

ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՊԱՐԵՆԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ ՆՊԱՍՏԱՎՈՐ ՏԱՐԵՐԸ

Հայաստանի պարենային շուկայի բնորոշ առանձնահատկությունը կայանում է նրանում, որ մի շարք կարևորագույն մթերքների տեղական ռեսուրսների առումով նա դեֆիցիտային է: Հանրապետության տարածքային ու բնակլիմայական պայմանները թույլ չեն տալիս տեղական արտադրության հաշվին բնակչությանը ապահովել բոլոր անհրաժեշտ մթերքներով: Պահանջարկի և տեղական արտադրանքի ծավալների հարաբերակցությունը շատ տասնամյակների ընթացքում անփոփոխ մնում է դիֆիցիտային: Դա առաջին հերթին վերաբերվում է հացահատիկին, մսին, կաթին, շաքարին և բուսական յուղերին, որոնց պակասորդը կազմում է սպառման մակարդակի 70-րդ տոկոսը: Թվարկած մթերքների շարքին ավելացավ նաև թռչնաբուծական արտադրանքը, իսկ շաքարի դիֆիցիտը 1988 թ. աղետալի երկրաշարժից հետո դարձավ 100 %: Այսօր տեղական արտադրության հաշվին, բնակչության պահանջարկը լիովին ապահովվում է միայն կարկոֆիլով, սոխով, բանջարեղենով, պտուղներով ու խաղողով: Այնուհանդերձ, այսօրվա պարենային շուկան գրեթե լիովին հագեցված է հիմնական սննդամթերքներով: Ըստ որում գները, համեմատաբար կայուն են և ոչ բարձր: Իհարկե, դա մի կողմից բնակչության խրոնիկական ցածր գնողունակության արդյունք է, սակայն ավելի ցայտուն է դրսից ներմուծվող արտադրանքի ազդեցությունը:

Պետք է նշել, որ արտաքին առևտրական շրջանառության ծավալները վերջին տասը տարիներին կայուն աճի միտում ձեռք բերպին: Միաժամանակ աճեց նաև ապրանքաշարժի բացասական հաշվեմնացորդը՝ գյուղատնտեսական հումքի և մթերքների ներմուծման ծավալները 10 անգամ ավելի էին արտահանման ծավալներից: Ուստի, նախ և առաջ, քննարկենք պարենային շուկայի հիմքում տեղավորված գյուղատնտեսական արտադրության վիճակը:

Հայաստանի անկախությունը հռչակելուց հետո (1991թ.) հանրապետությունում տեղի ունեցան արմատական սոցիալ-տնտեսական

փոփոխություններ: Սոցիալիստական արտադրական հարաբերությունների փոխարեն սկսվեց շուկայական հարաբերությունների արմատավորումն ու զարգացումը:

Ի դեպ, գյուղատնտեսության ոլորտում այդ գործընթացը իրականացվեց առանձնապես արագ տեմպերով: Բարեփոխումների հենց սկզբնական փուլում գրեթե ամբողջությամբ ապափականացվեցին և սեփականաշնորհվեցին նախկին կոլտնտեսությունների ու սովխոզների գյուղատնտեսական հողատեսքերը, անասնազխաքանակը և արտադրության այլ միջոցները: Արդյունքում հանրապետության մոտ մեկ հազար հանրային տնտեսությունների հենքի վրա կազմավորվեցին ավելի քան 330 հազար գյուղացիական տնտեսություններ, որոնց տերերը (ընտանիքով), սեփականության հետ մեկտեղ, ստացան նաև ինքնավարության և լիարժեք տնտեսական ինքնուրույնության կարգավիճակ:

Նոր հողատերերը, ունենալով մի քանի գլուխ անասուն և միջին հաշվով 1,3-3,0 հեկտար հողաբաժին (բարձրագույն գոտիներում), գրեթե միայնակ և անօգնական են մնացել իրենց բազմաթիվ հոգսերով: Բանը նրանումն է, որ հանրապետության համընդհանուր տնտեսական ձգնաժամի պայմաններում փլուզման վիճակում գտնվեցին գյուղատնտեսությանը սպասարկող մասնագիտական ծառայությունները, ինչպես և նյութատեխնիկական ապահովման ոլորտների ձեռնարկությունները: Գյուղացիների ճնշող մեծամասնությունը ստիպված եղավ կրթականապես փոխել աշխատանքների բնույթը, բավարարվել պրիմիտիվ տեխնոլոգիաներով, անցնել ծանր ձեռքի աշխատանքի: Այդ պայմաններում, բնականաբար, խիտ անկում ապրեց նաև գյուղատնտեսության ապրանքային արտադրության մակարդակը. 1995-2000 թթ. այն տատանվում էր 25-30 տոկոսի սահմաններում, ներառյալ բարտերը (ապրանքափոխանակությունը): Ըստ էության, գյուղացիական տնտեսությունների գերակշռող զանգվածի վարումը կարելի է բնորոշել որպես բնամթերային: Ապրանքային արտադրությունը գյուղացիների հիմնական զանգվածի համար դարձավ անշահավետ, քանի որ արտադրած մթերքի կամ հումքի իրացումը տեղի է ունենում հաճախ ինքնարժեքից ցածր գներով:

