

է օժանդակելու Հայաստանին հաղթահարելու այս խնդիրները՝ հետագայում կայուն գործընկեր
և կենսամակարդակով մոտ հարևան ունենալու նպատակով:

Ամփոփելով Tacis ծրագրի շրջանակներում իրականացվող դրամաշնորհների և ծրագրերի
նկարագրերն ու վերլուծությունը՝ նշենք մի կարևոր և հիմնաքարային հանգամանք. Եվրա-
միության տեխնիկական օգնության շրջանակներում տրամադրվող աջակցությունը էապես
նպաստել է ՀՀ տնտեսության ճյուղերում էական բարեփոխումներին, և հույս ունենանք, որ սա
դեռ վերջը չէ և այն դեռ կկրի շարունակական բնույթ:

ԱՆԱՅԻՏ ՄԱՆԱՍՅԱՆ

*ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան
տնտեսագիտության ինստիտուտի ասպիրանտ*

ԱՅԿ ԵՎ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԱՐՏԱՔԻՆ ԱՌԵՎՏՐԻ ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆԸ

Տնտեսական գլոբալացումը ներկայումս մեծ մարտահրավեր է և հնարավորությունների
նոր աղբյուր թե՛ զարգացած, թե՛ զարգացող երկրների համար:

Դիտարկելով զարգացող տարբեր երկրների փորձը՝ ակնհայտորեն պարզ է դառնում
նախնական շրջանում նրանց ապրած ցնցումները: Դեռ լիարժեքորեն չյուրացրած այս գաղա-
փարախոսությունը և չորդեգրած հիմնարար սկզբունքները՝ վերջինիս մարտահրավերներին
արձագանքումը նախնական շրջանում հանգեցրեց տնտեսության լճացմանը՝ անհրաժեշտ
ռեսուրսների բացակայության պատճառով:

Ի հայտ եկած խնդիրները առաջին հայացքից հեշտ լուծելի են թվում, սակայն բարդու-
թյունների հաղթահարմանը հիմնականում խոչընդոտում է հասարակության ընդվզումը ընդդեմ
նոր գաղափարախոսության: Տարիներ շարունակ ներգրավված լինելով մեկ այլ տնտեսական
համակարգում՝ այսօր հարկավոր է սեղմ ժամկետներում նորը ընկալել և գտնել կիրառության
օպտիմալ ուղիներ: Վերջինիս, ցավոք, շատ երկրներ պատրաստ չէին: Վերջիններիս
անցումային շրջանը բավականին երկար տևեց և մինչ օրս չի ավարտվել:

Տնտեսությունը բարելավելու և ի հայտ եկած խնդիրները հրատապ լուծելու նպատակով
առաջնային տարբերակը արտաքին առևտրական հարաբերությունների զարգացումն է: Այն
հնարավոր է իրականացնել՝ միջազգային մարկետինգը ուսումնասիրելով և համապատասխան
ռազմավարություն մշակելով: Ընդհանուր առմամբ մարկետինգը ծաղկում ապրեց կապիտա-
լիզմի օրոք, քանզի վերջինիս գաղափարախոսությունը ուղղված էր ինդիվիդուալիզմին և ուտիլի-
տարիզմին, որը լիովին հակասում էր մարքսիստական գաղափարախոսությանը: Այնուա-
մենայնիվ, այն իր առաջին քայլերն արեց զարգացող երկրներում՝ որպես օրինակ վերցնելով
զարգացած երկրների փորձը և հարմարեցնելով տեղական շուկայի առանձնահատկություն-
ներին: Չնայած միջազգային մարկետինգի քաղաքականությունն առաջ է քաշում մի շարք
խնդիրներ, որոնք զարգացող երկրների համար դիմակայելի չեն: Նմանատիպ խնդիրներից են
միջազգային մարկետինգի կողմից տեղի մշակույթի անտեսումը, հեղինակային իրավունքների
գերադասումը մարդու իրավունքներից, անառողջ և վտանգավոր սննդի տեխնոլոգիաների
խթանումը և էկոլոգիական տեսանկյունից վտանգավոր արտադրատեսակների սպառումը: Այս
հիմնահարցերը կարևորագույններն են մյուս բոլոր խնդիրներից, քանզի դրանք ներկայիս
ամենաշատ քննարկվող թեմաներն են: Այն հիմնախնդիր է զարգացող երկրների համար նաև

