ՏԵՍԱԿԱՆ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԵՎ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՄՏՔԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ

ԼԻԱՆԱ ՍԱՄՎԵԼԻ ԱԶԱՏՅԱՆ
ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտի գիտաշխատող

ՌՈՒԶԱՆՆԱ ՍՏԵՓԱՆԻ ԱԼՈՅԱՆ
ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտի կրտսեր գիտաշխատող

ԳԻՏԱՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԴԵՐԸ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱՅՈՒՆԱՑՄԱՆ ՈՒ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ

Գիտատեխնիկական տեղեկատվությունը հանդիսանում է այն կարևոր ռեսուրսներից մեկը, որի ճշգրիտ կիրառումը հանգեցնում է արտադրության ծախսերի նվազմանն ու արդյունավետության բարձրացմանը:

Տեղեկատվության և գիտական հիմնավորումների պակասը խոչընդոտում է արտադրության աճին, ուստի գիտատեխնիկական տեղեկատվական հոսքերն այսօր հանդիսանում են օբյեկտիվ անհրաժեշտություն, որոնց շնորհիվ արտադրության արդյունավետությունը, ծախսերի նվազեցումը, մրցունակության ապահովումը նպաստում են այս ոլորտի եկամուտների և բարեկեցության աճին:

Արտադրության զարգացման կարևոր հիմնախնդիրներից է ժամանակակից գիտելիքների, տեխնոլոգիաների արդյունավետ փոխանցումն արտադրական և վերամշակման գործընթացներին: Ներկայումս այդպիսի ծառայությունները, որոնց հիմնական նպատակը արտադրության արտադրանքի արդյունավետության բարձրացումն է, գործում են աշխարհի բազմաթիվ երկրներում և ծագելով անգլերեն Extension (էքստենշն) բառից այս ծառայությունների կառուցվածքային սկզբունքները ձևավորվել են դեռևս 20-րդ դարում, այն էլ Մեծ Բրիտանիայում:

Համաշխարհային փորձը վկայում է, որ տարիների ընթացքում ձևավորված տեղեկատվա-խորհրդատվական համակարգում մեծ դեր ունի պետությունը: Այսօր տարբեր երկրներում գործող այս համակարգերը կարելի է ստորաբաժանել ըստ կազմակերպչական ձևերի և ֆինանսական աղբյուրների ձևավորման սկզբունքների չորս խմբի.

- պետական խորհրդատվական ծառայություններ՝ ամբողջապես ֆինանսավորվող պետբյուջեի հաշվին: Այս ծառայությունները տրամադրվում են կազմակերպություններին անվճար և գործում են բազմաթիվ երկրներում, ներառյալ՝ ԱՄՆ-ը, Գերմանիան, Շվեյցարիան, Բելգիան, Իտալիան, Իսպանիան և այլն,
- պետական խորհրդատվական համակարգեր, որոնք ֆինանսավորվում են մասամբ պետ բյուջեից, մասամբ ծառայությունների դիմաց ստացված հատկացումներից: Վերոնշյալները բնորոշ են Իռլանդիային, Մեծ Բրիտանիային, Շվեդիային,
- պետական ծառայություններ, որոնք ստեղծվելով պետության կողմից մեկ-երկու տարվա ընթացքում անցնում են կազմակերպությունների տնօրինմանը: Այս ծառայությունները նվազեցնելով պետության կողմից կատարվող ֆինանսավորումը, անցնում են ինքնաֆինանսավորման: Այս համակարգերը ֆինանսավորվում են ուղղակի ստացված միջոցներից և բնորոշ են Ֆրանսիային, Դանիային, Ֆինլանդիային[1]:

Ըստ կառավարման և կազմակերպական սկզբունքների միջազգային փորձի կարելի է տարանջատել, տեղեկատվա-խորհրդատվական համակարգը (ՏԽՀ), որը հանդես է գալիս կազ-

[1] www,arlis.am

մակերպությունների կառավարման մարմիններին կից և ֆինանսավորվում է ինչպես պետական, այնպես էլ այլ մասնագիտացված կազմակերպությունների կողմից,

