

**ՆԵՐՂՐՈՒՄԱՅԻՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐԸ ԵՎ ԴՐԱ ՎՐԱ ԱԶԴՈՂ
ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԸ**

Շուկայական տնտեսության պայմաններում ցանկացած երկիր ձգտում է հնարավորինս ներգրավել ֆինանսական և նյութական ռեսուրսներ և դրանք ներդնել տնտեսության մեջ: Հատկապես ներկայիս պայմաններում յուրաքանչյուր երկիր փորձում է ստեղծել համապատասխան բարենպաստ իրավական ու տնտեսական դաշտ, որի արդյունքում հնարավորություն կունենա իր առավելագույն մասնաբաժինը համաշխարհային ներդրումային շուկայում:

Տնտեսության զարգացման հեռանկարով է պայմանավորված երկրի զբաղեցրած տեղը և դերը ներկայիս աշխարհաքաղաքական համայնապատկերում: Տնտեսության զարգացման բարձր մակարդակը և տեմպը հնարավորություն են տալիս յուրաքանչյուր երկրի իր արժանի տեղը զբաղեցնել վերը նշված բարիքների «համաշխարհային կաթսայի» շուրջ, որի արդյունքն էլ երկրի բնակչության ընդունելի կենսամակարդակի ապահովումն է:

Տնտեսության զարգացման առավել կարևոր նախադրյալների շարքում իրենց ուրույն տեղն են զբաղեցնում ներդրումները, որոնք վերարտադրության ապահովման գլխավոր նախապայմանն են: Ներդրումների առումով առանձնակի ուշադրության է արժանի երկարաժամկետ ներդրումների հարցը, քանի որ կարճաժամկետ ներդրումները հիմնականում ուղղվում են տնտեսության մակարդակով մարտավարական խնդիրների լուծմանը, իսկ երկարաժամկետ ռազմավարական խնդիրների լուծման անհրաժեշտությունը ենթադրում է երկարաժամկետ ներդրումների առկայություն, որոնք էլ, իրենց հերթին, առաջ են բերում դրանց ձևավորման աղբյուրների, օգտագործման արդյունավետության, վերադարձելիության և այլ խնդիրների վերլուծության անհրաժեշտություն:

Ներդրումային միջավայրը կարելի է բնորոշել որպես գործոնների մի համախումբ, որոնք անդրադառնում են տնտեսության ոլորտում ներդրումային որոշումների իրականացման գործընթացի վրա:

Այստեղ տեղին է ներառել ինչպես ուղղակի ազդեցություն ունեցող գործոնները, ինչպիսիք են՝ որոշակի ապրանքատեսակների շուկայի պահանջարկը, պետության ներդրումային ռազմավարությունը, մակրոտնտեսական իրավիճակը, տնտեսության որոշ ճյուղերի զարգացման հեռանկարները, այնպես էլ՝ անուղղակի ազդեցություն ունեցող գործոնները /ազգային հոգեբանություն, հարևան երկրների վարած տնտեսական քաղաքականություն և այլն/:

Ներդրումային միջավայրը ուղղակիորեն կախված է երկրում տիրող գործարար միջավայրի զարգացումներից: Ուստի անհրաժեշտ է դրանք դիտարկել գործարար միջավայրի հետ համատեղ, քանի որ բարենպաստ գործարար միջավայրը հանգեցնում է նաև ներդրումային բարենպաստ միջավայրի, և ընդհակառակը՝ գործարար միջավայրի խոչընդոտները անպայման անդրադառնում են նաև ներդրումային միջավայրի վրա: Այստեղ թերևս բաց է մնում մի խնդիր, քանի որ պետությունը ևս ներդրումներ կատարող սուբյեկտ է, և գործարար միջավայրի զարգացումները այս կամ այն չափով երկրորդային ազդեցություն են թողնում պետության ներդրումային քաղաքականության վրա:

Ներդրումային միջավայրի մասին պատկերացում կազմելու համար անհրաժեշտ է կատարել այդ ոլորտը բնութագրող ցուցանիշների քանակական և որակական վերլուծություն:

Ցանկացած երկրի բնականոն զարգացման հիմքում ընկած է «ազգային անվտանգության» գաղափարը: Այս առումով «ազգային անվտանգության» ապահովման գործում իրենց

ուրույն տեղն են զբաղեցնում տնտեսական անվտանգության հիմնահարցերը /այդ՝ թվում նաև ներդրումները/¹:

Կապիտալ ներդրումների դինամիկան հանրապետությունում ընդհանուր առմամբ աճի միտում է դրսևորում, սակայն աճը տեղի է ունենում խիստ տատանումներով: Դրա պատճառներից մեկը հավանաբար ներդրումների բազային փոքր մեծությունն է, որի արդյունքում ներդրումների բաղադրիչներից որևէ մեկի կտրուկ փոփոխության արդյունքում բավականին զգալի է լինում դրա ազդեցությունը ընդհանուր ներդրումների դինամիկայի վրա /օրինակ՝ Լիմսի հիմնադրամի միջոցներով կատարված ներդրումները կազմել են 2003թ. պետական ներդրումների շուրջ 84.4%-ը/²:

Վերջին տարիներին աննախադեպ աճ է գրանցվել կապիտալ շինարարության ոլորտում: Շինարարական ոլորտի ներդրումների ծավալով է հիմնականում պայմանավորված մասնավոր կապիտալ ներդրումների աննախադեպ աճը, որը հասել է իր գագաթնակետին 2005թ.³ կազմելով նախորդ տարվա ցուցանիշի 141.2%-ը:

Մասնավոր ներդրումների զգալի աճ է արձանագրվել ինչպես օտարերկրյա ուղղակի ներդրումների, այնպես էլ ներքին խնայողություններով ձևավորված ներդրումների աճի հաշվին և հիմնականում ուղղվել է շինարարության, արդյունաբերության և ծառայությունների ոլորտ: Հատկանշական է, որ այդ ներդրումների մեծ մասն առնչվում է, առաջին հերթին, տեխնոլոգիաներին և սարքավորումներին, ինչը տնտեսական գործունեության արդյունավետության բարձրացման կարևորագույն նախադրյալներից է:

Վերջին տարիներին նկատվող ներդրումների ծավալների աճն արտահայտվել է նաև ներմուծման կառուցվածքում և զգալիորեն ավելացրել վերջինիս աճի տեմպը: Մասնավորապես տարվա արդյունքում ներմուծման ծավալների 10.7% աճը հիմնականում կապված է մասնավոր ներդրումային և հումքային ապրանքների ներմուծման ծավալների ավելացմամբ³:

Ներդրումային միջավայրը կարելի է գնահատել 2 տեսանկյունից: Առաջինը ներդրումային միջավայրն է ներքին ներդրողների համար, որը ներառում է տեղի ներդրողների համար օրենսդրական դաշտը, այլ ֆորմալ և ոչ ֆորմալ հանգամանքների ազդեցությունը: Երկրորդ տեսանկյունով պետք է դիտարկել երկրի ներդրումային շուկայի գրավչությունը օտարերկրյա ներդրողների տեսանկյունից: Այս մոտեցման հիմքում առաջին հերթին ընկած է տեղի և օտարերկրյա ներդրողների նկատմամբ կիրառվող պետական տնտեսական քաղաքականությունը: Պակաս կարևոր նշանակություն չունի նաև ոչ ֆորմալ ինստիտուտների և գործոնների ազդեցությունը, ինչպիսիք են՝ ազգային հոգեբանության առանձնահատկությունները, մշակույթը և այլն:

Տեղի ներդրողների տեսանկյունից դիտարկելիս պետք է քննարկել այնպիսի հարցեր, ինչպիսիք են երկրում գործող օրենսդրական դաշտը, ներուժային ներդրողների հավանական կազմը, ընդհանուր տնտեսական-քաղաքական կուրսը, ներդրումների ձևավորման աղբյուրների խնդիրը, հնարավոր ներդրողների տրամադրվածության խնդիրը և այլն:

Երկրի ներսում գործող սուբյեկտները, որոնք կարող են հանդես գալ որպես ներքին ներդրողներ, կարելի է բաժանել երեք խմբի՝ պետություն, ձեռնարկություններ և քաղաքացիներ՝ յուրաքանչյուր հասկացության տակ նկատի ունենալով նաև դրանց ամենատարբեր դրսևորումները:

Պետության կողմից կատարվող ներդրումները այն պարտադիր գործողություններն են, որոնք ուղղված են պետության բնականոն գործունեության և, արդյունքում, քաղաքացիների բարեկեցության ու անվտանգության ապահովմանը: Այստեղ առաջին հերթին դիտարկվում են

¹ Ա. Մարկոսյան, Տնտեսական անվտանգության հիմնախնդիրները, մեթոդաբանություն և արդյունքներ, «Նորավանդ» գիտակրթական հիմնադրամ, Երևան 2005թ., էջ 118:

² ՀՀ դրամավարկային քաղաքականության ծրագիր, ԿԲ 2006թ., էջ 51:

³ Նույն տեղում, էջ 7, 9:

այն ոլորտները, որոնք թեև կենսական նշանակություն ունեն հասարակության բարեկեցության և անվտանգության ապահովման գործում, սակայն կոնկրետ տնտեսական շահի տեսանկյունից հետաքրքրություն չեն ներկայացնում մասնավոր ներդրողների համար /օրինակ՝ պաշտպանության, սոցիալական, առողջապահական, կրթական ոլորտների խնդիրների իրականացման նպատակով կատարվող ներդրումները/:

Պետության ներդրումային ռեսուրսները ձևավորվում են պետական եկամուտների հաշվին, և դրանց հիմնական աղբյուրը դարձյալ մասնավոր ոլորտն է: Ներդրումային միջավայրը պետության տեսանկյունից ավելի շուտ իր իսկ վարած քաղաքականության արդյունքն է, քան երևոյթ, որը կարող է անդրադառնալ կառավարության կողմից կայացվող ներդրումային ոլորտի որոշումների վրա:

Վերոնկարագրվածը թույլ է տալիս ենթադրել, որ երկրի ներդրումային միջավայրը առաջին հերթին վճռորոշ դեր է խաղում հենց տնտեսվարող սուբյեկտների և քաղաքացիների՝ տնտեսական որոշումների ընդունման հարցում:

Մասնավոր ներդրումները կարելի է դիտարկել որպես պետական ներդրումներից ածանցյալ գործոն, քանի որ պետության վարած արդյունավետ տնտեսական քաղաքականության արդյունքում, որպես կանոն, առաջ է գալիս մասնավոր ներդրողների կողմից ակտիվ ներդրումային գործունեություն: Պետական արդյունավետ ներդրումային քաղաքականությունը դրսևորվում է պետության վարած հարկաբյուջետային, ֆինանսավարկային, օրենսդրական դաշտի կատարելագործման, օրենքի գերակայության, պետական կապիտալ ներդրումների ոլորտների ողջամիտ գործողություններով:

Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ ներքին գործարար ոլորտին, ուստի նաև ներդրումներին խոչընդոտող հիմնական խնդիրներն են՝ հարկային վարչարարությունը, հարկային օրենսդրությունում առկա բացթողումները, հակասությունները, որոնք շատ հաճախ հարկային մարմինների համար գործիք են դառնում՝ գործարարներին ճնշելու ու նրանցից գումարներ «շորթելու» համար, մաքսային քաղաքականությունը, մակրոտնտեսական անկայունությունը, վարկային միջոցների անհասանելիությունը, կոռուպցիան և այլն:

ՌՈՒՋԱՆԱ ՀԱՋՈՅԱՆ

ՀՊՏՀ տ.գ.թ., դոցենտ

ԶԲՈՍԱՇՐՋՈՒԹՅԱՆ ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԻ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳԸ

Զբոսաշրջության մարքեթինգը լայն ուսումնասիրության բնագավառ է, որին պատշաճ ուշադրություն չի դարձվում ոչ միայն մեր հանրապետությունում, այլև ամբողջ աշխարհում: Այսօր մարքեթինգի դերն էապես աճում է ինչպես ամբողջ տնտեսության, այնպես էլ դրա առանձին ճյուղերի և ոլորտների մասշտաբով, իսկ այս ուղղությամբ յուրաքանչյուր գիտական հետազոտություն դառնում է առկա հիմնախնդիրների լուծման արդիական ուղիների մշակման տարբերակ:

Մարքեթինգը մարդկային քաղաքականության զարգացման նորանոր հնարավորությունների բացահայտման և գործնական կյանքում դրանց ներդրման արդյունք է: Այն կառավարման գիտության հիմնական ոլորտներից մեկն է և առանձին գիտության կարգավիճակ է ստացել նախորդ դարի 20-ական թվականներին ԱՄՆ-ում: Ներկայումս մարքեթինգ է համարվում այն