մասը, որը հանդիսանում է ընթացիկ ակտիվների ձևավորման աղբյուր: Ներկայումս մասնագիտական գրականության մեջ չկա միասնական կարծիք սեփական ընթացիկ ակտիվների հաշվարկի ալգորիթմի առումով: Հանդիպում են հետևյալ բանաձևերը.

Սեփական ընթացիկ ակտիվներ=սեփական կապիտալ-ոչ ընթացիկ ակտիվներ(2)

Սեփական ընթացիկ ակտիվներ = սեփական կապիտալ+ ոչ ընթացիկ պարտք - ոչ ընթացիկ ակտիվներ (3)

Սեփական ընթացիկ ակտիվներ = ընթացիկ ակտիվներ - ընթացիկ պարտք (4)

Ե.Վ.Նեյասկինան իր «Կազմակերպության գործունեության տնտեսա-

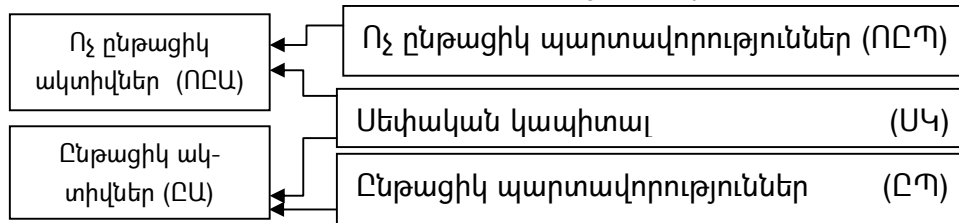
¹ Любушин Н.П. Экономический анализ. 3-е изд., перераб. и доп. М.: 2010. с. 476.

² Анализ финансовой отчетности (Е.И. Бородин и др). под ред. О. В. Ефимовой, М. В. Мельник. М.: Изд-во ОМЕГА-Л, 2009.

³ Волощук Л., Юдин М. Финансовый анализ. К.: «Освіта України», 2012, с.70

կան վերլուծություն» գրքում (2) և (3) բանաձևերով հաշվարկված ցուցանիշն անվանում է սեփական շրջանառու կապիտալ, իսկ (4) բանաձևով հաշվարկված ցուցանիշը՝ զուտ շրջանառու ակտիվներ¹:

Սեփական ընթացիկ ակտիվների մեծության որոշման դժվարությունները պայմանավորված են նրանով, որ և սեփական կապիտալը, և փոխառու միջոցները կարող են ներդրվել ինչպես ոչ ընթացիկ, այնպես էլ ընթացիկ ակտիվներում: Գծապատկեր 1-ում պարզեցված տեսքով ներկայացված է հաշվեկշռի ակտիվների և պասիվների փոխկապակցվածությունը:

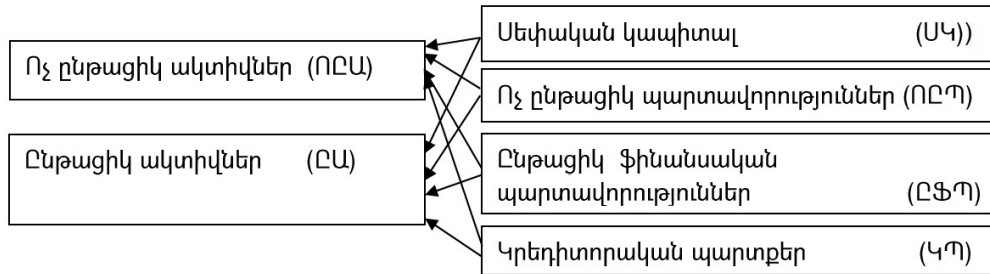


Գծապատկեր 1. Ակտիվների և դրանց ձևավորման աղբյուրների փոխկապակցվածության դասական տարբերակը

Ոչ ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորման հիմնական աղբյուրը, որպես կանոն, հանդիսանում է երկարաժամկետ ներգրավված կապիտալը (սեփական կապիտալ և ոչ ընթացիկ պարտավորություններ): Ընթացիկ ակտիվները ձևավորվում են ինչպես սեփական կապիտալի, այնպես էլ ընթացիկ պարտավորությունների հաշվին: Սա ակտիվների և դրանց ձևավորման աղբյուրների փոխկապակցվածության դասական մոդելն է: Իրական տնտեսական կյանքում սակայն, այդ փոխկապակցվածություններն իրենց բնույթով զգալիորեն բարդ են (գծապատկեր 2): Միաժամանակ ֆինանսական վիճակի մասին հաշվետվությունում ընթացիկ պարտավորությունների կազմում արտացոլվում է երկարաժամկետ վարկերի ընթացիկ մասը, որը պետք է մարվի հաշվետու տարվա ընթացքում: Լինում են դեպքեր, երբ կարճաժամկետ վարկերի հաշվին ձեռք են բերվում ոչ ընթացիկ ակտիվների օբյեկտներ: Այս ամենը վկայում է այն մասին, որ հաշվապահական հաշվեկշռի տվյալների հիման վրա անհնար է որոշել, թե սեփական կապիտալի կամ պարտավորությունների որ մասը ակտիվների որ հոդվածի կամ որ բաժնի ֆինանսավորմանն է ուղղվել:

¹ Неяскина Е. В. Экономический анализ деятельности организации. / Е. В. Неяскина, О. В. Хлыстова. Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. ст.164-165

Սա պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ սեփական կապիտալը հաշվեկշռում արտացոլվում է ընդհանուր արժեքով, իսկ պարտավորությունները խմբավորվում են ոչ թե ըստ օգտագործման ուղղությունների, այլ ըստ մարման ժամկետների:



Գծապատկեր 2. Ակտիվների և դրանց ձևավորման աղբյուրների իրական փոխկապվածությունը

Սեփական ընթացիկ ակտիվների հաշվարկի վերը ներկայացված (2) բանաձևը նպատակահարմար է կիրառել միայն այն դեպքում, եթե ոչ ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորման աղբյուր է հանդիսանում միայն սեփական կապիտալը: Պրակտիկայում այդպիսի իրավիճակ հանդիպում է շատ հազվադեպ: Տնտեսվարող սուբյեկտների գերակշռող մասը ոչ ընթացիկ ակտիվները ձևավորում է ոչ միայն սեփական կապիտալի, այլ նաև ոչ ընթացիկ պարտավորությունների հաշվին, ինչի արդյունքում այդ կազմակերպությունները հնարավորություն են ունենում սեփական կապիտալի մի մասը ուղղել ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորմանը: Եթե այս հանգամանքը հաշվի չի առնվում, ապա սեփական ընթացիկ ակտիվների գումարը զգալիորեն նվազեցվում է և ստացված ցուցանիշը կորցնում է իր տնտեսագիտական իմաստը: Հաշվարկի նման մեթոդիկայի դեպքում շատ կազմակերպություններում ստացվում է սեփական ընթացիկ ակտիվների դեֆիցիտ և սեփական ընթացիկ ակտիվներով ապահովվածության գործակցի բացասական մեծություն՝ ընթացիկ իրացվելիության գործակցի բավականին բարձր մակարդակի պայմաններում: Միաժամանակ (2) բանաձևով ստացված ցուցանիշը տնտեսագիտորեն շատ դժվար է մեկնաբանել: Մի կողմից դա չի կարելի համարել սեփական կապիտալի այն մասը, որը ուղղվում է ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորմանը, ոչ ընթացիկ ակտիվներում իրականացված ներդրումները հանելուց հետո, քանի որ այստեղ հաշվի չի առնված ոչ ընթացիկ պարտավոր-

րությունների հաշվին ոչ ընթացիկ ակտիվների ֆինանսավորման գումարը: Մյուս կողմից այն չի համապատասխանում նաև զուտ ընթացիկ ակտիվների չափանիշներին, քանի որ այս դեպքում ընթացիկ ակտիվներից հանվում են և՛ ընթացիկ պարտավորությունները, և՛ ոչ ընթացիկ պարտավորությունները:

Միևնույն ժամանակ վերլուծական աշխատանքների միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ ընթացիկ ակտիվները պետք է և հնարավոր է համադրել միայն ընթացիկ պարտավորությունների հետ: Նման մոտեցման տրամաբանությունը բխում է հաշվապահական հաշվառման միջազգային ստանդարտներով ակտիվների և պարտավորությունների սահմանումներից: Սա նշանակում է, որ ընթացիկ ակտիվները հանդիսանում են կազմակերպության ընթացիկ պարտավորությունների ապահովման իրական, տնտեսապես հիմնավորված աղբյուր: Իսկ (2) ըստ բանաձևի ընթացիկ ակտիվների հաշվին պետք է ծածկվեն (մարվեն) ոչ միայն ընթացիկ պարտավորությունները, այլև ոչ ընթացիկ պարտավորությունները, որոնց մարման ժամկետները բազմակի անգամ գերազանցում են ընթացիկ ակտիվների շրջապտույտի տևողությանը:

Արևմտյան վերլուծական պրակտիկայում կարճատև հեռանկարում կազմակերպության իրացվելիության և ֆինանսական կայունության մակարդակի գնահատման համար լայնորեն կիրառվում է ոչ թե սեփական ընթացիկ ակտիվների, այլ զուտ ընթացիկ ակտիվների ցուցանիշը (զուտ աշխատանքային կապիտալ-net working capital), որն իրենից ներկայացնում է ընթացիկ ակտիվների այն մասը, որը կմնա կազմակերպության տրամադրության տակ՝ ընթացիկ պարտավորությունները մարելուց հետո:

Ըստ Մ.Վ.Ռոմանովսկիի «Շրջանառու միջոցների այն մասը, որը ձևավորվում է սեփական կապիտալի և երկարաժամկետ փոխառու կապիտալի հաշվին, անվանում են զուտ շրջանառու կապիտալ (ՁՇԿ) կամ զուտ աշխատանքային կապիտալ»¹: Միջազգային վերլուծական պրակտիկայում առավել տարածված է հետևյալ մոտեցումը.

$$ՍԸԱ = ՍԿ - ՈԸԱ \quad (5)$$

որտեղ, ՍԸԱ- սեփական ընթացիկ ակտիվների գումարն է:

$$ՁԸԱ = ԸԱ - ԸՊ \quad (6)$$

¹ Корпоративные финансы. Под ред. М. Романовского, А. И. Вострокнутовой. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2011. с. 283

որտեղ. $ԶԸԱ$ - զուտ ընթացիկ ակտիվների գումարն է:

(6) բանաձևի հիման վրա հաշվարկված ցուցանիշը արևմտյան հեղինակներն անվանում են աշխատանքային կապիտալ¹ կամ զուտ աշխատանքային կապիտալ:

Մեր կարծիքով զուտ ընթացիկ ակտիվների փոփոխության պատճառների գնահատման համար առավել հարմար է ձևափոխումների արդյունքում ստացվող հետևյալ բանաձևը.

$$\begin{aligned} ԶԸԱ &= ԸԱ - ԸՊ = (Ա - ՈԸԱ) - ԸՊ = (Պ - ՈԸԱ) - ԸՊ = \\ &= (ՍԿ + ՈԸՊ + ԸՊ - ՈԸԱ) - ԸՊ = ՍԿ + ՈԸՊ - ՈԸԱ \quad (7) \end{aligned}$$

Ակնհայտ է, որ (6) կամ (7) բանաձևերը, որոնք գրականության մեջ շատ հաճախ ներկայացվում են որպես սեփական ընթացիկ ակտիվների մեծության հաշվարկի բանաձևեր, իրենցից ներկայացնում են զուտ ընթացիկ ակտիվների հաշվարկի ալգորիթմները: Դրանք հնրավոր է կիրառել սեփական ընթացիկ ակտիվների հաշվարկի համար միայն սեփական և փոխառու կապիտալի օգտագործման դասական տարբերակի դեպքում (գծապատկեր 1): Այդ դեպքում սեփական ընթացիկ ակտիվների և զուտ ընթացիկ ակտիվների գումարները կլինեն հավասար: Սակայն իրական տնտեսական կյանքում այդպիսի իրավիճակներ գրեթե չեն հանդիպում:

Զուտ ընթացիկ ակտիվների հաշվարկման տնտեսական իմաստը երկարաժամկետ աղբյուրների հաշվին ֆինանսավորվող ընթացիկ ակտիվների մեծության որոշումն է: Զուտ ընթացիկ ակտիվների դրական մեծությունը և դինամիկայում դրա աճը մնացած հավասար պայմաններում վկայում են կազմակերպության բարվոք ֆինանսական վիճակի մասին, ինչը վկայում է ցուցանիշի կարևորության մասին: Սակայն կազմակերպության ֆինանսական դրության բարելավման մասին վկայում է հատկապես ընթացիկ ակտիվների մեջ զուտ ընթացիկ ակտիվների բաժնի աճը: Զուտ ընթացիկ ակտիվների բացասական մեծությունը կազմակերպության ֆինանսական դրությունը գնահատում է բացասական տեսանկյունից, վկայում է ֆինանսական կառավարման կարևորագույն սկզբունքներից մեկի խախտման մասին. այն է. ֆինանսապես կայուն և վճարունակ կազմակերպությունում կայուն պասիվների

¹ WORKING CAPITAL MANAGEMENT Lorenzo A. Preve , Virginia Sarria-Allende: Financial Management Association SURVEY AND SYNTHESIS SERIES; Oxford Univ. Press 2010 p.15

հաշվին պետք է ֆինանսավորվեն ոչ ընթացիկ ակտիվները և ընթացիկ ակտիվների որոշակի մասը: Իսկ բացասական զուտ ընթացիկ ակտիվները վկայում են այն մասին, որ կարճաժամկետ փոխառու կապիտալի հաշվին ֆինանսավորվել են ընթացիկ ակտիվները և ոչ ընթացիկ ակտիվների մի մասը: Սա վկայում է այն մասին, որ կազմակերպությունը չունի ֆինանսական ամրության պաշար և ամբողջ ընթացիկ պարտավորությունների միաժամանակյա մարման պահանջի դեպքում կազմակերպությունում կառաջանա անշարժ գույքի իրացման անհրաժեշտություն:

Այսպիսով, ելնելով վերը շարադրվածից, կարելի է կատարել հետևյալ եզրահանգումները.

1. Զուտ ընթացիկ ակտիվները (զուտ շրջանառու կապիտալ) և սեփական ընթացիկ ակտիվները (սեփական շրջանառու կապիտալ) հոմանիշներ չեն և բոլորովին տարբեր ցուցանիշներ են թե իրենց տնտեսական բովանդակությամբ, և թե իրենց մեծությամբ:

2. Զուտ ընթացիկ ակտիվները դա ընթացիկ ակտիվների մի մասն է, որը կմնա կազմակերպության տրամադրության տակ ընթացիկ պարտավորությունները մարելուց հետո: Այս ցուցանիշը բնութագրում է կազմակերպության վճարունակության մակարդակը կարճաժամկետ հեռանկարում: Որքան մեծ է այս ցուցանիշի արժեքն ու ընթացիկ ակտիվների մեջ նրա բաժինը, այնքան ավելի մեծ են կարգակերպության կողմից իր կարճաժամկետ պարտավորությունները մարելու երաշխիքները:

3. Ընթացիկ պարտավորությունների համեմատ, ընթացիկ ակտիվների գումարի գերազանցումը ապահովվում է երկարաժամկետ ներգրավված աղբյուրների հաշվին (թե սեփական կապիտալի, թե երկարաժամկետ պարտավորությունների): Այդ պատճառով ընթացիկ ակտիվներում ներդրված սեփական կապիտալի ու զուտ ընթացիկ ակտիվների մեծությունները չեն համընկնում, բացառությամբ դասական տարբերակի, երբ ոչ ընթացիկ ակտիվները ֆինանսավորվում են բացառապես երկարաժամկետ ներգրավված փոխառու միջոցների հաշվին, իսկ ընթացիկ պարտավորությունների հաշվին ֆինանսավորվում են միայն ընթացիկ ակտիվները:

4. Զուտ ընթացիկ ակտիվներով ընթացիկ ակտիվների ապահովվածության գործակից (ԳԱՊ_{զԸԱ}) և ընթացիկ իրացվելիության գործակիցը (Գ_{ԵԻ}) փոխկապակցված ցուցանիշներ են: Փոխկապակցվածությունը կարելի է ար-

տահայտել հետևյալ կերպ.

$$1/(9_{\text{ch}})+9_{\text{U}}=1/\text{CU}/\text{C}\text{U}+(\text{CU}-\text{C}\text{U})/\text{C}\text{U}=(\text{C}\text{U}+\text{CU}-\text{C}\text{U})/\text{C}\text{U}=1 \quad (8)$$

Ցուցանիշներից մեկի արժեքը կօգնի նաև մյուս ցուցանիշի արժեքի որոշմանը:

5. Սեփական ընթացիկ ակտիվներով ապահովվածության գործակիցը ($9_{\text{U}}_{\text{U}}_{\text{CU}}$) ցույց է տալիս թե ընթացիկ ակտիվների որ մասն է ֆինանսավորվել սեփական կապիտալի հաշվին: Սա կազմակերպության ֆինանսական կայունությունը բնութագրող ցուցանիշ է, ի տարբերություն զուտ ընթացիկ ակտիվներով ընթացիկ ակտիվների ապահովվածության գործակցի, որը ինչպես նըշեցինք, գնահատում է կազմակերպության վճարունակությունը կարճաժամկետ հեռանկարում:

6. Սեփական ընթացիկ ակտիվների (2) բանաձևով ստացված ցուցանիշը տնտեսագիտորեն շատ դժվար է մեկնաբանել: Վերլուծական աշխատանքների միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ ընթացիկ ակտիվները պետք է և հնարավոր է համադրել միայն ընթացիկ պարտավորությունների հետ: Նման մոտեցման տրամաբանությունը բխում է հաշվապահական հաշվառման միջազգային ստանդարտներով ակտիվների և պարտավորությունների սահմանումներից:

7. Ֆինանսական վիճակի մասին հաշվետվության տվյալները հնարավորություն չեն տալիս որոշելու սեփական կապիտալի օգտագործման ուղղությունները: Այդ պատճառով անհնար է սեփական կապիտալի ընդհանուր մեծությունից առանձնացնել այն մասը, որն ուղղվել է ընթացիկ ակտիվների ձեվավորմանը: Այս առումով սեփական ընթացիկ ակտիվների իրական մեծության հաշվարկը արտաքին օգտագործողների համար ըստ էության անհնար է:

8. Կարճաժամկետ հեռանկարում ֆինանսական կայունության և վճարունակության գնահատման համար նպատակահարմար է հաշվարկել զուտ ընթացիկ ակտիվների մեծությունն ու ընթացիկ ակտիվներում դրա բաժինը:

Տիգրան ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ

«Զուտ ընթացիկ ակտիվներ» և «Սեփական ընթացիկ ակտիվներ» կատեգորիաների տնտեսագիտական մեկնաբանություններն ու դրանց կիրառման ոլորտները ֆինանսական վերլուծության պրակտիկայում

Բանալի բառեր. ֆինանսական դրություն, զուտ ընթացիկ ակտիվներ, սեփական ընթացիկ ակտիվներ, իրացվելիություն, ֆինանսական կայունություն

Տնտեսագիտական գրականության մեջ կազմակերպության ֆինանսական վիճակի տարբեր ուղղությունները բնութագրող «Սեփական ընթացիկ ակտիվներ» կատեգորիան ներկայացվում է տարբեր անվանումներով և մեկնաբանվում ու հաշվարկվում տարբեր կերպ: Տերմինների առատությունն ու հաշվարկի տարբեր մոտեցումները տնտեսագիտական կատեգորիայի մեկնաբանության առումով առաջացնում են որոշակի հարցեր և խնդիրներ: Սույն հոդվածը նվիրված է «Զուտ ընթացիկ ակտիվներ» և «Սեփական ընթացիկ ակտիվներ» ցուցանիշների տնտեսագիտական մեկնաբանություններին :

Тигран МАНУКЯН

Экономическая интерпретация категорий «Чистые текущие активы» и «Собственные текущие активы» и их применение в практике финансового анализа

Ключевые слова: Финансовое состояние, чистые текущие активы, собственные текущие активы, ликвидность, финансовая устойчивость

В экономической литературе категория «Собственные текущие активы», характеризующая различные направления финансового состояния организации, представлена под разными названиями, и интерпретируется и рассчитывается по-разному. Обилие терминов и разные подходы к расчету, вызывают определенные вопросы и проблемы с точки зрения трактовки экономической категории. Данная статья посвящена экономической интерпретации и сферам применения показателей «Чистые текущие активы» и «Собственные текущие активы». В результате анализа были прояснены фундаментальные различия между двумя экономическими категориями с точки зрения их экономического содержания, так и их размера.

TIGRAN MANUKYAN

Economic interpretation of the categories of «Net current assets» and «Own current assets» and their application in the practice of financial analysis

Key words: net current assets, own current assets, liquidity, financial stability

In the economic literature, the category of "Own current assets", which characterizes different areas of the financial condition of the organization, is presented under different names, and is interpreted and calculated in different ways. The abundance of terms and different approaches to calculation raise certain issues in terms of the interpretation of the economic category. This article is devoted to the economic interpretation and areas of application of the indicators of «Net current assets» and «Own current assets». The analysis clarified the fundamental differences between the two economic categories, both in terms of their economic content and their size..

**АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНОГО НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ АРМЕНИИ
МЕТОДОМ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТОНАЛЬНОСТИ КОММЕНТАРИЕВ В
СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK
(ПЕРИОД 05.2018-08.2020)**

Элла НАГАПЕТЯН
Аспирант кафедры УБТ РАУ

Ключевые слова: социальное настроение, настроение населения, язык программирования Python, Социальная сеть Facebook, большой объем данных, анализ тональности

Введение. Для понимания происходящих в обществе процессов, необходимо хорошо представлять побудительные механизмы, которые заставляют людей реагировать определенным образом на обстоятельства, нарушающие устойчивость их жизни. Стоит отметить, что социальное поведение во многом носит реактивный эмоциональный характер и роль социального настроения в детерминации индивидуальной и коллективной форм поведения особенно возрастает на этапе общественных трансформаций, когда эмоции зачастую преобладают над разумом и, соответственно, увеличивается вероятность ситуативных, волевых и даже спонтанных актов социального поведения. Так как социальное настроение формируется под влиянием многих факторов: экономических, политических, духовных и т.д., оно представляет собой комплексный индикатор, который отражает динамику общественного мнения в условиях изменения ситуации в стране и мире.

В наши дни ведется активное практическое исследование социальных настроений. Индексы социального настроения позволяют отслеживать общую динамику настроений в различных сферах жизни общества. Главная цель построения такой динамики – зафиксировать критические моменты, замерить общественную реакцию на какое-либо произошедшее событие.

Методология. Согласия по поводу трактовки и способа измерения социального настроения среди социологов не достигнуто. Исследователи используют самые разнообразные наборы показателей и индикаторов. Развитием информационных технологий в современном обществе приводит к расширению методологии исследований социального настроения. Интернет превращается в доминирующую информационно-коммуникационную среду, через которую индивидуальное настроение перерастает в вектор группового¹.

За последние несколько лет интернет-пространство стало немаловажной частью жизни современного человека. Международного союза электросвязи (МСЭ),

¹ Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. / под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.

численность интернет-пользователей в 2019 г. по всему миру составляла 7,75 млрд чел. (54% населения Земли).¹ В Армении количество интернет пользователей превышает 2 млн., что составляет больше 70% населения². Одним из самых больших интернет-блоков являются социальные сети. Согласно данным статистического портала Statista за 2020 год, самой популярной социальной сетью в мире является Facebook³. В Армении Facebook тоже весьма популярен. На начало 2020 года в этой социальной сети зарегистрированы больше 1,2 млн. Пользователей, то есть около половины всех интернет пользователей страны⁴. Для определения мнения людей в социальных сетях исследователи используют инструменты опинион-майнинга (opinion mining), которые помогают автоматически извлекать так называемую «субъективную» информацию. Одной из самых эффективных методов это анализ тональности текстов при помощи инструментов машинного обучения с частичным/полным присутствием учителя (semi-supervised/supervised machine learning approaches). Суть данного метода состоит в том, чтобы обучить машинный классификатор на коллекции заранее размеченных текстах, а затем использовать полученную модель для анализа новых документов. Является наиболее распространенным методом, используемым в исследованиях.

Обзор литературы. Термин анализ тональности (англ. sentiment analysis) начал применяться начиная с 2003 г. Одной из первых работ, в которой появился данный термин, была работа Т. Насукавы и Дж. Йи в 2003 году, где исследовалось извлечение мнений по отношению к заданному предмету. В этом же году вышла работа К. Дейва, С. Лоуренса и Д.М. Пеннока, в которой авторы говорили об «извлечении мнений» из отзывов о товарах. Тем не менее работы по анализу тональности и извлечению мнений начались за несколько лет до того, как были установлены данные термины, раньше такой анализ был связан с понятием семантической ориентации и анализом субъективности. Одной из первых работ по анализу тональности можно считать работу Дж. Виби (1994 год) о выявлении точки зрения персонажей художественной литературы. Целью работы была автоматическая классификация фрагментов текстов на объективные и на фрагменты, в которых выражено мнение или эмоции одного из персонажей художественного произведения. Позже объектом исследовательского интереса стала семантическая ориентация прилагательных (Hatzivassiloglou, McKeown, 1997; Hatzivassiloglou, Wiebe, 2000; Wiebe 2000). Дж. Виби, Р. Брюс и Т. О'Хара начали тестировать применение статистических методов к анализу субъективности в 1999 году.

¹ The International Telecommunication Union (ITU) - Режим доступа: www.itu.int

² Internet World Stats International website - Режим доступа: www.internetworldstats.com

³ Statista, Inc. - Режим доступа: www.statista.com

⁴ Internet World Stats International website - Режим доступа: www.internetworldstats.com

Начиная с 2001 г. анализ тональности стал одним из наиболее активно исследуемых разделов компьютерной лингвистики, в результате чего в последующие годы появилось значительное число работ по sentiment-анализу и извлечению мнений. Причиной столь пристального внимания исследователей к данной проблеме послужило сразу несколько факторов. Самым главным из них являлся активный рост сети Интернет, что открыло большие возможности для исследования эмоциональной составляющей в тексте, поскольку исследователям стало доступно бесконечное количество записанных в цифровой форме данных, выражающих в той или иной форме мнения людей.

Большой вклад в развитие анализа тональности текстовых сообщений внесли исследователи из Корнельского университета Б. Пэнг и Л. Ли. В 2008 году они выпустили книгу «Opinion Mining and Sentiment Analysis», посвященную современным методам и подходам к анализу тональности в текстовых сообщениях.¹ В их работе рассматривается классификация тональности с использованием машинного обучения и показывается, что такой подход превосходит простые техники, основанные на составлении словарей часто употребляемых позитивных и негативных слов². В дальнейшей работе авторы описывают алгоритм, который позволяет классифицировать тональность, используя только субъективные предложения.³ Объективные предложения, как правило, не имеют тональной окраски, но создают шум в данных. В России публикаций было крайне мало, лишь в 2012 году одной из главных тем Международной конференции по компьютерной лингвистике «Диалог» стала оценка тональности текста. После этого анализ тональности текстов для различных целей становится актуальной исследовательской задачей и количество исследований и научных публикаций постоянно растет.

Анализ. Этапы анализа социального настроения населения Армении:

1. Предварительный – на данном этапе производится сбор данных и подготовка корпуса
2. Основной – готовый корпус анализируется в среде Python
3. Получение результатов – выгрузка результатов анализа и усреднения данных

Этап 1: Первым шагом проведения анализа стал сбор релевантной базы данных. Для этого были определены самые популярные и верифицированные страни-

¹ Pang B., Lee L. Opinion Mining and Sentiment Analysis. Foundations and Trends in Information Retrieval. 2. No. 1–2. 2008. P. 1–135.

² Pang B., Lee L. Thumbs up? Sentiment Classification using Machine Learning Techniques. Proceedings of the Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing (EMNLP). Philadelphia. 2002. P. 79–86.

³ Pang B., Lee L. A Sentimental Education: Sentiment Analysis Using Subjectivity Summarization Based on Minimum Cuts // Proc. of the ACL. 2004. P. 271–278

цы Facebook в Армении. Согласно данным ресурса Socialbakers¹ на момемент 05.2018, наиболее популярными страницами в Армении в разделе новостей, а также верифицированными Facebook как официальные, являются: 1in.am²; Armenpress³; Ազատություն և անվտանգություն⁴; Mediamax.am⁵; NEWS.am⁶; Newsarmenia.am⁷; PAN.am⁸; Tert.am⁹. Также была выбрана официальная страница премьер-министра Армении Никола Пашиняна - Nikol Pashinyan / Նիկոլ Փաշինյան¹⁰, на как на тот момент эта была самая популярная страница Армении, и единственная верифицированная страница представителя власти страны.

Следующим шагом стало скачивание всех комментариев ко всем постам на вышеуказанных страницах Facebook, с мая 2018г. по май 2020г. Для этого был использован лицензированный MIT ресурс Facerager, который API и веб-сканирования позволяет скачивать общедоступные данные из социальных сетей и других веб-сайтов¹¹. Далее, собранная база комментариев была сгруппирована и распределена по месяцам публикации. После этого база была отфильтрована: удаление дубликатов и нетекстовых комментариев (например, сообщения содержащие только цифры и знаки). Наконец, все комментарии были переведены на английский язык. Полученный корпус комментариев готов к анализу тональности.

Этап 2: Для этого на языке программирования Питон был написан специальный код, позволяющий импортировать большой объем комментариев в формате .csv (CSV (Comma-Separated Values — значения, разделённые запятыми) — текстовый формат, предназначенный для представления табличных данных) и при помощи модуля analysis.sentiment библиотеки TextBlob определить тональность каждого комментария в интервале от -1 до 1.

Этап 3: Результаты анализа эмоциональной окраски были экспортированы. Значения с индексом 0 исключены и все данные усреднены.

Результаты анализа эмоциональной окраски приведены в Таблице 1.

¹ Socialbakers Social Media Marketing Platform - Режим доступа: www.socialbakers.com

² Facebook page “1in.am” Режим доступа: www.facebook.com/1in.am

³ Facebook page “Armenpress” Режим доступа: www.facebook.com/armenpress

⁴ Facebook page “Ազատություն և անվտանգություն” Режим доступа: www.facebook.com/azatutyun

⁵ Facebook page “Mediamax.am” Режим доступа: www.facebook.com/Mediamax.am

⁶ Facebook page “NEWS.am” Режим доступа: www.facebook.com/newsamarm

⁷ Facebook page “Newsarmenia.am” Режим доступа: www.facebook.com/Newsarmenia.am

⁸ Facebook page “PAN.am” Режим доступа: www.facebook.com/panarmenian.net

⁹ Facebook page “Tert.am” Режим доступа: www.facebook.com/TERTam.arm

¹⁰ Facebook page “Nikol Pashinyan / Նիկոլ Փաշինյան” Режим

доступа: www.facebook.com/nikol.pashinyan

¹¹ Software Facerager Режим доступа: www.github.com/strohne/Facerager

Таблица 1. Индекс настроения населения Армении по месяцам

Дата	Индекс настроения населения
05.2018	0,3
06.2018	0,22
07.2018	0,34
08.2018	0,32
09.2018	0,29
10.2018	0,28
11.2018	0,26
12.2018	0,24
01.2019	0,22
02.2019	0,21
03.2019	0,22
04.2019	0,25
05.2019	0,19
06.2019	0,2
07.2019	0,18
08.2019	0,25
09.2019	0,13
10.2019	0,29
11.2019	0,23
12.2019	0,2
01.2020	0,19
02.2020	0,24
03.2020	0,09
04.2020	0,17
05.2020	0,15
06.2020	0,14
07.2020	0,15
08.2020	0,15

Для наглядности приведем данные в графический вид.

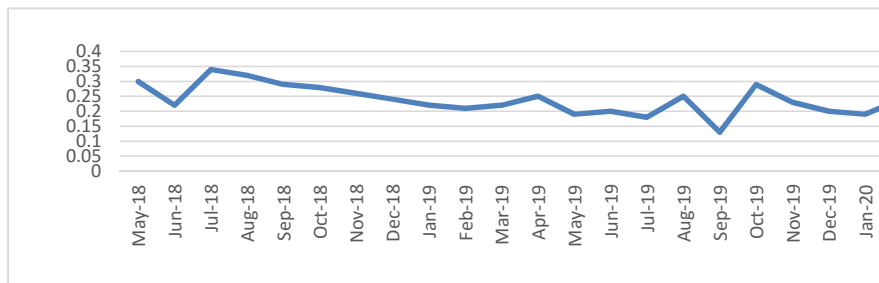


График 1. Индекс Социального настроения населения Армении

Как видно из графика, наиболее высокий пик за весь период исследования замечен в июле 2018г. Это может быть связано с эйфорией после первых действий нового правительства страны, в том числе экономических изменениями, а также громкими арестами политических деятелей и бизнесменов. Отметим, что на

настроение населения могли также положительно повлиять международные культурные и спортивные события, которые проходили в Армении (например Матч легенд, Золотой абрикос) и праздники (например, Вардавар).

Второй пик, после долгого спада приходится на апрель 2019г. Основными причинами являются более-менее стабильная политическая и экономическая ситуация, а также ощущение изменений в жизни от действий правительства. Отметим, что несмотря на траурное настроение 24 апреля, признание и обращение к теме Геноцида армян некоторыми странами и организациями приводит к положительным отзывам и комментариям. К положительному настроению населения поспособствовал также праздник Пасхи и противные события с участием армянских спортсменов, добившихся побед. Также примечателен достаточно резкий спад в сентябре 2019г. И последующий пик октября 2019г. Спад прежде всего связан с проблемой Амулсарского месторождения и выборами в органы местного самоуправления, а повышение настроения с саммитом ЕАЭС, которые проходил в Ереване и форумом WCIT, в том числе из-за госетей, которые приехали на это мероприятие, а также праздник Еребуни-Ереван и премии Аврора. Самый низкий показатель за все время зафиксировано в марте 2020г. Это связано с распространением Covid-19 в Армении и началом локдауна.

Заключение. Социальное настроение - многокомпонентное явление, отражающее социальные установки, социальные цели и интересы не только конкретного человека, а социальной группы и всего общества в целом. Оно с одной стороны, формируется под воздействием реальных экономических, политических, духовных процессов, протекающих в обществе, а с другой – само оказывает большое влияние на характер и степень различных общественных процессов, воздействуя на мышление, намерения людей и их поведение.

Существующие методики построения индексов социальных настроений в настоящий момент хорошо отработаны, однако это не значит, что они не нуждаются в дальнейшем совершенствовании. Прежде всего это обусловлено развитием информационных технологий и расширением количества интернет-пользователей. В рамках данного исследования был использован метод машинного обучения в среде Python на основе библиотеки TextBlob.

Результаты анализа показывают, что социальное настроение населения Армении достаточно положительное, однако отметим, что показатель не стабилен и меняется как в положительную так и в отрицательную сторону, что связано с изменением политической, экономической и социальной ситуации в стране.

Элла НАГАПЕТЯН

Анализ социального настроения населения Армении методом определения тональности комментариев в социальной сети Facebook (период 05.2018-08.2020)

Ключевые слова: социальное настроение, настроение населения, язык программирования Python, Социальная сеть Facebook, большой объем данных, анализ тональности

Социальное настроение в практическом смысле является индикатором реакций людей на условия жизни, а также влияния экономических, политических, социальных и прочих факторов на жизнь. Актуальность темы заключается в необходимости расширения методологии анализа социального настроения населения, с учетом развития информационных технологий в современном обществе. На сегодняшний день при помощи технологий анализа большого объема данных возможно оценивать и измерять социальное настроение. Целью исследования является определение социального настроения на основе анализа тональности комментариев.

Ella NAHAPETYAN

Analysis of the social mood of the Armenian population by determining the tone of comments on Facebook (period 05.2018-08.2020)

Keywords: social mood, public mood, Python programming language, Facebook social network, big data, sentiment analysis

In a practical sense, social mood is an indicator of people's reactions to living conditions, as well as the influence of economic, political, social and other factors on life. The relevance of the topic lies in the need of expanding the methodology for social mood of the population, given the development of information technologies in modern society. The aim of the study is to determine social mood based on the analysis of the sentiment of comments on the social network Facebook. The objectives of the research are collecting comments from the social network Facebook.

Էլլա ՆԱՀԱՊԵՏՅԱՆ

Հայաստանի բնակչության սոցիալական տրամադրության վերլուծություն Facebook սոցիալական ցանցում մեկնաբանությունների տոնայնությունը որոշելու միջոցով (ժամանակաշրջան 05.2018-08.2020)

Բանալի բառեր. սոցիալական տրամադրություն, բնակչության տրամադրություն, Python ծրագրավորման լեզու, Facebook սոցիալական ցանց, մեծ տվյալների վերլուծություն, տրամադրությունների վերլուծություն

Սոցիալական տրամադրությունը հանդիսանում է կյանքի պայմանների վերաբերյալ մարդկանց արձագանքի ցուցիչ, ինչպես նաև ազդում է տնտեսական, քաղաքական, սոցիալական և այլ գործոնների վրա: Թեմայի արդիականությունը պայմանավորված է բնակչության սոցիալական տրամադրության հետազոտության մեթոդաբանական ընդլայնման անհրաժեշտությամբ՝ հաշվի առնելով ինֆորմացիոն տեխնոլոգիաների զարգացումը ժամանակակից հասարակությունում:

ПРОБЛЕМА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ В РАМКАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО ЗАКАЗА РА

Ани РУБЕНЯН

Аспирант Российско-Армянского Университета

Ключевые слова: здравоохранение, медицинские услуги, провайдеры медицинских услуг, ценообразование

Введение. В Армении с момента внедрения закона 1996 г. «О медицинской помощи и медицинском обслуживании населения» и государственного указа 1997г. о практике личных платежей и до сих пор доминирующая часть расходов на большинство медицинских услуг исходит именно из частных источников, что в среднем составляет 81%. На протяжении последних 30 лет разрыв между частным и государственным финансированием увеличивается и приводит к сильной нагрузке на частный сектор. Такая ситуация характерна при отсутствии национальной схемы страхования. В таких странах проблема большой доли прямых затрат из кармана домашних хозяйств (out-of-pocket expenditures) усугубляется риском неформальных платежей в рамках предоставляемой государством медицинской помощи, что в большинстве случаев отчасти является результатом неоптимального модели финансирования и ценообразования. Цены на рынке медицинских услуг так же, как и на рынках других товаров и услуг, являются важнейшим сигналом для потребителей и производителей медицинских услуг. Хотя корреляция между ценой и качеством в различных международных исследованиях не всегда однозначная, тем не менее цена остается важнейшей детерминантой качества предоставляемых медицинских услуг. По этой причине актуален выбор механизма ценообразования и его уместность в системе здравоохранения при данных социально-экономических условиях и институтах.

Статья фокусируется на рассмотрении существующей модели ценообразования медицинских услуг в рамках государственного заказа РА, выявлении недостатков и предложении оптимальной модели ценообразования на основе мировой практики. В основе методологии данной работы лежит применение таких подходов, как анализ, сравнение и аналогия. Обработка данных проводилась с помощью статистических и математических методов: описание и оценка показателей, а также графическое отображение.

Ценообразование. Рынок медицинских услуг зачастую характеризуется нестабильным спросом, нерегулярность и во многом непредсказуемостью. Себестоимость, таким образом, выступает ключевым компонентом в ценообразовании. В мировой практике государственное влияние минимально на цены платных медицинских услуг, они во многом определяются квалификацией врачей, качеством ис-

пользуемого оборудования и прочими факторами. Сфера государственного регулирования цен распространяется в основном в предоставляемых самим государством на бесплатной или привилегированной основе или в рамках национальной страховой схемы услугах. В странах с низким или средним уровнем дохода главным препятствием на пути к развитию систем оплаты производителей является ограниченный доступ информации касательно затрат, объемов и характеристик пациентов. [1] Цена, которую государство или прочая независимая структура выплачивает, должна отражать реальные затраты на ресурсы, чтобы обеспечивать качество и не мотивировать провайдера на недо- или перепроизводство медицинских услуг. В глобальном смысле в мировой практике можно выделить две модели ценообразования: высчитывание цены исходя из ограниченного бюджета, при котором цена может меняться в зависимости от объема, и установление фиксированной цены на основе сбора и анализа данных реальных затрат ресурсов на предоставление данной медицинской услуги. Возмещение на основе постатейного или глобального бюджета, который основывается на первом походе, является наиболее легким способом, однако менее корректно отражает реальную стоимость услуг. Оно не связано с типом предоставляемых услуг и не предоставляет какие-либо стимулы для эффективности или качества. [2] Такие модели в основном используются в менее развитых странах, в которых нет значительных средств и доступа к детальной информации о компонентах затрат.

Напротив, в развитых и некоторых развивающихся странах используется вторая модель калькуляции цены, в основе которой может лежать ретроспективный расчет цены за отдельную услугу (модель *fee-for-payment*) или лечение стандартизированного случая – диагноза (система DRG). Эти модели являются более комплексными, однако наиболее точно соотносятся с реальными затратами, а это в свою очередь является предпосылкой к качеству и снижению риска к неоптимальному объему медицинских услуг. Необходимой предпосылкой для внедрения данной модели является наличие медицинских протоколов. Цена по системе DRG учитывает в основном весь комплекс стационарных услуг: пребывание в больнице, оплата врачей и среднего медицинского персонала, лекарства и прочее. Эта модель была разработана впервые в США в конце 70-ых, но присутствует во многих современных системах здравоохранения развитых стран: Австралия, Франция, Германия, Финляндия, Испания, Эстония, Хорватия, Чехия и прочие. Каждая такая система хоть и имеет общие черты сама по себе уникальна, и вероятнее всего способность системы DRG к адаптации специфическим нуждам страны была одной из причин успеха и широкого распространения в европейских странах. [3] Ряд стран с низким и средним доходом также перешли к такой модели: Тунис, Монголия, Киргизия, Индонезия, Латвия, Мексика и другие. Примечательно отметить, что государство играет важную роль в

финансировании в странах, которые находятся на стадии внедрения DRG. Государственные расходы в таких странах занимают около две трети от совокупных расходов на здравоохранение. [4]

Специфика амбулаторной медицинской помощи обобщенно выделяет три метода оплаты: за отдельный осмотр или процедуру, за комплексное обращение к врачу и подушевой принцип. На практике во многих странах применяется расчет средних расходов на душу населения (подушевой принцип), которые могут быть рассчитаны как на основе принципа ограниченного бюджета, так и на основе разработки нормативов расходов. Цена и объемы хорошо контролируются в таких моделях, однако возможно недопроизводство медицинских услуг или ухудшение качества услуг из-за низкой цены.

С 1999 года в Армении был осуществлен переход на подушевой принцип в области амбулаторной медицинской помощи, что отчасти оптимизировало финансирование. Возмещение больничной медицинской помощи и услуг, начиная с 1997 года, осуществляется посредством контрактных отношений на основе фактически обслуженных случаев больничной помощи. Такая модель предполагает финансирование на основе цен медицинских услуг по отдельным видам медицинской помощи. Ценообразование происходит в условиях принципа ограниченного бюджета, то есть образуется сверху вниз. До сих пор отсутствует методология ценообразования, что приводит к не обоснованным реальными расчетами ценам. Рассмотрим обобщенно структуру государственного заказа и сравним рыночные и государственные цены выборки медицинских услуг.

Структура провайдеров медицинских услуг. Система здравоохранения Армении представлена следующими медицинскими учреждениями: больницы, поликлиники, центры первичной охраны здоровья, фельдшерско-акушерских пункты, научно-исследовательские центры, диагностические центры, центры по контролю и профилактике заболеваний, пансионаты, аптеки и другое. После обретения независимости в стране начался характерный для переходных стран процесс приватизации и децентрализации. На сегодняшний день действует 125 больничных учреждений, 79 из которых или 64% являются государственными. При этом 42% всех больничных учреждений сосредоточены в Ереване. Государственный сектор контролирует 59% фонда койек, при этом в государственных учреждениях работает 44% медицинского персонала. Однако 52% финансовых средств в рамках государственного заказа в Ереване распределяется в частные больничные учреждения. Следует отметить, что степень государственного контроля над функциями финансирования и обеспечения услуг во многом определяет контроль над ценами и эффективность системы. Рисунок 1 иллюстрирует структуру медицинских услуг, финансируемых государственными органами управления. Как видно, бо́льшая

часть приходится на финансирование больничных медицинских услуг. Согласно данным бюджета МЗ РА 2021 года, порядка 52% направится на покрытие больничной медицинской помощи. В среднем за последние годы больничная помощь и обслуживание занимало порядка 65% государственного заказа.

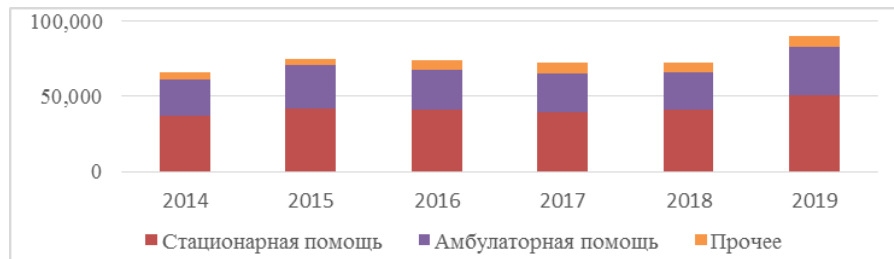


Рисунок 1. Государственное финансирование медицинских услуг, млн драм

Источник: составлено на основе сборников «Национальные счета здравоохранения РА»

С точки зрения актуальности и важности, наиболее интересным считается анализ финансовой деятельности и цен провайдеров больничной медицинской помощи, потому как амбулаторная медицинская помощь финансируется по подушевому принципу и бо́льшая часть государственного заказа приходится на больничную медицинскую помощь, ценообразование которой не основывается на определенной методологии. На рисунке 2 представлены программы основного финансирования в рамках больничной медицинской помощи (внутренний круг 2020г., внешний – 2021г.). В категорию прочие внесены программы с низким удельным весом или стратегические программы (оказание психиатрической помощи, лечение туберкулеза, лечение СПИД, ВИЧ и др.), которые в большинстве своем полностью обеспечиваются государственными учреждениями.

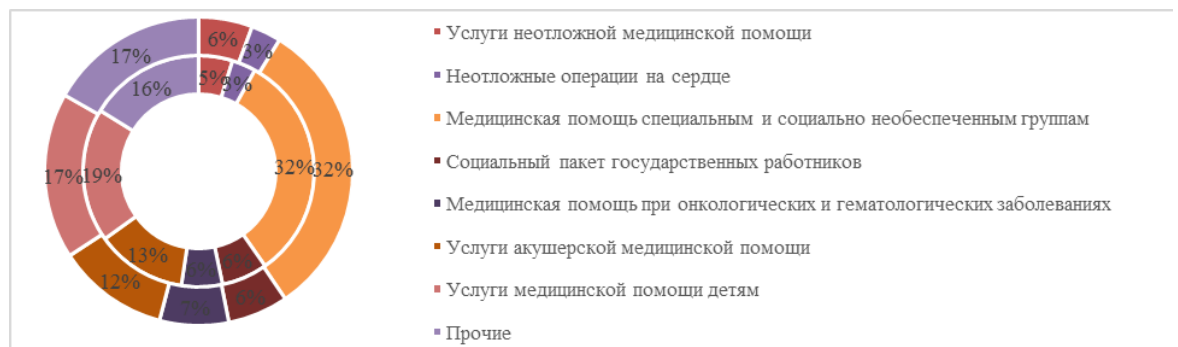


Рисунок 2 Структура больничных медицинских услуг МЗ РА, 2020 и 2021гг.

Источник: составлено на основе данных государственного бюджета МЗ РА в начале года

В рамках государственного заказа действуют порядка 480 медицинских учреждений. Сосредоточим фокус исследования на крупнейших провайдерах медицинских услуг. Из таблицы 1 видно, что топ-10 медицинских учреждений по общему финансированию так же во многом являются лидерами по предоставлению больничных услуг, в частности в рамках программ, имеющих наибольший удельный вес в объеме больничных услуг на рисунке 2.

Таблица 1. Топ-10 провайдеров мед.услуг в рамках гос. заказа МЗ РА по программам

N	Медицинское учреждение	Совокупный гос.заказ, млн. драм	Услуги неотложной мед.помощи	Онколог. и гематолог. заболевания	Неотложные операции на сердце	Спец. и соц. необеспеч. группы
1	«Эребуни» МЦ	7,138	1,172	159	322	2,373
2	«Астхик» МЦ	5,539	86	276	141	2,347
3	«Арабкир» медицинский комплекс-институт	3,335	42	-	-	420
4	«Гераци» больничный комплекс	3,146	245	25	82	463
5	«Армения» республиканский МЦ	2,942	300	63	77	1,182
6	«Норк-Мараш» МЦ	2,928	-	-	195	1,978
7	«Святой Григорий Провспетитель» МЦ	2,606	65	47	37	573
8	«Нац. центр онкологии В.А. Фанарджяна»	2,269	-	2,036	-	137
9	«Шенгавит» МЦ	1,794	20	84	141	444
10	«Сурб Аствацамайр» МЦ	1,750	10	20	-	39

Источник: составлено на основе базы данных МЗ РА

Несмотря на то, что удельный вес государственного заказа в частных медицинских учреждениях в среднем ниже по сравнению с государственными, государственный заказ продолжает играть важную роль в совокупном доходе этих организаций (Таблица 2). Данный показатель в частных учреждениях Еревана в среднем равен 42%. Если взглянуть на показатели прибыльности тех же медицинских учреждений, то можно заметить достаточно широкий диапазон показателей (-2-15%). В целом прибыльность провайдеров государственного заказа значительно отличается по стране. Учреждения, которые имеют достаточный объем альтернативных источников дохода нежели государственный заказ и стабильные показатели прибыльности, могут компенсировать недостаточное финансирование. Напро-

тив, учреждения, которые не имеют этих буферов, более сопряжены с риском возникновения неформальных платежей и ухудшения качества услуг.

Таблица 2 Финансовые показатели топ-10 провайдеров мед. услуг

N	Медицинское учреждение	Доля гос. заказа в совокуп. доходе, 2018г.	Прибыльность, 2018г.	Доля гос. заказа в совокупном доходе, 2019г.	Прибыльность, 2019г.
1	«Эребуни» МЦ	35%	12%	38%	15%
2	«Астхик» МЦ	25%	5%	29%	7%
3	«Арабкир» мед. комплекс-институт	67%	10%	67%	8%
4	«Гераци» больн. комплекс	45%	1%	42%	-10%
5	«Армения» РМЦ	58%	3%	70%	1%
6	«Норк-Мараш» МЦ	31%	-5%	39%	-1%
7	«Святой Григорий Просветитель» МЦ	67%	-7%	63%	1%
8	«Нац. центр онкол. В.А. Фанарджяна»	28%	2%	57%	4%
9	«Шенгавит» МЦ	35%	-2%	42%	9%
10	«Сурб Аствацамайр» МЦ	76%	0%	78%	0%

Источник: составлено на основе базы данных МЗ РА

Ценовой анализ. Для анализа выберем крупнейших частных игроков в рамках государственного заказа из таблицы 1, так как в частных учреждениях государство не имеет никаких рычагов влияния на цены. «Арабкир» МКИ специализируется на детской медицинской помощи, «Норк-Мараш» МЦ - на сердечно-сосудистой медицинской помощи, «Св. Григорий Просветитель» и «Национальный центр онкологии В.А. Фанарджяна» МЦ подотчетны МЗ РА, «Гераци» больничный комплекс подотчетен министерству образования, а «Сурб Аствацамайр» МЦ принадлежит муниципалитету Еревана. Поэтому для сравнения государственных и рыночных цен рассмотрим «Эребуни» МЦ, «Астхик» МЦ, «Армения» РМЦ и «Шенгавит» МЦ. Всего в рамках государственного заказа устанавливается более 850 услуг с соответствующими ценами. Исходя из вышеописанных характеристик, целесообразнее рассмотреть выборку наиболее часто встречающихся видов медицинской помощи и обслуживания в рамках больничных услуг, потому как именно эта категория преобладает в финансировании (Таблица 3). Таблица 3 отражает значительный разрыв (20-220%) между установленными в рамках государственного заказа на 2021 год ценами на медицинские услуги и рыночными ценами. Несмотря на то, что разрыв может значительно отличаться, закономерность состоит в том, что во всех частных центрах цены выше и более сопоставимы друг с другом нежели с государственными. Рыночная цена более реально отражает действительную стоимость услуги, а это означает при прочих равных условиях сопряжены с предоставлением более качественных услуг. Несомненно, цена услуги может

зависеть от многих факторов, поэтому в таблице были рассмотрены услуги однородного характера (одинаковое медицинское оборудование и т.д). Данная выборка дает общее представление, которое распространяется по аналогии и на остальные больничные и амбулаторные услуги в рамках государственного заказа. Важно отметить, что цены на государственный заказ могут и не меняться каждый год, что означает они не всегда корректируются под инфляцию.

Таблица 3. Государственные и рыночные цены медицинских услуг

N Медицинская услуга	Цены 2021г., тыс. драм				
	Гос. Заказ	«Эребуни»	«Астхик»	«Армения»	«Шенгавит»
		МЦ	МЦ	РМЦ	МЦ
1 Удаление аденоидов	143	175-220	260	130	150
2 Удаление аппендицита	170 -220	230	250-300	230-300	180
3 Удаление молочной железы	370	500	300-400	450-500	370
4 Удаление щитовидной железы	155-300	450	290	250-600	155-300
5 Стентирование коронарных артерий, без лекар. покрытия	700	-	800	700.000	770
6 Стентирование коронарных артерий,с лекар. покрытием	750	900 -1.200	1.000	950	990
7 Эзофагогастродуоденоскопия	10	15	22	15	20
8 Колоноскопия под наркозом	30	45	45	35	50
9 Маммография	10	15	20	-	12
10 МРТ одной области, 1.5 т	25	50-80	80	-	-
11 МРТ одной области, 1.5 т с контрастом	50	70-100	110	-	-

Источник: составлено на основе приказа министра здравоохранения РА N 4484-Л от 18.12.2020г. и данных медицинских центров

Выводы и рекомендации. На основе анализа выборки медицинских услуг в рамках государственного заказа РА можно сделать вывод, что государственные цены в большинстве случаев достаточно отличаются от рыночных цен, не отражая тем самым реальные затраты. Выборка услуг была подобрана с учетом того, что больший удельный вес в государственном заказе занимает финансирование больничной медицинской помощи и обслуживания (в среднем 65%). Чтобы отразить общую картину, были рассмотрены наиболее часто встречаемые больничные услуги в рамках программ бюджета. Частные медицинские центры были подобраны с учетом возможной степени влияния: все они являются крупнейшими многопрофильными медицинскими центрами, получающими большое финансирование в рамках государственного заказа, в частности, в области больничной медицинской помощи. Более того статистика показывает, что 42% всех больничных учреждений в стране сосредоточены в Ереване, при этом 52% финансовых средств в рамках государственного заказа в Ереване распределяется именно в частные больничные учреждения. Достаточная зависимость от государственного финанси-

նի (в среднем 42% в совокупном доходе) и значительный разрыв цен в долгосрочной перспективе может отразиться на качестве предоставляемых услуг, вызывая развитие неформального сектора.

Таким образом, важным компонентом на пути к повышению эффективности деятельности провайдеров в рамках государственного заказа является пересмотр цен на государственные услуги, применяя оптимальную методологию ценообразования. В частности, предлагается перейти к моделям ценообразования, которые более реально отражают затраты. Для финансирования больничных услуг целесообразнее применение модели DRG, которые могут адаптироваться к особенностям данной системы здравоохранения, которые, однако, в своей основе предполагают калькуляцию цены по определенным коэффициентам затрат стандартизированных диагностических групп. Такая модель ценообразования нашла широкое применение не только в развитых, но и развивающихся странах. Привлечение дополнительного финансирования и сглаживание расходов во времени возможно при внедрении национальной схемы страхования.

Լիտերատուրա:

1. Hugh Waters, Peter Hussey. Pricing Health Services For Purchasers: A Review of Methods and Experiences. 2004. p. 6
2. Sarah L Barber, Luca Lorenzoni and Paul Ong. Price setting and Price Regulation in Health Care: Lessons for Advancing Universal Health Coverag. WHO, OECD. 2019. p 16
3. Reinhard Busse, Alexander Geissler, Wilm Quentin, Miriam Wiley. Diagnosis-Related Groups in Europe: Moving towards transparency, efficiency and quality in hospitals. 2011. p 38
4. Inke Mathauer and Friedrich Wittenbecher. DRG-based payment systems in low- and middle income countries: Implementation experiences and challenges. WHO. 2012. p 31
5. Официальный сайт министерства финансов РА <https://minfin.am/>
6. Официальный сайт Национального института здравоохранения <http://nih.am/am>
7. База данных и официальный сайт МЗ РА <https://www.moh.am/#1/0>

Ани РУБЕНЯН

Проблема ценообразования медицинских услуг в рамках государственного заказа РА

Ключевые слова: здравоохранение, медицинские услуги, провайдеры медицинских услуг, ценообразование

В работе рассмотрено ценообразование медицинских услуг в рамках государственного заказа РА. Описана структура и распределение государственного заказа, на основе чего выявлена выборка медицинских услуг и провайдеров медицинских услуг. В результате анализа данной выборки выявлено несоответствие цен государственного заказа рыночным ценам и обоснована необходимость пересмотра механизма ценообразования. Отсутствие методологии и калькуляции реальных затрат сопряжено с ухудшением качества предоставляемых услуг и развитием неформального сектора. В качестве рекомендации предложена модель ценообразования больничных услуг, которая основывается на подсчете затрат по отдельным стандартизированным диагностическим группам (DRG).

Ani RUBENYAN

The issue of medical services pricing in the framework of state order of RA

Key words: healthcare, medical services, providers of medical services, pricing

The research investigates pricing of medical services in the framework of state order of RA. The structure and distribution of the state order described in the paper reveals a sample of medical services and medical services providers. The analysis of the sample identifies inconsistency between public and market prices and justifies the need of changing pricing mechanism. Absence of methodology and real cost calculation may lead to deterioration in the quality of services and development of informal sector. A model of pricing based on calculation expenses on standardized diagnostic groups (DRG) is recommended to solve the issue. This model has practically proven its efficiency.

Անի ՌՈՒԲԵՆՅԱՆ

Պետական պատվերի շրջանակում բժշկական ծառայությունների գնագոյացման խնդիրը ՀՀ-ում

Բանալի բառեր. առողջապահություն, բժշկական ծառայություններ, բժշկական ծառայությունների մատակարարներ, գնագոյացում

Աշխատանքում հետազոտվում է ՀՀ պետական պատվերի շրջանակում տրամադրվող բժշկական ծառայությունների գնագոյացումը: Նկարագրված է պետական պատվերի կառուցվածքը, ինչի հիման վրա ձևավորվել է բժշկական ծառայությունների և բժշկական ծառայություններ մատուցողների ցանկ: Այդ ցանկը վերլուծելու արդյունքում բացահայտվել է պետական պատվերի և շուկայական գների անհամապատասխանությունը և ներկայացվել է գնագոյացման մեխանիզմի վերանայման անհրաժեշտությունը: Մեթոդաբանության և ծախսերի հաշվարկի բացակայությունը կապված է տրամադրվող ծառայությունների որակի վատացման և ոչ ֆորմալ հատվածի զարգացման հետ:

**ՀԱՄԱՅՆՔՆԵՐԻ ԲՅՈՒՋԵՆԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԿԱՌՈՒՑԱԿԱՐԳԵՐԸ ԵՎ
ԱՌԿԱ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ**

Վալենտինա ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ

ՀՊՏՀ Գյումրու մ/ճ դասախոս, հայցորդ

Բանալի բառեր. համայնքների բյուջե, համայնքի բյուջեի եկամուտներ, ֆիսկալ ապակենտրոնացում, համայնքի ֆինանսական անկախություն, տեղական ինքնակառավարման համակարգ

Տեղական ինքնակառավարման համակարգի զարգացվածությունը հանդիսանում է ցանկացած պետության ժողովրդավարացման մակարդակի գրվախավոր ցուցիչը, իսկ պետական իշխանության և ռեսուրսների ապակենտրոնացումը՝ երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացման առանցքային պայմաններից մեկը:

ՀՀ-ում իրականացված քաղաքական, տնտեսական և ֆինանսական ապակենտրոնացման արդյունքում ձևավորվել է տեղական ինքնակառավարման համակարգ, որին փոխանցվել են տեղական նշանակության խնդիրների լուծման իրավասությունները՝ կապված քաղաքական և սոցիալ-տնտեսական համակարգերում որոշումների կայացման, համայնքի գույքային և ֆինանսատնտեսական կառավարման, ինչպես նաև համայնքի զարգացման քաղաքականության, ՀՀ օրենսդրությամբ ՏԻՄ-երին վերապահված լիազորությունների իրականացման հետ: Ժամանակի ընթացքում տեղական ինքնակառավարման համակարգի գործարկմանը զուգընթաց աստիճանաբար սկսեցին ի հայտ գալ խնդիրներ՝ կապված տեղական ինքնակառավարման մարմինների ռեսուրսային ապահովվածության ցածր մակարդակի հետ, ինչն էլ հնարավորություն չի տալիս լիարժեք կերպով իրագործել օրենսդրությամբ տեղական ինքնակառավարման մարմիններին վերապահված լիազորությունները և համայնքների բնակչությանը մատուցել պատշաճ որակի հանրային ծառայություններ, այսինքն՝ լիազորությունների ապակենտրոնացումը չի ուղեկցվում ֆինանսական ապակենտրոնացմամբ: Ընդ որում, ժամանակի ընթացքում այս խնդիրները շարունակաբար էական լուծում չեն ստանում, արդյունքում շարունակում է բարձր մնալ բյուջեների կախվածությունը պետական բյուջեից տրամադրվող դոտացիաներից: Առկա են ՏԻՄ-երի՝ պետական իշխանության մարմիններից էական կախվածության, համայնքների ռեսուրսային ներուժի

ընդլայնման և ֆինանսական ինքնուրույնության աստիճանի բարձրացման հետ կապված բազմաթիվ հիմնախնդիրներ որոնք պահանջում են գիտակա- նորեն հիմնավորված ուսումնասիրություն և վերլուծություն՝ բացահայտելու այն մոտեցումները, որոնք հիմք կհանդիսանան տեղական ինքնակառավար- ման ոլորտում ֆինանսական ռեսուրսների կառավարման՝ մասնավորապես, համայնքների բյուջեների եկամուտների ձևավորման և օգտագործման ար- դյունավետության բարձրացման համար, որոնցով պայմանավորված է յուրա- քանչյուր համայնքի զարգացումը:

Շտապուտության ընթացքում կիրառվել են համակարգային, կառուց- վածքային մոտեցումներ, վիճակագրական, գրաֆիկական, խմբավորումների, համեմատական վերլուծության և այլ մեթոդներ:

Բյուջետային համակարգի կառուցվածքը պայմանավորված է տվյալ եր- կրի պետական կառուցվածքով և վարչատարածքային բաժանմամբ¹: Ըստ այդմ՝ «Երևանի բյուջետային համակարգը բաղկացած է պետական բյուջեից և հա- մայնքների բյուջեներից: Բոլոր մակարդակի բյուջեները հիմնված են միաս- նական ֆինանսական, դրամական և հարկային քաղաքականության վրա:

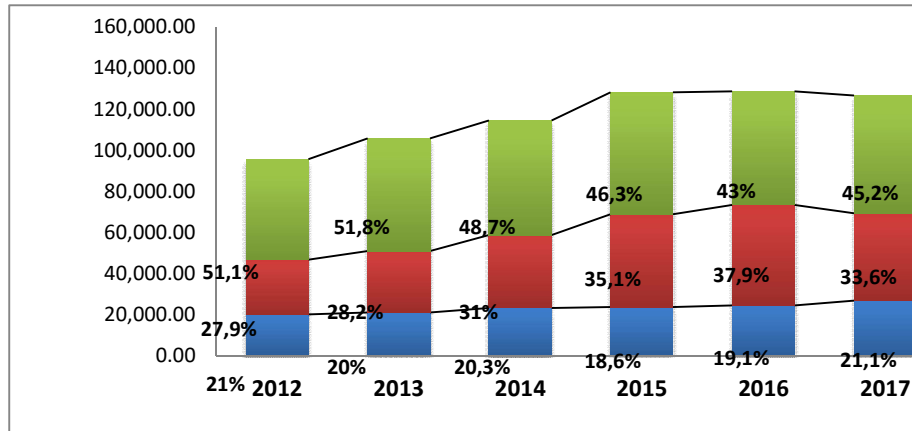
Տնտեսության տեղական ինքնակառավարման ֆինանսական համա- կարգում առաջատար տեղը պատկանում է տեղական բյուջեներին: Դրանք արտացոլում են ֆինանսական այն ռեսուրսները, որոնք անմիջականորեն ու լրիվությամբ դրվում են ՏԻՄ-երի տրամադրության տակ և նրանց կողմից ուղղվում սոցիալ-տնտեսական զարգացման ծրագրերին:

Համայնքային բյուջեների ձևավորման արդյունավետության բարձրա- ցումը կարելի է համարել ՏԻՄ-երի առաջնային հիմնախնդիրներից մեկը, քա- նի որ դրանից կախված է ՏԻՄ-երի ֆինանսական կենսունակության ապա- հովումը, գործունեության արդյունավետությունը, նրանց կողմից լիազորու- թյունների իրականացման մակարդակը: Ըստ «ՀՀ բյուջետային համակարգի մասին» ՀՀ օրենքի՝ բյուջեի եկամուտներ են համարվում հարկերն ու տուր- քերը, պաշտոնական դրամաշնորհները և այլ եկամուտները²: Ուսումնասիրե- լով 2012-2019թթ. ՀՀ համայնքների բյուջեների եկամուտների շարժընթացը՝ ակնհայտ է, որ տեղի է ունեցել եկամուտների աճ՝ բացառությամբ 2017 և

¹ Афанасьев П., Бюджет и бюджетная система, Высшая школа экономики, М.: 2016, с. 60

² «ՀՀ բյուջետային համակարգի մասին» ՀՀ օրենքը, 1997թ., հոդված 28

2018թ. ցուցանիշների նվազման: Ընդ որում կտրուկ աճ է գրանցվել 2015 և 2019թթ.: 2019թ. ՀՀ համայնքների բյուջեների ընդհանուր եկամուտները կազմել են 144.463,4 մլն դրամ (2018թ.՝ 127.474,8 մլն դրամ), ինչը 16՝988,6 մլն դրամով կամ 13,3%-ով ավելի է նախորդ տարվա համեմատությամբ:



Գծապատկեր 1. ՀՀ համայնքների բյուջեների եկամուտների և դրանց տեսակարար կշիռների շարժընթացը 2012-2019թթ. (մլն դրամ)¹

Համայնքների բյուջեների եկամուտների կազմում 2012-2019թթ. հարկային եկամուտների փաստացի ցուցանիշները տարեցտարի աճել են՝ բացառությամբ 2018թ. տվյալ ցուցանիշի չնչին նվազման: Իսկ դրանց տեսակարար կշիռները համայնքների ընդհանուր եկամուտներում ցածր տեսակարար կշիռ ունեն՝ տատանվելով 18,6-21,5%-ի սահմաններում՝ միջինում կազմելով 20,3%: 2018թ. համեմատ, 2019թ. դրանք ավելացել են 4.744,3 մլն դրամով կամ 18%-ով: Ակնհայտ է, որ 2012-2019թթ. համայնքների բյուջեների եկամուտներում գերակշռում են պաշտոնական դրամաշնորհները, որոնց տեսակարար կշիռներն ընդհանուր եկամուտներում տատանվել են 43-51,8%-ի սահմաններում՝ միջինում կազմելով 47,4%: Պաշտոնական դրամաշնորհների փաստացի ցուցանիշները տարեցտարի աճել են, միայն նվազում նկատվել է 2016թ.: 2018թ.-ի համեմատությամբ, 2019թ. դրանք ավելացել են 7՝071,0 մլն դրամով կամ 11,8%-ով:

¹ https://minfin.am/hy/page/hamaynqi_byujei_hashvetvutyunner/ ՀՀ ՖՆ, Համայնքային բյուջեների ամփոփ հաշվետվություններ, 2012-2019թթ. <https://www.armstat.am/am/> - ՀՀ Վիճակագրական կոմիտե, Հայաստանի վիճակագրական տարեգրքեր-2012-2019թթ.

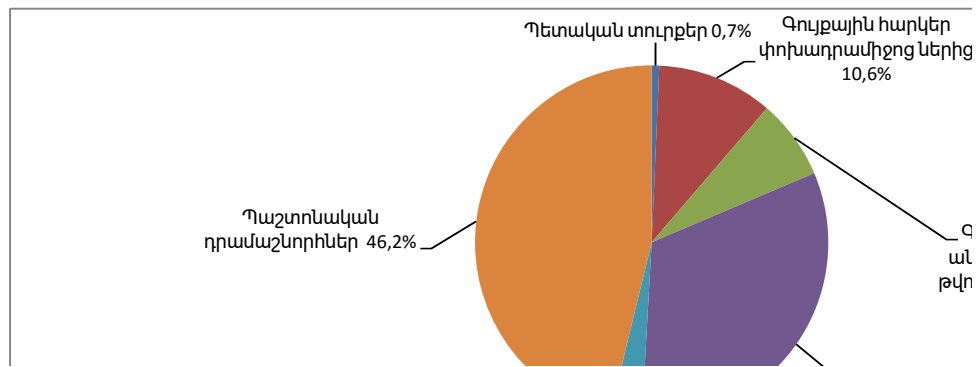
2012-2019թթ. «Այլ եկամուտներ» հոդվածի եկամուտների տեսակարար կշիռներն ընդհանուր եկամուտներում տատանվել են 27,9-37,9%-ի սահմաններում՝ միջինում կազմելով 32,3%: 2019թ. այդ եկամուտներն ավելացել են 5՝173,3 մլն դրամով կամ 12,5%-ով, որը պայմանավորված է հիմնականում վարչական բյուջեի պահուստային ֆոնդից ֆոնդային բյուջե կատարվող հատկացումներից մուտքերի և պետության կողմից ՏԻՄ-երին պատվիրակված լիազորությունների իրականացման ծախսերի ֆինանսավորման համար պետական բյուջեից ստացվող միջոցների աճով:

Համայնքների ինքնուրույնության, ֆինանսական անկախության հիմնական բնութագրիչներից մեկը համայնքային բյուջեներում սեփական եկամուտների առկայությունն է, ավելին՝ ընդհանուր եկամուտների մեջ դրանց մեծ տեսակարար կշիռը: ՀՀ համայնքների 2012-2019թթ. բյուջեների սեփական եկամուտներն աճել են 14՝604,6 մլն դրամով կամ 43%-ով, իսկ դրանց տեսակարար կշիռներն ընդհանուրի մեջ տատանվել են 26,5-33,6%-ի սահմաններում: 2019թ. այն կազմել է 48՝567,7 մլն դրամ կամ ընդհանուր եկամուտների 33,6%, իսկ 2018թ.՝ 33,3%:

Համայնքների բյուջեների եկամուտների կազմում զգալի մասնաբաժին ունեն հարկերը: 2019թ. գույքային հարկերը փոխադրամիջոցներից կազմել են 15.264,5 մլն դրամ կամ ընդհանուր եկամուտների 10,6%-ը: 2018թ. համեմատ, ավտոմեքենաների թվաքանակի աճով պայմանավորված՝ դրանք ավելացել են 2.852,3 մլն դրամով կամ 23%-ով: Գույքային հարկերը անշարժ գույքից կազմել են 10.541,2 մլն դրամ կամ ընդհանուր եկամուտների 7,3%-ը, ինչը, 2018թ.-ի համեմատությամբ, ավելացել է 1.062,5 մլն դրամով կամ 11,2%-ով:

Համայնքների բյուջեների եկամուտների ձևավորման կարևոր աղբյուր են հանդիսանում պետական և տեղական տուրքերը, որոնք համեմատաբար ցածր տեսակարար կշիռ ունեն համայնքների ընդհանուր եկամուտների կառուցվածքում: Անհրաժեշտ է նշել, որ ՀՀ համայնքների բյուջեների ընդհանուր եկամուտների մեջ զգալի մաս է կազմում Երևան քաղաքի բյուջեի եկամուտների տեսակարար կշիռը: Չնայած վերջին տարիների ընթացքում Երեվանի բյուջեի եկամուտների նվազմանը՝ ՀՀ համայնքների 2019թ. բյուջեների ընդհանուր եկամուտների մեջ դեռևս մեծ է դրա տեսակարար կշիռը՝ 51,9% (2018թ.՝ 53,9%): Ընդ որում, պետության կողմից ՏԻՄ-երին պատվիրակված

լիազորությունների իրականացման ծախսերի ֆինանսավորման համար պետական բյուջեից ստացվող միջոցները համարյա ամբողջությամբ՝ 2019թ.՝ 98,7% (2018թ.՝ 99,6%), հատկացվել են Երևան քաղաքին:



Գծապատկեր 2. ՀՀ համայնքների բյուջեների եկամուտների կառուցվածքը 2019թ. (%)¹

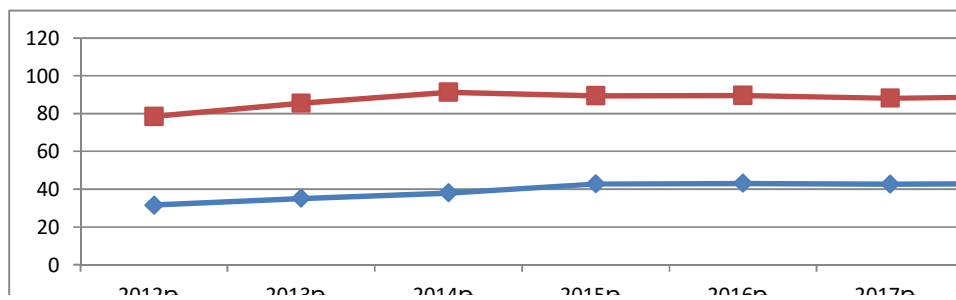
Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ՀՀ-ում ոչ բոլոր համայնքներն են ձևավորում ֆոնդային բյուջեներ՝ համայնքների ֆինանսական և գույքային ոչ բավարար ապահովվածության պատճառով: Չնայած նախորդ տարվա համեմատությամբ 2019թ. համայնքների ֆոնդային բյուջեների եկամուտները զգալիորեն աճել են՝ 88,1%-ով, դեռևս ցածր է մնում ֆոնդային բյուջեի եկամուտների տեսակարար կշիռն ընդհանուր եկամուտներում (6,7%): Ընդ որում, ֆոնդային բյուջեի եկամուտների մեծ մասը ձևավորվում է պաշտոնական դրամաշնորհներից և վարչական բյուջեի պահուստային ֆոնդից ֆոնդային բյուջե կատարվող հատկացումներից:

Այսպիսով, դիտարկելով բերված տվյալները և ընդգծելով 2015-2017թթ. իրականացված համայնքների եռափուլ խոշորացման գործընթացի ազդեցության հանգամանքը՝ փաստենք, որ չնայած Հայաստանի համայնքների բյուջեների ընդհանուր և սեփական եկամուտների աճին, համայնքների, այդ թվում՝ խոշորացված համայնքների բյուջեները դեռևս զգալիորեն կախված են պետական դրամաշնորհներից, ինչը խիստ նվազեցնում է համայնքային բյուջեների անկախությունն ու լիազորությունների ապակենտրոնացման հնարավորությունը: Մասնավորապես, խոշորացված 52 համայնքներից միայն 12-ի

¹ https://minfin.am/hy/page/hamaynqi_byujei_hashvetvutyunner/- ՀՀ ՖՆ, Համայնքային բյուջեների ամփոփ հաշվետվություններ, 2019թ.

դեպքում են բյուջեի սեփական եկամուտներն ավելի մեծ պետական դոտացիաներից: Այսպես, 2018թ. խոշորացված համայնքները ստացել են 11,3 մլրդ դրամ դոտացիա, ինչը կազմում է ընդհանուր դոտացիաների 23%-ը¹:

Համայնքների ֆինանսական ապահովվածության մակարդակը բնութագրելու համար կարևորվում է նաև համայնքների եկամուտների կատարման ուսումնասիրությունը: ՀՀ բոլոր համայնքների 2019թ. բյուջեների եկամուտների փաստացի կատարումը տարեկան հաստատված պլանի նկատմամբ կազմել է 101,0% (2018թ.՝ 93,1%), իսկ տարեկան ճշտված պլանի նկատմամբ՝ 92,2% (2018թ.՝ 89,7%): Համեմատելով ՀՀ բոլոր համայնքների 2019թ. բյուջեների եկամուտների փաստացի կատարողականները 2018թ. նույն ցուցանիշների հետ՝ կարելի է նկատել, որ դրանք 2019թ. զգալիորեն բարձր են, այսինքն՝ բարձրացել է համայնքների բյուջեների եկամուտների կատարողական ընդհանուր կարգապահությունը: Չնայած այդ հանգամանքին՝ այնուամենայնիվ, ՀՀ համայնքներում դեռևս կան խնդիրներ՝ կապված բյուջեների ճշգրիտ կանխատեսումների, պլանավորման և հետագայում նաև՝ դրանց ճշտման և պատշաճ կատարման հետ: Համայնքների ֆինանսական ապահովվածության աստիճանը բնութագրող կարևոր ցուցանիշներից է նաև բնակչության մեկ շնչի հաշվով համայնքների բյուջեների եկամուտը: ՀՀ համայնքների բյուջեների փաստացի եկամուտը մեկ շնչի հաշվով 2012-2018թթ. տարեցտարի աստիճանաբար աճել է՝ 31.556 ՀՀ դրամից (մոտ 78,5 ԱՄՆ դոլար) հասնելով 42.992 ՀՀ դրամի (մոտ 89,0 ԱՄՆ դոլար)՝ ավելանալով 36,2%-ով: 2017թ. այն նվազել է, իսկ 2019թ. նկատվել է նշված ցուցանիշի կտրուկ աճ՝ կազմելով 48.818 ՀՀ դրամ (101,7 ԱՄՆ դոլար)՝ 2018թ. համեմատ աճելով 13,6 %-ով:

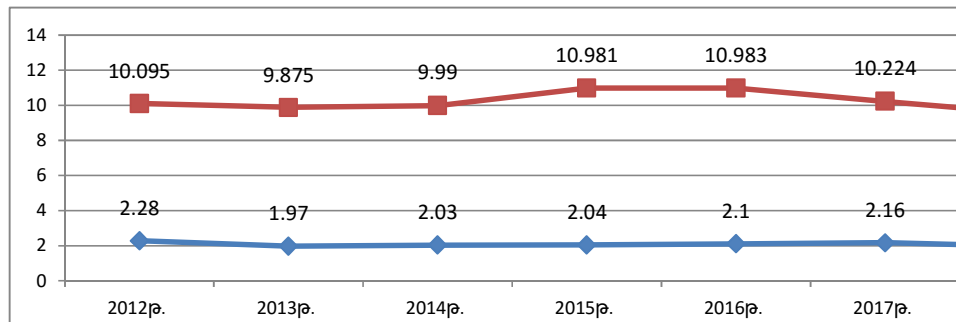


Գծապատկեր 3. ՀՀ համայնքների 2012-2019թթ. բյուջեների փաստացի եկամուտը բնակչության մեկ շնչի հաշվով (ՀՀ դրամով և ԱՄՆ դոլարով)

¹ www.mtad.am- ՀՀ տարածքային կառավարման և ենթակառուցվածքի նախարարություն

Ընդհանուր առմամբ, բացառությամբ 2019թ., վերջին տարիների ընթացքում էական փոփոխություններ տեղի չեն ունեցել մեկ շնչին բաժին ընկնող եկամուտների մասով, եթե հաշվի առնենք նաև գնաճի տեմպերի և ԱՄՆ դոլարի փոխարժեքի փոփոխությունները¹:

Համայնքների ֆինանսական ինքնուրույնության և եկամուտների ապակենտրոնացման աստիճանը բնութագրելու համար առանձնապես կարևորվում է հետևյալ ցուցանիշների վերլուծությունը՝ համայնքների բյուջեների եկամուտների տեսակարար կշիռը պետական բյուջեի եկամուտներում (*համայնքների եկամուտների ապակենտրոնացման ցուցանիշ*), համայնքների հարկային եկամուտների տեսակարար կշիռը պետական բյուջեների եկամուտներում (համայնքների ֆիսկալ ապակենտրոնացման ցուցանիշ), համայնքների բյուջեների հարկային եկամուտների տեսակարար կշիռը ընդհանուր եկամուտներում (համայնքների ֆինանսական անկախության ցուցանիշ)²:



Գծապատկեր 4. Ապակենտրոնացման մակարդակը բնութագրող ցուցանիշների փոփոխությունը ՀՀ-ում 2012-2019թթ.³

2012-2019թթ. ՀՀ պետական բյուջեի ընդհանուր եկամուտներում համայնքների հարկերի և տուրքերի ցուցանիշների մասնաբաժինը՝ համայնք-

¹ <https://minfin.am> ՀՀ ՖՆ, Համայնքային բյուջեների հաշվետվություններ, 2012-2019թթ. www.armstat.am ՀՀ Վիճ. Կոմ., Հայաստանի վիճակագրական տարեգրքեր-2012-2019թթ.

² Junghun K., Jorgen L., “Measuring Fiscal Decentralisation, Concepts and Policies”, OECD Fiscal Federalism Studies, OECD/Korea Institute of Public Finance, 2013

³ https://minfin.am/hy/page/hamaynqi_byujei_hashvetvutyunner/ - ՀՀ ՖՆ, Համայնքային բյուջեների ամփոփ հաշվետվություններ, 2012-2019թթ. https://minfin.am/hy/page/petakan_byujei_hashvetvutyun/ - ՀՀ ՖՆ, Պետական բյուջեի հաշվետվություններ, 2012-2019թթ.

ների ֆիսկալ ապակենտրոնացման ցուցանիշը միջինում կազմել է ընդամենը 2,1%: Սա նշանակում է, որ երկրում ֆիսկալ կենտրոնացման ցուցանիշը կազմում է 97,9%, այսինքն՝ գանձվող հարկերի 97,9%-ը կենտրոնացված է պետական բյուջեում: ՀՀ պետական բյուջեի եկամուտներում համայնքների եկամուտների մասնաբաժինը՝ համայնքների եկամուտների ապակենտրոնացման ցուցանիշը միջինում կազմել է 10,1%, հետևաբար երկրում եկամուտների կենտրոնացման ցուցանիշը կազմում է 89,9%: ՀՀ համայնքների բյուջեների եկամուտներում տեղական հարկերի և այլ պարտադիր վճարների մասնաբաժինը՝ համայնքների ֆինանսական անկախության մակարդակի ցուցանիշը միջինում կազմել է ընդամենը 20,3% (տե՛ս Գծապատկեր 1):

Համեմատության համար նշենք, որ վերջին տարիներին Եվրոպական միության երկրներում համայնքների եկամուտների ապակենտրոնացման ցուցանիշի միջին մակարդակը կազմում է 10-15%, իսկ համայնքների ֆիսկալ ապակենտրոնացման ցուցանիշի միջին մակարդակը՝ 15-25%¹: Եկամուտների մասով համայնքների լիակատար ֆիսկալ ինքնուրույնությունը ենթադրում է, որ ՏԻՄ-երը կարող են փոփոխել հարկերի դրույքաչափերն ու սահմանել հարկման բազաները: Համայնքների ֆիսկալ ապակենտրոնացման մակարդակը բարձրացնելու համար անհրաժեշտ է նաև ավելացնել համայնքների ինքնավարության աստիճանը՝ տեղական հարկերի տեսակներ և դրույքաչափեր սահմանելու միջոցով²: Եվրոպական միության երկրներում համայնքների հարկային եկամուտների ինքնավարության միջին ցուցանիշը կազմում է 60-75%, մինչդեռ Հայաստանում այն 0% է: Այն ավելացնելու նպատակով անհրաժեշտ է բարձրացնել համայնքների ֆինանսական անկախության աստիճանը՝ ապահովելով համայնքային բյուջեների եկամուտների նոր կայուն աղբյուրներ՝ պետական հարկերից մասհանումների, տեղական նոր հարկերի սահմանման, ինչպես նաև պետության պատվիրակված լիազորությունների իրականացման համար ֆինանսական հատկացումների ստացման ճանապարհով:

¹ <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> - Եվրոպայի

վիճակագրական ծառայություն

² Нехаичук Д., „ К вопросу об определении эффективного уровня финансовой автономии органов местного самоуправления”, Азимут научных исследований: экономика и управление, № 1(26), 2019, с.2

Այսպիսով, Հայաստանի ապակենտրոնացման ցուցանիշները էականորեն զիջում են ԵՄ անդամ երկրների միջին ցուցանիշներին, ինչը նշանակում է, որ ՀՀ-ում համայնքների սեփական ֆինանսական կարողությունների մակարդակը դեռևս ցածր է: Մինչդեռ, ինչպես հայտնի է, ֆինանսական կարողությունների ընդլայնումը հանդիսանում է երկրում հանրային կառավարման ապակենտրոնացման խորացման և համայնքային ծառայությունների մատուցման պատշաճ որակի ապահովման հիմնական գրավականը:

Համայնքների ֆինանսական անկախության բարձրացման նպատակով կարևորվում է ոչ միայն սեփական եկամուտների ավելացումը, այլև դրանց ձևավորման նոր կայուն աղբյուրների ապահովումը: Այս համատեքստում անհրաժեշտ է կիրառության մեջ դնել պետական բյուջեի եկամուտներից համայնքների բյուջեներ մուտքագրվող մասհանումների համակարգը: Ընդ որում, անհրաժեշտ է այդ մասհանումների չափերն օրենսդրորեն ամրագրել ոչ թե յուրաքանչյուր տարվա պետական բյուջեի մասին օրենքով, այլ «Տեղական ինքնակառավարման մասին» կամ «ՀՀ բյուջետային համակարգի մասին» ՀՀ օրենքներով:

ՀՀ գործող օրենսդրության համաձայն՝ համայնքների համար լրացուցիչ ֆինանսական աղբյուրներ կարող են հանդիսանալ տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից պարտատոմսերի թողարկումը և տեղաբաշխումը, ինչպես նաև պետական բյուջեից, այլ համայնքների բյուջեներից և օրենքով թույլատրված այլ աղբյուրներից վարկերի և փոխատվությունների ստացումը: Այնուամենայնիվ, վերջին տարիների ընթացքում համայնքները բյուջետային վարկեր և փոխատվություններ չեն ստացել, իսկ պարտատոմսեր ընդհանրապես չեն թողարկվել ՀՀ համայնքների կողմից՝ համապատասխան իրավակարգավորումների բացակայության պատճառով: Համայնքների ֆինանսական հնարավորություններն ընդլայնելու նպատակով անհրաժեշտ է համայնքներին ներգրավվել փոխատվական կապիտալի շուկա՝ իրականացնելով անհրաժեշտ օրենսդրական կարգավորումներ, ինչպես նաև մրշակելով և կիրառելով համայնքների վարկունակության գնահատման համակարգեր և գործիքներ:

Ամփոփելով կատարված վերլուծությունները, ինչպես նաև հաշվի առնելով համայնքների խոշորացման փաստը՝ կարող ենք հետևություն անել, որ

չնայած որոշակի ցուցանիշների բարենպաստ փոփոխություններին, ցածր են մնում համայնքների ֆինանսական անկախության, ֆինանսական ապակենտրոնացման մակարդակները, որոնք բավականին հեռու են զարգացած երկրների ցուցանիշներից, առկա են տարածքային զարգացման անհամաչափություններ և այլ խնդիրներ, որոնք պահանջում են համայնքների ֆինանսական քաղաքականության հետագա լուրջ բարեփոխումներ: Վերը նշված բոլոր խնդիրների կարգավորման դեպքում է միայն հնարավոր համապատասխանության մեջ դնել Հայաստանում քաղաքական ու ֆիսկալ ապակենտրոնացման գործընթացները և հասնել տեղական ինքնակառավարման համակարգի արդյունավետության բարձրացմանը:

Գրականություն

ՀՀ օրենքը «Տեղական ինքնակառավարման մասին», 2002թ.

ՀՀ օրենքը «ՀՀ բյուջետային համակարգի մասին», 1997թ.

Афанасьев П., „Бюджет и бюджетная система“, 4-е изд., Высшая школа экономики, М.: 2016

Свяневич П., „Основы фискальной децентрализации. Справочное руководство для стран с переходной экономикой“, Институт открытого общества, Будапешт, 2003

Нехайчук Д., „К вопросу об определении эффективного уровня финансовой автономии органов местного самоуправления“, Азимут научных исследований: экономика и управление, № 1(26), 2019

Junghun K., Jorgen L., “Measuring Fiscal Decentralisation, Concepts and Policies”, OECD Fiscal Federalism Studies, OECD/Korea Institute of Public Finance, 2013

Tanzi V., “The future of fiscal federalism”, European Journal of Political Economy 24, 2009

www.armstat.am - ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի պաշտոնական կայք

www.minfin.am - ՀՀ ֆինանսների նախարարության պաշտոնական կայք

www.mtad.am - ՀՀ տարածքային կառավարման և ենթակառուցվածքների նախարարության պաշտոնական կայք

www.yerevan.am - Երևանի քաղաքապետարանի պաշտոնական կայք

www.ec.europa.eu/eurostat - Եվրոպայի վիճակագրական ծառայության պաշտոնական կայք

Վալենտինա ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ

Համայնքների բյուջեների ձևավորման կառուցակարգերը և առկա հիմնախնդիրները ՀՀ-ում

Բանալի բառեր. համայնքների բյուջե, համայնքի բյուջեի եկամուտներ, ֆիսկալ ապակենտրոնացում, համայնքի ֆինանսական անկախություն, տեղական ինքնակառավարման համակարգ

Տեղական ինքնակառավարման մարմինների գործունեության արդյունավետությունը, համայնքի բնակչության շահերի իրացումը հիմնականում պայմանավորված են այն ամբողջ նյութական ու ֆինանսական ռեսուրսների ձևավորմամբ և օգտագործմամբ, որոնք կազմում են տեղական ինքնակառավարման ֆինանսատնտեսական հիմքը: Տնտեսության տեղական ինքնակառավարման ֆինանսական համակարգում առաջատար տեղը պատկանում է համայնքային բյուջեներին, որոնք մեծ դեր ունեն համայնքների տնտեսությունների ինքնուրույնության ամրապնդման գործում: Չնայած ակնհայտ են ՀՀ տեղական ինքնակառավարման համակարգում զգալի ձեռքբերումները, այնուամենայնիվ, դեռևս առկա են մի շարք հիմնախնդիրներ :

Валентина МИКАЕЛЯН

Механизмы и актуальные проблемы формирования местного бюджета в РА

Ключевые слова: местный бюджет, доходы местного бюджета, фискальная децентрализация, финансовая независимость общины, система местного самоуправления

Эффективность деятельности органов местного самоуправления и реализация интересов местного населения в основном обусловлены формированием и использованием тех всеобщих материальных и финансовых ресурсов, которые составляют финансово-экономическую базу местного самоуправления. В финансовой системе местной экономики ведущее место занимает местный бюджет, который играет большую роль в укреплении самостоятельности общины. Несмотря на то, что в РА наблюдаются существенные положительные достижения в этой сфере, тем не менее, все еще существуют серьезные проблемы в процессе децентрализации государственных полномочий.

Valentina MIKAYELYAN

Mechanisms and current issues of formation of the community budget in the RA

Key words: community budget, community budget revenues, fiscal decentralization, community financial independence, local self-government system

The effectiveness of the local self-government bodies' activities, the realization of community population interests are mainly conditioned by formation and use of all material and financial resources, which are considered to be the financial and economic basis of local self-government. In local self-government financial system of economy the leading place belongs to the community budget, which has an important role in the context of strengthening the independence of the community economy. Despite the significant achievements of local self-government system in the RA, there are still serious issues in decentralization of state power, enhancing the financial opportunities.

**МИКРОСРЕДА ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ.
ОПТИМИЗАЦИЯ МИКРОСРЕДЫ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ
ПУТЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ**

Маргарита ЕГИАЗАРЯН

Кандидат экономических наук, доцент ЕГУ

Агаси БАГДАСАРЯН

Студент V курса РАУ

Роберт ШАТВОРЯН

Аспирант кафедры УБТ РАУ

Ключевые слова: маркетинг, микросреда, фармацевтическое предприятие, кластер, фармацевтический рынок.

Введение. Маркетинговая среда предприятия представляет собой совокупность субъектов и факторов, действующих за пределами фирмы и внутри нее, и оказывающих влияние на установление и поддержание взаимовыгодных отношений с целевыми клиентами.¹

Поставщики и клиенты, маркетинговые посредники, финансовые круги и средства массовой информации, государственные учреждения и общественные организации, динамика численности, структуры населения и законодательная база предпринимательской деятельности, технический прогресс и состояние природной среды, культурная среда и внутренняя культура организации – вот далеко не полный перечень субъектов и факторов, действующих на предприятии и влияющих на эффективность его функционирования.

Маркетинговая среда с точки зрения ее изучения может рассматриваться на двух уровнях: внутренняя среда и внешняя среда. Внешняя маркетинговая среда делится в свою очередь на макросреду, микросреду.²

Акцентируем внимание непосредственно на микросреде фармацевтического предприятия. Микросреда компании состоит из сил, находящихся близко к компании и влияющих прямым или косвенным методом на способность компании обслуживать клиентов или продвигать продукт. Рассмотрим несколько примеров сил микросреды:

- Структура капитала организации
- Ресурсы компании
- Возможности руководства и персонала

¹ Котлер Ф., Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. СПб.: Питер, 2006. 464 с: ил. (Серия «Деловой бестселлер»).

² Моисеева В.Г., Анализ источников по теории маркетинговой среды, Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота 2008. №9(16)

- Цели и Задачи компании/ Стратегия компании
- Маркетинговые посредники
- Рынок потребителей
- Конкуренты
- Поставщики
- Все другие заинтересованные лица или организации, которые могут иметь интерес или каким-либо способом влиять на способность компании к достижению своих целей (СМИ, государственные органы, финансовые организации) ¹

В свою очередь, фирма может оказывать существенное влияние на характер и содержание этого взаимодействия, усиливая положительные и ослабляя отрицательные тенденции. Задача маркетинговых исследований в области изучения микросреды заключается в получении информации о ситуации в ближайшем окружении фирмы, предвидении возможных направлений развертывания событий в отношении фирмы. Поставщики – это юридические и физические лица, обеспечивающие фирму и ее конкурентов необходимыми ресурсами для производства конкретных товаров или услуг.² В соответствии с данным положением, к поставщикам следует относить далеко не только ключевых партнеров, которые поставляют ингредиенты для производства медицинских препаратов и лекарственных средств, а фактически всю инфраструктуру. Сюда включаются банковская сфера и иные финансовые посредники, которые могут судить денежными средствами фармацевтического предприятия, то есть они становятся поставщиками финансовых средств, необходимых для запуска производства. Кроме того, в эту когорту можно отнести рынок труда, который поставляет для фармацевтического предприятия востребованных квалифицированных работников. Немаловажную роль играют поставщики современных технологий, без которых невозможно дальнейшее развитие. Любые изменения среди поставщиков оказывают влияние на производителя конечной продукции. Удорожание сырья и комплектующих, срывы поставок в краткосрочной перспективе угрожают фирме неприятностями в сфере сбыта, а в долгосрочной – падением имиджа и ухудшением отношений с клиентами.

Рыночная власть поставщиков может быть серьезным фактором, снижающим общую привлекательность бизнеса, поэтому данному элементу микросреды следует уделить пристальное внимание.³ Маркетинговые посредники – пред-

¹ Camilleri M. A. The Marketing Environment. In Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product, 2018 pp. 51-68. Springer, Cham, Switzerland

² Демченко В. А., Ткаченко Н. А., Червоненко Н. М., Заричная Т. П. Менеджмент и маркетинг в фармации. Модуль 2. Маркетинг в фармации. Запорожье: ЗГМУ, 2015 С. 28

³ Белошапка В.А. Основные аспекты анализа конкурентной структуры отрасли в практике ТНК. // Культура народов Причерноморья, 2006, С.109-112.

приятия и организации, содействующие компании в продвижении, сбыте и распространении товаров. К ним относятся торговые посредники, специализированные фирмы по организации товародвижения, агентства по оказанию маркетинговых услуг, кредитно-финансовые учреждения.¹

Торговые посредники подыскивают клиентов и/или сами продают им товары компании. Они обеспечивают более удобные условия получения продукции потребителями с точки зрения места, времени и процедуры приобретения товара. В противном случае производитель вынужден был бы тратить огромные средства на создание собственной сети торговых точек, что существенно сказывалось бы на издержках производства и реализации продукции. Клиенты фирмы могут представлять различные сегменты совокупного рынка товара (например, мебели), образуя так называемые типы клиентурных рынков. Еще одним важным элементом маркетинговой микросреды являются конкуренты. При этом необходимо подчеркнуть, что конкуренты здесь рассматриваются значительно шире, чем только фирмы-конкуренты, производящие аналогичные товары или услуги. Это уже вершина конкурентной борьбы, которую ведут предприятия-производители самых разных товаров.

Материалы и методы. На основе литературного обзора фармацевтических компаний некоторых стран, были продемонстрированы положительные аспекты использования кластеров для оптимизации деятельности фармацевтических компаний, с целью использования данной системы в РА.

Оптимизация микросреды предприятий производителей фармацевтической продукции за счёт формирования кластеров. Кластеризация как модель разработки и ведения бизнеса представляет собой механизм, позволяющий оптимизировать, прежде всего, микросреду предприятий, входящих в кластер. Фарм-кластер определяется как: группа географически локализованных взаимосвязанных инновационных фирм-разработчиков лекарств, производственных компаний; поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг; объектов инфраструктуры – научно-исследовательских институтов, вузов, технопарков, бизнес-инкубаторов и других организаций, дополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний, и кластера в целом.²

В странах с развитой рыночной экономикой уже в 1990-е гг. стали формироваться отраслевые кластеры, в том числе в сфере фармацевтики и биотехнологий.

¹ Демченко В. А., Ткаченко Н. А., Червоненко Н. М., Заричная Т. П. Менеджмент и маркетинг в фармации. Модуль 2. Маркетинг в фармации. Запорожье: ЗГМУ, 2015 С. 28

² Соколова С.В., Карева Н.Н. Иванов А.С. Фармацевтический рынок: кластерный вектор развития // Экономика и управление в сфере услуг, 2017 С.173-178

Очень важно отметить, что создание кластеров происходит при государственной поддержке в различных форматах.¹ Рассмотрим эту модель на примере Ярославского фармацевтического кластера. Ярославские «Новоселки» представляют собой классический кластер, создаваемый с нуля. Его инициатор — губернатор Сергей Вахруков. *"Большинство международных фармацевтических компаний в основном вкладывают средства в три региона: Санкт-Петербург, Ярославль и Калугу. Эти регионы предлагают реальную инфраструктуру для создания производственных мощностей"*, — подчеркивает Йонстейн Давидсен, президент компании Nyscomed Russia/CIS, которая строит свой завод в «Новоселках». Размер инвестиций оценивается в €70 млн.² В состав резидентов Ярославского фармкластера входят заводы компаний:

- «Такеда» (Япония),
- «Тева» (Израиль)
- «Р-Фарм»,
- «НТфарма»,
- «Фармославль» (совместное предприятие «ХимРар» и «Р-Фарм»),
- «Витафарма»,
- «Бентус Лаборатории».

Правительство Ярославской области обеспечивает инфраструктурную поддержку развития фармкластера в форме строительства водоочистительных сооружений и двух тепловых электростанций. Большая часть производств ориентирована на готовые лекарственные формы. Особо следует отметить биотехнологическую компанию «НТфарма», которая открывает завод по производству нановакцин и терапевтических биопрепаратов. Компания «Витафарма» выпускает пробиотики и иммуномодуляторы, «Бентус Лабораториз» производит широкий спектр товаров, самый знаменитый из которых – кожные антисептики 5-го поколения.

Важное значение имеет открытие в Ярославском фармкластере совместного проекта «ХимРара» и «Р-Фарма» – нового завода «Фармославль» по производству фармацевтических субстанций, поскольку преодоление зависимости российского производства от импортных фармацевтических субстанций является самой острой проблемой лекарственной безопасности страны.

Подписаны также соглашения с индийскими компаниями, то есть расширение возможностей по поставщикам, в рамках кластера, при этом акцент сделан в первую очередь на технологической составляющей.

¹ Болл С.В., Иванов С.В. Особенности формирования фармацевтических кластеров в России, 2011 С.42-56

² Обзор создаваемых в РФ фармацевтических кластеров. <https://sdelanounas.ru/blogs/8363/>

Кроме этого, «Новартис Фарма» запустила очень полезный для региона проект модернизации работы кардиологических и терапевтических служб.

Здесь совершенно очевидно, что компания акцентирует свое внимание на расширение своей клиентской базы, то есть расширение составляющей микро-среды, под названием клиенты, так как созданные при посредничестве крупной фармацевтической компании кардиологические и терапевтические службы, естественным образом, станут активнее продвигать те препараты, которые производятся на данном производстве, с одной стороны, привлекая к этому процессу и других участников кластера, расширяя тем самым рынок сбыта и создавая параллельно сбытовую сеть на базе уже создаваемых из медицинского персонала соответствующих служб.

Одновременно, в планах «Новартиса» — создание обучающей клиники для врачей, то есть воздействие на поставщиков, в частности на поставщиков рабочей силы или медицинского персонала.

Кластерный подход, как концепция развития производства и экономики страны в целом, популярна в Соединённых Штатах Америки. В США действует около 10 крупных фармацевтических и биотехнологических кластеров.

Рассмотрим следующую модель, на примере одного из крупнейших биотехнологических кластеров в США - San Diego Biotech Cluster. В настоящее время этот биотехнологический кластер включает более 1200 компаний и более 80 научно-исследовательских институтов, специализирующихся на науках о жизни. Доходы в экономику Сан-Диего от деятельности в сфере наук о жизни составляют более 33,6 млрд. долл. США. В биотехнологическом кластере Сан-Диего занято более 65 тыс. человек, средний заработок которых составляет 117 тыс. долл. США в год.¹

Высшие учебные заведения Сан-Диего ежегодно выпускают более 7 тыс. специалистов научной и инженерно-технической направленности, которые пополняют рынок труда востребованными квалифицированными работниками. К научно-образовательным учреждениям кластера относятся: California State University San Marcos, National University, San Diego City College, San Diego Miramar College, San Diego State University, University of California San Diego и другие. Университеты заинтересованы в скорейшей передаче новых технологий частному сектору и в их коммерциализации. Также они оказывают консультационные услуги другим участникам кластера и предлагают инновационные решения для бизнеса. Ключевые компании кластера:

¹ Sang-Tae Kim Regional Advantage of Cluster Development: A Case Study of the San Diego Biotechnology Cluster // European Planning Studies, 2014, 23(2), 238–261.

- «ALMA Life Sciences»
- «BD»
- «Eli Lilly»
- «Genentech»
- «Glaxo Smith Kline»
- «Human Longevity Inc.»
- «Illumina»
- «Janssen R&D»
- «Pfizer»
- «Res Med»
- «Takeda»
- «Thermo Fisher Scientific»
- «Johnson&Johnson Innovation»

San Diego Biotech Cluster занимает высокое место по объему привлеченного капитала - 2,3 миллиардами долларов в 64 сделках. По данным калифорнийской группы биологических наук Biosom, регион также имеет свои собственные патенты -5303, лабораторные площади -18,4 миллиона квадратных футов и рабочие места- 65 572.¹

За период 12 месяцев 2019 года San Diego Biotech Cluster, был профинансирован Национальным научным фондом США (НИН) на общую сумму 1.013.129.923 долл. США. Правительство, в том числе различные агентства и ведомства, создают привлекательные законодательные условия для ведения бизнеса, финансируют и организуют программы поддержки развития научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, имеющих целью создание новых видов продукции и производств. Кроме этого, государственные органы выступают в качестве покупателей товаров и услуг.²

Таким образом, комплексный подход к поддержке инноваций: инфраструктура, стартапы, неопределимое значение университетов, социальных сетей и совместного обучения, а также поддержка со стороны государства и региональных властей, является важным критерием стратегии и развития кластера.

В последние годы в рамках стран ЕАЭС активно обсуждается создание евразийского кластера фармацевтической индустрии. Рассматривая мировой опыт функционирования международных фармацевтических кластеров, необходимо отметить положительный синергетический эффект сотрудничества, способность развития инноваций и научно-технического потенциала, контроля качества, акти-

¹ Top 10 U.S. Biopharma Clusters // Science center news, 2019, <https://sciencecenter.org>

² Newmark Knight Frank, National overview and top market clusters // Life Sciences, 2020.

визации инвестиционного сотрудничества в менее развитых странах, участвующих в кластерном сотрудничестве.¹

Для Армении, участие в кластере фармацевтической индустрии позволило бы активно развивать фармацевтическую отрасль. Ряд преимуществ фармацевтического сектора Армении: наблюдающийся в последние годы рост продаж фармацевтической продукции, наличие высококвалифицированной и технически грамотной рабочей силы, большое количество научно-исследовательских и лабораторных площадок, имеющих современное оборудование и стремление к международным стандартам качества позволили бы активно интегрироваться в состав кластера.²

Заключение. Представленный в статье материал акцентирует внимание на элементы развития микросреды фармацевтического предприятия, которые способствуют её улучшению. Оптимальными условиями, способствующими созданию благоприятной микросреды фармацевтического предприятия, являются создание фармацевтических кластеров.

Действия по расширению рынка сбыта, которые предпринимает одна конкретная компания, в конечном итоге, благоприятно влияют на всех участников кластера; компании, участвующие в кластере, имеют возможность более быстрого и адекватного реагирования на потребности покупателей; предприятия кластера имеют дополнительные конкурентные преимущества за счет минимизация затрат на внедрение инноваций и новых технологий; для компаний в кластере облегчается и удешевляется доступ к специализированным кадрам, персоналу и услугам, что в конечном итоге благоприятно сказывается как на конечных потребителях, так и на смежниках.

Для фармацевтического производства Армении участие в кластере откроет новые возможности инвестиций в Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, расширит рынки сбыта, увеличит узнаваемость и доверие к отечественным фармацевтическим компаниям на внешних рынках, неизбежно приведет к снижению производственных расходов и конечной цены продукции для покупателя.

¹ Карпенко О. А., Степанников В.А. Кластерный подход развития инновационной активности в странах ЕАЭС, Вестник Евразийской науки, 2018 №4.

² Сапир Е., Карачев И. Общий фармацевтический рынок ЕАЭС и евразийская интеграция // Современная Европа, 2017, С.121-134

**Мargarita Егиазарян, Агаси Багдсарян, Роберт Шатворян,
Микросреда фармацевтического предприятия. Оптимизация микросреды
фармацевтических компаний путем использования Кластеров**

Ключевые слова: маркетинг, микросреда, фармацевтическое предприятие, кластер, фармацевтический рынок.

Фармацевтический рынок характеризуется повышенным уровнем конкуренции, поэтому без знаний маркетинга удержаться на нем практически невозможно. Маркетинг как философия деятельности фармацевтического предприятия способствует успешному реагированию на изменения во внешней и внутренней среде, на требования и запросы потребителей, обеспечивает принятие управленческих решений на основе маркетинговых исследований и анализа возможностей организации. Знание и использование маркетинга обеспечивает предприятию успех в конкурентной борьбе, проникновение на новые рынки, завоевание потребителей.

**Margarita Yeghiazaryan, Aghasi Baghdasaryan, Robert Shatvoryan,
Microenvironment of a pharmaceutical enterprise. Optimization of the
microenvironment of the pharmaceutical company by using clusters**

Key words: marketing, microenvironment, pharmaceutical enterprise, cluster

The pharmaceutical market is characterized by an increased level of competition, so it is almost impossible to stay in it without marketing knowledge. Marketing as the philosophy of a pharmaceutical company contributes to a successful response to changes in the external environment, to the requirements and requests of consumers, provides management decisions based on marketing research and analysis of the organization's capabilities. Knowledge and use of marketing provides the company with success in competition, penetration into new markets, winning consumers and ultimately achieving goals aimed at generating profit. The article reveals possible options for improving the interaction of a pharmaceutical company with its immediate environment.

**Մարգարիտա Եղիազարյան, Աղասի Բաղդասարյան, Ռոբերտ
Շատվորյան**

**Դեղագործական ընկերության միկրո միջավայրը: Կլաստերների
օգտագործմամբ դեղագործական ընկերությունների միկրո միջավայրի
օպտիմիզացում**

Բանալի բառեր: շուկայավարում, միկրոմիջավայր, դեղագործական ձեռնարկություն, կլաստեր, դեղագործական շուկա

Դեղագործական շուկան բնութագրվում է մրցակցության բարձր մակարդակով, ուստի առանց շուկայավարման գիտելիքների գրեթե անհնար է շուկայում գոյատևել: Մարքետինգը՝ որպես դեղագործական ընկերության փիլիսոփայություն, նպաստում է արտաքին միջավայրի փոփոխությունների հաջողված արձագանքին, սպառողների պահանջներին բավարարելու գործընթացին և ապահովում է կառավարման որոշումներ՝ հիմնվելով մարկետինգային հետազոտությունների և կազմակերպության հնարավորությունների վերլուծության վրա:

ԵԱՏՄ ԻՆՏԵԳՐԱՑԻՈՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ

Արմինե ԱՂԱՋԱՆՅԱՆ

Տնտ. գիտ. թեկնածու, Հայ-Ռուսական համալսարանի դոցենտ

Հակոբ ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ

Հայ-Ռուսական համալսարանի ուսանող

Գեորգի ՄԵԼՔՈՆՅԱՆ

Հայ-Ռուսական համալսարանի մագիստրոս

Բանալի բառեր. ԵԱՏՄ, ինտեգրացիոն գործընթաց, ԱՊՀ, ԱՍԵԱՆ

Եվրասիական տարածաշրջանում տարբեր տնտեսական միավորումների ձևավորման պատմական ուղին ունի բավականին լայն սպեկտր: ԻՍՀՀՄ փլուզումից հետո 1991 թվականի դեկտեմբերի 25-ին Ալմաթիում Ղազախստանի նախաձեռնությամբ ստորագրվեց ԱՊՀ ստեղծման մասին համաձայնագիրը: Հետխորհրդային երկրների ղեկավարները հասկանում էին տնտեսական կապերի պահպանման կարևորությունը: Բայց ինտեգրման գործընթացները չունեին ակնկալվող արդյունավետությունը մի շարք պատճառներով. նախ երրորդ երկրների հետ նոր, ավելի արդյունավետ տնտեսական միավորումների որոնումը հանգեցրին ԱՊՀ-ի աշխատանքի դանդաղեցմանը, երկրորդ՝ հետխորհրդային երկրներում կենտրոնախույս միտումները խանգարում էին ԱՊՀ-ում ինտեգրման առողջ զարգացմանը: 1995 թ.-ին Ռուսաստանը, Ղազախստանը և Բելառուսը պայմանավորվեցին Մաքսային միություն ստեղծել: Այսպիսով հետխորհրդային տարածքում սկսեցին գործել ինտեգրման երկու զուգահեռ համակարգեր: Վերոհիշյալ պատճառներից ելնելով՝ առաջին ինտեգրման մոդելը չէր կարող որևէ նշանակալի և շոշափելի արդյունք ունենալ: Ի հակադրություն վերջինիս երկրորդ մոդելը ժամանակի հետ ավելի արդյունավետ դարձավ և սկսեց աշխատել միության անդամ երկրների շահերի հատման հարթակներ և հանգույցներ ստեղծելու ուղղությամբ: 2009թ. այս բավականին հեռանկարային նախաձեռնության վերջնական ինստիտուցիոնալացման համար մշակվեցին Միության մոդերնիզացման և գործունեության ռազմավարություններ: Ծրագրի մշակման ավարտից հետո դրա իրականացման համար ձեռնարկվեցին կարևոր քայլեր. իրականացվեց միասնական մաքսային սակագների, միասնական անվանացանկի մշակում և ներդրում, իսկ հետագայում իրականացվեց մասնակից երկրների մաքսային

տարածքների տնտեսական և իրավական միավորումը: Այս նախաձեռնության արդյունավետությունը ապացուցվեց նաև դրա ընդլայնմամբ և դրա հիման վրա Եվրասիական տնտեսական միության ստեղծմամբ: Այս միության անդամ երկրներն են Հայաստանը, Ռուսաստանը, Բելառուսը, Ղազախստանը և Ղրղզստանը [1]: Այսպիսով միության տարածքային ընդարձակումը թույլ տվեց սկսել ավելի գլոբալ, Եվրասիական տնտեսական օրակարգ ստեղծելու գործընթացը [2]:

Եվրասիական ինտեգրացիոն միջավայրի ընդլայնման հեռանկարը հիմնված է մի քանի դրդապատճառների վրա: Նախ դա ԵԱՏՄ-ի և շատ երկրների միջև միջազգային համագործակցության ակտիվացումն է, մասնավորապես՝ ԵԱՏՄ երկրների և Իրանի, ինչպես նաև Սինգապուրի միջև ազատ առևտրի համաձայնագրի ստորագրումը: Վերջինիս հետ համագործակցությունը նշանակում է, որ Ասիայի հիմնական ֆինանսական կենտրոններից մեկը պատրաստ է ասիական տարածաշրջանում ակտիվ ինտեգրման: Երկրորդ դրդապատճառը 2030թ. ինտեգրացիոն գործընթացների զարգացման գործում Չինաստանի մեծացող դերն է: Չինաստանի «Մեկ գոտի, մեկ ճանապարհ» նախաձեռնությունը, որին արդեն միացել են 126 երկրներ և 29 կազմակերպություններ, ներառյալ ԵԱՏՄ երկրները, կարևոր է Եվրասիայի հետազա զարգացումը և համագործակցության տնտեսական ներուժը հասկանալու և կանխատեսելու համար: Չինական նախաձեռնությունն ուղղված է փոխշահավետ համագործակցությանը ենթակառուցվածքային նախագծերում, որոնք արագ զարգանում են Ասիայի թերզարգացած երկրները: Զակարտա-Բանդունգ ճանապարհի նման նախագծերը, որը կրճատել է երթուղին գրեթե ութսուն տոկոսով, կամ Լաոսը և Չինաստանը կապող մայրուղին, անչափ կարևոր նշանակություն ունեն ինչպես Չինաստանի, այնպես էլ տարածաշրջանի մնացած երկրների համար: Ինտեգրման հարցում ևս մեկ կարևոր քայլ դարձավ Չին-աֆրիկյան գազաթնաժողովում այս նախաձեռնության ինտեգրումը ՄԱԿ-ի կողմից մշակվող մինչև 2030թ. կայուն զարգացման օրակարգին և Աֆրիկյան միության 2063թ. զարգացման ռազմավարությանը [3]: Այստեղից կարելի է եզրակացնել, որ «Գոտի և ճանապարհ» նախաձեռնությունը զուտ տնտեսական չէ. հիմնվելով կայուն զարգացման ընկալման վրա՝ այն նաև սոցիալական էություն ունի: Բացի այդ, Չինաստանը համագործակցում է նաև մշակութային կապերի ոլորտում. դա են վկայում յո-

թանասուն վեց երկկողմ համագործակցության համաձայնագրեր մշակույթի զարգացման և զբոսաշրջության ոլորտներում: Ամբողջ Եվրասիայում ինտեգրման հեռանկարների երրորդ կարևոր ասպեկտը Շանհայի համագործակցության կազմակերպության գործունեությունն է: Իր աշխարհագրության տեսանկյունից այս կազմակերպությունը զբաղեցնում է Ասիայի զգալի մասը. այն իր մեջ ներառում է սոցիալ-տնտեսական զարգացման տարբեր մակարդակ ունեցող երկրների բավականին լայն շրջանակ [4]: Այս կազմակերպության նպատակներից մեկն է աջակցել տարածաշրջանի բոլոր երկրների համաչափ, համակարգված տնտեսական աճին՝ հիմնված փոխադարձ աջակցության և կայուն գործընկերության վրա խարսխված տարբեր տնտեսական նախագծերի իրականացման վրա: Չորրորդ հիմնարար դրդապատճառը ԲՐԻԿՍ երկրների միջև հարաբերությունների զարգացումն է, քանի որ հիմնական գործընկերները կրկին Ռուսաստանն ու Չինաստանն են [5][6]:

Ինչպես նշվեց վերևում, Եվրասիական տարածաշրջանի ինտեգրման հարթակները զարգացման բավարար ներուժ ունեն մինչև 2030 թվականը: Հիմնական պատճառը, որը կարող է խոչընդոտ դառնալ ինտեգրման սահուն զարգացմանը, կարող է լինել Եվրասիայի շատ շրջաններում ռազմական անկայունություն: Նախ Հնդկաստանի և Պակիստանի միջև հակամարտության իրավիճակը բարդացնում է երկու երկրների տնտեսական համագործակցությունը, չնայած երկու երկրներն էլ 2017թ. համաձայնագիր ստորագրեցին և դարձան ՇՀԿ լիիրավ անդամներ: Երկրորդ՝ Իրանի և արաբական երկրների հակադիր շահերը՝ հիմնված ինչպես արևմտյան երկրների ազդեցության, այնպես էլ կրոնական հողի վրա: Երրորդ՝ Կորեական թերակղզու հակամարտությունների իրավիճակը. չնայած երկու երկրների հարաբերությունները սառեցված վիճակում են՝ ԿԺԴՀ խնդիրը միջազգային բնույթ ունի: Չորրորդ՝ ռազմական իրավիճակը Սիրիայում, Իրաքում, Աֆղանստանում, ինչը բացասաբար է անդրադառնում ինչպես ներդրումների, այնպես էլ միգրացիոն հոսքերի վրա: Հինգերորդ՝ ահաբեկչական խմբավորումների ներկայիս իրավիճակը կարող է դժվարություններ առաջացնել: Նշենք, որ վերոհիշյալ միավորումների հիմման վրա ահաբեկչության դեմ պայքարը նույնպես բավականին ակտիվ է. առաջատար երկրները՝ Ռուսաստանը, Չինաստանը, Սաուդյան Արաբիան, ջանքեր են գործադրում լուծելու բազմաթիվ հակամարտություններ խաղաղ ճանապարհով:

Հայաստանի մասին խոսելիս ԵԱՏՄ կոնտեքստում հարկ է նշել մի քանի գործոն, որով պայմանավորված է Հայաստանի մասնակցությունը՝ երկարա-րաժամկետ հեռանկարում.

1. ԵԱՏՄ զարգացող միասնական էներգետիկ շուկայի ունակությունը ազդելու Հայաստանի համար էներգակիրների ինքնարժեքի իջեցման վրա.

2. ԵԱՏՄ ունակությունը՝ նպաստելու Հայաստանի տրանսպորտային մեկուսացումը հաղթահարելուն, դրա տարանցիկ ներուժի իրացմանը, ենթակառուցվածքների ստեղծմանը, որոնք թույլ են տալիս ինտեգրվել տարածաշրջանային առևտրին (SEZ- ի ստեղծում);

3. ԵԱՏՄ ունակությունը՝ նպաստելու Հայաստանի արտահանման ընդլայնմանը և բազմավեկտոր արտաքին առևտրի քաղաքականության իրականացում (առաջին հերթին հարաբերությունները ԵՄ-ի, Իրանի և հարևան այլ երկրների հետ):

Եկեք ավելի սերտ նայենք այս գործոններից յուրաքանչյուրին:

Ընդհանուր առմամբ, միասնական էլեկտրաէներգիայի շուկայի ձեռավորման հեռանկարը ԵԱՏՄ հարթակում թույլ կտա Հայաստանի էլեկտրական ընկերություններին ընդհանուր առմամբ մրցակցելու ԵԱՏՄ մասնակիցներ երկրների շուկաների հետ և իրացնել առկա ներուժը էլեկտրաէներգիայի տարանցման և արտահանման ոլորտում:

Լոգիստիկ խնդիրը ծանրացած է Հայաստանի վրա անկախության օրվանից ի վեր: Հետպատերազմյան շրջանում հարկավոր է օգտագործել բոլոր հնարավորությունները բլոկադայից դուրս գալու համար: Ամենաօպտիմալ տարբերակը Հայաստանի համար հանդիսանում է Հայաստան-Իրան երկաթուղու կառուցումը: Դա կարևոր է ոչ միայն Հայաստանի, այլև ընդհանուր առմամբ ԵԱՏՄ-ի համար՝ որպես ԵԱՏՄ-ի և ՄԳՄՃ ինտեգրման քայլ, այլև Իրան ու շրջանի այլ երկրներ դյուրին ճանապարհ ունենալու հեռանկարով:

Երևանում որոշակի անհանգստություն առաջացնում է Ռուսաստանի և Արևմուտքի միջև պատժամիջոցների պատերազմը և անհասկանալի էարտաքին առևտրային հարաբերություններում հեռանկարը: Ըստ հայ փորձագետների՝ այդպիսի հակամարտությունները չեն նպաստում արտաքին գործընկերների հետ տնտեսական համագործակցության զարգացմանը և խոչընդոտ են հանդիսանում տնտեսական զարգացման համար:

Հարկ է նշել, որ որոշ երկրներ նման միավորումներին մասնակցելը դիտարկում են որպես գործիք, որը կարող է օգտագործվել տարածաշրջանում ամերիկյան ազդեցությանը հակակշռելու համար: Կարևոր է հաշվի առնել նաև այն փաստը, որ հիմնական տնտեսական դերակատարները՝ Ռուսաստանը և Չինաստանը, ունեն տարբեր շահեր. Ռուսաստանը ունի ավելի շուտ քաղաքական և ռազմական հետաքրքրություն, մինչդեռ Չինաստանը այդ միավորումները դիտարկում է որպես իրացման շուկա [7] : Այսպիսով մինչև 2030 թվականը մենք տեսնում ենք, որ ստեղծվել են եվրասիական միասնական տարածություն ստեղծելու համարյա բոլոր նախադրյալները: Երկրների փոխգործակցությունը տարբեր ընդհանուր նախագծերում հնարավորություն է տալիս սերտացնել տնտեսական և սոցիալական կապերը: Հարկ է նշել միգրացիոն հոսքերի տարածաշրջանային ուղղությունները. Ուղղություններից մեկը Արաբական ծոցի երկրներն են և Սաուդյան Արաբիան, ուր մեկնում են հիմնականում ցածր եկամուտ ունեցող երկրներից (Պակիստան, Աֆղանստան, Օման, Եմեն): Հարավարևելյան Ասիայի երկրները նույնպես հեռանկարային ուղղություն են հարաբերությունների զարգացման համար: Միասնական եվրասիական տարածության ստեղծումը կապահովի այս խընդրի լուծումը՝ ի հաշիվ ավելի հավասարաչափ և ներառական զարգացման: Տարածաշրջանային ինտեգրացիոն հանգույցների զարգացումը դրական ազդեցություն կունենա եվրասիական տարածության հետագա ստեղծման վրա: Հաշվի առնելով այն փաստը, որ շատ երկրներ արդեն անդամակցում են տարբեր տնտեսական միավորումների՝ դա նրանց թույլ կտա ավելի ինտենսիվ տեմպերով իրականացնել ինտեգրման գործընթացը:

Ամփոփելով վերոնկարագրյալը՝ անհրաժեշտ է ընդգծել ինտեգրացիոն գործընթացների զարգացման կարևոր ներուժը ինչպես առանձին տարածաշրջանների մակարդակում, այնպես էլ ամբողջ Եվրասիայի մակարդակում. չնայած տարածաշրջանային ռազմաքաղաքական որոշ բախումներին՝ բազմակողմ համագործակցությանը և զարգացմանն ուղղված ընդհանուր նախագծերը, որոնք ուղղված են միավորումների անդամ բոլոր երկրների բնակչության սոցիալ-տնտեսական բարեկեցության բարելավմանը, օժանդակող դեր են խաղում ընթացիկ խնդիրների լուծման, հակամարտությունների և տարածայնությունների գոտիների լուծման և Եվրասիայում ներառական և համաչափ զարգացման ընդհանուր տեսլականի ստեղծման գործում:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Raviprasad Narayanan “Foreign Economic Policy-Making in China”, URL: https://www.researchgate.net/publication/265072491_Foreign_Economic_Policy-Making_in_China
2. Maria Lagutina “Eurasian Economic Union Foundation: Issues of GlobalRegionalization”, URL: http://src-h.slav.hokudai.ac.jp/BorderStudies/en/publications/review/data/ebr51/V5_N1_06Lagutina2.pdf
3. Симонова А. И. «Один пояс – один путь как глобальный экономический проект», URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/odin-poyas-odin-put-kak-globalnyy-kitayskiy-ekonomicheskii-proekt/viewer>
4. Колегова О.Ю. «Внутренние проблемы развития Шанхайской организации сотрудничества», URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennie-problemy-razvitiya-shanhayskoj-organizatsii-sotrudnichestva/viewer>
5. Авдокушин Е. Ф., Жариков М. В. “Страны БРИКС в современной мировой экономике.” М. : Магистр; Инфра-М, 2013.
6. Садовничий В. А., Акаев А. А., Коротаев А. В., Малков С. Ю. “Комплексное моделирование и прогнозирование развития стран БРИКС в контексте мировой динамики.” М. : Наука, 2014.
7. Golam Mostafa, Monowar Mahmood “Eurasian Economic Union: Evolution, challenges and possible future directions” Journal of Eurasian Studies Volume 9, Issue 2, July 2018, Pages 163-172, URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1879366518300149>
8. Карта – Маршрут ЖД Китай– Кыргызстан– Узбекистан, который предлагается Кыргызстаном // Tazabek.kg, 4 февраля 2017 г. URL: <https://www.tazabek.kg/news:1358874>
9. ИАЦ «Кабар»: Горнодобывающая отрасль Кыргызстана: проблемы и перспективы. URL: <http://old.kabar.kg/kabar/full/44876>; Кыргызстан планирует повысить инвестиции в горнодобывающую отрасль // International Centre for Trade and Sustainable Development. URL: <http://www.ictsd.org/bridgesnews/мосты/news/кыргызстан-планирует-повысить-инвестиции-в-горнодобывающую-отрасль>

**Արմինե ԱՂԱԶԱՆՅԱՆ, Հակոբ ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ, Գեորգի ՄԵԼՔՈՆՅԱՆ
ԵԱՏՄ ինտեգրացիոն գործընթացի զարգացման հեռանկարները**

Բանալի բառեր. ԵԱՏՄ, ինտեգրացիոն գործընթաց, ԱՊՀ, ԱՍԵԱՆ

ԵԱՏՄ-ն ստեղծվել է ռաբոթացնելու բազմակողմ տնտեսական հարաբերությունների արդյունավետության մակարդակը երկրների միջև, որոնք ունեցել են ընդհանուր պատմամշակութային ժառանգություն և որոնք միավորված են մի շարք ինտեգրացիոն գործընթացներով՝ բազմաթիվ ուղղություններով, այդ թվում՝ ռազմական: Ուսումնասիրությունն անդրադառնում է Եվրասիական տնտեսական միության երկարաժամկետ զարգացման խնդիրներին՝ ինտեգրացիոն գործընթացների քաղաքականության բարելավման ուղիներն ու ռազմավարությունները հասկանալու համար: Ուսումնասիրության հեղինակները վստահ են, որ այս միության երկարաժամկետ և կայուն զարգացման հիմքը ընկած է ոչ միայն ԵԱՏՄ ներկայիս «խաղացողների» ներկայիս պայմանները բարելավելու քաղաքականության, այլև տարածքային ընդլայնման մեջ: այս ինտեգրման գործընթացի սահմանները:

Армине АГАДЖАНЫН, Акоп МАНУКЯН, Георгий МЕЛКОНЯН
Перспективы равномерного развития регионов РА

Ключевые слова. ЕАЭС, интеграционный процесс, СНГ, АСЕАН

ЕАЭС был создан для поднятия уровня эффективности многосторонних экономических взаимоотношений между странами, у которых было общее историческое и культурное наследие и которых объединял целый комплекс интеграционных процессов во многих направлениях, вплоть до военных. Исследование затрагивает вопросы долгосрочного развития Евразийского экономического союза для понимания путей и стратегий совершенствования политики интеграционных процессов. Авторы исследования уверены, что основа долгосрочного и стабильного развития данного союза лежит не только в политике улучшения текущих условий для нынешних «игроков» ЕАЭС, но также в территориальном расширении границ данного интеграционного процесса. В связи с последними событиями актуальность ЕАЭС для Армении сильно возросла. Этот институт стоит рассматривать не только в экономическом, но и в политическом контексте. Случай Армении в рамках ЕАЭС уникален, потому что она единственная страна, которая, будучи членом ЕАЭС, подписала договор об ассоциации ЕС. Экономические возможности, таким образом, сильно возросли и представилась возможность вести двойную игру (в хорошем смысле этого слова). Кроме того, в долгосрочной перспективе это сможет сыграть как диверсификационный фактор. И, конечно, это можно считать успехом армянской дипломатии и возможностью политического и экономического развития по разным фронтам.

Armine AGHAJANYAN, Hakob MANUKYAN, Georgi MELKONYAN
Prospects for the equal development of the RA regions

Keywords. EEU, integration process, CIS, ASIAN

The EAEU was created to raise the level of efficiency of multilateral economic relations between countries that had a common historical and cultural heritage and which were united by a whole range of integration processes in many directions, including military ones. The study addresses the issues of long-term development of the Eurasian Economic Union to understand ways and strategies for improving the policy of integration processes. The authors of the study are confident that the basis for the long-term and stable development of this union lies not only in the policy of improving the current conditions for the current “players” of the EAEU, but also in the territorial expansion of the boundaries of this integration process. Due to recent events, the relevance of the EAEU for Armenia has greatly increased. This institution should be viewed not only in the economic, but also in the political context. The case of Armenia within the EAEU is unique because it is the only country that, being member of the EAEU, has signed an EU Association Agreement. Thus, economic opportunities have greatly increased and the opportunity presented itself to play a double game (in the good sense of the word). In addition, in the long term, it can play as a diversification factor. And, ultimately, this can be considered a success of Armenian diplomacy and an opportunity for political and economic development on different fronts.

**«ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ՄՇԱԿՈՒՅԹ» ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅՈՒՆԸ և
ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Դավիթ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

ԵՊՀ հայցորդ

Բանալի բառեր. ձեռնարկություն, ձեռնարկատիրական մշակույթ, կորպորատիվ մշակույթ, բիզնես-բարոյականություն, բիզնես-էթիկա

Ներածություն: Տնտեսական հարաբերությունների շարունակական զարգացման պայմաններում ձեռնարկատիրական փոխգործակցությունը ներթափանցում է հասարակության տարբեր շերտեր, իսկ ձեռնարկատիրական գործունեությամբ զբաղվածների արարքներից և որոշումներից սկսում է կախված լինել ոչ միայն առանձին անհատի, այլև հանրության կենսակերպը: Ասվածը պայմանավորում է ինչպես տնտեսական, այնպես էլ ձեռնարկատիրական մշակույթի ձևավորման և փոխգործակցության կարևորությունը:

Մեթոդաբանություն: Գիտական հոդվածի պատրաստման ընթացքում օգտվել ենք գիտական ճանաչողության ընդհանուր մեթոդներից, մասնավորապես, վերացարկում, վերլուծություն, համադրություն, ինդուկցիա, դեդուկցիա, ինչպես նաև հետազոտության տեսական մեթոդներ (վերացականից դեպի կոնկրետը):

Գրականության ակնարկ: Ձեռնարկատիրական մշակույթ հասկացության, ընդհանուր բնութագրիչների վերաբերյալ ուսումնասիրություններ կատարել են Ի.Բ.Բալդանան, Տ.Բ.Իվանովան, Ա.Յա.Բոլշունովը, Ն.Ի.Կիսելևան, Գ.Ի.Մարչենկով, Ա.Վ.Նովիկովը, Ա.Գ.Թյուրիկովը, ովքեր ձեռնարկատիրական մշակույթի վերաբերյալ ուսումնասիրությունները ներկայացրել են գործարար հաղորդակցության լույսի ներքո: Մշակույթների փոխըմբռնման և փոխըմբռնման մշակույթի համատեքստում ձեռնարկատիրական մշակույթի շուրջ ուսումնասիրություններ են կատարել մի շարք հեղինակներ Լ.Ի.Գրիշակայի և Մ.Կ.Պոպովայի խմբագրությամբ «Փոխըմբռնման մշակույթ և մշակույթների փոխըմբռնում» մենագրության մեջ: Միջմշակութային հաղորդակցման համատեքստում ձեռնարկատիրական մշակույթի հասկացության, բնութագրիչների շուրջ ուսումնասիրություններ են կատարել Օ.Մ.Շեվչենկոն, Լ.Ի.Բոգատիկով, Լ.Ի.Կորնեևան:

Վերլուծություն: Տնտեսագիտության տեսության լույսի ներքո ձեռնարկատիրական գործունեությունը դիտարկվում է սեփականության հարաբերությունների վրա հիմնված տնտեսական կատեգորիա: Սակայն Ի.Բ.Բալդաևան հանդես է եկել այս մոտեցման քննադատությամբ՝ ընդգծելով, որ այս համատեքստում սեփականության օբյեկտի բազմազանությունն ամբողջությամբ չի բացահայտվում, քանի որ այն, ինչ որ օբյեկտիվ ընկալելի նյութականացմամբ արտահայտելի չէ, չի կարող հանդիսանալ սեփականություն¹:

Տնտեսության գլոբալացման պայմաններում ձեռնարկատիրական գործունեության բնութագրիչները սկսեցին կրել առավել ընդգրկուն բնույթ: Ներմուծվեցին նոր հասկացություններ, որոնցից մեկն էր ձեռնարկատիրական մշակույթը: Ժամանակի ընթացքում այն ձեռք բերեց յուրահատուկ նշանակություն, քանի որ շուկաները և գործարարների, մենեջերների, վարձու աշխատողների, սպառողների շուկայական վարքագիծը սկսեց ենթարկվել մշակույթի գործոնի ազդեցությանը:

Ձեռնարկատիրական մշակույթը գործարար հարաբերությունների մշակույթն է, որը ներառում է գործարար ավանդույթները, որոշում դրանց ընդունման մեթոդները, բիզնեսի վարվելակարգի, բանակցություններ վարելու ոճը և հակասությունների լուծումը: Հանդիսանալով ազգային մշակույթի անբաժան մաս՝ այն առավել հստակ ցուցադրում է այս կամ այն էթնոսի յուրահատկությունը²: Ձեռնարկատիրական մշակույթի ընդհանուր տնտեսական չափորոշիչները, վարքագծի նորմերը և կանոնները ձեռնարկատիրական գործունեության ծավալման ընթացքում թույլ են տալիս հաղթահարել ներքին և արտաքին զարգացման խոչընդոտները: Դրանք առավել արդիական են այնպիսի ձեռնարկությունների և միջազգային կազմակերպությունների դեպքում, երբ աշխատանքային անձնակազմը բազմազգ է, քանի որ դրանց գործունեությանը մասնակցում են երկրների և մշակույթների ներկայացուցիչներ, որոնք ունեն տարբեր արժեքներ և պատկերացումներ: Դժվարությունները, որոնք առաջանում են ձեռնարկատիրության ծավալման ընթացքում գործարար կապեր հաստատելիս, հաճախ կապված են հետևյալ ոլորտների հետ.

¹ Балдаева И. Б. Бездомные в период перехода общества к рыночным отношениям (на мат. Респ. Бурятия) : автореф. дис. .канд. соц. наук И. Балдаева; БГУ. Улан-Удэ, 2000. 24 с.

² Ценности культуры и модели экономического поведения. / Монография // под ред. Н. М. Лебедевой, А. Н. Татарко. - Москва: Нац. исследовательский ун-т \, 2011., с.57.

- այլ մշակույթների ներկայացուցիչների արժեքային համակարգեր,
- մարդկային փոխհարաբերությունների առանձնահատկություններ,
- վերաբերմունք ժամանակին և շրջապատող միջավայրին,
- բանավոր և ոչ բանավոր հաղորդակցությունների բնույթ¹:

Ձեռնարկատիրական գործունեության ծավալման ընթացքում գործարար կապերի գործնական նպատակն է միջկազմակերպական մշակութային հաղորդակցական իրավասությունների ձևավորումը, որն անհրաժեշտ է ժամանակակից մասնագետներին, կառավարիչներին, գործարարներին մասնագիտական խնդիրների լուծման համար: Մշակութային իրավասությունը ենթադրում է մշակութային շփումների ժամանակ առաջացած խնդիրների լուծում, այդ թվում և գործարար, որոնցից են.

Ընկալումը իրադարձությունների և երևույթների անհատական մեկնաբանում է: Միջկազմակերպական կամ միջմշակութային շրջապատում ընկալումը շարունակում է հիմնվել կայացած կարծրատիպերի վրա և մեկնաբանել կատարվածը՝ սովորական փորձից ելնելով²:

Կարծրատիպերը սոցիալական օբյեկտի կայուն, չափագրված կերպարներ են (կամ պատկերացումներ), որոնք արտահայտում են ընդունված վերաբերմունք որևէ ֆենոմենի հանդեպ և ձևավորվում են անհատի նախորդ փորձերի հիման վրա՝ շրջապատող սոցիալական պայմանների ազդեցությամբ³:

Էթնոցենտրիզմը սեփական էթնիկ խմբի գերազանցության համոզմունքն է մյուս էթնիկ խմբերի ներկայացուցիչների հանդեպ⁴:

Քսենոֆոբիան այլ մշակույթների (կազմակերպական կամ միջազգային մակարդակում) ներկայացուցիչների հանդեպ թշնամանք, արժեքների, ավանդույթների, առանձնահատկությունների անընդունելիություն, նրանց հանդեպ ագրեսիայի ցուցաբերումն է⁵: Ձեռնարկատիրական գործունեության ծավալման ընթացքում գործարար կապերի զարգացումն անհնար է առանց

¹ Иванова Т.Б., Журавлева Е.А. Корпоративная культура и эффективность предприятия: Монография. М.: РУДН, 2011. 152 с.

² Большунов А., Киселева Н., Марченко Г., Новиков А., Тюриков А., Чернышова Л., Деловые коммуникации: Под ред. Л.Чернышовой. М.: Финансовый университет, 2018., с.126.

³ Культура взаимопонимания и взаимопонимание культур. Кол. Мон. Воронежский межрег. Инст. Общ. наук. Под ред. Л. Гришаевой, М. К. Поповой: Воронеж. гос. ун-т, 2004. С. 34

⁴ Харченкова, Л. И. Этноцентризм и формы его проявления. Иностраный язык и культура в контексте образования для устойчивого развития. СПб.: СПбГУП, 2015 – С. 200–225.

⁵ Шевченко О. М., Факторы роста ксенофобии в условиях культурной глобализации // Гуманитарий Юга России. 2016. № 2. С. 109.

որոշակի դրույթների, իմացու-թյուն՝ կապված այլ կազմակերպությունների, իսկ միջազգային բիզնեսի դեպքում՝ երկրների և մշակույթների ներկայացուցիչների հետ: Օրինակ, միջազգային համագործակցություն սկսելուց առաջ պետք է որքան հնարավոր է շատ տեղեկություն հավաքել գործընկերոջ, նրա ձեռնարկության, երկրի մշակույթի մասին: Ըստ գործարար ավանդույթի և միջմշակութային վարքագծի չգրված օրենքների՝ կողմերից մեկը մյուսին ընդառաջում է՝ իր դերով, բնավորությամբ, գործարար փոխազդեցությամբ.

- վաճառողը (միջազգային բիզնեսի դեպքում՝ արտահանողը) պետք է հարմարվի գնորդի (միջազգային բիզնեսի դեպքում՝ ներկրողի) մշակույթին և ավանդույթներին,

- կազմակերպություն այցելողը (միջազգային բիզնեսի դեպքում՝ երկիր ժամանողը) պետք է հարմարվի տեղի պայմաններին և ավանդույթներին,

- վատ մշակույթ չի լինում, լինում են տարբեր մշակույթներ¹:

Այլ մշակույթների առանձնահատկությունները ուսումնասիրելով հնարավոր է արդյունավետ ձեռնարկատիրություն մրցակցության սրման պայմաններում: Միջմշակութային իրավասությունների ձևավորման մեթոդներն են.

- միջմշակութային լուսավորումը ֆիլմերով, ակադեմիական կուրսերի ունկնդրությամբ,

- միջմշակութային կողմնորոշումն իրականացվում է ուղեցույցերի միջոցով, որոնք տալիս են պատրաստի ցուցումներ՝ «արա այն» կամ «մի արա այս» սկզբունքով,

- միջմշակութային մարզումը (թրեյնինգ)՝ ուսուցման մեթոդ է, առավել համապատասխան իրական բիզնեսի նպատակներին: Այն թույլ է տալիս ձեռնավորելու միջկազմակերպական, ներկազմակերպական, միջազգային փոխհարաբերությունների գործնական փորձ, նախապատրաստվելու և հաղթահարելու մշակութային լարվածության բացասական հետևանքները²: Գոյություն ունեն ձեռնարկատիրական մշակույթի դասակարգման տարբեր մոտեցումներ, առավել հայտնի է հոլանդացի գիտնական Հոֆստեդի մոտեցումը, որը դասակարգում է մշակույթները ըստ «քառագործոն մոդելի»:

¹ Богатикова, Л. Основы межкультурной коммуникации; М-во обр. РБ, Гомельский гос. университет им. Ф. Скорины. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2009., с.72-74.

² Корнеева, Л. И. Межкультурная компетенция как условие успешной профессиональной деятельности российских менеджеров / 227 Л. И. Корнеева // Вестник УГТУ-УПИ. – Екатеринбург: Изд-во «УГТУУПИ». – 2004. – Вып. 10. – С. 54–61.

Աղյուսակ 1. Ձեռնարկատիրական մշակույթների դասակարգումն ըստ Հոֆստեդի¹

Մշակույթի չափանիշը	Նկարագրությունը
Իշխանության հեռավորությունը (դիստանցիա)	Թույլատրելի՞ են արդյոք տարածայնությունները կապված լիազորությունների բաժանման հետ: Ինչպե՞ս է կառավարվում կազմակերպությունը՝ ավտորիտար, վերևից ներքև, թե՞ կառավարմանը մասնակցում են աշխատակիցների լայն շրջանակ:
Անորոշության հանդուրժողականություն	Որքա՞ն քիչ է հանդուրժողականությունը, անքան շատ է մասնագիտական կարիերայում ձգտումը կայունության հաշվին անորոշ իրավիճակներից խուսափելու, ձևական օրենքների ստեղծման, այլախոհության հանդեպ անհանդուրժողականության, բացարձակ ճշմարտությունների առկայության հանդեպ հավատի:
Անհատականություն (ինդիվիդուալիզմ) –	
Կանացիություն – սոլիդարիզություն	Ի՞նչն է առավել կարևոր տվյալ մշակույթում՝ մարդկանց միջև ներդաշնակ հարաբերությունները, թե՞ ստորադասությունը: Հասարակության մեջ իշխող արժեքները համառորեն ձգտում են ապրանքների և դիրքի գրավմանը, թե՞ առավել կարևոր է շրջապատող մարդկանց հանդեպ ուշադրությունը և դրա հիման վրա՝ հոգեբանորեն հարմարավետ կյանքի ստեղծումը:

Հոֆստեդի չափանիշներով քննելով հայկական գործարար մշակույթը, ուսումնասիրողները գալիս են Արևմուտքի և Արևելքի գործարար մշակույթների միջև Հայաստանի «միջանկյալ» վիճակի եզրահանգման: Այսպես՝ «կոլեկտիվացում» ցուցիչի քանական չափուները ցույց են տալիս, որ Հայաստանում այն ավելի բարձր է, քան ԱՄՆ-ում կամ Արևմտյան Եվրոպայում, բայց ցածր՝ քան Չինաստանում կամ Ճապոնիայում: Հայաստանում նկատվում է նաև բարձր իշխանության հարաբերական մեծ հեռավորության (դիստանցիա), ինչը նշանակում է զգալի կենտրոնացում, ստորակարգման մակարդակների մեծ քանակ, ղեկավար անձնակազմի զգալի չափաբաժին, աշխատավարձի մեծ շերտավորում, առավել հարգանք մտավոր աշխատանքի հանդեպ, քան ֆիզիկականի: Տղամարդկային մշակույթներում (Ճապոնիա, Գերմանիա, ԱՄՆ) մենեջերները նպատակասլաց կերպով ձգտում են արդյունքի, պատրաստ են մրցակցության, բիզնեսը վարում են ագրեսիվորեն: Հայաստանը իրենից ներկայացնում է կանացի սկզբի գերակայության օրինակ, որտեղ գործարարները հիմնականում ուշադրություն են դարձնում մարդկայի հարաբերություններին, հակված են համաձայնեցումների, կարեկցում են անհաջողակներին, բանակցություններում նպատակաուղղված են «շահում-շահում» ռազմավարությանը:

¹ Trompenaars F. Riding the Waves of Culture: Understanding Cultural Diversity in Business. Nicholas Brealey. London. - 2013. - 265 c., Hofstede G.H. Cultures and organizations: software of the mind. Mc Graw Hill. - 2015. - 279 p

Եզրակացություն: Եզրափակելով անհրաժեշտ է նշել, որ գործարարների, ձեռնարկությունների ներկայացուցիչների, արտաքին տնտեսական գործունեություն վարողների վարքագիծը շատ բանով որոշում է տվյալ երկրի դիմագիծը: Զսպվածությունը, հարգանքը, արժանապատվությունը և նրբանկատությունը օտարերկրյա գործընկերների հանդեպ կօգնեն իրագործել հեռանկարային պլաններ և դրանք հասցնել փոխշահավետ արդյունքի: Այս ամբողջը կազմում է ձեռնարկատիրական մշակույթի բովանդակությունը, որը դիտարկվում է որպես գործարար բարոյականության բնութագրիչ և որպես գործարար մարդու, ձեռնարկության աշխատակցի մասնագիտական վարքագիծ: Ձեռնարկատիրական մշակույթը բովանդակում է գործարար ավանդույթները, բիզնես վարվելակարգը, բանակցությունների վարումը՝ ողջ համալիրով, ինչպես նաև կոնֆլիկտային իրադրություններում հակասությունների լուծումը:

Գործարար ավանդույթներից զատ ձեռնարկատիրական մշակույթը բովանդակում է նաև տնտեսական չափորոշիչներ, վարքագծի նորմեր և կանոններ, որոնք պայմաններ են ստեղծում ներքին և արտաքին զարգացման խոչընդոտների հաղթահարման համար:

Դավիթ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

«Ձեռնարկատիրական մշակույթ» հասկացությունը և տնտեսագիտական բովանդակությունը

Բանալի բառեր. ձեռնարկություն, ձեռնարկատիրական մշակույթ, կորպորատիվ մշակույթ, բիզնես-բարոյականություն, բիզնես-էթիկա

Ժամանակակից հասարակության գոյության պայմաններում ցանկացած ձեռնարկատիրական գործունեության հաջողություն հիմնված է միջմարդկային հաղորդակցության, փոխգործակցության վրա: «Ձեռնարկատիրական մշակույթ» եզրույթը ենթադրում է վարքագծային հստակ կանոնների, կորպորատիվ ավանդույթների և սկզբունքների առկայություն, նորմերի և աշխատանքային էթիկայի սահմանում: Ձեռնարկատիրական մշակույթն, որպես գործարար բարոյականության կարևորագույն կողմ, դիտարկվում է նաև որպես գործարար մարդու, ձեռնարկության աշխատակցի մասնագիտական վարքագիծ: Ձեռնարկատիրական մշակույթի ազդեցությունը ձեռնարկության գործարար համբավի վրա բավականին մեծ է, իսկ հաջողությունը՝ անձնակազմի հմտությունների հետ մեկտեղ էականորեն պայմանավորված է նրանց՝ ընդհանուր նպատակին հասնելու համատեղ աշխատելու ունակությամբ:

Давид ГРИГОРЯН

Понятие «предпринимательская культура» и его экономическое содержание.

Предприятие, бизнес-культура, корпоративная культура, бизнес-мораль, бизнес-этика

В условиях современного общества успех любой деловой деятельности основан на межличностном общении, взаимодействии. Термин «предпринимательская культура» подразумевает наличие четких правил поведения, корпоративных традиций и принципов, определение норм и трудовой этики. Предпринимательская культура как ключевой аспект деловой этики рассматривается также как профессиональное поведение делового человека, сотрудника предприятия. Соответственно, влияние предпринимательской культуры на деловую репутацию предприятия довольно велико, и успех, наряду с навыками персонала, в основном обусловлен их способностью - работать вместе для достижения общей цели. Знанием важнейших составляющих предпринимательской культуры - этика поведения и мораль, продвижение любого предприятия считается гарантированным.

David GRIGORYAN

The concept of "entrepreneurial culture" and its economic content.

Enterprise, business culture, corporate culture, business morality, business ethics

In modern society, the success of any business activity is based on interpersonal communication and interaction. The term "entrepreneurial culture" implies the presence of clear rules of conduct, corporate traditions and principles, definition of norms and work ethics. Entrepreneurial culture as a key aspect of business ethics is also considered as the professional behavior of a business person, an employee of an enterprise. Accordingly, the influence of an entrepreneurial culture on the business reputation of an enterprise is quite large, and success, along with the skills of staff, is mainly due to their ability to work together to achieve a common goal. Knowledge of the most important components of an entrepreneurial culture - ethics of behavior and morality, the promotion of any enterprise is considered guaranteed.

**ՀԱՐԿԱՅԻՆ ՎԵՐԱՀՍԿՈՂՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀՍԿՈՂՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱՎԱԿԱՆ
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ**

Նազելի ՍՈՒՔԻԱՍՅԱՆ

Իրավագիտության դոկտոր, ՀՊՏՀ դոցենտ,

Բանալի բառեր. վերահսկողություն, հսկողություն, ստուգում, ցուցում, վերստուգում, հրահանգավորում, զննում

Ներածություն: Վերահսկողությունը և հսկողությունը իրավագիտության մեջ քննարկվում է որպես պետական մարմինների գործունեության իրականացման մեթոդ: Պետության հարկային գործունեության ոլորտում չնայած այս եզրույթներն ունեն համընդհանուր բնույթ, այնուամենայնիվ միմյանցից սահմանազատված են իրենց նպատակային բնույթով:

Վերահսկողությունն ավելի լայն և ծավալուն գործունեություն է, որն իրականացվում է վերադաս մարմինների կողմից ստորադաս մարմինների, ենթակառուցվածքային ստորաբաժանումների և դրանց պաշտոնատար անձանց նկատմամբ վերջիններիս կողմից առաջադրված խնդիրների իրագործման կապակցությամբ և նպատակաուղղված է օրինականության ապահովմանը, խախտումների կանխմանը, մեղավոր անձանց նկատմամբ պետական հարկադրանքի միջոցների կիրառմանը: Որպես առանձնահատկություն վերահսկողությունը ներառում է կառավարման ճյուղային մարմինների լիազորությունների իրագործման այն գործընթացները, որոնք ուղղված են միևնույն համակարգի և կազմակերպչորեն տվյալ մարմնի ենթակա սուբյեկտների գործունեության օրինականության ապահովմանը:

Հեղազոտության մեթոդաբանություն: Հսկողության իրավական հիմնական առանձնահատկությունն այն է, որ բացառվում է գործունեության մասնակիցներից մեկի՝ մյուս մասնակցին ենթարկվելու հնարավորությունը, ինչը չի կարելի պնդել վերահսկողության պարագայում:

Վերահսկողությունն և հսկողությունը պետական կառավարման մարմինների գործադիր-կարգավորիչ գործունեության իրականացման մեթոդներ են, որոնք ուղղված են օրինականության ապահովմանը: Դրանք արդի հա-

յերենի բացատրական բառարանում ունեն ընդհանուր բնույթ¹:

Չնայած այս հասկացություններն ունեն համընդհանուր բնույթ, այնուամենայնիվ տարբերվում են իրենց նպատակային բնույթով: Վերահսկողությունը ավելի լայն իրավական կատեգորիա է, այն իրականացվում է վերահսկողության մարմինների կողմից ստորահսկողության մարմինների, ենթակա կառուցվածքային ստորաբաժանումների ու նրանց պաշտոնատար անձանց նկատմամբ վերջիններիս կողմից առաջադրված խնդիրների իրագործման կապակցությամբ, և նպատակադրվում է օրինականության ապահովմանը, խախտումների կանխմանն, մեղավոր անձանց նկատմամբ պետական հարկադրանքի միջոցների կիրառմանը: Վերահսկողության միջոցով է պարզվում պետական ու տեղական ինքնակառավարման մարմինների պաշտոնատար անձանց և քաղաքացիների այն գործողությունները, որոնք դրսևորվել կամ դրսևորվում են իրավական ակտերի պահանջների խախտմամբ: Վերահսկողությունն իր բովանդակությամբ պետական է, այն իրականացվում է պետության անունից պետական-իշխանական հարկադրանքի կիրառմամբ:

Հայաստանի Հանրապետությունում պետական վերահսկողություն իրականացնում են պետական իշխանության բոլոր մարմինները, որոնք վերահսկողության բնագավառում իրենց գործունեությունն իրականացնում են օրենսդիր, գործադիր և դատական իշխանությունների տարանջատման սահմանադրական սկզբունքի հիման վրա: Ինչ վերաբերում է հատուկ մարմիններին, ապա վերջիններս կարող են զբաղվել վերահսկողության ճյուղային ու միջճյուղային կոնկրետ բնագավառների մասնագիտացված գործունեությամբ: Պետական կառավարման հատուկ իրավասության մարմինների վերահսկողությունը նպատակադրված է ճյուղային կառավարման մի շարք համալիր խնդիրների լուծման օրինականության ապահովմանը:

Հատուկ իրավասության կառավարման մարմինը հարկային վերահսկողություն կարող է իրականացնել կազմակերպչականորեն իրեն ոչ ենթակա ճյուղային կառավարման մարմնի նկատմամբ՝ կոորդինացնելով և կարգավորելով նրանց գործունեության ամենատարբեր ոլորտը: Վերահսկողությունը ներառում է նաև կառավարման ճյուղային մարմնի լիազորությունների իրա-

¹ Ժամանակակից հայոց լեզվի բացատրական բառարան, հատ. 2, Կ-Մ, Ե., 1974, էջ 45, 72, 74: Աղայան Էդ., Արդի հայերենի բացատր. բառարան, Ե., 1976, հատ. 1, էջ 899:

գործման այն գործընթացները, որոնք ուղղված են միևնույն համակարգի և կազմակերպչականորեն տվյալ մարմնին ենթակա սուբյեկտների գործունեությունում օրինականության պահպանմանը: Ներգերատեսչական վերահսկողության առարկա կարող են համարվել ստուգման ենթակա օբյեկտի գործունեության բոլոր ուղղությունները: Գործնականում վերահսկողությունն իրագործվում է տարբեր ձևերով, որոնցում արտահայտվում է վերահսկողության էությունը:

Գրականության ակնարկ: Հանրապետության հարկային օրենսդրության, առավել ևս հարկային օրենսգրքի կառուցվածքի և բովանդակության ուսումնասիրությունները վկայում են, որ վերահսկողությունը որպես գործունեության մեթոդ անտեսվել և շրջանցվել է այն դեպքում, երբ ՊԵԿ որպես գործադիր իշխանության կառավարման մարմին իր համակարգի հարկային և մաքսային ծառայությունների, նրանց ստորին մարմինների գործունեության նկատմամբ իրականացնում է ամենօրյա վերահսկողություն, ապահովելով սահմանադրությամբ ամրագրված օրինականության սկզբունքի պահանջները: Զարմանալիորեն գործող հարկային օրենսգրքի երկրորդ գլխում անգամ, որտեղ խոսվում է օրենսգրքում կիրառվող հիմնական հասկացությունների մասին (հոդ. 4) «հարկային վերահսկողություն» հիշատակում չկա: Հարկային վերահսկողության սահմանափակ կիրառումների ենք հանդիպում ՀՀ վարչապետի 2018թ. հունիսի 11-ի N°702-2 որոշմամբ հաստատված «ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի» կանոնադրությունում¹, որտեղ առանձին գործառնություններ են իրականացվում ՊԵԿ վերահսկողությամբ: Իրավական բովանդակության տեսանկյունից հարկային մարմինների իրավասության իրացման հիմնական բովանդակությունը անկասկած հսկողության իրականացումն է, առանց որի անհնար է պետական բյուջեի գանձարանային (ֆիսկալ) գործառույթի ապահովումը, բյուջեի ամրագրված եկամուտների հավաքագրումը:

ՀՀ «Հարկային օրենսգրքում» ամրագրելով հարկային հսկողության նպատակը, խնդիրները, հսկողության իրականացման եղանակները և այլ բաղադրիչներ, անտրամաբանական է հարկային վերահսկողության անտեսումը որպես գործադիր իշխանության գործունեության պետական մեթոդ,

¹ ՀՀ պետ. եկամուտների կոմիտեի կանոնադրություն, 10հոդ. Կ.15, 12հոդ. Կ.10, կետ33

որի գործնական կիրառման ծավալները վկայում են վերջինիս օբյեկտիվ անհրաժեշտության մասին:

Վերլուծություն: Հարկային վերահսկողությունը գործնականում դրսևորվում է հսկման, հետազոտման, վերադասի ցուցումների վերստուգման, հրահանգավորման, զննման և այլ եղանակներով: Սրանք միմյանցից տարբերվում են վերահսկողության բնույթով, իրագործման շրջանակներով, գործողությունների բովանդակությամբ ու իրավական հետևանքներով: Հարկային վերահսկողությունն ուղղված է կոնկրետ այնպիսի խնդիրների իրագործմանը, ինչպիսին է ֆինանսական գործունեության ընթացքում օրինականության ապահովումը: Հարկային վերահսկողության նպատակն է՝ հասնել այն բանին, որ վերահսկման ենթակա բոլոր կազմակերպությունների նրանց պաշտոնատար անձանց ու քաղաքացիների հարկային պարտավորությունների կատարումը համապատասխանեն ոչ միայն իրավական ակտերի պահանջներին, այլև իրենց էությամբ կրեն նպատակասլաց ու արդյունավետ բնույթ:

Հարկային վերահսկողությունը բովանդակում է այնպիսի տարրեր, որոնք կիրառվում են տարբեր նշանակությամբ: Խոսքը վերաբերում է կատարման ստուգմանը, ցուցումների կատարմանը, հրահանգավորմանը և վերադաս հարկային մարմնի կողմից տրված այլ պահանջների կատարմանը¹:

Հարկային պարտավորությունների կատարման ստուգումը հարկային վերահսկողության այն բաղադրամասն է, որն ամենօրյա և օպերատիվ ղեկավարման ժամանակ ապահովում է հարկման գործընթացի ընթացիկ կազմակերպումը և առաջադրանքների ժամանակին ու պատշաճ կատարումը: Այսինքն՝ կատարման ստուգումը հանգեցնում է պետական եկամուտների կոմիտեի որոշումների, ցուցումների, առաջադրանքների փաստացի կատարման վիճակի գնահատմանը:

Հսկողությունը նույնպես համարվում է պետական կառավարման բաղկացուցիչ, օրինականության և կարգապահության ապահովման ու պահպանման միջոց, ինչպես վերահսկողությունը: Կախված հսկողություն իրականացնող սուբյեկտների կազմից՝ հսկողական գործունեություն կարելի է դասակարգել ընդհանուր վարչական հսկողության: Ընդ որում այսօր, առանձնակի

¹ Տե՛ս մանրամասն, Ա.Հ. Խաչատրյան, Հարկային իրավունք, Ե., ՀՀ ԳԱԱ, «Գթություն», 2003, էջ 287:

նշանակություն է տրվում հարկային հսկողության որպես վարչական հսկողության տարատեսակ: Ինչպես վարչական, հետևաբար նաև հարկային հսկողության ժամանակ բացառվում է տվյալ գործունեության մասնակիցներից մեկին՝ (պետական մարմին) մյուս մասնակցի ենթակայության հնարավորությունը, ինչը չի կարելի պնդել վերահսկողության պարագայում: Հարկային հսկողությունն օրինականության ապահովման այնպիսի եղանակ է, որ իրականացվում է կազմակերպորեն ոչ ենթակա ֆիզիկական և իրավաբանական անձանց գործունեության նկատմամբ հարկային իրավական ակտերով ամրագրված կանոնների ապահովման ու պահպանման կապակցությամբ:

Հարկային հսկողությունը մասնագիտական գործընթաց է, որտեղ իրացվում է հարկային մարնի իշխանական իրավասությունը: Այնպիսի իրավասությամբ են օժտված հարկային ծառայության մարմինները, որոնք հսկողություն են իրականացնում հարկ վճարողի կողմից հարկային օրենսդրության ճիշտ կատարման ու պահպանման նկատմամբ:

Վերահսկողություն և հսկողություն հասկացությունների առանձնահատուկ հատկանիշներն ամփոփ տեսքով կարելի է ներկայացնել հետևյալ կերպ՝

ա) եթե վերահսկողության մարմիններն իրենց գործառույթներն իրագործում են հիմնականում կազմակերպչականորեն ենթակա, իսկ առանձին դեպքերում նաև՝ ոչ ենթակա օբյեկտների նկատմամբ, ապա հսկողության մարմինները իրենց լիազորություններն իրականացնում են բացառապես կազմակերպչականորեն ոչ ենթակա օբյեկտների նկատմամբ,

բ) եթե վերահսկողության ժամանակ բացահայտված խախտումները կանխվում են անմիջապես, կամ դրանք թույլ տված անձանց նկատմամբ կիրառվում են պարզապահական ու ֆինանսական բնույթի ներգործության միջոցներ, ապա հսկողությամբ նախատեսվում են հատուկ ներգործության միջոցների, այդ թվում՝ վարչական տույժի ու տուգանքի կիրառում կատարված իրավախախտումների համար, իսկ առանձին դեպքերում կապված հսկողությամբ բացահայտված ֆինանսական խախտումների հասարակական վտանգավորության աստիճանից կարող են հարուցվել քրեական վարույթ,

գ) եթե վերահսկողության գործընթացում ստուգման են ենթակա վերահսկման օբյեկտի գործունեության տարբեր բնագավառներ, ապա հսկողության ժամանակ այն սահմանափակվում է իրավական կարգավորման առանձնահատուկ ոլորտներով,

դ) ի տարբերություն վերահսկողության, հսկողություն իրականացնելու ժամանակ իրավախախտումների վերացման ու կանխման նպատակով՝ օպերատիվ միջամտություն չի թույլատրվում ստուգման ենթակա օբյեկտի գործունեությանը:

Դժվար չէ նկատել, որ վերահսկողություն և հսկողություն հասկացությունների սահմանազատման հիմքում ընկած է ստուգման ենթակա օբյեկտի գործունեության ոլորտների ընդգրկվածությունը, ինչպես նաև դրանց ներգործության իրավական ձևերի առանձնահատկությունները: Հսկողությունը և վերահսկողությունը լրացնում են միմյանց, բայց չեն կարող կիրառվել միաժամանակ: Պետական եկամուտների հավաքման գործընթացում դրանք ունեն իրենց գործնական կիրառման ոլորտները «հարկային վերահսկողություն» և «հարկային հսկողություն» անվանումներով:

Հարկային գործունեության բնագավառում օրինականության ապահովումը ենթադրում է պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմինների կողմից օրենքով վերապահված հարկային վերահսկողության գործառույթի իրականացում: Նման իրավիճակում հարկային վերահսկողության սուբյեկտ համարվում է միայն պետության իրավասու և հատկապես դրա համար լիազորված մարմինը: Տեղերում հարկային վերահսկողության լիազորություններով օժտված են տեղական ինքնակառավարման գործադիր ու ներկայացուցչական մարմինները:

«Բյուջետային համակարգի մասին» ՀՀ օրենքի մի շարք հոդվածներ վկայում են տեղական ինքնակառավարման մարմինների վերահսկողական լիազորությունների մասին: Օրենքի առանձին հոդվածների մեկնաբանությունը վկայում է, որ հիշարկված մարմիններին իրավունք է վերապահված, որով համայնքի ավագանին հարկային եկամուտների մասով քննարկում և հաստատում է համայնքի բյուջեն, բյուջեի կատարման տարեկան հաշվե-տվությունը և վերահսկում համայնքի բյուջեի կատարման գործընթացը:

«Վերահսկողության» և «հսկողության» իրավական կատեգորիաների համեմատական վերլուծությունների հիման վրա, հիմք ընդունելով ընդհանուր օրինաչափությունները կարելի է ասել հարկային հսկողությանը հարկային հարաբերությունները կարգավորող իրավական ակտերի, ինչպես նաև հարկային հսկողություն իրականացնող մարմինների կողմից վերահսկվող օրենս-

դրության պահանջների կատարումն ապահովելու նպատակով օրենքով լիազորված համապատասխան մարմինների պաշտոնատար անձանց գործողությունների ամբողջությունն է: Հարկային մարմինների գործունեության ուսումնասիրությունների հիման վրա հարկային հսկողություն իրականացման եղանակները, ձևերը և մեթոդները կարելի է դասակարգել:

Այսպես՝ ա) կախված հսկողության իրականացման ժամկետներից, հարկային հսկողությունը դասակարգվում է օպերատիվի և պարբերականի, բ) հսկողության իրականացման աղբյուրների տեսանկյունից՝ փաստաթղթայինի և փաստացիի, գ) կախված հսկողական միջացառումների բնույթից՝ պլանայինի և հանկարծակիի (արտապլանայինի), դ) փաստաթղթային ստուգման մեթոդի տեսանկյունից ընտրանքայինի և համատարածի, ե) կախված ստուգման ենթակա օբյեկտի մեծությունից՝ համալիրի և թեմատիկի, զ) կախված հսկողության ժամանակակից՝ նախնականի, ընթացիկի, հետագայի¹:

«Ը գործող «Հարկային օրենսգրքի» առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ վերջինս հարկային հսկողության առանցքը համարում է հարկային ստուգումները, այն համարելով հսկողության հիմնական ձև, որին ներկայացվում են իրավական գործողությունների որոշակի համակարգ: Անդրադառնալով գործող հարկային օրենսգրքում ամրագրված հարկային հսկողության էության (բաժին 17), հսկողության իրականացման եղանակներին (հոդ. 333) և այլ հիմնախնդիրների իրավական կարգավորման, ինչպես նաև վերջիններիս հասկացության և բովանդակության առանձնահատկությունների գնահատման և սահմանազատման ընկալումներին, նկատենք, որ ժամանակին իրավաստեղծ մարմնի անտարբերության հետևանքով բազմաթիվ բացթողումների հետևանքով մի շարք հարկային իրավական կատեգորիաների բովանդակությունը նույնացվել է, կամ իրավագիտական մասնագիտական ցածր գիտելիքների պատճառով մի շարք իրավական բնութագրեր ճիշտ չեն լուսաբանվել: Այսպես, խոսքը վերաբերում է օրենսգրքի 333-րդ հոդվածում ամրագրված «հսկողության իրականացման եղանակներին, որը ըստ էության «հսկողության մեթոդներ»² են կամ անհետևողականության պատճա-

¹ Գ.Ա. Սուքիասյան, Ա.Հ. Օսիկյան, Ն.Գ. Սուքիասյան, Հարկային իրավունք (ուսումնական ձեռնարկ), Ե., «Տնտեսագետ», 2011, էջ 148-149:

² Финансовое право (под ред. С. Запольского), М., Юрайт, 2014, էջ 134-135, Н. Сукиасян, Правовые проблемы фин. ответственности в РА, Е., 2017, էջ 81-82:

ռով գրեթե նույնականացված են «հարկային ստուգման» և «հարկային ուսումնասիրության» հասկացությունները (հոդ. 335 և 343), որոնք գործնական կիրառման ընթացքում կարող են լուրջ դժվարություններ ստեղծել հարկային հսկողության իրականացման գործընթացում: Նման իրավական նորմերի առկայությունը բովանդակազրկում են հարկային իրավական ինստիտուտների արժեքները, ապակողմնորոշում և գրեթե անհնար են դարձնում պահանջվող նորմի իրացումը: Խոսքը վերաբերում է քննարկվող ներքին և արտաքին ստուգման ձևերին, որոնք յուրովի են արտացոլում հարկային հրահանգողության նպատակը և բովանդակությունը:

Հարկային օրենսգրքի 335 հոդ. սպառիչ սահմանված է հարկային ստուգման հասկացությունը, էությունը: Պարզեցված իմաստով հարկային ստուգումը օրենքի հիման վրա հարկային հսկողություն իրականացնող մարմնի պաշտոնատար անձի գործողությունն է, որն ուղղված է հարկ վճարողի կողմից ներկայացված հարկային հաշվետվություններում արտացոլված տրվյալների արժանահավատությունը կամ նրա ոկղմից իրականացվող տնտեսական գործունեությունը հարկային հարաբերությունները կարգավորող իրավական ակտերի, հարկային հսկողություն իրականացնող մարմինների կողմից վերահսկվող օրենսդրության պահանջներին համապատասխանության հանգամանքի պարզելուն, ինչպես նաև այդ պահանջների խախտումների կանխելն ու խափանելն է: Օրենսդրության ամփոփ վերլուծությունը հուշում է այն պարտադիր իրավական համալիր գործողությունները, որոնք հարկային ստուգմանը հաղորդում են օրինական բնույթ, ապահովելով վերջինիս անցկացման լրիվությունը, բազմակողմանիությունը և օբյեկտիվությունը: Հարկային ստուգման ընթացքում կարող են կատարվել այնպիսի գործողություններ, ինչպիսիք են՝

1. անուղղակի եղանակներով հարկվող օբյեկտների և հարկային պարտավորությունների գնահատում,
2. տարածքներ կամ շինություններ մուտք գործել,
3. երրորդ անձի մասնակցության ապահովում,
4. իրերի և փաստաթղթերի առգրավում,
5. փորձաքննություն,
6. զննում,
7. գույքագրում,

8. չափագրում,
9. հսկիչ գնում,
10. գույքի արգելանք,
11. կապարակնքում,
12. թարգմանչի ներգրավում,
13. ընթերակաների ներգրավում:

Գործող հարկային օրենսգիրքը արգելվում է միևնույն հարկատեսակի գծով վերստուգման անցկացումը արդեն իսկ ստուգված հաշվետու ժամանակաշրջանի համար, բացառությամբ այն դեպքերի, երբ այդպիսի ստուգումը անց է կացվում հարկ վճարողի պահանջով կամ հարկ վճարող կազմակերպության լուծարման կամ վերակազմակերպման կամ ստուգում անցկացնող մարմնի գործունեության հսկողության կարգով՝ վերադաս մարմնի ստուգումների հետ կապված:

Ներքին հարկային ստուգում ըստ էության հարկային հսկողություն իրականացնող մարմնում կատարվող ներքին ընթացակարգ է, որն անց է կացվում հարկ վճարողի կողմից ներկայացված հարկային հաշվետվությունների հիման վրա:

Ներքին ստուգումն անց է կացվում հսկողություն իրականացնող մարմնի իրավասու պաշտոնատար անձանց կողմից իրենց ծառայողական պարտականություններին համապատասխան՝ առանց որևէ որոշման հարկ վճարողի կողմից հարկային հաշվետվությունները ներկայացնելու օրվանից սկսած երեք ամսվա ընթացքում: Հարկային մարմնին նման իրավունքի վերապահումը անօրինականություն է, զուրկ է իրավական հիմքից և գործնականում միշտ էլ կարող է տեղիք տալ կամայականությանը: Հետևաբար, անօրինական գործողություններից հեռու մնալու համար, այս դեպքերում նույնպես խիստ անհրաժեշտ է պաշտոնատար անձի գրավոր որոշումը:

Եթե ստուգման արդյունքում հայտնաբերվել են սխալներ կամ փաստաթղթերով ներկայացված տեղեկություններում առկա են հակասություններ, ապա այդ մասին երկօրյա ժամկետում անհրաժեշտ է տեղեկացնել հարկ վճարողին՝ սահմանված ժամկետում համապատասխան ուղումներ կատարելու պահանջով:

Ստուգման արդյունքում հայտնաբերված սխալներ, որոնք հանգեցրել են

վճարման ենթակա հարկի կամ պարտադիր վճարի գումարի նվազեցմանը, ապա հարկային ստուգում անցկացնող մարմնի պաշտոնատար անձը պարտավոր է կազմել հարկային ստուգման ակտ՝ երկու օրինակներից: Ակտը ստորագրվում է կամերալ (ներքին) հարկային ստուգում անցկացրած մարմնի պաշտոնատար անձը և հաստատվում է հարկային հսկողություն իրականացնող մարմնի ղեկավարի կողմից:

Ներքին ստուգման անցկացման ժամանակ հարկային հսկողություն իրականացնող մարմինն իրավունք ունի հարկ վճարողից պահանջել լրացուցիչ տեղեկություններ, ստանալ բացատրություններ հաշվարկված հարկի կամ պարտադիր վճարի գումարների վերաբերյալ, ինչպես նաև պահանջել հարկ վճարողի գործունեության հետ կապված փաստաթղթեր:

Ստուգման արդյունքներով հայտնաբերված լրացուցիչ վճարման ենթակա հարկային պարտավորությունների գումարների վճարման համար հարկային հսկողություն իրականացնող մարմինը ստուգման ակտը կազմելու օրվան հաջորդող օրվանից ոչ ուշ պարտավոր է հարկ վճարողին ներկայացնել ստուգման ակտի մեկ բնօրինակը:

Ստուգման ակտում արձանագրված խախտումների հետ համաձայն չլինելու դեպքում հարկ վճարողին պետք է իրավունք վերապահել ստուգման ակտի մեկ բնօրինակը ստանալուն հաջորդող տաս աշխատանքային օրվա ընթացքում հարկային հսկողություն իրականացնող մարմնին ներկայացնել գրավոր առարկությունները¹:

Ինչ վերաբերում է արտաքին հարկային ստուգման իրավական հիմքին, ապա այս դեպքում, որպես կանոն ստուգման հիմքում դրվում է ենթակա օբյեկտի մեծությունը, ըստ որի հարկային ստուգումները պետք է կազմակերպել համալիր կամ թեմատիկ եղանակով:

Ֆինանսաիրավական գրականության մեջ համալիր ստուգմանը ներկայացվում են տարբեր պահանջներ: Կարծում ենք համալիր է համարվում ստուգվող ժամանակաշրջանում հարկ վճարողի կողմից իրականացված բոլոր գործարքների արդյունքում հարկվող օբյեկտների գծով առաջացած

¹ տե՛ս մանրամասն, Налоговое право России (учебник для вузов), ответ. редактор , док.юр.ид.наук. проф. Ю.А. Крохина, М., 2005, էջ 319:

բոլոր հարկատեսակների և պարտադիր վճարների գծով հարկային պարտավորությունների հաշվարկման և վճարման, ինչպես նաև հարկային հսկողություն իրականացնող մարմինների կողմից վերահսկվող օրենսդրության պահանջների ճշտությանը պարզելուն ուղղված հարկային ստուգումը:

Համալիր հարկային ստուգումներն անց են կացվում միայն բյուջեի հետ փոխհարաբերությունների, իսկ կազմակերպությունների լուծարման կամ անհատ ձեռնարկատերերի գործունեության դադարեցման դեպքերում նաև վերջիններիս հարկային պարտավորությունների իսկությունը պարզելու նպատակով:

Ֆինանսաիրավական գրականության տարբեր էջերում, իրարամերժ են նաև իրավագետների մոտեցումները թեմատիկ ստուգումների բովանդակության հարցում:

Կարծում ենք թեմատիկ պետք է համարվել հարկային հարաբերությունները կարգավորող իրավական ակտերի, ինչպես նաև հարկային հսկողություն իրականացնող մարմինների կողմից վերահսկվող պահանջների կատարմանն ուղղված հարկային ստուգումը: Թեմատիկ հարկային ստուգումներն պետք է ուղղված լինեն ձեռնարկատիրական գործունեության առարկաների և դրանց գների գրանցման, պարտադիր վճարի ելակետային տրվյալների և ուղղիչ գործակիցների, ենթակցիզային ապրանքների շրջանառության և ակցիզային դրոշմանիշների կիրառման, վարձու աշխատողների թվաքանակի հաշվառման, հսկիչ-դրամարկղային մեքենաների կիրառման և շահագործման կանոնների, ինչպես նաև այլ փաստական հանգամանքների առկայության և դրանց իրականության բացահայտմանը:

Արտաքին հարկային ստուգման կազմակերպման իրավական հիմք կարող է հանդիսանալ միայն հարկային հսկողություն իրականացնող վերադաս մարմնի ղեկավարի կամ այդ մարմնի կառուցվածքային ստորաբաժանման ղեկավարի կողմից տրված ստուգման հանձնարարագիրը:

Օրենսդրության անորոշությունը պարզելու նպատակով ընդգծենք, որ միևնույն հարկ վճարողի մոտ հարկային տարվա ընթացքում բյուջեի հետ փոխհարաբերությունների համալիր հարկային ստուգում անցկացնելու հանձնարարագիրը կարող է տրվել ոչ ավելի, քան մեկ անգամ:

Կազմակերպությունների լուծարման կամ անհատ ձեռնարկատերերի գործունեության դադարեցման դեպքերում համալիր ստուգմանը հանձնարարագիր տալու իրավական հիմքը օրինականության ապահովման դիրքերը կարծում ենք կազմակերպության լուծարման կամ անհատ ձեռնարկատիրոջ գործունեության դադարեցման վերաբերյալ օրենքով սահմանված հայտարարությունն է կամ իրավաբանական անձանց պետական գրանցում իրականացնող լիազոր մարմնի կողմից հարկային հսկողություն իրականացնող մարմիններին ուղղված հարցումը:

Կազմակերպության լուծարումից կամ անհատ ձեռնարկատիրոջ գործունեության դադարումից հետո կազմակերպության որոշումների ընդունման վրա ազդելու հնարավորություն ունեցած անձանց կամ անհատ ձեռնարկատերեր հանդիսացած ֆիզիկական անձի համալիր ստուգման հանձնարարագիր տալու օրինական հիմք կարող է հանդիսանալ կազմակերպության լուծարումից կամ անհատ ձեռնարկատիրոջ գործունեության դադարեցումից հետո չկատարված հարկային պարտավորության փաստի հայտնաբերումը:

Անդրադառնալով վերստուգման որպես հարկային հսկողության իրավական բովանդակությանը, որը սահմանված է ՀՀ «Հարկային օրենսգրքի» 338-րդ հոդվածով ամբողջական դարձնելու նպատակով ճիշտ կլինի, եթե այն բանաձևել «միևնույն հարկ վճարողի մոտ համալիր հարկային ստուգման ենթարկված ժամանակաշրջանի երկրորդ հարկային ստուգում կամ թեմատիկ հարկային ստուգման երկրորդ անցկացումը նույն հարկ վճարողի մոտ նույն ժամանակաշրջանի նույն գործարքի կամ գործառության»:

Վերստուգման կազմակերպումը իրավական հիմքերով առավել բարդ գործողությունների համակարգ է, որի շրջանակները անհարկի ընդլայնված է օրենսգրքի հիշատակված հոդվածում:

Կարծում ենք վերստուգման կազմակերպման իրավական հիմք կարող են հանդիսանալ.

ա) դատական, իրավապահ, մաքսային մարմնի, օտարերկրյա պետությունների հարկային, մաքսային կամ իրավապահ մարմնի, հարկային հսկողություն իրականացնող մարմնի օպերատիվ-հետախուզական և հետաքննչական ստորաբաժանումների միջնորդությունը,

բ) հարկ վճարողի դիմումը,

գ) Հայաստանի Հանրապետության վարչապետի գրավոր հանձնարարությունը:

Հիշատակված հիմքերով, ինչպես նաև միևնույն ժամանակաշրջանի ընթացքում թեմատիկ հարկային ստուգումների երկու և ավելի դեպքերի համար վերստուգում անցկացնելու հանձնարարագրեր տալու իրավունք օրենքով պետք է վերստուգել հարկային հսկողություն իրականացնող վերադաս մարմնի ղեկավարին, որը կբացառի հարկային մարմինների կողմից կամայական գործողությունների դրսևորմանը և կնպաստի օրինականության ապահովմանը ստուգումների իրականացման գործընթացում:

Եզրակացություններ: Հոդվածում առաջին անգամ փորձ է կատարվել բացահայտել հարկային վերահսկողության և հսկողության իրավական բովանդակության առանձնահատկությունները, որոնք ըստ էության անբավարար լուսաբանումների հետևանքով գործող ՀՀ «Հարկային օրենսգրքում» չեն սահմանազատվել: Երբեմն իրավական բովանդակությունը նույնացվում են:

Շեղինակված հայեցակարգի արմատական նորույթը այն է, որ վերահրկողության գերակա առանձնահատկությունը կառավարման ճյուղային մարմինների լիազորությունների իրագործման այն գործընթացներն են, որոնք ուղղված են միևնույն համակարգի և կազմակերպչորեն տվյալ մարմնին ենթակա սուբյեկտների գործունեության օրինականության ապահովմանը:

Հարկային հսկողության էական առանձնահատկությունը հսկողության իրականացման գործընթացում մասնակիցներից մեկի՝ մյուս մասնակցին ենթարկվելու հնարավորության բացառումն է:

Նազելի ՍՈՒՔԻԱՍՅԱՆ

Հարկային վերահսկողության և հսկողության իրավական առանձնահատկությունները

Բանալի բառեր. վերահսկողություն, հսկողություն, ստուգում, ցուցում, վերստուգում, հրահանգավորում, զննում

Հոդվածում առաջին անգամ փորձ է կատարվել բացահայտել հարկային վերահսկողության և հսկողության իրավական բովանդակության առանձնահատկությունները, որոնք իրենց ոչ լիարժեք բացահայտումների պատճառով սահմանազատված չեն ՀՀ «Հարկային» օրենսգրքում: Երբեմն սրանց իրավական բովանդակությունը նույնականացվում է: Հեղինակային հայեցակարգի առանցքային նորույթը կայանում է նրանում, որ հսկողության հիմնական առանձնահատկությունը հանդիսանում է ճյուղային կառավարման մարմինների լիազորությունների իրականացման այն գործընթացը, որն ուղղված է միևնույն համակարգի սուբյեկտների գործունեության ենթակայությանը:

Nazeli SUKIASYAN

Legal Features of tax control and supervision

Key words: supervision, control, verification, instruction, revision, instruction, inspection

For the first time an attempt is made to reveal the features of the legal content of tax control and supervision, which, due to insufficient coverage, were not delimited in the current Tax Code of the Republic of Armenia. Sometimes their legal content is identified. The cardinal novelty of the author's concept is that the processes of exercising the powers of sectoral governing bodies, which are aimed at ensuring the legitimacy of the same system and activities of entities that are organizationally subordinate to this body, act as the main feature of supervision. Exclusion of the possibility of subordination of one of the participants by another participant in the process of performing control.

Назели СУКИАСЯН

Правовые особенности налогового контроля и надзора

Ключевые слова: надзор, контроль, проверка, указание, ревизия, инструктирование

В статье предпринята попытка впервые выявить особенности правового содержания налогового контроля и надзора, которые вследствие их недостаточного освещения не были разграничены в действующем Налоговом кодексе РА. Иногда их правовое содержание отождествляется. Кардинальная новизна авторской концепции состоит в том, что основной особенностью надзора являются те процессы осуществления полномочий отраслевых органов управления, которые направлены на обеспечение легитимности одной и той же системы и деятельности субъектов, в организационном плане подчиненных данному органу. Существенной особенностью налогового контроля является исключение в процессе осуществления контроля возможности подчинения одного из участников другому участнику.

**ՍՅՈՒՆԻՔԻ ՄԱՐԶՈՒՄ ԶՐՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏԻ
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆ ՈՒ ԶԱՐԳԱՅՄԱՆ ՀԵՌԱՆԿԱՐՆԵՐԸ ՄԻՆՉ
ՊԱՏԵՐԱԶՄԸ**

Շահանե ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

Գորիսի պետական համալսարանի ասիստենտ,
Տնտեսագիտության թեկնածու

Սյուզաննա ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ

Գորիսի պետական համալսարանի դասախոս

Բանալի բառեր. Սյունիքի մարզ, զբոսաշրջություն, SWOT վերլուծություն

Ներածություն: Զբոսաշրջությունն իրենից ներկայացնում է համաշխարհային տնտեսության առավել դինամիկ զարգացող և բարձր եկամտաբերություն ունեցող ճյուղերից մեկը, որի դերն անընդհատ աճում է: Ըստ ԶՀԿ-ի տվյալների 1995թ. ամբողջ աշխարհում գրանցվել են 576 մլն զբոսաշրջային այցելություններ, իսկ զբոսաշրջային արդյունաբերության շրջանառությունը՝ 372 մլրդ ամերիկյան դոլար: Արդեն 2018թ. զբոսաշրջային այցելությունների թիվը կազմել է 1.4 մլրդ, որին, ըստ մասնագետների կանխատեսումների, կարելի էր հասնել միայն 2020թ.:

Հայաստանի Հանրապետությունում առկա են բազմաթիվ նախադրյալներ զբոսաշրջության զարգացման համար: Այս առումով, հատկապես կարևորվում է զբոսաշրջության տարածքային համաչափ զարգացումը՝ մարզերի ներգրավվածությունը: Սյունիքի մարզը ՀՀ այն մարզերից է, որոնք ունեն մեծաթիվ զբոսաշրջային ռեսուրսներ և ներուժ: Մարզի գեղատեսիլ բնությունը, անտառները, լեռները, պատմամշակութային հարուստ ժառանգությունը, ոչ նյութական ժառանգությունը, ենթակառուցվածքային առանձնահատկություններն ու բնակչության հյուրընկալությունը կարող են հիմք հանդիսանալ տարածաշրջանում զբոսաշրջության կայուն զարգացման և Սյունիքի մարզը հայտնի զբոսաշրջային կենտրոն դարձնելու համար: Այս հոդվածը նպատակ ունի պարզելու Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության զարգացման մակարդակը, վեր հանելու ոլորտի հետագա զարգացմանը խոչընդոտող հիմնախնդիրները, մշակելու Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ արդյունավետ ռազմավարություններ և առաջարկելու բարելավման նոր մոտեցումներ:

Հետազոտության մեթոդաբանությունը: Հետազոտությունը իրականացրել ենք ընդլայնված SWOT վերլուծության միջոցով՝ մանրամասն ուսումնասիրելով Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության ոլորտի ուժեղ և թույլ կողմերը, զարգացման հնարավորություններն ու սպառնալիքները: Ապա SWOT վերլուծության արդյունքները ամփոփել ենք SWOT մատրիցայի միջոցով և, համարելով SWOT վերլուծության համապատասխան բաղադրիչները, կազմել ոլորտի զարգացման համար անհրաժեշտ 4 արդյունավետ ռազմավարություններ:

Վերլուծություն: Զբոսաշրջությունը Սյունիքի մարզում հատկապես զարգացել է վերջին տարիներին: Փոփոխությունները ակնհայտ են թե՛ ոլորտի ենթակառուցվածքներում, թե՛ ոլորտի հետ փոխկապված այլ ոլորտներում: Համաձայն վիճակագրական տվյալների 2016-2018թթ. Սյունիքի մարզ այցելել է 86906 զբոսաշրջիկ, իսկ 2019թ. 34302 զբոսաշրջիկ, որը նախորդ տարիների համեմատ բավականին աճ է գրանցել:

2018թ. հոկտեմբեր-նոյեմբեր ամիսներին աշխատանքի և սոցիալական հարցերի նախարարության զբաղվածության պետական գործակալության կողմից իրականացվել է ՀՀ ողջ տարածքում զբոսաշրջության ոլորտի ուսումնասիրություն, որի նպատակն էր գնահատել զբոսաշրջության ոլորտում տեղի ունեցած/սպասվելիք փոփոխությունները նախորդ և առաջիկա 3 տարիների համար, ըստ որի տրվել է 2016-18թթ. զբոսաշրջության ոլորտում գրանցված միտումները ըստ ուսումնասիրված մարզերի: Ըստ տարածքային բաշխվածության ամենաշատ դրական տեղաշարժերը նկատվել է Գորիսի տարածաշրջանում, որտեղ ուսումնասիրված կազմակերպությունների 50%-ի մոտ վերջին 3 տարիներին նկատվել է մատուցվող ծառայությունների էական աճ, իսկ մնացած 50%-ը՝ պարզապես արձանագրվել է դրական տեղաշարժ: Ինչ վերաբերվում է Երևան քաղաքին, ապա էական զարգացումներ նկատվել է 12 %-ի մոտ, դրական տեղաշարժ՝ 44 %-ի մոտ, անփոփոխ վիճակ՝ 30%-ի մոտ և միայն 14%-ի մոտ գրանցվել է մատուցվող ծառայությունների անկում:¹

2010թ. Տաթևի վանքին կից կառուցվել է «Տաթևեր» հետադարձելի ճոպանուղին՝ «Հայաստանի զարգացման նախաձեռնություններ» հիմնադրամի «Տաթևի վերածնունդ» ծրագրի շրջանակում:

¹<http://www.employment.am/> 17.03.2020թ.

Աղյուսակ 1. 2016-18թթ. զբոսաշրջության ոլորտում գրանցված միտումները ըստուսումնասիրված մարզերի

Ուսումնասիրված տարածաշրջաններ	Էականորեն զարգացել է	Նկատվել է դրական միտումներ	Մնացել է նույնը	Նկատվել է բացասական միտումներ
Երևան	12	44	30	14
Աշտարակ	12	70	15	3
Վաղարշապատ	8	56	28	8
Սևան	10	40	37	13
Ստեփանավան		27	60	13
Հրազդան		44	51	5
Գյումրի	22	59	19	
Գորիս	50	50		
Կապան	8	58	34	
Սիսիան		50	40	10
Դիլիջան	11	57	32	

Ճոպանուղին կառուցվել է 10 ամսում և շահագործվել է 2010թ. հոկտեմբերի 16-ին: Նույն թվականի հոկտեմբերի 23-ին այն գրանցվել է Գինեսի ռեկորդների գրքում՝ որպես աշխարհի ամենաերկար (5.7կմ) հետադարձելի ճոպանուղի, որն աշխատում է առանց կանգառի: Ճոպանուղու կառուցման համար ծախսվել է ավելի քան 16 մլն ամերիկյան դոլար: Ուսումնասիրելով վիճակագրական տվյալները կարելի է վստահաբար ասել, որ ամեն տարի աճում է այստեղ այցելող զբոսաշրջիկների թիվը: Տաթևեր» ճոպանուղին մեծ ազդեցություն ունի տարածաշրջանի տնտեսական զարգացման վրա: Այն ապահովում է մոտ 50 մշտական աշխատատեղ և, բացի այդ տարածաշրջանում գործում են սրճարաններ, ռեստորան, այլ ձեռնարկություններ, որոնք մեծ ազդեցություն ունեն տարածաշրջանի տնտեսական աշխուժացման և առաջընթացի համար: Այն պետական և մասնավոր համագործակցության հիանալի օրինակ է:

Ներկայումս զբոսաշրջիկների շրջանում շատ մեծ ուշադրության է արժանանում քարանձավային զբոսաշրջությունը: Հայաստանում այն կարող է հեռանկարային լինել, քանի որ մեր երկիրը, որպես լեռնային երկիր հատկապես հարուստ է քարանձավներով, որոնք նախկինում բնակատեղի են եղել մարդկանց համար և պաշտպանել նրանց ցրտից, գիշատիչ կենդանիներից, թշնամիներից: Չնայած դեռևս մեծ ուշադրություն չի դարձվում այս ուղղու-

թյամբ, սակայն քարածավային ռեսուրսները նպատակին ծառայեցնելով մեծապես կարելի է զարգացնել զբոսաշրջության ոլորտը: Սյունիքի մարզում քարանձավներով հայտնի են Հին Խնձորեսկը, Հին Գորիսը, Տեղ գյուղը:

Աղյուսակ 2. Տաթևի ճոպանուղու այցելուների քանակը (2010-2019թթ.)¹

Ուսումնասիրված տարածաշրջաններ	Էականորեն զարգացել է	Նկատվել է դրական միտումներ	Մնացել է նույնը	Նկատվել է բացասական միտումներ
Երևան	12	44	30	14
Աշտարակ	12	70	15	3
Վաղարշապատ	8	56	28	8
Սևան	10	40	37	13
Ստեփանավան		27	60	13
Հրազդան		44	51	5
Գյումրի	22	59	19	
Գորիս	50	50		
Կապան	8	58	34	
Սիսիան		50	40	10
Դիլիջան	11	57	32	

Ըստ Booking.com կայքի տվյալների ներկայումս Գորիս համայնքում գործում են 58, Տաթևում՝ 26, Սիսիանում՝ 12, Կապանում՝ 4, Մեղրիում՝ 5, Քաջարանում՝ 2 հյուրանոցային օբյեկտներ: Մարզում տեղավորման ոլորտում առկա խնդիրներից է համապատասխան հմտություններ և գիտելիքներ ունեցող որակավորված աշխատողների պակասը, օտար լեզվի իմացության ցածր մակարդակը: Սակայն, դրա հետ մեկտեղ հարկ է ընդգծել նաև Booking.com կայքում տեղադրված մեծաթիվ դրական արձագանքների մասին, որոնցով այցելուները իրենց գոհունակությունն են հայտնել Ռուբին, Լարա, Զորաց աղբյուր, Կիրճ, Միրհավ, Խորեայի ձոր, Հար-Մար, Գորիս և այլ հյուրանոցներում մատուցված ծառայություններից, անձնակազմից, հարմարություններից: Վերջին տարիներին մարզում զբոսաշրջության զարգացման վրա իր դրական ազդեցությունն են ունենում կազմակերպվող փառատոները, որոնց նպատակն է ճանաչելի դարձնել Սյունիքի մարզի ավանդույթները, մշակույթը, տեղական արտադրանքը, պատմամշակութային հուշարձանները, նպաստելու զբոսաշրջային այցելությունների ավելացմանը: 2019թ. Սյունիքի

¹<https://www.idea.am/hy/tatev-revival-project>, 21.02.2020թ.

մարզում կազմակերպված փառատոներն են՝ Ոչխարի խուզման փառատոնը (Տաթև, հունիսի 8), Թթի փառատոնը (Քարահունջ, հուլիսի 6), Ազնվամորու փառատոնը (Աշոտավան, հուլիսի 27), Թեյախմության փառատոնը (Գորիս, հոկտեմբերի 25):

Սյունիքի մարզի աշխարհագրական դիրքն այնպիսինն է, որ Իրանի հետ անմիջական սահմանը հենց Սյունիքի տարածքում է, բացի այդ Սյունիքի տարածքով են անցնում Հայաստան - ԼՂՀ, Իրան - Հայաստան - Վրաստան ավտոճանապարհները, որնք մեծ ազդեցություն ունեն մարզում զբոսաշրջության զարգացման համար: Այս առումով շատ կարևոր է որոշակի միջոցառումներ ձեռնարկել հատկապես իրանցի զբոսաշրջիկներին գրավելու համար: Իրանն այն երկրներից է, որ մեծապես ազդում է մեր երկրում ներգնա զբոսաշրջության ոլորտում գրանցվող աճի վրա: Այս առումով, վերջին շրջանում աճում է իրանցի զբոսաշրջիկների՝ Հայաստանի տարածքով Վրաստան մեկնելու դեպքերի թիվը, քանի որ նրանք նշում են, որ Հայաստանում հանգիստն ապահովելու համար գները շատ բարձր են, իսկ մատուցվող ծառայությունները որակական առումով զիջում են Վրաստանում մատուցվող ծառայությունների որակական հատկանիշներին, որոնք շատ ավելի մատչելի են հայաստանյան գների համեմատ:

Ավտոճանապարհների բարեկարգ լինելը նույնպես իր անմիջական ազդեցությունն ունի ոլորտի վրա: Վերջին տարիներին ճանապարհաշինության բնագավառում կատարվում են մեծաթիվ աշխատանքներ թե՛ պետբյուջեից տրամադրված գումարներով, թե՛ Համաշխարհային բանկի միջոցներով:

Չնայած իրականացվող մեծաթիվ աշխատանքներին, անհրաժեշտ է ընդգծել, որ այս բնագավառում դեռևս ահռելի աշխատանք կա անելու, հատկապես ներհամայնքային ավտոճանապարհների վիճակը մեղմ ասած չի գոհացնում: Եվ, քանի որ այս բնագավառը ուղղակիորեն կապված է զբոսաշրջության հետ, կատարված ցանկացած բարեփոխում իր դրական ազդեցությունը կունենա ոլորտի վրա:

Զբոսաշրջիկների կողմից դժգոհություն է առաջացնում միջհամայնքային հասարակական տրանսպորտի բացակայությունը մատչելի ձևով տեսարժան վայրեր այցելելու համար, որն այս առումով խնդիրներ են առաջացնում: Իսկ տաքսու վարորդները հաճախ անբարեխիղճ վերաբերմունք են ցուցա-

բերում զբոսաշրջիկներին, որը հիասթափության պատճառ է դառնում: Այունիքի մարզում (որոշները ողջ հանրապետությունում) զբոսաշրջության զարգացման վրա դրական անդրադարձող արտաքին գործոններից են.

- Միջազգային կապերի առկայությունն ու դրանց անընդհատ ընդլայնումը: Զբոսաշրջության զարգացման համար շատ կարևոր է համագործակցությունը այլ երկրների հետ և զբոսաշրջիկներին մուտքի արտոնագրի տրաման գործընթացի հեշտացումը: Վերջին տարիներին՝ զբոսաշրջության խրախուսման նպատակով Հայաստանում ամեն ինչ արվում է, որպեսզի օտարերկրացիները հեշտությամբ կարողանան ձեռք բերել մուտքի արտոնագիր: Ավելի քան 45 երկրների քաղաքացիներ ազատված են դեպի Հայաստան մուտքի արտոնագրի պահանջից: Հայաստանը զբոսաշրջության ոլորտում համաձայնագրեր ունի բազմաթիվ պետությունների հետ, որոնց թիվը շարունակ աճում է և իր դրական ազդեցությունն ունենում այլ երկրներում ՀՀ ճանաչելիության բարձրացման և զբոսաշրջության զարգացման վրա:

- Համաշխարհային մակարդակով զբոսաշրջային անընդհատ մեծացող շուկա և անսահմանափակ կայուն պահանջարկ: Այսօր աշխարհում զբոսաշրջությունը ավելի ու ավելի է ներթափանցում մարդկանց կյանք և կարծես անհրաժեշտություն դառնում նրանց համար: Այս առումով, զբոսաշրջության զարգացման նպատակով քայլերի ձեռնարկումն ու ներդրումների կատարումը արդարացված է, քանի որ զբոսաշրջային ծառայությունների համար կա անսահմանափակ կայուն պահանջարկ, ուղղակի պետք է ամենն անել, զբոսաշրջիկին հետաքրքրելու, նրա զբոսաշրջային պահանջմունքները պատշաճ կերպով բավարարելու և զբոսաշրջային բրենդի ստեղծման ուղղությամբ:

- Հայկական Սփյուռքի առկայությունը: Հայաստան-Սփյուռք ամուր կապերի առկայությունը մեծապես կարող է անդրադառնալ ոլորտի զարգացման վրա, հատկապես ՀՀ ճանաչելիության մակարդակի բարձրացման, զբոսաշրջային այցելությունների թվի աճի ուղղություններով: Այդպիսի կապերի ստեղծման նպատակով իրականացվել և իրականացվում են բազում ծրագրեր, դասընթացներ, փառատոններ, համահայկական համաժողովների կազմակերպում, մշակութային միջոցառումների իրականացում, սփյուռքահայերի ինտեգրման գործընթացի կազմակերպում և այլն:

- Rianair ավիաընկերության՝ ՀՀ-ում գործունեություն ծավալելը: 2020թ. հունվարից ավիաընկերությունը մեկնարկել է իր գործունեությունը Հայաստանում: Այն առաջարկում է սպառողներին ցածր գներ և ուղիղ թռիչքներ

նախընտրած երկիր և հետադարձ թռիչքներ: Այս առումով, ավիաընկերությունը մեծապես կարող է անդրադառնալ Հայաստանում ավիատոմսերի բարձր գների և ուղիղ չվերթների խնդիրների վրա՝ չնայած որ ունի իր խիստ կանոնակարգն ու որոշ բացասական կողմեր՝ կապված բեռների, սննդի, տուգանքների և այլնի հետ:

- ՀՀ զբոսաշրջության կոմիտեի կողմից մշակված 2020-2030թթ. ՀՀ զբոսաշրջության զարգացման նախագծի՝ օրինական ուժի մեջ մտնելը: Սա կարևորում ենք հատկապես նրա համար, որ ռազմավարական նախագիծը իր մեջ ներառում է ոլորտում առկա մի շարք խնդիրների լուծման անհրաժեշտությունը, որոնք իրոք շուտափույթ լուծում են պահանջում, որպեսզի չխոչընդոտեն երկրում զբոսաշրջության կայուն զարգացմանը:

- Տարածաշրջանի գլխավոր կրթօջախում՝ Գորիսի պետական համալսարանում, 2017թ-ից «Զբոսաշրջության կառավարում» մասնագիտության ուսուցումը: Սա շատ կարևոր է, քանի որ ներկայումս ոլորտում աշխատող որակավորված և համապատասխան գիտելիքներ ու հմտություններ ունեցող կադրերի խիստ պակաս կա, ինչը նույնպես լուրջ խոչընդոտ կարող է հանդիսանալ ոլորտի զարգացման համար:

- Կապանի օդանավակայանի վերաբացումը, որը նախատեսվում էր իրականացնել 2020թ. ամռանը:

- Էքստրեմալ զբոսաշրջության զարգացումը Իշխանասարում: Իշխանասարում կան բոլոր հարմար պայմանները դահուկասպորտի զարգացման համար (հատկապես թեքությունը), որը կարող է լուծել մարզային կտրվածքով ոլորտում առկա մի շարք խնդիրներ, կապված սեզոնայնություն, զբոսաշրջային փաթեթների դիվերսիֆիկացման, երիտասարդների հոսքի ավելացման հետ:

Սյունիքի մարզում ոլորտի զարգացումը խթանող առավելություններից բացի, կան նաև մի շարք խոչընդոտներ ու խնդիրներ, որոնց լուծման համար անհրաժեշտ է իրականացնել որոշակի միջոցառումներ: Այդ խնդիրներից է պետության ոչ բավարար աջակցությունը: Բացի այդ կարևոր խնդիր է պետություն-մասնավոր հատված թույլ կապը, որի ուժեղացումը մեծապես կնըպաստի ոլորտի զարգացմանը: Մարզում պետություն-մասնավոր հատված համագործակցության հիանալի օրինակ է Տաթևի ճոպանուղին, որը հսկայական ազդեցություն ունեցավ ոչ միայն Տաթև համայնքում, այլ ողջ

մարզում ոլորտի զարգացման վրա: Սյունիքի մարզում շատերը, ովքեր ցանկանում են գործունեություն ծավալել կամ արդեն իսկ իրականացնում են որոշակի գործունեություն զբոսաշրջության ոլորտում շատ հաճախ կանգնում են ֆինանսական լուրջ խնդիրների առաջ: Մի կողմից ոլորտի սեզոնայնության խնդիրը, որի ազդեցությամբ ցուրտ ամիսներին զբոսաշրջիկների թիվը շատ չի լինում, ինչի հետևանքով այդ ամիսների եկամուտները ցածր մակարդակ են ունենում, ինչը հանգեցնում է ֆինանսական խնդիրների: Մյուս կողմից, երկրում բիզնես սկսելու կամ առկա բիզնեսի բարգավաճման համար ֆինանսական միջոցներ ներդնելու համար անհրաժեշտ են փոխառու միջոցներ, որոնց տոկոսադրույքները շատ բարձր են և, բացի այդ, հարկային պարտավորություններն էլ շատ են: Այս առումով, երկրում հարկաբյուջետային քաղաքականության անկատարության և վարկավորման բարձր տոկոսադրույքների խնդիրը նույնպես իր բացասական ազդեցությունն է ունենում ոլորտի զարգացման վրա:

2020թ. աշխարհում տարածված COVID-19 Կորոնավիրուսի պատճառով, որի հետևանքով մարտի 11-ին Առողջապահության համաշխարհային կազմակերպության (ԱՀԿ) կողմից հայտարարվել է պանդեմիա, մեծապես տուժել է համաշխարհային տնտեսությունը: Շատ երկրներ հայտարարել են արտակարգ դրություն, որոնցից է նաև Հայաստանը: Մարտի 16-ին ՀՀ կառավարությունը՝ ելնելով ստեղծված իրավիճակից երկրում հայտարարեց արտակարգ դրություն: Երկրի տնտեսությունը բնականաբար մեծապես տուժել է ստեղծված իրավիճակից, սակայն հատկապես անհրաժեշտ ենք համարում անդրադառնալ զբոսաշրջության բնագավառին: Երկրում գրեթե չկա զբոսաշրջիկ, զբոսաշրջային փաթեթների վաճառք, հյուրանոցների ամրագրում և ընդհանրապես ճանապարհորդությունների պահանջարկ: Կարելի է ասել ոլորտը կաթվածահար է: Դժվար կացության մեջ էին հայտնվել ոլորտում տնտեսվարող սուբյեկտները, քանի որ ունեն վարկեր, հարկային պարտավորություններ և այլ ծախսեր, որոնք նախատեսել էին կատարել ստացված եկամուտների հաշվին: Բացի այդ կան այնպիսի հյուրանոցներ, ռեստորաններ, որոնց թիրախային շուկան Իրանն է, որտեղ ևս վիրուսի հետևանքով վարակվածների ու մահացածների թիվը շատ բարձր էր: Բավական է նշել միայն, որ մարտի 20-ին Իրանում նշվել է Նովրուզը, որիհետ կապված Հայաստան իրանցի զբոսաշրջիկների մեծ հոսք էր սպասվում, բայց չեղարկվեց,

որը էլի շատ մեծ վնաս հասցրեց ոլորտին: Վիրուսի տարածումը մեծ վնաս հասցրեց համաշխարհային զբոսաշրջությանը, այդ թվում նաև Հայաստանին, սակայն թե ինչպիսի վնասների մասին է խոսքը թվային պատկերը արտացոլելու համար դեռ վաղ է: Այսպիսով, Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության զարգացման արդի վիճակի ուսումնասիրության և կատարված SWOT վերլուծության արդյունքը հետևյալն է.

Ուժեղ կողմեր

- Պատմամշակութային հարուստ ժառանգություն,
- Բնական ռեսուրսների և հուշարձանների առկայություն,
- Գեղեցիկ բնություն, տեսարժան վայրեր,
- Ոչ նյութական ժառանգություն (խոհանոց, ազգային ուտեստներ),
- Փառատոներ և մշակութային միջոցառումներ,
- Տեղավորման ոլորտում մեծաթիվ հյուրանոցներ, B@B-ներ, հոսթելներ, հյուրատներ՝ տարբեր գնային սահմաններով և հարմարություններով,
- Զբոսաշրջության զարգացման համար ծրագրերի առկայություն,
- Տեղեկատվական կենտրոնների առկայություն Գորիսում, Տաթևում,
- Հայաստանի հետ ԼՂՀ և Իրանին կապող միջպետական՝ Իրան - Հայաստան - Վրաստան, Երևան - Ստեփանակերտ ավտոճանապարհների՝ Սյունիքի տարածքով անցները,
- Տեղաբնակների հյուրընկալություն,
- Անվտանգություն,
- Հուշանվերների արտադրության և վաճառքի որոշակիորեն կայացած ոլորտ:

Թույլ կողմեր

- Սեզոնայնություն
- Ժամանցային վայրերի բացակայություն
- Պետության ոչ բավարար աջակցություն
- Պետություն-մասնավոր հատված թույլ կապ,
- Ավտոճանապարհների ոչ գոհացնող վիճակ՝ հատկապես ներհամայնքային,
- Միջհամայնքային հասարակական տրանսպորտի բացակայություն
- Զբոսաշրջային արդի տեսակների թույլ զարգացվածություն
- Ոլորտում որակավորված և համապատասխան գիտելիքներ ու հմտություններ ունեցող կադրերի, գիդ-էքսկուրսավարների խիստ պակաս

- Զբոսաշրջիկներին ծառայություններ մատուցող անհատների անբարեխիղճ վերաբերմունք(հատկապես տաքսու վարորդների, վաճառողների)
- Զբոսաշրջային տեղեկատվության պակաս(ցուցանակներ, քարտեզներ, բուկլետներ, պաստառներ, ուղեցույցներ)
- Զբոսաշրջության զարգացման կարևորության մասին բնակչության տեղեկացվածության ցածր մակարդակ
- Առաջարկվող զբոսաշրջային փաթեթների ոչ բավարար դիվերսիֆիկացում
- Հանրային զուգարանների բացակայություն
- Ավիատոմսերի բարձր գներ, ուղիղ չվերթների խնդիր,
- Տեղացիների կողմից թանգարանների ոչ այնքան գնահատված լինելը,
- Տեղացիների գիտելիքների և փորձառության ցածր մակարդակ զբոսաշրջիկների հետ շփվելու համար (օտար լեզվի չիմացություն)
- Մեծամասամբ միայն միջինից բարձր տարիքային խմբի զբոսաշրջիկների այցելություններ:

Սպառնալիքներ

- Պատերազմական գոտի,
- Բնապահպանական խնդիրներ (շահագործվող հանքեր, աղբահանություն, անտառահատումներ),
- Ներդրումների ոչ բավարար մակարդակ
- Արտագաղթ,
- Ֆորսմաժորային իրավիճակներ,
- Այլազգի զբոսաշրջիկների մոտ ՀՀ ճանաչելիության ցածր մակարդակ, մարքեթինգային գործունեության ոչ բավարար մակարդակ, ՀՀ զբոսաշրջային բրենդի բացակայություն
- Վարկավորման բարձր տոկոսադրույքներ,
- Հարկային բարձր պարտավորություններ,
- Հարևան երկրներում ոլորտում առկա մրցակցային առավելություններ

Զբոսաշրջությունը համարվում է տնտեսության աշխատատար ոլորտներից մեկը: Այս առումով, չնայած ոլորտում աշխատող կադրերի քանակական ցուցանիշին, ոլորտի զարգացման համար շատ կարևոր է աշխատող կադրերի մասնագիտական գիտելիքների առկայությունն ու որակավորված լինելը: Մարզում այս խնդիրը նույնպես առկա է և, չնայած կան նաև այնպիսի

կադրներ, որոնք ունեն անհրաժեշտ հմտություններ, գիտելիքներ, տիրապետում են օտար լեզվի, սակայն մեծաթիվ են այնպիսի աշխատողները, որոնց մասնագիտական գիտելիքներն ու հմտությունները մեղմ ասած չեն գոհացնում: Իսկ սպասարկում իրականացնող աշխատողները հատկապես, որոնք անմիջական շփման մեջ են մտնում զբոսաշրջիկների հետ պետք է ունենան գիտելիքների որոշակի պաշար: Այս խնդրի լուծմանը բազմակողմանի ձևով կարող է նպաստել տարածաշրջանի գլխավոր կրթօջախում՝ Գորիսի պետական համալսարանում, 2017թվականից «Զբոսաշրջության կառավարում» մասնագիտության ուսուցումը :

Մեր հասարակությունը դեռևս չի հասել գիտակցական այն մակարդակին, որ զբոսաշրջիկին պետք է ընդունել որպես հյուրի և փորձել այնպես անել, որ նա հետագայում ցանկանա վերադառնալ մեր երկիր: Կան զբոսաշրջիկներ, որոնք արժանանում են ծաղրանքի, անհարգալից վերաբերմունքի, տեսնում են, թե ինչպես են մեր քաղաքացիները խախտում ավտոճանապարհային կանոնները, աղբը թափում գետնին, ծխում հասարակական փակ վայրերում, տարբեր ոլորտում աշխատողները փորձում են կորզել զբոսաշրջիկներից ավելի մեծ գումարներ, քան իրենց ապրանքի կամ մատուցվող ծառայության գինն է:

Ուշագրավ է այն, որ 2020թ. մարտին ուժի մեջ է մտել «Ծխախոտային արտադրատեսակների և դրանց փոխարինիչների օգտագործման հետևանքով առողջությանը հասցվող վնասի նվազեցման և կանխարգելման մասին» օրենքը, ըստ որի արգելվում է ծխելը հանրային փակ տարածքներում, ինչպես նաև հանրային սննդի բոլոր օբյեկտներում: Վերոնշյալ մյուս խնդիրների կարգավորումը ևս, ըստ մեզ, պետք է իրականացվի պետության կողմից և պետությունը պետք է որոշակի լծակներ կիրառի դրանց լուծման ուղղությամբ:

Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման գործընթացում էական դերակատարում ունի գործարարության ֆինանսավորման արտաքին աղբյուրների առկայությունը՝ ընդհանրապես, և վարկային ռեսուրսների հասանելիությունը՝ մասնավորապես: Զբոսաշրջությունն էլ իր հերթին այնպիսի ոլորտ է, որի զարգացումը ուղղակիորեն կապված է մեծաթիվ ներդրումների հետ: Սյունիքի մարզում շատերը, ովքեր ցանկանում են գործունեություն ծավալել կամ արդեն իսկ իրականացնում են որոշակի գործունեություն զբոսաշրջության

ոլորտում շատ հաճախ կանգնում են ֆինանսական լուրջ խնդիրների առաջ, քանի որ ոլորտը սեզոնային բնույթ ունի և բացի այդ ոլորտում բիզնես սկսելու կամ առկա բիզնեսի բարգավաճման համար ֆինանսական միջոցներ ներդնելու համար անհրաժեշտ են փոխառու միջոցներ, որոնց տոկոսադրույքները շատ բարձր են և, բացի այդ, հարկային պարտավորություններն էլ շատ են, որոնք իրենց բացասական ազդեցությունն են ունենում ոլորտի զարգացման վրա: Այս առումով, հատկապես կարևորում ենք պետության դերն ու աջակցությունը: Քանի որ զբոսաշրջությունը համեմատաբար երիտասարդ ոլորտ է մեր երկրում, գտնվում է պետության հոգածության ներքո ու համարվում է երկրի տնտեսության գերակա ճյուղերից մեկը, ապա ոլորտի զարգացման համար կատարվող կարևորագույն քայլերից մեկը հենց ոլորտում գործունեություն իրականացնող գործարարներին՝ հատկապես փոքր և միջին բիզնեսի ներկայացուցիչներին որոշակի արտոնություններ տրամադրելն է, որը կարող է լինել սուբսիդավորման, վարկային ռեսուրսների հասանելիության ապահովման, հարկման օպտիմալ չափաբաժնի որոշման և հարկային բեռի թեթևացման հաշվին:

Թեև 2018թ. նորից օրինական ուժի մեջ մտավ ներգնա զբոսաշրջության ոլորտի ԱԱՀ վճարումից ազատումը, որը հնարավորություն է ընձեռում տուրօպերատորին բիզնեսը վարել արտոնյալ ռեժիմով, սակայն անհրաժեշտ է ընդգրծել, որ ոլորտի ենթակառուցվածային զարգացման համար հարկային ծանր բեռը լուրջ խոչընդոտ է: Զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման պետական աջակցությունը անհրաժեշտ է իրականացնել հավասարակշռված մոտեցմամբ: Այս առումով, զբոսաշրջության ոլորտին առնչվող հարկային քաղաքականության շրջանակում հիմնախնդիր է առաջանում գործարարության հարկման օպտիմալ չափաբաժնի որոշման ուղղությամբ: Մի կողմից, հարկային արտոնությունների սահմանումը և հարկային բեռի թեթևացումը կարող է խթան հանդիսանալ զբոսաշրջության ոլորտի զարգացման համար, սակայն մյուս կողմից, զբոսաշրջության ոլորտում հարկային արտոնությունների ընդլայնումը կարող է հանգեցնել գործարարության մրցակցային դաշտի խաթարմանը, պետությունը հարկային մուտքերի նվազեցմանը, որը կարող է կանխարգելիչ դերակատարում ունենալ ոլորտի հետագա զարգացման համար: Մարզում կան նաև ոլորտի ենթակառուցվածքային այնպիսի կարևորագույն խնդիրներ, ինչպիսիք են բարձրորակ ճանապարհները, տեղեկա-

տվական վահանակները, այցելուների համար նախատեսված հաստատությունները, ինչպիսիք են մաքուր հանրային զուգարանները, որոնք մարզում գրեթե չկան: Նշված խնդիրները մեծ ազդեցություն են ունենում ոլորտի վրա և սրանք այն խնդիրներն են, որոնց լուծման համար հատկապես կարևորում ենք պետության դերն ու աջակցությունը:

Աղյուսակ 3 Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության ոլորտի SWOT մատրիցայի ամփոփ տեսքը:

	Ուժեղ կողմեր	Թույլ կողմեր
Հնարավորություններ	Աճի ռազմավարություն	Հնարավորությունների օգտագործման միջոցով թույլ կողմերի վերացման ռազմավարություն
Սպառնալիքներ	Ուժեղ կողմերի միջոցով սպառնալիքների հաղթահարման ռազմավարություն	Գոյատևման ռազմավարություն

Աճի ռազմավարություն

• Ոլորտում մատուցվող ծառայությունների բարելավման և զբոսաշրջության արդի տեսակների զարգացման հաշվին խթանել նոր շուկաների գրավմանը:

• Պատմամշակութային ժառանգությունը, բնական հուշարձանները, բլրնությունը, ազգային խոհանոցի առանձնահատկությունները նպատակաուղղել պատմամշակութային, էքստրեմալ, ագրոտուրիզմի, էկոտուրիզմի, գաստրոզբոսաշրջության, կրոնական զբոսաշրջության զարգացմանը:

• Ոլորտում մասնավոր և պետական ներդրումների ներգրավում խելամիտ և հիմնավորված բիզնես-ծրագրերի միջոցով:

• Հայկական Սփյուռքի միջոցով բարձրացնել ՀՀ ճանաչելիության մակարդակը աշխարհում:

• Կենտրոնացնել պետական մարմինների ուշադրությունը ոլորտի զարգացմանը խոչընդոտող մարզում առկա այնպիսի խնդիրների լուծման ուղղությամբ, որոնք պետք է լուծում ստանան հենց պետության կողմից:

• Մատուցվող ծառայությունների բարելավում և դրանց համար մրցունակ գների սահմանում հատկապես իրանցի զբոսաշրջիկների հոսքն ավելացնելու համար:

- Սյունիքի մարզի և մայրաքաղաք Երևանի միջև առկա հեռավորության «կրճատում»՝ Կապանի օդանավակայանի վերաբացման հաշվին:

- Խթանել հուշանվերների ոչ միայն տեղում վաճառքը, այլև արտահանումը այլ երկրներ:

Հնարավորությունների օգտագործման միջոցով թույլ կողմերի վերացման ռազմավարություն

- ՀՀ միջազգային կապերի անընդհատ ընդլայնման միջոցով բարձրացնել ՀՀ ճանաչելիության մակարդակը միջազգային հարթակներում:

- Զբոսաշրջության զարգացման համար անհրաժեշտ առկա ռեսուրսները նպատակաուղղել ոլորտի արդի տեսակների զարգացմանը, որի արդյունքում կարելի է առաջարկել զբոսաշրջիկներին բազմազան և դիվերսիֆիկացված զբոսաշրջային փաթեթներ

- Իշխանասարում էքստրեմալ տուրիզմի զարգացմամբ նպաստել դահուկասպորտի զարգացմանը, մեղմել սեզոնայնության խնդիրն ու խթանել երիտասարդ զբոսաշրջիկների այցելությունների ավելացմանը:

- ԳՊՀ-ում "Զբոսաշրջության կառավարում" մասնագիտությամբ ավարտած ուսանողներին ներգրավել ոլորտում աշխատելու համար, նրանց և ուսուցանող համապատասխան մասնագետների միջոցով իրականացնել ոլորտում աշխատող կադրերի վերապատրաստումներ և խթանել նրանց մասնագիտական գիտելիքների և հմտությունների ձեռք բերմանը:

- ԳՊՀ-ում GIS քարտեզագրման ծրագրի միջոցով կարելի է լուծել մարզի քարտեզագրման խնդիրը, քարտեզով գծել զբոսաշրջային արահետներ:

- Գովազդային, պաստառների, բուկլետների և այլ եղանակներով բարձրացնել բնակչության տեղեկացվածության մակարդակը զբոսաշրջության զարգացման կարևորության մասին, սերմանել հասարակության մեջ զբոսաշրջիկների հանդեպ լավագույն վերաբերմունքի ցուցաբերումն ու նրանց հնարավորության սահմաններում օգտակար լինելը:

- Rianair ավիաընկերության՝ ՀՀ-ում գործունեություն ծավալելու հաշվին ավիատոմսերի բարձր գների և ուղիղ չվերթների խնդիրի որոշակի լուծում:

- Պետության ուշադրությունը կենտրոնացնել այնպիսի խնդիրների լուծմանը, ինչպիսիք են միջհամայնքային հասարակական տրանսպորտի բացակայությունը, ավտոճանապարհների բարեկարգումը, մասնավոր հատվածի հետ կապերի ամրապնդումը, հանրային զուգարանների ստեղծումը:

Ուժեղ կողմերի միջոցով սպառնալիքների հաղթահարման ռազմավարություն

• Իրականացվող փառատոների միջոցով, միջազգային ցուցահանդեսներում ՀՀ մասնակցության ապահովմամբ կենտրոնացնել զբոսաշրջիկների ուշադրությունը մեր ազգային ավանդույթների, պատմամշակութային, ոչ նյութական ժառանգության վրա և դրանով մեծացնել հետաքրքրությունը մեր երկրի հանդեպ:

• Մարզի բնական-ռեկրեացիոն ռեսուրսների պահպանում:

• Ոլորտում իրականացվող ծրագրերի, նոր ծրագրերի ընդգրկման, ներդրումների ներգրավման միջոցով նպաստել նոր աշխատատեղերի ստեղծմանն ու արտագաղթի կրճատմանը:

• Ձեռագործ հուշանվերների ստեղծման գործընթացը տեսանելի դարձնել զբոսաշրջիկների համար:

• Իրանի հետ անմիջական սահմանը Սյունիքի տարածքում լինելը օգտագործել իրանցի զբոսաշրջիկներին գրավելու համար:

• Գորիսում, Տաթևում գտնվող տեղեկատվական կենտրոններում զբոսաշրջիկներին տեղեկատվություն տրամադրել ոչ միայն Սյունիքի, այլև ՀՀ այլ մարզերի, տեսարժան վայրերի, մշակույթի, ազգային խոհանոցի մասին:

• Ոլորտում մասնավոր և պետական ներդրումների ներգրավում բազմակողմանի հիմնավորված բիզնես-ծրագրերի միջոցով:

• Պետական որոշակի աջակցություն ոլորտ նոր մուտք գործած սկսնակ գործարարներին:

Գոյատևման ռազմավարություն

• Պետական քաղաքականության կողմնորոշում դեպի բնապահպանական խնդիրների լուծմանը և ոլորտի զարգացման համար անհրաժեշտ ֆինանսական միջոցների ներգրավման ուղիների որոնմանը:

• Զբոսաշրջային արդյունքի դիվերսիֆիկացում և յուրահատուկ զբոսաշրջային փաթեթների ստեղծում զբոսաշրջության մի քանի տեսակների համադրմամբ:

• Մարքեթինգային լուրջ գործունեություն մարզում առկա զբոսաշրջային ներուժի, տեսարժան վայրերի, պատմամշակութային ժառանգության մասին տեղեկատվության տարածման ուղղությամբ, հատկապես համացանցի միջոցով:

- Մրցունակ գների սահմանման քաղաքականություն:
- Նոր կապերի ձեռք բերում և ամրապնդում:
- Միջազգային առաջավոր փորձի ուսումնասիրություն և ներդրում ոլորտում:
- Հավաստի վիճակագրական տվյալների ստացման ուղղությամբ գործողությունների իրականացում:
- Պարբերաբար մոնիթորինգի իրականացում մարզում զբոսաշրջության զարգացման մակարդակը գնահատելու առկա խնդիրները վեր հանելու համար:

Ներկայացնելով և վերլուծելով Սյունիքի մարզի զբոսաշրջության ոլորտը և զարգացման հեռանկարները չէինք պատկերացնում , որ սպառնալիքների մեջ առաջին կետով նշելով պատերազմական գոտին , այդքան արագ և անսպասելի կանդիդատնա մեր մարզի վրա: Ելնելով դրանից այսօր ոչ միայն կաթվածահար է զբոսաշրջության ոլորտը, այլ նաև մեր կյանքը: Կարևոր է հաղթահարել ներկա արհավիրքը և վերադառնալ բնականոն կյանքին:

Գրականության ցանկ

1. Tourism Management, Tutorial Point, 2016.
 2. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма, Учебник. М.: КНОРУС, 2008
 3. Дурович А. П., Организация туризма. Учебное пособие. СПб.: Питер, 2012
 4. Александрова А.Ю. Международный туризм Учебник. М.: Аспект Пресс, 2002.
 5. Tourism Towards 2030/Global Overview Published by the World Tourism Organization, Madrid, Spain, 2011
- Էլեկտրոնային ռեսուրսներ
- ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարություն // www.mineconomy.am
- ՀՀ Արտաքին գործերի նախարարություն // www.mfa.am
- ՀՀ Աշխատանքի և սոցիալական հարցերի նախարարության Զբաղվածության պետական գործակալություն // www.employment.am
- ՀՀ ԱՎԾ պաշտոնական կայք, // www.armstat.am
- Սյունիքի մազրապետարան // www.syunik.mtad.am/
- Հայաստանում Եվրոպական միության պատվիրակություն // eeas.europa.eu/delegations/Armenia/
- IDeA հիմնադրամ // www.idea.am

Շահանե ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ, Սյուզաննա ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ

Սյունիքի մարզում զբոսաշրջության ոլորտի վերլուծությունն ու զարգացման հեռանկարները, մինչ պատերազմը

Բանալի բառեր. Սյունիքի մարզ, զբոսաշրջություն, SWOT վերլուծություն

Սյունիքի մարզում, հատկապես վերջին տարիներին, զբոսաշրջությունը մեծ առաջընթաց է գրանցել, սակայն անհրաժեշտ է ընդգծել նաև, որ այն մարզում համեմատաբար նոր ոլորտ է, որի կայուն զարգացման և մարզի տնտեսության առաջատար ճյուղը դառնալու համար դեռևս անհրաժեշտ է իրականացնել ահռելի աշխատանք, որը պահանջում է մեծաթիվ ներդրումներ: Զբոսաշրջությունը Սյունիքի մարզի տնտեսության հեռանկարային զարգացման հիմնական ուղղություններից մեկն է, որը կարող է ոչ երկարատև ժամանակաշրջանում մարզի տնտեսական կյանքի կարևորագույն ոլորտների շարքում իր որոշիչ տեղն ունենալ: Սա փաստում են առկա վիճակագրական տվյալները, որոնք ապագայի համար կանխատեսում են միայն դրական փոփոխություններ:

Шагане БАГДАСАРИАН, Сюзанна ПЕТРОСЯН

Анализ и перспективы развития сферы туризма в Сюникском марзе до войны

Ключевые слова: Сюникская область, туризм, SWOT анализ

В Сюникской области, особенно в последние годы, туризм прогрессировал, но также следует отметить, что в этой области туризм сравнительно новая сфера, для стабильной развития которой и для того, чтобы стать ведущей отраслью в экономике Сюникской области нужно сделать много работы, требующей большие инвестиции. Туризм - один из основных направлений перспективного развития экономики Сюникской области, который может в течении короткого времени иметь свое решающее место в ряду важнейших сфер для развития экономики области. Это свидетельствуют статистические данные, которые прогнозируют только положительные изменения. Для устранения основных проблем, препятствующих развитию туризма и для улучшения этой сферы в Сюникской области.

Shahane BAGHDASARYAN, Syuzanna PETROSYAN

The analysis of tourism in Syunik marz and prospects of development before the war

Key words: Syunik region, tourism, SWOT analysis

Tourism has registered a great progress in the Syunik region especially during the recent years, but it should be emphasized that it is a relatively new sector in the region, and a lot of work requiring large investments should be carried out for its sustainable development and for becoming the leading branch of the economy of the region. Tourism is one of the main directions of the perspective development of the economy of the Syunik region, which may have a decisive place among the most important spheres of the economic life of the region in a short period of time. This is evidenced by the available statistical data, which predict only positive changes for the future. In conclusion, we can state that we have offered the most important ways to eliminate and improve the problems hindering the development of tourism in the Syunik region.

**ՀՀ ԲԱՆԿԱՅԻՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ XML ՄՈՂԵԼԻ ՖԱՅԼԱՅԻՆ
ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՎ ԱՇԽԱՏՈՂ ԲԱՆԿԱՅԻՆ ՎԵՐ ՍԵՐՎԻՍՆԵՐԻ ՖԱՅԼԱՅԻՆ
ՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ՁԱՓՈՒՆՈՒՄԸ JSON ՄՈՂԵԼԻ**

Վլադիմիր ՄԿՐՏՉՅԱՆ

Տնտեսագիտության թեկնածու

Վահագն ԳԻՇՅԱՆ

ՀԱՊՀ ՏՀՏԷ ինստ. Սինոփսիս ուս. դեպ. ուսանող

Ստեփան ԱԲՐԱՀԱՄՅԱՆ

ՀԱՊՀ ՏՀՏԷ ինստ. Սինոփսիս ուս. դեպ. ուսանող

Բանալի բառեր – XML; JSON; data model; data transfer; file system;

Ներածություն: Ժամանակակից պայմաններում բանկերի տնտեսական դերը հետզհետե ավելի է մեծանում, հետևաբար զարգանում են այն հավելվածները, որոնցով աշխատում են տվյալ բանկային համակարգերը: Հավելվածների զարգացման հետ մեկտեղ թարմացվում/զարգանում են տվյալների և տեղեկատվության հետ կատարվող աշխատանքները, և առաջանում են տեղեկատվության փոխանակման տարբեր տեսակի խնդիրներ: Տեղեկատվության փոխանակումը տարբեր սարքերի և համակարգերի միջև դարձել է անհրաժեշտություն: Մեր օրերում օգտագործվում են թե՛ նոր, թե՛ հին բանկային հավելվածներ ու համակարգեր: Գոյություն ունեն այնպիսի համակարգեր, որոնցում որևէ փոփոխություն կատարելը, կարելի է ասել, անհնարին է, և եթե ոչ անհնարին, ապա անթույլատրելի: Այս հոդվածում կդիտարկենք այդպիսի մի դեպք և դրա լուծման համար առաջարկվող մոդել, որտեղ գոյություն ունի մի համակարգ, որի աշխատանքի հիմքը կազմում են XML ֆայլերը, այլ կերպ ասած, աշխատում է XML ֆայլային համակարգը, սակայն օգտագործողին պետք է վերադարձվի JSON-ի մոդելի տիպի ֆայլեր կամ տեղեկատվություն:

Մեթոդաբանություն: Այսօր բանկային համակարգերի տարածվածությունը մեծ մասշտաբների է հասել. նույնիսկ անհնար է ժամանակակից կյանքը պատկերացնել առանց այդ համակարգերի: Դրանք լինում են տարբեր տեսակի, չափերի ու տարածվածության, սակայն, ժամանակի ընթացքում կորցնում են իրենց ակտուալությունը, եթե պարբերաբար չեն արդիականացվում: Կան որոշ հանգամանքներ, որոնց հետևանքով վերոնշյալ համակար-

գերը կորցնում են իրենց ակտուալությունը: Օրինակ՝ գաղտնիք չէ, որ տեխնոլոգիաները ու հատկապես ծրագրավորման տեխնոլոգիաները 21-րդ դարում զարգանում են շատ արագ տեմպերով ու ենթարկվում էական փոփոխությունների, բացի այդ մեծ է հավանականությունը, որ փոփոխության կենթարկվի հենց այն ոլորտը, որի համար նախատեսված է տվյալ համակարգը կամ հավելվածը, ինչի արդյունքում համակարգը ևս կփոխվի: Արդիականացումը ինքնին նշանակում է տվյալ համակարգերի մոդիֆիկացում կամ որևէ ֆունկցիոնալի փոփոխություն, ինչը կարող է իրականացվել ինչպես կոդի, այնպես էլ տեխնոլոգիաների փոփոխության տեսքով: Հոդվածում առաջարկվում է մի մոդել, որը ենթադրում է մոդիֆիկացիա, բայց այնպիսին, որի արդյունքում համակարգի բիզնես տրամաբանությունը փոփոխության չի ենթարկվի: Եթե դիտարկենք համակարգի փոփոխության մոդելը ճարտարապետական դիզայնի տեսանկյունից, ապա կարող ենք կիրառել միկրոսերվիսային ճարտարապետական մոդելը, քանի որ այդ պարագայում մոդիֆիկացված կամ ավելացված հատվածի փոփոխությունը կամ փոխարինումը մեկ այլով ավելի դյուրին կլինի: Այսպիսով արդյունքում հնարավոր կլինի փոփոխել համակարգի ինչ-որ ֆունկցիոնալ, առանց դրա բիզնես տրամաբանությունը փոփոխելու:

Գրականության ակնարկ: Մինչ JSON մոդելի ի հայտ գալը բանկային օնլայն համակարգերի տվյալները(data)՝ արժեթղթերի ինքնարժեքները, փաստաթղթերը, շահույթը, եկամուտը և այլն, ներկայացվում էին XML մոդելով, որը բերում էր համակարգի արագության անկման և մինչև անգամ տեղեկատվության մասնավոր կորուստի: Ժանանակակից աշխարհում, երբ բիրժային մեծ պայմանագրերը, արժեթղթերի վաճառքը կարող են բերել դրամական արժույթների արժեզրկման և տնտեսական կարևոր փոփոխությունների, դանդաղ և հնացված բանկային օնլայն համակարգերը կարող են բերել շուկայում անմրցունակության: Սակայն մեծ և ծավալուն համակարգերը միշտ չէ, որ տրված ժամկետներում և տրված ռեսուրսների դեպքում իրատեսական կամ ձեռնտու է փոփոխել: Առավել կիրառական է համակարգի հիմքում ընկած xml ֆայլերի փոխարեն աշխատել նույն ինֆորացիան պարունակող, բայց json մոդելի ֆայլերի հետ: Այսինքն, համակարգի ներքին ֆայլերը xml մոդելով են, բայց անհրաժեշտ է հարցմանը որպես պատասխան ուղարկել ոչ թե xml, այլ json տիպի ինֆորմացիա:

JSON և XML մոդելների առավելություններն ու թերությունները: Այժմ պարզաբանենք, թե ինչո՞ւ օգտագործել json, այլ ոչ xml մոդելը: Ե՛վ json, և՛ xml մոդելները ունեն ուժեղ և թույլ կողմեր, կախված նրանից, թե ինչի համար ենք օգտագործում դրանք: Հայտնի է, որ json մոդելի «ուժը» իր պարզության մեջ է, իսկ xml-ինը՝ պահելու ցանկացած տեսքի ինֆորմացիա: Բայց հաշվի առնենք նաև այն, որ json-ով հնարավոր է պահել միայն տվյալների ընդհանուր տեսակները:

XML-ի առավելությունները

1. Փաստաթղթերը դարձնում է տեղափոխելի համակարգերի և ծրագրերի միջով:

2. XML-ը տարանջատում է տվյալները HTML-ից:

3. XML-ը պլատֆորմի փոփոխությունները դարձնում է ավելի հեշտ:

XML-ի թերությունները

1. XML պահանջում է հավելվածի վերամշակում:

2. Դանդաղ է աշխատում:

3. XML-ի սինտաքսը շատ նման է տեքստային հիմքերում ընկած ինֆորմացիայի տիպից, ինչը երբեմն շփոթեցնում է ծրագրավորողին:

4. Տվյալների տիպերի ներքին ապահովում չկա:

5. Կարող է վերամշակման ընթացքում տեղի ունենալ ինֆորմացիայի կորուստ:

6. XML-ը իր հետ ավելորդ սինտաքս է պարունակում:

7. Թույլ չի տալիս օգտատիրոջը ստեղծել սեփական թեգերը:

JSON-ի առավելությունները

1. Հեշտ է գրելը և կարդալը:

2. Հասարակ և պարզ syntax:

3. Հեշտ է ստեղծելն ու կառավարելը:

4. Աջակցվում է (support) ցանկացած JavaScript տարբերակում:

5. Ապահովում է աջակցություն բոլոր բրաուզերներին:

6. Աջակցվում է գրեթե բոլոր Backend տեխնոլոգիաներում:

7. JSON-ը դա տեքստ է, որը կարող է փոխակերպվել JSON-ի ցանկացած JavaScript օբյեկտի և ուղարկել այդ JSON-ը սերվերին:

8. Դուք կարող եք օգտագործել այն ժամանակակից ծրագրավորման լեզուներով:

JSON-ի թերությունները

1. Ոչ մի namespace-ի աջակցություն, հետևաբար վատ ընդարձակելիություն:

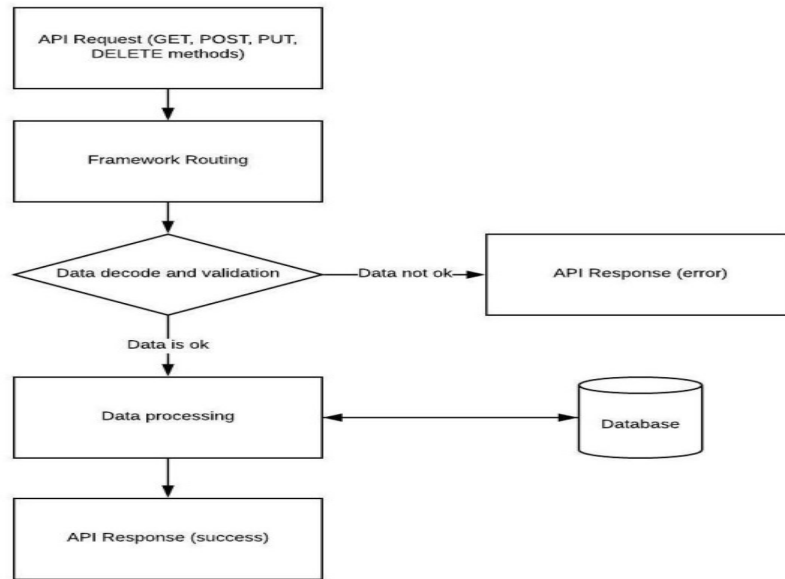
2. Սահմանափակ զարգացման գործիքների աջակցություն:

Բացի այդ, եթե նույն ինֆորմացիան գրենք `և՛ xml`, `և՛ json` մոդելներով, ապա կտեսնենք, որ `json`-ը ավելի քիչ տարածք է զբաղեցնում հիշողության տեսանկյունից:

Օրինակ՝

```
{ "employees": [
  { "firstName": "John", "lastName": "Doe" },
  { "firstName": "Anna", "lastName": "Smith" },
  { "firstName": "Peter", "lastName": "Jones" }
]}
<employees>
<employee>
<firstName>John</firstName> <lastName>Doe</lastName>
</employee>
<employee>
<firstName>Anna</firstName> <lastName>Smith</lastName>
</employee>
<employee>
<firstName>Peter</firstName> <lastName>Jones</lastName>
</employee>
</employees>
```

Բայց սա ամենակարևոր տարբերությունը չէ. ամենահիմնավոր պատճառը, թե ինչու օգտագործել `json`, այլ ոչ `xml`, հետևյալն է: Ներկայումս `frontend`-ի համար օգտագործվող տեխնոլոգիաների մեծամասնությունը `Javascript` լեզվով են: `Json`-ը հենց `Javascript` է, իսկ `xml`-ը պետք է կոնվերտացվի ու դառնա `Javascript`: Այսինքն նույնիսկ եթե հաշվի չառնենք այն հանգամանքը, որ `json`-ը նույն տեղեկատվության համար ավելի քիչ հիշողության տարածք է օգտագործում, ապա զուտ այն փաստը, որ `xml`-ը `Javascript` դարձնելու համար պահանջվում է կատարել լրացուցիչ գործողություններ, որոնք ժամանակատար և ռեսուրսատար կարող են լինել մեծ տեղեկատվության պարագայում, բավարար է, որպեսզի նախապատվությունը տրվի `json`-ին:



Նկար 1. Վեբ համակարգի աշխատանքի պարզագույն ալգորիթմը

Վերլուծություն: Դիտարկենք վեբ համակարգերի աշխատանքի պարզագույն ալգորիթմը: Սա համարվում է մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելի համակարգերի աշխատանքի սկզբունքը: Ու եթե մոդիֆիկացնելու կամ ինչ-որ հատվածը մեկ այլով փոխարինելու անհարժեշտություն է առաջանում, ապա պետք է բացել ընդհանուր համակարգի կոդերը և դրանք փոփոխել: Վերջինս կարող է անդառնալի հետևանքների հանգեցնել:

Այդպիսի խնդիրներից օգնում է խուսափել միկրոսերվիսային ճարտարապետական մոդելը: Ինչո՞ւմն է կայանում միկրոսերվիսային համակարգի իմաստը. մի համակարգի փոխարեն աշխատում են տարբեր չափերի ու տեսակի համակարգեր, որոնք էլ իրար հետ փոխհամագործակցելով կազմում են ընդհանրացված համակարգը: Այսպիսով, եթե անհրաժեշտություն է առաջանում փոփոխել համակարգի ինչ-որ ֆունկցիոնալ մեկ ուրիշով, կամ մոդիֆիկացնել տվյալ համակարգի ինչ-որ մաս, ապա ամբողջ համակարգում փոփոխություններ մտնեցնելու փոխարեն կարող ենք փոփոխել միայն կոնկրետ սերվիսը, ինչի արդյունքում էլ սխալվելու հավանականությունը կփոքրանա, և հետագայում այն բաց կլինի փոփոխություններ կատարելու համար:

Մոդելի աշխատանքի նկարագրությունը: Խնդրի լուծման մոդելը հետևյալն է: Մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելի փոխարեն օգտագործում ենք միկրոսերվիսային մոդել: Հիմնական մոնոլիտ համակարգը բաժանում ենք որոշակի մասերի, որոնցից յուրաքանչյուրը ունի իր ուրույն խնդիրը: Այս պարագայում այն կբաժանենք 2 մասի՝ առաջին մասը, որը զբաղված կլինի հիմնական գործառույթներով, և երկրորդը մասը, որը կոնկրետ կլուծի xml ֆայլերը json մոդելի բերելու հարցը:

Առանձին սերվիսը պետք է պարունակի հետևյալ ֆունկցիոնալները՝

- պարզել՝ արդյոք ֆայլային համակարգում կա տվյալ ֆայլը json մոդելով
- եթե այո, ապա վերադարձնել այդ ֆայլը
- եթե ոչ, ապա կատարել կոնվերտացիայի համար նախատեսված գործողություններ՝

1. պարզել ֆայլի տիպը,

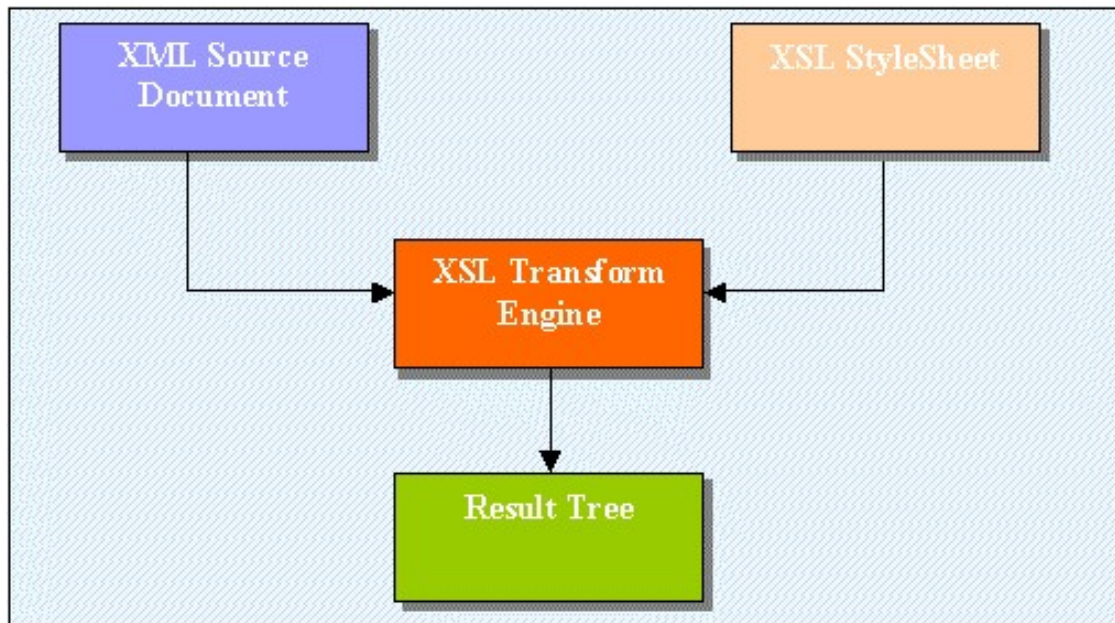
2. հարցում կատարել տվյալների բազա և ստանալ տվյալ տիպին համապատասխան xsl-ը, եթե չկա այդպիսին, ապա հաղորդագրություն ուղարկել համակարգի ադմինիստրացիային, որ այդպիսի տող տվյալների բազայում գոյություն չունի, և օգտատիրոջը պատասխանել error հաղորդագրությամբ,

3. ստացված աղյուսքը և տվյալների բազայից ստացված xsl-ը օգտագործելով՝ տեղեկատվությունը անցկացնել xsl transform engine-ով և ստանալ վերջնական xml արդյունք,

4. օգտագործելով միկրոսերվիսի տեխնոլոգիաները և ծրագրավորման լեզուն՝ ստացված արդյունքը կոնվերտացնել json մոդելի,

5. պահպանել ֆայլային համակարգում տվյալ տեղեկությունով ֆայլը:

Հայաստանում բանկային համակարգերի մեծամասնությունը կառուցված է եղել XML մոդելի հիման վրա և միայն հիմա նրանց որոշ մասեր փոփոխվում են JSON մոդելի: Եթե միկրոսերվիսը ստանում է JSON մոդել արագագործության համար, սակայն ինֆորմացիան պահպանված է XML մոդելով, ապա անհրաժեշտություն է առաջանալու փոխակերպել մի մոդելը մյուսով կիրառման համար ամեն անգամ, կամ պահել միաժամանակ երկու մոդելները: Մենք պետք է հաշվի առնենք, որ բանկային բարդ և մեծ համակարգերում տարբեր միկրոսերվիսներ կարող են օգտագործել այդ տվյալները և նրանցից մեկի առհասարակ բացառումը կբերի համակարգի անաշխատության:



Նկար 2: XSL transform engine-ի աշխատանքի սկզբունքը

XML-ը նշագրման լեզու է, սակայն հաճախ նաև կիրառվում է տվյալների ներկայացման համար, իսկ JSON-ը, լինելով JS օբյեկտ կողմնորոշված ծրագրավորման մի մաս, հարմարավետ է բանկային համակարգերի ինֆորմացիաներ պահպանելու համար:

Մի պրոբլեմում մի մոդելով տեսակը կարող է մշակվել մեկ բոպե, իսկ մյուս մոդելով տեսակը՝ մի քանի օր, հետևաբար կախված բիզնես պրոցեսի բարդությունից, կարելի է ընտրել՝ որ մոդելն է առավել հարմար:

Բացի այս կետերից միկրոսերվիսը պետք է կատարի որոշակի գործառույթներ ևս.

- Եթե տվյալ ֆայլի տիպի xsl-ում կա փոփոխություն, ապա այն բոլոր ֆայլերը, որոնք պատկանում են տվյալ տիպին պետք է նորից անցնեն կոնվերտացիայի փուլերը:

- Եթե կոնկրետ ֆայլի xml մոդելով տեսակը փոփոխման է ենթարկվել, ապա այդ ֆայլի json մոդելով տեսակը ջնջել և նորից անցնել կոնվերտացիայի փուլերով:

Եզրակացություն: Ներկայումս աշխատող հին բանկային համակարգերի, և ինչու ոչ, նաև որոշ նոր բանկային համակարգերի խնդիրը նրանց մոդիֆիկացիայի համար փակ լինելու մեջ է: Բանկային համակարգի հիմքում ճիշտ մոդելների ընտրությունը բերում է վերջինիս անվտանգության և արագագործության մեծացման, ինչի արդյուքնում համակարգը միևնույն ժամանակում ավելի շատ գործարքներ է կարողանում կատարել: Հոդվածում առաջարկված մոտեցումը կարելի է օգտագործել ոչ միայն բանկային, այլև պետական և դատական համակարգերում, եթե դրանք բավարարում են հետվյալ սկզբունքներին՝

- աշխատում են xml մոդելի ֆայլերի հետ,
- գրվել են որոշ ժամանակ առաջ և հիմա անիրական է դրանց փոփոխելը:

Ցանկացած համակարգ կարելի է փոփոխության ենթարկել այնքանով, ինչքանով մեզ թույլ կտան այդ համակարգի ֆունկցիոնալ պահանջները, սակայն միշտ չէ, որ փոփոխություն կատարելը ճիշտ որոշում է: Երբեմն ավելի ճիշտ է նորից գրել տվյալ համակարգը, քան այն փոփոխել:

Գրականության ցանկ

- B. Matthias, “Restful Api Design”, CreateSpace Independent Publishing Platform, ISBN-10: 1514735164, ISBN-13: 978-1514735169, 2016
- Z.U. Haq, G.F. Khan and T. Hussain, “A Comprehensive analysis of XML and JSON web technologies”, New Developments in Circuits, Systems, Signal Processing, Communications and Computers, pp. 102-109, 2013
- H. S. Paddal and G. K. Gupta, “Analysing Impact of Delimiters on the Size of JSON Data Interchange Format”, International Research Journal of Engineering and Technology, Vol. 2, No. 8, -ISSN: 2395-0056, www.irjet.net, 2015
- A. Simec and M. Maglicic, “Comparison of JSON and XML Data Formats”, Central European Conference on Information and Intelligent Systems; Varazdin, Croatia, pp. 272-275, 2014
- D. Peng, L.Cao, and W Xu, “Using JSON for Data Exchanging in Web Service Applications”, Journal of Computational Information Systems 7: 16, ISSN 5883-5890, 2011
- W3C Document Object Model. W3C, 2005. <http://www.w3.org/DOM>

**Վլադիմիր ՄԿՐՏՉՅԱՆ, Վահագն ԳԻՇՅԱՆ, Ստեփան ԱԲՐԱՀԱՄՅԱՆ
ՀՀ բանկային համակարգում XML մոդելի ֆայլային համակարգով
աշխատող բանկային վեբ սերվիսների ֆայլային համակարգի
ձևափոխումը JSON մոդելի**

Բանալի բառեր. XML, JSON, տվյալների մոդել, տվյալների փոխանցում, ֆայլային համակարգ

Տեղեկատվության փոխանակումը տարբեր սարքերի և համակարգերի միջև դարձել է անհրաժեշտություն: Մեր օրերում օգտագործվում են թե՛ նոր բանկային հավելվածներ ու համակարգեր, թե՛ հին: Գոյություն ունեն այնպիսի համակարգեր, որոնցում որևէ փոփոխություն կատարելը, կարելի է ասել, անհնարին է, և եթե ոչ անհնարին, ապա անթույլատրելի: Այս հոդվածում կդիտարկենք այդպիսի մի դեպք և դրա լուծման համար առաջարկվող մոդել, որտեղ գոյություն ունի մի համակարգ, որի աշխատանքի հիմքը կազմում են XML ֆայլերը, այլ կերպ ասած աշխատում է XML ֆայլային համակարգի հետ, սակայն օգտագործողին պետք է վերադարձվի JSON-ի մոդելի տիպի ֆայլեր կամ տեղեկատվություն:

**Vladimir MKRTCHYAN, Vahagn GISHYAN, Stepan ABRAHAMYAN
Conversion of XML model-based banking web file system to JSON model**

Key words: XML; JSON; data model; data transfer; file system

The exchange of information between different devices and systems(frames) has become a necessity. Nowadays, both old and new banking applications and systems are used. There are certain systems where making any changes to those is either impossible or simply not allowed. This article will address a similar case and purpose a solution model for it, where there is a system based on XML files, in other words, it works with XML file system, however, the information returned to the user must either be JSON model-based files or data.

**Владимир МКРТЧЯН, Ваагн ГИШЯН, Степан АБРААМЯН
Преобразование файловой системы веб-банкинга из модели XML в модель JSON**

Ключевые слова: XML; JSON; модель данных; Передача данных; файловая система

Обмен информацией между различными устройствами «системами» стал необходимостью. В настоящее время используются как новые, так и старые банковские приложения и системы. Существуют системы, в которых любое изменение можно назвать невозможным или недопустимым. В этой статье мы рассмотрим один случай: предлагаемую модель для его решения, где есть система на основе файлов XML, то есть она работает с файловой системой XML, но пользователь должен вернуть файлы или информации типа модели JSON.

**ՀՀ ԳՈՐԾԱԶՐԿՈՒԹՅԱՆ ՄԱԿԱՐԴԱԿԻ ՎՐԱ ՄԱԿՐՈՏՆՏԵՍԱԿԱՆ
ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐԻ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅԱՆ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ**

Քնարիկ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ

Տնտ. գիտ. թեկ., ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի դոցենտ,
Միքայել ՆԱՎԱՍԱՐԴՅԱՆ
ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի մագիստրանտ

Բանալի բառեր. աշխատանքի շուկա, վեկտոր ավտոռեգրեսիոն մոդել, շուկի ազդեցության փոխանցումային մեխանիզմ

Աշխատանքի շուկայում հավասարակշռություն է հաստատվում, երբ աշխատանքի առաջարկն ու պահանջարկը հավասարվում են: Աշխատանքի առաջարկի վրա մեծապես ազդում են աշխատավարձի մակարդակը, առաջընթացի սպասումները, աշխատունակ տարիքում և կարգավիճակում գտնվող բնակչության սոցիալական և ժողովրդագրական կառուցվածքը, այլ գործոններ: Բնակչության համեմատաբար ցածր կենսամակարդակ ունեցող երկրների համար առավելապես կարևորվում է աշխատանքի պահանջարկի վրա ազդող գործոնների վերլուծությունը, քանի որ այդ երկրների աշխատանքի շուկաներում առավելապես աշխատանքի առաջարկն է «<ենթարկվում>> պահանջարկին: Մակրոմակարդակում աշխատանքի պահանջարկի վրա ազդող հիմնական գործոններից են մակրոտնտեսական իրավիճակը, աշխատանքը կապիտալով փոխարինելու հնարավորությունները, կառավարության քաղաքականությունը և օրենսդրական դաշտը¹:

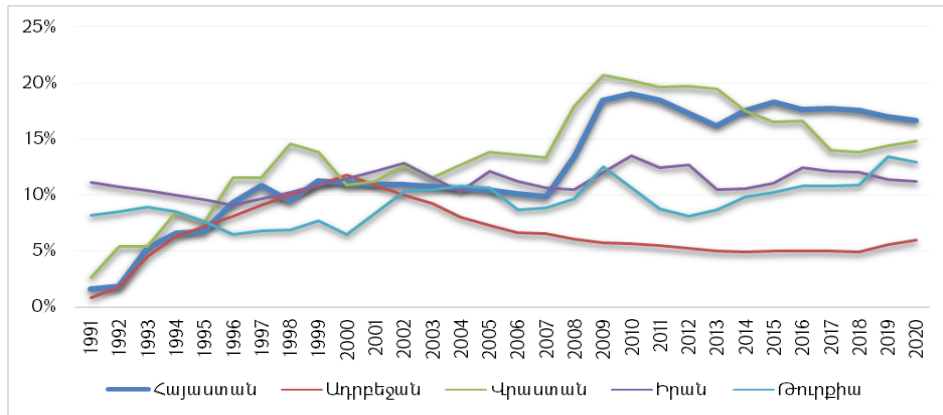
Աշխատանքի շուկայում հավասարակշռության հաստատման մեխանիզմի ու գործընթացի վրա ազդող տնտեսական շատ երևույթներ սերտորեն փոխկապակցված են: Ուստի, բացահայտելով ուսումնասիրվող երևույթի կամ օբյեկտի վրա ազդող գործոնները, դրանց ազդեցության ուղղությունները, ժամկետները և ազդեցության այլ կարևոր հատկանիշներ, կարող ենք ավելի հստակ պատկերացում կազմել դրա մասին:

2019թ. «Գելլափ» միջազգային ասոցիացիայի հայաստանյան գրասենյակի կազմակերպված «Ըստ Ձեզ՝ ներկա պահին որո՞նք են մեր պետության առջև կանգնած ամենակարևոր 3 խնդիրները» հարցմանը մասնակցած 1517

¹ Е.А. Кобец, Факторы, влияющие на рынок труда, Инновационная наука №7-8, 2016, с. 70

քաղաքացիներից 34.1%-ը նշել է, որ դա գործազրկությունն է, գրեթե նույնքանը, որ դա աշխատավարձերի և թոշակների ցածր լինելն է, 32.8%-ը՝ տընտեսական բարդ վիճակը և 7%-ը՝ կոռուպցիան¹:

Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության (այսուհետ՝ ԱՄԿ) հրապարակած տվյալներով՝ անկախության տարիներից սկսած գործազրկության մակարդակը ՀՀ-ում սկսել է աճել՝ պայմանավորված մի շարք օբյեկտիվ և սուբյեկտիվ պատճառներով: 2000-2007թթ. գործազրկության մակարդակը եղել է հարաբերական կայուն և գտնվել է 10-11%-ի սահմաններում, սակայն այդ կայունությունը խաթարվել է սկսած 2008թ-ից, հիմնականում պայմանավորված համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամով, հետագայում արդեն՝ հետճգնաժամային երևույթների ի հայտ գալով:



Գծապատկեր 1. ՀՀ և հարևան պետությունների գործազրկության մակարդակները (%)²

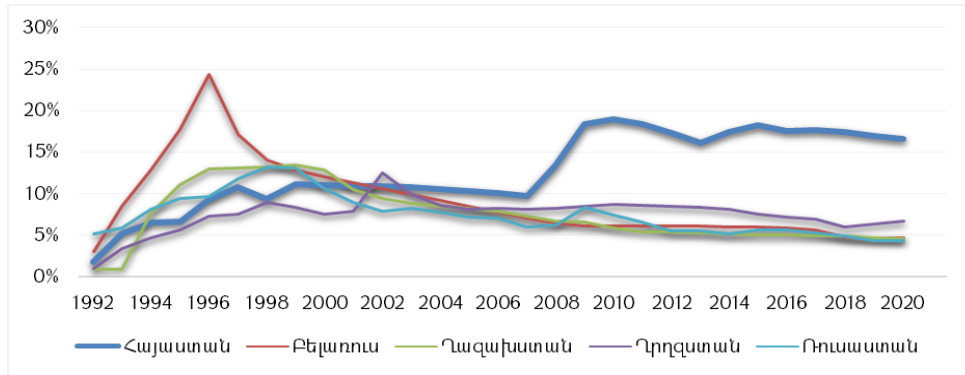
ԱՄԿ-ը կիրառում է մի շարք էկոնոմետրիկ մոդելներ այն երկրների գործազրկության մակարդակների ժամանակային շարքերը լրացնելու համար, որոնք դեռ չեն հրապարակել համապատասխան ցուցանիշները: Օրինակ՝ տվյալ տարվա ապագա եռամսյակների տվյալներ ստանալու համար կիրառվում է ARIMA (Auto Regressive Integrated Moving Average) մոդելը³: Գծապատկեր 1-ի տվյալներից երևում է, որ 2014թ-ից ի վեր Հայաստանը տարածաշրջանի երկրներին զիջում է գործազրկության մակարդակի ցուցանիշով,

¹ <https://gallup.am/>

² <https://data.worldbank.org/>

³ ILO modelled estimates – methodological overview, p. 1, 5, <https://www.ilo.org>

չնայած այն հանգամանքին, որ մեր երկրում այն վերջին 4 տարիներին նվազման միտում ունի: 2003թ. ի վեր Հայաստանում գործազրկության մակարդակն ավելի բարձր է քան ԵԱՏՄ անդամ գործընկեր պետություններում, ի դեպ, ցուցանիշների տարբերությունները միջին հաշվով ավելի մեծ են, քան տարածաշրջանի երկրներում: Նկատենք նաև, որ 2008թ. ճգնաժամը քննարկըվող ցուցանիշի վրա ավելի մեծ ազդեցություն ունեցել է Հայաստանում, քան վերոնշյալ երկու խմբերի պետություններից որևէ մեկում: 2009թ. սկսած գործազրկության մակարդակը տատանվում է 16-19%-ի շրջանակներում, իսկ ԵԱՏՄ անդամ մյուս երկրներում՝ 4.5-8.5%-ի միջակայքում:



Գծապատկեր 2. ԵԱՏՄ անդամ պետությունների գործազրկության մակարդակները (%)¹

Հաշվի առնելով տարածաշրջանային և հիմնական տնտեսական գործընկեր երկրների հետ համեմատած Հայաստանում գործազրկության առավել բարձր մակարդակը, տվյալ ցուցանիշի գծով համաշխարհային անմխիթար դիրքը՝ (12/189)², ինչպես նաև վերոնշյալ հարցման արդյունքներով հարցվածների կողմից գործազրկությունը, որպես առաջնային մակրոտնտեսական հիմնախնդիր համարելը, կարող ենք պնդել, որ Հայաստանում աշխատանքի շուկայում առկա է անհավասարակշռության բավականին մտահոգիչ իրավիճակ: Ուստի անհրաժեշտ համարելով գնահատել աշխատանքի շուկայի հավասարակշռության, բնականաբար նաև գործազրկության մակարդակի վրա ազդող մակրոտնտեսական մի շարք ցուցանիշների ազդեցությունը՝ իրականացրել ենք էկոնոմետրիկ վերլուծություն, մասնավորապես՝ մշակել ենք վեկ-

¹ <https://data.worldbank.org/>

² Նույն տեղում

տոր ավտոռեգրեսիոն մոդել, որն ամենահաջող, ճկուն և դյուրին օգտագործվող մոդելներից մեկն է՝ բազմաչափ ժամանակային շարքերի վերլուծության համար: Ապացուցվել է, որ դա հատկապես օգտավետ է տնտեսական և ֆինանսական փոփոխականների ժամանակային շարքերի դինամիկ վարքագիծը նկարագրելու և կանխատեսելու համար¹: Այսպիսով այն մեզ թույլ կտա գընահատել գործազրկության վրա ազդող շոկերը:

Մակրոտնտեսական ցուցանիշներից և դրանց քանակական բնութագրիչներից առանձնացվել են այն հիմնականները, որոնք լավագույնս են համակարգ կազմում գործազրկության մակարդակի և միջին աշխատավարձի հետ. դրանք են՝ գործազուրկների թվաքանակը (1000 մարդ), միջին աշխատավարձը (1000 դրամ) 50 և ավելի աշխատող ունեցող կազմակերպություններում, ՀՆԱ աճի տեմպը (%), արտահանումը (մլն ԱՄՆ դոլար), դրամ/դոլար և դրամ/ռուբլի փոխարժեքները: Հաշվի առնելով կիրառվող մոդելի տեխնիկական պահանջները՝ կապված տվյալների շարքի երկարության հետ, ընտրվել են 2003-2020թթ. ընդգրկող եռամսյակային տվյալները: Մշակված մոդելում լազր ընտրված է 4 ժամանակաշրջան՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ քիչ լազերի ընտրությունը բացառում է դինամիկայի ընգրկումը հաշվարկվող համակարգում² և ընտրված ցուցանիշներով հաշվարկված մոդելի որակային գնահատականները լազի այսպիսի արժեքի ընտրության դեպքում լավագույնն են (Աղյուսակ 1):

Աղյուսակ 1. Լազի ընտրության տեղեկատվական չափանիշները (*-ով նշվում է օպտիմալ լազը՝ ըստ հանմապատասխան տեղեկատվական չափանիշի)³

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-1154.547	NA	3.27e+15	52.75212	52.99542	52.84235
1	-977.2269	298.2195	5.40e+12	46.32850	48.03159*	46.96008
2	-930.9953	65.14445	3.72e+12	45.86342	49.02631	47.03637
3	-891.9030	44.42309	4.17e+12	45.72287	50.34554	47.43718
4	-809.0993	71.51233*	8.67e+11*	43.59542*	49.67789	45.85109*

Մշակված VAR մոդելի ընդհանրացված տեսքը հետևյալն է՝

¹ Sune karlsson, Farrukh Javed, Modeling and Forecasting Unemployment Rate In Sweden using various Econometric Measures, Örebro University, 2016, p. 17

² Ekrame Boubtane, Dramane Coulibaly, Christophe Rault, Immigration, Growth and Unemployment: Panel VAR Evidence from OECD Countries, Discus. Paper No. 6966, October 2012, p. 14

³ Հեղինակային հաշվարկներ՝ Eviews վիճակագրական փաթեթի միջոցով

$$Y_t = A(L)Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

որտեղ Y_t -ն էնդոգեն փոփոխականների վեկտորն է, A -ն՝ գործակիցների մատրիցը, L -ը արտացոլում է ընտրված լագերը, իսկ ε_t -ն մնացորդների վեկտորն է, որոնք ավտոկոռելացված չեն (համաձայն Autocorrelation LM test-ի): Մոդելում էնդոգեն փոփոխականների վեկտորն ունի հետևյալ տեսքը.

$$Y_t = [GDP_ABS_t, SALARY_50_t, GDP_GR_t, EXPORT_t, EX_RUB_t, EX_USD_t]$$

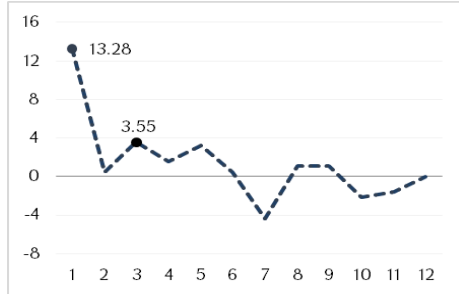
Փոփոխականների փոխառնչությունների որևէ սահմանափակում չի կիրառվել՝ համակարգի ազատ վարքագիծն ուսումնասիրելու նպատակով: Մոդելը բավարարում է ստացիոնարությունը բնութագրող կայունության պայմանին: Ակնառու է մեկ հետաքրքիր փաստ ևս. որոշ դեպքերում շոկերը նշանակալի են միայն առանձին եռամսյակների դեպքում¹, որն էլ գծապատկերներին տալիս է ցիկլային տեսք: Վերլուծության ընթացքում առավելապես կանդրադառնանք ընդհանուր միտումներին, այլ ոչ թե կոնկրետ եռամսյակներին, որոնց վրա ազդեցությունն ավելի նկատելի է:

Գծապատկերներ 3-8-ում ներկայացված են մոդելում ներառված բոլոր փոփոխականների 1 միավոր ստանդարտ շեղման չափով շոկերի ազդեցությունները գործազուրկների թվաքանակի վրա: Նկատենք, որ արձագանքները համապատասխան շոկերին հիմնականում բավականին նկատելի են և երկարաժամկետ բնույթ են կրում:

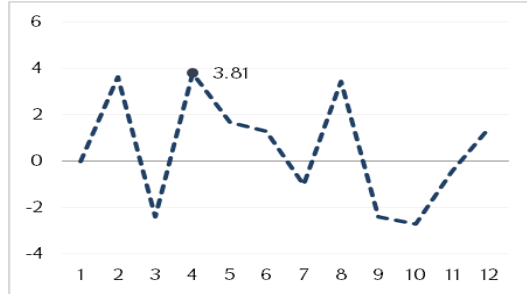
Այսպես՝ գործազրկության մակարդակը սեփական՝ 1 միավոր ստանդարտ շեղման (13.28 հազար մարդ) չափով դրական շոկի նկատմամբ թերզգայուն է, այսինքն՝ գործազուրկների թվաքանակի ավելացման իներցիան նշանակալի չէ: Դրա՝ նշված չափով ավելացումը պիկում կհանգեցնի նույն ցուցանիշի 3.55 հազարով ավելացման, ընդ որում՝ ազդեցությունից հետո ոչ անմիջապես՝ 3-րդ եռամսյակում: Իսկ շոկի ազդեցությունը գրեթե զրոյանում է 3 տարի անց: Գործազրկության մակարդակի արձագանքը աշխատավարձի շոկին՝ բարձրացմանը 6539 դրամով, դրական է, այսինքն՝ գործազուրկների թվաքանակը կավելանա՝ պիկում շուրջ 3.8 հազարով: Որքան աշխատավարձերի մակարդակը բարձր է, այնքան աշխատանքի պահանջարկ ներկայացնող հատվածը քիչ շահագրգռված կլինի ներգրավել նոր աշխատողներ՝ առա-

¹ Hilde Christiane Bjørnland, VAR Models in Macroeconomic Research, Statistisk sentralbyrå N-2225 Kongsvinger, Norway, October 2000, p. 20,

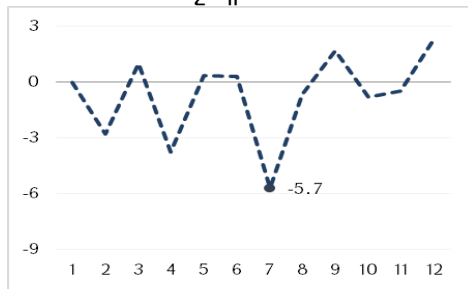
ջացնելով գործազրկություն և կադրերի թերօգտագործում: Սակայն այս միտումը փոխվում է 2 տարի անց: Աշխատողների թվաքանակի կրճատման արդյունքում թուլանում է գործարար հատվածի արտադրական ներուժը՝ կըրճատելով համախառն արտադրանքը, որն էլ ստիպում է արտադրողներին ընդլայնել արտադրության ծավալները և ներգրավել նոր աշխատողներ:



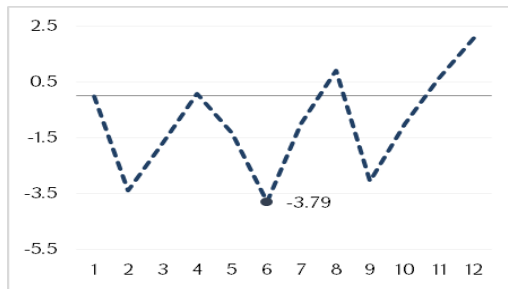
Գծապատկեր 3. Գործազուրկների թվաքան. արձագանք սեփական շուկին¹



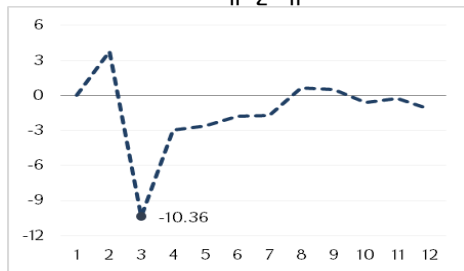
Գծապատկեր 4. Գործազուրկների թվաքանակի արձագանքը աշխատավարձի շուկին



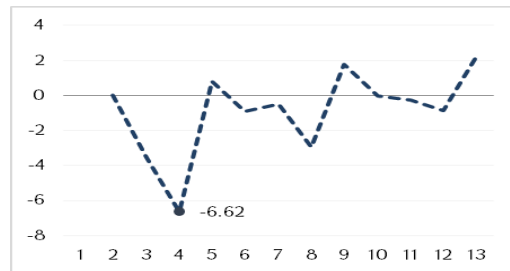
Գծապատկեր 5. Գործազուրկների թվաքան. արձագանքը ՀՆԱ աճի տեմպի շուկին



Գծապատկեր 6. Գործազուրկների թվաքանակի արձագանքը արտահանման շուկին



Գծապատկեր 7. Գործազուրկների թվաքանակի արձագանքը դրամ/դոլար փոխարժեքի շուկին



Գծապատկեր 8. Գործազուրկների թվաքանակի արձագանքը դրամ/ոտուբլի փոխարժեքի շուկին

¹ www.armstat.am, www.cba.am տեխ. լուծումները՝ հեղինակի (թուր գծապատկերներում)

ՀՆԱ-ի 0.03% դրական շուկի դեպքում գործազուրկների թվաքանակը պիկում՝ 7-րդ եռամսյակում, նվազում է մոտ 5.7 հազարով: Արձագանքը շուկին չեզոքանում է միայն 5 տարի անց: Արտահանման մոտ 31 մլն ԱՄՆ դոլարին համարժեք 1 միավոր ստանդարտ շեղման չափով դրական շուկը տրամաբանորեն դրական է ազդում. գործազուրկությունը նվազում է: Արձագանքները գնալով մեղմանում են 5 տարի անց միայն, բայց ամբողջությամբ չեն մարում:

Դրամ/դոլար և դրամ/ռուբլի փոխարժեքների համապատասխանաբար 7.6 և 0.4 կետով արժեզրկումները հանգեցնում են գործազուրկների թվաքանակի նվազման՝ պիկում շուրջ 10.36 և 6.62 հազարով: Փոխարժեքի թուլացման պայմաններում առավել ձեռնտու է արտադրել և օգտվել տեղական արտադրանքից, քան ներմուծել հումք ու պատրաստի արտադրանք: Ավելին, տեղական արտադրանքը էժանանում է միջազգային շուկաների համար, որի դեպքում տեղական արտադրողները կրնալայնվեն՝ բավարարելու համար արտաքին պահանջարկը: Այսպիսով, կավելանա նաև զբաղվածության մակարդակը: Նկատենք նաև դրամ/դոլար փոխարժեքի նկատմամբ առավել զգայուն են արձագանքները՝ պայմանավորված է տնտեսության դոլարայնացման մակարդակով: 2020թ. օգոստոսի 1-ի դրությամբ դոլարով վարկերի և ավանդների կշիռները համապատասխան պորտֆելներում կազմել են 49.7% և 53.5%¹:

Առանձնացնելով գործազուրկների թվաքանակի վրա ազդող որոշ գործոններ, գնահատելով և վերլուծելով դրանց ազդեցության բնույթներն ու ժամկետները՝ կարող ենք եզրակացնել, որ.

- քննարկվող գործոնների շուկերը գործազուրկների թվաքանակի վրա մեծ մասամբ ազդում են որոշակի ընդհատումներով, այսինքն՝ սեզոնայնությամբ պայմանավորված տատանումներով,

- գործազուրկների թվաքանակի պիկում ամենամեծ արձագանքները (չըհաշված սեփական շուկից առաջինը) արձանագրվել են աշխատավարձի և դրամ/դոլար փոխարժեքի շուկերից՝ համապատասխանաբար 3.81 հազար գործազուրկի ավելացում և 10.36 հազարով նվազում,

- դիտարկված դեպքերում ազդեցությունները առավել երկարաժամկետ բնույթ են կրում միջին աշխատավարձի, արտահանման, դրամ/դոլար փոխարժեքի շուկերից:

¹ <https://www.cba.am/>

Քնարիկ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ, Միքայել ՆԱՎԱՍԱՐԴՅԱՆ

ՀՀ գործազրկության մակարդակի վրա մակրոտնտեսական ցուցանիշների ազդեցության գնահատումը

Բանալի բառեր. աշխատանքի շուկա, վեկտոր ավտոռեգրեսիոն մոդել, շոկի փոխանցումային մեխանիզմ

Հաշվի առնելով Աշխատանքի Միջազգային Կազմակերպության, տեղական տեղեկատվական աղյուսների և «Գելլափ» միջազգային ասոցիացիայի հրապարակած տվյալները՝ կարող ենք պնդել. Հայաստանում գործազրկությունը եղել է և շարունակում է մնալ լուրջ հիմնախնդիր, և ընդհանրապես, երկրում աշխատանքի շուկայի անհավասարակշռության բավականին մտահոգիչ իրավիճակ է: Աշխատանքում իրականացվել է ՀՀ գործազրկության համեմատական վերլուծություն, բացահայտվել է մակրոմակարդակում ՀՀ աշխատանքի շուկայի վրա ազդող հիմնական գործոնները, վեկտոր ավտոռեգրեսիոն մոդելի միջոցով գնահատվել են դրանց ազդեցության բնույթները և ժամկետները:

Кнарик ВАРДАНЯН, Микаел НАВАСАРДЯН

Оценка влияния макроэкономических показателей на уровень безработицы в Республике Армения

Ключевые слова: рынок труда, векторная модель авторегрессии, механизм передачи влияния шока

Учитывая данные, опубликованные Международной организацией труда, местными информационными агентствами и Международной ассоциацией «Геллап», можем утверждать: безработица в Армении была и продолжает оставаться серьезной проблемой, и вообще, на рынке труда страны - довольно тревожная ситуация дисбаланса. В работе был проведен сравнительный анализ безработицы в Армении, выявлены основные факторы, влияющие на рынок труда РА на макроуровне, посредством векторной модели авторегрессии были оценены характер и сроки их влияния. Для определения поведения рынка и понимания реакции на соответствующие шоки были представлены механизмы передачи шоков.

Knarik VARDANYAN, Michael NAVASARDYAN

Assessing the impact of macroeconomic indicators on the level of unemployment in RA

Key words: labour market, vector autoregression model, shock transmission mechanism

Taking into account the data published by the International Labour Organization, local information bureaus and Gallup International Association, we can insist that the unemployment in Armenia continues to be a serious problem. In the work there is conducted a comparative analysis of Armenia unemployment, identified the main factors at the macro level affecting the labour market of the country, the nature and timing of their impact are estimated as well through a vector autoregression model. To determine the market behaviour and understand the responses to the corresponding shocks, we also represent the mechanisms of shock transmissions and their theoretical justifications.

**ՀՀ ՏԱՐԱԾՔԱՅԻՆ ԱՆՀԱՄԱԶԱՓ ՍՈՑԻԱԼ-ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄԸ
ԲՆՈՒԹԱԳՐՈՂ ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐԻ ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԱՅԻՆ ԵՎ ԴԻՆԱՄԻԿ
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ**

Համազասպ ԳԱԼՍՅԱՆ

Տնտեսագիտության թեկնածու

Գագիկ ԲԱԴԱԴՅԱՆ

ՀՊՏՀ կառավարման ամբիոնի մագիստրանտ

Կամո ԴԱՎԹՅԱՆ

ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի մագիստրանտ

Բանալի բառեր. Տարածքային միավոր, կայուն զարգացում, սոցիալ-տնտեսական համակարգ, անհամաչափ զարգացում, տարածքային քաղաքականություն

Ներածություն: Տարածքային զարգացման քաղաքականությունը, լինելով երկրի տնտեսական զարգացման քաղաքականության կարևորագույն բաղադրիչներից մեկը, իր արտացոլումն է գտնում մի շարք իրավական ակտերում: Ավելին, յուրաքանչյուր կառավարություն, գալով իշխանության, օրակարգ է բերում իր ծրագիրը, որում անպայմանորեն անդրադարձ է կատարվում տարածքային քաղաքականությանը: Պետք է արձանագրել, որ տարածքային համաչափ զարգացման ապահովումը ոչ թե որևէ կառավարության կամքի դրսևորման ձև է, այլ ՀՀ Սահմանադրությամբ ամրագրված կարևորագույն գործառույթ: Մասնավորապես, համաձայն ՀՀ Սահմանադրության հոդված 86-ի 10-րդ կետի՝ տնտեսական, սոցիալական և մշակութային ոլորտներում պետության քաղաքականության հիմնական նպատակներից մեկը տարածքային համաչափ զարգացման ապահովումն է:¹

Թեև վերջին երկու տասնամյակում ՀՀ-ում տարածքային տնտեսական քաղաքականության իրականացման համար ստեղծվել են որոշակի նախադրյալներ, մշակվել և կենսագործվում են տարաբնույթ սոցիալ-տնտեսական զարգացման ծրագրեր, այդուհանդերձ տարածքային զարգացման անհամաչափություններն շարունակում են խորանալ և հիմնականում արտահայտվում են մայրաքաղաքի տնտեսական դերի և նշանակության աճով, ինչի արդյունքում էլ ավելի է աճել Երևանի և մարզերի տնտեսական զարգացման միջև առկա ճեղքվածքը:

¹ ՀՀ Սահմանադրություն: 05.07.95թ. (26.06.20թ. խմբ.), Հոդված 86, Կետ 10

Հայաստանի Հանրապետության տարածքային կառավարման հիմնական դրույթները արտացոլվում են ՀՀ կառավարության ծրագրում, սակայն դրանք առավել մանրամասն դիտարկված են ոլորտի պատասխանատու՝ ՀՀ տարածքային կառավարման և զարգացման նախարարության կողմից իրականացվող Հայաստանի Հանրապետության 2016-2025 թվականների տարածքային զարգացման ռազմավարությունում: Երկարաժամկետ զարգացման ռազմավարության ենթատարր հանդիսացող միջնաժամկետ պլանավորման գործիք են հանդիսանում ՀՀ 2018-2020 թվականների տարածքային զարգացման գործառնական ծրագիրը, ինչպես նաև ՀՀ մարզերի 2017-2025թթ. տարածքային զարգացման ռազմավարությունները: Իսկ կարճաժամկետ, օպերատիվ կառավարման գործիք են տարեկան գործունեության ծրագրերը:

Կարող ենք արձանագրել, որ բավական խրախուսելի է, որ ՀՀ տարածքային քաղաքականության հիմքում դրված է ռազմավարական պլանավորման համակարգը՝ իր բոլոր ենթահամակարգերով, խրախուսելի է նաև այն, որ գործող ռազմավարությունը, ծրագրերն ու նախագծերը ֆորմալ առումով մեծամասամբ օրինակելի են: Սակայն այլ հարց է, թե որքանով է ՀՀ տարածքային քաղաքականությունը արդյունավետ և որքանով է այն կատարվել կամ կատարվում, այդ իսկ պատճառով ուղղակիորեն անհրաժեշտ է ուսումնասիրել և վերլուծել ՀՀ տարածքային զարգացման ներկա վիճակը:

Մեթոդաբանություն: Ուսումնասիրության համար տեսամեթոդական և տեղեկատվական հիմք են հանդիսացել ոլորտը կարգավորող օրենսդրական և ենթօրենսդրական ակտերը, ՀՀ ԿԲ-ի, ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի, ՀՀ կառավարության և տարածքային զարգացման նախարարության թողարկած վիճակագրական և վերլուծական նյութերը, ինչպես նաև տարածքային համաչափ զարգացման ուսումնասիրությանը, ապահովմանն ու գնահատմանն ուղղված բազմաթիվ հայ և օտարազգի հետազոտողների մշակումներն ու հետազոտությունները, գիտավերլուծական նյութերը և դրանցում կիրառվող մեթոդները: Հետազոտության իրականացման համար կիրառվել են այնպիսի մեթոդներ, ինչպիսիք են ինդուկցիայի, դեդուկցիայի, համեմատական, դինամիկ, գործոնային և կառուցվածքային վերլուծությունների մեթոդները:

Գրականության ակնարկ: Համաշխարհային տնտեսության զարգացման ներկայիս մակարդակում տնտեսական համակարգերի անընդհատ զար-

զացումը և կայուն աճը պատկերացնել տարածքային անհամաչափ զարգացման պայմաններում պարզապես անհնար է: Եվ յուրաքանչյուր երկիր այս համատեքստում ունի լրջագույն խնդիր՝ ապահովելու իր տարածքային միավորների այնպիսի զարգացում, որը կօգնի հասնել տնտեսական կոնկրետ գերակայությունների և տնտեսական աճի:

Տարածքային զարգացման համատեքստում էական նշանակություն ունի տարածքային միավորիների հասկացությունը և դրանց տարանջատման մոտեցումների ուսումնասիրությունը: Համաձայն Վ. Ս. Բիլչակի և Վ. Ֆ. Չախարովի մոտեցման՝ տարածաշրջանը կամ տարածքային միավորը սոցիալ-տնտեսական ամբողջություն է, որը բնութագրվում է հետևյալ հատկանիշներով՝ սեփականության ձևերի առկայություն, բնակչության կենտրոնացում, աշխատատեղերի առկայություն, տարածության և ժամանակի մեկ միավորում բնակչության հոգևոր կյանքի ապահովման հնարավորություն և կառավարման համակարգերի առկայություն¹: Իսկ ահա Վ. Ա. Դոլյատովսկիյը տարածքային միավորը համարում է սոցիալ-տնտեսական համալիր՝ սահմանափակ ներքին ռեսուրսներով, սեփական արտադրական կառուցվածքով և արտաքին միջավայրի հետ ունեցած որոշակի կապերով²:

Վ. Ն. Լեկսինը, Ա. Ի. Սիտնիկովը և Օ. Ն. Յունինան տարածքային միավորը կամ տարածաշրջանը դիտարկում են առավել լայն տեսանկյունից՝ այն համարելով պետության վարչատարածքային սահմաններում գտնվող տնտեսական, սոցիալական, բնառեսուրսային, էկոլոգիական, պատմամշակութային միավոր, որն ունի կառավարման հատուկ համակարգ՝ ապահովելու տարածքային միավորի կայուն զարգացումը³:

Ա. Ս. Մարշալովան և Ա. Ս. Նովոսելովը գտնում են, որ տարածաշրջանը ոչ միայն երկրի սոցիալ-տնտեսական համալիրի ենթահամակարգ է, այլև դրա համեմատաբար ինքնուրույն մաս՝ վերարտադրության ամբողջական ցիկլով, վերարտադրության փուլերի դրսևորման և սոցիալ-տնտեսական գործըն-

¹ В.С. Бильчак, В.Ф. Захаров, “Региональная экономика”, Калининград 1998, с. 19-20

² В.А. Долятовский, “Зарубежный опыт комплексного развития регионов (территорий)”, Регионология 1994 № 2-3, с.149-156

³ В.Н. Лексин, А.Я. Ситников, О.Н. Юнина, “Системное регулирование территориального развития: экономико-правовой аспект”, Москва 1990, с. 35

թացների հատուկ ձևերով¹: Տարածքային միավորների հասկացության վերաբերյալ բազմաթիվ այլ մոտեցումներ ու սահմանումներ ևս առկա են, սակայն դրանք առանձին-առանձին չդիտարկելու համար ներկայացնենք տարածքային միավորների ընդհանրացված մի սահմանում, որով և առաջնորդվելու ենք հետազոտության հաջորդ հատվածներում. *Տարածքային միավորը կամ տարածաշրջանը երկրի տարածքում համեմատաբար անկախ, երկրի տնտեսական համայնքի առանձին ենթահամակարգ է, որն ունի իրեն բնորոշ սոցիալ-տնտեսական և կառավարման որոշ ենթակառուցվածքներ, և որին բնորոշ են սոցիալ-տնտեսական որոշ հարաբերություններ: Տարածքային միավորը ձևավորող առանձին կարևորագույն գործոններ են բնակչությունը, արտադրությունը, ոչ արտադրական ոլորտը, էկոլոգիան, տարածությունը, ֆինանսները և արտաքին տնտեսական կապերը*²:

Դիտարկելով տարածքային միավորի էությունը՝ անհրաժեշտություն է առաջանում հասկանալ նաև, թե ինչ է ընդհանրապես զարգացումը կամ տարածքային զարգացումը: Եթե խոսում ենք տարածքային մակարդակով սոցիալ-տնտեսական զարգացման մասին, ապա առաջին հերթին այդ զարգացումը բնութագրում ենք համակարգի տնտեսական հատվածի որոշակի առաջադիմական փոփոխություններով: Այս պարագայում հարց է առաջանում, թե որ տարբերակում կարող ենք այդ զարգացումը տարբեր տարածքային միավորներում համարել համաչափ: Ամենալայն առումով այդ զարգացումը կարող են համարել համաչափ, եթե որոշակի տարածքային միավորներում տեղի ունեցող այդ առաջադիմական փոփոխությունները համադրելի են, ունեն նույն ուղղությունը, բայց միևնույն ժամանակ նույնական չեն, և որ ամենակարևորն է՝ հնարավորություն են տալիս հասնել սոցիալ-տնտեսական համընդհանուր թիրախների և սահմանված գերակայությունների:³

Այնուամենայնիվ, կարող ենք արձանագրել, որ աշխարհի որևէ երկրում գործնականում չենք կարող արձանագրել տարածքային լրիվությամբ համաչափ զարգացման առկայություն, որովհետև տնտեսական մեխանիզմների և սոցիալական առանձին գործոնների մշտական ազդեցությամբ բոլոր տնտե-

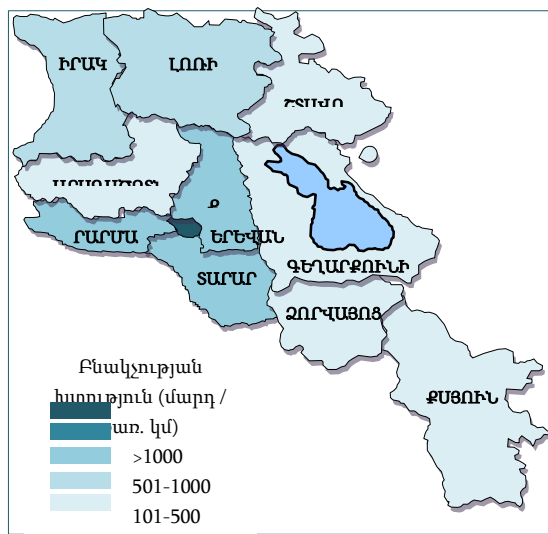
¹ А.Маршалова, А.Новоселов, Основы теории регионального воспроизводства. М.1998, с. 11

² Т.В. Ускова, “Управление устойчивым развитием региона”, Вологда 2009, с. 30-33

³ Debraj Ray, "Uneven Growth: A framework for research in development economics", Pittsburgh, USA, "Journal of Economic Perspectives", Volume 24, Number 3, Summer 2010, p. 45-60

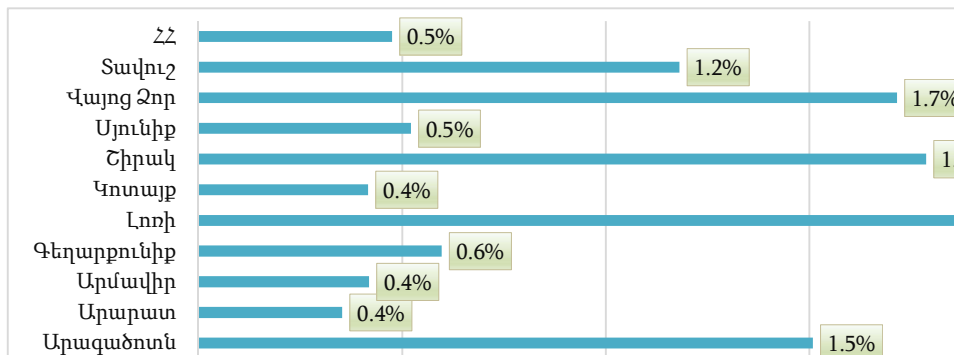
սական համակարգերին բնորոշ է ինչպես մակրո, այնպես էլ միկրո մակարդակներում տնտեսական գործոնների անընդհատ շարժ: Ենթադրելի է, որ այդ շարժն առնվազն երկարաժամկետում չի կարող թույլ տալ ապահովել տարածքային զարգացման համաչափություն /կարճաժամկետ հատվածներում՝ որոշակի պահերի, կարող ենք արձանագրել տարածքային համաչափ սոցիալ-տնտեսական զարգացում/: Այս պարագայում պետության խնդիրը պետք է լինի ապահովել տարածքային զարգացման անհամաչափության նախընտրելի բնույթ՝ այդ անհամաչափությունը անընդհատ նվազագույնի հասցնելու նպատակադրմամբ: Այս մասով Հայաստանը բացառություն չէ, և հենց այդ նպատակադրման իրականացման գործընթացում առկա վիճակի ուսումնասիրությունը անհրաժեշտություն է, ինչի փորձն էլ արվել է հոդվածում:

Վերլուծություն: ՀՀ տարածքային զարգացման անհամաչափությունների ուսումնասիրությունը սկսենք ՀՀ տարածքային միավորների՝ թվով տասը մարզերի և մայրաքաղաք Երևանի մի կարևորագույն ցուցանիշի դիտարկմամբ, այն է՝ բնակչության խտությունը: Բնակչության խտությունը հնարավորություն է տալիս նախ և առաջ գնահատել այս կամ այն տարածքային միավորի նախընտրելիությունը բնակչության համար: Բնականաբար, որքան մեծ են տարածքային խտության տարբերությունները, այնքան մեծ է այդ տարածքային միավորների զարգացման մակարդակների միջև առկա խզումը: Այժմ քարտեզի միջոցով դիտարկենք ՀՀ բնակչության խտության առկա վիճակը:



Ինչպես տեսնում ենք, և ինչպես կանխատեսվում էր, ՀՀ-ում բընակչության ամենաբարձր խտություն ունեցող տարածքը մայրաքաղաք Երևանն է, որտեղ 01. 01. 2020թ. դրությամբ այդ ցուցանիշը կազմում է 4,861 մարդ 1 քառ. կմ վրա: Մյուս մարզերից համեմատաբար բարձր, սակայն մայրաքաղաք Երևանին զգալիորեն զիջող տարածքային միավորներ են Արարատի, Արմավիրի և Կոտայքի մարզերը: Այս մարզերում

բնակչության համեմատաբար բարձր խտությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ վերջիններս սահմանակից են Երևանին, ինչը աճի բևեռի տրամաբանության ազդեցությամբ հանգեցրել է ագլոմերացիոն կենտրոնի առաջացման, ինչպես նաև զարգացման էֆեկտի տարածման: Կոտայքի, Արարատի և Արմավիրի մարզերում բնակչության խտությունը համապատասխանաբար կազմում է 120.3, 122.8 և 212.4 մարդ / քառ. կմ: Շիրակի և Լոռիի մարզերի դեպքում, ի համեմատություն մնացյալ մարզերի հետ, ունենք բնակչության չնչին, բայց գերազանցող խտություն, այդ մարզերում բնակչության խտությունը կազմում է 86.3 և 56.1 մարդ / քառ. կմ: Մնացյալ 5 մարզերում /տարածքային միավորների 45.5% դեպքերում/ բնակչության խտությունը փոքր է նույնիսկ 50-ից: Ամենափոքր խտությամբ աչքի է ընկնում Վայոց Ձորի մարզը, որտեղ այդ ցուցանիշը կազմում է ընդամենը 21.0: Համեմատության համար նշենք, որ բնակչության ընդհանուր խտությունը կազմում է 99.5 մարդ / քառ. կմ: Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ամենաբարձր և ամենացածր խտությամբ բնակեցված տարածքային միավորներում բնակչության խտության ցուցանիշների հարաբերությունը կազմում է մոտ 232, իրապես առկա են զարգացման անհամաչափություններ:

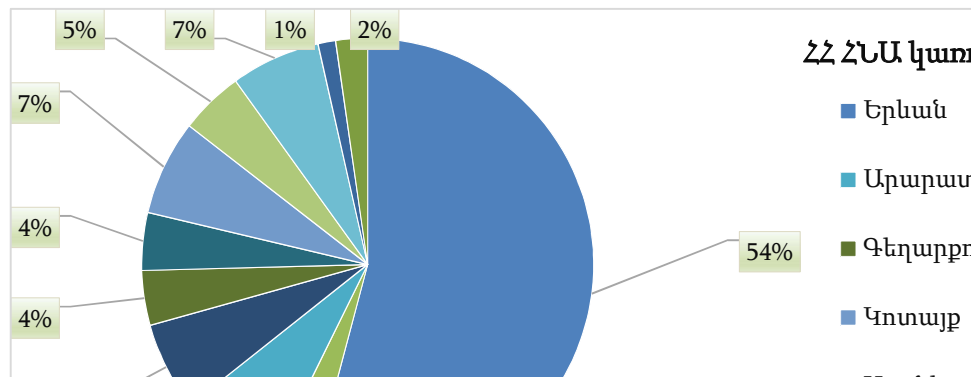


Գծապատկեր 1. ՀՀ բնակչության խտության 2016-2020թթ. փոփոխությունների միջին քառակուսային շեղման և շարքի միջինի հարաբերակցությունը

Բնակչության խտության տեսանկյունից առկա անհամաչափությունները քննարկելիս անհրաժեշտ է նաև անդրադառնալ, թե ինչպիսին է եղել բնակչության խտության փոփոխության դինամիկան ՀՀ-ում, մարզերում և մայրաքաղաք Երևանում: Որպես տատանողականության ցուցիչ հաշվարկել ենք 2016-2020թթ. բնակչության խտության փոփոխությունների միջին քառակուսային շեղման և շարքի միջինի հարաբերակցությունը /գծապատկեր 1/:

Ինչպես տեսնում ենք, դիտարկված ժամանակահատվածում ՀՀ բնակչության խտությունը առանձին տարածքներում ենթարկվել է շատ չնչին փոփոխությունների, այսինքն կարող ենք արձանագրել, որ բնակչության խտության տեսանկյունից առկա անհամաչափությունները նախորդ 5 տարիների ընթացքում չեն մեղմվել, ավելին՝ երբ դիտարկում ենք առանձին տարիների և առանձին տարածքային միավորներում այդ փոփոխությունները, ապա պարզ է դառնում, որ առկա անհամաչափությունները փոքր ծավալով, բայց այնուամենայնիվ մեծացել են: Դրա պարզագույն ցուցիչ է այն հանգամանքը, որը բնակչության խտության անընդհատ անկման ֆոնին Երևան քաղաքի բնակչության խտությունը ամեն տարի միայն աճել է :¹

ՀՀ տարածքային զարգացման սոցիալ-տնտեսական անհամաչափությունները դիտարկելու համար հաջորդիվ կանդիդատներն արդեն ՀՀ ՀՆԱ կառուցվածքին՝ ըստ տարածքային միավորների /Գծապատկեր 2/:



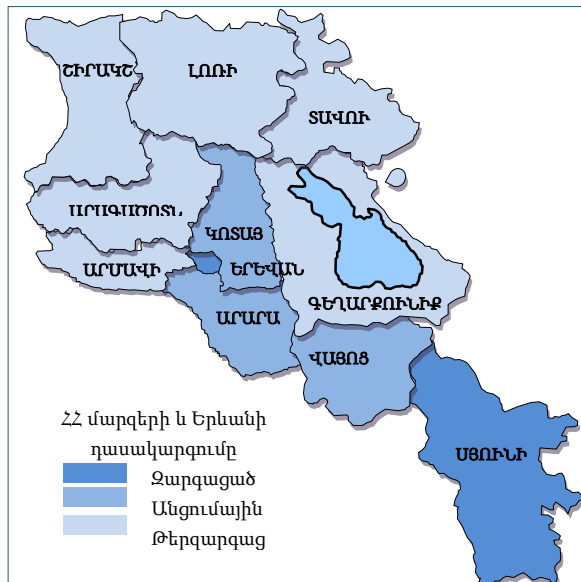
Գծապատկեր 2. ՀՀ 2018թ. ՀՆԱ կառուցվածքը՝ ըստ մարզերի և Երևանի

Տվյալներից տեսանելի է, որ ՀՀ-ում համախառն արդյունքի գոյացման տեսանկյունից առկա է բևեռացված իրավիճակ, քանի որ երկրի մայրաքաղաքը ապահովում է երկրի ՀՆԱ-ի 1/2-ից ավելին: Իրավիճակը ավելի է սրվում, երբ մայրաքաղաք Երևանի ու 2-րդ ամենաբարձր համախառն արդյունք ապահոված մարզի /Արարատի մարզ/ ՀՆԱ-ների միջև առկա տարբերությունը հասնում է շուրջ 768%-ի, իսկ ամենացածր ՀՆԱ ապահոված մարզի դեպքում /Վայոց Ձորի մարզ/ այդ ցուցանիշը 4302% է: Հետաքրքրականն այն է, որ 2016-2018թթ. ՀՆԱ վերոնշյալ կառուցվածքը գրեթե չի փոխվել. գրանցվել են միայն մի քանի մինչև 1%-ի չափով փոփոխություններ:

¹ ՀՀ մարզերը և Երևան քաղաքը թվերով, ՀՀ Վիճ. Կոմ. 2016-2020 թթ., Բնակչություն

Քննարկելով ՀՀ ՀՆԱ կառուցվածքը՝ տարածքային համաչափ զարգացման համատեքստում պարզապես անհրաժեշտություն է դիտարկել ՀՀ մարզերի և մայրաքաղաք Երևանի մեկ շնչին բաժին ընկնող ՀՆԱ-ն: Ինչպես ենթադրվում էր, մեկ շնչի հաշվով ամենաբարձր ՀՆԱ-ն գրանցվել է մայրաքաղաք Երևանում /3,010.8 հազար դրամ/, ինչը շուրջ 2.9 անգամ գերազանցում է այդ ցուցանիշով ամենացածր արդյունք գրանցած մարզին /Գեղարքունիքի մարզ/: Ընդհանուր առմամբ ՀՀ մասշտաբով 1 շնչի հաշվով ՀՆԱ-ն կազմում է 2,029.1 հազար դրամ, այս ցուցանիշից բարձր արդյունքներ արձանագրվել են միայն մայրաքաղաք Երևանում և Սյունիքի մարզում /2,804.8 հազար դրամ/:

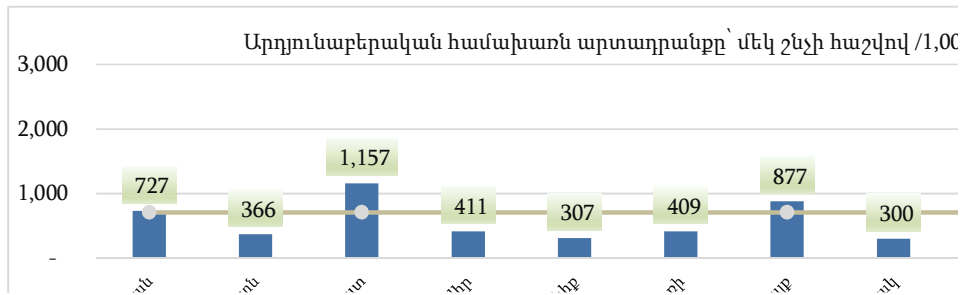
Քանի որ ՀՀ 2016-2025թթ. տարածքային զարգացման ռազմավարությամբ կատարողականի չափորոշիչ է սահմանվել մարզերի և մայրաքաղաք Երևանի մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ն առնվազն հանրապետական միջինի համե-



մատ 60%ով ապահովելն, անհրաժեշտ է անդրադառնալ այդ տեսանկյունից ներկա վիճակին: 2018թ. դրությամբ ՀՀ 10 մարզերից 40%-ի դեպքում դեռևս ապահովված չէ վերոնրշյալ ցուցանիշը: Ավելին, ապահովված չէ նաև մեկ այլ չափանիշ. մեկ շնչի հաշվով ՀՀ ՀՆԱ-ի 70 տոկոսից ցածր պետք է գտնվի մարզերի բընակչության ոչ ավել քան 30 տոկոսը /այս պահին 42% մարզային բնակչության դեպ-

քում այդ ցուցանիշը փոքր է 70%-ից/: Ընդհանուր առմամբ, մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ն հանդիսանում է տարածքային միավորի ընդհանուր զարգացման ամենաառանցքային ցուցիչը, հետևաբար, հիմնվելով ԵՄ մեթոդաբանության վրա՝ անհրաժեշտ ենք համարում ՀՀ մարզերը և մայրաքաղաք Երևանը դասակարգել թերզարգացած, անցումային և զարգացած խմբերում: Համաձայն մեթոդաբանության՝ եթե տարածքային միավորի մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ-ն պակաս է հանրապետական միջինի 75%-ից, ապա տարածքային միավորը

թերզարգացած է, եթե պատկանում է 75%-90% միջակայքին, ապա անցումային է, և եթե մեծ է 90%-ից, ապա տարածքային միավորը կարող ենք համարել զարգացած: Արդյունքները ներկայացված են քարտեզի տեսքով:

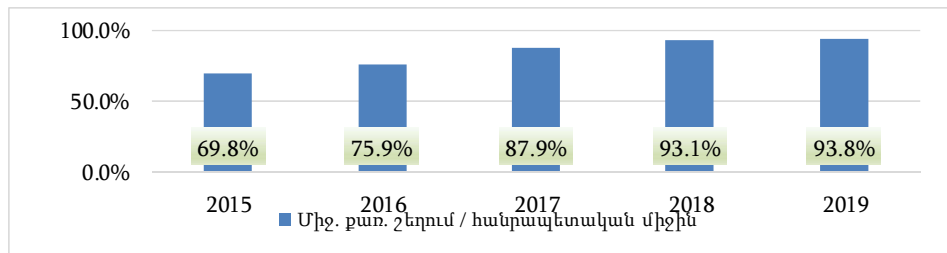


Գծապատկեր 3. ՀՀ մարզերի և Երևանի 2019թ. արդյունաբերական արտադրանքը

Քարտեզից տեսանելի է, որ ՀՀ տարածքային միավորներից միայն 2-ը կարող ենք համարել զարգացած, դրանք են մայրաքաղաք Երևանը և Սյունիքի մարզը: Անցումային շրջանում գտնվող միավորներ են հանդիսանում Արարատի, Կոտայքի և Տավուշի մարզերը (կարող ենք արձանագրել, որ այս դեպքում ևս գործում է աճի բևեռի էֆեկտը): Իսկ ահա ՀՀ 10 մարզերից թվով 6-ը, համաձայն ԵՄ մեթոդաբանության, հանդիսանում են թերզարգացած տարածքային միավորներ: ՀՀ մայրաքաղաք Երևանի և տասը մարզերի մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ ցուցանիշները իրոք փաստում են, որ մենք ունենք լրջագույն տարածքային անհամաչափություններ¹: Այնուամենայնիվ, միայն մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ դիտարկումները բավարար չեն հասկանալու և որակական գնահատականներ տալու ՀՀ տարածքային զարգացման անհամաչափությունների վերաբերյալ: Հատկապես երբ քննարկում ենք, որ տարածքային զարգացման համաչափության ապահովման համար անհրաժեշտ է զարգացնել առանձին միավորների ուժեղ կողմերը, ապա անհրաժեշտ է դիտարկել, թե տնտեսական այս կամ այն ճյուղում ինչպիսի իրավիճակ է յուրաքանչյուր մարզում: Այս առումով դիտարկումները սկսենք արդյունաբերական արտադրանքի ուսումնասիրությունով /հարկ ենք համարում նշել, որ հետ այսու բոլոր ցուցանիշները կդիտարկենք միայն հարաբերական տեսքով՝ կշռելով տարածքային միավորի բնակչության թվաքանակով/:

¹ ՀՀ մարզերը և Երևանը թվերով, ՀՀ Վիճ. Կոմ., 2016-2020թթ., Ազգային հաշիվներ

ՀՀ մարզերի և մայրաքաղաք Երևանի 2019թ. արդյունաբերական համախառն արտադրանքը՝ հաշվարկված 1 շնչի հաշվով ներկայացված է գծապատկեր 3-ում: Մեկ շնչի հաշվով արդյունաբերական արտադրանքով ՀՀ-ում առաջատարը Սյունիքի մարզն է, ինչը պայմանավորված է մարզի հանքագործական ակտիվ գործունեությամբ: Մյուս մարզերի համեմատ առաջանցիկ դիրք ունի նաև Արարատի մարզը, որը, լինելով խոշոր արդյունաբերական կենտրոն, ապահովում է մեկ շնչի հաշվով տարեկան գրեթե 1.2 մլն. Դրամի չափով համախառն արդյունաբերական արտադրանք: Մնացած մարզերի դեպքում ցուցանիշը տատանվում է հանրապետական միջինին բավականին մոտ: Սակայն պետք է արձանագրենք, որ մնացյալ 9 տարածքային միավորներից 7-ի դեպքում ստացված ցուցանիշը փոքր է հանրապետական միջինից:



Գծապատկեր 4. ՀՀ մեկ շնչի հաշվով արդյունաբերական արտադրանքի տարածքային շեղումները հանրապետական միջինից

Խոսելով տարածքային զարգացման անհամաչափությունների մասին՝ անհրաժեշտ ենք համարում նաև անդրադառնալ, թե այս տեսանկյունից հանրապետական միջինի նկատմամբ հաշվարկված միջին քառակուսային շեղումը ինչպես է փոփոխվել տարիների ընթացքում /գծապատկեր 4/:

Գծապատկերից տեսանելի է, որ այս տեսանկյունից տարածքային զարգացումը ՀՀ-ում ասիմետրիկ է, քանի որ ամեն հաջորդ ժամանակաշրջանում առկա տարբերությունները ավելի են խորացել /2019թ. քննարկվող ցուցանիշը 2015թ. 69.8%-ի համեմատ դարձել է 93.8%/:¹

Այժմ անդրադառնանք տնտեսության ևս մեկ կարևորագույն ճյուղի՝ գյուղատնտեսությանը: Հարկ ենք համարել գյուղատնտեսական արտադրանքի դիտարկումներից դուրս թողնել մայրաքաղաք Երևանը, քանի որ վերջինս,

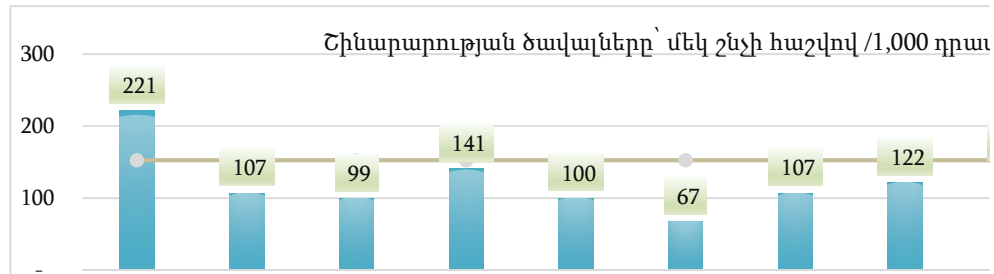
¹ ՀՀ մարզերը և Երևանը թվերով», ՀՀ Վիճ. Կոմ., 2016-2020թթ., Արդյունաբերություն

լինելով քաղաքակային բնակավայր, 2019թ. դրությամբ 1 շնչի հաշվով ապահովել է ընդամենը 9,700 դրամի չափով գյուղատնտեսական արտադրանք, ինչը հանրապետական միջինից փոքր է շուրջ 29.7 անգամ: Բնականաբար, այս իրավիճակը լրիվությամբ ընդունելի է, սակայն հանրապետական միջինը այս ցուցանիշի պատճառով գրանցում է շատ խորը անկում, այդ իսկ պատճառով գյուղատնտեսական արտադրանքը կոփտարկենք միայն մարզերի տեսանկյունից:

ՀՀ 10 մարզերում մեկ շնչի հաշվով գյուղատնտեսական համախառն արտադրանքը կազմում է 449.3 հազար դրամ: 10 մարզերից 4-ի դեպքում /Արագածոտնի, Արարատի, Արմավիրի և Գեղարքունիքի մարզեր/ 1 շնչի հաշվով համախառն գյուղատնտեսական արտադրանքը գերազանցում է մարզային միջինը, հետևաբար, մյուս 6-ը մարզերում գրանցվել է միջինից ցածր արդյունք: Պետք է արձանագրենք, որ մարզային մակարդակում համախառն գյուղատնտեսական արտադրանքի տեսանկյունից տարբերությունները այնքան մեծ չեն, որքան համախառն արդյունաբերական արտադրանքի դեպքում էր. 2019թ. միջին քառակուսային շեղման և մարզային միջինի հարաբերությունը 28% է: Հարկ ենք համարում նշել, որ անհամաչափության գնահատականները այս տեսանկյունից 2015-2019թթ. համապատասխանաբար եղել են՝ 31.2%, 30.0%, 27.8%, 29.1% և 28.4%: Այս ցուցանիշները փաստում են, որ գյուղատնտեսական արտադրանքի առումով ՀՀ մարզային մակարդակով առկա են զարգացման որոշակի անհամաչափություններ, սակայն այդ զարգացումը միանշանակ ասիմետրիկ չէ /այս դիտարկումից դուրս էր մայրաքաղաք Երեվանը՝ լինելով քաղաքային բնակավայր/:

Տնտեսության հաջորդ ճյուղը, որին կանդրադառնանք, շինարարությունն է: 2019թ. դրությամբ ՀՀ-ում մեկ շնչին բաժին ընկնող շինարարության ծավալները կազմում են 152.3 հազար ՀՀ դրամ: ՀՀ տարածքային միավորներում հանրապետական միջինից բարձր արդյունք գրանցվել է միայն մայրաքաղաք Երևանում /221.4 հազար դրամ/, որտեղ մեկ շնչին բաժին ընկնող շինարարության ծավալները 45%-ով ավել են հանրապետական միջինից: ՀՀ 10 մարզերի դեպքում այդ ցուցանիշը փոքր է հանրապետական միջինից: ՀՀ-ում ամենացածր արդյունքները գրանցվել են Լոռիի, Արարատի և Գեղարքունիքի մարզերում՝ համապատասխանաբար 66.9, 98.8 և 99.7 հազար ՀՀ դր-

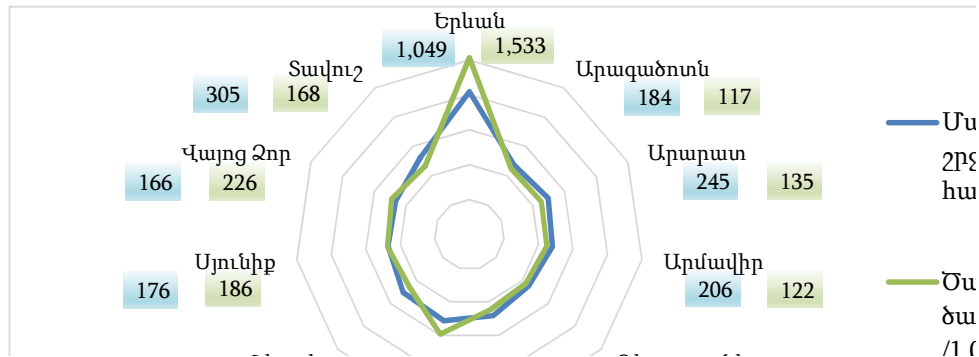
րամ արժեքներով: Այս մարզերում 1 շնչին բաժին ընկնող շինարարության ծավալները կազմում են ՀՀ նույն ցուցանիշի 43.9, 64.9 և 65.5 տոկոսները:



Գծապատկեր 5. ՀՀ մարզերի և Երևանի 2019թ. շինարարության ծավալները 2019թ. ՀՀ մարզերի և Երևանի 1 շնչի հաշվով շինարարության ծավալների միջին քառակուսային շեղման և հանրապետական միջինի հարաբերությունը կազմում է 30.27%: Սակայն հետաքրքրականն այն է, որ այդ ցուցանիշը 2017 և 2018 թվականներին կազմել է համապատասխանաբար 132.81% և 35.87%: Այսինքն ստացվում է, որ տեղի է ունենում միջինի նկատմամբ շեղման շարունակական նվազում, ինչը վկայում է, որ այս տեսանկյունից կան հիմքեր կարծելու, որ ՀՀ տարածքային զարգացումը տանում է սիմետրիկ բնույթ: Սա, բնականաբար, ողջունելի իրավիճակ է¹:

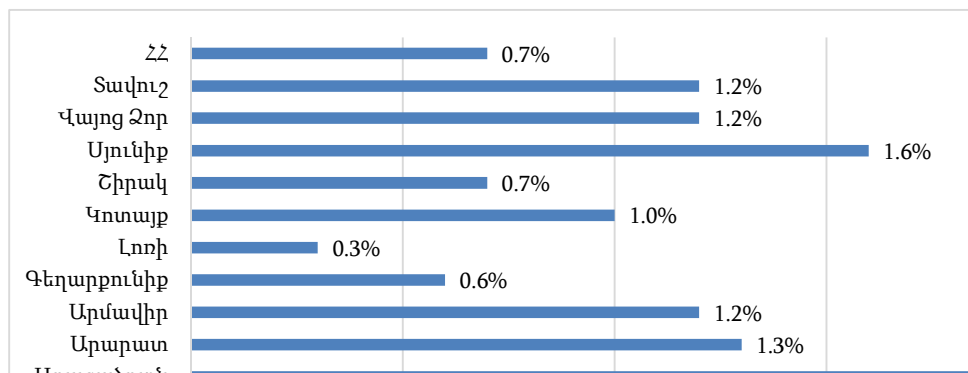
ՀՆԱ ձևավորող վերջին երկու ոլորտը, որոնց կանդրադառնանք, մանրածախ առևտուրը և ծառայություններն են: Այս երկու ոլորտներին զարգացման համաչափությունների տեսանկյունից բնորոշ է նույնանման իրավիճակ: Մասնավորապես, իրականում առկա են բավականին մեծ ծավալի անհամաչափություններ, որոնք արտահայտված են մայրաքաղաք Երևանի առաջանցիկությամբ և մնացած մարզերի գրեթե նույն չափով ցածր զարգացվածությամբ: Սակայն երբ անհամաչափությունները դիտարկում ենք դինամիկայում, պարզ է դառնում, որ առևտրի դեպքում տարածքային զարգացմանը բընորոշ է սիմետրիկություն /2015-2019թթ. միջին քառ. շեղում / հանրապետական միջին հարաբերակցությունը համապատասխանաբար եղել է 71%, 68%, 66%, 64% և 64%/, իսկ ծառայությունների դեպքում՝ ասիմետրիկություն /2015-2019թթ. միջին քառ. շեղում / հանրապետական միջին հարաբերակցությունը համապատասխանաբար եղել է 80%, 80%, 78%, 79% և 82%/:

¹ ՀՀ մարզերը և Երևանը թվերով, ՀՀ Վիճ. Կոմ, 2016-2020թթ., Շինարարություն



Գծապատկեր 6. ՀՀ մարզերի և Երևանի 2019թ. մանրածախ առևտրի և ծառայությունների ծավալները

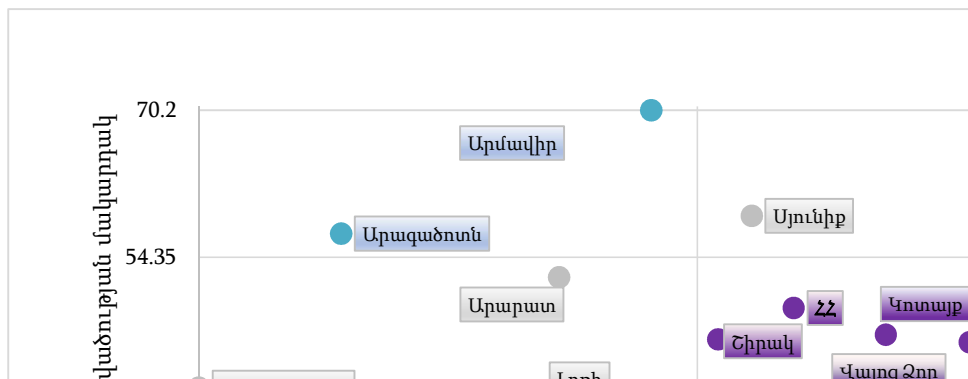
Այս համատեքստում անհրաժեշտ է նաև նշել, որ մեկ շնչին բաժին ընկնող առևտրի ծավալներով ամենաբարձր /Երևան/ և ամենացածր /Գեղարքունիք/ ցուցանիշների հարաբերությունը ՀՀ-ում 8.4 է, իսկ ծառայությունների դեպքում ամենաբարձր /Երևան/ և ամենացածր /Գեղարքունիք/ ցուցանիշների հարաբերությունը՝ 21.8: Երկու դեպքում էլ առաջատարը և ետնապահը մայրաքաղաք Երևանն ու Գեղարքունիքի մարզն են: Միաժամանակ, բացի ՀՀ տարածքային զարգացման դիտարկումները՝ ըստ տնտեսական այս կամ այն ճյուղի ու ոլորտի դիտարկելուց, տարածքային զարգացման անհամաչափությունները ամբողջական պատկերացնելու համար անհրաժեշտ է դիտարկել մի շարք ֆինանսական ու սոցիալական ցուցանիշներ ևս և անդրադառնալ ՀՀ մարզերում և Երևանում սպառողական գների ինդեքսին:



Գծապատկեր 2.7. ՀՀ մարզերի և Երևանի ՍԳԻ-ն /2019թ. դեկտեմբերը 2018թ. դեկտեմբերի համեմատ/

Ինքնին, գնաճը տնտեսական աճի ցուցիչ է, և ցանկացած երկրում առկա է գնաճի որոշակի նպատակադրում: Այս մասով Հայաստանի Հանրապետությունը բացառությունը չէ. ՀՀ ԿԲ-ն նպատակադրում է $4\% \pm 1.5\%$ գնաճ¹: Պարզ է, որ տնտեսական զարգացման համաչափության մասին կարող ենք խոսել միայն այն դեպքում, երբ ՀՀ մարզերում և Երևանում արձանագրվի ՍԳԻ-ի նույնական վիճակ: Սակայն, վերոներկայացյալ դիտարկումներից կարող ենք ենթադրել, որ նախընտրելի վիճակը հաստատ բացակայում է /գծապատկեր 2.7/: Մասնավորապես, 2019թ. ՀՀ ԿԲ-ին չի հաջողվել ապահովել ոչ միայն նպատակադրված գնաճը ՀՀ-ում և տարածքային միավորներում, այլև ՀՀ մարզերում և Երևանում գրանցված գնաճը բավականին շեղված է ընդհանուր հանրապետական ցուցանիշի համեմատ: Որպես շեղվածության ցուցիչ այս դեպքում ևս հաշվարկել ենք միջին քառակուսային շեղման և հանրապետական ՍԳԻ-ի հարաբերությունը: Եվ այդ ցուցանիշը կազմել է 97%, ինչը փաստում է, որ իրոք առկա են շատ լուրջ տնտեսական անհամաչափություններ ՀՀ տարածքային միավորների զարգացման մակարդակների միջև:

Այժմ անդրադառնանք նաև աշխատանքի շուկայի տեսանկյունից տարածքային զարգացման անհամաչափություններին: Այս առումով կդիտարկենք գործազրկության և զբաղվածության մակարդակները:



Գծապատկեր 8. ՀՀ մարզերում և Երևանում գործազրկության և զբաղվածության մակարդակները 01/01/20թ. դրությամբ

Հետազոտությունում կդիտարկենք այդ ցուցանիշները՝ հաշվարկված աշխատանքային ռեսուրսների հիման վրա, այլ ոչ թե տնտեսապես ակտիվ բնակչության, քանի որ աշխատանքային ռեսուրսների հիման վրա հաշվար-

¹ ՀՀ ԿԲ պաշտոնական էջ - <https://www.cba.am/am/SitePages/mpobjective.aspx>

կըված ցուցանիշները համատեղ դիտարկման պարագայում ավելի շատ ինֆորմացիա կհաղորդեն /զժ. 8/: Որպեսզի հասկանանք և կարողանանք ամփոփ գնահատել այս տեսանկյունից առկա անհամաչափությունները, գործազրկության և զբաղվածության ցուցանիշները դիտարկենք համատեղ: Ակընհայտ է, որ որքան բարձր է զբաղվածության մակարդակը, և ցածր գործազրկության մակարդակը, այնքան բարձր է այս տեսանկյունից տարածքային միավորի զարգացման աստիճանը: Գործազրկության և զբաղվածության առկա մակարդակների միջակայքերի հիման վրա կորոդիինանտների և արցիսների առանցքները բաժանել ենք երկու հավասար մասերի՝ 4 քառորդակով, որոնցից առաջինը /դրանում ընդգրկված միավորները ներկված են կապույտով/ բնութագրում է ամենաբարվոք վիճակում գտնվող մարզերը, իսկ քառորդակներից վերջինը /դրանում ընդգրկվածները նշված են մանուշակագույնով/ համեմատաբար ոչ նախընտրելի վիճակում գտնվող տարածքային միավորները: Մյուս երկու քառորդակներին բնորոշ է միջանկյալ վիճակ: Ինչպես տեսնում ենք, 11 տարածքային միավորներից 2-ը /Արմավիրի և Արագածոտնի մարզեր/ ունեն հարաբերական առավելություններ մյուս մարզերի նկատմամբ: Դրան հակառակ, Երևանը և 4 մարզեր այս տեսանկյունից ետնապահ են: Հետաքրքիր է, որ ՀՀ ընդհանուր զբաղվածության և գործազրկության մակարդակները ևս գտնվում են վերջին քառորդակում: Գրաֆիկական նման դիտարկմամբ կարող ենք արձանագրել, որ այստեղ ևս ունենք մի շարք խընդիրներ: Հարկ է նշել, որ 2016-2020թթ. գործազրկության և զբաղվածության կառուցվածքային խոշոր փոփոխություններ ՀՀ-ում չեն նկատվել:

Եզրակացություններ: Այսպսով, տարածքային զարգացման անհամաչափությունները բնութագրող ցուցանիշների դինամիկ և կառուցվածքային դիտարկումներ վկայում են, որ երկրում առկա է տարածքային անհամաչափ զարգացում և այդ զարգացումը մեծ մասամբ ասիմետրիկ է: Տարածքային անհամաչափ զարգացման և դրա հաղթահարման առումով կարևոր է առանձնացնել այն եզրահանգումները, մոտեցումները և արդյունքները, որոնք հանգեցնում կամ հանդիսանում են զարգացման անհամաչափությունների մեծացման առանցքային հիմնախնդիրներ կամ հնարավորություններ այդ հիմնախնդիրները լուծելու համար: Այդ իսկ պատճառով հարկ է ներկայացնել այն հիմնախնդիրները և եզրահանգումները, որոնց եկել ենք կատարված ուսումնասիրության արդյունքում.

➤ Համաձայն ՀՀ Սահմանադրության, տարածքային զարգացման համաչափության ապահովումը սահմանված է որպես ՀՀ պետական քաղաքականության նպատակ: Սա ենթադրում է, որ ՀՀ-ում տարածքային քաղաքականության մշակումը և իրականացումը կարճաժամկետից մինչև երկարաժամկետ պետք է բխի այդ դրույթից: Սահմանադրությամբ նման կարևորությամբ հարցի կարգավորումը անհրաժեշտություն է, և կարող ենք այս մասով դրույթի առկայությունը գնահատել դրական:

➤ ՀՀ տարածքային զարգացման ռազմավարությամբ՝ որպես ռազմավարության կատարման չափորոշիչ է սահմանվել բոլոր մարզերում և Երևանում մեկ շնչի հաշվով ՀՆԱ ցուցանիշը հանրապետական միջինի առնվազն 60%-ի չափով ապահովելը: Վերոնշյալ մոտեցումը չի ապահովում այն չափորոշիչով, որ հնարավոր լինի պնդել, թե ունենք տարածքային համաչափ զարգացում, քանի որ 60%-ի գերազանցումը կարող է տատնվել 60-ից մինչև մի քանի՝ 100, ավելին սահմանված շեմը 15%-ով ցածր է Եվրամիության թերզարգաց տարածքային միավորներում առավելագույն գործակցից (մինչև 75% լինելու պարագայում տարածքային միավորը թերզարգացած է): Հետևաբար, ունենք խնդիր շեմի և շեմերով դասակարգման հիմքերի սահմանման հետ:

➤ Բնակչության խտության տեսանկյունից ՀՀ մարզերում և Երևանում առկա է ասիմետրիկ զարգացում, ինչի արդյունքում ասիմետրիզմը 2019թ. ստացել է հետևյալ տեսքը. Ամենախիտ բնակեցված տարածքային միավորի /Երևան/ և ամենանոսր բնակեցված տարածքային միավորի բնակչության խտություն ցուցանիշների հարաբերակցությունը հասել է 232-ի:

➤ ՀՀ տնտեսական կառուցվածքում առկա անհամաչափությունները առեղծված են. ՀՆԱ կառուցվածքում 54%-ը ապահովում է Երևանը: Սա լրջագույն խնդիր է, որ բնութագրում է զարգացման անհամաչափությունները:

➤ 1 շնչի հաշվով ՀՆԱ-ի դեպքում անհամաչափությունները ևս պահպանվում են. Ամենաբարձր և ամենացածր ցուցանիշների հարաբերակցությունը 2.9 է, իսկ ռազմավարությամբ սահմանված թիրախից այս ցուցանիշի մասով դեռևս հետ են թվով 4 տարածքային միավորներ: Սա նշանակում է, որ այս մասով Հայաստանում առկա են լրջագույն անհամաչափություններ, իսկ ռազմավարությունը չի իրականացվում արդյունավետ կերպով:

➤ Ըստ ԵՄ մեթոդաբանության երկրի 11 տարածքային միավորներից 2-ը զարգացած են /Արարատ և Սյունիք/, անցումային են 3 մարզ, իսկ մնացած

6 տարածքային միավորները թերզարգացած են: Այս տարբերությունները փաստում են քննարկվող հիմնախնդիրների առկայությունը:

➤ Շինարարության ծավալների առումով զարգացման ամենաբարձր մակարդակն ունի Երևանը, սակայն նախորդ 5 տարիների տեմպերը վկայում են, որ երկրում առկա է սիմետրիկ զարգացում, ինչը դրական կողմ է:

➤ Առևտրի և ծառայությունների դեպքում Երևանը անհամեմատելիորեն գերազանցում է ՀՀ տասը մարզերին, մարզերում իրավիճակը բավականաչափ համահավասար է: Սակայն առևտրի տեսանկյունից առկա է սիմետրիկ զարգացում, իսկ ծառայությունների տեսանկյունից՝ ասիմետրիկ:

➤ Գների կայունության առումով վիճակն անհամատեղելի է. Ակնհայտ են բացարձակ շեղումներ հանրապետական ՄԳԻ-ի նկատմամբ: Սա իրապես լրջագույն խնդիր է, քանի որ ընդամենը մոտ 30 հազար քառ. մետր տարածք ունեցող երկրում նմանատիպ շեղումները չեն կարող լինեն ընդունելի:

➤ Աշխատանքի շուկայի առումով բաշխվածությունն ունի բարձր շեղվածություն. Մասնավորապես, զբաղվածության ամենաբարձր՝ Արմավիրի մարզում ու ամենացածր՝ Լոռվա մարզում գործակիցների հարաբերակցությունը կազմում է մոտ 2, ինչը անհամաչափ զարգացման լրջագույն ցուցիչ է:

Ավարտելով՝ եզրակացնում ենք, որ տնտեսական զարգացումը խիստ միաբևեռ է, վարչատարածքային միավորները տարաբնույթ անհամաչափությունների կրող են, որոնք նաև ծայրահեղ են, Երևանը երկրի տնտեսական առաջընթացի միակ լոկոմոտիվն է, ինչը սահմանափակում է պետության ընդհանուր զարգացման հնարավորությունները: Մարզերում զարգացման ներուժը բացահայտված չէ և չի օգտագործվում ամբողջությամբ կամ բավարարյունավետությամբ, դրանք բնութագրվում են տնտեսական կյանքի միակողմանիությամբ, բնակչության կենսամակարդակի ոչ բավարար մակարդակով, ներդրումային գրավչության ցածր աստիճանով: Տարածքային համաչափ զարգացման նպատակով ներկայիս քաղաքականությունը դեռ սկզբնական փուլում է, նախկինների համեմատ, զարգացման ավելի դրական ուղղությունների սահմանմամբ է բնութագրվում, ավելի նպատակային է, սակայն ոչ այնքան ընդգրկուն կոնկրետ քայլաշարերի, արմատական միջոցառումների սահմանման տեսանկյունից, դրված չէ զարգացման միասնական ռազմավարության շրջանակում՝ անխափան իրագործման վրա:

Համազասպ ԳԱԼՍՅԱՆ, Գագիկ ԲԱԴԱԴՅԱՆ, Կամո ԴԱՎԹՅԱՆ
ՀՀ տարածքային անհամաչափ սոցիալ-տնտեսական զարգացումը
բնութագրող ցուցանիշների կառուցվածքային և դինամիկ վերլուծությունը
Բանալի բառեր. տարածքային միավոր, կայուն զարգացում, սոցիալ-տնտեսական համակարգ, անհամաչափ զարգացում, տարածքային քաղաքականություն

Յուրաքանչյուր երկրում տարածքային զարգացման անհամաչափությունների առկայությունը անհերքելի իրողություն է, իսկ դրա հաղթահարման անհրաժեշտությունը՝ վաղուց ընդունված կողմնորոշիչ: ՀՀ-ում տարածքային զարգացման անհամաչափություններն այնքան ակնհայտ են, որ ընդամենը մեկերկու ցուցանիշների դիտարկմամբ էլ պարզ է դառնում, որ ՀՀ-ում իրապես առկա է տարածքային անհամաչափ զարգացում: Այս առումով հոդվածը նըպատակադրում է ցուցանիշների կառուցվածքային և դինամիկ վերլուծություն:

Hamazasp GALSTYAN, Gagik BADADYAN, Kamo DAVTYAN
Structural and dynamic analysis of indicators of asymmetric territorial socio-economic development in the RA

Key words. Territorial unit, sustainable development, socio-economic system, disproportionate development, territorial policy

The existence of territorial disparities in every country is an undeniable reality, and the need to overcome it is a long-accepted guideline. The disproportions of territorial development in Armenia are so obvious that by observing only one or two indicators, it becomes clear that there is a real disproportionate territorial development. In this regard, through structural-dynamic analysis of indicators, the article aims to identify the issues of sustainable and balanced development of the socio-economic systems of the territorial units. It becomes clear that there is definitely a disproportionate territorial development in Armenia, moreover, that development is mostly asymmetric.

Амазасп ГАЛСТЯН, Гагик БАДАДЯН, Камо ДАВТЯН
Структурно-динамический анализ показателей асимметричного территориального социально-экономического развития РА

Ключевые слова: территориальная единица, устойчивое развитие, социально-экономическая система, диспропорциональное развитие, территориальная политика

Существование территориального неравенства в каждой стране - неоспоримая реальность, и необходимость ее преодоления - давно принятая директива. Диспропорции территориального развития в Республике Армения настолько очевидны, что, наблюдая только один или два показателя, становится ясно, что в Республике Армения действительно существует диспропорциональное территориальное развитие. В связи с этим, посредством структурно-динамического анализа показателей, статья направлена на выявление проблем устойчивого и сбалансированного развития социально-экономических систем территориальных единиц Республики Армения. В результате исследования становится ясно, что в Армении определено наблюдается непропорциональное территориальное развитие.

ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐԱԿԱՆ ՄՇԱԿՈՒՅԹԻ ԿԱԶՄԸ ԵՎ ԲԱՂԿԱՑՈՒՑԻՉՆԵՐԸ

Արմեն ՍԱՖԱՐՅԱՆ

Տնտեսագիտության դոկտոր

Դավիթ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

ԵՊՀ հայցորդ, Երևանի ՄԱՊՔ դասախոս

Բանալի բառեր. ձեռնարկություն, ձեռնարկատիրական մշակույթ, բաղկացուցիչ, ձեռնարկատեր, սպառող, արժեք, մոտիվ

Ներածություն: Ձեռնարկատիրական մշակույթը բարդ և համալիր հասկացություն է: Ձեռնարկատիրական մշակույթի և դրա բաղկացուցիչների ճշգրիտ ընկալումը պայմանավորում է ազնիվ և օրինական ձեռնարկատիրության գոյությունը երկրում: Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և կառուցվածքի ընկալումը ձեռնարկատիրոջ կողմից, դրանց ներազդմամբ կայացված որոշումների արդյունավետությունը պայմանավորում է ոչ միայն առանձին անհատների, այլև ողջ հասարակության կյանքի որակը: Այս ամենը պայմանավորում է ընդհանուր առմամբ տնտեսական մշակույթի, մասնավորապես ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և կառուցվածքի ճշգրիտ սահմանագծումը և այդ բաղկացուցիչների արդյունավետ գործառնումը:

Մեթոդաբանություն: Գիտական հոդվածի պատրաստման ընթացքում օգտվել ենք գիտական ճանաչողության ընդհանուր մեթոդներից, մասնավորապես, վերացարկում, վերլուծություն, համադրություն, ինդուկցիա, դեդուկցիա, ինչպես նաև հետազոտության տեսական մեթոդներ (վերացականից դեպի կոնկրետը):

Գրականության ակնարկ: Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և բաղկացուցիչների վերաբերյալ ուսումնասիրություններ կատարել են Ա.Ն. Կիրիլլովան, Ա.Վ.Բուսիգինը, Վ.Պ.Կուշլինը, ովքեր ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմը և բաղկացուցիչները դիտարկում են որպես նորարարությունների, ազատ գործելու հնարավորության, պատասխանատվության, ինքնուրույնության, սեփական ռիսկով շահույթ ապահովելու ունակության համալիր: Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և բաղկացուցիչների վերաբերյալ ուսումնասիրություններ կատարել և դրանում ոչ նյութական բաղադրիչներ են ընդգրկել Մ.Գ.Լապուստան, Ա.Գ.Պորչնևը, Յու.Լ.Ստարոստինը, Լ.Գ.Սկամայը, ովքեր ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմը և բաղկա-

ցուցիչները դիտարկում են որպես ձեռնարկատիրական գործունեության հենքը կազմող սկզբունքների, եղանակների և մեթոդների ամբողջություն: Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և բաղկացուցիչների վերաբերյալ ուսումնասիրություններ կատարել է նաև Ժ.Վ. Մասլիկովան, ով ձեռնարկատիրական մշակույթը համարել է արժեքների, իմաստների, սիմվոլների, գիտելիքների ամբողջություն, որոնք ապահովում են ձեռնարկատիրական գործունեության ծավալման մոտիվացիոն հենքը:

Վերլուծություն: Մշակույթն ինքնին բարդ հասկացություն է, որը բնորոշ է մարդու կենսագործունեության բոլոր ոլորտներին և պայմանավորում է անձի ներգրավումը հասարակությանը: ¹Ձեռնարկությունը գործարարության մի մասն է, որում կարևոր տեղ են զբաղեցնում ստեղծագործական, նորարարական մոտեցումները, որոնք պայմանավորում են ձեռնարկության գործարարակտիվությունը: Ստացվում է, որ ձեռնարկատիրությունը մշտապես կրում է մշակույթի ազդեցությունը: Հիմք ընդունելով վերը ասվածը՝ Վ.Պ. Կուշլինը ձեռնարկատիրական մշակույթը սահմանում է որպես նյութական և ոչ նյութական բաղկացուցիչների ամբողջություն, որի հենքն է համարում նորարարությունը, ազատությունը, ինքնուրույնությունը, պատասխանատվությունը և շահույթ ապահովելու գործում սեփական ռիսկով հաշվետվու լինելը²:

Այսպիսով, պարզ է դառնում, որ ձեռնարկատիրական մշակույթի բաղկացուցիչները բովանդակում են հասկացությունների բավականին լայն շրջանակ: Եթե ընդհանրացնելու լինենք վերը ուսումնասիրված հեղինակների տեսակետները, ապա ձեռնարկատիրական մշակույթի կառուցվածքը կազմում են ֆորմալ և ոչ ֆորմալ կանոնները և նորմերը, գործարարության սովորույթները և ավանդույթները, անհատական և խմբային շահերը և հետաքրքրությունները, աշխատակիցների աշխատանքային վարքագիծը, դեկավարման ոճը, աշխատակիցների աշխատանքային բավարարվածությունը:

Ձեռնարկատիրական մշակույթի (ՁՄ) կազմը և բաղկացուցիչներն իրենց աշխատություններում ներկայացրել են մի շարք հեղինակներ, որոնց տեսակետները ներկայացնում ենք ստորև՝

¹ Кириллова, А. Н. Сущность и содержание понятия культура предпринимательства. Текст: непосредственный. Молодой ученый. 2014. № 2 (61). С. 680-681.

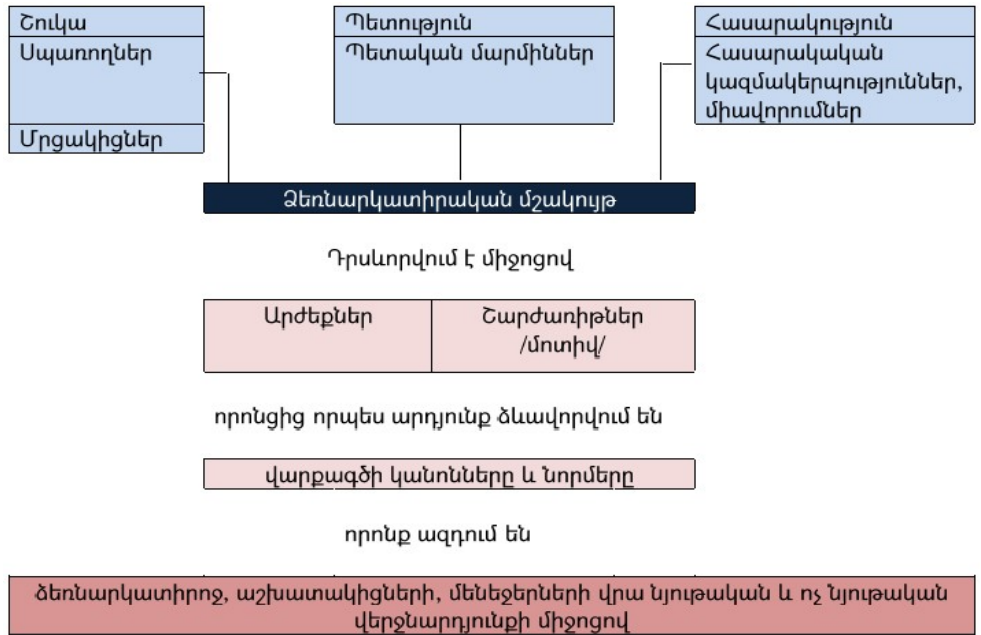
² Кушлин В.П. Экономика предпринимательства: курс лекций / В.П. Кушлин, В.Д. Половинкин, А.Н. Фоломьев. М.: Владос, 2001. 240 с.

Աղյուսակ 1. Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և բաղկացուցիչների վերաբերյալ տեսաբանների մոտեցումները

Հեղինակը	Սահմանումը
Ռ. Րյութինգեր	ՁՄ բաղկ.երն են համոզ.երը և արժեքների մասին պատկեր.երը, որոնք օգնում են հասկանալ, թե ինչն է կարևոր ձեռն. համար, համոզ.՝ ինչպես գործառնի կազմ.ը և ապահովի արժեքների իրագործումը ¹ :
Մ. Լապուստա Ա. Պարչնս Յու. Ստարոստին	ՁՄ-ը սկզբ.երի, եղ.երի և մեթոդների ամբողջ. է, որոնցով իրականացվում է ձեռն. գործ.ը: ՁՄ հնարավոր բաղկացուցիչներ են դիտարկվում գործար. ավանդ.երը, էթիկ. և բարոյ. նորմերը, քաղաքակիրթ վարվելակարգը ² :
Վ. Դ. Կոզլով	ՁՄ-ը ֆորմալ և ոչ ֆորմալ կանոնների և նորմերի, ավանդ.երի և սով.երի, անհ. և խմբ. շահերի, աշխ.երի վարքագծի, ղեկ.ն ոճի ամբողջություն է ³ :
Վ. Գորֆինկել, Գ. Պոլյակ, Վ. Շվանդար	ՁՄ-ի մաս են կազմում միջավայրը, աշխ. կապերի բնույթը, ձեռնարկության արժեքները, ներքին և արտաքին հարաբերությունները ⁴ :
Խ. Մահոմեդովա	ՁՄ կենտ. օղակը աշխ.երն են, նրանց ունակ.երը և հնար.երը ստեղծելու նորար. նախագծեր, որի արդյունքում ձեռն. հ-ր ապ. են օգուտ և շահույթ ⁵ :
Ժ. Վ. Մասիկովա	ՁՄ բաղկ.երն են արժեքները, իմաստները, սիմվոլները, գիտելիքները, ավանդ.երը՝ ապահովելով ձեռն. գործ.ն բնականոն գործունեությունը, ինչպես նաև այդ գործունեության ընկալումը հասարակության կողմից ⁶ :
Վ. Գ. Մակենա	ՁՄ բաղկացուցիչներ է համարում վարքագիծը, արժեքային համակարգը, ձեռնարկության ներսում գոյություն ունեցող սոցիալական նորմերը, հիմնարար սկզբունքները, փորձի կուտակումը, որոնք նպաստում են ձեռնարկատիրական գործունեության կայունությանը ⁷ :
Վ. Ն. Իվանով Վ. Ի. Պատրուշև	ՁՄ-ի բաղկ.ուցիչն, ըստ հեղինակների, ձեռնակատիրական գործունեություն իրականացնելու հմտությունն է, որի լույսի ներքո էլ ներկայացնում են մնացյալ բաղկացուցիչները՝ իրավական և բարոյական նորմերը, ազգային ավանդույթները և այլն ⁸ :
Բ. Ա. Րայզբերգ	ՁՄ բաղկ.ը նախ պատկ.երն են գործ. արժ.երի մասին, ապա՝ կանոնները և նորմերը, որոնք բիզնես-գործընթացների պլանավորման և իրականացման հենքն են կազմում: ՁՄ կարևոր մաս է ձեռնարկատերի վարքագիծը ⁹ :
Մ. Լապիցկի	ՁՄ մաս են տեսակետը, էտալոնը, սիմվոլը, դր. կրող բիզ. գործընթ. երը:
Ն. Վ. Րոդինովա Օ. Օ. Չիտանավա	ՁՄ-ի մաս են ֆորմ. և ոչ ֆորմ. կան.երը և նորմերը, ավանդ.երը և սով.երը, անհ. և խմբ. հետ.երը, կազմ. կառ. ը, աշխ. կապերի բնույթը և մակ.ը ¹⁰ :

¹ Руттингер, Р. Культура предпринимательства. М.: Эком, 1992., с.127.
² Лапуста, М. Г. Предпринимательство. М.: ИНФРА М, 2003., с. 353.
³ Социально-экономическое управление. под ред. Н. Родионовой, М.: Ю-Д, Ед., 2002., 327.
⁴ Горфинкель, В. Предпринимательство. М.: Изд-во Юнити-Дана, 2005., с.328.
⁵ Конференция без границ – <աւանդիւթյունը՝ /http:// www. wse-wmeste.ru
⁶ Конференция без границ – <աւանդիւթյունը՝ /http:// www. wse-wmeste.ru
⁷ Конференция без границ – <աւանդիւթյունը՝ /http:// www. wse-wmeste.ru
⁸ Теория управления : социально-технологический подход. под ред. В. Иванова, В. Патрушева; Акад.наук социал. технологий и местного самоуправления. М.: Мун. мир, 2004., с.194.
⁹ Райзберг, Б. А. Основы экономики и предпринимательства. М. Просвещение, 1995., с.114.
¹⁰ Социально-экономическое управление : учеб. пособ. для вузов / под ред. Н. В. Родионовой, О. О. Читанавы. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2002., с.239.

Ամփոփելով՝ ընդգծենք, որ վերը բերված սահմանումները չենք համարում ամբողջական և ստորև ներկայացնում ենք մոդել, որն առավել լիարժեք պատկերում է ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմը և բաղկացուցիչները:



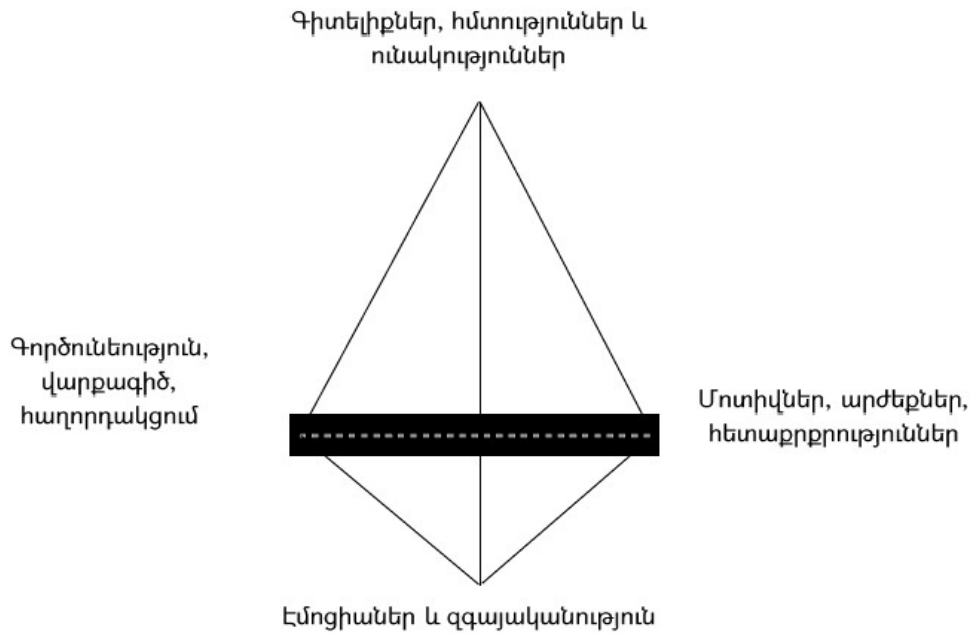
Գծապատկեր 1. Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմի և բաղկացուցիչների ընդհանրական մոդել¹

Այսպիսով, ընդհանրացնելով կարող ենք ասել, որ ձեռնարկատիրական մշակույթի բաղկացուցիչներն են կազմում՝

- համապատասխան էմոցիաները և զգայությունները,
- համատեքստային գիտելիքները՝ տնտեսագիտական, իրավական, էթիկական, հաղորդակցական, կառավարչական, էկոլոգիական,
- համոզմունքները, արժեքները, նորմերը, կանոնները, հարաբերությունները, վարքագծային և գործառնական մոդելները,
- գործունեությունը, վարքագիծը և շփումը:

Այս բոլոր բաղադրիչների միջև գոյություն ունի սերտ կապ, որը հնարավոր է ներկայացնել քառանիստի միջոցով, որը ներկայացված է ստորև:

¹ Մոդելը մշակել է հեղինակը՝ մասնագիտական գրականության մոտեցումներով :



Գծապատկեր 2. Ձեռնարկատիրական մշակույթի բաղադրիչների փոխկապակցվածության մոդել¹

Ստացվում է, որ գիտելիքները, հմտությունները և ունակությունները սերտորեն փոխկապված են բոլոր բաղադրիչների հետ: Ըստ մեզ դրանք բոլոր բաղադրիչների գործառնման հենքն են: Գործունեության, վարքագծի և հաղորդակցման կապը մոտիվների, արժեքների և հետաքրքրությունների հետ փոքր-ինչ մակերեսային է կամ՝ անուղղակի: Ձեռնարկատիրական մշակույթի ոչ նյութական կազմից և բաղկացուցիչներից բացի կարևոր է անդրադառնալ ձեռնարկատիրական մշակույթի նյութական կազմին և բաղկացուցիչներին՝ գործարար ակտիվությանը և շահույթին:

Կազմակերպությունների գործունեության վերլուծության և դիագնոստիկայի վերաբերյալ աշխատանքներում վերջին տարիներին լայն տարածում է ստացել նաև կազմակերպությունների գործարար ակտիվության ուսումնասիրությունը, ուր «գործարար ակտիվություն» եզրույթի մեկնաբանման շուրջ առկա են տարակարծություններ: Տարբեր հեղինակներ առաջարկում են նաև գործարար ակտիվության ցուցանիշների

¹ Մոդելը մշակել է հեղինակը՝ մասնագիտական գրականության մոտեցումներով:

տարբեր համակարգեր: Այս ամենը մեկնաբանվում է որպես այս հասկացության բազմասպեկտության և բարդության արդյունք: Մեծամասնության կարծիքով գործարար ակտիվությունը իրենից ներկայացնում է ցուցանիշների ամբողջությունը, որոնք բնութագրում են կազմակերպության տնտեսական գործունեության ինտենսիվությունը և նրա տնօրինմանը ենթակա ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործումը:¹

Այսպիսով, գործարար ակտիվության հիմնական բնութագիրն է.

- գործարար ակտիվությունը ուսումնասիրվում է որպես միջոցառումների համակցություն, որոնք նպատակաուղղված են կազմակերպության արտադրանքի շուկայական առաջխաղացմանը, արտադրանքի շուկայի ընդլայնմանը, իրացման ծավալների ավելացմանը,

- գործարար ակտիվությունը համարվում է կազմակերպության ընթացիկ արտադրական և առևտրային գործունեություն,

- գործարար ակտիվությունը հանդիսանում է կազմակերպության գործունեության արդյունավետության գնահատման միջոց,

- այն բնութագրում է կազմակերպության պլանի կատարումը,

- այն հանդիսանում է կազմակերպության տնօրինմանն ենթակա միջոցների օգտագործման արդյունավետության ընդհանրացման ցուցանիշ,

- գործարար ակտիվությունը հանդիսանում է կազմակերպության կայուն զարգացման հիմնական գործոնը:

Գործարար ակտիվության վերջնարդյունքը շահույթն է, ինչը շուկայական տնտեսությունում գործունեության անմիջական նպատակ է: Չնայած գործնականում շահույթը որոշվում է ապրանքների և ծառայությունների վաճառքից ստացվող ընդհանուր հասույթի և համախառն ծախսերի տարբերությամբ, տեսական քննարկումներում շահույթի էության, աղբյուրների, ձևերի շուրջ տարածայնությունները շարունակվում են: Շահույթն արտահայտում է տնտեսական բարդ հարաբերություններ ձեռնարկատերերի (ձեռնարկությունների) և աշխատողների միջև՝ աշխատավարձի կապակցությամբ, ձեռնարկատերերի միջև՝ ապրանքաշրջանառության հետ կապված գործառույթությունների կապակցությամբ, ինչպես նաև ձեռնարկատերերի, հողատերերի և բանկային

¹ Обследование деловой тенденции в промышленности, строительстве и розничной торговле: Семинар по краткосрочным экономическим показателям в РФ. 22-26 сентября 1997 г. М.: ЦАК при Правительстве РФ. Ротапринт., էջ 126

կառույցների միջև՝ վարկի կապակցությամբ և այլն: Այդ հարաբերությունները հաշվարկային բնույթ են կրում: Զարգացած տնտեսության պայմաններում միագումար ազգային արտադրանքի շարժումն արտադրման փուլից մինչև սպառման փուլը միջնորդավորվում է դրամական և նյութական ֆոնդերի և եկամուտների ստեղծմամբ ու օգտագործմամբ: Շահույթը տվյալ դեպքում հանդես է գալիս որպես աղբյուր և արտահայտում է այդ միջոցների ձևավորման և օգտագործման գործընթացները: Ընդ որում՝ շահույթի նշանակությունը վերարտադրության յուրաքանչյուր փուլի համար տարբեր է: Արտադրության գործընթացին՝ տեխնոլոգիական իմաստով, շահույթը չի մասնակցում: Տնտեսական իմաստով՝ շահույթը միջնորդավորում է արտադրությունը բոլոր փուլերում, միաժամանակ կարևոր արժեքային կատեգորիա է՝ ոչ արժեքային նշանակությամբ ձեռնարկատիրական մշակույթի համատեքստում:

Եզրակացություն: Եզրափակելով անհրաժեշտ է նշել, որ ձեռնարկատիրական մշակույթի բաղկացուցիչները բովանդակում են հասկացությունների բավական լայն շրջանակ: Ձեռնարկատիրական մշակույթի բաղադրիչները բաժանվում են երկու հիմնական խմբի՝ նյութական և ոչ նյութական: Ձեռնարկատիրական մշակույթի ոչ նյութական կազմը և բաղկացուցիչները կազմում են ֆորմալ և ոչ ֆորմալ կանոնները և նորմերը, գործարարության սովորույթները և ավանդույթները, անհատական և խմբային շահերը և հետաքրքրությունները, աշխատակիցների աշխատանքային վարքագիծը, դեկավարման ոճը, աշխատակիցների աշխատանքային բավարարվածությունը: Ձեռնարկատիրական մշակույթի նյութական կազմը և բաղկացուցիչները կազմում են գործարար ակտիվությունը և շահույթը: Գործարար ակտիվությունը թույլ է տալիս կազմակերպությանն իրականացնել գործունեության կոնկրետ արդյունքների հասնելուն միտված իր ռազմավարական նպատակները: Այն իր մեջ բովանդակում է կազմակերպության հիմնական կարողությունների բնութագիրը, գործառնման արդյունավետությունը, կազմակերպության ընդհանուր զարգացման հնարավորությունը:

Տնտեսական իմաստով՝ շահույթը միջնորդավորում է արտադրությունը բոլոր փուլերում և միևնույն ժամանակ հանդիսանում է կարևոր արժեքային կատեգորիա՝ ոչ արժեքային նշանակությամբ ձեռնարկատիրական մշակույթի համատեքստում:

Արմեն ՍԱՖԱՐՅԱՆ, Դավիթ ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ

Ձեռնարկատիրական մշակույթի կազմը և բաղկացուցիչները

Բանալի բառեր. ձեռնարկություն, ձեռնարկատիրական մշակույթ, բաղկացուցիչ, ձեռնարկատեր, սպառող, արժեք, մոտիվ

Ձեռնարկատիրական մշակույթը բավականին բարդ հասկացություն է, որ ունի նաև բարդ համալիր կառուցվածք: Մեր հոդվածի շրջանակներում ձեռնարկատիրական մշակույթի բաղադրիչները ներկայացրել ենք երկու հիմնական խմբով՝ նյութական և ոչ նյութական: Որպես ձեռնարկատիրական մշակույթի ոչ նյութական կառուցվածքի տարրեր ընդգծել ենք ֆորմալ և ոչ ֆորմալ կանոնները և նորմերը, գործարարության սովորույթները և ավանդույթները, աշխատակիցների աշխատանքային վարքագիծը, դեկավարման ոճը և այլն: Որպես ձեռնարկատիրական մշակույթի նյութական կառուցվածքի տարրեր ընդգծել ենք գործարար ակտիվությունը և շահույթը:

Армен САФАРЯН, Давид ГРИГОРЯН

Состав предпринимательской культуры и компоненты.

Ключевые слова: предприятие, бизнес-культура, компоненты, предприниматель, потребитель, ценность, мотив

Предпринимательская культура - довольно сложное понятие, имеющее сложный комплексный состав. В рамках статьи мы разделили компоненты бизнес-культуры на две основные группы: материальные и нематериальные. В качестве элементов нематериального состава предпринимательской культуры мы выделили формальные, неформальные правила, нормы, деловые привычки, традиции, рабочее поведение сотрудников, стиль управления и т. д. В качестве элементов материального состава предпринимательской культуры мы сделали упор на бизнес-активность и прибыль.

Armen SAFARYAN, David GRIGORYAN

Entrepreneurial culture composition and components.

Key words: enterprise, business culture, components, entrepreneur, consumer, value, motive

Entrepreneurial culture is a rather complex concept with a complex composition. Within the framework of the article, we have divided the components of business culture into two main groups: tangible and intangible. As elements of the intangible composition of the entrepreneurial culture, we identified formal, informal rules, norms, business habits, traditions, work behavior of employees, management style, etc. As elements of the material composition of the entrepreneurial culture, we focused on business activity and profit.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАВНОМЕРНОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РА

Георгий МЕЛКОНЯН

магистрант “Финансовая экономика” РАУ

Армине АГАДЖАНИЯН

кандидат экономических наук, доцент РАУ

Акоп МАНУКЯН

студент 4-го курса бакалавриата “Экономика” РАУ

Ключевые слова. инфраструктура, миграция, сельское хозяйство, автомагистраль “Север-Юг”.

После распада СССР вся система взаимосвязей в экономическом, социальном, политическом, военном аспектах была полностью разрушена. Усложненные механизмы производства какого-либо товара через раздробленные между несколькими странами циклы производства привели к тому, что при условии невозможности проводить импортно-экспортные операции, многие отрасли становились неэффективными, а их производство почти полностью теряло свой спрос.

Случай Армении усложнялся по сравнению с другими постсоветскими странами из-за двух событий: экономическая, военная, транспортная блокада Армении со стороны Турции и Азербайджана, а также активно идущие военные действия по поводу карабахского конфликта. Эти два фактора доводили изначально малую вероятность нахождения внешних рынков для реализации своей продукции до нуля. Отрасль сельского хозяйства не была исключением. Государственная неспособность в финансировании и в частичном субсидировании сельского хозяйства проявилась в кратчайший период после развала Советского союза. Для спасения отрасли были предприняты меры равномерной приватизации сельскохозяйственных территорий. В 1991-1992 гг. было переведено в частное владение 900 колхозов и совхозов, которые производили более 90% сельскохозяйственной продукции. На их основе были созданы более 320 тысяч индивидуальных хозяйств [1]. С помощью этого сельское хозяйство смогло продолжить медленное развитие, тем самым «удерживая на плаву» всю экономику. Однако земельную реформу объективно нельзя считать эффективной. Если в момент проведения реформы было невозможно судить об успешности этих мер, то видя последствия, можно точно определить неэффективность приватизации. В итоге мы имеем множество неиспользованных земельных угодий, которые остались на произвол судьбы. Кроме земельной реформы стоит также отметить неэффективно проведенную приватизацию частной собственности. Стоит отметить, что во всех постсоветских странах приватизация не была эффективной. Однако пример Армении является худшим. В России хотя бы в последствии появились акционерные общества. В Армении же не только такого не произошло, но так же разгосударствление проводилось во время

войны, что по неписанным законам нельзя делать, но власти Армении вопреки здравому смыслу на это решились. В итоге государственное имущество было приватизировано по очень низкой стоимости. Однако, на наш взгляд, самой серьезной проблемой является отток капитала из Армении. Промышленность Советской Армении, как и в других постсоветских странах было нацелено на кооперацию с другими странами-членами СССР, в основном были крупные предприятия, производящие продукцию для России. Армения отличалась вовлеченностью в военную и космическую отрасли России. Казахстан, Украина и Беларусь не в полной мере, но сохранили большую долю этих предприятий и продолжили сотрудничество после распада СССР. Армения же полностью разрушила свой потенциал, так как в лучшем случае станки экспортировались за границу и использовались там, в худшем – реализовывались как металлолом. Вследствие непоследовательности и неструктурированности стратегии власти возникшие две основные проблемы, чрезмерная распыленность и отсутствие соответствующей автодорожной инфраструктуры, так и остались нерешенными, что и привело к спаду к началу 1995 года.

Разделение земельного фонда на несколько сотен тысяч собственников привело к тому, что у каждого отдельно взятого сельскохозяйственника не было достаточно ресурсов для обработки земли и производства продукции. Единственным решением оставалось дожидаться перераспределения на конкурентном рынке, пока у конкретного агента наберется достаточное количество ресурсов для восстановления производства.

Вторая проблема была не менее серьезной. Из-за военного положения и недостаточных средств государства, а также большого количества нерешенных вопросов по линии восстановления зоны бедствия спитакского землетрясения у страны просто не оставалось возможностей на реконструкцию или усовершенствование дорожных покрытий и проведение новых автомагистралей.

Кроме материального недостатка для регионального развития в 1990-ых годах возникла еще и проблема острой нехватки человеческого капитала: темпы миграции за первое десятилетие превысили 1 млн. человек (Граф. 1). За последние 20 лет вышепредставленные проблемы только углубились, при этом частичные, несистемные попытки реформирования и представления стратегий развития в большей части уже в краткосрочном периоде показывали свою неэффективность и недееспособность. На данный момент в сфере развития регионов и развития всей страны особенно по линии усовершенствования инфраструктуры есть две основных проблемы: внешняя, риск безучастности в региональных проектах из-за продолжающейся блокады со стороны Турции и Азербайджана, и внутренняя, значительно различающийся уровень развития столицы и регионов, что приводит к чрезмерной централизации ресурсов в Ереване.

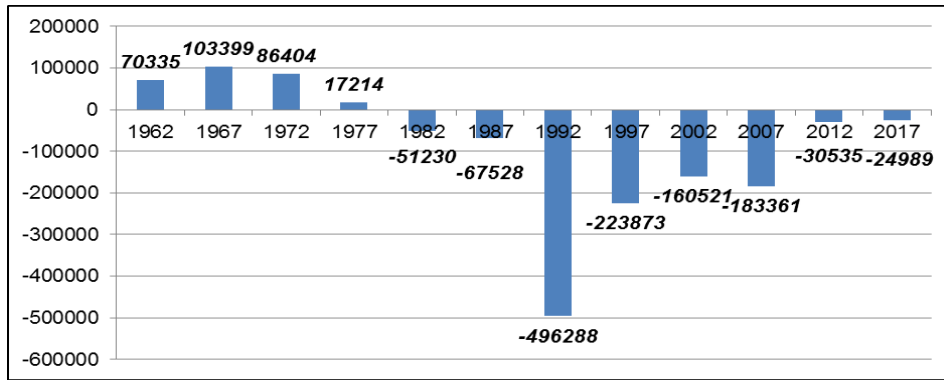


График 1. Чистая миграция в Армении, 1962-2017 гг.

Источник: United Nations Population Division. *World Population Prospects: 2019 Revision*

Итак за последние 20 лет стало очевидным вытеснение Армении из региональных проектов, как перевозки топлива, так и построения железной дороги. Турция за это же время стала страной, через которую проходит два газопровода и один нефтепровод. Проект Баку-Тбилиси-Джейхан открылся в 2005 году, обогнув Армению с севера. По тому же маршруту через пару месяцев пройдет Трансанатолийский газопровод (сокращённо TANAP), который будет поставлять газ из Казахстана, Туркменистана и Азербайджана через Грузию и Турцию в Европу. И самый крупный проект – это проект «Турецкий поток», которая является возобновленной версией «Южного потока». В этом случае русский газ через Турцию уходит в Европу. Как мы видим, ни один проект не затрагивает Армению. А это экономическое усиление и создание новых рычагов давления для одной конфликтующей стороны чреваты плачевными последствиями.

Единственным шансом Армении на участие в международных проектах – это построение высококачественной автомобильной дороги «Север-Юг», что поможет принять участие в проложении дороги «Один пояс и один путь», что является восстановлением Шелкового пути. Но и в этом вопросе у Армении есть проблемы: в Сюникской области межгосударственная дорога в районе Каджарана подымается на высоту примерно 2600 метров над уровнем моря, что делает дорогу непроходимой в зимний период времени. К этой проблеме добавляется большой риск оползней в сезон дождей. Имея такую проблему на южном участке страны, логично было бы начать строительство «Север-Юг» с этого участка, а точнее со строительства тунеля для обеспечения круглогодичной транспортной связи с Ираном. Но наши власти начали строительство с северной части, строя дорогу из Еревана в Гюмри, которая изначально была в хорошем состоянии из-за более активного пассажирооборота и грузооборота между Арменией и Грузией, чем Арменией и Ираном. Используя возникшую возможность, Турция и Азербайджан пост-

роили автодороги высокого качества из Тегерана до Тбилиси, тем самым перехватив, в случае Азербайджана большую часть пассажирооборота, и в случае Турции почти все грузоперевозки. Проблемна также ситуация с неравномерным развитием столицы и регионов Армении. Согласно данным за январь 2018 года, из 2972,7 тыс. граждан Республики Армения в Ереване проживают 1077,6 тыс. постоянных жителей. Такая концентрация населения в Ереване создает ряд проблем, от национальной экономической безопасности до загрязнения воздуха, препятствий для передвижения, особенно из-за несовершенства транспортной сети, плохих жилищных условий, безработицы и т. д. Количественный перевес приводит также к неравенству на уровне распределения ресурсов. Кроме трудовых ресурсов капитальные ресурсы тоже сильно централизованы в Ереване. Более 80% обрабатывающей промышленности сосредоточено в Ереване. 42,1% от общего объема промышленного производства Армении, 53,9% строительства, 82,6% розничной торговли, 85,5% услуг, 77,6% от общей площади эксплуатации жилых зданий, 33,2% объектов гостиничного дела также находятся в Ереване [5] [6]. Такой явный перевес без эффективных методов вмешательства государства для перераспределения ресурсов из столицы в регионы может привести к полному опустошению наших регионов.

Новым фактором замедления темпов регионального развития стала Вторая Арцахская война. Кроме того, что на данный момент внешние риски, связанные с нахождением отрезка дороги «Север-Юг» в районах Сюник и Вайоц Дзор на опасном расстоянии от границы со стороны Нахиджевана, увеличились, так как межгосударственная граница вознила и с восточной стороны этих районов, новые проблемы добавило и переопределение государственных границ Сюникского района, связанное с возвращением семи регионов и установлением постов обороны по всей длине новой границы. Сама война и ее результат для Армении тоже является фактором торможения роста. Экономический кризис, вызванный пандемией, только усилился за счет второго шока в виде войны. Возникшая политическая нестабильность, отсутствие видения даже краткосрочного будущего, почти полное отсутствие гарантий безопасности и влияние экономического кризиса с большой вероятностью могут стать предпосылками к новому большому потоку или полной эмиграции, или переезда из регионов в Ереван, что дополнительно ухудшит ситуацию с ресурсами и возможностями развития регионов.

Для повышения и максимального приближения темпа развития регионов Армении к темпу развития Еревана необходима системная, всесторонне рассчитанная политика конкретных шагов в этом направлении.

В контексте достижения позитивных результатов в процессе регионального развития необходимо решить вопросы, связанные и с внешними рисками, и с внут-

ренными проблемами. В первую очередь надо разработать программу по участию в региональном инфраструктурном проекте, параллельно увеличивая темп строительства основной автомагистрали «Север-Юг». Это решит и проблему с инфраструктурой, и даст возможность регионам, через которые проходит автомагистраль, за счет увеличения потоков и пассажиров, и грузоперевозок, развивая разные направления экономики, такие как сфера услуг или розничная торговля, достиг более высокого темпа развития. Решение вопросов автодорожной инфраструктуры в конкретных проектах, проведение внутреннего аудита для выявления нынешней ситуации области являются дискретными действиями, которые однозначно важны, но недостаточно эффективны, если их использовать без четкого рассмотрения и планирования дальнейших тактических шагов политики.

В этом контексте понятие инфраструктуры нужно рассматривать не только с точки зрения дорог и слаженно работающих возможностей перемещения, но и совокупности структур бизнеса, научно-технических знаний и социальной жизни, непосредственно обеспечивающие производственные процессы и условия жизнедеятельности общества. С этой точки зрения надо рассматривать также несельскохозяйственную деятельность и развитие его условия для решения проблем равномерного развития и уменьшения уровня безработицы. Конечно же этот вопрос тесно связан с проблемой качества дорог, но тут есть и некоторые специфические моменты: надо проводить целостное исследование для определения векторов развития различных регионов: если для одних это развитие туристического бизнеса, вызванного географическим положением, то есть преимуществом локации на самых популярных линиях, то для других это может стать развитием малой торговли или созданием готовой продукции, которое может быть вызвано нахождением в зоне экономических льгот или на крупных торговых маршрутах страны.

В целом, подводя итоги исследования, можно сказать, что развитие регионов даже при условии острой необходимости решать сегодняшние проблемы, большей частью зависит от существования четко спланированной стратегии на будущее. Последняя должна иметь несколько векторов в зависимости от существующих реалий в регионе, а также прогнозы рисков будущих изменений и методы и инструменты их преодоления. Также важно отметить, что в этом вопросе особую роль играет государственный контроль реализаций намеченных планов. При условии грамотной постановки задач, основанных на нынешнем положении и конъюнктуры рынков в регионе, а также геополитических, экономических и других аспектов всей страны, и последовательной реализации с возможными изменениями для подстраивания под изменяющиеся реалии с учетом правильного контроля в скором времени приведет к положительным результатам.

Список использованной литературы:

1. Статистический ежегодник Армении, 1996, URL: <https://www.armstat.am/>
2. Backgrounder: Economic corridors under Belt and Road Initiative, Xinhua, 2017, URL: http://www.xinhuanet.com/english/2017-05/09/c_136268314.htm
3. Raffaello Oantucci, Sarah Lain, China's Eurasian Pivot, Royal United Services Institute, London, 2016
4. «Հյուսիս-Հարավ ճանապարհային միջանցքի ներդրումային ծրագրի մասին», URL: <http://www.northsouth.am/>
5. Статистического комитета РА, URL: <https://www.armstat.am/file/doc/99504703.pdf>
6. Мэрия Еревана, «Городское хозяйство», URL: <https://www.yerevan.am/ru/economy/>
7. Радаев В.В. Еще раз о предмете экономической социологии // Соц. исслед. 2002. № 7.
8. Региональная экономика / под ред. Т.Ю. Базарова, Б.Л. Еремина. М., 2012. – 487 с.
9. Смородинская Н., Капустин А. Свободные экономические зоны: мировой опыт и российские перспективы // Вопр. экономики. 1994. № 12. С. 126–140.

**Գերդի ՄԵԼՔՈՆՅԱՆ, Արմինե ԱՂԱԶԱՆՅԱՆ, Հակոբ ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ
ՀՀ համայնքների համաչափ զարգացման հեռանկարները**

Բանալի բառեր. ենթակառուցվածք, միգրացիա, գյուղատնտեսություն, «Հյուսիս-Հարավ» ավտոճանապարհ

Հայաստանի պարագայում արտաքին և ներքին ցնցումները և բացասական գործընթացները երկար ժամանակահատվածում զգալի բացասական ազդեցություն ունեցան մայրաքաղաքի և մարզերի անհավասար զարգացման խորացման համատեքստում: Մայրաքաղաքի հիպերկենտրոնացումը հրատապ խնդիր է, որը ժամանակի ընթացքում միայն խորանում է: Ամենակարևոր գործոնը մարզերից մայրաքաղաք ներքին միգրացիան է: Դրա համար շատ պատճառներ կան, բայց ամենակարևորը՝ ավելի լավ կյանքի դրդապատճառն է: Սա հատկապես ճիշտ է հատկապես հետպատերազմյան շրջանում: Սյունիքի և Տավուշի մարզերում սահմանամերձ նոր քաղաքների և գյուղերի ի հայտ գալու պատճառով խնդիրն ավելի է սրվել: Բացի վերը նշվածից, ավելացվել է նաև անվտանգության գործոնը: Այսպիսով այս խնդրի լուծման մեխանիզմների մշակումը և ուսումնասիրումը մնում է ծայր-աստիճան արդիական: Այս առումով առաջնային է դառնում ենթակառուցվածքների խնդրի հետազոտությունը՝ որպես համայնքների զարգացման հնարավորությունների հիմք:

Георгий МЕЛКОНЯН, Армине АГАДЖАНИЯН, Акоп МАНУКЯН
Перспективы равномерного развития регионов РА

*Ключевые слова: инфраструктура, миграция, сельское хозяйство, автомагистраль
“Север-Юг”*

В случае Армении внешние и внутренние шоки и отрицательные процессы на протяжении долгого периода времени имели значительное негативное влияние в контексте углубления неравномерности развития столицы и регионов. Гиперцентрализация столицы является насущной проблемой, которая со временем только углубляется. Важнейшим фактором является внутренняя миграция из регионов в столицу. Причин этого много, но важнейшей является мотивация лучшей жизни. Это особенно актуально тем более в послевоенное время. Из-за появления новых приграничных городов и сел Сюникской и Тавушской областей проблема больше обострилась. Кроме вышеописанной добавилось еще и фактор безопасности. Таким образом разработка и изучение механизмов решения данной проблемы остается крайне актуальным. В связи с этим первичным становится и понимание вопроса инфраструктуры, как основы возможностей развития регионов.

Georgi MELKONYAN, Armine AGHAJANYAN, Hakob MANUKYAN
Prospects for the equal development of the RA regions

Key words. infrastructure, migration, agriculture, North-South highway

In the case of Armenia, external and internal shocks and negative processes over a long period of time had a significant negative impact in the context of deepening the uneven development of the capital and regions. The hyper-centralization of the capital is an urgent problem that only deepens over time. The most important factor is internal migration from regions to the capital. There are many reasons for this, but the most important is the motivation for a better life. This is especially true especially in the post-war period. Due to the emergence of new border towns and villages in Syunik and Tavush regions, the problem has become more acute. In addition to the above, a safety factor has also been added. Thus, the development and study of mechanisms for solving this problem remains extremely relevant. In this regard, the understanding of the issue of infrastructure, as the basis of the possibilities for the development of regions, becomes primary.

**ՄՈՆՈԼԻՏ ԾԱՐՏԱՐԱՊԵՏԱԿԱՆ ՄՈԴԵԼՈՎ ԱՇԽԱՏՈՂ ԲԱՆԿԱՅԻՆ
ՀԱՄԱԿԱՐԳԵՐԻ ՓՈԽԱԿԵՐՊՈՒՄԸ ՄԻԿՐՈՍԵՐՎԻՍԵՐԻ**

Արման ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ
Տնտեսագիտության դոկտոր
Նարեկ ՆԱԹԱԿՅԱՆ
AOByte Ծրագրային Ճարտարագետ
Աղասի ՍԵՅՐԱՆՅԱՆ
ՀԱՊՀ ՏՀՏԷ ինստ. ՏԱԾԱ ուսանող

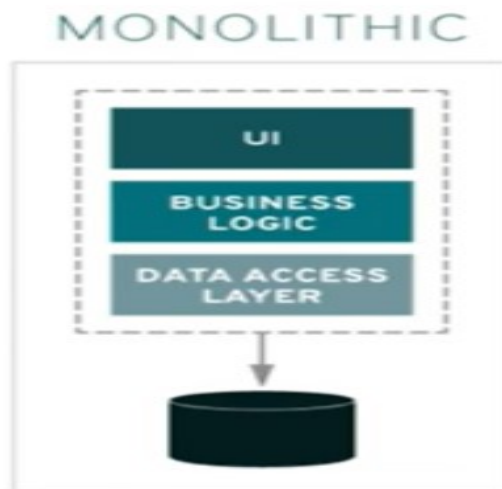
Բանալի բառեր. միկրոսերվիս, մոնոլիտ, բանկային համակարգ, ծրագրային ճարտարապետություն

Ներածություն: Ժամանակի ընթացքում համակարգերն ու հավելվածները կորցնում են իրենց արդիականությունը՝ չեն բավարարում ժամանակի պահանջներին: Վերջինիս հետ կապված ամենապարզ օրինակներից մեկն այն դեպքն է, երբ հավելվածի անվտանգության համակարգը հնանում է, և այն ալգորիթմը, որը դրված էր եղել այդ անվտանգության համակարգի հիմքում, այլևս հուսալի չէ, կամ ստեղծվում են այնպիսի նոր տեխնոլոգիաներ, որոնք արագագործության ապահովման տեսանկյունից նախորդ տարբերակներից ավելի նախընտրելի են (օրինակ՝ HTTP 2.0, HTTP 1.1)[1]: Անվտանգության անհուսալիության հետ գործնական խնդիրներ են ծագել Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներում: ԱՄՆ-ի կառավարության հաստատած ծածկագրման քայլաշարը 1990 թվականին մեծ համակարգչային ցանցի գործածմամբ 39 օրվա ընթացքում, «կոտրեցին»: Դա տվյալ համակարգը կատարելագործելու և նոր ալգորիթմ՝ AES-ը, ներդնելու պատճառ դարձավ: Բանկային համակարգերը, իրենց հերթին, անցել են զարգացման երկար ու բարդ ճանապարհ՝ ձևավորելով նոր ճյուղեր ու ուղղություններ: Այդ ընթացքում ձևափոխվել ու փոփոխվել են նաև այդ համակարգի սպասարկման համար օգտագործվող ծրագրային հավելվածներն ու համակարգերը: Հարց է առաջանում՝ ինչպե՞ս է համակարգը մնում արդիական այդքան ժամանակ անց, պատասխանն ակնհայտ է՝ այն ենթարկվում է փոփոխությունների ու թարմացումների: Վերացական տեսանկյունից տվյալ համակարգը կատարում է իր առջև դրված խնդիրը՝ այն ծառայում է տվյալ ոլորտին, բայց կարող է էականորեն տարբերվել իր սկզբնական վիճակից:

Որպեսզի համակարգը հնարավոր լինի նորացնել և թարմացնել, նախևառաջ պետք է ճիշտ կառուցել այդ համակարգի ճարտարապետությունը: Ծրագրային տեսանկյունից գոյություն ունեն տարբեր ճարտարապետական մոդելներ, որոնցից յուրաքանչյուրը նախատեսված է իրեն բնորոշ խնդիրներին լուծում տալու համար: Ներկայումս դրանցից ամենահայտնիները մոնոլիտ և միկրոսերվիսային մոդելներն են, որոնք ունեն իրենց թե՛ թույլ, թե՛ ուժեղ կողմերը:

Մեթոդաբանություն: Բազմաթիվ բանկային համակարգերի աշխատանքի հիմքում ընկած է մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելները, քանի որ դրանք նախագծվել են մինչև միկրոսերվիսային ճարտարապետության հայտը՝ դառնալով: Այս տեսակի համակարգերը դինամիկ են ու շատ արագ են փոփոխվում և պարտավոր են հարմարվել շուկայի պահանջներին՝ բաց լինելով փոփոխությունների համար: Տվյալ պարագայում մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելը նպատակային չէ օգտագործել, քանի որ թարմացումները ընդունելու ճկունության տեսանկյունից այն զիջում է միկրոսերվիսային ճարտարապետական մոդելին: Խնդիրը հետևյալն է՝ ինչպե՞ս առանց կորուստների մոնոլիտային մոդելից անցնել միկրոսերվիսային մոդելի :

Գրականության ակնարկ: Մոնոլիտ ճարտարապետությունը դիտվում է որպես կիրառման ավանդական մեթոդ, այն մշակվում է որպես մեկ փաթեթ: Նորմալ կիրառման դեպքում զարգացումը սկսում է մոդուլային բազմաստիճան կամ վեցանկյուն ճարտարապետությունից:



Դրական կողմերն են .

- Ավելի հեշտ «կարգաբերում» debugging[3] և թեստավորում: Ի տարբերություն միկրոսեմվիսային ճարտարապետության՝ մոնոլիտ համակարգերի «կարգաբերում» և թեստավորումը ավելի հեշտ է իրականացնելը: Դա հնարավոր է նրա շնորհիվ, որ մոնոլիտ ճարտարապետությամբ գրված համակարգը ամբողջական ու միաձույլ կառույց է:

- Տեղակայման պարզություն: Մոնոլիտ համակարգերի հետ կապված հաջորդ առավելությունը սերվերում հեշտ տեղակայումն է: Երբ գործը հասնում է մոնոլիտ ծրագրերին, դուք չեք կատարում բազմաթիվ տեղակայումներ. դրա համար պահանջվում է միայն մեկ ֆայլ կամ կատալոգ:

- Ծրագրային իրականացման հեշտություն: Քանի որ մոնոլիտ մոտեցումը նախատեսված է ստանդարտ ծրագրերի իրականացման համար, ապա կամայական ծրագրավորողների խումբը, որն ունի բավարար գիտելիքներ և հնավարություններ կարող է իրանակացել իր մոնոլիտ ծրագիրը:

Բացասական կողմերն են՝

- Ընկալման բարդությունները. Հավելվածի կառուցվածն ու աշխատանքի սկզբունքները դժվար է հասկանալ, երբ մասշտաբները մեծանում են: Բացի այդ, այն դժվար է կառավարել մեկ բարդ համակարգի մեկ ծրագրի օգնությամբ:

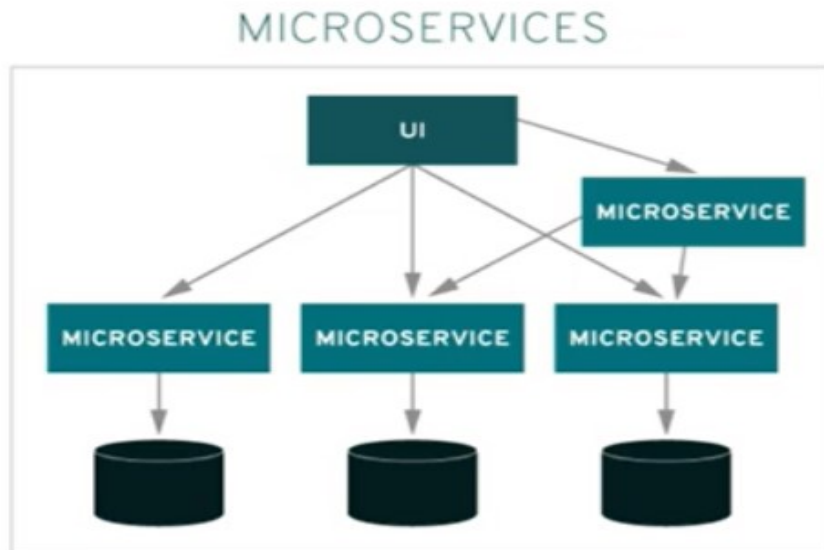
- Փոփոխությունների իրականացումը: Դժվար է իրականացնել փոփոխություններ բարդ և մեծ ծրագրի մեջ, երբ վերջինիս բաղադրիչները միմյանց հետ սերտ կապված են: Կամայական փոփոխությունը ազդեցություն է ունենում համակարգի ամբողջական աշխատանքի վրա, հետևաբար անհրաժեշտ է իրականացնել գործողությունների և փոփոխությունների մանրակրկիտ համակարգում: Սա զգալիորեն մեծացնում է ընդհանուր մշակման գործընթացը:

- Ընդարձակելիությունը: Մենք չենք կարող իրարից անկախ ընդարձակել հավելվածի բաղադրիչները. դա կարող է կատարվել միայն ողջ ծրագրի մասշտաբով:

- Նոր տեխնոլոգիական խոչնդոտները: Նոր տեխնոլոգիաների կիրառումը մոնոլիտ ծրագրում խիստ խնդրահարույց է. մեկ ծրագրի շրջանակներում չենք կարող կիրառել միաժամանակ մի քանի տեխնոլոգիաներ:

Միկրոսեմվիսային ճարտարապետությունը բաց միացված ճարտարապետություն է, որի յուրաքանչյուր բաղադրիչը անկախ է մյուսներից: Այն նե-

րառում է փոքր, անկախ և ինքնավար մոդուլների մի ամբողջություն, որը կատարում է տարբեր ծառայություններ: Յուրաքանչյուր ծառայություն պետք է կարողանա ինքնուրույն իրականացնել համապատասխան բիզնես միավորները: Մոնոլիտ ճարտարապետությունը մի ամբողջություն է, մինչդեռ միկրոսերվիսային ճարտարապետության մեջ գոյություն ունի փոքր անկախ բլոկների խումբ, որոնք միասին աշխատում են որպես մեկ ամբողջություն: Ծրագրի բոլոր ֆունկցիաները բաժանվում են առանձին և անկախ օգտագործման մոդուլների, որոնք փոխազդում են միմյանց հետ՝ օգտագործելով հավելվածի ծրագրավորման ինտերֆեյսների (APIs)[4] մեթոդները: Միկրոսերվիսային ճարտարապետության յուրաքանչյուր ծառայություն հեշտությամբ կարելի է մեծացնել, տեղաբախշել և թարմացնել միմյանցից անկախ:



Դրական կողմերն են

- Անկախ բաղադրիչները (կոմպոնենտները):

1. Բոլոր ծառայությունները կարող են փոփոխվել կամ թարմացվել իրարից անկախ՝ ինչը մեծ ճկունության հնարավորություն է տալիս:

2. Մեկ միկրոծառայության սխալն ազդում է միայն այդ ծառայության վրա և չի ազդում բուն ծրագրի աշխատանքի վրա: Բացի այդ, ի տարբերություն մոնոլիտ ճարտարապետությունների, միկրոսերվիսային ճարտարապե-

տությամբ ստեղծված ծրագրում ավելի հեշտ է ավելացնել նոր ծառայություններ:

- Հեշտ է ընկալման տեսանկյունից: Միկրոսերվիսային ծրագրի բաժանումը փոքր և պարզ բաղադրիչների ավելի ընթեռնելի է դարձնում հավելվածը: Դուք պարզապես կենտրոնանում եք այն բիզնես գաղափարի վրա, որը ձեզ պետք է:

- Ընդարձակելիություն: Միկրոսերվիսային հավելվածների ևս մեկ առավելությունն այն է, որ մենք ամեն մի ծառայություն կարող ենք ընդարձակել մյուսներից անկախ: Այսպիսով՝ վերջինիս գործընթացի վրա ավելի քիչ ժամանակ և ռեսուրսներ են ծախսվում, քան կծախսվեին, եթե հավելվածը լիներ մոնոլիտ ճարտարապետությամբ:

- Տեխնոլոգիայի ընտրության ճկունություն: Ծրագրավորողների խումբը կարող է չսահմանափակվել տեխնոլոգիաների ընտրության հարցում: Նըրանք կարող են յուրաքանչյուր միկրոծառայության համար ընտրել նոր տեխնոլոգիա:

- Ճկունության ավելի բարձր մակարդակ: Հավելվածի միկրոծառայության կամայական սխալն անդրադառնում է միայն այդ կոնկրետ ծառայության վրա, այլ ոչ թե՛ ողջ ծրագրի: Այսպիսով նոր ծառայությունների ավելացումը կամ թարմացումը ավելի քիչ ռիսկեր է իր մեջ պարունակում:

Բացասական կողմերն են՝

- Հավելյալ բարդությունները. Քանի որ միկրոսերվիսային ճարտարապետությամբ իրականացված հավելվածը համարվում է բախշված համակարգ, ապա ծրագրավորողը ստիպված է լինելու ընտրել և սահմանել կապեր բոլոր մոդուլների և տվյալների բազաների միջև: Բացի այդ, քանի դեռ ծրագրում առկա են անկախ ծառայություններ, նրանք բոլորը պետք է տեղակայված լինեն ինքնուրույն:

- Համակարգերի տեղաբաշխումը. Միկրոսերվիսային ճարտարապետությունը բարդ համակարգ է՝ բաղկացած մի քանի մոդուլներից և տվյալների բազաներից, հետևաբար բոլոր կապերը պետք է մշակվեն մանրակրկիտ կերպով:

- Թեստավորումը. Միկրոսերվերային ճարտարապետության կառուցվածքի պատճառով բազմաթիվ տեղակայված կոմպոնենտներ ավելի բարդ են թեստավորվում:

Վերլուծություն: Վերլուծելով բանկային համակարգերում եղած խնդիրները, որոնք հիմնականում առաջացել են անարդյունավետ ճարտարապետության ընտրության արդյունքում, և ուսումնասիրելով արդի ծրագրային համակարգերի ճարտարապետությունը, առաջարկվում է խնդրի լուծման ութ քայլերի հաջորդականությամբ մոդել: Այդ քայլաշարի հիման վրա մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելով գրված համակարգը հեշտությամբ ու առանց կորուստների կձևափոխվի միկրոսերվիսայինի: Քայլերը հետևյալն են՝

1. նույնականացնել տրամաբանական բաղադրիչները,
2. վերափոխել բաղադրիչները (նույն մակարդակի սահմանում),
3. նույնականացնել բաղադրիչները կախվածությունները,
4. նույնականացնել բաղադրիչների խմբերը,
5. հեռավար օգտատիրոջ ծրագրային միջավայրի համար ստեղծել API,
6. տեղափոխել կոմպոնենտների խմբերը մակրոսերվիսների մեջ (տեղափոխել բաղադրիչների խմբերը առանձին հավելվածների մեջ և տեղակայել սերվերում)
7. տեղափոխել մակրոսերվիսները միկրոսերվիսների մեջ[5].
8. կրկնել 6-7 գործողությունները մինչև վերջնական արդյունք:

Այս գործընթացում ձևափոխման սկզբում կատարվում են 1-5-րդ քայլերը, ընդ որում՝ միայն մեկ անգամ: Կարելի է կրկնել այս քայլերը միայն մեկ պարագայում, երբ տվյալ պահին համակարգի մեջ նոր ֆունկցիոնալ է պետք ավելացնել:

Քայլ 6-ը միջանկյալ քայլ է, որը որոշ ձևափոխությունների համար, գուցե անհրաժեշտ չլինի: Հիմնականում նախատեսված է մեծ ֆունկցիոնալները փոքր մասերի բաժանելու և համապատասխան նմանություններով խմբավորելու համար:

Քայլ 8-ի հիմնական իմաստն այն է, որ պետք չէ ամբողջ ձևափոխությունը միանգամից կատարել. գործընթացը ինքնին բարդ է, և եթե հնարավորություն կա այն բաժանելու փոքր մասերի, ապա ավելի նախընտրելի է այդ տարբերակը:

Բանկային համակարգերից բացի տնտեսության բազմաթիվ ոլորտներում, տարբեր գերատեսչություններում ծրագրային ապահովման հիմքում ևս ընկած է մոնոլիտ ճարտարապետության մոդելը, և այդ բնագավառներում ևս

առաջանում են նմանատիպ խնդիրներ, և դրանք կարող են էական ազդեցություն ունենալ նաև մակրոտնտեսական գործընթացների վրա: Ծրագրի թարմացման ընթացքում կանգ է առնում ամբողջ համակարգի աշխատանքը, ինչի արդյունքում գործընթացները դանդաղում են, նվազում է աշխատանքի արդյունավետությունը

Եզրակացություն: Հիմնականում բանկային համակարգերի աշխատանքի հիմքում ընկած է մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելը: Այդ համակարգերի անցումը միկրոսերվիսային մոդելի ժամանակատար գործընթաց է, սակայն դա կարելի է պարզեցնել, եթե այն կատարվի համակարգված ձևով: Միկրոսերվիսներն ունեն սեփական առավելությունները մոնոլիտ ճարտարապետության նկատմամբ, սակայն մոնոլիտից միկրոսերվիսային մոդելին անցումը կատարելը պետք է ունենա որոշ հիմնավոր պատճառներ: Այս հոդվածում ներկայացված երկու մոդելների առավելություններից ու թերություններից ելնելով կարող ենք պնդել, որ երբ գործ ունենք բանկային համակարգերի հետ, այդպիսի անցում կատարելու հիմնավոր պատճառներն ակնհայտ են:

Գրականության ցանկ.

1. Factory.hr: HTTP/2: the difference between HTTP/1.1, benefits and how to use it. 26.08.2018(<https://factoryhr.medium.com/http-2-the-difference-between-http-1-1-benefits-and-how-to-use-it-38094fa0e95b>).
2. Wired News Report: Fed Encryption Standard Exposed.17.07.1998 (<https://www.wired.com/1998/07/fed-encryption-standard-exposed/>).
3. GeeksforGeeks: Software engineering debugging. 25.06.2018 (<https://www.geeksforgeeks.org/software-engineeringdebugging/#:~:text=In%20the%20context%20of%20software,and%20successfully%20testing%20the%20software>).
4. MuleSoft: What is an API(<https://www.mulesoft.com/resources/api/what-is-an-api#:~:text=API%20is%20the%20acronym%20for,you%27re%20using%20an%20API>).
5. Pradeep Batchu: Micro vs Macro vs Mono. 25.09.2019 (<https://medium.com/@kumar385/micro-vs-macro-vs-mono-ecc77f211d0e>).

Արման ՄԱՐՏԻՐՈՍՅԱՆ, Նարեկ ՆԱԼԹԱԿՅԱՆ, Աղասի ՍԵՅՐԱՆՅԱՆ
Մոնոլիտ ճարտարապետական մոդելով աշխատող բանկային
համակարգերի փոխակերպումը միկրոսերվիսների

Բանալի բառեր. միկրոսերվիս, մոնոլիտ, բանկ, ծրագրային ճարտարապետություն

Բանկային համակարգերը ժամանակի ընթացքում զարգացել են որպես առանձին ճյուղ, և դրանց սպասարկման համար գրվել են տարբեր տեսակի համակարգեր ու հավելվածներ: Այս համատեքստում առնչվում ենք ոչ միայն նոր, այլև հին (և՛ ժամանակային, և՛ տեխնոլոգիական առումով) հավելվածների ու համակարգերի հետ: Խնդիրն այն է, որ վերոնշյալ հին համակարգերը ժամանակի ընթացքում պետք է արդիականացվեն, իսկ արդիականացումը հնարավոր է իրականացնել երկու ճանապարհով՝ կա՛մ համակարգը փոխարինել նորով, կա՛մ թարմացնել դրա ինչ-որ հատվածը: Սակայն բարդ կառուցվածք ունեցող համակարգի փոխարինումը կարող է հանգեցնել գլոբալ խնդիրների, որոնք սովյալ պարագայում անթույլատրելի են, այդ իսկ պատճառով հիմնականում ավելի նախընտրելի է նորացման ճանապարհը:

Арман МАРТИРОСЯН, Нарек НАЛТАКЯН, Агаси СЕЙРАНЯН
Трансформация банковских систем работающих на основе монолитной
архитектурной модели в микросервисы

Ключевые слова. микросервис, монолит, архитектура программного обеспечения

Банковские системы со временем развивались как отдельная ветвь, для их обслуживания были написаны различные типы систем и приложений. В этом контексте мы имеем дело не только с новыми, но и со старыми (с точки зрения времени, технологий) приложениями и системами. Проблема в том, что упомянутые выше старые системы необходимо обновлять с течением времени, и обновление может быть выполнено двумя способами: либо заменой системы на новую, либо для обновлением какой-либо ее части. Однако замена системы со сложной структурой может привести к глобальным проблемам, которые в данном случае недопустимы, поэтому, в основном предпочтительнее способ модификации, то есть изменение небольших частей системы.

Narek NALTAKYAN, Aghasi SEYRANYAN
Transformation of banking systems on monolithic architectural model in microservices

Key words: Microservice, Monolite, Banking System, Software architecture

Banking systems have evolved over time as a separate branch, and there are written different types of systems and applications for their service. In this context we are dealing not only with new, but also with older (temporally, technologically) applications and systems. The problem is that the above old systems need to be upgraded over time, and the upgrade can be done in two ways: either replace the system with a new one, or refresh some part of it. However, a replacement of system with a complex structure can lead to global problems that are unacceptable in this case, and therefore the way of modification is mainly more preferable, that is, the change of small parts of the system.

**ՎԱՐԿԱՅԻՆ ՌԻՍԿԸ ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ԲԱՆԿԵՐՈՒՄ. ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ
ԱՆՀՐԱԺԵՇՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՄԵԹՈԴԱԲԱՆԱԿԱՆ ՄՈՏԵՑՈՒՄՆԵՐ**

Արսեն ԸՌՔՈՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ Տնտ.գիտ.ինստ. կրտ. գիտաշխատող

Բանալի բառեր. վարկային ռիսկ, ռիսկի կառավարում, դեֆոլտ, սպասված կորուստ, չսպասված կորուստ

Ներածություն: Ժամանակակից տնտեսագիտական գրականության մեջ, ինչպես նաև բանկային գործունեության պրակտիկայում վարկային ռիսկերի կառավարումը համարվում է բանկային գործունեության հիմնաքարը¹: Վարկային ռիսկի կառավարման համար նախ պետք է ճանաչել, գնահատել և չափել այն: Վարկային ռիսկի գնահատումը իրենից ներկայացնում է վարկի հետ կապված պարտավորությունների ռիսկի գնահատման հենքի բացահայտում: Որոշ դեպքերում բանկերի համար վարկային ռիսկը ավելի կարևոր է քան շուկայական ռիսկը: Դա տեղի է ունենում այն դեպքում, երբ բանկերը կենտրոնացած են ավանդական վարկավորման վրա և ավելի քիչ՝ կապիտալ շուկայի գործառնության իրականացման վրա: Վարկային ռիսկի չափման և գնահատման համար կան հիմնական ցուցիչներ: Դրանք են դեֆոլտի հավանականությունը, վերադարձելիության մակարդակը, դեֆոլտի ռիսկը, սպասված կորուստը, անսպասելի կորուստը, դեֆոլտի դեպքում կրած կորուստը և այլն: Առաջին հայացքից այս ցուցիչները կարող են հեշտ թվալ հասկանալու և բացահայտելու համար, սակայն միշտ չէ որ հեշտ է գործնականում կիրառել մեթոդ, որը հնարավորություն կտա ներառել բոլոր ցուցիչները իրենց համապատասխան կշիռներով:

Վարկային ռիսկը որոշ վերապահումներով կարող ենք համարել արտադրողական ռիսկի տարատեսակ պայմանագրային հարաբերությունների շրջանակներում: Քանի որ վարկը իրենից ներկայացնում է պայմանագրային գործարք, ապա այս համատեքստում պայմանագրային իրավիճակում արտադրողական ռիսկը վերաբերում է այն հնարավորությանը որ պայմանագրի մի կողմը կխախտի պայմանագրով սահմանված պարտավորությունների կատարումը: Եվ քանի որ այս դեպքում վարկային ռիսկը վերաբերում է բանկի

¹ Банковский менеджмент, учебник, Финансовая академия при Правительстве Российской Федерации. кол. авторов, Под ред.. О. И . Лаврушина. 2009г. Стр. 352-353

առևտրային գործունեությանը, ռիսկ կա որ գործընկերոջ հետ պայմանագիրը կխզվի, եթե չկատարվեն բոլոր անհրաժեշտ վճարները և այլ պայմանները, որոնք նախատեսված են գործարքի պայմանագրով: Այս համատեքստում անհրաժեշտ է նշել, որ ֆինանսական գործիքները և գործարքների իրականացումը բորսաներում ունեն ամենափոքր վարկային ռիսկի ցուցանիշը, քանի որ այս գործարքները տեղի են ունենում քլիրինգային տների միջոցով:

Գրականության ակնարկ: Սույն հետազոտության համար տեղեկատվական հիմք են հանդիսացել մասնագիտական գրականության մի շարք աղբյուրներ (The GARP Risk Series, Credit Risk Management, David C. Shimko, Ph.D. Peter Went Ph.D., GARP 2010. Principles for the Management of Credit Risk – final document, Basel Committee on Banking Supervision. BIS. September 2000, Банковский менеджмент, Под ред. О. Лаврушина. 2009г.), ՀՀ-ում առևտրային բանկերի վարկային ռիսկի կառավարման հետ կապված ՀՀ ԿԲ խորհրդի որոշումները, մասնավորապես ՀՀ ԿԲ խորհրդի 2007թ. Փետրվարի 9-ի թիվ 39-Ն որոշումը, ՀՀ ԿԲ պաշտոնական տեղեկագրերը, ՀՀ ԿԲ կողմից մշակված տարբեր վիճակագրական և վերլուծական նյութերը:

Հեղազոտության մեթոդաբանություն: Աշխատանքում հետազոտության հիմնական մեթոդաբանական հիմքն են համակարգային մոտեցումը և տվյալների քանակականացման մեթոդները, որոնց օգնությամբ նախ համակարգը դիտարկվում է որպես մեկ ամբողջություն՝ կազմված բազմաթիվ տարրերից, և ապա այդ տարրերի քանակականացման միջոցով արդեն հնարավոր է իրականացնել վարկային ռիսկի գնահատում և կառավարում:

Վերլուծություն: Վարկային ռիսկի կառավարման տեսանկյունից մեծ նշանակություն ունի վարկային ռիսկի գնահատման և չափման գործընթացը: Այս գործընթացում տեղ գտած նույնիսկ փոքր թերությունները կարող է հաճախ առաջացնել մեծ ճեղքեր վարկային ռիսկի կառավարման արդյունավետության մեջ: Այս խնդիրները վերջնարդյունքում կարող են էական ազդեցություն ունենալ բիզնես որոշումների կայացման վրա: Բացի այդ առևտրի և գրնագոյացման շարժուն բնույթի շնորհիվ ֆինանսական գործիքների և գործարքների ազդեցությունը կարող է փոխվել և այսպիսով հետագայում բարդացնել ազդեցության գնահատումը և քանակականացումը: Վարկային ռիսկի

քանակականացման և գնահատման գործընթացը ավելի լավ հասկանալու համար ներկայացնենք օգտագործվող հիմնական ցուցանիշները¹

- Սնանկության հավանականություն, որը ցույց է տալիս հավանականությունը, որ պարտապանը կամ վարկառու չի կարողանա վճարել իր պարտավորությունը տրված ժամկետում:

- Սպասվող սնանկության հաճախականություն, որը ցույց է տալիս գնահատված այն ռիսկը, որ կազմակերպությունը կսննկանա կոնկրետ ժամանակահատվածում /օրինակ 6 ամիս, 2 տարի և այլն / չկարողանալով վճարել կամ տոկոսները, կամ մայր գումարը կամ երկուսը միասին

- Դեֆոլտի դեպքում կրած կորուստ՝ այն կորուստը, որը կկրի բանկը վարկառուի դեֆոլտի դեպքում արտահայտած որպես տոկոս ընդհանուր գումարից:

- Սննկացման ազդեցություն՝ սպասվող այն ազդեցության չափը, որը կլինի դեֆոլտի դեպքում:

- Սպասվող կորուստ՝ բանկի կողմից սպասվող միջին վարկային կորուստը տրված կոնկրետ ժամանակահատվածի համար:

- Չսպասված կորուստ՝ կորստի այն մասը, որը գերազանցում է սպասված կորստին:

- Վերականգնման մակարդակ, որը ցույց է տալիս կորստի այն մասը որը բանկը կարող է ծածկել:

- Տևողություն՝ սնանկացման տևողություն:

- Տարածման մակերես, որը ցույց է տալիս, թե վարկի հետ կապված պարտավորությունների գինը ինչ տարածում կունենա:

Դեֆոլտի ռիսկը այնքան է կարևորվում, որ երբեմն վարկային ռիսկը և դեֆոլտի ռիսկը օգտագործվում են փոխարինաբար, սակայն առկա են մի շարք գործոններ, որոնք կարող են ազդել վարկի վերադարձելիության հնարավորության վրա: Այս դեպքում կարևոր է պայմանագրի կողմ հանդիսացող վարկառու գործընկերների վարկային ռիսկի մասին ինֆորմացիայի տիրապետելը, քանի որ նման ռիսկը ունի երկկողմանի բնույթ, այսինքն մի կողմի դեֆոլտը կարող է ձգան հանդիսանալ մի շարք այլ գործընկերների դեֆոլտի համար, որոնք կարող են միայն անուղղակի կապ ունենալ առաջին դեֆոլտի ենթարկվող գործընկերոջ հետ: Վարկային ռիսկի քննարկման համատեքս-

¹ The GARP Risk Series, Credit Risk Management, David C. Shimko, Peter Went, 2010 p.16-17

տում կարևոր է տարբերակել վարկային ռիսկը շուկայական ռիսկից: Հաճախ վարկային ռիսկի և շուկայական ռիսկը նույնացվում են դրանց նմանության պատճառով, սակայն դրանք տարբեր են առաջին հերթին պարտապանի վարքագծային նկատառումներից ելնելով: Վարկառուները վճարումները կարող են խախտել, կամ ընդհանրապես չվճարել մի շարք պատճառներով: Որոշ դեպքերում վարկառուները չեն կարողանում կատարել (հնարավորություն չունեն) պարտավորությունները, երբեմն չեն կատարում քանի որ չեն ուզում կատարել (ցանկություն, անհատական բնավորություն), երբեմն սնանկանում են ինչ-ինչ պատճառներով, երբեմն է տնտեսական և մակրոտնտեսական իրավիճակը կարող է ստեղծել այնպիսի պայմաններ, որ վարկառուն չկարողանա վճարել (օրինակ 2007-2008թթ ճգնաժամի հետևանքով կամ 2019թ. Կորոնավիրուսային համաճարակի պատճառով առաջ եկած տնտեսական ճգնաժամի պատճառով): Շատ կարևոր է նաև շեշտել այն հանգամանքը, որ վարկային ռիսկի և շուկայական ռիսկի գնահատումներում մեծ տարբերություն կա ժամանակային հորիզոնների միջև, ըստ որի իրականացվում է գնահատումը: Շուկայական ռիսկը հիմնականում չափվում է շատ կարճ ժամանակի համար (օրական կտրվածքով), վարկային ռիսկը սովորաբար չափվում է երկարաժամկետ հորիզոնում (տարեկան կտրվածքով կամ ավելի երկար ժամանակահատվածի համար): Բացի այդ շուկայական ռիսկի կառավարումը հիմնականում օգտագործում է բաշխումներ, որոնք սիմետրիկ են միջինացված արժեքի հետ, իսկ վարկային ռիսկի չափումը օգտագործում է բաշխումներ, որոնք հիմնականում շեղվում են, քանի որ այս դեպքում մեծ կորուստների հավանականությունը ավելի ցածր է քան միջին կորուստների կամ կորուստ չունենալու հավանականությունը: Անհրաժեշտ է նշել նաև, որ որոշ դեպքերում վարկային ռիսկը ունի ավելի լայն շրջանակներ: Երբեմն վարկերը կարող են կորցնել իրենց արժեքը պայմանավորված վատթարացնող պայմաններով, որոնք կարող են վերագրվել և առանձին ընկերություններին կամ անհատներին, և տնտեսական պայմաններին ամբողջությամբ: Նմանատիպ վատթարացնող պայմանները կարող են բարձրացել ռիսկից ազատ տոկոսի և գործող տոկոսի միջև սփրեդը, ինչը իր հերթին բացասական է ազդում վարկավորման ծավալների վրա: Հետևաբար բանկը կարող է իր ակտիվային գործառնություններում մեծ կորուստներ ունենալ: Սա ռիսկ է, որը ազդում է վարկավորման մասշտաբների մեծացման վրա:

Մեթոդաբանական տեսանկյունից և վարկային ռիսկի մոդելները և շուկայական ռիսկի մոդելները ռիսկերի գնահատման և չափման համար օգտագործում են և պատմական տվյալներ, և ապագային կողմնորոշված մոդելներ, և վարքագծային մոդելներ: Նշված բոլոր մոդելները կարող են հավասարապես և զուգահեռաբար կիրառվել ընդհանուր վարկային ռիսկի չափման և գնահատման համար: Վարկային ռիսկի վերլուծության մոդելները կարող են հիմնվել ֆինանսական հաշվետվությունների և վերլուծության, դեֆոլտի հավանականության գնահատման, ինչպես նաև մեքենայական ուսուցման վրա¹: Վարկային ռիսկի չափումը և քանակականացումը ունի մեծ կարևորություն, քանի որ վարկային ռիսկի ցուցանիշից է կախված տարբեր վարկային պրոդուկտների առաջխաղացումը: Նման կախվածությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ վարկային ռիսկի փոփոխության հետ փոխվում է նաև տոկոսադրույքը և հետևաբար վարկային պրոդուկտի գինը: Գնի նման փոփոխությունը միաժամանակ պայմանավորված է ներդրողների պահանջած շահույթի մակարդակով և ապագայում հնարավոր իրավիճակային վատթարացումների կանխատեսումներով:

Վարկային կորուստների գնահատման և կառավարման մեխանիզմը ինքնին ենթադրում է վարկային կորուստների թույլատրում: Վարկային կորուստների թույլատրումը ստեղծված է, որպեսզի իրականացվի վարկային կորուստների զսպում բանկի վարկային պորտֆելում, որը բանկային տերմինաբանությամբ կոչվում է նաև «բարձի էֆեկտ»²: Այն նախատեսված է նաև սպասվող թույլատրելից բարձր վարկային կորուստները չեզոքացնելու համար: Նման հայեցակարգն իր տեղն ունի առևտրային բանկերի քաղաքականության ղեկավարման ուղեցույցներում, որը պետք է հաստատվի բանկի տրանսֆերների խորհրդի կողմից՝ միաժամանակ այն համապատասխանեցնելով օրենսդրական կարգավորումներին: «Առևտրային բանկերում վարկային ռիսկի հաշվարկն իրականացվում է «ԿԲ սահմանած սկզբունքների համաձայն, ըստ որի կապիտալի համարժեքության նորմատիվի հաշվարկում ընդգրկվելու նպատակով վարկային ռիսկը հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով²»

$$V_{\text{RF}} = (V_{\text{RF}_1} + V_{\text{RF}_2} + \dots + V_{\text{RF}_n}) / L$$

¹ CFI, Corporate Finance Institute, Credit Risk Analysis Models, Tools used to determine the probability of default of a potential borrower.

² «ԿԲ խորհրդի 2007թ. Փետր. 9-ի թիվ 39-Ն որոշում, Վարկային ռիսկի Հաշվարկ:

Որտեղ՝

ՎՌ – վարկային ռիսկն է՝ ամսվա միջին օրական հաշվարկով

ՎՌ₁+ՎՌ₂+...+ՎՌ_n – վարկային ռիսկն է ըստ օրերի

Ն-Հաշվետու ամսվա օրերի թիվն է:

Վարկավորման քաղաքականության սկզբունքները սահմանելիս բացի տեսական դրույթներից պետք է կիրառել նաև քանակական ցուցանիշներ: Վարկային ռիսկի գնահատման և կառավարման տեսանկյունից հիմնական նպատակներից մեկը թողարկողի կամ վարկատուի վարկային ռիսկի գնահատման համար վարկային կորուստների չափի քանակականացումն է: Քանի որ վարկային ռիսկը ներառում է բազմաթիվ ցուցիչներ, ավելի բարդ է այդ ամենին քանակական տեսք տալը: Առևտրային բանկերը հաճախ վարկային ռիսկի չգնահատվող մասից խուսափելու համար օգտվում են կորստի նվազեցման այլ աղբյուրներից: Հիմնականում վարկը ապահովվում էլ գրավով կամ վճարման հավաստմամբ՝ երաշխավորությամբ, որպեսզի ապահովվի վստահելի երկրորդային աղբյուր, եթե պարտապանը սննկանա կամ այլ պատճառով չկատարի վճարումներ: Վարկային պայմանագրում կարող է նըշվել, որ վարկը ենթակա է վերադարձի անմիջապես, եթե կոնկրետ որոշակի իրավիճակներ առաջանան, ինչպիսին կարող է լինել եկամտի նվազումը:

Գրավը, վճարման հավաստագիրը, կամ երկրորդային այլ աղբյուրները կարող են լինել պարտավորության տարբեր տեսակների մաս, բայց կա վարկերի և վարկային պրոդուկտների լայն շրջանակ, ուր նման երկրորդային աղբյուրները բացակայում են: Սրանք կառուցվածքային բնութագրեր են՝ հատուկ ամեն պարտավորությանը և դեֆոլտի դեպքում պարտավորության ներդրողի պոտենցիալ վերականգնումը կախված է դրա առաջնայնությունից, գըրավից, որով ապահովված է պարտավորությունը և այլ հատուկ պայմաններից: Սովորաբար շուկայի այլ մասնակիցները և ներդրողներն են զբաղվում պարտապանի և գրավի մոնիթորինգով: Ինչքան առաջնային լինի գրավը, այնքան մեծ է հավանականությունը, որ ներդրողը կստանա սպասվող արժեքը: Գրավի որակը նույնպես կարող է ազդել վարկի կամ պարտավորության արժեքի վրա: Գրավի արժեքի պոտենցիալ փոփոխությունը լիկվիդացիայի դեպքում կոչվում է վերականգնման ռիսկ: Ցանկացած վարկային գործիքի համար սպասված կորուստը կարող է լինել երկու հնարավոր ելքերով: Դրանք են դեֆոլտը և նոնդեֆոլտը (բացառությամբ վարքագծային դրդապատճառներ-

րի): Նոնդեֆոլտի դեպքում բանկի վարկային կորուստը հավասար է գրոյի, իսկ դեֆոլտի դեպքում կորուստը նախապես հաշվարկված և գնահատված ենթադրյալ մաս է (դեֆոլտի դեպքում կրած կորուստ), որը ընդհանուր ազդեցության ինչ-որ մաս է (սննկացման ազդեցություն): Արդյունքում ստացվում է, որ սպասված կորուստը նշված երկու հնարավոր ելքերի հավանականությամբ կշռված միջինն է¹: Սպասված կորուստի հաշվարկը կարող ենք ներկայացնել օրինակի միջոցով: Ենթադրենք առևտրային բանկը որևէ կառույցի տալիս է 5.000.000 ՀՀ դրամ վարկ՝ 10%-ով, որը պետք է վճարվի տարեկան: Ենթադրենք ըստ հաշվարկների կազմակերպությունն ունի տարեկան սպասվող դեֆոլտի 2,0% մակարդակ, իսկ դեֆոլտի դեպքում կրած կորուստը 60% է: Վարկի համար որպես ապահովում առկա է 4.000.000 ՀՀ դրամի գրավ: Այս դեպքում հաջորդ տարի բանկի սննկացման ազդեցությունը կկազմի՝

$$5.500.000 - 4.000.000 = 1.500.000 \text{ ՀՀ դրամ}$$

Սպասվող կորուստը այս դեպքում կկազմի՝

$$2,0\% \times 60\% \times 1.500.000 \text{ ՀՀ դրամ} = 18.000 \text{ ՀՀ դրամ,}$$

իսկ առանց գրավի այն կկազմի՝ 66.000 ՀՀ դրամ:

Ներկայացված հաշվարկներից կարող ենք ենթադրել, որ սպասված կորուստի հաշվարկները պարզ են, սակայն դրանք կարող են բավական բարդ լինել և խնդիրներ առաջացնել բանկի համար՝ առաջին հերթին գնագոյացման ընթացքում: Ներկայացված օրինակում կատարվեց հաշվարկ մեկ տարվա համար, սակայն երկարաժամկետ վարկի դեպքում սպասված կորուստի ենթադրյալ մակարդակը գնանշման գործընթացի համար զգայուն չի լինի, հետևաբար անհրաժեշտ է գնահատել նաև ապագայի սպասվող կորուստները, որպեսզի իրականացվի վարկի գնի որոշում:

Վարկային ռիսկի գնահատման և չափման մոդելները հաճախ օգտագործում են գնի և եկամտի վիճակագրական բաշխման տվյալները, որպեսզի քանակականացնեն կորուստների պոտենցիալ մակարդակը ինչպես առանձին գործիքների համար, այնպես էլ գործիքային պերտֆելի համար: Նման մոտեցումը հնարավորություն է տալիս քանակականացել ապագա կորուստի հնարավոր արժեքների միջակայքը: Վիճակագրական գնահատումները կարող են ներկայացնել կորուստների միջակայք սպասված կորուստի շուրջ և

¹ Basel Committee on Banking Supervision, An Explanatory Note on the Basel II IRB Risk Weight Functions, July 2005, pp. 4-8

անհատական վարկերի համար, և վարկային պերտֆելի համար: Ինչ վերաբերում է չսպասված կորուստներին, ապա կարող ենք ասել որ չսպասված վարկային կորուստների նվազեցումը առևտրային բանկերին հանդիպող գըլխավոր մարտահրավերներից մեկն է: Իսկ սպասված վարկային կորուստների մասով կարող ենք ասել, որ դրանք ծածկվում են վարկային կորուստների պահուստի միջոցով, քանի որ բանկերը նախապես պատրաստ են նման կորուստների: Չսպասված վարկային կորուստները մասին ամենակարևոր դիտարկումներից մեկը այն է, որ դրանք պետք է ծածկվեն բանկի սեփական միջոցների և կապիտալի հաշվին: Նման մոտեցումը կարող ենք հիմնավորել այն փաստարկով, որ եթե չսպասված եկամուտը շահույթ է բերում բանկին, ապա չսպասված կորուստն նույնպես պետք է ծածկի բանկը: Սակայն այս բեռը հաճախ ածանցված կերպով տարածվում է վարկային պորտֆելի վրա և փոխանցվում է մյուս պարտապաններին սահմանված բարձր տոկոսադրույքների և այլ վճարների միջոցով: Եվ փաստացի ստացվում է, որ չսպասված եկամտից նշված վարկառուները չեն շահում, սակայն չսպասված կորստի բեռը ինչ որ մեխանիզմով փոխանցվում է նրանց: Հետևաբար առևտրային բանկերը պետք է ձգտեն առավելագույնս նվազեցնել նման ռիսկերը, որպեսզի կարողանան արդյունավետ գնագոյացման միջոցով պահպանեն և ընդլայնեն իրենց ակտիվային գործունեության շուկան:

Սպասված կորուստները մեղմելու համար բանկերը պետք է ունենան պահուստ, որը համարվում է բանկային բիզնեսով զբաղվելու գնի բաղադրիչ: Նախ պետք է նշել որ պահուստը պետք է լինի սպասվող կորստին հավասար: Հայաստանի բանկերը ձևավորում են պահուստ սահմանված ըստ նորմատիվների և գրեթե միշտ նվազագույն չափով: Բիզնեսի տեսանկյունից հասկանալի է, որ բանկերը ձգտում են իրենց գումարից առավելագույն մասը թողնել շրջանառության մեջ, սակայն արդյունավետության տեսանկյունից նման մոտեցումը կարող է առաջ բերել խնդիրներ: Արդյունքում վարկային ռիսկի գնահատումը կարող է բերել միայն տոկոսադրույքի փոփոխության կամ կոնկրետ վարկատեսակի համար վարկային պորտֆելում դրա կշռի փոփոխության: Մինչդեռ այն պետք է իրենից ենթադրի նաև ճշգրտված պահուստների ձևավորում և վարկային ռիսկի արդյունավետ կառավարում: Վարկային կորստի պահուստի հետ կապված հաշվարկները որոշվում են օրենսդրական և այլ կարգավորման ուղեցույցներով և բանկի ներքին քաղաքակա-

նութամբ: Հատկանշական է, որ կարգավորման տեսանկյունից վարկային կորուստի պահուստը պետք է ծածկի քանակականացման ենթակա հավանական կորուստը, ոչ թե հնարավոր ապագա կորուստը: Վարկային կորուստի պահուստի ճիշտ մակարդակը որոշելու համար բանկերը պետք է կարողանան նախապես ճանաչել խնդրահարույց վարկերը: Նման արդյունքը հնարավոր է վարկի վերահսկման արդյունավետ մեխանիզմների օգտագործման, ինչպես նաև ներքին և արտաքին վերահսկողության իրականացման միջոցով, որը կճանաչի, մոնիթորինգի կենթարկի և կկառավարի ակտիվների որակի հետ կապված խնդիրները արդյունավետ և ժամանակին: Եթե դիտարկումն իրականացնենք լավ կառավարման տեսանկյունից, ապա կարող ենք ասել, որ այդ վարկերը ակնհայտ խնդրահարույց վարկերը չեն, որոնք անկանոն են վճարվում, ուշացումով են վճարվում կամ ընդհանրապես չեն վճարվում, այլ այն վարկերը, որոնց դեպքում ինչ որ հավանական անբարենպաստ զարգացումները կարող են ազդել վարկառուի վարքագծի և վճարունակության վրա:

Եզրակացություններ: Կարող ենք հստակ եզրակացնել, որ վարկային ռիսկի արդյունավետ կառավարման հիմքում լավ մշակված վարկային քաղաքականություն է: Վարկային և պարտքային քաղաքականությունը բանկի կորպորատիվ կառավարման հիմնական բաղադրիչն է՝ քանի որ այն ղեկավարում է բանկի հիմնական գործունեությունը՝ տրամադրել վարկեր վստահելի և վերադարձելի հիմքով միաժամանակ պաշտպանելով ներդրողների շահերը և բարձրացնելով սեփականատիրական արժեքը: Որոշ առևտրային բանկեր կարող են համարել, որ լրացուցիչ ապահովումը, գրավը և խիստ պայմանագրային չափորոշիչները կարող են կրճատել վարկի գծով կորուստը, սակայն համախմբված վարկային պորտֆելի համար սպասվող կորուստը ներառում է առանձին վարկերի սպասվող կորուստների հանրագումարը, և այդ մոտեցումը մեծ խնդիրներ կառաջացնի կարճ ժամկետում, քանզի գրավի և լրացուցիչ այլ ապահովման իրացումը բանկից պահանջում է որոշ ժամանակ: Ուստի վարկային պորտֆելի ռիսկերը կարճ ժամկետում կարող են անլուծելի լինել, իսկ վարկային պորտֆելի արդյունավետ և ակտիվ կառավարումը կարող է կրճատել կորուստների տարբերությունը սպասվող միջին արժեքից և հետևաբար կրճատել նաև չսպասված կորուստների միջակայքը:

Արսեն ԸՌՔՈՅԱՆ

Վարկային ռիսկը առևտրային բանկերում. կառավարման անհրաժեշտությունը և մեթոդաբանական մոտեցումներ

Բանալի բառեր. վարկային ռիսկ, ռիսկի կառավարում, դեֆոլտ, սպասված կորուստ, չսպասված կորուստ

Ժամանակի ընթացքում վարկավորման պրոցեսի բարդացումն ու ավտոմատացումը ուղեկցվել են և շարունակում են ուղեկցվել առանձին վարկային պրոդուկտների բարդության աստիճանի աճով: Ժամանակակից հաշվողականորեն բարդ վարկային պրոդուկտները ստիպել են առևտրային բանկերին ստանդարտեցնել որոշ մանրաձախ ու կորպորատիվ վարկառուների գնահատման գործընթացը: Օրեցօր վարկային ռիսկի գնահատման ավտոմատացումն ավելի է արագանում, և առևտրային բանկերը ավելի ու ավելի շատ են զգում վերլուծության բարելավման և վարկային ռիսկի գնահատման պրոցեսում առկա բացթողումները շտկելու անհրաժեշտությունը:

Arsen ERKOYAN

Credit risk in commercial banks: the need for management and methodological approaches.

Key words. Credit risk, risk management, default, expected loss, unexpected loss

Over time, the complexity and automation of the lending process has been and continues to be accompanied by an increase in the complexity of individual credit products. Modern computational credit products have forced commercial banks to standardize the assessment process of some retail and corporate borrowers. The automation of credit risk assessment is accelerating continuously, and commercial banks are becoming more and more aware of the need to improve the analysis and correct the omissions in the credit risk assessment process. In the current situation, each bank can independently use its models of expected and unexpected credit losses, adapting them to capital requirements.

Арсен ЭРКОЯН

Кредитный риск в коммерческих банках: необходимость управления и методологические подходы

Ключевые слова. Кредитный риск, управление рисками, дефолт, ожидаемый убыток, непредвиденный убыток

С течением времени сложность и автоматизация процесса кредитования сопровождались и продолжают сопровождаться увеличением сложности отдельных кредитных продуктов. Современные вычислительные кредитные продукты вынудили коммерческим банкам стандартизировать процесс оценки некоторых розничных и корпоративных заемщиков. Автоматизация оценки кредитного риска ускоряется непрерывно, и коммерческие банки все больше и больше чувствуют необходимость улучшения анализа и исправления проблем в процессе оценки кредитного риска. в нынешних обстоятельствах каждый банк может независимо использовать свои собственные внутренние модели ожидаемых и непредвиденных кредитных убытков, адаптируя их к своим требованиям к капиталу.

**ԱՐԺՈՒԹԱՅԻՆ ԻՆՏԵՐՎԵՆՑԻԱՆԵՐԸ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ԿԱՅՈՒՆԱՑՄԱՆ
ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ՀԱՄԱԿԱՐԳՈՒՄ**

Անդրանիկ ՄԱՐԳԱՐՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Ինովացիոն և ինստ. հետազոտություններ»
լաբորատորիայի գիտաշխատող

Բանալի բառեր. արժույթ, ինտերվենցիա, փոխարժեք, ֆինանսական կայունություն,
առաջանցման ինդեքս, դոլարայնացում, ռեզերվներ

Ներածություն: Արժույթային ինտերվենցիաները կենտրոնական բանկերի կարգավորման նորմատիվ գործիքներից են, որոնք, ի թիվս այլ գործիքների, կարգավորում են դրամաշրջանառությունը՝ ելնելով դրամավարկային քաղաքականության նպատակադրումներից: Արժույթային ինտերվենցիաների միջոցով Կենտրոնական բանկերը սովորաբար համահարթում են ազգային արժույթի տատանողականությունը, այն պահպանելով թույլատրելիության միջակայում, կամ՝ հնարավորինս չեզոքացնել այդ երևույթի բացասական ազդեցությունը գործարքների կայունության կամ գործարար ակտիվության վրա: Առհասարակ, այն երկրներում, որոնցում սահմանված է արժույթի ամրագրված փոխարժեք, կենտրոնական բանկերը իրականացնում են իրենց՝ օրենքով սահմանված այդ գործառույթը, նպատակ ունենալով գնաճը պահել ցածր մակարդակի վրա: Իսկ այն երկրները, որոնց արժույթները մասամբ են ազատ փոխարկելի, բնութագրվում են փոխարժեքի անկայունությամբ, նույնիսկ պաշտոնապես հայտարարված լողացող փոխարժեքի քաղաքականության պայմաններում իրենց ազգային արժույթի անվանական փոխարժեքի կայունությունն ապահովելու նպատակով իրականացնում են որոշակի արժույթային ինտերվենցիաներ:

Գրականության և աղբյուրների ակնարկ: Տնտեսագիտական գրականության մեջ տիրապետող է այն տեսակետը, ըստ որի արտարժույթային ինտերվենցիաները դրամավարկային քաղաքականության օժանդակ գործիքներ են, որոնց միջոցով լուծվում են դրամական համակարգի կայունացման ընթացիկ, դրվագային կամ կարճաժամկետ կարգավորման խնդիրները: Մոնետար տնտեսագիտության դասականներ Միլթոն Ֆրիդմենի, Ռոբերտ Մանդելի և Ջոն Մարկուս Ֆլեմինգի տեսակետները լողացող արտարժույթային փոխարժեքների վերաբերյալ, որպես փոքր բաց տնտեսությունները արտա-

քին շուկերից պաշտպանվելու գործիքներ, կարելի է ասել համընդհանուր ճանաչման արժանացած ճշմարտություններ են: Այդ թեգերը Մանդել-Ֆլեմինգի մոդելի հիման վրա հիմնավորում են, այսպես կոչված, մակրոտնտեսական «անհնարին երրորդության» վարկածը, ըստ որի, փոքր, բաց տնտեսության մեջ հնարավոր չէ միաժամանակ ապահովել դրամավարկային քաղաքականության երեք նպատակները՝ փոխարժեքի կայունությունը, գների կայունությունը և կապիտալի ազատ հոսքերը:

Թերևս, վերոնշյալ տեսակետի հաստատումը առավելապես բնորոշ է զարգացած, փոքր բաց տնտեսություններին: Սակայն, հատկապես զարգացող շուկաներ ունեցող երկրների համար նման ծայրահեղ պնդումները ոչ միշտ են ճիշտ ու քննադատվում են որոշ տեսաբանների (Ջ.Գալիմբերտի, Մ.Մոուրա)¹ կողմից: Իրենց հերթին Ջ.Օստրին, Ա.Գոշը և Մ.Չամոնը պնդում են, որ այն երկրները, որոնք հրաժարվում են ֆիքսված փոխարժեքի քաղաքականությունից, անդրսահմանային կապիտալի հոսքերի բացասական ազդեցություններից ու արտաքին անբարենպաստ ֆինանսական շուկերից խուսափելու համար գնաճի նպատակադրման քաղաքականությունը պետք է լրրացնեն՝ երկրորդ գործիքով՝ արժույթային ինտերվենցիաներով²:

Հատկապես 2008-2009թթ համաշխարհային ֆինանսական ճգնաժամից հետո արտարժույթային քաղաքականության վերաբերյալ քննարկումներում գերակշռող են դարձել փոխարժեքի կարգավորման ավելի ճկուն մոտեցումները: Մասնավորապես, Ջ.Գարսետին, Կ.Կուեստերը և Ջ.Մյուլլերը պնդում են, որ Մանդել-Ֆլեմինգի մոդելը «մոլորության մեջ է գցում, երբ առկա է շուկայի անվստահություն սուվերեն պարտքի նկատմամբ, ինչը կարող է ազդել ներքին մասնավոր հատվածի ֆինանսական պայմանների վրա»³: Տեսաբանների մեկ այլ խումբ էլ պնդում է, որ համաշխարհային ֆինանսական

¹ Galimberti J.K., Moura M.L. Taylor rules and exchange rate predictability in emerging economies // Journal of International Money and Finance. 2013. No. 32. P. 1009–1010.

² Ostry J.D., Ghosh A.R., Chamon M. Two Targets, Two Instruments: Monetary and Exchange Rate Policies in Emerging Market Economies // Journal of International Money and Finance. 2016. No. 60. P. 172–196.

<https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2012/sdn1201.pdf>

³ Corsetti G., Kuester K., Muller G.J. The Case for Flexible Exchange Rates in a Great Recession // Cambridge University. Pg. 28.

<https://www.repository.cam.ac.uk/bitstream/handle/1810/257141/cwpe1644.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ցիկլերի ներկայիս ազդեցությունների պայմաններում տեղի է ունենում մակրոտնտեսական «տրիլեմմայի» յուրօրինակ կերպափոխում: Մասնավորապես, Հելեն Ռեյը գրում է. «Գլոբալ տնտեսական ցիկլը այս տրիլեմման վերածում է դիլեմայի (երկակիության) կամ անհաշտ «դուետի», այն է՝ անկախ դրամավարկային քաղաքականությունը հնարավոր է միայն ու միայն այն դեպքում, երբ կապիտալի ազատ հոսքերը կառավարվում են»¹:

ԱՄՀ փորձագետները շեշտադրում են այն միտքը, որ ձևավորված նոր իրողությունների պայմաններում զարգացող երկրների կենտրոնական բանկերը ավելի ու ավելի են հակվում ավելի նվազ ճկունությամբ փոխարժեքի քաղաքականության, որի պայմաններում առավել հաճախակի են օգտագործում այնպիսի ոչ ստանդարտ գործիքներ, ինչպիսին արժութային ինտերվենցիաներն են: Այս հանգամանքը ԱՄՀ փորձագետները բացատրում են առևտրի պայմանների վատթարացման, հատկապես էներգակիրների ու մյուս բազային ռեսուրսների գների անկանխատեսելի տատանումներով, որոնք զգալի ֆինանսական ռիսկեր են ստեղծում ու ազգային կենտրոնական բանկերի մոտ առաջացնում ընդգծված հակում՝ արժութային ինտերվենցիաները ավելի հաճախակի որպես արտաքին ֆինանսական շոկերի բացասական ազդեցությունները մեղմելու կամ չեզոքացնելու գործիքներ օգտագործելու հարցում²:

Հետազոտության մեթոդաբանությունը և տվյալների վերլուծությունը: 2006թ-ից ՀՀ կենտրոնական բանկը պաշտոնապես անցել է գնաճի նըպատակադրման ռազմավարության, որի համատեքստում որպես դրամավարկային քաղաքականության միջանկյալ նպատակ դրված է գնաճի կանխատեսված մակարդակը, իսկ որպես գործառնական նպատակ՝ կարճաժամկետ տոկոսադրույքը³: Այս համատեքստում փոխարժեքի նպատակադրման քաղաքականությանն անցնելը դիտարկվել է աննպատակահարմար, հաշվի առնելով Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության ներքին ու արտա-

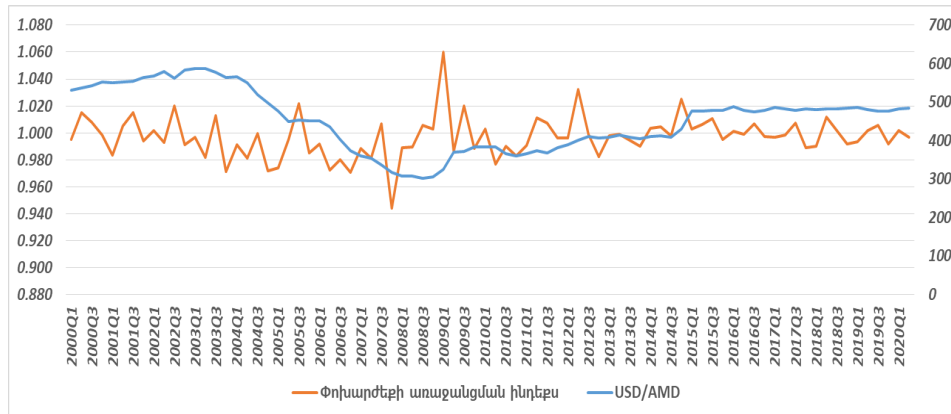
¹ Rey H. Dilemma not trilemma: the global financial cycle and monetary policy independence // National Bureau of Economic Research. NBER Working Paper No. 21162 May 2015, Pg.2. <https://www.nber.org/papers/w21162.pdf>

² Annual Report on Exchange Arrangements and Exchange Restrictions, 2017 // International Monetary Fund. Pg.3. <https://www.imf.org/en/Publications/Annual-Report-on-Exchange-Arrangements-and-Exchange-Restrictions/Issues/2018/08/10/Annual-Report-on-Exchange-Arrangements-and-Exchange-Restrictions-2017-44930>

³ <https://www.cba.am/am/SitePages/mpstrategy.aspx>

քին բազմաթիվ ռիսկային գործոններ: ՀՀ Կենտրոնական բանկի կողմից գերապատվությունը դրամի լողացող փոխարժեքի ռեժիմին տալը թույլ տվեց խուսափել մի շարք հնարավոր բացասական հետևանքներից:

Մյուս կողմից, կարելի է ասել, որ լողացող փոխարժեքի ռեժիմը ամենավին չէր նշանակում, որ երկրի գլխավոր դրամատունը պետք է ընդհանրապես ձեռնպահ մնա որևէ արժութային ինտերվենցիայից՝ փոխարժեքի որոշակի կարճաժամկետ ճշգրտումներ անելու նպատակով: Մեր դիտարկումները ցույց են տալիս, որ վերջին երկու տասնամյակների ընթացքում եղել են ժամանակահատվածներ, երբ ՀՀ կենտրոնական բանկը ակտիվորեն միջամտել է արժութային շուկայում՝ իրականացնելով ստերիլիզացիոն արժութային ինտերվենցիաներ, որոնց նպատակները եղել են արժութային ռեզերվների կուտակումը, ինչպես նաև տնտեսության իրական հատվածի զարգացման համար բարենպաստ պայմանների ապահովումը:

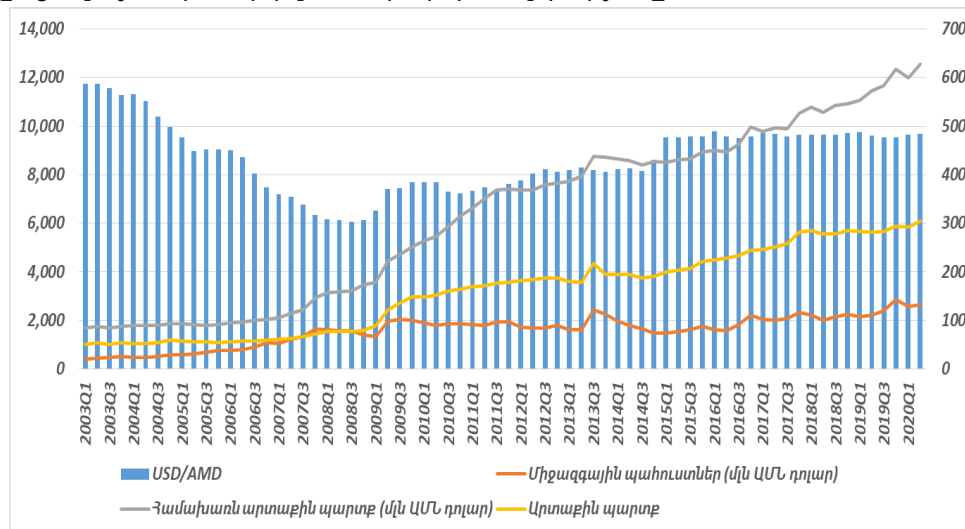


Գծապատկեր 1. ՀՀ դրամի փոխարժեքի և փոխարժեքի առաջանցման ինդեքսների շարժը 2000-2020թթ

Այս տեսակետից, մենք դիտարկել ենք երկու ինդեքսների՝ ՀՀ դրամի փոխարժեքի աճի և գնաճի հարաբերակցության գործակցի՝ փոխարժեքի առաջանցման ինդեքսների շարժը 2000-2020թթ. համար (տես գծ.1): Այն փոփոխում, երբ գնաճը ավելի մեծ է եղել, քան դրամի փոխարժեքի աճը, այդ շրջանում ՀՀ Կենտրոնական բանկը ձեռնպահ է մնացել արժութային միջամտություններից ու դրամի փոխարժեքի կայունացումից: Այդ դեպքում փոխարժեքի առաջանցման ինդեքսը 1 միավորից փոքր է: Իսկ այն փոփոխում, երբ փոխարժեքի աճի տեմպն է գերազանցում գնաճին, ապա այդ դեպքում փոխ-

արժեքի առաջանցման ինդեքսը մեծ է 1 միավորից, ինչը նշանակում է, որ այդ ժամանակահատվածում Կենտրոնական բանկը ինտերվենցիաների միջոցով ավելի հաճախակի է միջամտել արժույթային շուկային (զձ.1):

Գծապատկեր 1-ից երևում է, որ ՀՀ ԿԲ-ն ակտիվորեն դիմել է արժույթային ինտերվենցիաների հատկապես 2003-2007թթ ժամանակահատվածում, հետագայում այդ միջամտությունները ըստ տարիների (2012թ, 2013թ, 2017թ, 2018թ) կրել են դրվագային, էպիզոդիկ ու կարճաժամկետ բնույթ: Հատկապես 2003-2007թթ ՀՀ դրամը կտրուկ արժևորվեց, ինչը, մի կողմից, արտաքին մասնավոր և պաշտոնական տրանսֆերտների առատ ներհոսքի, մյուս կողմից, ԿԲ ստերիլիզացիոն արժույթային ինտերվենցիաների արդյունք էր: 2003-2007թթ ՀՀ արտարժույթային ռեզերվների ծավալը քառապատկվեց՝ 414 միլիոն դոլարից (2003թ. 1-ին եռամսյակ) հասնելով 1 մլրդ 675 մլն. Դոլարի (2007թ. 4-րդ եռամսյակ)¹: 2008-2009թթ. համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամից հետո, երբ էապես կրճատվեցին երկրի արտաքին պահուստները և կտրուկ ավելացավ երկրի արտաքին պարտքը ու նաև առաջացավ այն սպասարկելու ծանր պարտավորությունը:



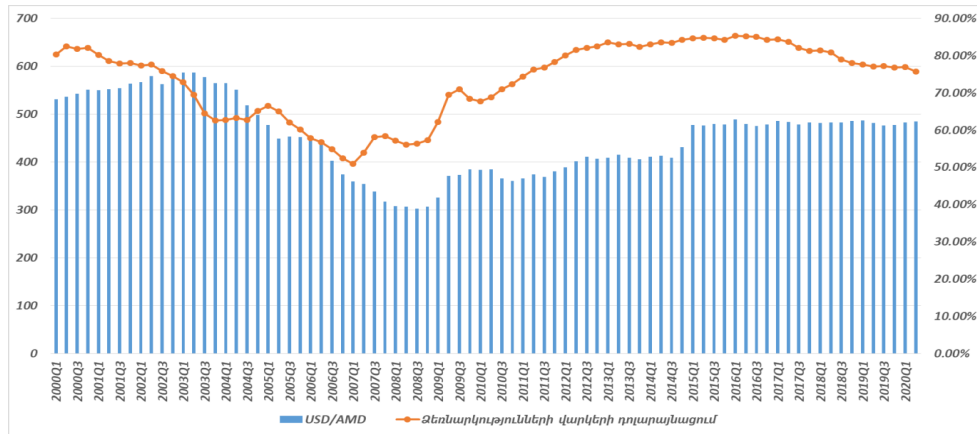
Գծապատկեր 2. ՀՀ միջազգային պահուստների, համախառն արտաքին պարտքի, արտաքին պետական պարտքի և ՀՀ դրամի փոխարժեքի դինամիկան 2003-2020թթ²

¹ Աղբյուրը՝ <https://www.cba.am/am/SitePages/statexternalsector.aspx>

² Գրաֆիկը կազմել է հեղինակը հիմնվելով ԿԲ վիճ. տվյալների շարքերի վրա: www.cba.am

Իհարկե, այս պայմաններում որպես արժույթային շուկայում խնդիրների լուծման և արտաքին շուկերին դիմագրավելու նպատակով որպես հիմնական գործիք ՀՀ Կենտրոնական բանկը 2014թ. կեսերին դիմեց արտարժույթով պահուստավորման նորմատիվի կտրուկ բարձրացմանը՝ 12 տոկոսից հասցնելով 24 տոկոսի, ընդ որում պայմանով, որպեսզի բանկերը իրենց արտարժույթի ռեզերվները ԿԲ-ում պահեն բացառապես ՀՀ դրամով, այն դեպքում, երբ մինչ այդ գործող կարգի համաձայն բանկերը պարտադիր պահուստների կեսը՝ 6 տոկոսը պարտավոր էին պահել արտարժույթով, իսկ մնացած 6 տոկոսը ՀՀ դրամով¹: Այսպիսով, ՀՀ ԿԲ-ը արժույթային ինտերվենցիաների գործիքին առավել ակտիվ դիմել է 2014-2016թթ, որի ընթացքում նաև տեղի է ունեցել ՀՀ արժույթային ռեզերվների որոշակի կրճատում (տես գծ.2):

Ընդհանուր առմամբ ՀՀ դրամի փոխարժեքի վարքագծի վրա բազմաթիվ գործոններ են ազդում, որոնց մեջ էական դեր է խաղում ֆինանսական համակարգի դոլարայնացման մակարդակը: Խոսքը վերաբերում է ինչպես ավանդների, այնպես էլ վարկերի դոլարայնացմանը: Պետք է նաև նկատել, որ վերջին տասնամյակի ընթացքում դոլարայնացումը ՀՀ-ում աճել է արտաքին աղբյուրներից արտարժույթային միջոցների ինտենսիվ հոսքերի հետևանքով: Ընդ որում՝ աճել է ինչպես ՀՀ համախառն արտաքին պարտքը, այնպես էլ արտաքին պետական պարտքը (տես գծ.2):

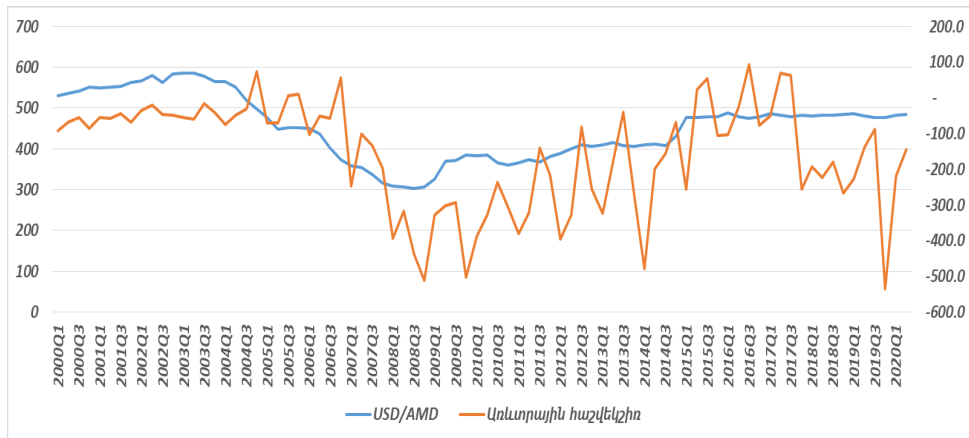


Գծապատկեր 3. Կազմակերպությունների վարկերի դոլարայնացման մակարդակի և ՀՀ դրամի փոխարժեքի շարժը 2000-2020թթ.²

¹ Աղբյուրը՝ <https://www.cba.am/am/SitePages/regbanks.aspx>

² Գրաֆիկը կազմել է հեղինակը հիմնվելով ԿԲ վիճ. տվյալների շարքերի վրա: www.cba.am

Մեր դիտարկումները ցույց են տալիս, որ հատկապես սերտ կապ գոյություն ունի ՀՀ դրամի փոխարժեքի և ձեռնարկությունների վարկերի դոլարայինացման մակարդակների շարժի միջև (գծ. 3): Միաժամանակ, բավականին սերտ փոխազդեցություն գոյություն ունի ՀՀ առևտրային հաշվեկշռի և ՀՀ դրամի անվանական փոխարժեքի տատանումների միջև: Բնականաբար, այս հանգամանքը ևս հավելյալ գործոն է ՀՀ կենտրոնական բանկի համար, որոշակի միջամտություններով, այդ թվում՝ արտարժույթային ճշգրտող ինտերվենցիաների միջոցով, փոխարժեքի թիրախավորված մակարդակից էական շեղումներ թույլ չտալու և շուկայի խաղորդների կողմից հնարավոր սպեկուլատիվ վարքագիծը զսպելու համար (գծ. 4):



Գծապատկեր 4. ՀՀ առևտրային հաշվեկշռի և ՀՀ դրամի փոխարժեքի շարժը 2000-2020թթ.¹

Վերը նշված ցուցանիշների վիճակագրական շարքերի համադրումը և կոռոլյացիոն վերլուծությունը ցույց են տալիս, որ ՀՀ դրամի անվանական փոխարժեքի շարժի վրա զգալի ազդեցություն ունեն բազմաթիվ գործոններ, որոնցից մենք հետագա տնտեսաչափական գնահատումների համար առանձնացրել ենք երեքը՝ ՀՀ դրամի փոխարժեքի առաջանցման ինդեքսը, ձեռնարկությունների և կազմակերպությունների վարկերի դոլարայինացման մակարդակը, ինչպես նաև ՀՀ առևտրային հաշվեկշռի ազդեցությունները:

Մոդելի նկարագրությունը և գնահատման արդյունքները: Մոդելում ուսումնասիրվել է ՀՀ դրամ/դոլար փոխարժեքի վրա առևտրային հաշվեկշռի,

¹ Գրաֆիկը կազմել է հեղինակը հիմնվելով ԿԲ Վիճ. տվյալների շարքերի վրա: www.cba.am

վարկերի դոլարայնացման մակարդակի, ինչպես նաև փոխարժեքի առաջանցման համաթվի միջև փոխազդեցությունները: Հաշվարկների հիմքում դրված են 2000-2020թթ ընդկաժ ժամանակահատվածի՝ տվյալ ցուցանիշների եռամսյակային տվյալները: Փոփոխականները դիտարկվում են լոգարիթմված վիճակում:

Կորելյացիոն վերլուծություն: Վերը դիտարկված փոփոխականների միջև կապերը ուսումնասիրելու նպատակով հաշվարկվել են կորելյացիայի գործակիցները, որոնք բերված են ստորև.

Աղյուսակ 1. Կորելյացիոն վերլուծության արդյունքները

ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐ	LEXCHANGE_RATE	LFIRM_LOAN_DOLL	LINDEX_ADV_EXCH_RATE	LTRADE_BALANCE
LEXCHANGE_RATE	1	0.42	0.04	-0.61
LFIRM_LOAN_DOLL	0.42	1	0.34	0.02
LINDEX_ADV_EXCH_RATE	0.04	0.34	1	-0.01
LTRADE_BALANCE	-0.61	0.02	-0.01	1

Աղյուսակ 1-ից կարող ենք անել հետևյալ եզրահանգումները.

• Նշանակալի կապեր առկա են ՀՀ դրամ/դոլար փոխարժեքի ցուցանիշի և վարկերի դոլարայնացման ու առևտրային հաշվեկշռի ցուցանիշների միջև: Արդյունքում դիտարկվելիք մոդելում բացառվում է մուլտիկոլինարության երևույթը:

Մոդելի գնահատումը: Նախքան էկոնոմետրիկ մոդելին անցնելը շարքերի մասով դիտարկվել է ստացիոնարության խնդիրը: Պարզվել է, որ շարքերը ստացիոնար չեն և մոդելում ներառվել են ստացիոնարացված շարքերը: Մոդելում սեզոնայնությունը հաշվի առնելու նպատակով ներմուծվել են սեզոնայնությունը արտահայտող կեղծ փոփոխականներ: Մոդելը ստացիոնարացված շարքերով գնահատվել է փոքրագույն քառակուսիների եղանակով: Մի շարք գնահատումների արդյունքում մոդելում ավելացել են անկախ և կախյալ փոփոխականների լագավորված մեծությունները:

Մոդելի գնահատման արդյունքները: Վերջնական գնահատված մոդելը ներկայացված է հետևյալ տեսքով.

$$\begin{aligned}
 \text{LEXCHANGERATE}_t &= 4.06 + \underbrace{0.29}_{(0.0069)} \cdot \text{LFIRMLOANDOLL}_t + \underbrace{0.26}_{(0.0132)} \\
 &\cdot \text{LFIRMLOANDOLL}_{t-3} + \underbrace{0.01}_{(0.0142)} \cdot \text{LTRADEBALANCE}_{t-4} \\
 &+ \underbrace{0.5}_{(0.0000)} \text{LEXCHANGERATE}_{t-1} - \underbrace{0.02}_{(0.0000)} D3_t, R^2_{\text{crp.}} = 0.54
 \end{aligned}$$

որտեղ՝

$\text{LEXCHANGERATE}_t, \text{LEXCHANGERATE}_{t-1}$ –ը մոդելի կախյալ փոփոխականներն են տվյալ և նախորդ եռամսյակներում, $\text{LFIRMLOANDOLL}_t, \text{LFIRMLOANDOLL}_{t-3}$ –ը վարկերի դոլարայնացման մակարդակն է տվյալ եռամսյակում և $t - 3$ –րդ եռամսյակում

$\text{LTRADEBALANCE}_{t-4}$ –ը առևտրային հաշվեկշռի մակարդակն է 4 լագ ուշացումով: Նկատենք, որ վճարային հաշվեկշռի ցուցանիշի շարքերում բոլոր տվյալները բացասական են: Լոգարիթմելու նպատակով դրանք բոլորը վերցված են դրական նշանով:

$D3_t$ –ը մոդելում սեզոնայնությունը նկարագրող կեղծ փոփոխական է: Վերջինս ընդունում է 1 արժեքը այն դեպքում, երբ խոսքը գնում է երրորդ եռամսյակի մասին և 0 արժեքը՝ բոլոր մյուս դեպքերում:

Մոդելի գնահատումը վկայում է, որ այն լավ որակի է, քանզի դետերմինացիայի գործակիցը կազմել է 0,54, գործակիցները և մոդելը նշանակալի են: Մոդելում ազատ անդամի տակ գրված չէ նշանակալիության մակարդակը, քանի որ այն ստացվել է որոշակի ձևափոխությունների արդյունքում: Մոդելում չկա ավտոկոռելյացիա և հետերոսկեդաստիկություն:

Մոդելի արդյունքների մեկնաբանությունները: Մոդելի ստացված արդյունքներն այսպիսին են .

1. Տվյալ եռամսյակում վարկերի դոլարայնացման ցուցանիշի 1%-ով աճը, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի դրամ/դոլար փոխարժեքի տվյալ եռամսյակի մակարդակի միջինում 0,29%-ով անկման:

2. Տվյալ եռամսյակում վարկերի դոլարայնացման ցուցանիշի 1%-ով աճը այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի դրամ/դոլար փոխարժեքի նվազման երեք լագ ուշացումով միջինում 0,26%-ով:

3. Առևտրային հաշվեկշռի փոփոխականում կատարված փոփոխությունների արդյունքում վերջինիս մեկնաբանությունը ևս փոխվում է: Մասնավորապես, առևտրային հաշվեկշռի մակարդակի 1%-ով աճը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի դրամ/դոլար փոխարժեքի մակարդակի անկման միջինում 0,01%-ով արժեզրկման՝ 4 եռամսյակ հետո:

4. Կախյալ փոփոխականի 1%-ով արժեզրկումը տվյալ եռամսյակում, այլ հավասար պայմաններում, կհանգեցնի կախյալ փոփոխականի հաջորդ եռամսյակի մակարդակի արժեզրկման միջինում 0,5%-ով

5. Երրորդ եռամսյակում դրամ/դոլար փոխարժեքի մակարդակը միջինում 2%-ով պակաս է, քան մյուս եռամսյակներում:

Եզրակացություններ: Կատարված հետազոտությունը թույլ է տալիս կատարել մի շարք եզրակացություններ.

1. Հայաստանի ֆինանսական ինստիտուտների որոշակի մասի թերզարգացածության, տնտեսական ազենտների որոշակի մասի մոտ սպեկուլյատիվ գործառնությունների նկատմամբ մեծ հակվածության պայմաններում ՀՀ ԿԲ որոշակի սահմաններում փոխարժեքի ճշգրտման նպատակով արժութային ինտերվենցիաների իրականացումը, որպես կարճաժամկետ կարգավորման գործիք, ուղղակի անհրաժեշտություն է: Սա թույլ է տալիս ոչ միայն բարենպաստ պայմաններ ստեղծել արտաքին առևտրային գործարքների համար, այլև լուծել դրամաշրջանառության հետ կապված խնդիրները:

2. Արժութային ինտերվենցիաները որպես կարգավորման գործիք օգտագործելը բխում է նաև երկրի միջազգային պահուստներն ավելացնելու, դրանք պատշաճ մակարդակի վրա պահելու և փոխարժեքի համապատասխան ճշգրտման միջոցով արտահանումը խթանելու անհրաժեշտությունից:

3. Արժութային քաղաքականությունը պետք է ոչ միայն լուծի ֆինանսական կայունության ապահովման, այլև երկրի տնտեսության արտահանման աջակցման ու հզորացման խնդիրներ: Այդ նպատակով, արտակարգ կամ շուկային իրավիճակներում, հատկապես գործընկեր երկրների դրամավարկային կարգավորող մարմինների կողմից վարվող ու ՀՀ տնտեսության համար անբարենպաստ ազդեցություններ հարուցող քայլերի դեպքում անհրաժեշտ է իրականացնել համարժեք կամ այդ միտումների մեջ տեղավորվող քայլեր, այդ թվում՝ արժութային ինտերվենցիաների միջոցով:

4. Արժութային ինտերվենցիաների քաղաքականության մեջ հարկավոր է որոշ չափով նվազեցնել ԿԲ կողմից արտարժույթի գնման-վաճառքի ծավալների վերաբերյալ տեղեկատվական անհամաչափությունը: Որոշ դեպքերում իմաստ ունի նախօրոք հայտարարել գնվելիք և վաճառվելիք արտարժույթի ծավալները, կամ՝ փոխարժեքի ցանկալի (սահմանային) մակարդակները:

Անդրանիկ ՄԱՐԳԱՐՅԱՆ

Արժութային ինտերվենցիաները ֆինանսական կայունացման գործոնների համակարգում

Բանալի բառեր. արժույթ, ինտերվենցիա, փոխարժեք, ֆինանսական կայունություն, առաջանցման ինդեքս, դոլարայնացում, ռեզերվներ

Հոդվածում քննարկվել են Կենտրոնական բանկի կողմից դրամաշրջանառության կարգավորման նպատակով կիրառվող արժութային ինտերվենցիաների դերն ու նշանակությունը ֆինանսական կայունացման գործոնների համակարգում: Դիտարկվել է ՀՀ դրամի փոխարժեքի աճի և գնաճի հարաբերակցության գործակցի՝ փոխարժեքի առաջանցման ինդեքսների շարժը: Հիմնավորվել է այն թեզը, ըստ որի արժութային ինտերվենցիաները կարող են որպես առավելապես ֆինանսական կայունացման օժանդակ գործիք կիրառվել: Էկոնոմետրիկ մոդելի միջոցով գնահատվել է փոխարժեքի վրա առևտրային հաշվեկշռի, վարկերի դոլարայնացման մակարդակի, ինչպես նաև փոխարժեքի առաջանցման համաթվի շարժի ազդեցությունները:

Андраник МАРГАРЯН

Валютные интервенции в системе факторов финансовой стабилизации

Ключевые слова. валюта, интервенция, обменный курс, финансовая стабильность, индекс опережения роста обменного курса, долларизация, резервы

В статье рассматривается роль и значение валютных интервенций, используемых Центральным банком для регулирования денежного обращения в системе факторов финансовой стабилизации. Изучено движение индексов роста обменного курса и коэффициента инфляции армянского драма. В основе предложенной концепции лежит тезис о том, что валютные интервенции могут использоваться как вспомогательный инструмент финансовой стабилизации. С помощью эконометрической модели было оценено влияние торгового баланса, уровня долларизации кредитов, а также динамики роста обменного курса на обменный курс национальной валюты. Согласно анализу, при проведении валютных интервенций центральные банки должны действовать максимально предсказуемо и прозрачно.

Andranik MARGARYAN

Foreign exchange interventions in the system of financial stabilization factors

Key words. currency, intervention, exchange rate, financial stability, index of outstripping growth of the exchange rate, dollarization, reserves

The article examines the role and significance of foreign exchange interventions used by the Central Bank to regulate money circulation in the system of financial stabilization factors. The movement of the indices of the growth of the exchange rate and the inflation rate of the Armenian dram has been studied. The proposed concept is based on the thesis that foreign exchange interventions can be used as an auxiliary tool for financial stabilization. Using an econometric model, the influence of the trade balance, the level of dollarization of loans, as well as the dynamics of the growth of the exchange rate on the exchange rate of the national currency was estimated.

**ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱՌԱՆՑՔԱՅԻՆ ՑՈՒՑԻՉՆԵՐԸ, ՈՐՊԵՍ
ՄՈՏԻՎԱՑԻՈՆ ԳՈՐԾԻՔ**

Աննա ՄԱՔՍՈՒԴՅԱՆ

Տնտեսագիտ.թեկնածու, ԵՊՀ ՍՏՊ աբիոնի դոցենտ

Բանալի բառեր. արդյունավետության առանցքային ցուցիչներ (ԱԱՑ), նպատակ, մոտիվացիա, արդյունավետություն, արդյունքայնություն

Վերջին տարիներին շատ հաճախ ենք լսում արդյունավետության առանցքային ցուցիչներ (այսուհետ՝ KPI) արտահայտությունը: Մարդկային ռեսուրսների կառավարման (ՄՌԿ) մասնագետների համար այն դարձել է գործիք, որն օգնում է չափել արդյունավետությունն ու միաժամանակ մոտիվացնել աշխատողներին: Գիտնականներն այսօր նկարագրում են նրա ավտոմատացված, կիսավտոմատացված և ոչ ավտոմատացված տարբերակները¹:

Աշխատանքի մեջ օգտագործվել է փաստաթղթերի վերլուծության մեթոդը՝ մեր կողմից կատարվել է տեսական նյութի ուսումնասիրություն և վերլուծություն, ինչի հիման վրա կկատարվեն եզրահանգումներ:

Հասկանանք, ինչ է այն իրենից ներկայացնում և ինպես կարող է օգտագործվել, որպես մոտիվացիոն տեխնիկա: Նախ սահմանենք երկու հասկացությունները՝ մոտիվացիա և KPI:

Մոտիվացիան այն է, ինչ դրդում է մարդուն գործել որոշակի կերպ: Կան մի շարք մոտիվացիոն դասական տեսություններ, որոնց մասին մենք խոսել ենք մեր նախորդ հոդվածում²: Այստեղ ուզում ենք նշել, որ դասական մոտիվացիոն սխեմաների ազդեցությունը գնալով պակասում է և ի հայտ են գալիս ժամանակակից տեսությունները, որոնցից ուզում ենք մատնանշել

- Դենիել Պինքի DRIVE մոդելը, որտեղ հիմնական դերակատարումը տրվում է ինքնամոտիվացիայի³,
- Պոլ Մարցիանոյի RESPECT մոդելը⁴,

¹ A survey on exploring key performance indicators, Badavy M. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2314728816300034>

² Մոտիվացիայի տեսական հիմքերը, "Alternative" գիտական ամսագիր, #3, 2018. էջեր 380-388 հայերեն

³ Pink D., Drive, <https://www.danpink.com>

⁴ Marciano P. Carrots and sticks don't work <https://paulmarciano.com>

- Կեն Բլանշարի ABCD մոդելը¹,
- Դեյվիդ Ռոքի SCARF մոդելը²:

Այս շարքը ամբողջական չէր լինի, եթե մեր կողմից չմատնանշվեր KPI մոդելը: KPI-ը գործունեության թվային ցուցիչներ են, որոնք օգնում են չափել նպատակներին հասնելու աստիճանը արդյունավետության տեսանկյուններից:³ Այս ցուցիչները լինում են նյութական և ոչ նյութական:⁴ KPI գործիք է, որն օգնում է վերահսկել և գնահատել անձի, խմբի, ստորաբաժանումների աշխատանքը, ինչպես նաև օգնում է ռազմավարության իրականացման գնահատման գործընթացում: Եթե դրված KPI կապված չէ նպատակի հետ և չի բխում նրա բովանդակությունից, ապա անիմաստ է օգտագործել:

Ըստ ISO 9000:2008 performance բառի համար գոյություն ունի երկու նշանակություն: արդյունքայնություն (результативность) և արդյունավետություն (эффективность):⁵

• արդյունքայնությունը — պլանավորած արդյունքների հասնելու աստիճանն է, կազմակերպության ունակությունը կողմնորոշվել նպատակներին;

• արդյունավետությունը — հարաբերակցությունն է հասած արդյունքների և ծախսած ռեսուրսների, այստեղ կարևոր է կազմակերպության ունակությունը հասնել նպատակներին հիմնված որոշակի պահանջներով՝ ժամանակ, նյութական և ոչ նյութական ռեսուրսի ծախս, նպատակին հասնելու մակարդակ:

Պետք է հիշել, որ KPI-ը ունեն հետևյալ տիպերը: ⁶

- նպատակային (նպատակին մոտիկության ցուցիչներ),
- գործընթացային (տնտեսական արդյունավետության չափանիշ);
- պրոյեկտային (պրոյեկտի արդյունքայնությունը, պրոկետի ղեկավարի սպասումները):

Արդյունավետ KPI-ների բնութագրիչները¹

¹ Blanchard K. One minute manager builds high performing teams <https://www.kenblanchard.com>

² Dr. David Rock, Keep an Eye on the time, <https://davidrock.net/publications/>

³ Ветлужских Е. Н. “Система вознаграждения. Как разработать цели и KPI”, Тех. ред. Н. Лисицина. Альпина Паблишер, 2013. 216 стр. Стр. 18

⁴ Dragana Velimirovic, Role and importance of key performance indicators measurement www.researchgate.net/publication/50373240_Role_and_importance_of_key_performance_indicat

⁵ ГОСТ Р ИСО 9000-2008 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь

⁶ Вишнякова М. В. “Мифы и правда о KPI”, Летопись; Москва; 2017. 274 стр. с. 19, 129.

- Հասցեական պատկանելություն:

Յուրաքանչյուր KPI հասցեագրված է կոնկրետ անհատի կամ խմբի, որոնք պատասխանատու են համապատասխան արդյունքների համար:

- Ճիշտ կողմնորոշում:

KPI-ները միշտ փոխկապակցված են կորպորատիվ ռազմավարական նպատակների, հիմնական բիզնես գործընթացների և զարգացման ծրագրերի հետ:

- Հասանելիություն:

Հաստատված ցուցանիշները և նորմատիվները պետք է լինեն հասանելի/նվաճելի: Նպատակին հասնելու գործընթացը պետք է պահանջի նշանակալի ջանքերի գործադրում, բայց միևնույն ժամանակ նպատակին հասնելու հավանականությունը պետք է լինի ոչ պակաս քան 70 – 80%:

- Գործելու պատրաստակամություն

KPI-ների արժեքները հաշվարկվում են ակտուալ տվյալների հիման վրա, այսինքն օգտատերերը կարող են մասնակցել գործընթացներին, որպեսզի ճիշտ ժամանակին բարելավեն աշխատանքի արդյունքները:

- Կանխատեսումների ապահովում

KPI-ները քանակական գնահատական են տալիս այն գործոնների վերաբերյալ, որոնք ազդում են բիզնեսի արժեքի վրա, այսինքն դրանք հանդիսանում են ցանկալի ապագա արդյունքները սահմանող ցուցիչներ:

- Սահմանափակումներ

KPI-ները պետք է օգտատերերի ուշադրությունը և ջանքերը կենտրոնացնեն առաջնահերթ առաջադրանքների կատարման վրա, այլ ոչ բոլորի:

- Հեշտ ընկալելիություն:

KPI-ները պետք է հեշտ հասկացվեն:

- Բալանսավորվածություն և փոխկապակցվածություն:

KPI-ները պետք է լինեն բալանսավորված և «աջակցեն» միմյանց ոչ թե հակասեն իրար:

- Փոփոխությունների նախաձեռնում:

KPI-ների չափումը պետք է կազմակերպությունում առաջացնի դրական փոփոխությունների շղթայական ռեակցիա:

¹ Ключков А.К. “KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов”, Эксмо; Москва; 2010. 160 стр. стр. 8

- Չափման պարզություն:

KPI-ները աշխատում են գործընթացային համատեքստում, որում օգտագործվում են նպատակային և շեմային չափանիշներ, և օգտատերերը պետք է հնարավորություն ունենան ժամանակ առ ժամանակ կատարել առաջխաղացման քանակական գնահատում:

- Համապատասխան անհատական խթաններով ամրապնդում:

Ցուցանիշները պետք է համապատասխանեն անձնակազմի մոտիվացիային: Կազմակերպությունը կարող է ուժեղացնել KPI-ների ազդեցությունը, դրանք սահմանելով աշխատակցի մոտիվատորները հաշվի առնելով:

- Ռելեվանտություն:

Նույնիսկ շատ լավ KPI-ների ազդեցությունը ժամանակի հետ թուլանում է, ուստի դրանք պետք է ժամանակ առ ժամանակ վերանայել և թարմացնել:

- Համեմատելիություն:

Ցուցանիշները նաև պետք է լինեն համեմատելի, որպեսզի միևնույն ցուցանիշը հնարավոր լինի կիրառել երկու նմանատիպ իրավիճակում:

- Խելամտություն:

Յուրաքանչյուր ցուցանիշ պետք է ունենա իմաստ և հիմք հանդեսանա վերլուծության համար: Առաջին հայացքից այս սկզբունքը պարզունակ է, սակայն այն հանդիսանում է հիմնաքարային:

Վելուծելով այս ամենը հանգում ենք հինգ փաստի ի օգուտ աշխատակազմին մոտիվացնելու KPI-ների համակարգի օգտագործմամբ:

1) Կողմնորոշում դեպի արդյունք՝ աշխատակիցը պարզևատրվում է արդյունքին հասնելու, արդյունքին նպաստող աշխատանք կատարելու համար:

2) Կառավարելիություն՝ շուկայում իրավիճակի փոփոխության դեպքում թույլ է տալիս կառավարել աշխատակիցների ջանքերի ուղղվածությունը առանց համակարգի լուրջ փոփոխությունների:

3) Արդարություն՝ կազմակերպության հաջողության մեջ աշխատակցի ներդրման համարժեք գնահատական և անհաջողության դեպքում աշխատակցի և կազմակերպության միջև ռիսկերի արդար բաժանում:

4) Պարզություն՝ աշխատակիցը հասկանում է, թե ինչի համար է կազմակերպությունը պատրաստ նրան պարգևատրել, իր հերթին կազմակերպությունը հասկանում է թե ինչ արդյունքների համար և ինչքան է պատրաստ վճարել:

5) Կայունություն՝ յուրաքանչյուր աշխատակից իր աշխատանքը կազմակերպում է ըստ մոտիվացիայի համակարգի: Եթե որոշակի պահի համակարգը փոխվի, ապա աշխատակցի ջանքերը զուր կլինեն, ինչը կհանգեցնի կազմակերպության նկատմամբ վստահության կորստի:

KPI-ը կարող է հզոր գործիք լինել գործատուների համար, երբ խոսքը աշխատանքային միջավայրի ստեղծման մասին է, որն էլ խթանում է աշխատողների մոտիվացիան և առաջ շարժվելու մղումը :

KPI- ը կարող է օգնել աշխատակիցներին ավելի մոտիվացված զգալ՝ հստակ գծելով նպատակները և թույլ տալով աշխատակիցներին տեսնել իրենց առաջընթացը: Սա կարող է աշխատակիցների մոտ իրենց իսկ աշխատանքի հանդեպ վերահսկողության զգացում առաջացնել:

Սա կարող է նաև օգնել աշխատողներին ցույց տալու այն ազդեցությունը, որ ունենում են ընդհանուր ընկերության վրա: Այն խրախուսում է թիմային աշխատանքը և խանդավառ միջավայր է ստեղծում: KPI համակարգերը կարող են օգնել աշխատակից-ներին հասկանալ, թե ինչ է իրենցից ակնկալվում՝ նախանշելով հատուկ նպատակներ և պարտականություններ:

Այստեղ իհարկե կարևոր է հետադարձ կապը, քանի որ առանց ճիշտ հետադարձ կապի KPI չի կարող արդյունավետ լինել:

Հետադարձ կապը աշխատակցին կառուցողական տեղեկատվության տրամադրումն է այն մասին, թե նրա որ գործողություններն են նպաստել կազմակերպության ստանդարտների կատարմանը և որոնք խոչընդոտել¹:

Հետադարձ կապը պետք է այնպես տրամադրել, որ այն ճիշտ ընկալվի աշխատակցի կողմից, մոտիվացնի նրան ավելի լավ կատարել իր աշխատանքը: Ղեկավարի համար շատ կարևոր է գիտակցել, որ սխալ տրամադրված հետադարձ կապը կարող է հակառակ ազդեցություն ունենալ և դեմոտիվացնել աշխատակցին: Հետադարձ կապ տրամադրելիս պետք է առանձնացնել մասնագիտական և անձնական որակները՝ քննադատելով ոչ թե աշխատակցի անձը այլ նրա վարքը աշխատավայրում: Չմոռանանք նշել, որ դրական հետադարձ կապը պետք է տալ ուրիշների ներկայությամբ, իսկ բացասականը՝ առանց ուրիշների ներկայության:

¹ Ключков А.К. “KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов”, Эксмо; Москва; 2010. 160 стр. стр. 16

Գոյություն ունեն հետադարձ կապի մի քանի կանոններ¹

Հետադարձ կապը պետք է լինի.

1. Հստակ: Խոսե՛ք աշխատակցի հստակ արարքներից և գործողություններից և խուսափեք անհիմն ընդհանրացումներից և կանխատեսումներից:

2. Օբյեկտիվ: Խուսափե՛ք սուբյեկտիվիզմից, խոսեք միայն փաստերով և մատնանշեք այն հետևանքները որոնց հանգեցրել են աշխատակցի գործողությունները յուրաքանչյուր կոնկրետ դեպքում:

3. Հավասարակշռված: Պետք է պահպանել դրական և բացասական օրինակների բալանսը: Նկատողությունները պետք է անել ըստ առաջնայնության՝ սկսած էականներից մինչև ոչ էականներ:

4. Ըմբռնելի: Խոսեք այնպես, որ աշխատակիցը հասկանա թե կոնկրետ որտեղ է թերացել, հաջողել և հստակ պատկերացնի ձեր վերաբերմունքը:

5. Համաձայնեցված աշխատակցի տեսակետի և հնարավորությունների հետ: Պետք է հաշվի առնել աշխատակցի կարծիքը: Այդ դեպքում նրա համար ավելի հեշտ կլինի հետադարձ կապն ընդունելն ու օգտագործելը:

6. Պլանավորված: Պետք է աշխատակցի հետ պայմանավորվել իր գործողություններում փոփոխությունների վերաբերյալ և առաջարկել նրան վարքի փոփոխության մի քանի տարբերակ:

KPI- ը, բացի աշխատողների մոտիվացիայից, կարող է ունենալ մի շարք առավելություններ բիզնեսի համար: Դրանք կարող են օգտակար լինել՝ չափելու, թե որքանով են ընկերությունն ու նրա աշխատակիցները համապատասխանում ընթացիկ նպատակներին: Նրանք կարող են նաև օգնել բիզնեսին չափել թե ինչ մրցակցային դիրքում են, հայտնաբերել բիզնեսի գործունեության միտումները և վաղ շրջանում հայտնաբերել խնդիրներն ու հնարավորությունները: KPI-ն օգնում է գործատուներին գնահատել նպատակի կամ գործունեության հաջողությունը կազմակերպության կամ բաժնի ներսում:

Այսպիսով, ճիշտ ներդրված KPI համակարգը կարող է անգնահատելի լինել բիզնեսն ավելի կազմակերպված և արդյունավետ դարձնելու համար: Այն կարող է օգնել աշխատակիցներին լինել վերահսկողության ներքո, ավելի կենտրոնացած և ներգրավված:

¹ Ключков А.К. “KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов”, Эксмо; Москва; 2010. 160 стр. стр. 17

Աննա ՄԱՔՍՈՒԴՅԱՆ

Արդյունավետության առանցքային ցուցիչները, որպես մոտիվացիոն գործիք

Բանալի բառեր. արդյունավետության առանցքային ցուցիչներ (ԱԱՑ), նպատակ, մոտիվացիա, արդյունավետություն, արդյունքայնություն

Ցանկացած բիզնես հաջող վարելու կարևորագույն մասն է կազմում աշխատակիցների մոտիվացիայի ստեղծումն ու պահպանումը: Կան մի շարք դասական և ժամանակակից մոտիվացիոն տեսություններ և մեխանիզմներ: KPI կառավարման մեխանիզմ է, որն օգնում է մարդկային ռեսուրսների կառավարման մասնագետներին չափել աշխատանքի արդյունքայնությունն ու արդյունավետությունն՝ միաժամանակ մոտիվացնելով նրանց: KPI հիմքում ընկած է նպատակադրությունը: Այն չափելի է և լինում է նյութական և ոչ նյութական: KPI ունի բնութագրիչներ, որոնք պարտադիր պետք է հաշվի առնել: KPI արդյունավետ օգտագործելու գործում մարդկային ռեսուրսների կառավարման մասնագետը պետք է կարևորի նաև հետադարձ կապը, որն ունի հստակ կանոններ:

Анна МАКСУДЯН

Ключевые показатели эффективности как инструмент мотивации

Ключевые слова: ключевые показатели эффективности (КПЭ), цель, мотивация, эффективность, результативность

Ключ к успеху в любом бизнесе - создание и поддержание мотивации сотрудников. Существует ряд классических и современных мотивационных теорий и механизмов. KPI - это механизм управления, который помогает специалистам по управлению персоналом измерять эффективность и результативность работы, в то же время мотивируя их. KPI основан на целях. KPI измеримо, бывает материальным или нематериальным. KPI имеет характеристики, которые необходимо учитывать. Чтобы эффективно использовать KPI, менеджер по персоналу также должен использовать обратную связь, которая в свою очередь имеет свои правила.

Anna MAKSUDYAN

Key performance indicators as a motivational tool

Key words: key performance indicators (KPI), goal, motivation, effectiveness, efficiency

The key to success in any business is to create and maintain employee motivation. There are a number of classical and modern motivational theories and mechanisms. KPI is a management mechanism that helps human resource management professionals measure work efficiency and effectiveness while motivating them. KPI is based on purpose. It is measurable, material or non-material. KPI has characteristics that must be taken into account. In order to use the KPI effectively, the HR manager must also pay close attention and use feedback, which has own rules.

ՀԱՆՔԱԳՈՐԾԱԿԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ ՀԱՆՔԱՅԻՆ ՌԵՆՏԱՅԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ԵՎ ՀԱՐԿԱԳԱՆՁՄԱՆ ԲԱՐԵԼԱՎՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐԸ

Զավեն ՄԿՐՏՉՅԱՆ

ՀՀ ՏԿԵՆ ավագ մասնագետ, ՀԱՊՀ ասպիրանտ

Բանալի բառեր. հանքագործական արդյունաբերություն, ոռոգում, ոռոգման ռիսկեր, հարկազանծում, շահույթ

Ներածություն: Բնական ռեսուրսների արդյունահանումը տնտեսության այն ոլորտներից է, որը թույլ է տալիս ավելացնել երկրի ազգային հարստությունը: Հանքահումքային ռեսուրսներով հարուստ երկրներում ձեռնարկատիրական գործունեություն իրականացնելու խթաններից մեկը բնական պաշարների նոր հանքավայրերի հայտնաբերումն է և դրանց շահագործումը, ինչպես նաև այդ երկրների կառավարությունների կողմից վարվող բարենպաստ ներդրումային քաղաքականության առկայությունը: Մյուս կողմից, հանքարդյունաբերության ոլորտում վարվող քաղաքականության հիմքում դրվում է հարկման առանձնահատուկ ռեժիմ, որի նպատակն է ավելացնել պետության եկամուտները՝ սոցիալական տարբեր նպատակներով օգտագործելու համար: Հանքարդյունաբերության ոլորտի հարկման առանձնահատկությունների ուսումնասիրությունը թույլ կտա որոշակի եզրակացություններ անել Հայաստանի Հանրապետությունում կիրառվող հարկման և ոռոգման ռիսկերի հաշվարկման կարգի վերաբերյալ:

Մեթոդաբանություն: Ուսումնասիրության ընթացքում կիրառվել են վիճակագրական խմբավորումների, համեմատական վերլուծությունների, օրենսդրական կարգավորումների ու դրանց կառուցակարգերի քննական դիտարկումների մեթոդները:

Գրականության ակնարկ: Հանքարդյունաբերության ոլորտի հարկման տեսանկյունից բազմաթիվ երկրներում սահմանված են առանձնահատուկ ընթացակարգեր¹, ինչը պայմանավորված է նրանով, որ այս ոլորտը կարևոր

¹ Տե՛ս Ջենաչի, Մ. (2015): Հայաստանի հանքարդյունաբերության ֆիսկալ ռեժիմի վերլուծություն, Հանքարդյունաբերության օրենսդրության բարեփոխման նախաձեռ-

րագույն դեր է խաղում երկրների տնտեսությունների համար, ապահովում է ՀՆԱ-ի զգալի բաժինը, ինչպես նաև օտարերկրյա ներդրումների ներհոսքը: Այդպիսի պայմաններում կառավարությունները փորձում են պայմանավորվել մասնավոր ընկերությունների հետ խոշոր ներդրումային ծրագրերի անհատական հարկման սկզբունքներ սահմանելու համար: Ընդունված է, որ այս ոլորտի տնտեսավարող սուբյեկտները պետք է ավելի շատ հարկեր վճարեն՝ հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ դրանք զբաղվում են միջազգային շուկաներում բավականին մեծ արժեք ունեցող չվերականգնվող ռեսուրսների շահագործմամբ: Այնուամենայնիվ, կան երկրներ, որտեղ հանքարդյունաբերության ոլորտի ընկերությունները հարկվում են մյուս ոլորտներում գործող ընկերությունների նման, ինչը, թեև արդարացի չէ, սակայն պարզեցնում է երկրի հարկային օրենսդրությունը և դյուրինացնում հարկային վարչարարությունը: Հարկային եկամուտների բաշխումը և օգտագործումը նույնպես հասարակության մեջ թե՛ բանավեճերի առարկա է: Եվ պատահական չէ, որ տնտեսագետներն ու քաղաքական գործիչները քննարկում են բնական պաշարների արդյունահանման և արտահանման դրական ու բացասական ազդեցությունները տնտեսական աճի վրա: Այդպիսի քննարկումները հատկապես թե՛ են զարգացող երկրներում, որոնք էլ հիմնականում հումքային բազա են հանդիսանում ամբողջ աշխարհի (հատկապես զարգացած երկրների) համար: Ինչ վերաբերում է տնտեսական աճին, ապա ներկայիս հրամայականն է այնպիսի աճի ապահովումը, որը համապատասխանում է ներառական տնտեսական աճի հայեցակարգին և ենթադրում է տնտեսական աճի արդյունքների արդարացի բաշխում հանրության անդամների միջև և հնարավորությունների ստեղծում հասարակության բոլոր անդամների համար¹:

Աղյուսակ 1-ում ամփոփված են այն հարկերի հիմնական տեսակները, որոնք տարբեր երկրների կառավարությունները սահմանում են հանքարդյունաբերության ոլորտում գործունեություն ծավալող տնտեսավարող սուբյեկտների համար, ինչպես նաև այդ հարկերի սահմանման հիմքերը:

նություն, ՀԱՀ Պատասխանատու հանքարդյունաբերության կենտրոն: ՀԱՀ (Երևան, Հայաստան): Ներբեռնված է հետևյալ էլ. հասցեից՝ <http://mlri.crm.ava.am> :

¹ Տե՛ս Տնտեսական համագործակցության և զարգացման կազմակերպության (ՏՀԶԿ) սահմանումը, աղբյուրը՝ <http://www.oecd.org/inclusive-growth/#introduction>

Աղյուսակ 1. Հանքարդյունաբերության ոլորտում սահմանվող հարկերի տեսակները և հիմքերը

Հարկի տեսակը	Հիմքը
Սեփականության վրա հիմնված հարկերը (միավորի կամ արժեքի վրա հիմնված)	
Միավորի վրա հիմնված ռոյալթի	Վճարը սահմանվում է յուր. միավորի համար
Ադվալորային ռոյալթի	Հանքանյութի արժեքից տոկոս (արժեքի սահմանումը կարող է տարբերվել)
Վաճառքի և ակցիզային հարկ	Տոկոս վաճառքի արժեքից
Սեփականության/կապիտալի հարկ	Տոկոս գույքի կամ կապիտալի արժեքից
Ներմուծման մաքսատուրք	Տոկոս ներմուծման արժեքից (հիմնականում)
Արտահանման մաքսատուրք	Տոկոս արտահանման արժեքից
Վարկի դիմաց փոխանցված տոկոսներից պահում	Տոկոս վարկի տոկոսների գումարից
Ներմուծված ծառայությունների համար պահում	Տոկոս ծառայությունների արժեքից
Ավելացված արժեքի հարկ	Տոկոս ապրանքների կամ ծառայությունների արժեքից
Գրանցման վճար	Գրանցման յուրաքանչյուր իրադարձության համար սահմանված վճար
Վարձակալության կամ օգտագործման վճար	Մեկ միավորի համար սահմանված վճար
Նամականիշի հարկ	Գործարքի համար սահմանված վճար կամ տոկոս գործարքի արժեքից
Անհատական հարկեր (զուտ եկամուտների վրա հիմնված)	
Եկամտային հարկ	Տոկոս եկամտից
Կապիտալի հավելածի հարկ	Հիմնական միջոցների դուրսգրման շահույթից տոկոս
Լրացուցիչ շահույթից հարկ	Տոկոս հավելյալ շահույթից
Գերշահույթից հարկ	Տոկոս գերշահույթից
Զուտ շահույթի կամ զուտ արժեքի նկատմամբ ռոյալթի	Տոկոս հանքանյութի արժեքից՝ հանած թույլատրելի ծախսերը
Փոխանցված շահույթից կամ շահութաբաժիններից պահում	Տոկոս փախանցված շահույթից / շահութաբաժնից

Աղբյուրը՝ James Otto, Craig Andrews, Fred Cawood, Michael Doggett, Pietro Guj, Frank Stermole, John Stermole, and John Tilton "Mining royalties: a global study of their impact on investors, government, and civil society", The World Bank, 2006, էջ 32:

Կարող ենք նշել, որ սեփականության հարկերը հանքավայրերում առկա բնական ռեսուրսների պաշարների (հանքանյութի, հանքաքարի), հանքավայ-

րերի իրական պաշարների և շահագործման հետ կապված որոշումներ կայացնելու ժամանակ աղավաղումներ առաջացնելու ավելի մեծ հավանականություն ունեն, քան այն հարկերը, որոնք սահմանվում են որոշակի տնտեսվարող սուբյեկտների (անձանց) նկատմամբ՝ ելնելով դրանց գործունեության արդյունքներից: Հարկային համակարգի ձևավորման և զարգացման ժամանակ քաղաքականություն իրականացնողները պետք է հաշվարկեն այն գումարային հետևանքները, որոնք հարկերը կարող են ունենալ հանքարդյունաբերության զարգացման և հավանական ներդրումների ներգրավման համար: Վերջինս անհրաժեշտ է յուրաքանչյուր հարկատեսակի կարևորությունը գիտակցելու, ճշգրիտ նպատակներին հասնելու, ինչպես նաև ուսումնասիրվող ոլորտի հարկային բեռը, հարկերի գումարային (կումուլյատիվ) հետևանքները կանխատեսելու, հաշվարկելու համար:

Ընդհանուր հայտարարի բերելով բնական ռեսուրսների օգտագործման վերաբերյալ կողմ և դեմ դիրքորոշումները, կարելի է փաստել, որ համապատասխան երկրի կառավարությունից է կախված բնական ռեսուրսներով հարուստ լինելը բնակչության համար անեծք է թե՛ օրհնություն:

Հաշվի առնելով օգտակար հանածոների գների և շահութաբերության փոփոխականությունը, որը կապված է գործարար ցիկլով, հանքարդյունաբերության ոլորտից գանձվող դրամական միջոցների օգտագործման ձևերից մեկը կարող է լինել առանձին հիմնադրամում (օրինակ՝ կայունացման հիմնադրամի օրինակով) դրանք հավաքագրելը: Այս դեպքում, հանքարդյունաբերության հարկերի բարձր դրույքաչափերի ժամանակ կառավարությունը ձևավորում է այդ հիմնադրամի մուտքերը, իսկ անկման ժամանակ, երբ հարկային և այլ մուտքերը բավարար չեն, օգտագործում է հիմնադրամի միջոցները:

Ուսումնասիրությունները վկայում են, որ աշխարհի երկրներում օգտակար ռեսուրսների արդյունահանման ոլորտի հարկման մոտեցումները զգալիորեն տարբերվում են: Միևնույն ժամանակ կան երկրներ (օրինակ՝ Գերմանիան, Մեքսիկան), որտեղ հանքարդյունաբերության ոլորտի համար հատուկ հարկեր սահմանված չեն, ինչպես նաև գույություն ունեն երկրներ, ինչպիսիք են Իսլանդիան և Լատուր, որտեղ յուրաքանչյուր գործարքի արդյունքում կընթվող պայմանագրի առանձնահատկությունները, այդ թվում՝ հարկման ռեժիմը բանակցվում և սահմանվում են առանձին-առանձին: Ռոյալթիների հաշվարկի առանձնահատուկ մոտեցում են ցուցաբերել հայ հեղինակները: Յու. Ադա-

բայլանի և Դ. Անդրոյանի կարծիքով ՀՀ-ում կիրառվող ռոյալթիների հաշվարկի համակարգն ունի մի շարք թերություններ¹, ուստի առաջարկում են ռոյալթիների հաշվարկման իրենց բանաձևը, որն ունի հետևյալ տեսքը՝

$$r_{II} = 100 \sqrt{E_{\phi} - E_H} \cdot \left(1 - \frac{1}{K_{II}} \right):$$

որտեղ՝ E_{ϕ} – ն փաստացի կապիտալ ներդրումների, իսկ E_H – ն ներդրողի համար ընդունելի կապիտալ ներդրումների արդյունավետության գործակիցներն են, իսկ K_{II} -ն արժողության գործակիցն է²:

Հեղինակները պայմանական օրինակներով ցույց են տալիս իրենց առաջարկած մեթոդի «կենսունակությունը», ինչպես նաև առաջարկում են ընդերքի սեփականատիրոջ՝ պետության և հանքը շահագործողի միջև ռոյալթիի բաշխման «արդար» մոտեցում՝ 66.7% և 33.3% հարաբերակցությամբ:

Ինչպես աշխարհի բազմաթիվ երկրներում, այնպես էլ Հայաստանում հարկային օրենսդրությամբ առանձին կարգավորում է նախատեսված բնական պաշարների օգտագործման համար: Այդ նպատակով կիրառվող հարկերի ընդհանուր անվանումը բնօգտագործման վճար է, որը պետական բյուջե վճարվող հարկ է և կազմում է բյուջետային եկամուտների զգալի մասը: ՀՀ հարկային օրենսգրքով (Հոդված 197) սահմանված է բնօգտագործման վճարի հասկացությունը, որը պետական սեփականություն համարվող բնական պաշարների արդյունավետ և համալիր օգտագործման, բնական պաշարների օգտագործումը փոխհատուցելու նպատակով այդ պաշարների օգտագործման համար ՀՀ պետական բյուջե վճարվող վճար է: Հայաստանում բնական պաշարների օգտագործման համար հավաքագրվող բնօգտագործման վճարները ներկայացվում են բնապահպանական հարկերի հետ միասին և, ինչպես վկայում են պաշտոնական տվյալները, դրանք մեծ չեն և 2019թ. կազմել են ՀՀ պետական բյուջեի ընդհանուր եկամուտների 4.1%-ը, իսկ 2020թ.՝ 3.4%-ը³: Այն, որ հանրապետությունում ստեղծվող արդյունքի արժեքի ձևավորման

¹ Աղաբալյան Յու. Անդրոյան Դ. Ռենտավճարների սահմանումը լեռնային արդյունաբերությունում, ՀՀ տնտեսության զարգացման արդի հիմնախնդիրները, ՀՊՏՀ, Եր., «Տնտեսագետ», 2008թ., էջ 140-144:

² Նույն տեղում:

³ Տե՛ս «ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020 թվականի հունվար-դեկտեմբերին», Եր., ՀՀ ՎԿ, 2021թ., էջ 123-124-ի տվյալներով:

գործում թերագնահատված և թերարժեքավորված է բնական պաշարների դերը վկայում է նաև Համաշխարհային բանկի կողմից ազգային հարստության վերաբերյալ կատարված վերջին ուսումնասիրությունը, որի համաձայն 2014թ. Հայաստանում մեկ շնչի հաշվով ազգային հարստության մեծությունը 52.9 հազ. ԱՄՆ դոլար է, որից արտադրական կապիտալի մեծությունը 15.4 հազ. ԱՄՆ դոլար (կամ ընդամենի 29.1%-ը), բնական պաշարներինը՝ 12.7 հազ. ԱՄՆ դոլար (կամ ընդամենի 24.1%-ը), մարդկային կապիտալինը՝ 27.3 հազ. ԱՄՆ դոլար (կամ ընդամենի 51.7%-ը) և արտաքին զուտ ակտիվներինը՝ -2.6 հազ. ԱՄՆ դոլար (կամ ընդամենի -4.9 %-ը)¹:

Բնօգտագործման վճարի տեսակ է ռոյալթին, որը մետաղական օգտակար հանածոների օգտագործումը փոխհատուցելու նպատակով, ինչպես նաև մետաղական օգտակար հանածոների և դրանց կամ ընդերքօգտագործման թափոնների վերամշակման արդյունքում ստացված արտադրանքի օտարումից ստացվող շահութաբերության համար ՀՀ պետական բյուջե վճարվող վճար է²: Հանքարդյունաբերության և բացահանքերի շահագործման ոլորտում կիրառվող ռոյալթիները ներդրվեցին 2011թ. նոյեմբերի 28-ին «Բնապահպանական և բնօգտագործման վճարների մասին» ՀՀ օրենքում կատարված փոփոխություններով և լրացումներով³, որով սահմանվեց ռոյալթիի հասկացությունը, վճարողները, հաշվարկման բազան, ռոյալթիների դրույքաչափերն ու հաշվարկման կարգը, ռոյալթի վճարող ընկերությունների հաշվետվողականության և հարկային մարմինների կողմից այդ գործընթացի վերահսկման հարաբերությունները կանոնակարգող մյուս կարևոր դրույթները: Նշված տնտեսա-իրավական կարգավորումները ուժի մեջ են մտել 2012թ. հունվարի 1-ից, և դրանով էլ ներդրվել է ՀՀ-ում մետաղական օգտակար հանածոների հանքավայրեր շահագործող և (կամ) մետաղի խտանյութ արտադրող ընկերությունների կողմից ռոյալթիների վճարման ինստիտուտը: Վերոնրոյալ օրենքով սահմանվեց, որ ռոյալթին մետաղական օգտակար հանածո-

¹ “The Changing Wealth of Nations 2018. Building a Sustainable Future”, International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, Washington, D.C., 2018, p. 226.

² «ՀՀայաստանի Հանրապետության հարկային օրենսգիրք», ընդունվել է ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից 2016 թ.-ի հոկտեմբերի 4-ին, Հոդված 197. Բնօգտագործման վճարը:

³ «Բնապահպանական և բնօգտագործման վճարների մասին» ՀՀ օրենքում փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու մասին» ՀՀ օրենք, ընդունվել է ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից 2011 թ.-ի նոյեմբերի 28-ին, ՀՕ-284-Ն:

ների օգտագործումը փոխհատուցելու նպատակով, ինչպես նաև մետաղական օգտակար հանածոների և դրանց վերամշակման արդյունքում ստացված արտադրանքի իրացումից ստացվող բարձր շահութաբերության համար «Բընապահպանական և բնօգտագործման վճարների մասին» ՀՀ օրենքին համապատասխան Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջե վճարվող վճար է: Ռոյալթի վճարողներ են համարվում սահմանված կարգով Հայաստանի Հանրապետության մետաղական օգտակար հանածոների հանքավայրեր շահագործող և (կամ) մետաղի խտանյութ արտադրող ՀՀ և օտարերկրյա պետությունների կազմակերպությունները և ֆիզիկական անձինք: Ինչ վերաբերում է ռոյալթի հաշվարկման բազային, ապա այն ընդունվեց հաշվետու ժամանակաշրջանում մատակարարված՝ հանքարդյունաբերության արտադրանքի իրացումից հասույթը՝ առանց ավելացված արժեքի հարկի: Օրենքի իմաստով հանքարդյունաբերության արտադրանք է համարվում մետաղի խտանյութը: Իսկ եթե իրացվում է ոչ թե խտանյութը, այլ ծուլվածքը կամ խտանյութի, ծուլվածքի վերամշակման արդյունքում ստացված ցանկացած վերջնական արտադրանքը (այսուհետ՝ խտանյութի հետ միասին՝ արտադրանք), ապա ռոյալթի հաշվարկման բազայի որոշման համար հիմք է ընդունվում մատակարարված արտադրանքում պարունակվող կամ օգտագործված խտանյութի հաշվարկային մեծությունը¹: 2011 թվականի տարեվերջին ընդունված մեկ այլ որոշմամբ ՀՀ կառավարությունը սահմանեց ռոյալթիների հաշվարկման համար հիմք ծառայող բազայի՝ իրացումից հասույթի հաշվարկման կարգը²:

Ինչպես վկայում է երկրում հանքագործական արդյունաբերության և բացահանքերի շահագործման ոլորտում տնտեսա-իրավական հարաբերությունները կարգավորող իրավական ակտերի ուսումնասիրությունը, թեև բազմաթիվ փորձեր են կատարվել և ընդունվել են համապատասխան իրավական ակտեր, սակայն դեռևս հատկապես ոլորտին առնչվող տնտեսական գործու-նեության գնահատման և հարկազանձման բազմաթիվ հիմնադրույթային հասկացություններ չեն ընդունվել, իսկ դրանց կիրառման պրակտիկան ունե-ցել է շարունակական փոփախման և լրացումների ընթացք:

¹ Նույն տեղում, Գլուխ 2.1 Ռոյալթիներ:

² ՀՀ կառավարության 2011թ.դեկտ. 29-ի «Ռոյալթիների հաշվարկման համար իրացումից հասույթի հաշվարկման կարգը հաստատելու մասին» N 1901-Ն որոշումը:

ՀՀ հարկային օրենսգրքի ընդունումից հետո, բազմաթիվ օրենքների շարքում, ուժը կորցրած ճանաչվեց «Բնապահպանական և բնօգտագործման վճարների մասին» ՀՀ օրենքը¹, իսկ 2018 թվականի հունիսի 1-ի N 613-Ն որոշմամբ ուժը կորցրած ճանաչվեց նաև ՀՀ կառավարության 2011 թվականի դեկտեմբերի 29-ի N 1901-Ն որոշումը²: Թե՛ վերը նշված ՀՀ կառավարության որոշմամբ, թե՛ ներկայումս գործող կարգավորումներով՝ ՀՀ հարկային օրենսգրքով, ռոյալթիի հաշվարկման բազան իրացումից հասույթն է (կամ իրացման շրջանառությունը)³:

Ինչպես «Բնապահպանական և բնօգտագործման վճարների մասին» ՀՀ օրենքով, այնպես էլ հետագայում՝ 2016 թ.-ի հոկտեմբերի 4-ին ընդունված ՀՀ հարկային օրենսգրքով սահմանվեց հանքարդյունաբերության ոլորտում ռոյալթիների հաշվարկման միևնույն բանաձևը: Տնտեսության այս ոլորտում հաշվարկվող ռոյալթիները հիմնվում են աճողական սանդղակի վրա, որի նվազագույն մակարդակը հավասար է շահութաբերության չորս տոկոսին, իսկ առավելագույն մակարդակ սահմանված չէ: Ռոյալթիի համար սահմանվում է ռոյալթիի բազայի նկատմամբ արժեքային (տոկոսային) դրույքաչափ, որի մեծությունը որոշվում է հետևյալ բանաձևով.

$$R = 4 + [C / (L \times 8)] \times 100$$

որտեղ՝

R - ն՝ ռոյալթիի դրույքաչափն է՝ տոկոսով.

C - ն՝ շահույթը նախքան հարկումը՝ դրամով, որը հաշվարկվում է որպես ռոյալթիի բազայի և ՀՀ հարկային օրենսգրքի 6-րդ բաժնով սահմանված նվազեցումների (բացառությամբ ֆինանսական գործունեության գծով ծախսերի, վերը նշված բանաձևով սահմանված ռոյալթիի և նախորդ տարիների հարկային վնասների) դրական տարբերություն.

L - ն՝ ռոյալթիի բազան է՝ դրամով⁴:

¹ «ՀՀ հարկային օրենսգրք», ընդ. ՀՀ ԱԺ 2016թ. հոկտ. 4-ին, Հոդված 445. Օրենսգիրքն ուժի մեջ մտնելու հետ կապված ՀՀ որոշ օրենքների ուժը կորցրած ճանաչելը:

² ՀՀ կառավարության 2018թ. հունիսի 1-ի «ՀՀ կառավարության մի շարք որոշումներ ուժը կորցրած ճանաչելու մասին» N 613-Ն որոշումը:

³ «ՀՀ հարկային օրենսգրք», ընդունվել է ՀՀ ԱԺ 2016թ. հոկտ. 4-ին (Հոդվ. 202. Ռոյալթիի բազան), www.arlis.am:

⁴ Տե՛ս «ՀՀ հարկային օրենսգրք», ընդունվել է ՀՀ Ազգային ժողովի կողմից 2016 թ.-ի հոկտեմբերի 4-ին (Հոդված 209. Ռոյալթիի դրույքաչափը):

Հարկ է նշել, որ ՀՀ հարկային օրենսգրքի համապատասխան հոդվածների դիտարկումը վկայում է, որ նախքան հարկումը շահույթից կատարվող նվազեցումները բազմաթիվ կարող են լինել: Մասնավորապես՝

➤ համախառն եկամտից նվազեցվում են ձեռնարկատիրական ծախսերը, կորուստները և այլ նվազեցումները՝ հարկային օրենսգրքի 6-րդ բաժնով սահմանված կարգով և չափով (Հոդված 110),

➤ ծախսերը, որոնք կատարվել են համապատասխան (ՀՀ հարկային օրենսգրքով սահմանված) հիմնավորմամբ (Հոդված 111),

➤ կորուստները, որոնք ներառում են, մասնավորապես՝

➤ գույքի բնական կորուստները,

➤ գույքի փաստաթղթերով հիմնավորված որակական կորուստները,

➤ գույքի՝ փաստաթղթերով հիմնավորված տեխնոլոգիական կորուստները Օրինակ, գույքի տեխնոլոգիական կորուստ են համարվում՝

1) շահութահարկ վճարողի կողմից միավոր արտադրանքի արտադրության (հավաքման, պատրաստման) համար սահմանված՝ հումքի, նյութերի, դետալների և (կամ) հանգույցների ծախսի նորմայի այն մասը, որը արտադրության (հավաքման, պատրաստման) գործընթացում օգտագործվող տեխնոլոգիայի հետևանքով կորցրել է իր որակական հատկանիշները.

2) խոտան արտադրանքը՝ շահութահարկ վճարողի սահմանած նորմայի չափով.

3) օրենսդրությամբ կամ Կառավարության լիազոր մարմնի սահմանած տեխնոլոգիական կորուստները,

➤ գույքի՝ փաստաթղթերով հիմնավորված այլ կորուստները (Հոդ. 122):

Այլ նվազեցումների շարքում (Հոդված 123) կարող են դիտարկվել՝

➤ անվավեր ճանաչված գործարքների մասով նախորդ հաշվետու ժամանակաշրջաններում հարկման բազայի որոշման նպատակով համախառն եկամտում ներառված գումարները.

➤ Կառավարության սահմանած կարգով շահութահարկ վճարողների՝

ա. անհուսալի դեբիտորական պարտքերի դուրսգրման համար պահուստին կատարվող մասհանումները,

բ. անհուսալի դեբիտորական պարտքերի դուրսգրման դեպքում՝ այդ նպատակով ստեղծված պահուստին կատարված մասհանումները գերազանցող գումարները,

գ. նախկինում դուրս գրված անհուսալի կրեդիտորական պարտքերի մարման գումարները¹:

Վերը բերված թվարկումից և իրավա-կիրառական պրակտիկայից հետևում է, որ հարկային նվազեցումների իրականացումը թողնված է հարկատուի բարեխղճությանը, ով միշտ չէ որ ցուցաբերում է այնպիսի վարքագիծ, որի արդյունքում պետական բյուջեն չի կորցնում հասանելիք օրինական մուտքերը: Նման իրավիճակում կարևորվում է ինչպես հարկային պատշաճ վարչարարությունը, այնպես էլ տնտեսավարող սուբյեկտների գործունեության նկատմամբ պետական հսկողությունը:

Վերլուծություն: Համեմատած բազմաթիվ այլ հանքարդյունաբերող երկրների հետ՝ ՀՀ-ում ռոյալթիի հաշվարկման համակարգը փոքր-ինչ բարդ է, քանի որ ներառում է շահութաբերության բաղադրիչը: Օրինակ՝ հասարակ ռոյալթին, որը կիրառվում է միայն որպես եկամուտների նկատմամբ տոկոս, ավելի հեշտ է կառավարել, մինչդեռ շահութաբերության փոփոխականի վրա հիմնված բաղադրիչ ունեցող ռոյալթիները պահանջում են ավելի մանրամասն վերահսկողություն և կարող են վտանգել հարկային եկամուտները շահույթի թերհայտարարման պատճառով (օգտագործելով տրանսֆերային գներ կամ հարկերից խուսափելու որևէ այլ մեթոդ): Հարկ է նշել, որ եթե ռոյալթին նույնիսկ մասամբ հիմնվում է իրացման շրջանառության վրա (օրինակ՝ ինչպես Հայաստանում), ապա դա նշանակում է, որ ռոյալթիները ենթակա են վճարման նույնիսկ այն դեպքում, երբ ընկերության հաշվեգրված շահույթը գրոյական է կամ եթե ընկերությունը վնասով է աշխատում:

Կարող ենք եզրակացնել, որ ըստ ՀՀ օրենսդրության ռոյալթիները չեն կարող 4%-ից ցածր լինել, մինչև ժամանակ, ռոյալթիների հաշվարկման համար հիմք հանդիսացող շահույթից նվազեցումների տեսականորեն բացակայության դեպքում հարկը չի կարող լինել 16.5%-ից ավելի բարձր: Վերջին ցուցանիշը նույնիսկ ավելի բարձր է, քան Կանադայում կամ զարգացած տնտեսությամբ այլ երկրներում կիրառվող դրույքաչափերը, սակայն պետք է նշենք նաև, որ այդպիսի իրավիճակը իրատեսական չէ: Եթե ավելի իրատեսական օրինակ դիտարկենք, հանքարդյունահանող ընկերության շահութաբերության ցուցանիշը կանխատեսելով 10%-ից 20%-ի չափով, ապա կստա-

¹ «ՀՀ հարկային օրենսգիրք» (110,111,122,123), ՀՀ ԱԺ 2016թ.հոկտ.4 www.arlis.am:

նանք ռոյալթիների դրույքաչափեր՝ համապատասխանաբար 5.25% և 6.5% չափով, ինչը մոտավորապես հավասար է Ռուսաստանի Դաշնությունում կամ Ղազախստանում կիրառվող ռոյալթիներին:

Սակայն ընկերությունների հաշվետվություններում շահութաբերության այդպիսի մակարդակ միշտ չէ, որ «ցուցադրվում» է: Միջազգային պրակտիկայից կարող ենք տեսնել, որ հանքարդյունահանող ընկերությունների արտադրանքը գերազանցապես վաճառում է օֆշորային ընկերություններին, որոնք իրենց հերթին սեփական վերադիրով արտադրանքը վաճառում են վերջնական սպառողներին: Այսպիսով, շահույթի մեծ մասը ձևավորվում է, իսկ ավելի ճիշտ՝ ցույց է տրվում, օֆշորային գոտում գրանցված ընկերությունների կողմից, ինչը նշանակում է, որ թեև արդյունահանող ընկերությունները պետական բյուջե են վճարում երկրի օրենսդրությամբ նախատեսված հարկեր, սակայն դրանք կարող են զգալիորեն ավելի լինել, եթե գանձվեն ելնելով հանքահումքային արդյունաբերության արտադրանքը վերջնական սպառողներին իրացնող կազմակերպությունների իրացման ծավալներից:

Այնուամենայնիվ, այդպիսի հնարավորության դեմ պայքարելու համար օրենքով նախատեսված է դրույթ, որը վերաբերում է միջազգային գների նըկատմամբ 80%-ի չափով սահմանափակմանը: Այսպիսով, հանքարդյունահանող ընկերությունները կարող են հանքանյութ (հանքաքար) վաճառել տվյալ ժամանակահատվածում ձևավորված շուկայական գներից ոչ ավելի, քան 20%-անոց զեղչով: Այդպիսի սահմանափակումների պարագայում ընկերությունները կարող են վնասով աշխատելու գայթակղություն ունենալ՝ իրենց արտադրանքը վաճառելով շուկայական գներից ցածր գներով, դրանով իսկ պետական բյուջե վճարելով ռոյալթիներ նվազագույն 4%-ի չափով: Հայաստանի պարագայում անհրաժեշտ է նկատի ունենալ, որ հանքահումքային արտադրանքը երկրի արտահանման ընդհանուր ծավալում նշանակալի մաս է կազմում՝ 2014-2020թթ. միջին տարեկան հաշվարկով 28.6%, որը ԱԱՀ-ով չի հարկվում: Իսկ առանձին տարիների համար պատկերը հետևյալն է. 2014թ.՝ 24.9%, 2015թ.՝ 31.1% 2016թ.՝ 26.3%, 2017թ.՝ 30.9%, 2018թ.՝ 26.7%¹, 2019թ.՝ 28.0%, իսկ 2020թ.՝ 32.5%²: Պատկերն առավել ամբողջական դարձնելու և հանքահումքային արտադրանքի արտահանման չափերի բացարձակ մեծու-

¹ Հաշվարկվել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի տվյալներով, www.armstat.am

² ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2020թ. հունվ.-դեկտ., Եր., ՀՀ ՎԿ, 2021թ., էջ 140:

թյունները պատկերացնելու համար նկատենք, որ 2019թ. արտահանված հանքահումքային արտադրանքի ծավալը կազմել է 742 960.9 հազ. ԱՄՆ դոլար, իսկ 2020թ.՝ 828 075.4 հազ. ԱՄՆ դոլար¹:

Եզրակացություն: ՀՀ պետական բյուջեի հարկային եկամուտների էական ավելացման նպատակով առաջարկվում է նախատեսել հանքահումքային ռեսուրսների (հիմնականում մետաղական հանքաքարի) հարկման դրույքաչափերի որոշակի ավելացում: Այդ նպատակով անհրաժեշտ է նախատեսել մետաղական հանքավայրեր շահագործող ընկերությունների հարկային բեռի ավելացման գործիքներ: Փոփոխությունները պետք է վերաբերեն մետաղական հանքաքարի արդյունահանման հարկին, ինչպես նաև դրանց արդյունահանումից ստացված լրացուցիչ եկամուտների հարկի դրույքաչափին: Այդ նպատակով անհրաժեշտ է ՀՀ հարկային օրենսգրքում նախատեսել «մետաղական հանքաքարի հումքի արդյունահանումից ստացված լրացուցիչ եկամուտների հարկ»՝ որպես ուղղակի հարկատեսակ, որը հաշվարկվում է ընդերքի յուրաքանչյուր տեղամասից արդյունահանված մետաղական հանքաքարից ստացված լրացուցիչ եկամուտների նկատմամբ: Այն հաշվարկվում է որպես ընդերքի այդ տեղամասից ստացված եկամուտների և ծախսերի դրական տարբերություն: Այս հարկատեսակը, մինչև լայնամասշտաբ կիրառումը, կարող է ներդրվել մեկ կամ մի քանի հանքավայրի համար որպես փորձարարական ծրագիր, որի արդյունքների հիման վրա կմշակվեն համատարած ներդրման պայմանները:

Փոփոխություններ է անհրաժեշտ կատարվել նաև մետաղական հանքաքարի արտահանման մաքսատուրքերի սահմանված և հսկողության ոլորտում: Ինչ վերաբերում է մետաղական հանքաքարի արդյունահանումից ստացված լրացուցիչ եկամուտների հարկին, ապա նախատեսվում է ավելացնել դրա դրույքաչափը այնքան, որպեսզի ապահովվի այդ հարկատեսակը ներդնելու ժամանակ պետության կողմից ծրագրավորված լրացուցիչ հարկային եկամուտների ավելացումը:

Միաժամանակ, մետաղական հանքաքար արդյունահանող ընկերությունները սկզբունքորեն կարող են չհամաձայնվել առաջարկվող քաղաքականության հետ: Նրանց կարծիքով այդպիսի քաղաքականությունը կհան-

¹ Նույն տեղում, էջ 140:

գեցնի մետաղական հանքաքարի արդյունահանման ծավալների նվազմանը և ՀՀ պետական բյուջեի եկամուտների կրճատմանը: Սակայն երկրի ֆինանսական իշխանությունները պետական բյուջեի պակասուրդի ավելացման, ինչպես նաև պետական պարտքի կտրուկ ավելացման պարագայում մետաղական հանքային հումքից ստացվելիք հարկերի ավելացման այլընտրանք չունեն:

Ստացվում է ստանդարտ իրավիճակ, երբ անհրաժեշտություն է առաջանում զուգակցել ընթացիկ և հեռանկարային ծրագրերը այնպես, որպեսզի դրանք ոչ թե հակադրվեն միմյանց, այլ ապահովեն առավելագույն արդյունք: Մետաղական հանքային հումքի արդյունահանումից ստացված լրացուցիչ եկամուտների հարկի ներդրումը հարկային ոլորտում հնարավորություն կը ստեղծի առավել արդար եղանակով բաշխել ոլորտում ստեղծվող հանքային ռենտան պետության՝ որպես ընդերքի սեփականատիրոջ և ընդերքօգտագործողների միջև, օրինակ ատենախոսության 3.1. ենթազխում նշված հայ հեղինակների առաջարկությանը համապատասխան՝ 66.7% և 33.3% հարաբերակցությամբ:

Մետաղական հանքահումքի արդյունահանումից ստացված լրացուցիչ եկամուտների հարկի ավելացման ռիսկերը կայանում են նրանում, որ ֆինանսական իշխանությունները խնդրի լուծմանը կարող են մոտենալ հակառակ կողմից՝ նպատակ ունենալով առավելագույն չափով ավելացնել ոլորտի հարկային բեռը: Բանն այն է, որ ներկայումս ՀՀ պետական բյուջեի ընդամենը մուտքերի կազմում ընդերքի օգտագործումից ստացվող հարկային մուտքերը մեծ չեն:

Չավեն ՄԿՐՏՉՅԱՆ

Հանքագործական արդյունաբերության ոլորտում հանքային ռենտայի ձևավորման և հարկազանձման բարելավման ուղիները

Բանալի բառեր. հանքագործական արդյունաբերություն, ռոյալթի, ռոյալթիի դրույքաչափ, հարկազանձում, շահույթ

Հայաստանի արդյունաբերության հիմնական ոլորտներից է հանքարդյունաբերությունը, որի արտադրության ծավալները վերջին տարիներին անընդհատ աճի միտում են ունեցել: Հատկապես մետաղական հանքանյութի արտահանումը հասել է զգալի չափերի և 2020 թվականին կազմել է ՀՀ-ից արտահանման ամբողջ ծավալի 32.4%-ը: Մինչդեռ այս ոլորտից հարկերի (ռոյալթիների) մեծությունները բավականին համեստ են: Հեղինակը, քննարկելով և վերլուծելով հանքագործական արդյունաբերության ոլորտի հարկման ինչպես միջազգային, այնպես էլ տեղական փորձը, այդ թվում՝ գործող օրենսդրությունը, բացահայտում է այդ գործընթացում տեղ գտած մի շարք թերություններ և առաջարկում ավելացնել ստացվող հարկային եկամուտները:

Завен МКРТЧЯН

Пути улучшения методов формирования минеральной ренты в горнодобывающей промышленности и налогообложения

Ключевые слова. горнодобывающая промышленность, роялти, ставка роялти, налогообложение, прибыль

Одной из основных отраслей промышленности Республики Армения является горнодобывающая, в которой объемы производства за последние годы постоянно растут. В частности, экспорт металлической руды достиг значительного уровня и в 2020 году объем ее экспорта составил 32,4% от общего объема экспорта Армении. Между тем, величина налогов (роялти), получаемая в этой сфере довольно небольшая. Обсуждая и анализируя как международный, так и местный опыт налогообложения горнодобывающей промышленности, в том числе действующее законодательство, автор выявляет ряд недостатков в сфере налогообложения, намечает пути, которые позволят увеличить поступления от недропользования.

Zaven MKRTCHYAN

Ways for improvement of mineral rent formation and taxation of mining industry

Key words. mining industry, royalty, royalty rate, taxation, profit

Mining is one of the main industries in the Republic of Armenia, where production volumes have been constantly growing in recent years. In particular, the export of metal ore reached a significant level and in 2020 its export volume amounted to 32.4% of the total export volume of Armenia. Meanwhile, the amount of taxes (royalties) received in this area is quite small. Discussing and analyzing both international and local experience in taxation of the mining industry, as well as revision of the current legislation, the author identifies a number of shortcomings and omissions in the field of taxation, and also outlines ways that will significantly increase tax revenues from subsoil use.

К ВОПРОСУ О СОВРЕМЕННОМ СОСТОЯНИИ И ПЕРСПЕКТИВАХ АРМЯНО-РОССИЙСКОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО СОЮЗА

Татул МАНАСЕРЯН

Доктор экономических наук, профессор

Ключевые слова: стратегический союз, союзное государство, партнерство, экономические интересы, безопасность

Прембула. При анализе перспектив развития межгосударственных отношений важное место занимает вопрос надежности фундамента, базиса. Иначе говоря, ключевое значение приобретает история и характер таких связей и оценка их эффективности. Помимо политических и экономических интересов, немаловажную роль играют культурные и цивилизационные вопросы¹.

Говоря о пройденном пути армяно-русских отношений нескольких столетий, необходимо помнить, что они начинаются со времен Киевской Руси, когда между армянским и русским народом установились экономические и торговые отношения. А с принятием христианства на Руси начали укрепляться также культурные и церковные связи. Еще в 12 веке в организованном в Киеве собрании армянских церковников приняли участие также представители русской Церкви. Следующий этап развития торгово-экономических связей армянского и русского народов приходится на период Московского Царства. Число армянских купцов в Москве растет с каждым годом, они начинают играть все более важную роль. Несмотря на сложное отношение к себе со стороны Русской Православной Церкви, которая считала армян еретиками, они устанавливают с русскими добрососедские отношения. Летописные источники гласят, что в 1552 году, при осаде Казани войсками Ивана IV Грозного, местные армяне под угрозой смерти отказались стрелять из своих пушек в русских воинов, либо намеренно делали так, что посланные ими ядра не попадали в цель.

Таким образом, постоянно развивающиеся торговые и культурные отношения армян и русских в прошлых веках создали предпосылки для установления отношений политических. Неудивительно, что страдающий от турецкого-персидского мусульманского ига армянский народ начинает видеть в христианском русском народе союзника. Присоединение Восточной Армении к России открыло новую страницу в истории армяно-русских отношений².

¹ Армяне в истории и культуре России XVIII–XX вв. Материалы Международной научной конференции Москва – Пушкино, 26–28 октября 2016 г. Ростов-на-Дону 2016, стр.70-192.

² М. Нерсисян, Присоединение Армении к России и его историческое значение, Известия Академии наук Армянской ССР, Общественные науки № 7 , 195 3, стр. 3-12.

В двадцатый век Армения вступила разделенной на две части. В Восточной Армении происходили прогрессивные процессы, непосредственно связанные с общим развитием Российской Империи, частью которой она являлась. Западная же Армения изнывала под жесточайшим режимом турецкого деспотизма. После создания СССР Армения вошла в его состав. Естественно, армяно-русские отношения советского периода были наиболее тесными в истории. Потеряв право на ведение самостоятельной внешней политики, многострадальная Армения приобрела мощный ресурс для экономического развития.

В 1991 году СССР прекратил свое существование. Единая страна перестала существовать. 21 сентября 1991 года, по итогам референдума, была провозглашена независимость Армении¹, появилась третья армянская республика. Армения наряду с Россией является одним из основателей и полноправным членом СНГ и ДКБ (ОДКБ). На территории Армении дислоцируется 102-я российская военная база, есть объединенная российско-армянская войсковая группировка.

Сегодня отношения Армении и России находятся на очень высоком уровне. Армения считается основным союзником России в Закавказье, позиции стран совпадают или близки по ключевым международным вопросам. Сотрудничество Армении в формате ОДКБ, по оценке армянской стороны, является существенным элементом ее национальной безопасности. Среди договоров и соглашений, определяющих межгосударственные отношения - Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи от 29 августа 1997 года².

Нынешнее состояние. Армяно-российские отношения характеризуются многогранностью и глубиной, а также общими задачами целями, которые стоят перед обеими странами. Среди многочисленных межгосударственных договоров и соглашений сегодня приоритетное значение играет Договор между Российской Федерацией и Республикой Армения о российской военной базе на территории Республики Армения от 16.03.1995 (в соответствии с нотой МИД России от 14.02.2012 № 1059/4дснг в адрес Посольства Республики Армения в Российской Федерации), а также Соглашение между Российской Федерацией и Республикой Армения по вопросам юрисдикции и взаимной правовой помощи по делам, связанным с нахождением российской военной базы на территории Республики Армения от 29.08.1997 (в соответствии с нотой МИД России от 14.02.2012 № 1059 / 4дснг в адрес Посольства Республики Армения в Российской Федерации). Армя-

¹ Референдум по независимости проходил в Армении 21 сентября 1991 года. На нём решался вопрос о независимости республики от СССР. 99.5 % избирателей проголосовали за объявление независимости при явке 95 %.

² Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи между Российской Федерацией и Республикой Армения, Ратифицирован Федеральным законом РФ от 9.02.1998г. N 25-ФЗ.

но-российские стратегические отношения послужили основой для активной роли России в прекращении войны между Азербайджаном и Арменией 9 ноября 2020г. и подписания трехстороннего соглашения 10 января 2021г. Российские миротворческие силы являются гарантом безопасности в регионе и позволят найти приемлемые решения для окончательного урегулирования Карабахского конфликта в обозримом будущем.

Развитие. Что касается дальнейшего развития указанных отношений, то оно неизбежно как в двухстороннем формате стратегического партнерства, так и в рамках региональной интеграции, в частности в ЕАЭС, ЧЭС и других возможных инициатив с участием Армении и России. Особое значение имеет сотрудничество двух стран в международных организациях, в первую очередь под эгидой ООН, а также в многочисленных глобальных проектах.

Будущее. Участие динамику развития международных связей и современных перемен касательно установления нового мирового экономического порядка, Армения и Россия не должны останавливаться на достигнутом. Этого требуют также интеграционные тенденции между Азербайджаном и Турцией, общие угрозы военной и экономической безопасности в регионе и углубление экономических интересов соседних стран.

Среди многообразия сценариев развития и укрепления армяно-российских отношений в последнее время активно обсуждается перспектива создания Союзного государства России и Армении. Предполагается, что в рамках Союзного государства Армения должна сохранить свой суверенитет. Важно заметить, что начиная со второй войны за Карабах, представители политической элиты Армении начали регулярно ездить в Россию. В ходе самой войны они пытались добиться от Москвы большего вовлечения, а после фактически передали ей функцию обеспечения безопасности Нагорного Карабаха. Российские и армянские эксперты считают, что подписанное с Азербайджаном перемирие привело к сильнейшему за всю историю Армении политическому кризису: оппозиция пытается свергнуть «революционного премьера» Никола Пашиняна, обвиняя его в предательстве. Теперь обе политические силы стремятся заручиться поддержкой Москвы, доказывая своим избирателям, что они лучше всего могут договориться с ней на благо республики, потому что вера в собственные силы оказалась подорвана. В отличие от периода 2018-2020гг., сегодня в Армении преобладают пророссийские настроения. С другой стороны, общество ожидало от России большей вовлеченности в войну за Карабах. Следовательно, многие граждане Армении могут поддержать создание Союзного государства в случае, если идея будет представлена не дискредитированными политическими силами, а например, экспертным сообществом страны. В любом случае надо признаться, что такая инициатива очень сложно

реализуема, поскольку Армения пока находится в остром военно-политическом конфликте с Азербайджаном. С другой стороны, еще не завершена делимитация границ. Наконец, геополитическая ситуация и географическое положение, в частности отсутствие общесей границы между странами создают дополнительные трудности на пути к более тесной интеграции с Россией.

Необходимо вспомнить, что сама идея создания Союзного государства была реанимирована впервые после конца 90-х годов – из-за поражения в войне в Карабахе. По мнению ряда экспертов, сейчас армянскому обществу нужны новая картина мира и гарантии безопасности. Москва, безусловно, является гарантом безопасности Еревана. Во главе угла снова двусторонние отношения двух независимых государств. Но вопрос в том, насколько это необходимо самой России. Вместе с тем, в обществе ожидалось, что Москва окажет более активную поддержку, особенно с учетом того, что Турция практически открыто участвовала в войне на стороне Азербайджана. С другой стороны, война наглядно продемонстрировала, что у Еревана фактически нет альтернативы союзу с Москвой. Альтернативой России может быть только Турция.

Немало критиков указанной идеи, в частности, упрекают сторонников предложения в том, что Армения может потерять свой суверенитет. В этой связи считаем необходимым проводить краткий сравнительный анализ с реальным аналогичным примером. Не секрет, что прототипом создания Союзного государства Россия – Армения является Союзное государство Россия – Беларусь на основе подписанного межгосударственного договора. Статьи 3 Главы 1. Цели и принципы Союзного государства или Статьи 6, уже не приходится говорить Статьи 7 из той же главы Договора, чтобы доказать обратное.

Статья 3 Глава 1. «Цели и принципы Союзного государства» гласит: «1. Союзное государство базируется на принципах суверенного равенства государств-участников, добровольности, добросовестного выполнения ими взаимных обязательств. 2. Союзное государство основано на разграничении предметов ведения и полномочий между Союзным государством и государствами-участниками». А в Статье 6 написано следующее: «1. Каждое государство-участник сохраняет с учетом добровольно переданных Союзному государству полномочий суверенитет, независимость, территориальную целостность, государственное устройство. Конституцию, государственный флаг, герб и другие атрибуты государственности. 2. Государства-участники сохраняют свое членство в ООН и других международных организациях. Возможность единого членства в международных организациях, других международных объединениях определяется государствами-участниками по взаимной договоренности». В наше тревожное время особо актуальны положения Статьи 7: «1. Территория Союзного государства состоит из государст-

венных территорий государств-участников. 2. Государства-участники обеспечивают целостность и неприкосновенность территории Союзного государства. 3. Внешней границей Союзного государства являются границы государств-участников с другими государствами или пространственный предел действия государственных суверенитетов государств-участников». Следовательно, указанные статьи Договора весьма убедительно свидетельствуют в пользу их применения для составления подобного договора для России и Армении.

Важно, чтобы частью инициативы по вхождению Армении в Союзное государство стала выработка концепции национальной безопасности, полностью созвучной с главными положениями аналогичной концепции РФ, как то: 1) предотвращение угроз по всему их спектру; 2) территориальная целостность страны; 3) сохранение гражданского мира, свободы и прав; 4) интересы России в политической и геополитической сфере; 5) экономические интересы.

Что же касается проработки экономических интересов РА в современных условиях, то и в этом контексте следует внимательно изучить положения Указа «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», подписанного 21 июля 2020 года.

Втянувшись в войну против Азербайджана и Турции из-за просчетов нынешнего правительства и проиграв ее, Армения потеряла значительную часть своего суверенитета. В настоящее время безопасность армян в Арцахе обеспечивают российские миротворцы, и от их доброго отношения зависит, смогут ли наши соотечественники жить на армянской территории или им придется эмигрировать. Не менее взрывоопасная ситуация возникла вдоль армяно-азербайджанской границы. В таких условиях можно рассмотреть возможность создания союзного государства с Россией и Беларусью как способ обеспечения безопасности. Относительно юридической стороны вопроса, первый пункт статьи 205 Конституции гласит, что «вопросы, связанные с членством Республики Армения в наднациональных международных организациях, а также с изменением территории Республики Армения, решаются путем референдума». Следовательно, если возникает такая проблема, важно, чтобы она решалась путем референдума, а не по желанию или настроению властей, чтобы следующие правительства не смогли легко менять внешнеполитический курс страны.

Наконец, странам Европы, которые прошли через долгую историю кровавых войн, геноцидов и военных конфликтов, нелегко было формировать тот Союз, в который стремятся почти все страны региона, в том числе Турция. Они прошли долги путь синхронизации интересов и ликвидации угроз безопасности. Несмотря на национальные особенности, всегда полезно учиться у тех, кто прошел подобный путь.

Татул МАНАСЕРЯН

К вопросу о современном состоянии и перспективах армяно-российского стратегического союза

Ключевые слова: стратегический союз, союзное государство, партнерство, экономические интересы, безопасность

При анализе перспектив развития межгосударственных отношений важное место занимает вопрос надежности фундамента, базиса. Иначе говоря, ключевое значение приобретает история и характер таких связей и оценка их эффективности. Помимо политических и экономических интересов, немаловажную роль играют культурные и цивилизационные вопросы. Среди многообразия сценариев развития и укрепления армяно-российских отношений в последнее время активно обсуждается перспектива создания Союзного государства России и Армении. Предполагается, что в рамках Союзного государства Армения должна сохранить свой суверенитет.

Թաթուլ ՄԱՆԱՍԵՐՅԱՆ

Հայ-ռուսական ռազմավարական միության ներկա վիճակի և հեռանկարների հարցի շուրջ

Բանալի բառեր. ռազմավարական միություն, միութենական պետություն, գործընկերություն, տնտեսական շահեր, անվտանգություն

Միջպետական հարաբերությունների զարգացման հեռանկարները վերլուծելիս կարևոր տեղ է գրավում հիմքի, հիմքի հուսալիության հարցը: Այլ կերպ ասած, նման կապերի պատմությունն ու բնույթը և դրանց արդյունավետության գնահատումը կարևոր նշանակություն ունեն: Քաղաքական և տնտեսական շահերից բացի, կարևոր դեր են խաղում մշակութային և քաղաքակրթական խնդիրները: Հայ-ռուսական հարաբերությունների զարգացման և ամրապնդման սցենարների բազմազանության շրջանում վերջերս ակտիվորեն քննարկվում է Ռուսաստանի և Հայաստանի միութենական պետություն ստեղծելու հեռանկարը: Ենթադրվում է, որ Միության պետության շրջանակներում Հայաստանը պետք է պահպանի իր ինքնիշխանությունը:

Tatul MANASERYAN

On the issue of the current state and prospects of the Armenian-Russian strategic union

Key words: strategic union, union state, partnership, economic interests, security

When analyzing the prospects for the development of interstate relations, an important place is occupied by the issue of the reliability of the foundation, the basis. In other words, the history and nature of such links and the assessment of their effectiveness are of key importance. In addition to political and economic interests, cultural and civilizational issues play an important role. Among the variety of scenarios for the development and strengthening of Armenian-Russian relations, the prospect of creating a Union State of Russia and Armenia has been actively discussed recently. It is assumed that within the framework of the Union State, Armenia must preserve its sovereignty.

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԵՎ ԹՈՒՐԹԻԱՅԻ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԿԱՊԵՐԻ ՁԵՎԱՎՈՐՄԱՆ
ԷՎՈԼՅՈՒՑԻԱՆ**

Մհեր ՕԹԱՐՅԱՆ

ԵՊՀ ՏԿ ֆակուլտետի մագիստրոս

Բանալի բառեր. տնտեսական կապերի էվոլյուցիա, տնտեսաշխարհագրական դիրք, տնտեսական նպատակահարմարություն, սոցիալ-տնտեսական ազդեցություն

ԽՍՀՄ փլուզումից և Հայաստանի քաղաքական անկախության վերականգնումից հետո հայ-թուրքական հարաբերությունները եղել են թե՛ ազգային, թե՛ տարածաշրջանային հիմնախնդիրների կարևորագույն բաղկացուցիչ: Անկախության ձեռքբերումից ի վեր Հայաստանն անմիջապես առնչվեց մի շարք բարդ խնդիրների, որոնց լուծումը կարևոր նշանակություն ուներ նորանկախ պետության համար: Դրանցից մեկը Թուրքիայի հետ բնականոն հարաբերությունների հաստատումն էր: Հայաստանը և Թուրքիան, լինելով հարևան երկրներ և գտնվելով Եվրոպայի և Ասիայի խաչմերուկում, կիսում են 328 կմ ցամաքային սահման: Երկու երկրները պաշտոնական դիվանագիտական կապեր չունեն 1993թ. ի վեր, երբ Թուրքիան փակեց սահմանը: Թուրքիան փակեց նաև H-55 օդային միջանցքը: Այս արգելքը 1995թ. վերացվեց, սակայն ցամաքային փակ սահմանն այդպիսին է մինչև այժմ¹:

Չնայած հայ-թուրքական սահմանի բացման սոցիալ-տնտեսական հնարավոր ազդեցության մասին կան տարբեր գնահատականներ² դրա բացմանը հիմնականում կենսական կարևորություն է տրվում ոչ միայն Հայաստանի և Թուրքիայի, այլև տարածաշրջանի կայունության համար: 2002-2003 թթ.³ դեռ մինչև «Ֆուտբոլային դիվանագիտության» մեկնարկը, հայ-թուրքական

¹Տես՝ Kotanjian H., Safarian A., A View on Armenian-Turkish Relations in the Contexts of Regional Development, Regional Studies pp. 47-56, Volume 1, Yerevan, 1996

²Ըստ Ե. Պոլյակովի, Հայաստան-Թուրքիա և Հայաստան-Ադրբեջան սահմանների բացումը կմեծացնի Հայաստանի արտահանման ծավալները 200%-ով և ՀՆԱ-ն՝ 30%-ով (Polyakov, E. (2000). “Changing Trade Patterns after Conflict Resolution in SouthCaucasus”, WB paper). 17.7% արտահանման և 2.7% ՀՆԱ-ի աճ (Jrbashyan, T. (2005). “Study of the Economic Impact on the Armenian Economy from ReOpening of the Armenian-Turkish Borders. Implications for External Trade”, Armenian-European Policy and Legal Advice Centre (AEPLAC), www.aeplac.eu): Հայաստանի ներկրումը Թուրքիայից կավելանա մինչև 50% և արտահանումը դեպի Թուրքիա՝ մինչև 38% (Beilock, R., K.Toroyan, and A.Gagnidze, (2006a). “A Phased Strategy for Opening Armenia’s Western Border”, AJPP, Conf., March 2007, www.aiprg.net).

հարաբերություններում զգալի աշխուժացում նկատվեց: 2003թ. հունիսին Մադրիդում որոշվեց ակտիվացնել քայլերը, առևտրատնտեսական հարաբերությունները դարձան քննարկվող գլխավոր թեմաները: Միաժամանակ, թուրք դիվանագետները և հայ պաշտոնյաները, հայկական սփյուռքի որոշ ներկայացուցիչներ ներգրավվեցին «երկրորդ մակարդակի» դիվանագիտական գործընթացի մեջ¹: 2003թ. ամռանը թուրք զինվորականները մասնակցեցին ՆԱՏՕ-ի Երևանում անցկացվող զորավարժություններին: Նույն թվականին Էրդողանը հայտարարեց Հայաստանի հետ սահմանի բացման հավանականության մասին՝ հարուցելով ադրբեջանական կողմի դժգոհությունը²:

Հարաբերությունների կարգավորման վերջին փորձն արվեց 2009թ., երբ Թուրքիան և Հայաստանը միջազգային հանրության միջնորդությամբ սկսեցին, այսպես կոչված, «ֆուտբոլային դիվանագիտությունը»³: Այդուհանդերձ, 2010թ. այդ գործընթացը կասեցվեց⁴: Կան մի շարք բարդ և հակասական խնդիրներ, որոնք ունեն քաղաքական բնույթ. օրինակ՝ ցեղասպանության ճանաչումը, Ադրբեջանի հետ հակամարտությունը և այլն:

Քաղաքական համատեքստում առկա խոչընդոտներին զուգահեռ Հայաստանի և Թուրքիայի առևտրատնտեսական հարաբերությունները ձևավորվեցին 90-ականների սկզբին՝ անկախության հռչակումից և Թուրքիայի կողմից պաշտոնապես ճանաչելուց հետո⁵: 1990-ական թթ., տարբեր աղբյուրների վկայությամբ, ոչ պաշտոնական միջինացված հաշվարկներով՝ հայ-թուրքական տնտեսական կապերի ծավալը կազմել է ավելի քան \$150 մլն, որի 99%-ը կազմել է ներկրումը Թուրքիայից: Հայաստանի դեմ էմբարգոյի պայմաններում թուրքական ապրանքների ներկրումը Հայաստան իրականացվել է Վրաստանով և Իրանով, ընդ որում՝ այդ երկրներում փոխվել են ապրանքագրերը՝ դրանք հետագայում Հայաստան հասցեագրելու նպատակով: 1991թ. Թուրքիան չխոչընդոտեց «Ալարկո Հոլդինգի» և նրա ամերիկահայ գործընկեր Հրայր Հովնանյանի համատեղ ծրագրին, որով Հայաստանի

¹ Turkey Seen Holding Secret Talks with Yerevan, Armenian Diaspora (Foreign Broadcast Information Service. Daily Report-Soviet Union, 16 June 2003 #0613).

² Z. Agayev. Could Turkey Spoil Nagorno-Karabakh Peace? 13 April 2004 (www.tol.cz/look).

³ Ս. Սարգսյանը հրավիրեց Ա. Գյուլին՝ Հայաստան-Թուրքիա ֆուտբ. խաղին, 2008թ. սեպտ.:

⁴ Görgülü, A., Iskandaryan, A., and Minasyan, S. (2010) 'Turkey-Armenia Dialogue Series: Assessing the Rapprochement Process', Working Paper of TESEV. www.tesev.org

⁵ 1990թ. օգ. 23-ին ընդունվեց «Հայաստանի անկախության մասին» հռչակագիրը: 1991թ.

սեպ. 23 Հայաստանը հռչակեց անկախ պետություն: 1991թ. ՀՀ-ն ճանաչեց նաև Թուրքիան:

տրամադրության տակ էր դրվելու Թուրքիայի Տրապիզոն նավահանգիստը՝ այն ազատ առևտրի գոտի դարձնելու նպատակով¹: Նախատեսվում էր Կենտրոնական Ասիայի բնական գազն ու նավթը Հայաստանով Տրապիզոն, այդտեղից էլ՝ Արևմուտքի շուկաներ փոխադրել: Ըստ ծրագրի պետք է բացվեր նաև Հայաստանի հետ Մարգարա-Ալիջան սահմանային կետը, սկսվեր էրզրում-Տրապիզոն երկաթգծի կառուցումը՝ Գյումրիի երկաթուղին Տրապիզոնի նավահանգստի հետ ապահովելու համար: Սակայն ծրագիրը չիրականացավ, քանի որ ԱՄՆ-ի հայկական լոբբիստական կառույցները չիրաժարվեցին Հայոց ցեղասպանության ճանաչմանն ուղղված արշավներից:

Պաշտոնական հարաբերությունների բացակայության պայմաններում, 1997թ. հիմնադրվեց թուրք-հայկական բիզնեսի զարգացման խորհուրդ², որի համանախագահներն են Ա.Ղազարյանը և Բ.Սոյակը³, որի նպատակն էր պարզեցնել հաղորդակցության ուղիները, սերտ հարաբերություններ ստեղծել Հայաստանի և Թուրքիայի միջև, որոնց ապրանքաշրջանառությունը տարեկան 200-250 միլիոն ամերիկյան դոլար է: Միայն մանր առևտրի հաշվին Թուրքիայից օրը 8-10 բեռնատար մեքենա ապրանք էր տեղափոխվում Հայաստան: Հայաստանից Թուրքիան փոքր քանակի կաուչուկ, էլեկտրալարեր, շինանյութ ու հանքային ջուր է ներկրում⁴:

2011թ. ԱՄՆ ՄԶԳ, թուրք-հայկական բիզնեսի զարգացման խորհրդի, ՀԱԳՄ, Եվրասիական համագործակցության հիմնադրամի և այլոց համատեղ ջանքերով «Հայ-թուրքական գործարար հարաբերություններ՝ բիզնես շրջանում կարծիք ձևավորողների տեսանկյունից» զեկույցում նշվել է հայ-թուրքական առևտրատնտեսական հարաբերությունների զարգացման ընթացիկ վիճակը, ներուժը և դրա վրա ազդող սոցիալ-տնտեսական, հոգեբանական և այլ գործոնները: 2011թ. հունվարի դրությամբ Թուրքիայից Հայաստան արտահանված ապրանքները կազմել է \$98 մլն, իսկ Հայաստանից Թուրքիա արտահանումը՝ \$551 հազար: Նույն զեկույցն անդրադարձել է «Ֆուտբոլային դիվանագիտության» պայմաններում Հայաստանում տիրող տրամադրություններին. 2007թ. Թուրքիայի հետ բիզնես անելու ցանկություն է արտա-

¹ Չաքրյան Հ., Ղարաբաղյան հիմնահարցը հայ-թուրքական հարաբերությունների համատեքստում, էջ 15, Երևան, 1998

² Հիմնադրվել է 1997 թ. մայիսի 3-ին Ստամբուլում և Երևանում www.esiweb.org

³ kaan.soyak@tabdc.org

⁴ www.azatutyun.am/a/24097166.html

հայտել Հայաստանում հարցված գործարարների 42%-ը, 2008թ.¹ նույնպես 42%-ը, 2009թ.² 41%-ը, իսկ 2010թ.² 45%-ը: Ինչպես վերոհիշյալ հետազոտության, այնպես էլ այլ առիթներով արված քաղաքացիական ոլորտի, իշխանության շատ ներկայացուցիչներ, և գործարարներ անկեղծորեն հետաքրքրված են եղել Հայաստանի գործընկերների հետ համագործակցությունը զարգացնելու հարցում: Այդ համագործակցության ամենահարմար ոլորտներ են ճանաչվել տարբեր ապրանքների փոխանակությունը, զբոսաշրջությունը և ծառայությունների ոլորտը: 2013թ. ապրիլին ԱՄՆ ՄԶԳ կայացավ «Առևտրային և տնտեսական հարաբերությունների հաստատում» թեմայով հայ և թուրք գործարար կանանց ֆորում, որի նպատակն էր թուրք գործարար կանանց ծանոթացնել Հայաստանի բիզնես միջավայրին, հարկային և մաքսային համակարգին, ընկերությունների գրանցման ընթացակարգերին, ինչպես նաև նրանց գործնական կապեր հաստատելու հնարավորություն ընձեռել զբոսաշրջության, բժշկական կոսմետոլոգիայի, հրուշակեղենի, արհեստագործական իրերի ու տեքստիլի արտադրության շինարարության և այլ ոլորտներում: Սկսած 2008թ. Թուրքիան Հայաստանի առևտրային գործընկերների առաջին տասնյակում է՝ 5-8-րդ տեղերում: Վերջին 8 տարիներին (2008-2016թթ.) Թուրքիային բաժին է ընկել ՀՀ առևտրաշրջանառության 3-5%-ը. 2008թ.² 270 մլն դոլար, 2015թ.² 137 մլն դոլար, 2016թ.² 164 մլն դոլար: Ընդ որում, թուրքական ապրանքի ներմուծումը Հայաստան կազմել է ընդհանուր առևտրաշրջանառության 99,7%-ը (շուրջ 163,8 մլն դոլարի չափով), իսկ Հայաստանից Թուրքիա արտահանվել է ընդամենը 505 հազար դոլարի ապրանք: Առաջին եռամսյակում Հայաստանից 227 հազար ԱՄՆ դոլարի ապրանք է արտահանվել, իսկ ներմուծումը՝ 45 մլն դոլարի: Առևտուրը Վրաստանի սևծովյան նավահանգիստների և ավտոճանապարհի միջոցով է, ինչն ավելի երկար է, քան, Գյումրի-Կարս երկաթուղին²: Վերջին 23 տարիներին՝ 1995թ. ի վեր, Հայաստանը Թուրքիայից ներկրել է 3 միլիարդ դոլարի ապրանք և արտահանել է 45 միլիոն դոլարի ապրանք՝ 60 անգամ պակաս: Ամենաշատ արտահանում եղել է 1997թ.² 7 միլիոն դոլար, հակառակ ուղղությամբ՝ 2018թ.² 253 միլիոն դոլար և 2008թ.² 268 միլիոն դոլար: Դիվանագիտական հարաբերությունների բացակայությունը խոչընդոտ չի նաև զբոսա-

¹Ֆորում՝ հանուն հայ և թուրք գործարար կանանց համագործակցության <https://hetq.am>

² Երկաթուղին դադարել է գործել 1993թ. հայ-թուրքական սահմանը փակվելուց հետո:

շրջության հարցում. 2015թ. Հայաստան է ժամանել 9500 թուրք¹, իսկ Հայաստանից այցելուների թիվը կազմել է՝ 48,522 մարդ²: Երևան-Ստամբուլ-Երևան չվերթ իրականացնում են 17 ավիաընկերություններ. 3 թուրքական, ռուսական, արաբական և այլ՝ շաբաթը 4-ական չվերթ³:

Եթե փորձենք վերը բերված ընդհանուր տեղեկատվության հիման վրա առանձնացնեք այն հիմքերը, որոնք մղում են այս փոխազդեցությունների շարունակականությանը, ապա կարելի է առանձնացնել առաջնահերթ

✓ Տնտեսաշխարհագրական հարմար դիրքը, ինչը առանցքային նշանակություն ունի երկու երկրների գործարարները փնտրել են ուղիներ փոխա-հավետ առևտրատնտեսական կապեր գտնելու և զարգացնելու համար:

✓ Տնտեսական նպատակահարմարությունը՝ գին-որակ հարաբերակցու-թյան հարմարությունը:

Եզրակացություն: Հակառակ դիվանագիտական կապերի բացակայու-թյանը՝ հայ-թուրքական առևտրատնտեսական կապերը հասել են որոշակի մակարդակի, որոնք տնտեսական երկկիստության արդյունք են: 2008 թ.-ից Թուրքիան Հայաստանի առևտրային գործընկերների առաջին տասնյակում է: Հայ-թուրքական առևտրատնտեսական հարաբերությունները ծավալվել են թե՛ ապրանքների առևտրի, թե՛ ծառայությունների ոլորտներում: Հայ-թուրքա-կան կապերը որոշակի զարգացումներ են ունեցել ոչ պաշտոնական մակար-դակներում՝ բիզնես զարգացման խորհուրդ, միջմշակութային, ձեռնարկատի-րական ֆորումներ և այլն:

Առևտրատնտեսական հարաբերությունների տնտեսական ընդհանուր վերլուծությունը և քանակական տվյալները ապրանքաշրջանառության մա-սին հիմք են տալիս եզրակացնել, որ հայ-թուրքական առևտրատնտեսական կապերը ձևավորվել են երկու երկրների գործարարության պահանջով, ինչի համար նպաստավոր նախապայմաններ են հանդիսացել տնտեսաշխարհա-գրական հարմար դիրքը՝ ընդհանուր աշխարհագրական սահմանները և շու-կայում ընդհանուր ապրաքազնային քաղաքականության մեջ տնտեսական նպատակահարմարությունը՝ գին-որակ հարաբերակցության հարմարությու-նը:

¹ www.kultur.gov.tr

² Հայաստանի զբոսաշրջության պետական կոմիտեի 2015թ. տվյալներ <http://stcarmenia.am/>

³ www.aniarc.am/2017/04/20/yerevan-istanbul-yerevan-flights/

Մհեր ՕԹԱՐՅԱՆ

Հայաստանի և Թուրքիայի տնտեսական կապերի ձևավորման էվոլյուցիան

Բանալի բառեր. տնտեսական կապերի էվոլյուցիա, տնտեսաշխարհագրական դիրք, տնտեսական նպատակահարմարություն, սոցիալ-տնտեսական ազդեցություն

Հոդվածի շրջանակներում ուսումնասիրվել է Հայաստանի Հանրապետության և Թուրքիայի Հանրապետության տնտեսական կապուղիների ձևավորման հիմքերը և երկրների միջև տնտեսական հարաբերությունների ձևավորման էվոլյուցիան: Հայաստանի և Թուրքիայի միջև առևտրատնտեսական հարաբերությունները ձևավորվել են Հայաստանի անկախության հռչակումից անմիջապես հետո: Հոդվածում ժամանակագրորեն մենք ցույց ենք տալիս երկրների միջև պաշտոնական, ոչ պաշտոնական մակարդակներով տեղի ունեցած տնտեսական կապերի ոլորտները, ձևերը և ծավալները:

Mher OTARYAN

Evolution of formation of economic relations between The Republic of Armenia and The Republic of Turkey

Key words: evolution of economic ties, economic-geographical position, economic expediency, social-economic impact, import-export

In the framework of the article, we have studied the bases of the formation of economic channels between Armenia and Turkey, the evolution of the economic relations between the countries. The trade and economic relations between the Republic of Armenia and the Republic of Turkey were formed immediately after the declaration of independence of Armenia. In the article, we chronologically show the spheres, forms and volumes of economic relations between the countries at formal and informal levels. This fact gives us grounds to conclude that in parallel with the absence of diplomatic and official relations, the Armenian-Turkish trade and economic relations have reached a certain level, which, in fact, were the result of bilateral economic dialogue.

Мгер ОТАРЯН

Возможные выгоды и убытки от экономического сотрудничества Республики Армения и Турецкой Республики.

Ключевые слова: эволюция экономических связей, экономико-географическое положение, экономическая целесообразность, социально-экономические последствия

В рамках статьи были изучены основы формирования экономических каналов Республики Армения и Турецкой Республики, эволюция формирования экономических отношений между странами. Торгово-экономические отношения между Республикой Армения и Турецкой Республикой сложились сразу после провозглашения независимости Армении. В статье в хронологическом порядке показаны сферы, формы и объемы экономических отношений между странами на формальном и неформальном уровнях. Этот факт дает нам основание сделать вывод о том, что армяно-турецкие торгово-экономические отношения достигли определенного уровня, который стал результатом двустороннего экономического диалога.