

ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԿԱՊԵՐԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԵՎ ԱՐՏԱՅԱՆՄԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՀԻՄՆԱՅԱՐՑԵՐ

20-րդ դարի երկրորդ կեսն առանձնանում է նրանով, որ երկրների բոլոր խմբերում էլ տեղի ունեցավ սոցիալ-տնտեսական էական զարգացումներ, իսկ դա բերեց նրան, որ երկրների միջև ձևավորվեցին միջազգային բազմակողմ տնտեսական կապեր, իսկ տնտեսական ինտեգրացման խորացումը հանգեցրեց տնտեսական փոխկախվածության ու փոխապայմանավորվածության: Դրա վառ ապացույցն է ԱՄՆ-ում սկսված ֆինանսական ճգնաժամը, որը վերածվեց համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի, սակայն ճգնաժամի հաղթահարման համար ևս ամենաճիշտ մոտեցումներից մեկն էլ տնտեսական կապերի ծավալումն է ու համագործակցությունը, առկա տնտեսական կապերի խորացումն ու ամրապնդումը: Հաշվի առնելով համաշխարհային տնտեսության զարգացման արդի միտումները՝ հարկ է ընդգծել, որ դրանք ամբողջությամբ պայմանավորված են տնտեսական կապերի բազմակողմ զարգացմամբ, որովհետև, ինչպես հայտնի է տնտեսական կապերով իրականացվում են հումքանյութային ռեսուրսների և վերջնական սպառման արտադրանքի արտահանումն ու ներմուծումը, կարգավորվում են պահանջարկի և առաջարկի խնդիրները, ապրանքային շուկայի փոփոխություններն ու կառուցվածքային տեղաշարժերը: Այդ գործընթացների ուսումնասիրությունը կապված է ապրանքների շուկայական իրացման այն գործոնների ու նախադրյալների կանխատեսման հետ, որոնք ձևավորվում են տնտեսական կապերի առկայության պայմաններում և հանդիսանում են ապրանքային շուկայի գնահատման չափանիշներ:

Միջտնտեսական կապերը ձևավորվում են երկրի համախառն ազգային և համախառն ներքին արդյունքների և ազգային եկամուտի ստեղծման, հիմնական ֆոնդերի ներդրման, ապրանքների շուկայական գների և աշխատավարձի, եկամուտների և ծախսերի, հարկերի և զուտ շահույթի հարաբերակցության պայմաններում: Միջազգային տնտեսական հարաբերությունները տնտեսական աճի հիմնական գործոններից է և այն որոշակի նախադրյալներ է ստեղծում նաև երկրի տնտեսությունը համաշխարհային տնտեսությանն ինտեգրելու համար: Սակայն, հարկ է ընդգծել, որ համաշխարհային տնտեսական գործընթացներին Հայաստանի տնտեսության ինտեգրացման ներկայիս ցածր մակարդակը նախ և առաջ պայմանավորված է նախկինում պետական տնտեսական փակ համակարգի մեջ լինելով: Բացի այդ Խորհրդային Միության փլուզումից հետո էլ Հայաստանը զգալիորեն կորցրեց իր տնտեսական հզորությունը, իսկ ազգային շուկայի սահմանափակ լինելը թելադրում է արտաքին շուկաներ մտնելու խիստ անհրաժեշտությունը, որի համար տնտեսական կապերի ձևավորումը միաժամանակ ենթադրում է ապրանքային շուկայի մի շարք ցուցանիշների կազմավորում, որոնք թույլ են տալիս որոշել ու բնութագրել պահանջարկի և առաջարկի հարաբերակցությունը, շուկայում իրացվող ապրանքատարության կառուցվածքը, դրա փոփոխության միտումներն ու ուղղությունները: Այդ ցուցանիշներին են վերաբերում ձեռնարկության շուկայի բաժինը տվյալ ապրանքների ծավալում, արտադրանքի մրցունակությունն արտադրանքի ծավալում, արտադրանքի սպառման կայունությունը, ինչպես նաև արտադրանքի արտահանման միտումները: Տնտեսական կապերի զարգացման հիմնական ուղիները համարվում են արտադրանքի արտահանումը, արտադրական կոոպերացիայի և ինտեգրացիայի ձևերի կարգավորումը, դրանց ճյուղային առանձնահատկությունները, համալիրների ստեղծումն ու գործունեության խնդիրների կոնկրետացումը:

Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ճգնաժամի պայմաններում, ինչպես մյուս երկրներում, այնպես էլ Հայաստանում կարող են էապես կրճատվել ապրանքաշրջանառության (արտահանման և ներմուծման) ծավալները, սակայն այստեղ անհրաժեշտ է որդեգրել ճիշտ տնտեսական քաղաքականություն և միջոցներն ուղղել այն ոլորտների զարգացմանը, որոնց արտադրանքը հետագայում կարող է դուրս գալ արտաքին շուկա և նպաստել մյուս ոլորտների զարգացմանը ևս՝ կատարելով լոկոմոտիվի դեր:

Արտահանման խնդիրների լուծման առաջին պայմանը թողարկվող արտադրանքի անվանացանկի և տեխնիկական մակարդակի բարձրացման տնտեսական գնահատումն է: Անվանացանկի հիմնավորումով պայմանավորվում են արտահանման հնարավոր տարբերակները, մյուսական ռեսուրսների ձեռքբերման հնավորությունները, ինչպես նաև արտահանման տեսակարար ծախսերի կրճատումը, սահմանային ծախսատարության և եկամտաբերության հարաբերակցության օպտիմալ մակարդակը:

Արտադրանքի արտահանման համար, որպես հիմնական չափանիշներ կարելի է ընդունել նրա տեխնիկական մակարդակը, մրցունակությունը, ռեսուրսների տնտեսումն ու դրանց սահմանային արդյունքի աճը: Ռեսուրսների օգտագործման եկամտաբերությունը որոշելիս անհրաժեշտ է նկատի ունենալ ռեսուրսների ձեռքբերման գների արագ փոփոխությունները, օգտագործման պարբերաշրջանի տևողությունը, ռեսուրսահատույցը, նրա մշակման յուրաքանչյուր պարբերաշրջանում՝ անթափոն և քիչ թափոնային վերամշակման եղանակների հնարավորությունները, արտադրանքի իրացումը՝ կատարյալ և անկատար շուկայական մրցակցության պայմաններում: Չեռնարկության արտադրանքի արտահանման կայունության նպատակով, ինչպես նաև արտադրանքի տեխնիկական մակարդակի կատարելագործման առումով ավելի է կարևորվում ինչպես մյուսական ռեսուրսների սահմանային եկամտաբերության բարձրացման, արտադրանքի իրացման գների կայունության, այնպես էլ արտահանման ներուժի ստեղծումը:

Մեզանում դեռևս ներմուծումն էապես գերազանցում է արտահանման ծավալներին: Հայաստանն այժմ տնտեսական կապեր է պահպանում 60 երկրի հետ և ինչպես հայտնի է արտահանման փոքր ծավալներով, որի շուրջ 80%-ը բաժին է ընկնում տասը երկրի (Ռուսաստան, Բելգիա, Գերմանիա, ԱՄՆ, Իրան Իսրայել, Թուրքմենստան, Շվեյցարիա, Ուկրաինա, Չինաստան), որոնց հետ տարեկան ապրանքաշրջանառությունը ևս բացասական հաշվեկշիռ ունի, իսկ արտահանվող ապրանքատեսակների անվանացանկը շատ փոքր է:

Արտահանման ծավալների աճը հաճախ պայմանավորվել է ոչ թե դրա բնափրային ցուցանիշների աճով ու կառուցվածքի բարելավումով, այլ այնպիսի հանքահումքային և մյուսական ռեսուրսների գների աճով, ինչպիսիք են պղնձի խտանյութը, ոսկին, ալմաստները և ոսկերչական իրերը: Արտահանման արժեքային ծավալի և բնափրային կառուցվածքի միջև ստեղծվել է էական հակադրություն, այն է՝ գնալով նվազում է վերջնական սպառման կարևոր ապրանքների՝ մեքենաների ու սարքավորումների արտահանումը: Այդ արտադրատեսակների արտահանման աճի համար որպես սկզբունքային նախադրյալ պետք է դառնա արտադրության ծավալի ավելացումը, որը հնարավոր է մի կողմից՝ տեղական հումքանյութային ռեսուրսների, մյուս կողմից՝ այլ ռեսուրսների ներմուծման պայմաններում: Այս դեպքում անհրաժեշտ է մշակել ներմուծման այնպիսի ծրագրեր, որոնք թույլ կտան պատասխանելու հետևյալ հարցերին՝ ինչպե՞ս ապահովել արտահանվող արտադրանքի ռեսուրսաապահովվածությունը, ի՞նչ ներմուծել, որտե՞ղից ներմուծել մյուսական ռեսուրսները, ինչպե՞ս որոշել մատակարարող ձեռնարկությունների ռեսուրսային կայունությունը երկար ժամանակահատվածի համար: Երկրորդը՝ որոշել արտահանման և ներմուծման ֆինանսավորման աղբյուրները, պետական վարկային ու հարկային արտոնությունները: Երրորդը՝ սահմանել արտահանման ու ներմուծման պետական պաշտպանվածությունը, դրանց ճյուղային գերակայելիության

ֆինանսավորման արտոնությունները և առանձին ճյուղերի արտադրանքի արտահանման կարողությունների ավելացման հնարավորությունները: Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ, եթե ՀՀ-ից մեքենաշինական առանձին արտադրատեսակների արտահանումն ու վաճառքը կատարվել է ԱՊՀ-ի երկրներում, ապա գինը մնացել է կայուն, իսկ այլ երկրների դեպքում նվազել է: Մի շարք ձեռնարկություններում ռեսուրսների օգտագործման սահմանային արդյունքի կրճատումն ավելի արագացել է այլ երկրների հետ կապված գործընթացի ժամանակ և ոչ թե ԱՊՀ-ի դեպքում: Հետևաբար անհրաժեշտ է հստակ որոշել, թե արտադրանքի արտահանման դեպքում ռեսուրսի ինչպիսի՞ քանակություն կարելի է օգտագործել, որպեսզի նրա սահմանային արդյունքը չնվազի: Ուսումնասիրությունների արդյունքում ավելի ակնհայտ դարձավ, որ ձեռնարկության սահմանային եկամտաբերությունը դեռևս համեմատաբար ավելի բարձր է լինում, երբ արտադրանքն իրացվում է ԱՊՀ-ի երկրներում:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում անհրաժեշտ է որոշել նաև ռեսուրսի պահանջի վրա ազդող գործոնները: Այդ նպատակով նախապես պետք է որոշել, թե այս կամ այն ռեսուրսի գնի փոփոխությունն ինչպես է անդրադառնում պատրաստի արտադրանքի գնի վրա:

Հետազոտության արդյունքներից պարզ է դառնում, որ եթե ճյուղի պատրաստի արտադրանքի շուկայական գինը մնում է անփոփոխ, ռեսուրսի պահանջի գումարը մնում է հաստատուն և հավասարվում է ճյուղի բոլոր ձեռնարկությունների ռեսուրսների պահանջի գումարին, իսկ եթե ռեսուրսի գնի փոփոխության հետևանքով արտադրանքի գինն իջնում է, ապա ռեսուրսի ճյուղային պահանջը ճյուղի ձեռնարկության ընդհանուր պահանջից լինում է փոքր: Այդ փոփոխությունների վրա ազդում են մի շարք գործոններ, մասնավորապես.

1. Ռեսուրսի սահմանային եկամտի փոփոխումը, եթե սահմանային եկամուտը կրճատվում է դանդաղ, ապա ռեսուրսի պահանջը մնում է հարաբերական առաձգական և ընդհակառակը, եթե եկամտի անկման արագությունը բարձր է, ապա ռեսուրսի պահանջարկն առաձգական չէ:
2. Ռեսուրսի առաձգականությունը կլինի բարձր, երբ նրա տեսակարար կշիռը բոլոր ծախսերի մեջ ամենամեծն է, բացի այդ ռեսուրսի առաձգականությունը կախված է նաև պատրաստի արտադրանքի շուկայական կառուցվածքից, իսկ եթե արտադրանքը մրցունակ է, ապա ռեսուրսի առաձգականությունը բարձր է: Ռեսուրսի առաձգականությունը կլինի բարձր, եթե արտադրանքի անվանացանկի նորացման տեմպերը բարձր են և համապատասխանում են մրցունակության պահանջներին, և արտադրանքն արտահանվում ու իրացվում է կատարյալ մրցակցային շուկայում:

Ձեռնարկության արտադրանքի արտահանման վերաբերմունքը շուկայի նկատմամբ կարող է արտահայտվել ոչ միայն գների, այլև արտադրանքի անվանացանկի ընտրության միջոցով, եթե դա ապահովում է մրցակցության բարձր աստիճան:

Այս դեպքում ձեռնարկության արտադրանքի անվանացանկի ընտրության և արտահանման հիմնավորման համար անհրաժեշտ է կիրառել հետևյալ սկզբունքներն ու մոտեցումները.

1. Արտադրանքի բնեղեն քանակությունը և աճի տեմպերը:
2. Արտադրական ներդրումների ծավալը և ուղղությունը:
3. Արտադրատեխնիկական պարամետրերը և դրանց համադրումը միջազգային ստանդարտի նորմերին:
4. Արտադրանքի իրացման շուկաները:
5. Նյութական ռեսուրսների օգտագործման ծավալը և պարբերաշրջանային մշակման արագությունը:
6. Արտադրանքի շուկայական իրացման շահութաբերությունը:

7. Ռեսուրսների սահմանային օգտագործման ծավալը և դրանց ձեռքբերման ֆինանսական աղբյուրները:
8. Արտադրանքի մրցունակությունը և արտահանման ծավալը:
9. Արտադրանքի պարբերաշրջանի կրճատման սահմանները:
10. Արտադրանքի կազմի նորացման և արդիականացման հնարավորությունները:
11. Արտադրության հետագա վերապրոֆիլավորման ուղղությունները:
12. Արտադրանքի սպառման ոլորտները և նշանակությունը:
13. Գների փոփոխության հավանականությունը:
14. Շուկաների հատվածավորումը և գովազդը:
15. Տեսակարար ծախսատարության մակարդակի համեմատությունը միջազգային լավագույն նորմերի հետ:
16. Արտադրական ներուժի օգտագործումը և կոոպերացիայի ընդլայնումը:
17. Սպառողների կայունությունը և կառուցվածքը:
18. Արտադրության էկոլոգիական պահպանվածությունը:

Արտադրանքի անվանացանկի և արտահանման տարբերակների ընտրության նախադրյալների ստեղծումը ռեսուրսների օգտագործման արդյունավետության հիմնական պայմաններից մեկն է: Դրա լուծումը հնարավոր է առանձին ճյուղերի ու ձեռնարկությունների մակարդակով տարբեր աստիճաններով և փուլերով՝ հաշվի առնելով ռեսուրսների օգտագործման առաջադրանքները, որոնք անհրաժեշտ է իրականացնել հետևյալ նպատակներով: Նախ, պետք է պահպանել սերիական և մասսայական վերջնական օգտագործման արտադրանքի մրցունակությունը և թողարկման կայունությունը, հետևապես դրա իրացումը ներքին և արտաքին շուկաներում:

Երկրորդ՝ նպատակահարմար է ստեղծել արտադրության նյութաապահովվածության անհրաժեշտ նախադրյալներ, ապահովել արտադրական ծախսերի խնայողությունը, հասնել ռեսուրսների տնտեսման առաջադիմական բացարձակ և տեսակարար ծախսատարության իջեցման կայուն տեմպերի:

Երրորդ՝ անհրաժեշտ է իրականացնել նյութերի տեսակարար տնտեսման մակրո և միկրո մակարդակի նպատակային ծրագրերի ներդրումը: Այս նպատակը պետք է իրականացվի արտադրանքի տեխնիկական մակարդակի բարձրացման և նյութատեխնիկական նախադրյալների ստեղծման հիման վրա:

Ռեսուրսների տնտեսման միկրոտնտեսական մոտեցումը, որպես արդյունաբերության մրցունակության ապահովման կարևոր պայման, պետք է ենթադրի արտադրության տեխնիկատեխնոլոգիական պլանավորման նոր մեթոդների ներդրում՝ հաշվի առնելով արդյունաբերության ներճյուղային, միջճյուղային կապերի ազդեցությունն արտադրության կառուցվածքի փոփոխության, ռեսուրսների արդյունավետ օգտագործման և արտահանման վրա: Այդ առումով նման մոտեցումներն ու սկզբունքները պետք է ապահովեն նախ՝ արտադրանքի անվանացանկի տեղաշարժերի ճիշտ ընտրությունը և ձեռնարկության ռեսուրսատեխնոլոգիական զարգացման պլանավորումը: Երկրորդ՝ նյութական ռեսուրսների ճյուղային բաշխման, գնագոյացման և արդյունավետության հիմքերի ստեղծումը:

Ճիշտ է, արտադրության կառուցվածքային տեղաշարժերի և ռեսուրսների բաշխման ու օգտագործման նկատմամբ համալիր մոտեցումը ենթադրում է արտադրանքի արտահանման և շուկայական իրացման հնարավորությունների ստեղծում, սակայն այդ տեղաշարժերի դեպքում անհրաժեշտ է հիմնվել արտադրության տեխնիկական մակարդակի և արտադրանքի պահանջարկի, իսկ ռեսուրսների դեպքում՝ դրանց պահանջարկի սահմանափակման, փոխադարձ փոխարինման, համալիր օգտագործման հնարավորությունների վրա: Այսպիսով, արտադրանքի անվանացանկի և արտահանման տարբերակի ընտրությունը տնտեսական

կապերի զարգացման հնարավորությունների կանխատեսումն է, որը ենթադրում է նախ՝ ձեռնարկության տեխնիկայի և տեխնոլոգիայի նպատակային ներդրում՝ ռեսուրսների օգտագործման, արտադրանքի թողարկման և շուկայական իրացման ուղղությամբ:

Երկրորդը՝ ձեռնարկության ամբողջ գործունեության ծրագրավորումն ու կոորդինացումն է, սպառողների կարիքների բավարարումը՝ ուղղված ամենաարդյունավետ ռեսուրսների բաշխման, արտադրանքի կառուցվածքային նպատակադրված խնդիրների լուծման համար: Անվանացանկի ընտրության մարքեթինգն անհրաժեշտ է թողարկվող արտադրանքի գնագոյացման, նոր շուկայական միջավայր ստեղծելու, աճող շուկաներին մասնակցելու, կառուցվածքային տեղաշարժերի իրականացման, մրցունակության նախադրյալների ստեղծման և արտահանման ներուժի գնահատման համար:

Այսպիսով, ճյուղի և ձեռնարկության արտադրանքի արտահանման ներուժի զարգացման հիմնական պայմաններին վերաբերում են նախ՝ արտադրության տեխնիկական բարձր մակարդակը, որի համար անհրաժեշտ է նկատի ունենալ այն ներդրումների ծավալը, որոնք պետք է օգտագործվեն նոր արտադրանքի անվանացանկի թողարկման ապահովման և նրա տեխնիկական մակարդակի ձևավորման համար: Փորձը ցույց է տվել, որ արտահանման ներուժի ստեղծումը ենթադրում է տեխնիկատնտեսական բարդ խնդիր, որի լուծումը պահանջում է հաշվի առնել նաև այն հանգամանքը, որ արտահանման տվյալ պայմաններում ձեռնարկության հաստոցային համակազմի օպտիմալ կառուցվածքը սարքավորումների տեսակների ավելացման հետ փոփոխվում է ավելի արագ, քան արտադրանքի տեխնիկական մակարդակը, այն դեպքում, երբ արտադրանքի մրցունակության նկատմամբ ավելի մեծ պահանջներ են ներկայացնում, քան սարքավորումների օգտագործման նկատմամբ: Արտահանման զարգացման երկրորդ պայմանը դրա մակրոմակարդակի պետական տնտեսական քաղաքականությունն է, որը ենթադրում է.

1. Արտահանման կառուցվածքի բարելավման հանրապետական նպատակային ծրագրերի մշակումը և կիրառումը:
2. Մեքենաշինական տարբեր կշռի և չափերի արտադրանքի առանձին խմբերի արտահանման տարակարգերի սահմանումը:
3. Համատեղ արտադրությունների համակարգում արտասահմանյան ներդրումների ներգրավումը:
4. Մեքենաշինական արտադրանքի արտահանման խթանման նպատակով պետբյուջեի հաշվին փոխհատուցել տրանսպորտային այն ծախսերը (2-3 տարի ժամկետով), որոնք ազդում են արտահանման մրցունակության վրա:
5. Արտահանման պետական հովանավորումն իրականացնել բյուջետային միջոցների հաշվին և ապահովագրել ձեռնարկությունների ներդրումային այն միջոցները, որոնք նախատեսված են արտահանման համար:
6. Կազմակերպել փոքր և միջին ձեռնարկությունների արտադրանքի արտահանման ֆինանսաարդյունաբերական ֆիրմաներ, մշակել արտահանման գործարար-ծրագրեր:
7. Սահմանել որոշակի արտոնություններ արտահանման շահութահարկի նկատմամբ:
8. Սահմանել վարկի արտոնություն, եթե այդ ներդրումների ներգրավման դեպքում ստացված շահույթը օգտագործվում է արտահանման ընդլայնման նպատակով:
9. Մեքենաշինական արտադրանքի առանձին խմբերի արտահանումը խթանելու նպատակով դրանք ազատել արտահանման անուղղակի հարկերից՝ հաշվի առնելով արտադրանքի թողարկման համակարգում տեղական բնական ռեսուրսների օգտագործումը, իսկ արտահանման համակարգում՝ սպառման և արտահանման շահութահարկի կայունությունը:

Երրորդ պայմանն արտահանման ենթակա արտադրանքի թողարկման կազմակերպումն է, որը ենթադրում է.

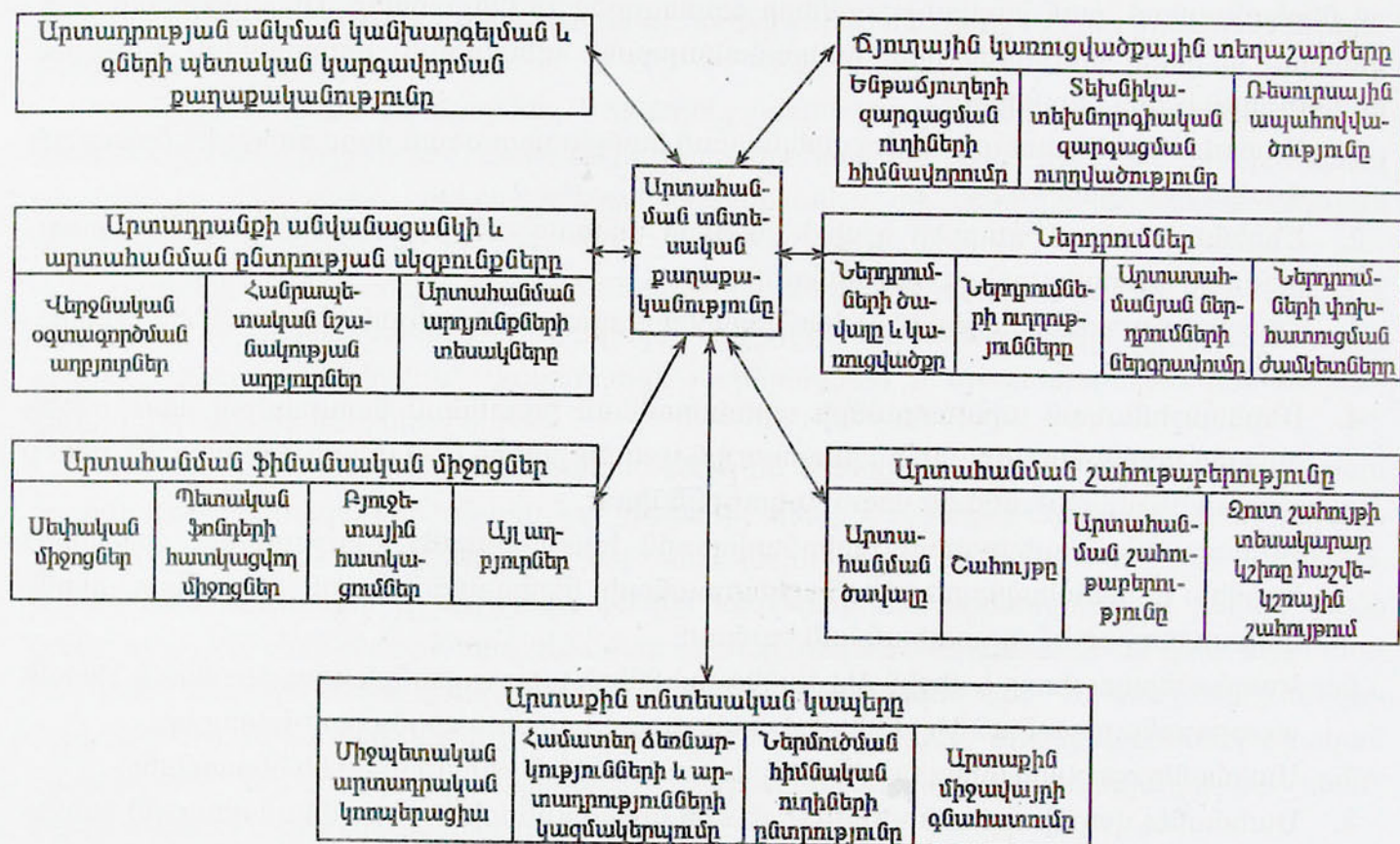
- Թողարկվող արտադրանքի անվանացանկի կառուցվածքի համապատասխանությունն արտահանման ընթացիկ ռազմավարական պահանջներին:
- Գիտատար արտադրանքի արտահանման ծրագրավորումը՝ կապված արտադրության տեխնիկատեխնոլոգիական զարգացման մակարդակի փոփոխության հետ:
- Գիտատար արտադրանքի թողարկման և արտահանման փոքր ու միջին բիզնեսի կազմակերպումը:

Չորրորդ պայմանն արտահանվող արտադրանքի ստանդարտացման և սերտիֆիկացման կարգավորման միջազգային նորմերի կիրառումն է, որը ենթադրում է մեքենաշինական արտադրանքի սերտիֆիկացումն իրականացնել ըստ արտահանվող արտադրանքի տեխնիկական պարամետրերի, նորմատիվատեխնոլոգիական փաստաթղթերի ու տեխնիկական պարամետրերի ֆունկցիաների:

Արդյունաբերության արտադրանքի արտահանման մակրոտնտեսական կառավարման մեխանիզմը կատարելագործելու նպատակով առաջարկում ենք կիրառել մեր կողմից մշակված արտահանման տնտեսական քաղաքականության և նրա խթանման կազմակերպման հետևյալ սխեմատիկ մոդելները (գծապատկերներ 1 և 2):

Գծապատկեր 1

Արտահանման տնտեսական քաղաքականության մոդելը



Արտահանման խթանման կազմակերպման մոդելը