այն պատճառով, որ զարգացած երկրները վարում են միջազգային մարկետինգի տեսանկյունից «ստրկացուցիչ» քաղաքականություն զարգացող երկրների հանդեպ: Այսինքն՝ գիտակցելով որևէ ապրանքի արտադրության անառողջ հետևանքները՝ այն կազմակերպում են մեկ այլ զարգացող երկրում, որտեղ աշխատուժն ավելի էժան է և զբաղվածության խնդիրների լուծման նպատակով անտեսում վերոնշյալ հիմնախնդիրները:

Այս հիմնախնդիրների ակունքները դեռ սկիզբ էին առել Երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո, քանի որ այդ ժամանակների տնտեսական ճգնաժամը նպաստեց ազատականացված առևտրի քաղաքականության վարմանը, որտեղ և, կարելի է ասել, առաջին անգամ կիրառվում էր շուկայավարման ակտիվ քաղաքականություն:

Չնայած մի քանի մեծամասշտաբ երկրների վարած սոցիալիստական քաղաքականությանը, որի արդյունքում մասնավոր բիզնեսները յուրացվում էին, և միջազգային մարկետինգի մեխանիզմներն այդ երկրներում կրում էին բյուրոկրատական բնույթ, եղել են երկրներ, որոնք որդեգրել են կապիտալիստական *laissez-faire* քաղաքականությունը (կամ ինչպես ընդունված է ասել պետության դրական չեզոքությունը): Այս երկրների հիմնական ուղղվածությունը թեթև արդյունաբերական բարիքների և ֆինանսական ծառայությունների արտահանումն էր:

Ինչ վերաբերում է երրորդ կարգի երկրներին, ապա վերջիններիս համար մարկետինգային քաղաքականությունն ուղղված էր գյուղատնտեսական և արդյունաբերական սեկտորների արտադրության զարգացմանը և արտադրված բարիքների վաճառքի խթանմանը, սակայն հիմնականում այն ոչ ճիշտ կիրառելու արդյունքում ծագում էին մի շարք խոչընդոտներ և երբեմն նույնիսկ դիտարկվում էր որպես շուկայի համար կործանարար երևույթ:

Միջազգային մարկետինգի տեսանկյունից առևտրի ազատականացումն ուներ մի շարք առավելություններ և թերություններ: Որպես առավելություն կարելի է դիտարկել միավոր արտադրանքի ցածր ինքնարժեքով թողարկումը: Այս երևույթը ծախսերը նվազեցնելու տեսանկյունից նպատակահարմար է առաջին հերթին սպառողին, այնուհետև արտադրողին, ինչպես նաև զարգացող երկրներին՝ եկամուտների ներհոսքի և զբաղվածության մակարդակի աճի տեսանկյունից: Իսկ որպես թերություն՝ զարգացած երկրներից եկամուտների զգալի արտահոսք, տեղի փոքր և միջին բիզնեսի շահերի ոտնահարում (զարգացած երկրների փոքր և միջին բիզնեսը հիմնականում բավարարում էր միջին և ցածր խավերի սպառողների պահանջ-մուտքները, սակայն ազատականացված առևտրի դեպքում նրանց մեծ մասը սնանկացավ՝ չդիմակայելով զարգացող երկրներից ներհոսող ցածրարժեք արտադրանքի հետ մրցակցմանը): Բացի վերոնշյալից, եթե այս հարցը դիտարկենք խոշոր բիզնեսի տեսանկյունից, ապա շատ կազմակերպություններ, արտադրական ծախսերը նվազեցնելու նպատակով, ինչպես արդեն նշեցինք, արտադրության մի մասը տեղափոխում են զարգացող երկրներ, և արտադրանքի որակը պահպանելու համար, փոխանցում են պատրաստման տեխնոլոգիաները (գաղտնիքները և հմտությունները), այսինքն՝ սեփական միջոցներով նախապատրաստում են լուրջ մրցակից: Ուստի զարգացող երկրների համար մշակվել է մարկետինգային հստակ քաղաքականություն, որի շնորհիվ զարգացած երկրները, շրջանցելով վերոնշյալ հիմնախնդիրը, աջակցում են վերջիններիս՝ արտադրության և արտահանման հզորությունները ընդլայնելու և միջազգային շուկայում տեղ զբաղեցնելու նպատակով:

Որպես զարգացող երկիր՝ կարելի է դիտարկել ՀՀ-ն, ուսումնասիրել նրա առջև ծառացած խնդիրները և ներկայացնել դրանց լուծման եղանակները:

Ներկայումս զարգացող երկրների արտաքին առևտրի զարգացման համար նպատակահարմար տարբերակ է ԱՀԿ-ին անդամակցումը: Եվ ՀՀ-ն՝ որպես այս կառույցին անդամակցող երկիր, վարում է երկկողմ, նաև բազմակողմ առևտրային քաղաքականություն, կիրառում է բազմակողմ վեճերի կարգավորման մեխանիզմը, այլ երկրների հետ համագործակցելիս,

կանխում է տարածայնություններն ու կոնֆլիկտները՝ բարձրացնելով իր համբավը, միևնույն ժամանակ հետամուտ լինելով երկրի շահերին և օրենքներին:

Այսպիսով, Հայաստանը կարողանում է մասնակցել համաշխարհային տնտեսական գլոբալացման գործընթացին, որի ժամանակ կարող է արդյունավետորեն գործարքներ իրականացնել, խոսափել վնասներից, պաշտպանել իր տնտեսությունը և ընդլայնել արդյունաբերությունը: Շուկայական ազատ քաղաքականությունը անդամակցող այլ երկրներին նպաստում է միջազգային մրցակցությանը մասնակցելուն, ինչպես նաև միջազգային մակարդակով համագործակցելուն և իր համեմատական առավելությունը մրցակից երկրների նկատմամբ լիարժեքորեն ներկայացնելուն:

Միևնույն ժամանակ Հայաստանի համար անդամակցումը նպաստում է միջազգային մակարդակով համագործակցմանը, վերջինիս շնորհիվ կապիտալի ներհոսքին, նոր տեխնոլոգիաների և կառավարման քաղաքականության կիրառմանը, ինչպես նաև նրանց առևտրային կապերի օգտագործմանը և արտահանման ընդլայնմանը: Բացի այդ ընձեռում է հնարավորություն՝ հիմնադրելու միջազգային ձեռնարկություններ սեփական երկրում, տեղակայելու իր ձեռնարկությունները այլ երկրներում և բարձրացնելու մրցունակությունը՝ հզորացնելով տնտեսությունը:

ԱՀԿ-ի տրամադրած արտոնությունները և, անշուշտ, ստանձնած պարտականությունները բավականին պատասխանատու մարտահրավերներ են Հայաստանի համար: Նախ սահմանների բացումը առաջին հերթին վնասել է տեղի արտադրողներին և նրանց մղել ավելի դաժան մրցակցությանը դիմակայելուն: Սակայն նույն ձեռնարկատերերը առաջին հայացքից տուժում են, այնուամենայնիվ նրանք շահում են՝ հնարավորություն ունենալով ձեռք բերել միջազգային ներդրողներ:

Չնայած այն փաստին, որ Հայաստանի Հանրապետությունն արդեն շատ պարտավորություններ որդեգրել է՝ իրականացնելով օրենսդրական բարեփոխումներ, սակայն դեռ կան որոշ օրենքներ, որոնք դեռ հստակորեն կանոնակարգված չեն: Դրանց վերջնական կանոնակարգումը լրջորեն կնպաստի Հայաստանի տնտեսության զարգացմանը: Բարեփոխման կարիք ունի դեկավար հաստատությունների և անձնակազմի աշխատանքային մեթոդների կամ մեխանիզմների համապատասխանեցման վերաբերյալ օրենսդրական փաթեթը:

Կարևոր է նաև ԱՀԿ-ին անդամակցման արդյունքում Հայաստանի ձեռքբերումների (առավելությունների) և կորուստների (թերությունների) խնդիրները դիտարկել դիալեկտիկ տեսանկյունից, ինչպես նաև ուսումնասիրել նրա վարած ներկա քաղաքականությունը և մշակած ռազմավարությունը՝ կապված բարեփոխումների իրականացման, տնտեսության զարգացման և նորարարացման տեմպերի հետ:

Անդամակցման առավելություններից և կամ թերություններից խոսելու դեպքում պետք չէ ուսումնասիրել միայն տնտեսության առանձին ճյուղերը, այլ ողջ տնտեսությունն ընդհանուր առմամբ, այսինքն՝ մակրո տեսանկյունից: Սակայն որոշ դեպքերում պետք է այն դիտարկել նաև միկրո տեսանկյունից՝ ավելի հստակորեն պատկերացնելու՝ տնտեսության որ ճյուղերն են հիմնականում շահել, և որոնք՝ ոչ: Ընդհանուր առմամբ, որ ճյուղերն են առանցքային ՀՀ տնտեսության համար, որոնց հաշվին այն զարգացման միտումներ է ունեցել: Տնտեսության ճյուղերից մեկի գերզարգացումը նպաստում է նաև տնտեսության մյուս ճյուղերի բարգավաճմանը:

Եթե միայն խոսվում է ԱՀԿ-ի անդամակցման արդյունքում արտահանման և առևտրի զարգացման մասին, ապա կարելի է եզրակացնել, որ վերջիններս դասվում են կարճաժամկետ առավելությունների թվին, իսկ տնտեսության ընդհանուր զարգացումն արդեն հեռանկարային ասպեկտ է: Առաջին հերթին նշենք, որ ԱՀԿ-ին անդամակցումը և՛ հնարավորություն է հաջողության հասնելու, և՛ լուրջ մարտահրավեր: Ուստի հաջողության հասնելու համար պետք է

ընդունել մարտահրավերը, առաջ մղել տնտեսական մի համակարգից մյուսին անցնելու արդյունքում ի հայտ եկած անհամապատասխանությունների կարգավորման մեթոդները, առաջնորդվել համեմատական առավելություններով՝ ամբողջ տնտեսության վիճակը բարելավելու նպատակով:

Այս դեպքում ԱՀԿ-ն դառնում է Հայաստանի՝ որպես զարգացող երկրի տնտեսության համար զարգացման հեռանկար կամ երաշխիք, որի շնորհիվ առաջ են մղվում երկրի առկա առավելությունները և նվազում կամ իսպառ վերանում թերությունները՝ հասնելով առավելագույն շահույթի և խոսափելով վնասներից: Բացի առկա համեմատական առավելություններից, պետք է նաև փնտրել նոր ուղիներ կամ բնագավառներ՝ սեփական կարողությունները փորձելու և այնտեղ նույնպես համեմատական առավելության հասնելու համար:

ԱՀԿ-ի հիմնական պահանջներից է կատարելագործել եղած հմտությունները, այսինքն՝ համապատասխան ընդունված չափանիշների և նորմերի, վերապատրաստել մասնագետներ, ինչպես նաև զարգացնել մասնագիտական նոր ուղղություններ՝ տնտեսության առկա ճյուղերը նորերով համալրելու նպատակով: Վաղ օրինակներ են ադամանդագործությունը և ոսկերչությունը. այստեղ պետք է զարգացնել առկա հմտությունները, ինչպես նաև ինֆորմացիոն տեխնոլոգիաները, որը նոր ճյուղ է և կարիք ունի նոր կադրերի: Բացի վերոնշյալներից՝ ԱՀԿ-ն հակված է նաև գյուղատնտեսական բնագավառի աջակցմանը:

Հայաստանի դեպքում, ի տարբերություն զարգացող խոշորամասշտաբ երկրների, որոնք հիմնական ուշադրությունը բեռնում են արդյունաբերության զարգացմանը՝ հասցնելով այն համեմատական առավելության, պետք է զարգացնել արդյունաբերությունը՝ մրցակցությունից դուրս չմնալու միտումով, սակայն հիմնական ուշադրությունը պետք է ուղղել տեղեկատվական և հաղորդակցման տեխնոլոգիաներին, գիտության և ձեռագործ աշխատանքի զարգացմանը: Այս երկրի պարագայում անհրաժեշտ է բարեփոխել արդյունաբերական ձեռնարկությունները, սակայն հիմնական ներդրումային թիրախը պետք է լինեն վերոնշյալ բնագավառները: Բացի այդ պետք չէ անտեսել ծառայությունների ոլորտը, քանի որ այն ողջ տնտեսության զարգացման շարժիչն է: Ծառայությունների ոլորտի զարգացումը ԱՀԿ-ի առջև ստանձնած պարտականություններից մեկն է: Աստիճանաբար պետք է զարգացվեն հեռահաղորդակցման, բանկային, ապահովագրության և կոմերցիոն այլ ծառայությունները, խթանվեն ծառայությունների վաճառքի կառավարման համակարգերը, որը նպաստում է ծառայությունների վաճառքի զարգացմանը՝ դարձնելով այն մրցունակ միջազգային շուկայում:

Մի կողմից անդամակցումն ԱՀԿ-ին ընձեռում է մեծ հնարավորություններ, սակայն մյուս կողմից այն ստեղծում է լուրջ խնդիրներ զարգացած երկրների համար, որի պատճառով որոշ ժամանակ անց տուժում են նաև զարգացող երկրները: Նմանատիպ խնդիրներից է պաշտպանությունն ընդդեմ զարգացող երկրներից ներմուծվող արտադրանքի, այսինքն՝ զարգացած երկրները ոչ թե մերժում են վերջիններիս օգնություն ցուցաբերել, այլ ընդհակառակը՝ նրանք, պայքարելով աղքատության դեմ, առաջնահերթ են համարում սեփական երկրի սոցիալապես անապահով խավի խնդիրների լուծումը: Այս հիմնախնդիրը ԱՀԿ-ի պարտավորությունների շրջանակում է ընդգրկվում, այսինքն՝ զարգացած երկրների տնտեսությունը գերծ պահել կտրուկ տատանումներից՝ զարգացող երկրներին աջակցելու դեպքում:

Ինչ վերաբերում է Հայաստանի Հանրապետությանը՝ որպես զարգացող երկրների թվին պատկանող ԱՀԿ անդամ, ըստ միջազգային կառույցների սահմանած հիմունքների, պետք է շահի ազատ առևտրական հարաբերություններից, քանզի նրանց հիմնական նպատակն ուղղված է աղքատության նվազմանը: Սակայն, ելնելով նրա փոքր մասշտաբից, այն տուժում է, որովհետև նրա հիմնական մրցակիցներից են Չինաստանը և Հնդկաստանը: Այս երկրների տնտեսությունը օրըստօրե աճում է և լրջորեն մտահոգում զարգացած երկրների իշխանություն-

ներին և արդեն զարգացող երկրներին հատկացվող սակագների կրճատման կամ ընդհանրապես զարգացած երկրներին հատկացվող սակագների հավասարեցման միտումներ կան:

Մեկ այլ խնդիր է այսօր ծառացել Հայաստանի Հանրապետության առջև, դա ապրանքի ճանաչելիության հարցն է: Բոլորի համար ակնհայտ է, որ շուկայում ներկայացվող ապրանքները հիմնականում իրացվում են ոչ թե նրանց որակյալ լինելու, որն ի դեպ ոչ միշտ է համապատասխանում իրականությանը, այլ նրա ճանաչելիության համար: Այսինքն՝ վերջիններս հանրահայտ ապրանքանիշերն են, սակայն զարգացող երկրները չեն կարող արդեն իսկ հանրահայտ ապրանքանիշերի հետ մրցակցել: Դրա համար անհրաժեշտ է ձեռք բերել սեփական ապրանքի ճանաչելիությունը միջազգային շուկայում, որի համար նա պետք է դեռ 30-50 տարի ներկայացված լինի և գովազդվի արտերկրում, իսկ ներկայիս պայմաններում ՀՀ-ի համար դա ոչ նպատակահարմար մարտավարություն է:

Ուստի ՀՀ-ն պարտավոր է մշակել ապրանքանիշի հեղինակայնացման մարտավարություն կարճ ժամկետում, որն ուղղված է սպառման էմոցիոնալ և ռացիոնալ ասպեկտներին, և որը նպաստում է վերջինիս արագ ճանաչմանը միջազգային շուկայում: ՀՀ արտադրվող արտադրատեսակների ապրանքանիշի մարտավարությունն այսօր չի արդարացնում արտահանողների ակնկալիքներն արտերկրում: Այն պետք է ներկայացնի առաջին հերթին երկիրը՝ իր աշխարհագրական դիրքը, պատմական ուղին (որոշ չափով) և մշակութային ձեռքբերումները: Այսպիսով, ստեղծվում է դրական կերպար (իմիջ) երկրի համար, և ավելի ընդգծվում են արտադրական առավելությունները: Այս միտումը մղում է շուկայում իր առանձնահատուկ դիրքն (նիշան) ունենալուն և բոլորից տարբերվող մրցակցային քաղաքականություն վարելուն:

Ելնելով ՀՀ օրինակից՝ եզրակացնում ենք, որ այսպիսի երկրները կառավարության աջակցության կարիքն ավելի շատ ունեն, քան մեծամասշտաբ զարգացող երկրները: Այդ իսկ պատճառով զարգացող երկրների կառավարությունը մասնավոր սեկտորի կայացման նպատակով ստեղծում է նպաստավոր ներդրումային դաշտ, այսինքն՝ հանրապետության ներսում արտահանման հեռանկար ունեցող նորաստեղծ ընկերությունների համար ստեղծում են նպաստավոր հարկային դաշտ և ցածր տոկոսներով վարկավորման հնարավորություն: Ներկայիս զարգացման միտումները կամուրջ են ստեղծում մասնավոր և պետական սեկտորների միջև, ինչն այսօր բավարար չէ: Դեռ ավելին, հիմնականում փոքրամասշտաբ զարգացող երկրներում բիզնեսի շահերը բավարար ներգրավված չեն տվյալ երկրի առևտրային բանակցությունների դաշտում: Նույնիսկ շատ դեպքերում պետական մակարդակով վարվող բանակցությունները հակասում են երկրում գործող բիզնեսի շահերին, որը շատ այլ զարգացող երկրներում լիովին հակառակ պատկերն ունի: Խնդիրը կառավարության և մասնավոր սեկտորի միջև կոմերցիոն հիմնահարցերի քննարկման և փոխաջակցող հարաբերությունների ստեղծման պարտադիր բնույթ կրելու հարցն է: Բացի այդ մասնավոր սեկտորի մասնակցությունը բազմակողմ առևտրական բանակցություններին աստիճանաբար նվազում է, քանի որ առևտրի զարգացման նպատակով մասնավոր բիզնեսի խթանմանը նպաստող գործընթացների համար քիչ ներդրումներ են իրականացվել: Վերջինիս ծախսածածկման շրջանը դժվար է կանխատեսելը, բացի այդ մասնավոր բիզնեսի զարգացման հաստատությունները անփորձ են և սակավ տեղեկացված, ինչպես նաև բացակայում է այս բնագավառի զարգացման խթանման քաղաքականությունը/մշակույթը:

Բազմաթիվ զարգացող երկրների քաղաքական բարեփոխումների արդյունքում նրանց հիմնական նպատակը իշխանական կառույցների և մասնավոր սեկտորի միջև փոխշահավետ համագործակցման համար նպատակահարմար տարբերակ գտնելն է, քանի որ վերջինս նույնպես ԱՀԿ պարտադիր պայմաններից է: ԱՀԿ-ի հիմնական պայմանները սահմանվել են զարգացած երկրների կողմից կապված՝ գյուղատնտեսական և սննդաարդյունաբերական մթերքների արտադրության և իրացման հետ՝ սպառողներին պաշտպանելու տեսանկյունից:

Երբեմն պայմաններն այնքան բարձր մակարդակի են հասնում, որ նրանք ինքնըստինքյան դառնում են ոչ սակագնային արգելքներ: Արտահանման մեծ հնարավորություն ստանալու նպատակով զարգացող երկրները կարող են լուրջ ազդեցություն ունենալ ԱՀԿ-ի կողմից սահմանված և զարգացած երկրների կողմից ընդունված չափանիշերի վրա և վերջիններս կիրառել ի շահ իրենց:

Չնայած, եթե որոշ զարգացող երկրների համար, որոնց արտահանումը միայն գյուղատնտեսական և սննդարդյունաբերական արտադրությունն է, և որոնց համար սակագնային խոչընդոտները գրեթե վերացված են, ապա սանիտարական և ֆիտոսանիտարական – ոչ սակագնային խոչընդոտները կարող են լուրջ արգելք դառնալ զարգացած երկրներ մուտք գործելու դեպքում:

ԱՐՄԱՆ ՆԵՐՍԵՍՅԱՆ

*ՀՀ ԳԱԱ Մ.Քոթանյանի անվան
տնտեսագիտության ինստիտուտի ասպիրանտ*

ԱՌԵՎՏՐԻ ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ԿԱԶՄԱԿԵՐՊՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ ՀՀ ԱՌԵՎՏՐԱՅԻՆ ՀԱՇՎԵԿՇՈՒ ԲԱՐԵԼԱՎՈՒՄԸ

Առևտրի համաշխարհային կազմակերպության /ԱՀԿ/ նպատակն է առևտրի ազատ ընթացքի ապահովումը, արտահանողների և ներմուծողների գործունեության աջակցությունը և կարգավորումը: ԱՀԿ-ին անդամակցությունը նպաստում է երկրների ազատ առևտրատնտեսական և տնտեսական քաղաքականության ձևավորմանն ու ամրապնդմանը, առևտրային հաշվեկշռի բարելավմանը:

ՀՀ արտաքին առևտրի բարելավման համար կարևոր է այն փաստը, որ ԱՀԿ-ին անդամակցությամբ երաշխավորվում է, որ տվյալ երկրում առկա են գործարարության կարգավորման միջազգային չափանիշներին համապատասխանող տնտեսական օրենսդրության և գործարարությունը խթանող ազատական տնտեսության հիմքերը, ինչպես նաև դրանք խորացնելու և զարգացնելու պարտավորություններ և ռազմավարություն, ինչն էլ իր հերթին նպաստում է ընկերությունների արտադրանքի արտահանման ծավալների ընդլայնմանը, ուրեմն և առևտրային հաշվեկշռի բարելավմանը:

Երկրների արտաքին տնտեսական կապերի զարգացման հիմնական նպատակը արտահանման ծավալների աճի կայուն և բարձր տեմպերի ապահովումն է: Հատկապես դա կարևոր է փոքր շուկա ունեցող երկրների համար, ինչպիսին Հայաստանն է, արտահանման ծավալների էական ընդլայնումը և ներմուծման մեծության փոքրացումը՝ ներմուծումը տեղական արտադրությամբ փոխարինմամբ, տնտեսության կարևորագույն խնդիրներից:

Հայաստանի արտադրանքի արտահանման ընդլայնման հնարավորությունները սահմանափակ են ակնհայտ պատճառներով: Դա անմիջական ծով դուրս գալու անհնարինությունն է, տրանսպորտային սահմանափակումներն են և այլն: Ներքին շուկայի փոքր տարողությունը երբեմն հնարավորություն չի տալիս սպառել ապրանքների ավելցուկը: Այս հանգամանքը ուղղակիորեն թելադրում է կանխատեսվող ապագայում բաց արտաքին տնտեսական քաղաքականության պահպանման անհրաժեշտությունը՝ միջազգային շուկայում ապահովելով ապրանքների իրացման հնարավորությունները: