

Մ.Բունիաթյանի վերլուծությունները վկայում են, թե որքան բազմազան են արդյունաբերական ճգնաժամերը պայմանավորող գործոնները: Արդյունաբերական ճգնաժամերը համարելով «տնտեսական կյանքի ամենածանր ախտերը», որպես «ժամանակակից կապիտալիստական տնտեսության լավագույն արտահայտությունները իր բոլոր հակասություններով և թերություններով», նա առաջադրում է այն կարծիքը, թե ինչպես ասում է Պ.Սամուելսոնը տնտեսական ամեն մի վերելք իր մեջ պարունակում է «անկման» և կծկման հատիկ, իսկ ամեն մի կծկում իր մեջ կրում է աշխուժացման և էքսպանսիայի հատիկ:¹

Անցյալ դարասկզբին Մ.Բունիաթյանի առաջադրած գաղափարները իրենց մեջ պարունակում են տնտեսական ճգնաժամերի նորովի գնահատության պոտենցիալ:

ՏԻՐՈՒՄԻ ՀՈՎԵՅԱՆ

ՀՀ ԳԱԱ Մ.Զորանյանի անվան

տնտեսագիտության ինստիտուտի հայցորդ

ՀԱՄԱԿԵՆՏՐՈՆԱՅՄԱՆ ԱՍՏԻՃԱՆԸ ԴՅ ՄԻ ՇԱՐԲ ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐՈՒՄ

Ապրանքային շուկաների վերլուծության ժամանակ կարևոր նշանակություն ունի այդ շուկաների համակենտրոնացման մակարդակի որոշումը: Այն պատկերացում է տալիս դրանում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների շուկայական իշխանության, ինչպես նաև ապրանքային շուկաների մենաշնորհացման աստիճանի մասին²:

Տնտեսագիտական գրականության մեջ և միջազգային պրակտիկայում շուկայի համակենտրոնացման աստիճանը որոշվում է մի շարք ցուցանիշների օգնությամբ (համակենտրոնացման, էնտրոպիայի, ֆիրմաների շուկայական բաժինների լոգարիթմների դիսպերսիաների գործակիցների, Լերների, Հերֆեդալ-Հիրշմանի, Լինդի, Հոլլ-Տայդմանի ինդեքսների և այլ ցուցանիշների):

Օգտագործելով վերոհիշյալ ցուցանիշները, փորձենք գնահատել 2001-2006 թվականներին համակենտրոնացման աստիճանները հանրապետության մի շարք ապրանքային շուկաներում (տե՛ս Աղյուսակ-1):

«Պաղպաղակ» ապրանքային շուկայում 2001 թվականին գործել են 10 տնտեսվարող սուբյեկտ³: Իրացման ծավալով առաջին երեք տեղերը զբաղեցրել են՝ «Շանթ Պլյուս» ՍՊԸ՝ 35.8%, «Թամարա» ՍՊԸ՝ 34.7% և «Աշտարակ կաթ» ՓԲԸ՝ 16.0%՝ 86.5 տոկոս ընդհանուր բաժնով: «Շանթ Պլյուս» ՍՊԸ և «Թամարա» ՍՊԸ ունեցել են գերիշխող դիրք: 2002 թվականին նույնպես գործել են 10 տնտեսվարող սուբյեկտներ և առաջին 3 խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտները նույնն են մնացել և դրանց իրացման ընդհանուր ծավալը կազմել է 80.9%: 2002 թվականին շուկայի իրացման ծավալը 2001 թվականի նկատմամբ աճել է 25.7%: «Շանթ Պլյուս» ՍՊԸ-ի իրացման ծավալն ավելացել է 0.25%-ով, իսկ «Թամարա» ՍՊԸ-ի նվազել է 5.5%-ով: 2002 թվականին գերիշխող դիրք ունեցել է միայն «Շանթ Պլյուս» ՍՊԸ: 2004թ. գործել են 13 տնտեսվարող սուբյեկտներ, իսկ 2005 թվականին՝ 15: 2004 թվականի նկատմամբ 2005 իրացման ծավալն աճել է 19.4%: 2004 և 2005 թվականներին «Շանթ Պլյուս» ՍՊԸ-ն ունեցել է գերիշխող դիրք: 2004 թվականին «Շանթ Պլյուս» ՍՊԸ-ի բաժինը կազմել է շուկայի ծավալի 36.1%, իսկ 2005 թվականին՝ 37.7%: «Պաղպաղակ» ապրանքային շուկայում 3 խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների համատեղ բաժինը 2004թ. կազմել է 85.6%, իսկ 2005 թ.՝ 83.4%:

Դիտարկված 4 տարիներից յուրաքանչյուրի ընթացքում էլ համակենտրոնացման գործակից ցուցանիշով (CR₃)⁴ «Պաղպաղակ» ապրանքային շուկան բարձր համակենտրոնացված է եղել (CR₃ > 70%-ից): Հերֆեդալ-Հիրշմանի ինդեքսը⁵ նույնպես վկայում է համակենտրոնացման բարձր մակարդակի մասին (HHI > 2000-ից):

¹ Самуэльсон П., Нордхаус В., Экономика, М., 1997, с.595.

² Տե՛ս Մ.Վ.Սիքայելյան «Տնտեսական մրցակցության և մենաշնորհների պետական կարգավորման հիմնահարցերը Հայաստանի Հանրապետությունում», Երևան, 2005թ., էջ 83:

³ Սույն հոդվածում բերվող այս և մյուս ցուցանիշները հաշվարկվել են ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովից վերցված տվյալների հիման:

⁴ Ապրանքային շուկայում i թվով ամենախոշոր իրացման ծավալ ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտի իրացման բաժինների գումարն է:

$$CR_i = \sum_{j=1}^i q_j$$

որտեղ q_i-i-րդ տնտեսվարող սուբյեկտի ապրանքի իրացման բաժինն է՝ շուկայի ընդհանուր ծավալում:

⁵ Հերֆեդալ-Հիրշմանի ինդեքսը որոշվում է հետևյալ բանաձևով՝

$$HHI = \sum_{i=1}^n q_i^2$$

որտեղ՝ q_i-i-րդ տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինն է (տոկոսներով) շուկայի ընդհանուր ծավալում: HHI ≤ 10000-ից: (Այս ինդեքսը միաժամանակ ցույց է տալիս, թե առավել մանր տնտեսվարող սուբյեկտները ինչ տեղ են գրավում շուկայում: Արդյոք դրանք կարող են շուկայական իշխանության օժտված տնտեսվարող սուբյեկտների հետ մրցակցել):

**Համակենտրոնացման աստիճանը բնութագրող ցուցանիշները ՀՀ մի շարք
ապրանքային շուկաներում 2001-2006թթ**

		CR-1	CR-2	CR-3	HHI	K	E	E ₂	σ ²	V
1	Պաղպաղակ 2001	35.1	69.2	85.2	2670	1.2	305.2	30426	3.17	1.03
2	Պաղպաղակ 2002	35.5	64.7	80.9	2400	1.4	296.3	29562	2.92	1.2
3	Պաղպաղակ 2004	36.1	66.7	85.6	2645	0.9	264.6	30253	4.98	1.5
4	Պաղպաղակ 2005	37.7	64.7	83.4	2570	1.06	299.1	29568	5.97	1.7
5	Աղբյուրի ջուր 2005	45.1	81.3	94.4	3530	0.3	341.2	34122	14.95	0.6
6	Աղբյուրի ջուր 2006	44.82	87.61	97.44	3940	1.6	355.8	35506	4.7	1.0
7	Գինի 2001	23.6	36.5	49.3	1114	1.2	55.4	19980	4.1	1.8
8	ԿՈՆՅԱԿ 2001	66.5	78.9	85.7	4677	0.7	340.6	33923	5.5	2.2
9	ԿՈՆՅԱԿ 2005	49.9	60.4	69.8	2850	0.6	286.1	28349	1.8	1.9
10	Ծխախոտ ֆիլտրով 2001	44.0	66.6	81.7	2870	1	318.2	31540	18.9	1.6
11	Ծխախոտ ֆիլտրով 2002	50.7	76.1	87.8	3447	1.1	333.3	33072	7.3	1.5
12	Ծխախոտ առանց ֆիլտրով 2001	91.6	96.0	97.4	8410	0.8	421.2	42045	6.2	2
13	Ծխախոտ առանց ֆիլտրով 2002	98.5	99.7	99.9	9696	0.8	452.7	45157	31.4	2
14	Բենզին 2005	35.5	57.4	71.7	2184	1.5	286.9	28618	2.3	1.0
15	Բենզին 2006	44.1	84.55	90	3644	1.3	338.1	33805	2.1	1.3
16	Դիզ վառելիք 2001	38.1	48.2	48.8	1700	0.7	184.3	25748	1.51	1.3
17	Դիզ վառելիք 2005	42.8	59.7	72.0	2445	1.0	205.9	28504	5.6	1.6
18	Դիզ վառելիք 2006	38.8	59.0	76.3	2460	1.8	301.8	29947	6.4	1.3

Աղյուսակը կազմված է ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի նյութերի հիման վրա:

Հարաբերական համակենտրոնացման գործակիցը¹ (k) 2001 և 2002 թվականներին մեծ է 1-ից, այսինքն համակենտրոնացման աստիճանը ցածր է, իսկ 2004 և 2005թթ. փոքր է 1-ից, այսինքն՝ շուկայում նկատվում է համակենտրոնացման մակարդակի բարձրացում, ընկերությունների շուկայական իշխանությունը մեծ է:

Վարիացիայի գործակիցը՝ $V > 1$ -ից, սակայն այն նվազման միտում ունի:

Դիսպերսիայի մեծությունը ցույց է տալիս ընկերությունների հնարավոր շուկայական իշխանությունները՝ նրանց չափերի անհավասարության միջոցով: Ինչքան մեծ է դիսպերսիայի մեծությունը, այնքան ավելի անհավասար է, ավելի համակենտրոնացված է շուկան, այնքան թույլ է մրցակցությունը: Ելնելով այս

ցուցանիշից շուկան համակենտրոնացված է 2001-ին՝ $\delta^2 = 3.17$, 2002-ին՝ $\delta^2 = 2.92$, 2004-ին՝ $\delta^2 = 4.98$, 2005-ին՝ $\delta^2 = 5.97$:

«Բենզին» ապրանքային շուկայի ուսումնասիրությունը կատարվել է 2005 թվականի տարեկան և 2006 թվականի առաջին կիսամյակի համար:

2005 թվականի «Բենզին» ապրանքային շուկայում գործել են 8 տնտեսվարող սուբյեկտներ: 2005 թվականին իրացման ծավալներով առաջին չորս տեղերը զբաղեցրել են՝ «Ֆելշ» ՍՊԸ՝ 35.5%, «Քաղ Պետրոլ Սերվիս» Ա/Կ՝ 21.9%, «Էքսիմ Պետրոլ Գրուպ» ՍՊԸ՝ 14.3% և «Սիկա Արմենիա Թրեյդինգ» ՍՊԸ՝ 13.6%: Այս 4 խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների իրացման ծավալը «Բենզին» ապրանքային շուկայում կազմում է շուկայի 85.7 %: 2005 թվականին գերիշխող դիրք ունեցել է միայն «Ֆելշ» սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը՝ 35.5 տոկոս:

2006 թվականի առաջին կիսամյակի ընթացքում գործել են 7 տնտեսվարող սուբյեկտներ:

2006 թվականի առաջին կիսամյակի տվյալներով ընդհանուր շուկայի իրացման 44.1%-ը բաժին է ընկել «Ֆելշ» ՍՊԸ-ին, իսկ 40.4 %-ը՝ «Քաղ Պետրոլ Սերվիս» Ա/Կ-ին: Այսինքն այս 2 տնտեսվարող սուբյեկտներն ունեն գերիշխող դիրք: Շուկայի համակենտրոնացման աստիճանը բնութագրող մյուս ցուցանիշներն էլ (համակենտրոնացման, վարիացիայի, հարաբերական համակենտրոնացման գործակիցները, Հերֆինդալ-Հիրշմանի ինդեքսը և այլն) վկայում են, որ շուկան ունի համակենտրոնացման բարձր աստիճան:

«Աղբյուրի ջուր» ապրանքային շուկան ուսումնասիրվել է 2005 և 2006 թվականների տվյալների հիման վրա: 2005թ. «Աղբյուրի ջուր» ապրանքային շուկայում գործել են 6 տնտեսվարող սուբյեկտներ, իսկ 2006 թվականի առաջին կիսամյակի ընթացքում գործել են 5 տնտեսվարող սուբյեկտներ: «Աղբյուրի ջուր» ապրանքային շուկայում խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտներն են՝ ««Բջնի» և ջ զ» ՓԲԸ, «ՍԳԱ Վոթրը» ՍՊԸ և «Ջերմուկ Գրուպ» ՓԲԸ: 2005 և 2006 թվականներին ««Բջնի» և ջ զ» ՓԲԸ և «ՍԳԱ Վոթրը» ՍՊԸ գերիշխող դիրք են ունեցել: 2005 թվականին ««Բջնի» և ջ զ» ՓԲԸ-ի իրացման ծավալը կազմել է 45.1%, 2006 թվականի առաջին կիսամյակին՝ 44.8%, իսկ «ՍԳԱ Վոթրը» ՍՊԸ-ն՝ 2005 թվականին 36.2%, 2006-ին՝ 42.8%:

Ծխախոտ ապրանքային շուկան ուսումնասիրվել է 2001 և 2002 թվականների տվյալներով: 2001 թվականին «Ծխախոտ ֆիլտրով» ապրանքային շուկայում գործել է 12 տնտեսվարող սուբյեկտներ, իսկ «Ծխախոտ առանց ֆիլտրի» ապրանքային շուկայում՝ 6 տնտեսվարող սուբյեկտներ: 2002 թվականին «Ծխախոտ ֆիլտրով»

¹ Որոշվում է հետևյալ բանաձևով՝ $K = [20 - 3\beta] / \alpha$

K- համակենտրոնացման հարաբերական գործակիցն է, β -ն ընդհանուր ձեռնարկությունների թվում, շուկայի խոշորագույն ձեռնարկությունների բաժին է (տոկոսներով), α -ն այդ ձեռնարկությունների համատեղ բաժինն է իրացվող արտադրանքի ընդհանուր ծավալի մեջ (տոկոսներով): K-ն մեծ է 1-ի դեպքում համակենտրոնացման աստիճանը ցածր է, շուկան համարվում է մրցակցային: K-ն փոքր է 1-ի դեպքում շուկայում նկատվում է համակենտրոնացման բարձր մակարդակ:

ապրանքային շուկայում գործել է 11 տնտեսվարող սուբյեկտներ, իսկ «Ծխախոտ առանց ֆիլտրի» ապրանքային շուկայում գործել են 5 տնտեսվարող սուբյեկտներ, 926 413.3 հազ. հատ իրացման ծավալով: «Ծխախոտ ֆիլտրով» ապրանքային շուկայում 2001 թվականի նկատմամբ 2002 թվականին իրացման ծավալը աճել է 57.3%, իսկ «Ծխախոտ առանց ֆիլտրի» ապրանքային շուկայում 2002 թվականին նվազել է 18.7%: Համակենտրոնացման աստիճանը բնութագրող բոլոր ցուցանիշներն էլ վկայում են այդ շուկաների համակենտրոնացման բարձր աստիճանի մասին (տե՛ս Աղյուսակ 1-ի տվյալները):

«Դիզելային վառելիք» ապրանքային շուկայում 2001 թվականին գործել են 39 տնտեսվարող սուբյեկտներ: «Էքսիմ Պետրոլ Գրուպ» ՍՊԸ-ի իրացման ծավալը կազմել է 38.1% և ունի գերիշխող դիրք: 3 խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների իրացման համատեղ բաժինը կազմել է 54.7%: 2005 թվականին գործել են 14 տնտեսվարող սուբյեկտներ: 2005 թվականին գերիշխող դիրք ունի «Ֆելշ» ՍՊԸ, որի իրացման բաժինը կազմել է 42.8%, իսկ 2001-ին՝ կազմել էր 10.11%: 2005 թվականի 4 խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների իրացման ծավալը կազմել է 67.5%: 2006 թվականի առաջին կիսամյակում՝ գործել են 11 տնտեսվարող սուբյեկտներ: 2006 թվականի առաջին կիսամյակում նույնպես գերիշխող դիրք ունի «Ֆելշ» ՍՊԸ-ն, որի իրացման բաժինը կազմում է 38.8%: 2006 թվականի առաջին կիսամյակում 4 խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտների իրացման բաժինը կազմել է 91.1%: 2001 թվականի նկատմամբ 2005-ին իրացման ծավալն աճել է 20.3%: Շուկայի համակենտրոնացման աստիճանը ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում շատ բարձր է:

Այսպիսով, դիտարկված ապրանքային շուկաներում համակենտրոնացման աստիճանը շատ բարձր է և այն աճման միտում ունի:

ԳԱՐԻԻԷԼ ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ

Ռուս-հայկական (սլավոնական)
պետական համալսարանի ասպիրանտ

ԱՊՅ ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՀԱԿԱՄԵՆԱՇՆՈՐՀԱՅԻՆ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ 21-ՐԴ ԴԱՐԻ ՍԿՋԲՈՒՄ

ԱՊՀ երկրների տնտեսությունը 21-րդ դարում զարգանում է կայուն և դինամիկ կերպով: Տնտեսական աճը նշանակալիորեն պայմանավորվել է արտաքին բարենպաստ գործոններով, արժույթային-ֆինանսական շուկաների կայունացմամբ, տնտեսության մեջ օտարերկրյա ներդրումներով, ճյուղերի առաջանցիկ զարգացմամբ: Պետությունների մեծամասնությունում տնտեսության վրա դրամական միավորի արժեզրկման ճնշումը եղել է վերահսկելի:

Տնտեսական զարգացման դրական դինամիկան ապահովող կարևոր գործոններից մեկը հակամենաշնորհային քաղաքականությունն է: Հակամենաշնորհային քաղաքականությունը էական նշանակություն ունի ԱՊՀ երկրների շուկայական տնտեսությունների ձևավորման և զարգացման գործում: Այն դրսևորվում է հակամենաշնորհային օրենսդրության միջոցով:

ԱՊՀ երկրներում հակամենաշնորհային քաղաքականությունը ձևավորվել է հիմնականում 20-րդ դարի 90-ական թվականներին, երբ ընդունվեցին այդ երկրների ազգային հակամենաշնորհային օրենսդրությունները և 1993թ. դեկտեմբերի 23-ին Աշգարադում համագործակցության երկրների միջև ստորագրվեց «Համաձայնեցված հակամենաշնորհային քաղաքականություն վարելու մասին» պայմանագիրը: Վերջինս նոր խմբագրմամբ թարմացվեց 2000թ., որը թույլ տվեց էապես հարստացնել հակամենաշնորհային քաղաքականության նորմատիվ-իրավական հիմքը:

Գործող օրենքի մեծաթիվ խմբագրումներից և լրացումներից հետո Ռուսաստանի Դաշնության Պետդուման 2006թ. հուլիսի 8-ին ընդունեց «Մրցակցության պաշտպանության մասին» օրենք¹, որով նորացվեցին ապրանքային (այդ թվում՝ ֆինանսական) շուկաներում մենաշնորհ գործունեության կանխարգելման և նախազգուշացման իրավական գործիքները: Մասնավորապես, ընդլայնվել են ապրանքային շուկայում տնտեսվարող սուբյեկտների գերիշխող դիրք ունենալու պայմանները (տնտեսվարող սուբյեկտների համատեղ գերիշխման դրույթ է ներառվել և բացառություն է նախատեսվել մինչև 35% բաժին ունեցող սուբյեկտների նկատմամբ): Ընդլայնվել է ֆիրմաների կողմից գերիշխող դիրքի հնարավոր չարաշահման ցանկը: Օրենքով սահմանվել են թույլատրվող համաձայնությունների տեսակները (հոդվ. 12 և 13):

Օրենքում ներառվել են նոր դրույթներ՝ կապված պետական և տեղական իշխանության մարմինների կողմից պետական օգնության թույլատրման և արգելման պահանջների հետ (հոդվ. 19-21): Ավելի է որոշակիացվել տնտեսվարող սուբյեկտի բաժինների (բաժնետոմսերի) ձեռքբերման նկատմամբ պետական վերահսկողությունը (հոդվ. 28):

Նոր դարի շեմին էապես փոփոխվել է Ուկրաինայի հակամենաշնորհային օրենսդրությունը: «Ձեռնարկատիրական գործունեության մեջ մենաշնորհի սահմանափակման և անբարեխիղճ մրցակցության արգելման մասին» օրենքի փոխարեն 2002թ. փետրվարից ուժի մեջ մտավ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» օրենք²: Նոր օրենքով հստակեցվել է ընդլայնվել է տնտեսական համաձայնություններին ներկայացվող պահանջները (նախկին օրենքի 5-րդ հոդվածի փոխարեն նոր օրենքի 5-11 հոդվածներում ներառվել են նոր դրույթներ): Ընդլայնվել է հակամրցակցային համաձայնությունների ցանկը: Մուծվել է համաձայնություններին վերաբերող թույլտվություն ստանալու պրակտիկա: Մրցակցային օրենսդրության պահպանման առումով հստակեցվել է իշխանության պետական և տեղական ինքնակառավարման մարմիններին ներկայացվող պահանջները: Նախատեսվել են նոր դրույթներ օրենսդրության խախտման փաստի քննարկման վերաբերյալ

¹ Федеральный закон N 135-ФЗ «О защите конкуренции», Российская газета, N 162, 27.07.2006

² Закон Украины «О защите экономической конкуренции», 11.01.2001, N 2210-III