- Համալսարանական տեղեկատվախորհրդատվական համակարգ ձևաչափով կազմակերպությունները առաջին անգամ ձևավորվել են Անգլիայում: Համալսարանում ձևավորված արտադրության վարման սկզբունքներն իրականացվում են ֆերմերային տեղամասերում, տեղական կառավարման մարմինների միջոցով: Նշված համալսարանական համակարգը ֆինանսավորվում է տարբեր աղբյուրներից, այդ թվում՝ պետ բյուջեի տեղական ինքնակառավարման և տարածքային կառավարման բյուջեներից, դոնորային հատկացումներից և առևտրային գործունեությունից:
- Խորհրդատվական կազմակերպություններ, որոնց միջոցով իրականացրած խորհրդատվությունը կատարվում է անվճար հիմունքներով և հիմնականում նպատակաուղղված է հումք մատակարարող ընկերություններին կամ սպառողներին:
- Մասնավոր խորհրդատվական ծառայություններ: Վերջիններովս պայմանավորված խորհրդատվական համակարգերը բավականաչափ մեծ զարգացում ունեն ողջ աշխարհում:
- Առևտրային հիմնադրամներ: Իրականացնելով տարբեր գիտական գործառույթներ՝ այս հիմնադրամները կարող են փոխարինել պետական այլ ծրագրերին: Այս համակարգը կարող է իրականացնել թե մարքեթինգային և թե արտադրական հարցերին վերաբերող խորհրդատվություն:

Անհերքելի է այն փաստը, որ արտադրությունն արդյունավետ կարելի է կազմակերպել միայն այն դեպքում, երբ այն գիտատար է և միաժամանակ գիտության ձեռքբերումները հաջողությամբ ու ժամանակին են ներդրվում արտադրության մեջ նպաստելով ինտեգրման գործընթացների բարելավմանը: Եվ այստեղ է, որ առաջանում է գիտության մեջ՝ ներդրման աշխատանքներին առաջնություն տալու հանգամանքը[1]: Պետք է նշել նաև այն իրողությունը, որ գիտատեխնիկական առաջընթացի իրականացումը պայմանավորված է նաև տնտեսական, տեխնիկական, ֆինանսական, կազմակերպական, հոգեբանական, լրատվական և այլ ոլորտների մի շարք մանրամասներով ու դժվարություններով[2]:

Շուկայական հարաբերություններում պայմաններում գիտական արտադրանքը մյուս արտադրանքների հետ հանդես է գալիս որպես ապրանք, իսկ արտադրական կազմակերպությունների արդյունավետությունը գնահատելու համար մեծ տարածում են գտել տեղեկատվական ծառայությունները և ըստ որոնց էլ փաստացի արտադրանքը հարբերվում է առավելագույն հնարավոր արտադրանքին առկա ռեսուրսների պայմաններում: Արդյունքում կազմակերպությունները ստանում են հետևյալ տեղեկատվությունը.

- գիտական տեղեկատվություն արտադրության արդյունավետությունը բարձրացնելու համար,
- շուկայական տեղեկատվություն՝ պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցության մասին,
- տեղեկատվություն՝ վերջնական սպառողների վերաբերյալ,
- տեղեկատվություն առաջավոր փորձի վերաբերյալ:

Գիտատեխնիկական տեղեկատվությունը իրականացվում է մարքեթինգի և խորհրդատվատեղեկատվական համակարգերի միջոցով:

Մարքեթինգային միջոցառումներից յուրաքանչյուրի հաջող իրականացումը կարող է օժանդակել արտադրողի շահութաբեր գործունեությանը: Ուստի մարքեթինգի համակարգի արդյունավետ գործունեությունը յուրաքանչյուր տնտեսության համար հանդիսանում է առանցքային խնդիր, հատկապես շուկայական տնտեսություն ունեցող երկրներում, ինչպիսին կարևորվում է նաև Հայաստանի Հանրապետության համար: Միաժամանակ հասնելու համար, մարքեթինգային գործունեության զարգացումը հնարավորություն կտա յուրաքանչյուր կազմակերպությանը իրատեսորեն գնահատելու իր ներուժային հնարավորությունները:Վերջիններիս համահունչ էլ ապրանքների բարձր աստիճանի տարբերակումը նշանակում է, որ յուրաքանչյուր տեսակի գծով գոյություն ունի լայն ընտրությամբ մեծ քանակի սորտային ապրանքներ՝ տարբեր որակական

[1] www,arlis.am
[2] Мильер Б. – Управление знаниями в современной экономике. Москва, ПТИПУ N9, 2006г.