Գյուղատնտեսության արտադրության վարման արդյունավետության մակարդակի վրա առանձնապես անդրադարձավ մթերքի և հումքի իրացման ուղիների միանգամայն անմխիթար վիճակը: Մթերումների համակարգը մինչ օրս չվերակառուցվեց նոր տնտեսական պայմաններին

համապատասխանող կերպով: Գործնականորեն փլուզվեց նույնիսկ «Հայկոուպ»-ի հզոր ու ձկուն համակարգը, որն ուներ լայնորեն տարածված մթերման կայանների, արտադրողին մոտեցված վերամշակող գործարանների և զարգացած առևտրական ցանց: Իսկ գյուղատնտեսական ապրանքների մեծածախ շուկայի, ինչպես և մարկեթինգային ծառայությունների ձևավորումը այդպես էլ չկայացավ:

Մինևույն ժամանակ գյուղատնտեսական արտադրությունը առավել ազդեցիկ հարված ստացավ սննդարդյունաբերության ձեռնարկությունների գործունեության անկման պատճառով: Մսի կոմբինատները, պահածոների ու գինեգործական արդյունաբերության ձեռնարկությունների գերակշռող մասը սննկանալու, կամ շրջանառու միջոցների քացակայության և շուկաներից զրկվելու պատճառով, եղած հզորությունները կարողացան օգտագործել ընդամենը 6-15 տոկոսով: Մինչդեռ, հատկապես այդ ձեռնարկություններն են հանդիսանում գյուղատնտեսական հումքի գլխավոր զանգվածային սպառողը: Այստեղ կարևոր ենք համարում ընդգծել, որ գյուղացու կողմից արտադրվող հումքի հիմնական մասը արագ փչացող ու դժվար տեղափոխվող է:

Իհարկե զարմանք չի առաջացնում, որ այդ պայմաններում, գյուղացին, զրկված լինելով հուսալի և կայուն իրացման ճանապարհներից, կտրվել է իր գործից և շուկաներում անձամբ է վաճառել իր տնտեսության արտադրանքի ավելյուկները կամ շար դեպքերում իրացնում պարզ ապրանքափոխանակության միջոցով, կամ էլ հանձնում վերավաճառողներին, կորցնելով իր ստեղծած շահույթի մեծ մասը:

Շուկայական իրադրության առումով, թվարկած գործոնների շնորհիվ, գյուղատնտեսության կառուցվածքում տեղի ունեցան շոշափելի փոփոխություններ՝ հօգուտ բուսաբուծությանը: Նրա համախառն արտադրանքի ծավալները ընդհանուր առմամբ չպակասեցին, հիմնականում հացահատիկային մշակաբույսերի և կարտոֆիլի արտադրության էապես ավելացման հաշվին: Սակայն ավելի քան երկու անգամ կրճատվեցին խաղողի այգիների տարածությունները, համարյա դադարեցվեց ծխախոտի ավանդական արտադրությունը, գրեթե լիովին վերացավ հյութալի և խտացրած կերերի արտադրությունը: Ավելի լուրջ կառուցվածքային տեղաշարժեր կատարվեցին անասնապահության ճյուղերում: Մոտ 70 %-ով կրճատվեց ոչխարների գլխաքանակը: Կերերի սակավության պայմաններում վերացման վիճակում հայտնվեցին արդյունաբերական առաջավոր տեխնոլոգիայով գործող խոշոր թռչնաֆաբրիկաները, խոզաբուծական

համալիրները: Դադարեց նաև Կապարի մարդաշի բրման ու Կոհմային երինջների աճեցման ձեռնարկությունների գործունեությունը:

Բարեփոխումների երկրորդ փուլում մասնավորեցվեցին նաև գյուղատնտեսական հումքի վերամշակման ձեռնարկությունները, և գյուղատնտեսությանը սպասարկող ու ապահովող ծառայությունները: Բայց նույնիսկ այդ կարևոր հանգամանքը ոչ մի բեկում չառաջացրեց՝ ագրարային շուկան մնաց անկառավարելի, փրերային, արդյունավետ:

Ուստի անդրադառնանք շուկայի գործունեության բուն Կրնեսական մեխանիզմներին:

Շուկայի ձևավորմանը և գործունեության մեխանիզմներին հասարկության զարգացման փորբեր փուլերում նվիրված են ականավոր Կրնեսագետների՝ Ա. Սմիթի, Դ. Ռիկարդոյի, Ա. Պիգուի, Կ. Մարքսի, Ֆ. Էնգելսի, Զ. Կեյնսի, Մ. Ֆրիդմենի և շար ուրիշների աշխատանքները:

Դեռ ավելի քան 250 Կրարի առաջ Կրնեսագիտության մասին աշխարհում ամենաառաջին ձեռնարկի «Ազգերի հասարակացման մեխանիզմը» գրքի հեղինակ Ադամ Սմիթը հարց էր Կրվել՝ «Ո՞րն է Լոնդոնն աշխատալու Կարժառը»: Ամեն օր քաղաքում հալը բավարար քանակությամբ էր արԿաղղվում և ոչ մի անգամ այն չի եղել չափիլ ավելի կամ Կակաս: Նման իրավիճակ էր Կրիրում նաև մյուս բոլոր աԿրանքների և ծառայությունների հարլում: Եվ այս բոլոր ծառայությունների աշխատանքը չէր ծրագրվում որևէ մեկի կողմիլ: Հիմնվելով այս ուսումնասիրությունների վրա Ադամ Սմիթը մշակեց «ԱնԿեսանելի Ձեռքի «հալեցակեղերը, որը և կարգավորում է ազար շուկան: «Ազար շուկա» լայնորեն օգրագործվող հասկալողությունը Կարգաբանվում է հեղնլալ կերալ ինքնակառավարվող շուկա, որում գները սահմանված են միայն առաջարկի ու Կահանջարկի համաձայն, անկալ որևէ արԿաքին գործոնի ազդեցությունիլ:¹

Հերագայում, սակայն, այդ իդեալականալվող շուկայի Կեսական կոնցեալիան զգալի փոփոխության է ենթարկվել: ԻնչԿես հայրնի է նեոկլասիկ ուղղության Կրնեսագետները (Ա.Մենգերը, Վ.Պարեդոն, Ա.Մարշալը) հասարարում էին կլասիկների (Ա.Սմիթի, Դ.Ռիկարդոյի) եդրակալությունը այն մասին, որ արԿաղրական ռեսուրսների լիարժեք ու արդյունավետ օգրագործման ալայմաններում շուկալական էկոնոմիկալին քնականաբար հարկանշական է Կրնեսական կայուն հավասարակշռության

¹ Գ.Կիրակոսյան, Հ. Ղուշյան, Ի.Տիգրանյան «Տնտեսագիտական բալարական քառարան», Երևան, 1999, էջ 305:

միտումը: Սակայն Ձ.Կեյնսը և նրա հետևորդները եկան այն եզրակացության, որ նույնիսկ լիարժեք զբաղվածության պայմաններում ապահովել աղքատին տնտեսության կայուն զարգացումը շուկան անընդունակ է և հիմնավորեցին պետական կարգավորման անհրաժեշտությունը:

Այստեղ չենք կարող չհիշել, որ ոչ հեռավոր անցյալում նախկին ԽՍՀՄ-ի տնտեսության կենտրոնացված վարչահրամայական կառավարման համակարգում, որտեղ արտադրությունը, բաշխումը, փոխանակությունը և սպառման չափերը ղեկավարվում էին պետության կողմից, շուկան պարզապես կառավարվում էր պետական մարմինների կողմից: Հիշեցնենք, թեկուզ, նախկին «Պետպլանի» կողմից իրականացվող ֆունկցիաները...

Վերադառնանք շուկայական էկոնոմիկային բնորոշ շուկայի կարգավորման ասպեկտներին: Այդ առումով ակադեմիկոս Միքայել Զոթանյանը¹ ընդգծում է «Խորհրդային համակարգում թելադրող արտադրությունն էր, իսկ շուկայական տնտեսության ձևավորումը կատարվում է սպառողների թելադրանքով»: Եվ այնուհետև «Ոչ մի երկիր տնտեսական զարգացման բնագավառում լուրջ հաջողության չի հասել առանց պետական հովանավորության...»: Պետական հովանավորության համակարգի կարևորությունը նշանակալի է հատկապես գյուղատնտեսության համար՝ «Զարգացած երկրներում գյուղատնտեսության ուղղակի և անուղղակի հովանավորությունը ունի հատուկ, կարելի է ասել, կատարյալ մեխանիզմ»:

Բերենք ևս մեկ պարզառաքանված մեջբերում ըստ Ն.Կովալենկոյի.² «Ջանի որ մթերքի արտադրությունը որպես ինքնակառավարվող, հանդես չի գալիս, գների մեխանիզմը չի կարող լիարժեք կատարել իր գլխավոր ֆունկցիան պահանջարկի ու առաջարկի կարգավորիչի դերում: Պահանջվում է արտադրողի և սպառողի շահերը ապահովելու համար արտաքին միջամտում և այստեղ հիմնական կարգավորիչի դերում պետք է հանդես գա պետությունը»: ...«Շուկայի տնտեսական կարգավորումը հիմնվում է պետական հովանավորության վրա, որը նախատեսում է ընդլայնված վերարտադրության սուբսիդիաներ, հարկային ու վարկային խթանիչներ...»:

¹ Զոթանյան Մ.Խ. «Շուկայական էկոնոմիկա», Երևան, 1998, էջ 124, 125 և 168, 169:

² Коваленко Н.Я. "Экономика сельского хозяйства" М.1999, стр. 104-108:

Ձննարկելով շուկայի ինքնակարգավորման դերագնահատման և պետական կարգավորման անհրաժեշտության տեսական ասպեկտները, ակնարկենք նաև Մ.Գևորգյանի¹ հարցադրումը «Շուկան, չնայած իր փառերային բնույթին հանդիսանում է լավ կազմակերպված (իդկված) մեխանիզմ, որն ընդունակ է լուծել հասարակության առջև կանգնած տնտեսական բարդ խնդիրները: Սակայն ասվածը չի ժխտում այն դերը, որ կոչված է կատարել պետությունը: Հասարակության տնտեսական կառուցվածքի իդեալական մոդելը փառքեր հիմնահարցերի լուծման համար նախատեսում է պետական կարգավորման մեխանիզմի օգտագործում, որը կատարում է մի շարք ֆունկցիաներ: Դրանցից հիմնականներն են՝ շուկայական մեխանիզմի գործունեության իրավական ապահովումը, հասարակական ակտիվների արտադրությունը և մակրոտնտեսական փափանցման կայունացումը»:

Եվ այսպես, յուրաքանչյուր շուկայի իմաստը տեսականորեն ու գործնականորեն հիմնվում է պահանջարկ-առաջարկ պարզ գաղափարի վրա և իրենից ներկայացնում է ապանքափոխանակության ոլորտ:

Ընդհանուր առմամբ շուկան բնութագրվում է որպես տնտեսական պայմանների մի ամբողջություն, որոնց միջոցով ապրանքի կամ ծառայության գնողները և վաճառողները մեկը մյուսի հետ շփման մեջ են մտնում այն գնելու կամ վաճառելու նպատակով: (Նշենք, որ շուկան մեկնաբանվում է նաև որպես առևտրի կազմակերպական վայր՝ աուկցիոն, տրոնվաճառ և այլն)²:

Մեզ անմիջականորեն հետաքրքրող գյուղատնտեսական արտադրանքի շուկայի բաղկացուցիչ մասը կազմում են մթերքի և հումքի թողարկմանը մասնակցող բոլոր ձեռնարկությունները: Այդ բազմաթիվ գործընկերները ընդգրկված են բավականին բարդ ու մեծածավալ համակարգում, սերտորեն կապված և իրար կենսունակությունը պայմանավորող ոլորտներով՝

- գյուղատնտեսական արտադրության
- արտադրական մասնագիտական սպասարկման
- արտադրության նյութական և տեխնիկական ապահովման
- սպառման:

¹ Գևորգյան Մ.Ա. «Տնտեսագիտության տեսություն» Երևան, 1997, էջ 139-140:

² "1755 терминов рыночной экономики" (толковый терминологический словарь-справочник делового человека), Ереван, 1995, стр.180.

Ամեն մի ոլորտ, իր հերթին, միավորում է տարբեր տիպի ձեռնարկություններ ու ծառայություններ, օրինակ՝

- արտադրությունը ներկայացնում են՝ գյուղատնտեսական անհատական և կոլեկտիվ տնտեսությունները, ֆիրմաները, տարբեր մասնագիտացման կոոպերատիվները, ընկերությունները, բնակչության օժանդակ տնտեսությունները.

- արտադրական մասնագիտական սպասարկումը իրագործում են՝ անասնաբուժական, տոհմային գործի և արհեստական սերմնավորման, բույսերի պաշտպանության ոռոգման համակարգի ծառայությունները, սերմնաբուժական ու տնկարանային տնտեսությունները.

- նյութատեխնիկական ապահովումը ներառում է ինչպես արտադրության տեխնոլոգիական գործընթացների մեքենայացման օղակները, շինարարական բրիգադները, այնպես էլ էլեկտրականություն, վառելիքաքսային նյութեր, շինանյութեր, պահեստամասեր, պարարտանյութեր և թունաքիմիկատներ մատակարարող կազմակերպությունները.

- սպառումը՝ մթերման, պահպանման, վերամշակման և միջնորդական օղակներն են (սկսած անմիջականորեն արտադրողից), որոնք տարբեր ճանապարհներով՝ ու ձևերով իրագործում են գյուղատնտեսական արտադրանքի ապրանքաշարժը մինչև սպառողը:

Սովորաբար, համաշխարհային գործնական կյանքում մեր թեմայի շրջանակներում կիրառվում են «Ագրոարդյունաբերական համալիր» և «Ագրոբիզնեսի համակարգ» երկու համալիրական հասկացողություն:

ա) Ագրոտոռուսաբուսական համալիր՝ ԽՍՀՄ-ում տարածված և այժմ էլ պաշտոնական, վիճակագրական, գիտական շրջանակներում լայնորեն օգտագործվող տերմին: Այդ համալիր հասկացողության մեջ ընդունված է ընդգրկել երեք ոլորտ՝

1-ին գյուղատնտեսության արտադրական սպասարկման ու ապահովման,

2-րդ հատկապես գյուղատնտեսական արտադրություն,

3-րդ արտադրանքի մթերման, պահպանման, վերամշակման և իրացում իրականացնող ոլորտ:

Հաճախ այդ մոդելի մեջ են ընդգրկում նաև 4-րդ ոլորտը, որը միավորում է արտադրական ենթակառուցվածքի՝ տրանսպորտային, պահպանման, տրադիցիոն տնտեսության, կապի և այլ օբյեկտներն ու ծառայությունները: Մեր կարծիքով նշված 4-րդ ոլորտի ներառումը համալիր հասկացողության մեջ լիովին արդարացված է:

Միաժամանակ, այսպեղ հարկ ենք համարում ընդգծել նաև մեր վերաբերմունքը «ազրոարդյունաբերական համալիր» տերմինի օգտագործման վերաբերյալ: Այն մենք հնազած ենք համարում: Հաշվի առնելով մեր հանրապետության շուկայական հարաբերությունների զարգացման ներկա մակարդակը, սկզբունքորեն ավելի ճիշտ ենք համարում այդ համակարգը համարել «ազրարային շուկա»:

բ) Առողջեցնելու համակարգ, այսպես ասած «արևմտային» մոդելը ունի չորս ոլորտ (որտեղ գյուղատնտեսությունը նույնպես առանցքային կորիզ է համարվում)՝ 1-ին ազրարային ռեսուրսների,

2-րդ գյուղատնտեսական արտադրության,

3-րդ մարկեթինգային գործունեության,

4-րդ ազրոսերվիսի:

Ինչպիսի՞ն են նշված երկու մոդելներում ոլորտների հարաբերակցությունը և ի՞նչ առանձնահատկություններ ունեն այդ ոլորտները: Հարցերի պատասխանները պարզաբանենք մի խումբ հեղինակավոր տնտեսագետների գնահատականներով:

Տնտեսագետների մի խումբ՝ արդարապիտորեն եզրակացնում է, որ գյուղատնտեսական արտադրությունը (2-րդ ոլորտ), անկախ նրա զարգացման մակարդակից երկու մոդելներում էլ համարվում է որպես միջուկ, քանի որ նա է միավորում մնացած բոլոր ոլորտների գործունեությունը: Սակայն, «մեր» մոդելի տարբերակում ապրանքի վերջնական արժեքի կառուցվածքում գյուղատնտեսության արտադրությունը ձևավորում և 50 %-ը, որը պայմանավորված է մնացած ոլորտների զարգացման խիստ անբավարար մակարդակով: Բայց «արևմտյան» մոդելում նույն 2-րդ ոլորտում ձևավորվում է ընդամենը 20-25 %-ը, իսկ մնացածը՝ մթերում, վերամշակում ու իրացում իրականացնող ճյուղերում և ծառայություններում: Ի դեպ, որքանով որ թվարկած ճյուղերը տոգորված են գերզարգացած համակարգված մարկեթինգով, մենք գտնում ենք, որ իզուր չեն այդ մոդելի 3-րդ ոլորտը անվանում «մարկեթինգային գործունեություն»:

Այդ առումով տեղին է մեջ բերել պրոֆեսոր Կ.Գրիգորյանի ԱՄՆ-ում

¹ Боев В.Р., Румянцева Е.Е., Дадалко В.А.. "Продовольственная безопасность СНГ: выбор альтернативы на пороге XXI века", Москва-Минск, 1998, стр. 113-114.

Е.Е., Дадалко В.А.. "Продовольственная безопасность СНГ: выбор альтернативы на пороге XXI века", Москва-

ագրոմարկեթինգի բնութագրումը¹: «Արտադրող-իրացնող-վերամշակող-վաճառահանող շղթայում ստեղծված են փոխշահավետ, ժամանակի փորձությամբ թրծված փոխհարաբերություններ, վստահության, պատասխանատվության...»: Այնուհետև «Արտադրանքն արտադրողից սպառողին հասցնելու ճանապարհին ձևավորվել է տնտեսաշարակային, ինքնուրույն, փոխշահավետ ինտեգրացված կազմակերպությունների մի ցանց»: Մարկեթինգային գործունեության շնորհիվ խստորեն նվազեցված է ֆերմերի դերն ու անելիքները արտադրանքի իրացման գործում: «Նա ազատված է իրեն ոչ բնորոշ այս ծառայությունից, բայց ստանում է անհրաժեշտ տեղեկատվություն շուկայի ներկա ու սպասվելիք իրավիճակի, իր վաճառած ապրանքի առաջ-շարժի ձևակարգի, սպասարկող ծառայությունների շուկայի, նորագույն տեխնոլոգիաների վերաբերյալ, որով և կարգավորում է արտադրության ծավալն ու կառուցվածքը»: Մի փոքր շեղվելով շարադրվող բուն նյութից դրսևորենք մեր վերաբերմունքը մարկեթինգի նկատմամբ:

Իհարկե չէինք կամենա կուրորեն ընդօրինակել բոլոր արտասահմանյան տնտեսավարման մոդելները: Այնուամենայնիվ, ագրոքիզնեսի համակարգը և հատկապես մարկեթինգային ոլորտի նկարագրած զարգացման նախամոդելի աստիճանը (որն ի դեպ, ունի մոտ 100 տարվա պատմություն), մեզանում ընկալվում է որպես երազանք: Բայց դրան արագորեն հասնելու ձգտումը անհրաժեշտ է և պետք է իրականանա հնարավորին կարճ ժամկետում, քանի որ մեր համոզմամբ մ ա ու ե թ ի ն գ ա յ ի ն գ ո թ ու ն ե ու թ յ ու ն ո հանդիսանում է ինչպես արտադրության խթանման, այնպես և շուկայի կարգավորման ամենագորեղ գործոնը:

Շուկայական տնտեսությունը հիմնական տնտեսական խնդիրները լուծում է առաջարկի և պահանջարկի գործունեության միջոցով:

Ըստ Սամյուելսոնի² առաջարկի և պահանջարկի հիմնական տարրերը հետևյալներն են՝

Ա պ ո ա ն ք ի գ ի ն ը:

¹ Գրիգորյան Կ.Ա. «Ագրոմարկեթինգը ԱՄՆ-ում՝ մեր դասերը»: Շուկայական տնտեսության զարգացման հիմնահարցերը 33 ագրարային ոլորտում: (միջազգային գիտաժողովի նյութերի հավաքածու), Երևան, 1998, էջ 31-32:

² Փոլ Ա.Սամյուելսոն, Ռիչլան Դ.Նորդհաուս «Տնտեսագիտություն, 1-ին Մակրոտնտեսագիտություն», Երևան, 1995, էջ 83-88

Մ ի ջ ի ն ե կ ա մ ու տ ը:

Շ ու կ ա յ ի ծ ա վ ա լ ը:

Ի լրումն թվարկած օբյեկտիվ տարրերի, մենք պետք է ավելացնենք սուբյեկտիվ տարրերի մի հավաքածու, որը կոչվում է ճաշակ կամ նախապատվություն: Ճաշակը սոցիալական և պատմական գործոնների մի բազմազանություն է: Դրանք կարող են արտացոլել բուն հոգեբանական կամ բնախոսական պահանջներ (աղի, հեղուկների), արհեստականորեն մտադրված պահանջներ (ծխախոտի...), ավանդույթի կամ կրոնի մեծ տարր պարունակել, օրինակ, տավարի միսը սիրված է Ամերիկայում, սակայն արգելված է Հնդկաստանում...

Այլ է պահանջարկի բաղադրության պատկերացումը մի շարք ուրիշ տնտեսագետների մոտ: Օրինակ, Մենկյու Ն.Գրեգորին¹ դիտարկում է պահանջարկը բացառապես որպես դրամական, գնային գործոն, որը կապված է գնողունակության հետ: Որպես բոլոր պարենային շուկաների համապարփակ օրինակ, նա կառուցում է հալի շուկայի մոդելը: Այդ մոդելում առկա են երեք հավասարում

1. Հալի պահանջարկի ծավալը, որը կախված է հալի գնից ու միջին եկամտից.

2. Փոխ (կամ հալագործի) կողմից առաջարկվելիք հալի քանակը որոշվում է հալի գնով. և պահանջարկվող ալյուրի գնով.

3. Եվ վերջապես, հալի գնի մակարդակը փոփոխվում է այնպես, որ ապահովվի սպառման և առաջարկի հավասարակշռությունը:

Ընդունելով թվարկած տեսական մոտեցումները որպես հենք ագրարային շուկայի վերլուծության համար, մենք չենք կարող սակայն անտեսել այն հանգամանքը, որ հեղինակների դիրքավորումը գալիս է «կուշտ» տեղից և «Պահանջարկ» կատեգորիան նրանց մոտ միայն հիշատակվում է որպես պահանջարկ հասկացողության կտրոդ: Իհարկե, դա բնական է այդպիսի երկրների համար, որոնք ունեն լիարժեք զարգացած, կայուն ու արդյունավետ տնտեսություն, ներքին պահանջարկից շատ գերազանցող արտադրություն և կյանքի բարձր մակարդակ: Նրանց չեն մտադրում «պարենային անվտանգություն» կամ «պարենային ծրագիր» գաղափարները: Միաժամանակ, կարևոր ենք համարում նշել, որ այդ երկրներում շատ բարձր մակարդակի են հասնում պետական ներդրումները

¹ Менькю Н.Грегори "Макроэкономика" пер. с англ., Москва, 1994, стр. 47.

գյուղատնտեսության ոլորտում: Օրինակ, Ի.Ուշաչովի վկայությամբ՝ գյուղատնտեսությանը հատկացվող ուղղակի ֆինանսական օգնության չափը ԱՄՆ-ում 1999 թվականին գերազանցեց 23 մլրդ. դոլար, որը կազմում է իրապված գյուղատնտեսական արտադրանքի արժեքի 25%-ը: Գյուղատնտեսական դոտացիաների գումարը եվրոպական միության երկրներում 1997թ. 109,7 մլրդ դոլ. մակարդակից 1998թ. հասավ 129,8 մլրդ. դոլ.:

Գյուղատնտեսության հովանավորման գումարը, վերահաշվարկած 1 հեկտար հողի հաշվով, 1998 թվականին ԱՄՆ-ում կազմում էր 112 դոլ., եվրոպական ընկերակցության երկրներում 895, իսկ Ռուսաստանում 8 դոլ.:

Ուստի, մեր համոզմամբ, գերադասելի է օգտվել հիշատակված Բ.Բոյեվի մեթոդական մոտեցումներով, որոնք պահանջարկի ու առաջարկի կապեզորիաները լուսաբանման փոխակերպից ավելի հարմար են մեր շուկայի վիճակի ինչպես վերլուծության, այլապես էլ նախագծման կամ կանխորոշման առումով: Ըստ Բոյեվի, պահանջարկի առաջին գործոնը իհարկե բնակչության թվաքանակն է (կանանց, տղամարդկանց, երեխաների, հասակավորների), քանի որ նա է որոշում երկրի պահանջարկը պարենի նկատմամբ ելնելով սննդի ռապիոնալ նորմաներից:

Գործոնների երկրորդ խումբը միավորում է բնակչության գնողունակությունը որոշող փորրերը, հատկապես սպառողների դրամական միջին եկամուտները և սննդին հատկացվող ծախսերը: Այստեղ նշենք, օրինակ, որ փորրեր գնահատումներով ընդանեկան բյուջեից սննդին հատկացվող գումարը ԱՄՆ-ում կազմում է մոտ 20%-ը, իսկ ԱՊՀ երկրներում 60%:

Բաղադրիչ գործոնների երրորդ խումբը՝ սպառողների սովորությունները, ավանդույթները, ճաշակները, կուլտուրան, այս կամ այն մթերքի հեղինակությունը (պրեստիժը): Ռուսաստանում, օրինակ, շաքարը գերադասում են կարտոֆիլը, պեմենները, հնդկացորենի շիլան, Ֆրանսիան հայտնի է բազմափոխակ պանիրների և գինիների ամենօրյա գործածումով, ճապոնիան - ձկնեղենի...

Պահանջարկի չորրորդ բաղադրիչը բնակչության առողջությունն է: Քանի որ անժխտելիորեն մարդկանց սնունդն է կանխորոշում առողջությունը: Ի դեպ, վերջինիս ցուցանիշները միջազգային

¹ Ушэчев И.Г. "Агропромышленный комплекс и проблемы вступления Росий в ВТО", ж. Государство и Право, М. 2000, N 10, стр. 73-78.

պրակտիկայում հիմք են ծառայում երկրում իրականացվող ագրարային քաղաքականության արդյունավետությունը գնահատելու համար:

Այդ առումով Համաշխարհային բանկի մասնագետները օգտագործում են բոլոր մթերքների բաժանումը հետևյալ երեք խմբավորումների՝

ա) էներգետիկ տարրեր պարունակող, օրգանիզմին անհրաժեշտ ուժ տվող (աշխատելու, մարզվելու...): Դա հացն է, շաքարը և մյուս ածխաջրերով հարուստ մթերքները: Օրգանիզմի այսպես ասած «պարզ վերարտադրության» համար:

բ) Կառուցվածքային տարրեր պարունակող մթերքներ (հիմնականում սպիտակույն)՝ ձու, մջս, կաթնամթերք, որոնք հիմք են ծառայում բնակչության վերարտադրության և աճող սերնդի առողջության համար:

գ) Տարրեր հիվանդություններից պաշտպանվածության համար անհրաժեշտ տարրեր (հանքային նյութեր, վիտամիններ) պարունակող մթերքներ՝ բանջարեղեն, պտուղ և այլն:

Հենց այս պահանջարկի դիրքավորումից ելնելով մենք տրամաբանական ենք համարում օգտագործել Միջազգային Պարենալյին Կազմակերպության կողմից ընդունված սննդամթերքների դասակարգումով՝ միս և մսամթերք, կաթ և կաթնամթերք, ձու, հացահատիկային, հատիկաղնդեղեն, ընկույզ, բուսական ծազման յուղեր, կենդանական ծազման յուղ և ձարպ, ձուկ և ձկնեղեն, շաքար, բանջարեղեն ու կարտոֆիլ, մջրգ: Ինսուլն թվականների սկզբից այդ ցուցակում ավելացավ ևս մի խումբ՝ ալկոհոլային (ի դեպ, Առողջապահության Միջազգային Կազմակերպության նախաձեռնությամբ):

Իսկ հիմա դիտարկենք նույն շուկան առաջադրել կարեգորիայի տեսակետից: Առաջարկի ձևավորումը պարենային շուկայում սկիզբ է առնում երկրի սեփական ռեսուրսների օգտագործման օբյեկտիվ հնարավորություններից ու սահմանափակող հանգամանքներից: Այսինքն, առկա հողային ռեսուրսների, բնակլիմայական պայմանների և գյուղատնտեսության վարման համար այլ անհրաժեշտ գործոնների, որոնց հիման վրա հնարավոր է գնահատել սեփական արտադրանքով ապահովվածության աստիճանը:

Այնուհետև գյուղատնտեսական արտադրանքի առաջարկի ձևավորման վրա ազդում է և արտաքին գործոնը՝ ներկրումը ուրիշ երկրներից: Վերջինս հազեցնելով ներքին պարենային շուկան, միաժամանակ

նպաստում է արտաքին կախվածությանը և սեփական աշխատուժի զբաղվածության կրճատմանը:

Վերջապես, առաջարկի ձևավորման շար կարևոր երրորդ որոշիչ է գյուղատնտեսության, վերամշակման և առևտրի ոլորտների փոխհարաբերությունները: Միայն առևտուրն է անմիջականորեն կապված սպառողի հետ: Եվ նրա վիճակը թույլ է տալիս էական ազդեցություն ունենալ արտադրողի ու վերամշակողի արտաքին պայմանների և ապրանքների մրցակցության վիճակի վրա: Հենց առևտուրն է ներկայացնում այն դաշտը, որի մջջույով պետությունը կարող է ներագրել բոլոր հիշատակված ոլորտների վրա, սահմանելով համապատասխան առևտրային օրենսդրություն:

Հիմնականում այդ համակարգի գործունեության բարելավման ու արդյունավետության մակարդակից է կախված երկրի պարենային անվտանգության բարձրացման հարցերի լուծումը:

Առայժմ, չխորանալով մանրամասնությունների մեջ, այսպեղ ասենք արդյունավետության բարձրացման խնդիրների լուծման կանխադեսվող արդյունքները: Դա ագրոարդյունաբերական համալիրի բոլոր ձեռնարկությունների, ինչպես բնակչության եկամուտների աճն է, գյուղատնտեսական արտադրանքի ապրանքայնության բարձրացումն է, բնակչության առողջության և ի վերջո (համրագումարում) հասարակության բարեկեցության բարելավումն է:

Պարենային շուկայի կարգավորման առումով մենք ունենք 2 առաջարկ՝

1. Ինչպես հայտնի է, նախկին մթերումների համակարգը, նոր տնտեսական պայմաններին համապատասխանորեն մինչ օրս չվերակառուցվեց: Գործնականորեն փլուզված վիճակում է մնում նաև «Հայկոոպի» նախկինում հզոր ու ճկուն գործող համակարգը, որը ուներ լայնորեն տարածված մթերման կայաններ, արտադրողին մոտիկակալված վերամշակող գործարանների ու զարգացած առևտրական ցանց: Վիճակագրության տվյալներով, այդ համակարգի անդամների թիվը 733 հազարից (առ 1/1-91 թ.) նվազել է մինչ 528 հազարի (առ 1/1-99 թ.), այսինքն կրճատվել է 30%: Սակայն սպառողական կոոպերացիայի ընկերությունների թվաքանակը մնում է 42, (այսինքն այնքան ինչքան գրանցված էր 1991 թ.), բայց խանութների թիվը կրճատվեց 12 անգամ և հասավ 1336-ի, իսկ մանրածախ ապրանքաշրջանառությունը համրապետության մակարդակի 29%-ից հասավ 2%-ի: Բայց և այնպես,

չնայած «Հայկոռպի» ցանցը (և կա և չկա) իրականում համարյա չի գործում, նույն մեռած գործարարական կարևորությունը մեր համոզմամբ ակնհայտ է: Չմոռանանք նաև, որ մինչ օրս Մեծածախ Շուկան այնպես էլ չկայացավ ու մեր կարծիքով դժվար թե կայանա:

2. Զարգացած շաղկերիկներում ապրանքաշարժը (արտադրող-մթերող-վերամշակող-վաճառահանող շղթա) իրականացնում են մարկեթինգային ծառայությունները: Օրինակ ԱՄՆ-ում այդ ծառայությունների ցանցը ժամանակի փորձությամբ թրծված գործում է ինքնուրույն փնտրիչների հիմունքներով: Յուրաքանչյուրը նրանցից ինքնագրաքված է հիշատակված շղթայի ոլորտների հետ ըստ առանձին մթերքների՝ կաթի շուկա, մսի շուկա և այլն: Եվ եթե մեզ մոտ գյուղատնտեսությունը ձևավորում է ապրանքի վերջնական արժեքի 50%-ը, ապա «արևմտյան» ագրոբիզնեսի մոդելում ընդամենը 20%-ը, իսկ մնացածը-մթերում, վերամշակում ու իրացում իրականացնող ճյուղերում ու կազմակերպություններում, որոնք փողոցված են գերզարգացած համակարգված մարկեթինգով:

Նկարագրած զարգացման նախանձեղի աստիճանը (որն, ի դեպ, ունի մոտ 100 փարվա պատմություն) մեզանում ընկալվում է որպես երազանք, բայց դրան արագորեն հասնելու ձգտումը անհրաժեշտ է իրականացնել հնարավորին կարճ ժամկետում: Մեր համոզմամբ մաոնեթինգային գործունեությունը հանդիսանում է հնաեւ առաւանձաւին առաւանդաւորաւ խթանման, այնպէս էլ շուկայի նառաւանդոման ամենառոտեր գործոնը: Ուստի շաղկերիկ ցանկալի է, որ այդ նպատակը տեղ գտնէր պետական ագրարային քաղաքականության գերակայություն ունեցող նպատակների շարքում: