

ԱՊՐԱՆՔԱԴՐԱՄԱԿԱՆ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄԸ ԵՎ ԱԶԱՏ  
ՇՈՒԿԱՅԻ ԶԵՎԱՎՈՐՈՒՄԸ

ԹՈՐՈՍՅԱՆ Կ. Ա.

Ապրանքադրամական հարաբերությունների կարգավորումը և ազատ շուկայի ձևավորումը վերաբերում են ոչ թե փոխանակային հարաբերություններին ընդհանրապես, այլ դրանց այն մասին, որոնց պայմաններում արտադրված բարիքները սպառողներին են հասնում միայն շուկայի օգնությամբ՝ փոխանակման միջոցով: Այստեղ կարևորվում է այն հանգամանքը, թե ինչպե՞ս է աշխատանքի արդյունքն ընդունում **դժվարաձանաչ ապրանքային ձև**, որի պատճառով փոխանակման պահին սպառման համար անհրաժեշտ բարիքի որակական հատկանիշն անցնում է երկրորդ պլան, քանակականը՝ առաջին: Այն էլ այն պարագայում, երբ բարիքների միայն երկրորդ պլան անցնող հատկությունն է ընդունակ բավարարելու մարդկանց՝ շղթայական ռեակցիայի սկզբունքով գործող և անշեղ աճող պահանջները՝ դառնալով ապրանքային արտադրություն, փոխանակում, ապրանք, շուկա, փող և այլ տնտեսական կատեգորիաների առաջացման պատճառ:

Կարծեցյալ շատ պարզ, ընկալելի շուկան պահանջում է իրականացնել ապրանքային, ապրանքադրամական, բարտերային, վարկային, բանկային, լիզինգային և այլ տնտեսական գործառնություններ: Այդ սուբյեկտիվ ցանկություններով շաղախված՝ օբյեկտիվ գործառնությունների էությունը, փոխադարձ կապերը հասկանալու և կառավարելու համար նախ պետք է տալ ապրանքաշրջանառության բնութագիրը, որով պայմանավորված է շուկայի գոյությունը: Նման շրջանառությունը ենթադրում է՝

1. ապրանքների միջոցով դրանց տերերի տնտեսական շահերի դեմադրում հանդիպում,
2. նույնարժեք տարբեր որակի ապրանքների փոխանակում, որի դեպքում մինչ-շուկայական տնտեսությանը հատուկ փոխադարձ նվիրատվությունն անհամատեղելի է,
3. գների սանդղակի ձևավորում, որը գործում է արժեքի օրենքի առաձգական շեղման սկզբունքով,
4. վաճառքից առաջ ապրանքի ստացում, որը տեղի է ունում ոչ միայն առարկայական տեսքով,
5. ապրանքային արտադրությանը և շրջանառությանը հատուկ բոլոր գործարքների կանոնակարգված իրականացում,
6. փողային և բարտերային փոխանակությանը զուգահեռ գործողություն,

7. ապրանքաշրջանառության կանոնակարգում՝ **ո՞ր, որտե՞ղ, ո՞ւմ, որքա՞ն** հարցերի շրջանակով, որոնց պատասխանը տրվում է բիզնես պլանի միջոցով,

8. Շուկայական հարաբերությունների ձևավորմանը և զարգացմանը զուգահեռ, **ապրանքային, ապա ապրանքափոդային ֆետիշիզմի** (գերազնահատման) անխուսափելի ծագում և արմատավորում:

Քանի որ շուկան գործնականում ապրանքաշրջանառության կատարյալ և կենտրոնացված գործընթաց է, ապա թվարկված հատկանիշները, ըստ էության, վերաբերում են շուկային և շուկայագիտությանն ընդհանրապես: Շուկա, որն ուսումնասիրելիս պետք է ելնել տնտեսության այն որակական ձևափոխություններից, որոնք տեղի են ունեցել հազարամյակների ընթացքում՝ հոգուտ փոխանակային հարաբերությունների ամրացման և զարգացման:

Շուկան ենթադրում է որոշակի ժամանակում վաճառողների և գնորդների հաղորդակցում, տեղ, տարածք, որտեղ հանդիպում են նման ձևով հաղորդակցվողները: Վաճառվող (օտարվող) ապրանքների տեսականու կենտրոնացման պատճառով վերջինս ունենում է համապատասխան անվանումներ՝ սպառողական, նավթամթերքի, ավտոմեքենաների, աշխատուժի և այլն: Նման շուկաները ընդունված է անվանել միապրանքային՝ ի տարբերություն երկապրանքայինի, երբ շուկայում վաճառվում է ընդամենը երկու տեսակի ապրանք՝ օրինակ, ավտոմեքենա և նավթամթերք: Ազատ շուկային ընդհանրապես հատուկ է **բազմապրանքայնությունը**:

Շուկա ներմուծվող ապրանքների սպառողական յուրահատկություններից և քանակից անկախ այն կարող է լինել **ազատ, կատարյալ ազատ մրցակցային (պոլիպոլիա) կատարյալ մենաշնորհային (մոնոպոլիա), պլանային և դիրեկտիվ պլանային**:

Կատարյալ ազատ մրցակցային շուկան պայմաններ է ստեղծում կատարյալ մենաշնորհային շուկայի ձևավորման համար, որը, թեև մի շարք տնտեսագետներ չեն ընդունում, ունի հետևյալ հատկանիշները՝

- արտադրության միջոցների մասնավոր սեփականության առկայություն,
- զարգացած ապրանքային արտադրություն, որը ենթադրում է վաճառողների և գնորդների հոծ բազմություն,
- շուկա ներմուծվող ապրանքների ամբողջ ծավալի համեմատությամբ ամեն մի, առանձին վերցրած, ապրանքատիրոջ բաժնի պակաս,
- նույնանուն (նույն սպառողական արժեք ունեցող), բայց տարբեր ձեռնարկություններում արտադրված ապրանքների որակի հավասարություն,
- որևէ ապրանքի արտադրության լրիվ ազատություն,
- ապրանքատիրոջ, գնորդի կամ արտաքին այլ ուժի կամայական ազդեցության բացակայություն,
- գործող գների մասին բոլոր վաճառողների հավասար տեղեկատվություն,

• վաճառողների և գնորդների կողմից որևէ մեկին ուղղված՝ միավորված դավադրության բացակայություն,

• կատարյալ մրցակցության մասնակիցների՝ եկամուտ ստանալու փոխադարձ համաձայնություն<sup>1</sup>:

Առաջին հայացքից, որքան էլ զարմանալի լինի, ժամանակի ընթացքում ձևավորված սույն հատկանիշներն ընկած են այսօրվա շուկայական հարաբերությունների հիմքում, որոնց գերակշռող մասը գործում է աննկատ: Բոլոր դեպքերում պետք է իմանալ, որ ամեն մի կազմակերպված շուկայում, ազատ, անկազմակերպ մրցակցության մեխանիզմի դրսևորումը տպավորություն է ստեղծում, որ այդ շուկան առհասարակ անկազմակերպ է:

Ազատ շուկան, որն այլ կերպ կարելի է անվանել մրցակցային, անկազմակերպ մրցակցային, ոչ կատարյալ մրցակցային շուկա, և որն ավելի քան կես հազարամյակ նախորդել է կապիտալի (բիզնեսի) **մենաշնորհային շուկային**, ունի այնպիսի տնտեսական բնույթ, որի պայմաններում որևէ մեկը չի կարող իր ցանկացած գինը թելադրել մյուսներին՝ գների ենթակարգում կատարել: Նման շուկան իր գործունեությունը սկսել է ապրանքով, դրա տնտեսական կատարելագործումը հանգեցրել է, մի կողմից, ապրանքադրամական հարաբերությունների առաջացմանը, մյուս կողմից՝ ի տարբերություն պոլիպոլիայի, **սահմանափակ մենաշնորհային** շուկայական հարաբերությունների ձևավորմանն ու հետագա լիարժեք գործողությանը:

Այս բոլորը ցույց է տալիս, որ հասարակական արտադրությունն անցել է զարգացման հետևյալ անխուսափելի փուլերը՝ մինչշուկայական, ազատ շուկայական, մենաշնորհ (գուգահեռաբար նաև դիրեկտիվ պլանային) շուկայական, և այժմ գտնվում է հետարդյունաբերական-տեղեկատվական զարգացման շուկայական փուլում, որտեղ գնվում ու վաճառվում է նաև այն, ինչն անհնար է ապրանք համարել:

Շուկայական հարաբերությունների մասին խոսելիս, այդ հարաբերություններն ուսումնասիրելիս անհրաժեշտ է նկատի ունենալ, որ դրանք, տարբեր երկրներում դրսևորում են իրենց յուրահատկությունները, և տնտեսական բոլոր օրենքներին ու կատեգորիաներին ենթակա լինելով՝ միջնորդավորված ձևով կապվում են ամբողջ արտադրության և սպառման համակարգին:

Շուկան, իբրև օբյեկտիվ անհրաժեշտություն, գործում է տարատեսակ փոխանակային միջոցների օգնությամբ՝ ապրանքի, փողի (ոսկու), որպես ապրանքի այնպիսի ձևի, որն ունի սեփական արժեք, թղթադրամի, որը նման արժեք չունի և մի շարք վավերացված արժեթղթերի՝ անգամ բուտաֆորային<sup>2</sup> (կեղծ, շինծու) փողերի ձևով: Փոխանակման միջոցների նման տարատեսակությունը և շուկայի զարգացման

<sup>1</sup> Տե՛ս **Войтов А. Г.** Экономика (Общ. курс. фундаментальной теории экономики), Учебник, 7-ое изд., М., 2003, с. 103.

<sup>2</sup> Տե՛ս հավելված 2՝ «փող մեռելների համար»:

փուլերի միասնությունը դրսևորվում են հասարակության զարգացման որոշակի սոցիալ-քաղաքական պայմաններում: Օրինակ, ազատ շուկայական տնտեսությունը ենթադրում է գոյություն ունեցող **կապիտալիստական**, այն է՝ ազատ շուկայական տնտեսության պայմաններ: Նշենք նաև այն մասին, որ արտադրության միջոցների բացարձակ հանրայնացման պայմաններում գործող **դիրեկտիվային պլանավորումը** հետամտում է ընդհանրապես շուկայի վերացում:

Չուտ կապիտալիզմը ազատ մրցակցային ժամանակաշրջանի կապիտալիզմն է, որի դեպքում ոչ ոք, ոչ մի բանով չի խանգարում գործարարությանը (բիզնեսին), և ձեռնարկատիրությունն ու առևտուրը գտնվում են ազատ պայմաններում: Վերջինները հնարավոր են դարձնում կապիտալի սկզբնական, ապա ինտենսիվ կուտակումը, վաշխառուական և առևտրական կապիտալի աշխուժացումը՝ հանուն շահույթի ավելացման և շուկայի զարգացման:

**Ազատ շուկայի և Չուտ կապիտալիզմի** փոխադարձ կապի հիմքում ընկած են հինգ կարևոր տնտեսական հատկանիշներ<sup>3</sup>.

1. մասնավոր սեփականության տիրապետությունն ընդհանրապես,
2. ձեռնարկատիրական և այլընտրանքային ազատությունը,
3. անձնական շահերը՝ որպես ազատ շուկայի գործողության գլխավոր դրդապատճառ,

4. մրցակցության և գների համակարգի ազատ կիրառումը, որը հնարավոր է դարձնում Ա. Սմիթի նշած՝ անտեսանելի ձեռքի գործողության և տնտեսության կառավարման դրույթը,

5. տնտեսական գործերում կառավարության ձեռնպահությունը:

Արտաքուստ թվում է, թե ազատ շուկայի և Չուտ կապիտալիզմի հիմքում ընկած այս հինգ հատկանիշները գործում են իրարից բացարձակապես անկախ, մինչդեռ դրանք երկրագնդի հինգ աշխարհամասերի նման ներքին կապեր ունեն և ընդամենը դրսևորվում են հարաբերականորեն անկախ ձևով: **Առաջին հատկանիշը**, որն ըստ կոմունիստական դասականների սխալ կարծիքի, պետք է պատճառ դառնա քաղաքական հեղափոխության, ունեցվածքի բռնագրավման միջոցով իր տեղը պիտի զիջի հանրային բացարձակ սեփականությանը, իբրև դա պատմականորեն օբյեկտիվ անհրաժեշտություն է: Մինչդեռ մասնավոր սեփականության և շուկայի ոչնչացումը կործանիչ հետևանք կունենա հասարակության համար, անկախ այն բանից, որ սեփականության այդ ձևը հասարակությանը տրոհում է երկու գլխավոր խմբերի՝ սեփականատերերի և վարձու բանվորների: Նման փաստը սոցիալ-տնտեսական, իրավական տեսանկյունից դրսևորվում է քչերի տիրապետության և շատերի

<sup>3</sup> Ինչպես նշում է Ս. Նոտովան, այդ հատկանիշները նման են ձեռքի հինգ մատների, որոնք պետք է գիտակցվեն ինքնաբերաբար (տե՛ս Основы экономики, М., 2004, с. 35):

հպատակության ձևով: Ակնառու է սրանից բխող սոցիալական հակամարտության իրողությունը, սակայն պետք չէ մոռանալ, որ **քաղաքակրթության արդի փուլում** այդ երևույթն իր բոլոր արդար և անարդար կողմերով հասարակության զարգացման անխուսափելի անհրաժեշտություն է:

**Երկրորդ**՝ ձեռնարկատիրության և այլընտրանքային ազատությունը. կապիտալի ավանսավորման չափերը, դրա նպատակաուղղվածությունը, արտադրվող ապրանքների տեսակարար կշիռը ձեռնարկատերն ինքն է որոշում: Արտաքին որևէ ազդակ, ուժ, պետական պարտադիր միջամտություն և այլն, չպիտի լինեն թելադրող գործոն ձեռնարկատիրոջ, առևտրականի համար: Այստեղ, մի կողմից, վարձու աշխատուժի սեփականատերերն իրենք են որոշում իրենց գործունեության նպատակաուղղվածությունը, մյուս կողմից՝ վարձու աշխատուժ կրողները: Արտադրական և սպառողական շահերի իրականացման անհատական ինքնուրույնությունը ազատ շուկայի շարժիչն է:

**Երրորդ**՝ անձնական շահերը ազատ շուկայի գործողության գլխավոր դրդապատճառն են: Ազատ շուկայի և գուտ կապիտալիզմի պայմաններում ամեն մի անհատի կամ առանձին ֆիրմայի գլխավոր նպատակը նվազագույն ծախսերի միջոցով առավելագույն շահույթ և եկամուտ ստանալն է: Վարձու աշխատուժ կրողը ձգտում է դրան հասնել աշխատավարձի բարձրացման միջոցով, ապրանքատերերը (նյութական ռեսուրսների սեփականատերերը)՝ գների: Այս առումով անձնական շահերը մղվում են առաջին պլան:

**Չորրորդ**՝ Մրցակցության և գների համակարգի ազատ կիրառումը բնութագրական է ազատ շուկայական մրցակցության պայմաններին: Դա, առավել ևս ազատ շուկայի պարագայում, անմիջականորեն կապված է աշխատանքի և արտադրության հասարակական բնույթի հետ, որը դրսևորվում է արտադրված ապրանքների՝ հասարակական ճանաչման և գնման միջոցով: Եթե ազատ շուկայական մրցակցության պայմաններում դրանք ներձյուղային և միջձյուղային մրցակցության պահանջներին չեն համապատասխանում, ապա տիրոջ կամքին հակառակ՝ կվաճառվեն ցածր կամ դեմպինգային (դենացք), գներով:

Նման անցանկալի և անսպասելի երևույթն աննկատ ձևով կապված է այն ծախքերի հետ, որոնք ուղղված լինելով շուկա ներմուծվող ապրանքների արտադրությանը և վաճառահանմանը՝ ավելին են քան ստացված շահույթը: Այստեղ շահույթը դառնում է ուղեցույց՝ առաջադրելով բարոյապես մաշված արտադրության միջոցներից ազատվելու կամ սնանկանալու խնդիրը: Իսկ ազատ մրցակցությունը հնարավորություն է տալիս միևնույն ծախքերի պայմաններում ստանալ ավելի բարձր շահույթ: Ինչպես տեսնում ենք, շահույթի բարձր կամ ցածր լինելը շատ քիչ է կապված այն իրողության հետ, որ սպառողը ձգտում է ապրանքը ցածր գնով ձեռք բերել, իսկ վաճառողը՝ բարձր գնով վաճառել:

*Հինգերորդ՝ մասնավոր կապիտալիզմը, առավել ևս ազատ շուկայական պայմաններում ինքնակառավարվող և ինքնակարգավորվող տնտեսական համակարգ է, որ հնարավոր է դարձնում կառավարության չեզոքությունը տնտեսական գործերում: Այդ համակարգի առաջընթացը միջնորդավորվում է ձեռներեցների ազատ գործունեության սկզբունքով և քաղաքական իշխանության, կառավարության կամայական ցանկությունների հետ անհամատեղելի է: Կառավարության դերն այստեղ այն է, որ պետք է իրականացնի մասնավոր սեփականության գործառնության և ազատ ընտրանքային շահերի ապահովումը: Նման պայմաններում են լուծվում մարդկությանը հայտնի խոշոր տնտեսական հարցերը՝ ի՞նչ, ինչպե՞ս, ի՞նչ միջոցներով և ու՞մ համար արտադրել:*

## РАЗВИТИЕ ТОВАРНО-ДЕНЕЖНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ФОРМИРОВАНИЕ СВОБОДНОГО РЫНКА

ТОРОСЯН К. А.

### Резюме

Развитие меновых отношений привело к формированию устойчивых рыночных отношений, где произведенные блага обретают товарную форму. При товарообмене качество товара переходит на второй план, а его стоимость выходит на первый план. В процессе функционирования рынка возникают товарно-денежные, кредитные, бартерные, банковские, лизинговые, а также ценовые отношения. В разных странах действуют разные рынки – свободно конкурирующие рынки со своими специфическими чертами.

## GOODS-MONEY RELATIONS DEVELOPMENT AND FREE MARKET FORMATION

K. TOROSYAN

### Abstract

Interchange relations development leads to the sustainable market relations formation in which material wealth takes the shape of rather complicated goods form. During the interchange the goods usefulness (quality) is considered secondary, whereas the quantity (value)-primary. In the process of marketing some relations of goods-money, credit, bank, leasing, barter, as well as price spring up. In different countries markets of various types together with free competitive ones exist.