հատկանիշներով: Բայց որքան մեծ է սպառողի աչքերով ապրանքների փոխարինելիությունը, այնքան մեծ է մրցակցությունն այդ ապրանքների միջև և ցածր՝ գնային առավելության հնարավորությունները:

Մարքեթինգային հետազոտությունների կառավարման կարևոր խնդիրներից մեկն էլ հանդիսանում է հավաքագրված տեղեկատվության մշակման և մեթոդաբանական ընտրության խնդիրները: Ընդ որում՝ մարքեթինգային հավաստի և բազմաբնույթ տեղեկությունների ստացումը և օգտագործումը կազմակերպությանը կտա հետևյալ գործնական առավելությունները.

- նվազագույնի հասցնել ֆինանսական ռիսկերը,
- պարզել սպառողների կարծիքը, նախասիրություններն ու ճաշակը,
- հետևել արտաքին միջավայրի փոփոխություններին՝ պարզելու մրցակիցների մտադրությունները և ժամանակին կանխելու հնարավոր անցանկալի հետևանքները,
- բարձրացնել վստահությունը գովազդի հանդեպ՝ ճշմարտացի տեղեկատվություն հաղորդելով արտադրանքի վերաբերյալ,
- գնահատել գործունեության արդյունքները:

Այսպիսով, կազմակերպության համար սպառողական ապրանքների շուկայում գործելու, արտաքին շուկա ներթափանցելու հզոր տնտեսական լծակ է մարքեթինգը: Այն որպես գործունեություն, ուղղված է պահանջարկի բավարարմանը: Տվյալ հիմնախնդրի իրականացման ամբողջ գործընթացի ելակետը պահանջմունքների և պահանջարկի ուսումնասիրությունն է: Դրա հետ մեկտեղ պետք է նկատի ունենալ, որ մարքեթինգի գործառույթների ամբողջ համակարգում գործունեության յուրաքանչյուր բնագավառ իր էական ազդեցությունն ունի վերջնական արդյունքի վրա:

Շուկայական տեղեկատվական համակարգերը նպատակաուղղված են խթանելու և ավելի թափանցիկ դարձնելու շուկայական վարման գործառույթները: Այս համակարգերը նպաստում են հումքի և վերջնական արտադրանքի գնային հետազոտությունների իրականացմանն ու առևտրի ծավալների մոնիթորինգին, իսկ տեղեկատվությունն էլ հավաքագրվում է մեծածախ կամ մանրածախ առևտրով զբաղվողներից ու շատ հաճախ լուսաբանվում է ԶԼՄ-ների կողմից:

Այսպիսով՝ հիմք ընդունելով վերոնշյալները, պետք է նշել, որ Հայաստանում նույնպես ագրարային բարեփոխումների արդյունքում ձևավորված գյուղացիական տնտեսություններին մասնագիտական խորհրդատվության մատուցելու նպատակով 1993թ. ԱՄՆ-ի գյուղատնտեսության դեպարտամենտի օժանդակությամբ ՀՀ գյուղատնտեսության նախարարության կազմում ստեղծվել են «Ագրոգիտասփյուռ» ծառայությունը: Այնուհետև բոլոր մարզերում ձևավորվեցին խորհրդատվական գործակալություններ, որոնց աջակցում են «Ագրոգիտասփյուռ» ծառայության մասնագետները և գիտահետազոտական ինստիտուտի ու բարձրագույն ուսումնական հաստատության գիտնականները և դասախոսները:

Համաշխարհային բանկի կողմից ֆինանսավորվող գյուղատնտեսության բարեփոխումների աջակցության ծրագրի շրջանակներում ՀՀ բոլոր մարզերում ստեղծվեցին գյուղատնտեսության աջակցության մարզային կենտրոններ՝ ԳԱՄԿ-եր:

Այդ ընկերությունները գյուղացիական տնտեսություններին մատուցում են մասնագիտական խորհրդատվություն, տեղեկատվություն, սեմինարների և ուսուցումների կազմակերպում, գիտության նվաճումների, նոր տեխնոլոգիաների, համաշխարհային փորձի ներդրում և տեղայնացում, գյուղատնտեսական մթերքների իրացման նպատակով շուկաների հետազոտում, մարքեթինգային տեղեկատվության ապահովում, ուսուցողական և դաշտային ցուցադրական պարապմունքների անցկացում, լրատվության կազմակերպում և այլն:

ԳԱՀԿ-ը, ԳԱՄԿ-երի և ագրարային ոլորտի գիտնականների մասնակցությամբ գյուղացիական տնտեսություններում իրականացվել է մասնակցողական բնույթի ավելի քան 1018 տեխնոլոգիա՝ ուղղորդվելով գյուղատնտեսության աջակցության մարզային կենտրոնների կողմից առաջնային կարիքների բացահայտման նպատակով կազմակերպված հարցումներով և ուսումնասիրություններով:

Հանրապետության մարզերի 914 համայնքներում անց են կացվում խորհրդատվական ծառայություններ:

ԳԱՀԿ-երը և ԳԱՄԿ-երը հաջողությամբ համագործակցում են միջազգային մի շարք կազմակերպությունների / ՄԱԿ-ի պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպության (ՊԳԿ), ԱՄՆ-ի գյուղատնտեսության դեպարտամենտ (ԳԴ) ԱՄՆ-ի միջազգային զարգացման գործակալության, (USAD), CARD, UMCOR և այլ հետ:

Ձեռնարկությունների եվրոպական ցանցի (ՁԵՑ) գործունեության շրջանակներում ՓՄՁ ԶԱԿ-ի միջոցով աշխատանքներ են իրականացվել Հայաստանում ՁԵՑ-ի գործունեության վերաբերյալ տեղեկատվության տարածման, Հայաստանյան և արտասահմանյան ձեռնարկությունների միջև գործարար կապերի հաստատման, գործարար համագործակցության հիմնապաշարի համալրման, ՁԵՑ-ի անդամ կազմակերպությունների միջև կապերի հաստատման ու համագործակցության ընդլայնման և տեղեկատվության փոխանակման ու այլ ուղղություններով[1]:

Ինովացիոն ոլորտում միջազգային համագործակցության ապահովման ուղղությամբ աշխատանքներ են իրականացվել ԵԱՏՄ շրջանակներում Եվրասիական տեխնոլոգիական պլատֆորմների ձևավորման ուղղությամբ:

Շարունակվում են տեղեկատվական տեխնոլոգիաների ոլորտի միջազգային կազմակերպությունների հետ համատեղ նախաձեռնությունների իրականացումը:

ՀՀ-ում ներկայումս հաջողությամբ գործում են «Այբիէմ» նորարարական լուծումների և տեխնոլոգիաների կենտրոնը, «Մագիրոսոիտ» ինովացիոն կենտրոնը, Հայ-հնդկական ՏՀՏ գերազանցության կենտրոնը, mlob ECA մոբայլ լուծումների տարածաշրջանային լաբորատորիան, Հայկական ազգային-ճարտարագիտական լաբորատորիան: Հաջողությամբ շարունակում է գործել Գյումրու տեխնոլոգիական կենտրոնը, որում տեղակայված են 23 տեղական և արտասահմանյան կազմակերպություններ: 2015թ. ծրագրի շրջանակներում ՀՀ պետական բյուջեով նախատեսված 150 մլն դրամից փաստացի ֆինանսավորվել է 132 մլն. դրամ: Գյումրու տեխնոլոգիական կենտրոնի հաջողված մոդելի շնորհիվ աշխատանքներ են իրականացվում Վանաձորում համանման տեխնոլոգիական կենտրոնի հիմնական ուղղությամբ[2]:

Հաշվի առնելով ժամանակակից գիտատեխնիկական տեղեկատվության կարևորությունը արտադրական գործընթացների կայունացման և զարգացման գործում, անհրաժեշտ է.

- ստեղծել կազմակերպչական կառույցներ, որոնք կապահովեն ինտեգրման գործընթացը գիտության, կրթության և վերամշակող արդյունաբերության ոլորտներում:
- Վերամշակող արդյունաբերության արտադրական գործընթացներն օգտագործել առաջադեմ գիտական և տեխնոլոգիական զարգացումները՝ հաշվի առնելով մրցակցային առավելությունները:
- ՀՀ Կառավարությունը միջազգային փորձին համահունչ ձևավորի այնպիսի խթան համակարգ, որը կնպաստի նորարարության, արդիականացման և այլ տեխնոլոգիաների ներդրման գործընթացներին:
- Վարել հավասարակշռված քաղաքականություն՝ կապված առանձին տրամադրվող ֆինանսական և նյութական ռեսուրսների հետ, որոնք հնարավորություն կտան պահպանելու և ապահովելու համակողմանի փոխկապվածություն վերամշակող արդյունաբերության արտադրական գործընթացների միջև:

[1] ՓՄՁ ԶԱԿ հաշվետվություն 2014-2015թթ.
[2] ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության, հաշվետվություն 2015թ.

ԳԻՏԱՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱՏՎՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԴԵՐԸ ԱՐՏԱԴՐՈՒԹՅԱՆ ԿԱՅՈՒՆԱՑՄԱՆ ՈՒ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾՈՒՄ

ԼԻԱՆԱ ՍԱՄՎԵԼԻ ԱԶԱՏՅԱՆ
ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտի գիտաշխատող

ՌՈՒԶԱՆՆԱ ՍՏԵՓԱՆԻ ԱԼՈՅԱՆ
ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտի կրտսեր գիտաշխատող

Համառոտագիր

Գիտատեխնիկական տեղեկատվությունը նպաստում է արտադրության ծախսերի նվազմանն ու արդյունավետության բարձրացմանը: Գիտության մեջ ներդրման աշխատանքները իրականացվում են մարքեթինգի և խորհրդատվական-տեղեկատվական համակարգերի միջոցով: Նրանցից յուրաքանչյուրի հաջող իրականացումը կարող է օժանդակել արտադրողի շահութաբեր գործունեությանը: Ոլորտի զարգացման ապահովման գործում կարևոր է պետական և մասնավոր հատվածների մասնակցությամբ դրամաշնորհային ծրագրերի իրականացումը,ինչպես նաև ստեղծելու խթանների համակարգ նոր տեխնոլոգիաների ներդրման ուղղությամբ:

Բանալի բառեր. *գիտատեխնիկական, տեղեկատվություն, մարքեթինգ, խորհրդատվություն, արտադրություն, ծրագրեր, աջակցություն:*

РОЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В СТАБИЛИЗАЦИ И РАЗВИТИИ ПРОИЗВОДСТВА

ЛИАНА САМВЕЛОВНА АЗАТЯН
научный сотрудник Института экономики им.М. Котаняна НАН РА

РУЗАННА СТЕПАНОВНА АЛОЯН
младший научный сотрудник Института экономики им.М. Котаняна НАН РА

Аннотация

Научно-техническая информация способствует снижению затрат на производство и повышению производительности труда. Работы по ее внедрению в производство совершаются с помощью маркетинговой информационной и консультационно – информационной систем. Успешное осуществление каждой из них может способствовать прибыльной деятельности производителя. В деле обеспечения развития сферы важным является осуществление грантовых программ с участием государственных и частных секторов, а также создание стимулирующей системы внедрения новых технологий.

Ключевые слова: *научно-технический, информация, маркетинг, консультация, производство, программы, содействие.*

THE ROLE OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL INFORMATION IN STABILIZING AND DEVELOPING THE PRODUCTION

LIANNA SAMVEL AZATYAN
Research Associate, M. Kotanyan Institute of Economics
National Academy of Sciences, Republic of Armenia

RUZANNA STEPAN ALOYAN
Junior Research Associate, M. Kotanyan Institute of Economics
National Academy of Sciences, Republic of Armenia

Abstract

Scientific and technical information helps reduce production costs the increase efficiency. In science, marketing and consulting-information systems help introduce it. The Successful implementation of each of them may contribute to the increase in profitability of producers. Implementation of grant projectsin the framework of private-public partnership, and the system of incentives to introduce new technology are crucial in ensuring the development of the sector.

Keywords: *Scientific and technical, information, marketing, consulting, production, projects, assistance.*