



*Հեղափոխության խմբի ղեկավար՝
ԹԱԹՈՒԼ ՄԿՐՏՉՅԱՆ
յնպեսագիտության դոկտոր, դոցենտ*

*Հեղափոխության խմբի անդամներ՝
ԶԱՐՈՒՀԻ ՄԵԼՔՈՒՄՅԱՆ
յնպեսագիտության թեկնածու, սախարենտ
ԳՈՒՐԳԵՆ ՕՀԱՆՅԱՆ*

*յնպեսագիտության թեկնածու, սախարենտ
ՎԱԶԳԵՆ ՊՈՂՈՍՅԱՆ*

*ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի սապիրանտ
ԼՈՒՍԻՆԵ ԽԱԶԻԿՅԱՆ*

*ՀՊՏՀ «Բանկային գործունեության կազմակերպում»
մասնագիտության մագիստրոս*

ՀՀ ՑՈՐԵՆԻ ԵՎ ԱԼՅՈՒՐԻ ՇՈՒԿԱՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ

DOI: 10.52174/978-9939-61-227-0

Ե Ր Ե Վ Ա Ն

«ՏՆՏԵՍԱԳԵՏ» ՀՐԱՏԱՐԱԿՉՈՒԹՅՈՒՆ

2021

ՀՏԳ 339.13
ԳՄԳ 65.42
Հ 247

*Հրատարակության է կրաշխավորել
ՀՊՏՀ գիտական խորհուրդը*

Մասնագիտական խմբագիր՝
Հախվերդյան Գ.
տ.գ.դ., պրոֆեսոր

Գրախոսներ՝ **Մելքումյան Մ.**
տ.գ.դ., պրոֆեսոր
Ավագյան Մ.
տ.գ.թ., դոցենտ

Խմբագրական խորհուրդ՝
Դ. Գալոյան
տ.գ.դ., պրոֆեսոր
Թ. Մկրտչյան
տ.գ.դ., դոցենտ
Դ. Հախվերդյան
տ.գ.դ., պրոֆեսոր
Գ. Նազարյան
տ.գ.թ., դոցենտ

Հ 247 **ՀՀ ցորենի և այլորի շուկաների հետազոտություն / Թ. Մկրտչյան և ուրիշներ. - Եր.: Տնտեսագետ, 2021.- 102 էջ.- («Ամբերդ» մատենաշար 41):**

Սույնը հետազոտությունը նվիրված է ՀՀ ցորենի և այլորի շուկաների ուսումնասիրությանը, այդ շուկաներում տիրող մրցակցային իրավիճակի և ոլորտի զարգացման վրա արտաքին գործոնների ազդեցության գնահատմանը, ցորենի և այլորի գնագոյացման կառուցակարգերի և տվյալ ապրանքային շուկաներում մրցակցության ապահովման պետական քաղաքականության արդյունավետության բարձրացման հնարավորությունների բացահայտմանը:

Հերազոտությունն իրականացվել է ՀՀ մրցակցության պաշտպանության հանձնաժողովի հետ համատեղ՝ ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հերազոտության կենտրոնի և հանձնաժողովի համագործակցության շրջանակներում:

ՀՏԳ 339.13
ԳՄԳ 65.42

ISBN 978-9939-61-227-0

© «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոն, 2021 թ.
© «Տնտեսագետ» հրատարակչություն, 2021 թ.

Ներածություն	5
Ոլորտի ընդհանուր նկարագիրը.....	9
Գլուխ 1. «ՊԱՐԵՆԱՅԻՆ ՑՈՐԵՆ» ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՒԹԱԳՐԻՉՆԵՐԸ ԵՎ ՕՐԵՆՍԳՐԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ	
1.1. «Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ընդհանուր նկարագիրը.....	11
1.2. Ապրանքային շուկայի կառուցվածքը և ծավալները.....	15
1.3. Ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը.....	23
1.4. Պարենային ցորենի ձեռքբերման գները և ինքնարժեքը.....	24
1.5. Պարենային ցորենի և ցորենի այլուրի շրջանառության ոլորտի իրավական կարգավորումը.....	34
Գլուխ 2. «ՑՈՐԵՆԻ ԱԼՅՈՒՐ» ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՒԹԱԳՐԻՉՆԵՐԸ	
2.1. «Ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի ընդհանուր նկարագիրը.....	39
2.2. Ապրանքային շուկայի կառուցվածքը և ծավալները.....	41
2.3. Ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը.....	45
2.4. Ցորենի այլուրի արտադրության և իրացման ամբողջական շղթան ...	46
2.5. Այլուրի ինքնարժեքը և իրացման գները.....	52
Գլուխ 3. ՑՈՐԵՆԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԳՆԵՐԻ ԿԱՆԽԱՏԵՍՈՒՄ՝ ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՏԱՐԲԵՐ ՍՅԵՆԱՐՆԵՐԻ ՊԱՐԱԳԱՅՈՒՄ	
3.1. Ցորենի համաշխարհային շուկայի զարգացման միտումները 2015-2020 թթ.	60
3.2. Ցորենի միջազգային գների կանխատեսում.....	63
Եզրակացություն	67
Օգտագործված գրականության ցանկ	72
Հավելվածներ	74
Համառոտագրեր	78

Տնային տնտեսությունների ծախսերի կառուցվածքում պարենամթերքի վրա կատարվող ծախսերի մասնաբաժինը ՀՀ-ում բավական մեծ է (որպես կանոն, այդ մասնաբաժինը նվազում է հասարակության եկամուտների աճին զուգընթաց), ինչով էլ պայմանավորված է սպառողների խիստ զգայունությունը սննդամթերքի շուկաների և դրանցում տեղի ունեցող գնային տատանումների նկատմամբ: Այն առավել ցայտուն է արտահայտվում հատկապես ամենօրյա սպառում ենթադրող առաջնային անհրաժեշտության պարենային ապրանքների դեպքում, ինչպիսիք են այուրը (ցորենը) և դրա հիմքի վրա պատրաստված այլ պարենային ապրանքները, քանի որ վերջիններիս սպառումը զգալի ազդեցություն ունի ՀՀ բնակչության ընտանեկան բյուջեի վրա: Այս ամենը, ինչպես նաև ՀՀ մի շարք պարենային շուկաներում առկա կենտրոնացվածության միջին կամ բարձր մակարդակը, հաճախ առաջ են բերում նշված ապրանքների գնագոյացման կամ գների փոփոխությունների հիմնավորվածության նկատմամբ հասարակական անվստահություն: Ըստ այդմ՝ անհրաժեշտություն է առաջանում պարզելու, թե որոնք են նշված ապրանքների գնագոյացման գործոնները և որքանով են հիմնավորված դրանց գների փոփոխությունները:

Այս համատեքստում կարևորվում են հատկապես ցորենի և այուրի շուկաներում մրցակցային միջավայրի ապահովման խնդիրները՝ պայմանավորված այն հանգամանքով, որ նախ, ցորենն ու այուրը ռազմավարական նշանակության ապրանքներ են, որոնց գների փոփոխություններն անմիջական ազդեցություն են ունենում բնակչության մեծ մասի սպառման ծավալների և կառուցվածքի վրա, և, բացի դրանից, ցորենն ու այուրը համարվում են «գին գոյացնող ապրանքներ», քանի որ վերջիններիս գները որոշիչ են բազմաթիվ այլ ապրանքների գնագոյացման գործընթացում: Մյուս կողմից, նշված ապրանքային շուկաները ՀՀ-ում ավանդաբար ունեցել են կենտրոնացման բարձր մակարդակ, ուստի գերիշխող դիրք ունեցող սուբյեկտները, ելնելով իրենց շուկայական իշխանությունից, ի գորու են առաջացնել գնային չհիմնավորված տատանումներ: Այս հիմնախնդիրների վերաբերյալ ամբողջական և լիարժեք պատկերացում կազմելու, ինչպես նաև կարգավորման ուղիներ առաջադրելու համար անհրաժեշտ է իրականացնել նշված շուկաների ուսումնասիրություն:

Այսպիսով, ՀՀ ցորենի և այուրի շուկաների մրցակցային իրավիճակի համալիր ուսումնասիրությունը, շուկայի մասնակիցների մասնաբաժինների և կենտրոնացվածության աստիճանի գնահատումը 2015-2019 թթ., գերիշխող դիրքի չարաշահումների և հակամրցակցային գործողությունների բացահայտումն ու ոլորտում մրցակցության ապահովման պետական քաղաքականու-

թյան արդյունավետության բարձրացման առաջարկությունների մշակումը նախանշվել են որպես սույն **հետազոտության հիմնական նպատակներ**:

Նշված նպատակներից ելնելով՝ առաջադրվել են հետազոտության հիմնական խնդիրները.

- ցորենի և այլորի շրջանառության ոլորտներում ապրանքային շուկաների աշխարհագրական և ապրանքատեսակային սահմանների որոշում,
- ապրանքային շուկաների սուբյեկտների կազմի, կենտրոնացվածության աստիճանի որոշում, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների բացահայտում,
- ցորենի և այլորի շրջանառության ոլորտներում գոյություն ունեցող մրցակցային հնարավոր խնդիրների բացահայտում,
- ոլորտը կարգավորող իրավական դաշտի ուսումնասիրություն, իրավական կարգավորումներում առկա հնարավոր խոչընդոտների բացահայտում,
- ցորենի և այլորի արտադրության ու իրացման ամբողջական շղթաների, գնագոյացման կառուցակարգերի ուսումնասիրություն,
- դիտարկվող շուկաների զարգացման վրա ազդող արտաքին գործոնների բացահայտում և դրանց ազդեցության գնահատում,
- սահմանված շուկաներում մուտքի այլ հնարավոր խոչընդոտների բացահայտում,
- ոլորտում մրցակցության ապահովման պետական քաղաքականության արդյունավետության բարձրացմանն ուղղված միջոցառումների առաջադրում:

Հետազոտության համար որպես վիճակագրական աղբյուր ծառայել են ցորենի համաշխարհային արտադրության, սպառման, ամևտրի, համաշխարհային պաշարների և միջազգային գների վերաբերյալ ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպության (Food and Agriculture Organization (FAO)) տեղեկատվական աղբյուրները, ՀՀ ցորենի ու այլորի արտադրության և ներմուծման ծավալների, գների վերաբերյալ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի և ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի տեղեկատվական շտեմարանները, ինչպես նաև՝ ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի (այսուհետ՝ ՏՄՊՊՀ) տարբեր տարիների հրապարակումները: Տեղեկատվական զգալի բազա են ապահովել նաև սույն հետազոտության շրջանակում իրականացված այլորի արտադրությամբ զբաղվող խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտների հարցման արդյունքները: Հարցվող տնտեսավարողների կազմի և քանակի ընտրությունը կատարվել է ըստ դիտարկվող ոլորտում զբաղեցրած դիրքի առաջատարության սկզբունքի՝ հիմք ընդունելով ՀՀ հարկային ծառայության կողմից հրապարակված 2019 թ.

հունվար-դեկտեմբեր ամիսների ընթացքում 1000 խոշոր հարկատուների ցանկը¹:

Ինչ վերաբերում է վերլուծություններում օգտագործված ցուցանիշների հաշվարկման մեթոդաբանությանը, ապա ցորենի համաշխարհային արտադրության ծավալներն արտացոլված են օրացուցային տարվա համար, իսկ ամբողջական առաջարկը ներառում է թողարկումը և անկա պաշարները՝ տարվա սկզբում: Մյուս կողմից՝ քանի որ ցորենի համաշխարհային առևտրի վերաբերյալ ցուցանիշները հաշվարկվում և ներկայացվում են հուլիս-հունիս մարքեթինգային տարվա կտրվածքով, ուստի հնարավոր է, որ առաջանան համաշխարհային ամբողջական առաջարկի և սպառման տարբերություններ՝ պայմանավորված առանձին երկրներում մարքեթինգային սեզոնների տարբերությամբ, որոնք, սակայն, տարվա կտրվածքով դիտարկելու արդյունքում հարթվում են: Այսպիսով, ցորենի համաշխարհային առաջարկի և սպառման (պահանջարկի) փոխազդեցությամբ ձևավորված համաշխարհային գնի փոփոխությունները դիտարկվել են որպես ցորեն արտադրող բոլոր երկրների, այդ թվում՝ ՌԴ-ի արտահանման գների փոփոխության ընդհանուր թրենդ: Այն ՀՀ-ի համար էական հետաքրքրություն է ներկայացնում, քանի որ ՀՀ-ում ցորենի և այլուրի գները ձևավորվում և փոփոխվում են՝ ՌԴ արտահանման գների փոփոխություններով պայմանավորված:

Ըստ էության, ցորենն ու այլուրը ՀՀ-ում և՛ արտադրվում, և՛ ներմուծվում են, ուստի նշված ապրանքատեսակների գծով հանրապետության առաջարկը ձևավորվում է տեղական արտադրության և ներմուծման հաշվին (ներմուծումը ներառում է ցորենի և այլուրի բոլոր տեսակների ներմուծման ծավալները): Ընդ որում, ցորենի և այլուրի ներմուծման ծավալները նույնպես արտացոլված են օրացուցային տարվա կտրվածքով:

Ապրանքային շուկաների ծավալն ու ընկերությունների շուկայական մասնաբաժինները հաշվարկելու համար ցորենի և այլուրի տեղական արտադրության (ցորենի դեպքում՝ հանած արտահանման աննշան ծավալները), ներմուծման ընդհանուր ծավալի և տարեսկզբին չիրացված (չօգտագործված) մնացորդի հանրագումարից հանվել է ընկերությունների կողմից չիրացված (չօգտագործված) ցորենի մնացորդը տարվա վերջում և ստացված արդյունքի նկատմամբ որոշվել յուրաքանչյուր ընկերության ունեցած տեսակարար կշիռը: Թե՛ ամբողջական առաջարկի, թե՛ շուկայական մասնաբաժինների հաշվարկներում այլուրի արտահանումը չի դիտարկվել, քանի որ ՀՀ-ից այլուր ընդհանրապես չի արտահանվում, իսկ ցորենի արտահանումն աննշան է, որը հանվել է արտադրության ծավալներից:

Այսպիսով, ցորենի միջազգային (ՌԴ) գներն ընդունելով որպես ներծին (էնդոգեն) փոփոխականներ՝ ճշտված ԱՄՆ դոլարի փոխարժեքով (քանի որ ՌԴ-ից ցորենը ձեռք է բերվում ԱՄՆ դոլարով), հաշվարկվել է Հայաստա-

¹ <https://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=tsTILlists>

նում ցորենի միջին գինը, որը ներառել է փոխադրման, պահպանման ծախսերն ու հարկերը և որի հիման վրա հաշվարկվել է նաև այլուրի միջին գինն ու գնահատվել ՌԴ ցորենի գներից վերջինիս կախվածության աստիճանը:

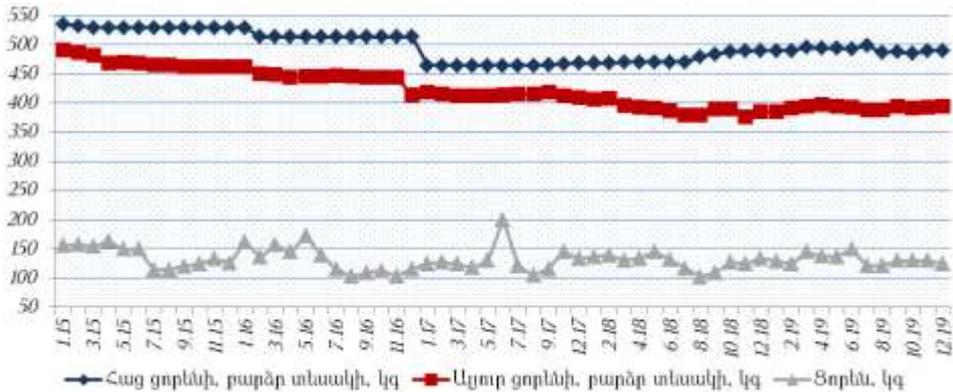
Տետագոտության ընթացքում էկոնոմետրիկ և վիճակագրական գործիքների օգնությամբ նկարագրվել են ցորենի համաշխարհային շուկայի զարգացումները, գնահատվել են համաշխարհային պահանջարկի և այլ կարևորագույն գործոնների ազդեցությունները գների տատանումների վրա, վերհանվել են մեր տնտեսությունում նշված ապրանքախմբի գների շեղումները համաշխարհային գների շարժընթացից (նաև՝ ժամանակի մեջ, լազի տևողությամբ), բացահայտվել են պատճառները, ինչպես նաև կատարվել են բազմաթիվ այլ վերլուծություններ: Հավաքագրված տվյալների մշակումը հիմնականում իրականացվել է Eviews ծրագրային փաթեթի օգնությամբ:

Հաշվի առնելով, որ այլուրի շուկայում առավել խոշոր ընկերություններ են «Բադրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանուլ» ՍՊ ընկերությունները², աշխատանքում առանձին անդրադարձ է կատարվել այս ընկերությունների վարքագծին: Սակայն հետազոտության մեջ օգտագործվել է նշված ընկերությունների մասով առևտրային գաղտնիք հանդիսացող տեղեկատվություն, որը հրապարակման ենթակա չէ, ուստի հետազոտության սույն՝ հրապարակման ներկայացված փաստերակում փակ է:

² Նախկինում՝ համապատասխանաբար «Ալեքս Հոլդինգ» և «Մանանա Գրեյն» ՍՊ ընկերություններ:

ՈԼՈՐՏԻ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ՆԿԱՐԱԳԻՐԸ

Հանրապետությունում այլուրի և հացի գների տատանումներն էականորեն պայմանավորված են ցորենի գների փոփոխություններով, քանի որ այլուրի գինը կազմում է հացի ինքնարժեքի շուրջ 60%-ը, իսկ ցորենն էլ իր հերթին այլուրի ինքնարժեքի շուրջ 80%-ն է (գծապատկեր):



Գծապատկեր

Ցորենի, այլուրի և հացի միջին ամսական գների շարժընթացը
ՀՀ-ում 2015-2019 թթ.

«Ցորենի հացը» հանրապետության սպառողական զամբյուղում ամենամեծ տեսակարար կշիռ ունեցող ապրանքային խմբերից է (4.7%)³, եթե դրան հավելենք նաև «ցորենի այլուր» և «լավաշ» ապրանքային խմբերի տեսակարար կշիռները, ապա գումարային ազդեցությունը զամբյուղի վրա կկազմի 6.4%, ինչը մշտապես էական ազդեցություն է ունենում ընդհանուր սպառողական զամբյուղի գների շարժընթացի վրա: Հետևաբար, այդ ապրանքային շուկաներում գների փոփոխությունները հանրային ուշադրության կենտրոնում են:

Բացի դրանից, այդ ապրանքային շուկաներում տեղի ունեցող գործընթացներն արձագանք են ունենում նաև այլ շուկաներում, քանի որ ցորենն ու այլուրը «գին գոյացնող» ապրանքներ են, և դրանց գների փոփոխություններն ուղղակի կամ անուղղակի ազդեցություն են ունենում այլ ապրանքների գների վրա: Եվ վերջապես, ցորենն ու այլուրը ռազմավարական նշանակության ապրանքներ են և ցանկացած երկրի պարենային անվտանգության ապահովման կարևորագույն բաղկացուցիչը:

³ ՀՀ սպառողական զամբյուղի մեջ ունեցած կշռով բարձր տեսակի ցորենի հացը երրորդն է (4.7%) էլեկտրաէներգիայի և բնական գազի դիմաց վճարումներից հետո, իսկ սննդամթերք և ոչ ալկոհոլային խմիչքներ (ներառյալ ոգելից խմիչք և ծխախոտ) խմբում հացի կշիռը կազմում է շուրջ 21.3%:

ՀՀ բնակչության կողմից սպառվող այլուրի գերակշիռ մասն ապահովվում է տեղական արտադրության հաշվին, մինչդեռ, վերջինիս հումք հանդիսացող ցորենի (պարենային ցորեն) նկատմամբ պահանջարկը հիմնականում բավարարվում է ներմուծման հաշվին:

2019 թ. ՀՀ-ում ցորենի ընդհանուր առաջարկում ներմուծման մասնաբաժինը կազմել է 75.3%, ներքին արտադրության ցորենն ապահովել է ընդամենը ցորենի 24,7%-ը:

Դիտարկվող ժամանակահատվածում (2019 թ.) այլուրի արտադրությունը հիմնականում իրականացվում է ներմուծված ցորենով, քանի որ արտադրված ցորենն իր որակական հատկանիշներով տարբերվում է ներմուծվածից (ՀՀ-ում այլուրի ընդամենը 10%-ն է ապահովվում՝ ի հաշիվ տեղական արտադրության ցորենի):

Լեռնաբար, ներմուծված պարենային ցորենի ձեռքբերման գներն էական ազդեցություն են ունենում այլուրի, ինչպես նաև հացի ու հացամթերքի գների վրա:

Վերոգրյալի հաշվառմամբ, «պարենային ցորեն» և «այլուր» ապրանքային շուկաներն ուսումնասիրվել են որպես երկու փոխկապակցված և միմյանց վրա էական ազդեցություն ունեցող շուկաներ՝ կարևորելով դրանցում գործունեություն իրականացնող միևնույն տնտեսավարող սուբյեկտների դերը միաժամանակ երկու ապրանքային շուկաներում:

«ՊԱՐԵՆԱՅԻՆ ՅՈՐԵՆ» ԱՊՐԱՆՔԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ԲՆՈՒԹԱԳՐԻՉՆԵՐԸ ԵՎ ՕՐԵՆՍԴՐԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՈՒՄԸ

1.1 «Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ընդհանուր նկարագիրը

Ցորենը (Triticum), ըստ բուսաբանական դասակարգման, բաժանվում է 22 տեսակի: Արդյունաբերական նշանակություն ունեն երկու տեսակները՝ փափուկը և կարծրը: Փափուկ ցորենը (Triticum aestivum) ամենատարածված տեսակն է, որը հայտնի է նաև որպես հացի ցորեն: Սովորաբար այս տեսակը հարուստ է սպիտակուցներով և սոսնձանյութով: Կարծր ցորենը (Triticum durum) հայտնի է հացահատիկի հատուկ կարծրությամբ, սպիտակուցի մեծ պարունակությամբ, դեղին գույնով, հաճելի հոտով, հացաբուլկեղենի և մակարոնեղենի արտադրության համար նախատեսված բարձր որակական հատկանիշներով: Ամեն տարի աշխարհում արտադրվում է 25-ից 30 միլիոն տոննա կոշտ ցորեն, ինչը կազմում է ցորենի համաշխարհային արտադրության 4%-ը:

Կարծր ցորենում բարձր է սպիտակուցի պարունակությունը: Օսլայի հատիկները բյուրեղաձև են և ցորենն աղալու ընթացքում չեն քայքայվում: Իսկ փափուկ ցորենն ունի փափուկ էնդոսպերմ և օսլայի հատիկներն աղալու ընթացքում քայքայվում են:

Սոսնձանյութի պարունակությունը սոսնձի հում պարունակության և սպիտակուցի ընդհանուր պարունակության հարաբերությունն է: Այս ցուցանիշը բնութագրում է այլուրի որակը, որը պատրաստվում է ցորենի տարբեր դասերից: Որոշ ստանդարտների համաձայն՝ հացահատիկը պետք է պարունակի 18-ից 28% սոսնձանյութ: Պարարտանյութերը և բույսերի պաշտպանության միջոցներն ուղղակիորեն ազդում են այս ցուցանիշի վրա: Որքան բարձր է ցորենի դասը, այնքան մեծ է սոսնձանյութան ցուցանիշը:

Սովորաբար հացաթխման այլուրը ստանում են փափուկ ցորենի, իսկ մակարոնային այլուրը՝ կարծր ցորենի այլուրից: Կարծր ցորենից ստացված այլուրը որոշակի հարաբերակցությամբ խառնվում է փափուկ ցորենի այլուրին, որի շնորհիվ բարձրանում է հացի որակը: Ցորենի հատիկը պարունակում է մեծ քանակությամբ սպիտակուցներ, որոնց մարսելիությունը հասնում է 95%-ի:

Համաշխարհային դասակարգման համաձայն՝ առանձնացվում է ցորենի հատիկի վեց դաս, որը բաժանված է երեք խմբի:

- Ա խումբ (1-3-րդ դասեր): Ա խումբն ընդգրկում է ցորենի հատիկների առաջին, երկրորդ և երրորդ դասերը, որոնք համարվում են առավել

արժեքավորները, հետևաբար, մեծ պահանջարկ ունեն հացարուկեղենի և այլ պարենային ապրանքների արտադրության մեջ:

- Բ խումբ (4-5-րդ դասեր): Երկրորդ միջազգային խումբը Բ-ն է, որն ընդգրկում է ցորենի չորրորդ և հինգերորդ դասերը: Նման հացահատիկից պատրաստում են մակարոնեղեն և այլորի այլ արտադրանքներ: Մովորաբար ցորենի այս տեսակներն օգտագործելուց առաջ խառնում են Ա խմբի հետ:
- Գ խումբ (6-րդ դաս): Վերջին դասակարգման Գ խումբը ներառում է ընդամենը մեկ՝ վեցերորդ դաս: Այն ցորենի կերային տեսակ է, որն օգտագործվում է որպես կենդանիների կերային արտադրանք:

Հարկ է նշել, որ բարձրակարգ ցորենի հատիկ ստանալու համար կարևոր է ցորենի արտադրության շղթայի յուրաքանչյուր տարրը՝ սկսած դաշտից մինչև նավահանգիստ: Մասնավորապես, դա վերաբերում է ազոտփնիկատների և թունաքիմիկատների ճիշտ չափաքանակների կիրառմանը, ժամանակակից կոմբայնների օգտագործմանը՝ բարձր արդյունավետությամբ տարանջատման (սորտավորման) համակարգերով, հացահատիկի չորացման որակին և այլ գործոններին:

Դեռևս 2007 թ. հոկտեմբերի 3-ին ՀՀ ՏՄՊՊՀ թիվ 78-Ա որոշմամբ սահմանվել են «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային և աշխարհագրական սահմանները, ըստ որի՝ **«պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանը ներառում է պարենային ցորենի ողջ տեսականին, իսկ աշխարհագրական սահմանը՝ Հայաստանի Հանրապետության ողջ տարածքը:**

Քանի որ պարենային ցորենը չի համարվում վերջնական սպառման ապրանք և հիմնականում օգտագործվում է որպես հումք՝ այլ արտադրատեսակների արտադրության համար, ուստի «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալը որոշվել է ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանում տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների **ձեռքբերման ընդհանուր ծավալի հիման վրա՝ բնեղեն արտահայտությամբ:**

Իսկ «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի (այսուհետ՝ նաև Օրենք) համաձայն՝ ձեռքբերում է համարվում գնումը, ստացումը, ընդունումը: Հիմք ընդունելով նշվածը՝ **«պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալը հաշվարկվել է որպես ներմուծված (գնված) և ստացված (արտադրված) պարենային ցորենի ամբողջություն:**

Աշխարհում յուրաքանչյուր տարի արտադրվում է շուրջ 772 մլն տոննա ցորեն (շուրջ 230 մլն հա տարածքից): Ցորենի համաշխարհային շուկայում խոշոր արտադրող երկրներն են Չինաստանը (17.4%), Հնդկաստանը (12.8%), Ռուսաստանի Դաշնությունը (11,1%) և ԱՄՆ-ը (6,1%): Նշված երկրների կողմից ապահովվում է ցորենի համաշխարհային առաջարկի շուրջ 47,4%-ը (աղյուսակ 1.1):

Ըստ Kleffman Group-ի՝ 2019 թ. աշխարհում ցորենի ցանքատարածությունների ընդհանուր տարածքը կազմել է 218 մլն հեկտար: Ըստ ցանքատարածության զբաղեցրած ծավալների՝ հինգ առաջատար երկրները զբաղեցնում են 122 մլն հեկտար տարածք, ինչը կազմում է ամբողջ աշխարհի հաշվով կեսից ավելին:

Ցորենի արտադրությունը՝ ըստ երկրների, 2011-2017 թթ.⁴ | Աղյուսակ 1.1

№	Երկիր	Արտադրություն (մլն. տոննա)						
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	 Չինաստան	117,4	121,0	121,9	126,2	130,2	131,7	134,3
2	 Հնդկաստան	86,9	94,9	93,5	96,9	86,5	93,5	98,5
3	 Ռուսաստանի Դաշնություն	56,2	37,7	52,1	59,7	61,8	73,3	85,9
4	 ԱՄՆ	54,4	61,7	56,1	55,1	55,8	62,9	47,4
5	 Ֆրանսիա	36,0	37,9	37,8	38,7	42,8	29,5	36,9
6	 Ավստրալիա	27,4	29,9	22,9	25,3	23,7	22,3	31,8
7	 Կանադա	25,3	27,2	37,5	29,4	27,6	30,5	30,0
8	 Պակիստան	25,2	23,5	24,2	26,0	25,1	26,0	26,7
9	 Ռուսիա	22,3	15,7	22,8	24,1	26,5	26,1	26,2
10	 Գերմանիա	22,8	22,4	25,0	27,7	26,5	24,5	24,5
11	 Թուրքիա	21,8	20,1	22,1	19,0	22,6	20,6	21,5
12	 Արգենտինա	16,4	11,0	8,0	13,9	11,6	18,6	18,4
13	 Ղազախստան	22,7	13,3	13,9	13,0	13,7	15,0	14,8
14	Այլ 17 երկրներ	-	-	-	-	-	-	-
	Ընդամենը	704,1	674,9	713,2	729,0	737,0	749,5	771,7

Ըստ ցանքատարածության ծավալների՝ առաջին 5 խոշոր կենտրոններն են՝

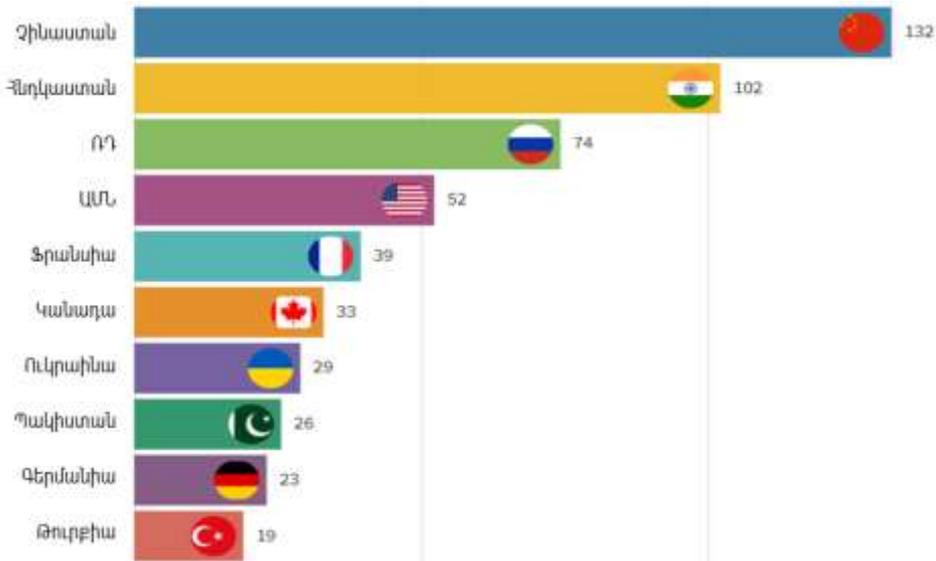
- Հնդկաստան - 30 մլն հա,
- Ռուսաստան - 27 մլն հա,
- ԵՄ - 26 մլն հա,
- Չինաստան - 24 մլն հա,
- ԱՄՆ - 15 մլն հա:

2019 թ. տվյալների համաձայն, ըստ բերքատվության ցուցանիշի, առաջատար է եղել Եգիպտոսը՝ 6.4 տ/հա, գրեթե նույն արդյունքներն են արձա-

⁴ https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_стран_производящих_пшеницу

նագրվել ԵՄ երկրների և Չինաստանի համար՝ 5.9 և 5.5 տ/հա: Չորրորդ տեղը զբաղեցրել է Ուզբեկստանը՝ 4.9 տ/հա՝ փոքր-ինչ առաջ անցնելով Ուկրաինայից (4.1 տ/հա): Ռուսաստանի Դաշնությունում բերքատվությունը 2019 թ. եղել է 2,7 տ/հա:

2019 թ. և ս, ըստ արտադրության ծավալների, հիմնական առաջատար երկրներն են եղել Չինաստանը, Հնդկաստանը, Ռուսաստանի Դաշնությունը և ԱՄՆ-ը (գծապատկեր 1.1):



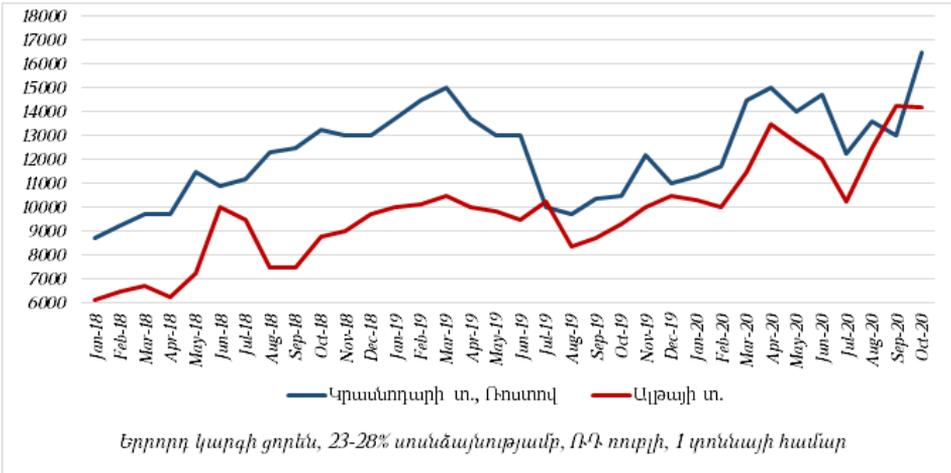
Գծապատկեր 1.1

2019 թ. առաջին 10 երկրները՝ ըստ ցորենի արտադրության ծավալների (մլն տոննա)⁵

Ցորենի ապահովվածության բարձր ցուցանիշներ ունեցող երկրներն իրենց արտադրանքի որոշ մասը համաշխարհային մի քանի խոշոր բորսաների (CBOT, MATIF, LIFFE և այլն) միջոցով վաճառում են այլ, ցորենի պահանջարկ ունեցող երկրների: Այդ բորսաներում ձևավորվող գները, մի շարք պատճառներով, հաճախ փոփոխվում են: Ինչպես Կովկասյան տարածաշրջանի, այնպես էլ բազմաթիվ երկրների ներքին շուկաներում ցորենի գների ձևավորման վրա անմիջական ազդեցություն ունեն ռուսաստանյան շուկաներում գործող գները:

Գծապատկեր 1.2-ն արտացոլում է 3-րդ դասի ցորենի առավելագույն գները տվյալ տարածաշրջանում՝ տ/ՌԴ ուրլի՝ առանց ԱԱՀ-ի:

⁵ <https://latifundist.com/rating/top-10-stran-proizvoditelej-pshenitsy-v-2019-godu>



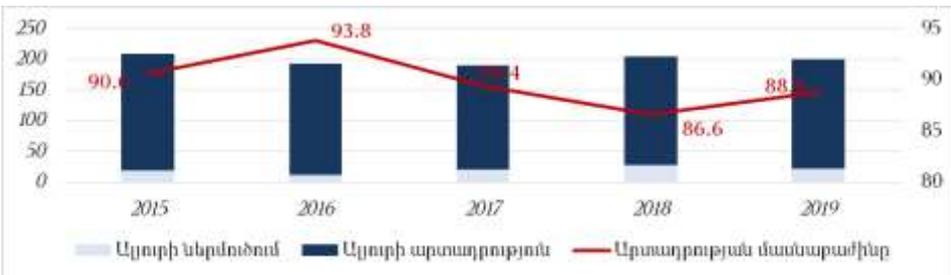
Գծապատկեր 1.2

Յորենի մեծածախ վաճառքի միջին ամսական գները ՌԴ որոշ տարածաշրջաններում, 2018- 10.2020 թթ.⁶

1.2

Ապրանքային շուկայի կառուցվածքը և ծավալները

Վերջին տարիներին Հայաստանում տարեկան սպառվում է միջին հաշվով շուրջ 200.0 հազար տոննա ալյուր, որի ավելի քան 90%-ն ապահովվում է տեղական արտադրության հաշվին, իսկ 10%-ը՝ ներմուծվում: Ընդ որում, 2015 թվականից մինչև 2017 թ. ներառյալ, Հայաստանում սպառվող ալյուրի ընդհանուր ծավալի մեջ ներմուծված ալյուրի մասնաբաժինը կազմել է ընդամենը 5-6%, և միայն 2018 թ.՝ ալյուրի ներմուծման ծավալների շուրջ 2.5 անգամ ավելացման արդյունքում, այն հատել է ընդհանուր ներմուծման 10%-ի սահմանագիծը (գծապատկեր 1.3):

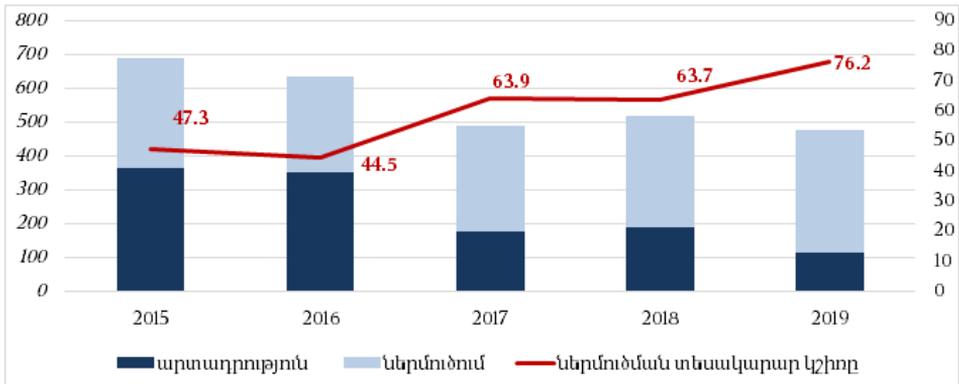


Գծապատկեր 1.3

Ալյուրի ներմուծման և ներքին արտադրության ծավալները ՀՀ-ում 2015-2019 թթ. (հազ. տոննա)⁷

⁶ <https://agro-bursa.ru/prices/wheat/>

Առաջին հայացքից թվում է, թե ՀՀ-ում այլուրի ինքնարավոյան մա- կարդակը բավական բարձր է, և ՀՀ-ն ի զորու է ինքնուրույն ապահովելու այլուրի ներքին պահանջարկի մեծ մասը: Սակայն, իրականում այլուրի ար- տադրոյան համար անհրաժեշտ ցորենը տեղական արտադրոյան հաշ- վին ամբողջոյամբ ապահովել հնարավոր չէ. ավելին՝ վերջին տարիներին այն առավելապես ներմուծվում է: Այսպես, եթե 2015-2016 թթ. ներմուծումն ապահովել է հանրապետոյան ցորենի ընդհանուր պաշարի շուրջ 40-45%-ը, ապա հետագա տարիներին ներմուծման մասնաբաժինը շարունակաբար աճել է՝ 2019 թ. հասնելով ավելի քան 76%-ի (գծապատկեր 1.4):



Գծապատկեր 1.4

Ցորենի ներմուծման և ներքին արտադրոյան ծավալները ՀՀ-ում 2015-2019 թթ. (հազ. տոննա)⁸

Հայաստանի Հանրապետոյանում «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկան էապես կախված է Ռուսաստանի Դաշնոյունից ներկրված ցորե- նից, քանի որ հիմնական ներմուծումն իրականացվում է ՌԴ-ից (աղյուսակ 1.2): Այսպես, 2019 թ. ընթացքում ՀՀ տնտեսավարողները ցորենի ներմուծ- ման 91%-ն իրականացրել են Ռուսաստանի Դաշնոյունից:

Ընդհանուր առմամբ, 2015-2020 թթ. ընթացքում ներմուծման հիմնական ծավալը, ըստ երկրների կառուցվածքի, էական փոփոխոյան չի ենթարկվել, և ըստ տարիների ՌԴ-ից ներմուծումը մշտապես գերազանցել է 90 և ավելի տոկոսը:

⁷ Գծապատկերը կազմված է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի՝ https://www.armstat.am/file/-article/f_sec_4_2019_3.pdf և ՀՀ ՏՄՊԳՀ տվյալների (ներմուծման ծավալները) հիման վրա:

⁸ Գծապատկերը կազմված է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի՝ www.armstat.am/file/article-/fsec420193.pdf և ՀՀ ՏՄՊԳՀ տվյալների (ներմուծման ծավալները) հիման վրա:

Աղյուսակ 1.2

Ցորենի ներմուծումը՝ ըստ հիմնական երկրների, հազ. տոննա^{9 10}

Երկիրը	2015		2016		2017		2018		2019	
	քանակ	գնա. կշիռ								
ՌԳ	322.3	99.2	255.7	90.9	288.2	92.1	292.5	89.0	331.1	91
Վրաստան	1.9	0.6	5.06	1.8	24.7	7.9	36.2	11.0	13.5	4.0
Ուկրաինա	0.3	0.1	-	-	-	-	-	-	17.4	5.0
Հագահաստան	-	-	20.5	7.3	-	-	-	-	-	-
Ընդամենը	324.9		281.3		312.9		328.7		362.1	

Վերջին տարիներին զգալիորեն աճել է ցորեն ներմուծող ընկերությունների թիվը, մասնավորապես՝ ԵԱՏՄ երկրներից Հայաստանի Հանրապետություն ցորեն ներմուծող ընկերությունների թիվը (աղյուսակ 1.3):

Եթե մինչև 2015 թվականը ներմուծում իրականացնող տնտեսավարողների թվաքանակը չէր գերազանցում 23-ը, ապա 2015 թվականից հետո աստիճանաբար աճել է և 2019 թ. գերազանցել է 80-ը. հիմնականում ներկրումն իրականացվում է ԵԱՏՄ երկրներից: Այս երևույթի հիմքում 2015 թ. հունվարի 1-ից Հայաստանի Հանրապետության՝ ԵԱՏՄ անդամակցությամբ պայմանավորված առավելություններն են:

Աղյուսակ 1.3

ՀՀ ցորեն ներմուծող ընկերությունների թիվն ու ներմուծման ծավալները 2012-2019 թթ.

Տարի	Ներմուծում իրականացնող ընկերությունների ընդհանուր թիվ ¹	ԵԱՏՄ-ից ներմուծում իրականացնող ընկերությունների թիվ	Այլ երկրներից ներմուծում իրականացնող ընկերությունների թիվ	Ներմուծման ընդհանուր ծավալ (գրննա)	ԵԱՏՄ-ից ներմուծման ծավալ (գրննա)
2012	22	13	15	477 681	324 802
2013	23	11	19	345 572	183 455
2014	20	10	16	332 307	189 264
2015	34	30	11	324 986	303 703
2016	57	20	49	281 297	58 150
2017	85	79	12	312 987	285 168
2018	88	85	9	328 688	292 457
2019	82	80	8	362 064	331 151

⁹ Աննշան ծավալներով ցորենի ներմուծում իրականացվում է նաև այլ երկրներից, որոնք էական ազդեցություն չեն ունենում ընդհանուր ներմուծման վրա և ըստ տարիների գումարային ներմուծումը չի գերազանցում 0.1 %-ը (Բելառուս, Թուրքիա, Լեհաստան և այլն):

¹⁰ Ըստ ՀՀ ՊԵԿ-ի և տնտեսավարող սուբյեկտների տեղեկատվության:

¹¹ Կան տնտեսավարող սուբյեկտներ, որոնք միաժամանակ ներմուծումներ են իրականացնում և՛ ԵԱՏՄ երկրներից, և՛ երրորդ երկրներից:

Ընդ որում, 2012-2019 թթ. ընթացքում ցորենի ներմուծմամբ զբաղվող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակի զգալի աճն էական ազդեցություն չի ունեցել ներմուծման կենտրոնացվածության ցուցանիշի նվազման վրա: Այսպես, 2015 թ. ցորենի շուկայում ներմուծում իրականացրել են 34 տնտեսավարող սուբյեկտներ, որոնցից միայն 5-ն է ցորենի ներմուծման ծավալում ունեցել 1 և ավելի տոկոս մասնաբաժին: Վերջիններին կողմից ներմուծված ցորենի գումարային մասնաբաժինը ընդհանուր ներմուծման ծավալում կազմել է 94.6%: Հաջորդող 2 տարիներին ներմուծում իրականացնող սուբյեկտների թվաքանակը կտրուկ աճել է՝ 2016 թ. կազմելով 57, իսկ 2017 թ.՝ 83: 2016 թ. 1 և ավելի տոկոս մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակը կազմել է 9, իսկ 2017 թ.՝ 11: Վերջիններս միասին ապահովել են ցորենի ներմուծման համապատասխանաբար՝ 92.6% և 91% գումարային մասնաբաժին: Ակնհայտ է, որ, 2016 թ. համեմատ, 2017-ին ցորենի ներմուծմամբ զբաղվող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակի գրեթե կրկնակի աճն էականորեն չի փոխել շուկայի կառուցվածքը, քանի որ ներմուծման ընդհանուր ծավալի մեջ 1 և ավելի տոկոս մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարողների գումարային ներմուծումը կրճատվել է ընդամենը 1.6 տոկոսային կետով՝ 92.6%-ից դառնալով 91%: Ցորենի ներմուծմամբ զբաղվող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակը 2018-2019 թթ. էական փոփոխություններ չի կրել՝ կազմելով համապատասխանաբար՝ 88 և 82, սակայն ներմուծման ծավալում 1 և ավելի տոկոս մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակը, հետևաբար նաև՝ դրանց ունեցած մասնաբաժինները նվազման միտում են դրսևորել: Այսպես, եթե 2018 թ. ներմուծման մեջ 1 և ավելի տոկոս մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտները եղել են 10, ապա 2019 թ. դարձել են 7, որը հանգեցրել է վերջիններին կողմից ներմուծված ցորենի ծավալի գումարային մասնաբաժնի՝ նախորդող համապատասխան տարվա համեմատ կրճատմանը. 2018 թ.՝ 0.7 տոկոսային կետով՝ կազմելով 90.3%, իսկ 2019 թ.՝ 0.3 տոկոսային կետով՝ կազմելով 90%:

Դիտարկվող 2015-2019 թթ. ժամանակահատվածում հանրապետություն ցորենի ընդհանուր ներմուծման մեջ 1 և ավելի տոկոս մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների ընդհանուր ներմուծումը կրճատվել է գումարային 4.7%-ով: Ընդ որում, ցորենի ներմուծման ընդհանուր ծավալում վերը նշված սուբյեկտներից առավել մեծ մասնաբաժին ունեն երկու տնտեսավարող սուբյեկտներ: Այս կառուցվածքն ըստ տարիների էական փոփոխություններ չի կրել. հիմնականում փոփոխվել է ներմուծման մասնաբաժնով երրորդ հորիզոնականը զբաղեցնող տնտեսավարող սուբյեկտը, որն ապահովել է ընդհանուր ներմուծման միջինը 3-4%-ը:

Աղյուսակ 1.4

Ցորենի ներմուծման ծավալները 2012-2019 թթ.¹²

Տարի	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ներմուծում (տոննա)	477,681	345,572	332,307	324,986	281,297	312,987	328,688	362,064

2019 թ. ներմուծման ծավալով երկրորդ խոշոր տնտեսավարող սուրբյեկտը կորցրել է շուրջ 10% մասնաբաժին, ինչը, սակայն, մրցակցության ուժեղացման կամ նոր տնտեսավարող սուրբյեկտների ի հայտ գալու արդյունք չէ: Ընդհակառակը, շուկայի առաջատար տնտեսավարող սուրբյեկտի դիրքն ավելի է բարելավվել՝ վերջինիս մասնաբաժինը 53%-ից հասել է 63%-ի:

Հարկ է նշել, որ առաջատար երկու տնտեսավարողները միմյանց համար լուրջ մրցակիցներ են «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում՝ որպես ցորենի խոշոր ներմուծողներ և այլուրի արտադրության էական դերակատարներ:

Հայաստանի Հանրապետությունում իրականացվում է նաև ցորենի արտադրություն: Ցորենի արտադրության ծավալների և բերքատվության ցուցանիշների, ինչպես նաև ինքնարժեքի ձևավորման վերաբերյալ վերլուծությունն իրականացվել է ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի և ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության ներկայացրած տվյալների հիման վրա¹³:

Ցորենի տեղական արտադրությունն ապահովում են շուրջ 12 000 անհատական գյուղացիական տնտեսություններ, որոնցից յուրաքանչյուրի արտադրության ծավալներն այնքան փոքր են, որ արտադրության ոլորտում անխմաստ է խոսել կենտրոնացվածության մասին, և կարող ենք վստահ արձանագրել, որ ՀՀ ցորենի արտադրության շուկան մրցակցային է:

Ինչ վերաբերում է ՀՀ ցորենի ընդհանուր շուկայում առանձին սուրբյեկտների ունեցած մասնաբաժիններին, ապա պետք է նշել, որ ներմուծման շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող ընկերությունների մասնաբաժինները թեև որոշակի համամասնությամբ նվազում են, սակայն մինևույն հերթականությամբ պահպանում են առաջատարի իրենց դիրքերը, ինչը վերջիններիս համար զգալի ազդեցություն է ապահովել ընդհանուր շուկայում:

Աղյուսակ 1.5

Ցորենի արտադրության ցուցանիշները ՀՀ-ում 2019 թ.¹⁴

Ցուցանիշներ	2019
Ցանրադարածություն (հազ հա)	59.9
Քերքաւովություն (գ/հա)	19.6
Համախառն քերք (հազ տոննա)	112.6

¹² https://armstatbank.am/pxweb/hy/ArmStatBank/ArmStatBank__7%20Food%20Security/FS-1-2019.px/?rxid=f9b1fbb7-ea30-4aff-80ad-f18c4d9e83bf

¹³ https://armstatbank.am/pxweb/hy/ArmStatBank/ArmStatBank__7%20Food%20Security/FS-1-2019.px/?rxid=c169b79c-9f82-4878-a96a-9e404a9f976b,c169b79c-9f82-4878-a96a-9e404a9f976b

¹⁴ https://armstat.am/file/article/f_sec_4_2020_3.pdf

2020 թ. հետպատերազմյան իրավիճակից ելնելով՝ անհրաժեշտ ենք համարում գնահատել նաև Արցախի Հանրապետության կորսված ցանքատարածությունների մասով ցորենի արտադրության ծավալների կրճատումը: Այսպես, 2020 թ. Արցախի Հանրապետությունում գյուղատնտեսական մշակաբույսերի ցանքերի համատարած հաշվառման արդյունքներով 32.5 հազ. հեկտար ցանքատարածություններում ցանվել է աշնանացան ցորեն: Յորենի բերքահավաքի տարածությունը 2020 թ. կազմել է 29.5 հազ. հեկտար, իսկ 2019 թ.՝ 32.7 հազ. հեկտար:

Աշնանացան ցորենի համախառն բերքն Արցախի Հանրապետությունում 2018 թ. կազմել է 81.5 հազ. տոննա, 2019 թ.՝ 60.3 հազար տոննա և 2020 թ.՝ առ 21.09.2020՝ 41.2 հազ. տոննա: Իսկ գարնանացան ցորենի բերքը 2018 և 2019 թթ. կազմել է համապատասխանաբար՝ 164 և 338 տոննա:

Յորենի բերքատվությունը 2018 թ. կազմել է 18.6 ց/հա, իսկ 2019 թ.՝ 14.0 ց/հա (աղյուսակ 1.6):

ԱՀ-ում ցորենի համախառն բերքը և ցանքատարածությունները 2019 թ. | Աղյուսակ 1.6

	Ցանքատարածություն (հա)	Համախառն բերք (տոկոս)
Ընդամենը՝ այդ թվում՝	32 647	100
Մարտունի	10 516	29.6
Ասկերան	9 130	24.8
Քաշաթաղ	5 525	19.3
Հաղրուք	3 645	14.4
Մարտակերտ	3 434	11.1
Շուշի	156	0.5
Շահումյան	120	0.3

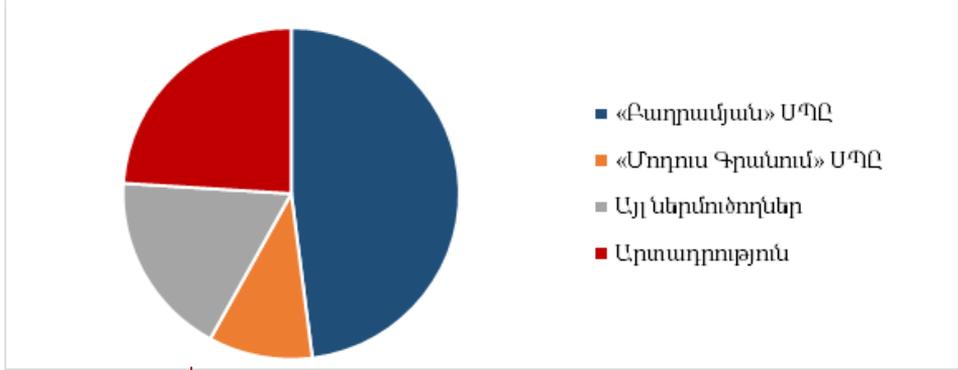
Քանի որ, պատերազմի հետևանքով տարածքների և ցանքատարածությունների կորստի վերաբերյալ պաշտոնական տեղեկատվություն դեռևս չկա, ուստի չենք կարող հստակ գնահատել, թե որքան կկազմի Արցախի Հանրապետության ցորենի ամբողջական առաջարկն ու ինքնարավոությունը:

ՀՀ «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալները ներկայացված են աղյուսակ 1.7-ում:

«Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալները 2017-2019 թթ. | Աղյուսակ 1.7

Տարի	Արտադրություն (տոննա)	Ներմուծում (տոննա)	Ընդամենը (տոննա)
2017	176,400	312,987	489,387
2018	187,500	328,688	516,188
2019	112,600	362,064	474,664

Այսպես, «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալը 2019 թ. տվյալներով կազմել է 474,6 հազ. տոննա: Ապրանքային շուկայում գործել են երկու խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտներ, որոնց համատեղ մասնաբաժինը կազմել է 58% («Բաղրամյան» ՍՊԸ՝ 48%, «Մոդուս Գրանում» ՍՊԸ՝ 10%):



Գծապատկեր 1.5 | «Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալները 2019 թ.

«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի 6-րդ հոդվածի 2-րդ մասի 3-րդ կետի համաձայն՝ ապրանքային շուկայում իրացման կամ ձեռքբերման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երկու տնտեսավարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը տվյալ ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե, որպես իրացնող կամ ձեռք բերող, իրացման կամ ձեռքբերման ծավալներով, միասին գրավում են տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երկրորդը¹⁵:

Ըստ այդմ՝ «Բաղրամյան» ՍՊԸ և «Մոդուս Գրանում» ՍՊԸ ընկերություններից յուրաքանչյուրը «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող. որպես իրացնող՝ իրացման ծավալներով միասին գրավում են տվյալ շուկայի ավելի քան մեկ երկրորդը:

Արձանագրել ենք դիտարկվող ապրանքային շուկայի հետևյալ առանձնահատկությունները.

- կայունությունը (որոշակի ժամանակահատվածում տվյալ շուկայի մասնակից տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակի և դրանց մասնաբաժինների, ինչպես նաև՝ շուկայի ծավալի անփոփոխ լինելը կամ աննշան փոփոխությունը),
- երկու խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտների ակնհայտ ազդեցությունը դիտարկվող ապրանքային շուկային փոխկապակցված այլ ապրանքային շուկաների, դրանցում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների վրա (տնտեսավարող սուբյեկտները փոխկապակցված ապրանքային շուկայի մասնակիցներ են և հնարավորություն ունեն ազ-

¹⁵ <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1272&lang=arm>

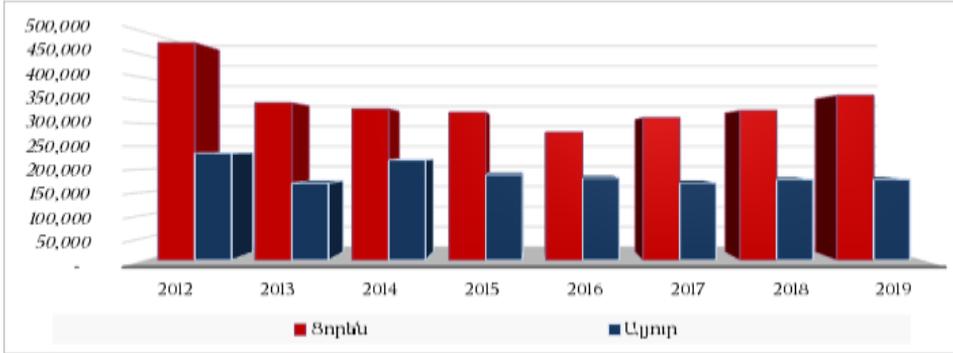
դելու այդ ապրանքային շուկայի ընդհանուր իրավիճակի, մասնակից տնտեսավարող սուբյեկտ(ներ)ի գործողությունների կամ վարքագծի վրա):

Ընդհանրացնելով նախորդիվ շարադրվածը՝ պետք է հաշվի առնել այն փաստը, որ դիտարկվող ապրանքային շուկան ունեցել է ծավալի և կառուցվածքի որոշակի կայունություն (առաջատար երկու տնտեսավարող սուբյեկտների փոփոխություն տեղի չի ունեցել, իսկ 3-րդ տեղը զբաղեցնող տնտեսավարող սուբյեկտը թեև ըստ տարիների փոփոխվել է, սակայն նրանցից ցանկացածի մասնաբաժինը չի գերազանցել 3%-ը) և շուկայի առաջատար երկու խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտները՝ «Բաղրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունները, **Էական դերակատարում և ազդեցություն** ունեն դիտարկվող ապրանքային շուկային փոխկապակցված այլ՝ «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում և դիտարկվող ապրանքային շուկային փոխկապակցված մեկ այլ շուկայի մասնակից են, որում ևս տարիներ շարունակ իրացման ծավալներով զբաղեցրել են գերիշխող դիրք: Այսպիսով, «Բաղրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունները «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում ունեն էական շուկայական իշխանություն:

«Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալների և կառուցվածքի առանձնահատկությունները, զարգացման հնարավորությունները, ինչպես նաև նոր տնտեսավարող սուբյեկտների՝ շուկա մուտք գործելու և ընդլայնվելու հեռանկարներն ընդհանրացնելու նպատակով անհրաժեշտ է դիտարկել նաև ցորեն-այլուր ամբողջական շղթան և ծավալները:

2012-2019 թթ. ընթացքում ցորենի ներմուծման և այլուրի արտադրության ծավալներն էական փոփոխությունների չեն ենթարկվել (գծապատկեր 1.6): Հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ՀՀ-ում այլուրի արտադրությունն իրականացվում է հիմնականում ներկրված ցորենից, կարելի է եզրակացնել, որ այլուրի արտադրության նպատակով օգտագործվող պարենային ցորենի նկատմամբ գոյություն ունի կայուն պահանջարկ: Տեղական արտադրության ցորենի ընդամենը 10%-ն է օգտագործվում այլուրի արտադրության մեջ: Տեղական արտադրության ցորենը հիմնականում օգտագործվում է այլ նպատակներով (սպիրտի արտադրություն, կերային արտադրություն և այլն):

Ինչպես նշեցինք, այլուրի և դրա արտադրության համար անհրաժեշտ ցորենի պահանջարկն ունի որոշակի կայունություն՝ պայմանավորված հայաստանյան փոքր և սահմանափակ շուկայի հանգամանքով: Նման պայմաններում շուկայի ծավալների ընդլայնման հնարավորություններն օբյեկտիվորեն սահմանափակ են: Դրանով է բացատրվում նաև տարիներ շարունակ նշված ոլորտներում էական դերակատարում ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների անփոփոխ լինելը, քանի որ վերջիններս արդեն իսկ «հագեցրել» են առանց այդ էլ փոքր և սահմանափակ շուկան:



Գծապատկեր 1.6

Պարենային ցորենի և այլուրի ծավալները 2012-2019 թթ.¹⁶

1.3

Ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը

Ցորենի և այլուրի շուկաներում խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտների մասնաբաժինների հիման վրա հաշվարկվել է նշված շուկաներում կենտրոնացվածության աստիճանը՝ կիրառական վերլուծություններում առավել հաճախ օգտագործվող համաթվերի և գործակիցների միջոցով:

Այսպես, խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտների մասնաբաժինների հանրագումարը պայմանավորում է շուկայի կենտրոնացվածության մակարդակը, որը գնահատվում է CR գործակցով (CR Concetration ratio)¹⁷: CR գործակիցը հաշվարկվում է շուկայում 5% և ավելի մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների մասնաբաժինների հանրագումարով՝

$$CR = S_1 + S_2 + S_3,$$

որտեղ՝

S_1, S_2, S_3 -ը համապատասխանաբար շուկայում 5% և ավելի մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարողների մասնաբաժիններն են՝ ըստ մեծության:

Որպես նախապայման է ընդունվել, որ եթե $0 < CR < 45$, ապա շուկան ցածր կենտրոնացված է, $45 < CR < 70$ ՝ միջին կենտրոնացված, $70 < CR < 100$ ՝ բարձր կենտրոնացված:

¹⁶ https://armstatbank.am/pxweb/hy/ArmStatBank/ArmStatBank__7%20Food%20Security/FS-1-2019.px/?rxid=8e30c697-fa8e-44a8-ae24-e35d9374e606

¹⁷ St' u Naldi M., Flamini M., The CR4 index and the interval estimation of the Herfindahl-Hirschmann index: An empirical comparison; 2014. Accessed 01 July 2015, https://www.researchgate.net/publication/272247507_-The_CR4_Index_and_the_Interval_Estimation_of_the_Herfindahl-Hirschman_Index_An_Empirical_Comparison:

Շուկաների կենտրոնացվածության աստիճանը հաշվարկվել է նաև Հերֆինդալ-Հիրշմանի համաթվի միջոցով, որը շուկայի կենտրոնացվածության առավել տարածված և ճշգրիտ ցուցանիշներից է: Այն շուկայում գործող բոլոր տնտեսավարող սուբյեկտների մասնաբաժինների քառակուսիների գումարն է: Այս համաթվի հիմնական առավելությունն այն է, որ բարձր զգայունություն է դրսևորում ընկերությունների շուկայական մասնաբաժինների վերաբաշխման դեպքում¹⁸:

$$HHH=S_1^2+S_2^2+S_3^2+\dots+S_n^2 ,$$

որտեղ՝

$S_1, S_2, S_3 \dots S_n$ -ը առանձին տնտեսավարողների մասնաբաժիններն են ըստ հերթականության՝ մեծից մինչև ամենափոքրը:

Եթե $HHH < 1000$, ապա շուկան համարվում է ցածր կենտրոնացման, $1000 < HHH < 1800$ դեպքում՝ միջին կենտրոնացման, իսկ $HHH > 1800$ -ի դեպքում՝ բարձր կենտրոնացման մակարդակ ունեցող¹⁹:

«Պարենային ցորեն» ապրանքային շուկան, դիտարկվող 2015-2019 թթ. ընթացքում, ըստ կենտրոնացվածության ցուցանիշների, համարվել է կենտրոնացման բարձր մակարդակ ունեցող շուկա՝ գնահատված ինչպես CR գործակցով, այնպես էլ Հերֆինդալ-Հիրշմանի համաթվի միջոցով: Այսպես, դիտարկվող ժամանակահատվածում ՀՀ «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայում CR գործակիցն ընդունել է միջինը 80 արժեքը, իսկ HHH-ն՝ 2500:

1.4

Պարենային ցորենի ձեռքբերման գները և ինքնարժեքը

Ինչպես արդեն նշվել է, ՀՀ տնտեսավարողները ցորենի ներմուծման 90%-ից ավելին իրականացնում են Ռուսաստանի Դաշնությունից: Հաշվի առնելով, որ ՀՀ ցորենի ներմուծման $xx.x$ տոկոսը բաժին է ընկնում «Բաղրամյան» ՍՊ (նախկին «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊԸ-ի փոխարեն) և $xx.x$ տոկոսը՝ «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերություններին՝ առավել մանրամասնորեն դիտարկվել են վերջիններիս վարքագիծը և ձեռքբերման գները ցորենի ներմուծման ոլորտում:

¹⁸ St' u Pavic I., Galetic F., Piplica D., Similarities and Differences between the CR and HHI as an Indicator of Market Concentration and Market Power, British Journal of Economics, Management & Trade 13(1): 1-8, 2016, Article no.BJEMT.23193:

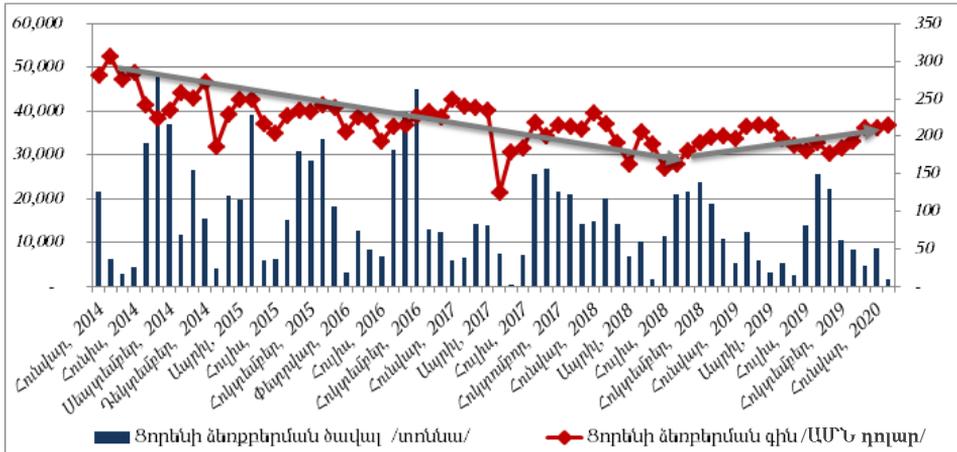
¹⁹ St' u Херфиндаля -Хиршмана индекс /А. Г. Припадчева//Большая российская энциклопедия: [в 35 т.] / гл. ред. Ю. С. Осипов, М., Большая российская энциклопедия, 2004-2017:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերություն²⁰

«Բաղրամյան» ՍՊԸ-ն ցորենի մեծ ծավալների ներմուծումներ իրականացրել է հիմնականում օգոստոս-նոյեմբեր ամիսներին: Որպես կանոն, ցորենի ձեռքբերումն ունի որոշակի սեզոնայնություն, և ներմուծումները հիմնականում իրականացվում են բերքահավաքի ամիսներին, քանի որ այդ շրջանում են կատարվում ցորենի պաշարի հիմնական մթերումները:

2014-2018 թթ. ընթացքում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենի ձեռքբերման գինը որոշակի տատանումներով նվազման միտում է ունեցել: 2018 թթ. հուլիսից մինչև 2020 թ. փետրվար ընկած ժամանակահատվածում ցորենի ձեռք բերման գները, ընդհակառակը, որոշակի տատանումներով աճի միտում են ունեցել, այնուամենայնիվ, 2018 թ. **օգոստոս-դեկտեմբեր** և 2019 թ. **օգոստոս-դեկտեմբեր** ժամանակահատվածներում (երբ տեղի է ունեցել ցորենի հիմնական ծավալի ձեռքբերումը) ցորենի ձեռքբերման միջին կշռված գների փոփոխությունը կազմել է ընդամենը 1,3%՝ աճի ուղղությամբ (գծապատկեր 1.7):

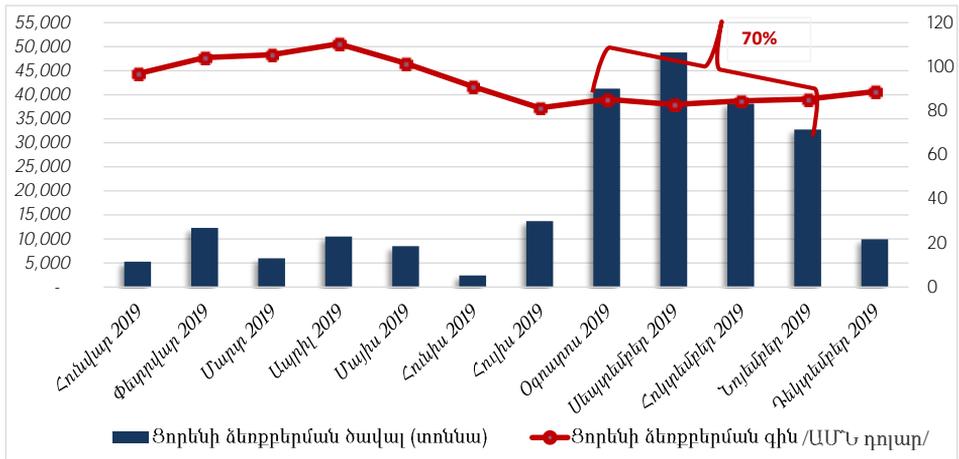
2019 թ. ընթացքում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը ներկրել է xxx.x հազար տոննա ցորեն, որի ձեռքբերման ընդհանուր արժեքը կազմել է xx.x մլրդ ՀՀ դրամ կամ xx.x մլն ԱՄՆ դոլար: Մեկ տոննա ցորենի ձեռքբերման միջին կշռված գինը 2019 թ. կազմել է xxx.x ԱՄՆ դոլար:



Գծապատկեր 1.7

2014-2020 թթ. «Բաղրամյան» ՍՊԸ-ի կողմից ներմուծված ցորենի ծավալները՝ ըստ ձեռքբերման արժեքի

²⁰ Քանի որ «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊԸ-ն 2018 թ. կեսից տվյալ շուկայում գործել է որպես «Բաղրամյան» ՍՊԸ, ուստի դիտարկվել է որպես մեկ տնտեսավարող սուբյեկտ՝ «Բաղրամյան» ՍՊԸ:



Գծապատկեր 1.8

2019 թ. «Բաղրամյան» ՍՊԸ-ի կողմից ներմուծված ցորենի ծավալները՝ ըստ ձեռքբերման արժեքի

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը 2019 թ. ընթացքում ներկրված ցորենի 70%-ը ներկրել է օգոստոս-նոյեմբեր ժամանակահատվածում (սեզոնայնությամբ պայմանավորված): Ձեռքբերման միջին կշռված գինը մեկ տոննայի համար կազմել է xxx.x ԱՄՆ դոլար: Ցորենի գինը նոյեմբերից սկսած՝ որոշակիորեն աճել է, սակայն ձեռքբերման խմբաքանակներն անհամեմատ փոքր են եղել (գծապատկեր 1.8):

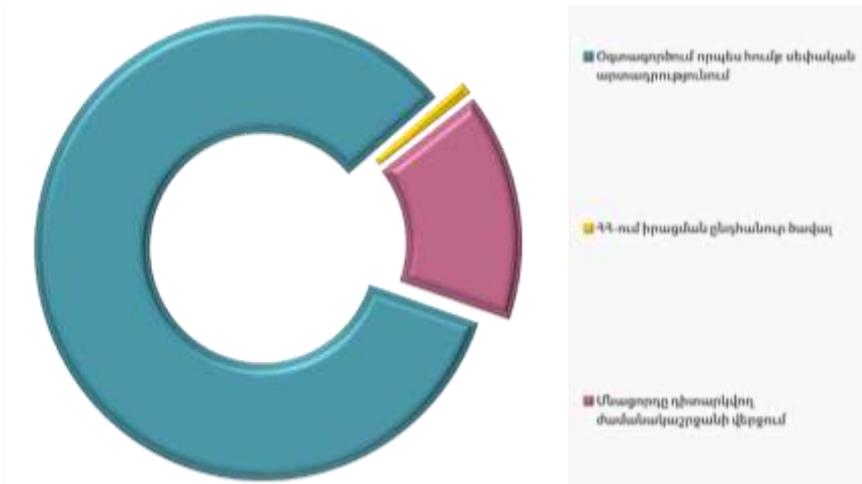
«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության ցորենի ընդհանուր պաշարը 2018-2019 թթ. ժամանակահատվածում ձևավորվել է առավելապես ներմուծման (ավելի քան 90%) և ՀՀ տարածքում այլ տնտեսավարող սուբյեկտներից ձեռքբերման միջոցով: Ընդ որում, ձեռքբերված ցորենի շուրջ 90%-ը որպես հումք է օգտագործվել սեփական կարիքների համար (ցորենի ձեռքբերված ծավալներից իրացում չի իրականացվել), իսկ մեծաձախ վաճառքի միջոցով իրացվել է ներմուծված ցորենը:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը 2018 թ. xxx.x հազար տոննա ցորենը որպես հումք է օգտագործել սեփական կարիքների համար, իսկ x.x հազար տոննա ցորեն իրացրել է ՀՀ-ում մեծաձախ վաճառքի միջոցով: Մանրաձախ վաճառք և արտահանում ընկերությունը 2018 և 2019 թթ. չի ունեցել: 2019 թ., 2018-ի համեմատ, ցորենի՝ որպես հումք սեփական կարիքների համար օգտագործման ծավալն աճել է շուրջ 1.7 անգամ՝ կազմելով xxx.x հազար տոննա, իսկ մեծաձախ իրացումը նվազել է գրեթե 0.6 անգամ՝ հասնելով x.x հազար տոննայի:

Հարկ է արձանագրել այն փաստը, որ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը պարենային ցորենի շուկայում (ինչպես նաև ալյուրի շուկայում) իր գործունեությունը 2018 թ. կեսից սկսել է ոչ որպես շուկա նոր մուտք

գործած տնտեսավարող սուբյեկտ, այլ որպես տվյալ շուկայում «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊ ընկերության գործունեությունը շարունակող՝ ամբողջությամբ տիրապետելով «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊ ընկերության և՛ տեխնիկական, տեխնոլոգիական կարողություններին, և՛ տնտեսական հնարավորություններին: Ըստ էության, տնտեսավարող սուբյեկտի փոփոխություն տեղի չի ունեցել («Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊԸ-ն 2018 թ. 6-րդ ամսից չի ներմուծել ցորեն՝ փոխանցելով իր հնարավորությունները «Բաղրամյան» ՍՊԸ-ին):

Համաձայն ընկերության տեղեկատվության՝ վերջինս 2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում ներմուծել է ընդհանուր առմամբ xxx.x հազար տոննա ցորեն, իսկ ՀՀ տարածքում այլ տնտեսավարող սուբյեկտներից ձեռք է բերել ընդհանուր առմամբ xx.x հազար տոննա ցորեն: Նույն ժամանակահատվածում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունն այլուրի արտադրության նպատակով որպես հումք օգտագործել է ընդհանուր առմամբ xxx.x հազար տոննա ցորեն: «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից այլուրի արտադրության նպատակով օգտագործվել է տվյալ ընկերության ցորենի պաշարի՝ ցորենի ներմուծման և ձեռքբերման ընդհանուր ծավալի շուրջ xx.x տոկոսը (գծապատկեր 1.9):



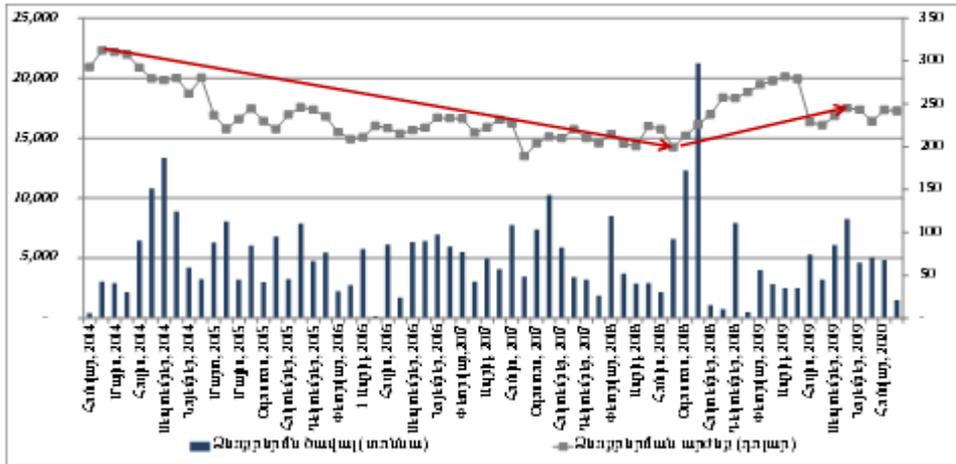
Գծապատկեր 1.9

«Բաղրամյան» ՍՊԸ-ի կողմից ներմուծված ցորենի սպառման ուղղությունները 2019 թ.

«Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերություն

Ի տարբերություն «Բաղրամյան» ՍՊԸ-ի՝ «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենի ձեռքբերումներն արտահայտված սեզոնային բնույթ չեն կրել, այլ որոշակի տատանումներով իրականացվել են տարվա բոլոր ամիսներին:

Ինչպես երևում է գծապատկեր 1.10-ից, 2014-2018 թթ. ընթացքում «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության կողմից գորենի ձեռքբերման գինը ևս որոշակի տատանումներով նվազման միտում է ունեցել: 2018 թ. հուլիսից մինչև 2020 թ. փետրվար ժամանակահատվածում գորենի ձեռքբերման գները որոշակի տատանումներով, ընդհակառակը, աճի միտում են ունեցել: 2018 թվականի **օգոստոս-դեկտեմբեր** և 2019 թ. **օգոստոս-դեկտեմբեր** ժամանակահատվածներում գորենի ձեռքբերման միջին կշռված գների փոփոխությունը գրանցել է 4% աճ:



Գծապատկեր 1.10

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊԸ-ի կողմից ներմուծված գորենի ծավալները՝ ըստ ձեռքբերման արժեքի, 2014-2020 թթ.²¹

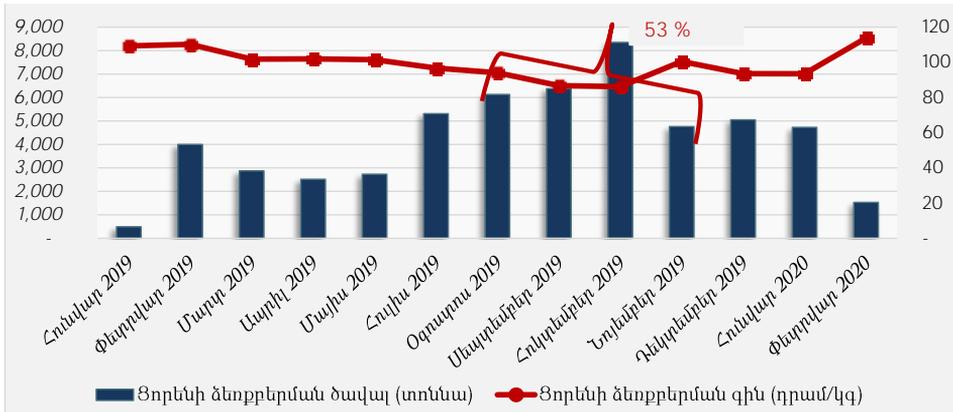
2019 թ. ընթացքում «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունը ներկրել է xx.x հազար տոննա գորեն, որի ձեռքբերման ընդհանուր արժեքը կազմել է x.x մլրդ ՀՀ դրամ կամ x.x մլն ԱՄՆ դոլար: Մեկ տոննա գորենի ձեռքբերման միջին կշռված գինը 2019 թ. կազմել է xxx.x ԱՄՆ դոլար: Նույն թվականին ընկերության կողմից գորենի ձեռքբերման միջին կշռված գները գերազանցել են «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից գորենի ձեռքբերման միջին կշռված գների (7%-ով):

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունը 2019 թ. ընթացքում ներկրված գորենի 53%-ը ներկրել է օգոստոս-նոյեմբեր ժամանակահատվածում (գծապատկեր 1.11): 2018 թ. գորենի xx.x հազար տոննա ընդհանուր պաշարից xx.x հազար տոննան՝ 89%-ը, որպես հումք օգտագործել է այլուրի արտադրության համար, x.x հազար տոննան՝ 2.6 %-ը՝ այլ նպատակների համար: ՀՀ-

²¹ Հաշվարկներն իրականացվել են ՀՀ ՊԵԿ տվյալների հիման վրա:

ում իրացրել է ընդհանուր առմամբ $x.x$ հազար տոննա ցորեն, որի շուրջ 98.6 %-ը՝ մեծածախ վաճառքի միջոցով, արտահանում չի իրականացրել:

«Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից 2018-2019 թթ. ժամանակահատվածում ցորենի ընդհանուր պաշարի ձևավորման և օգտագործման ուղղությունները նույնն են, ինչ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության պարագայում: Ցորենի պաշարի ձևավորման հիմնական աղբյուրը ներմուծումն է, իսկ օգտագործման ուղղությունը՝ որպես հումք սեփական արտադրությունում օգտագործումը: Ընկերությունը ներմուծված ցորենը նաև իրացնում է ՀՀ տարածքում, մեծածախ և մանրածախ վաճառքի միջոցով:

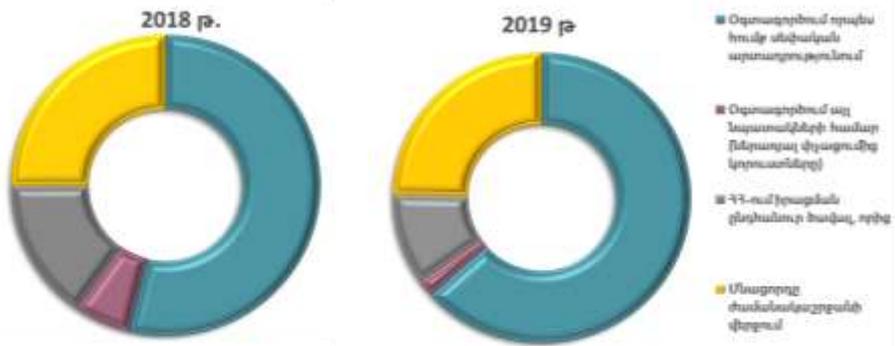


Գծապատկեր 1.11

«Մոդուս Գրանում» ՍՊԸ-ի կողմից 2019 թ. ներմուծված ցորենի ծավալները՝ ըստ ձևավորման արժեքների

2019 թ., 2018-ի համեմատ, «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության ցորենի ներմուծման ծավալը թեև կրճատվել է շուրջ 1,5 անգամ, սակայն ցորենի՝ որպես հումք օգտագործման ծավալն էական փոփոխություն չի կրել. աճել է շուրջ 2%-ով՝ կազմելով $xx.x$ հազար տոննա: Այլ նպատակներով ցորենի օգտագործման ծավալները նվազել են, նվազել են նաև մեծածախ և մանրածախ իրացումները՝ համապատասխանաբար $xx.x$ %-ով և $xx.x$ %-ով, գրեթե 4 անգամ նվազել են կորուստները (ներառյալ այլ նպատակով օգտագործումը)՝ հասնելով $x.x$ հազար տոննայի: Ցորենի իրացման ընդհանուր ծավալում դարձյալ գերակշռել է մեծածախ իրացման ծավալը՝ կազմելով ընդհանուր իրացման $xx.x$ %-ը:

Դիտարկվող ժամանակահատվածում «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունը ցորենի ընդհանուր ծավալից որպես հումք այլուրի արտադրության համար օգտագործել է 2018 թ.՝ $xx.x$ %-ը, 2019 թ.՝ $xx.x$ %-ը:



Գծապատկեր 1.12

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊԸ-ի ցորենի պաշարի սպառման ուղղությունները 2019 թ.

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության կողմից այսօրի արտադրության համար օգտագործվող ցորենի սպառումը, 2018 թ. համեմատ, 2019-ին, ըստ էության, նշանակալի փոփոխության չի ենթարկվել, այն դեպքում, երբ շուրջ 1.5 անգամ կրճատվել են ցորենի ներմուծման ծավալները: Բացի դրանից, ըստ տարիների, զգալիորեն նվազել է նաև ընկերության ցորենի մնացորդը տարեվերջին, արդյունքում՝ «Մոդուս Գրանուս» ընկերության մասնաբաժինը ցորենի շուկայում նվազել է, ինչի փոխարեն աճել է առաջատար՝ «Բադրամյան» ՍՊ ընկերության մասնաբաժինը:

Այսպիսով, «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունը 2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում ներմուծել է ընդհանուր առմամբ xxx.x հազար տոննա ցորեն, իսկ ՀՀ տարածքում այլ տնտեսավարող սուբյեկտներից ցորեն ձեռք է բերել միայն 2019 թ.՝ ընդամենը x.xx հազար տոննա: Նույն ժամանակահատվածում ընկերությունն այսօրի արտադրության նպատակով որպես հումք օգտագործել է ընդհանուր առմամբ xxx.x հազար տոննա ցորեն: **«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության կողմից այսօրի արտադրության նպատակով օգտագործված ցորենի ծավալը 2018-2020.02 ժամանակահատվածում կազմել է ցորենի ընդհանուր պաշարի շուրջ xx.x տոկոսը:**

Ցորենի ինքնարժեքի ձևավորում

Ուսումնասիրելով ներմուծված պարենային ցորենի ծավալները և ձեռքբերման գները՝ դիտարկվել են նաև տեղական արտադրության և ներմուծված ցորենի ինքնարժեքները: Տեղական արտադրության ցորենի դեպքում հիմք է ընդունվել ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության տեղեկատվությունը, իսկ ներմուծված ցորենի դեպքում՝ տնտեսավարող սուբյեկտների հարցման արդյունքները:

Տնտեսավարող սուբյեկտների ներկայացրած տեղեկատվության համաձայն՝ ներկրված ցորենի ինքնարժեքի 77-80%-ը կազմում է ցորենի ձեռքբերման գինը, մնացածը տեղափոխման և պահեստավորման ծախսերն են:

2018 թ. հունվարի 1-ից 2020 թ. փետրվարի 31-ն ընկած ժամանակահատվածում «Բաղրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունների կողմից ներկրված ցորենի միջին կշռված ինքնարժեքը կազմել է շուրջ xxx.x ՀՀ դրամ/կգ:

Ցորենի ձեռքբերման գները (ՀՀ դրամով արտահայտված) ընտրված ժամանակաշրջանում (2012-2019 թթ.) բավականին տատանողական են եղել: Մասնավորապես, եթե, օրինակ, դիտարկվող ժամանակաշրջանի սկզբում ցորենի 1 տոննան արժեցել է շուրջ xx.x հազար ՀՀ դրամ, ապա վերջում արդեն՝ ավելի քան xxx.x հազար ՀՀ դրամ: Ցորենի ինքնարժեքի ձևավորման գործընթացն ամբողջ ժամանակահատվածի համար, հաշվարկված կշռված միջինի մեթոդով, ներկայացված է գծապատկեր 1.13-ում:



Գծապատկեր 1.13

Մինչև պահեստ ցորենի ինքնարժեքը ձևավորող բաղադրիչները՝ 1 տոննա/ՀՀ դրամ

Այսպիսով կարող ենք նշել, որ ցորենի ձեռքբերումից մինչև պահեստ հասնելը ներմուծված ցորենի արժեքն ավելանում է միջինը շուրջ 27%-ով, ընդ որում՝ մինչև Այրում կայարան ցորենի փոխադրումը շուրջ 3 անգամ ավելի թանկ է (սա մինչև պահեստ ճանապարհի մեծ մասն է), քան երկրի ներսում դրա փոխադրումը մինչև պահեստ:

Մի փոքր ավելի բարդ է տեղական արտադրության ցորենի ինքնարժեքի կառուցվածքը:

ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության տեղեկատվության համաձայն՝ տարբերակվել է ցորենի ինքնարժեքի հաշվարկման երկու մոտեցում՝

- անջրդի պայմաններում աշնանացան ցորենի ինքնարժեք՝ մեկ հեկտար ցանքերում,
- ջրովի պայմաններում աշնանացան ցորենի ինքնարժեք՝ մեկ հեկտար ցանքերում:

Անջրդի պայմաններում աշնանացան ցորենի մեկ հեկտար ցանքերում կատարվող ագրոմիջոցառումները և պահանջվող ծախսերը (միջին գներ, ՀՀ դրամ)

N	Աշխատանք	Չափի միավոր	Միավորի արժեք	Ընդհանուր քանակ	Ընդհանուր արժեք
1	Վար	հա	30000	-	30000
2	Հողի նախացանքային մշակություն	հա	20000	-	20000
3	Սերմացու	կգ	180	300	54000
4	Սերմի տեղափոխում	տոննա	10000	0.3	3000
5	Ցանք	հա	15000	1	15000
6	Հերթիցիդի արժեք	կգ	5000	1.5	7500
7	Պայքար մոլախոտերի դեմ	հա	15000	1	15000
8	Մուցում ագրոտական պարարտանյութով	կգ	140	300	42000
9	Ագրոտական պարարտանյութի տեղափոխում	տոննա	10000	0.25	2500
10	Ագրոտական պարարտանյութի ցրում	հա	5000	1	5000
11	Բերքահավաք	հա	30000	1	30000
12	Բերքի տեղափոխում	երթ	3000	1	3000
	Ընդամենը ծախսեր	-	-	-	227000
	Միջին բերքը	ց/հա	-	25	
	1 տոննայի ինքնարժեքը	ՀՀ դրամ	-	-	90800

Անջրդի պայմաններում աշնանացան ցորենի մեկ հեկտար ցանքերում կատարվող ագրոմիջոցառումների և պահանջվող ծախսերի հաշվարկման արդյունքում ցորենի ինքնարժեքը կազմել է 90,8 ՀՀ դրամ/կգ (աղյուսակ 1.8), իսկ ջրովի պայմաններում՝ 83,4 ՀՀ դրամ/կգ (աղյուսակ 1.9):

Նշենք, որ տեղական արտադրության ցորենի ինքնարժեքը 21-27%-ով ցածր է ներմուծված ցորենի ինքնարժեքից:

Տեղական արտադրության ցորենը և ներկրված ցորենը միմյանցից որակապես տարբերվում են: Այսպես՝ ՀՀ-ում արտադրվում է հիմնականում 4-րդ կարգի ցորեն, որից չի ապահովվում անհրաժեշտ որակի և քանակի այլուր: Այս դեպքում, նախ, այլուրի ելքն է փոքր. եթե օրինակ՝ ոռոսական 2-րդ կամ 3-րդ կարգի ցորենից այլուրի ընդհանուր ելքը կազմում է միջինը 67-72% (մեկ տոննա ցորենից ստացված այլուրի բոլոր տեսակների քանակը), ապա տեղական արտադրության ցորենից այլուրի բոլոր տեսակների ելքը չի գերազանցում 53%-ը: Ներմուծված ցորենից բարձրակարգ այլուրի ելքը 1.5-2 անգամ բարձր է 1-ին և 2-րդ կարգի այլուրի ելքի հանրագումարից (կախված ներմուծված ցորենի կարգից): Այս հանգամանքներով պայմանավորված՝ ցորենի ինքնաբավության մակարդակի բարձրացմանն ուղղված պետության խթանող տնտեսական քաղաքականությունը պետք է ուղեկցվի ցորենի նոր, ավելի բարձր կարգի սերմնացուների ստացման ու ՀՀ-ի համար տեղայնաց-

ման գործընթացով: Այլապես, միայն ցորենի արտադրության ծավալների աճը չի կարող ապահովել հանրապետության ինքնաբավության մակարդակի բարձրացում:

Ջրովի պայմաններում աշնանացան ցորենի մեկ հեկտար ցանքերում կատարվող ագրոմիջոցառումները և պահանջվող ծախսերը (միջին գներ, ՀՀ դրամ)

Աղյուսակ 1.9

N	Աշխարհանք	Չափի միավոր	Միավորի արժեք	Ընդհանուր քանակ	Ընդհանուր արժեք
1	Վար	հա	30000	-	35000
2	Հողի նախացանքային մշակություն	հա	20000	-	20000
3	Սերմացու	կգ	180	300	54000
4	Սերմի տեղափոխում	տոննա	10000	0.3	3000
5	Ցանք	հա	15000	1	15000
6	Հերբիցիդի արժեք	կգ	5000	1.5	7500
7	Պայքար մոլախտերի դեմ	հա	15000	1	15000
8	Ստուգում ազոտական պարարտանյութով	կգ	14	300	42000
9	Ազոտական պարարտանյութի տեղափոխում	տոննա	10000	0.25	2500
10	Ազոտական պարարտանյութի ցրում	հա	5000	1	5000
11	Բերքահավաք	հա	30000	1	30000
12	Բերքի տեղափոխում	երթ	3000	1	3000
13	Ջրի վարձ	հա	65000	1	30000
14	Ոռոգում	անգամ	10000	3	30000
	Ընդամենը ծախսեր	-	-	-	292000
	Միջին բերքը	ց/հա	-	35	
	1 տոննայի ինքնարժեքը	դրամ	-	-	83428

Ընդհանրացնելով «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի առաջատար երկու խոշոր ընկերությունների կողմից ցորենի ներմուծման ծավալների և գների դիտարկումը, ինչպես նաև ուսումնասիրելով պարենային ցորենի սպառման հիմնական ուղղությունները՝ պետք է արձանագրել, որ.

- «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ծավալը 2019 թ. կազմել է 474 664 տոննա,
- «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայում գործում են երկու գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտներ՝ «Բաղրամյան» և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունները՝ շուկայի բավական մեծ մասնաբաժիններով՝ համապատասխանաբար՝ xx.x% և xx.x%,
- տարիների ընթացքում «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի սուբյեկտների կազմն էական փոփոխության չի ենթարկվել և հիմնական դերակատարները վերոնշյալ երկու ընկերություններն են,

- երկու ընկերություններն էլ ցորենի հիմնական պաշարն այլուրի արտադրության նպատակով սեփական արտադրությունում օգտագործում են որպես հումք,
- «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող երկու գերիշխող տնտեսավարող սուբյեկտները տվյալ շուկային փոխկապակցված «այլուր» ապրանքային շուկայի սուբյեկտներ են և էական դերակատարում ունեն նաև այդ շուկայում,
- «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկան ունի բարձր կենտրոնացվածության աստիճան,
- տեղական արտադրության ցորենը որակապես տարբերվում է ներկրված ցորենից,
- Հայաստանի Հանրապետությունում «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկան, որոշակի կայուն պահանջարկից ելնելով, ունի աճի սահմանափակ հնարավորություն: Շուկան հագեցած է, և տարիների ընթացքում այլ տնտեսավարողների մուտքի բացակայությունն ունի օբյեկտիվ պատճառներ:

1.5

Պարենային ցորենի և ցորենի այլուրի շրջանառության ոլորտի իրավական կարգավորումը

Սույն հետազոտության շրջանակում դիտարկվել են ցորենի և այլուրի շրջանառության ոլորտները կարգավորող օրենսդրական դաշտը, ոլորտին առնչվող իրավական կարգավորումները:

Հայաստանի Հանրապետությունում ցորենի և այլուրի արտադրության, պահպանման, տեղափոխման, փաթեթավորման, մակնշման, իրացման, ներմուծման և օգտագործման գործընթացներին ներկայացվող պահանջները հիմնականում կանոնակարգվում են Մաքսային միության (Եվրասիական տնտեսական միության) տեխնիկական կանոնակարգերով, որոնց կիրառումը և կատարումը պարտադիր է Մաքսային միության միասնական մաքսային տարածքում:

Այդ կանոնակարգերն են՝

1. Մաքսային միության (Եվրասիական տնտեսական միության) հանձնաժողովի՝ 2011 թ. դեկտեմբերի 9-ի N 874 որոշմամբ հաստատված «Հացահատիկի անվտանգության մասին» տեխնիկական կանոնակարգը²², որով սահմանվում են հացահատիկին ներկայացվող և դրա արտադրման, պահ-

²² <http://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=151684#>

պանման, փոխադրման, իրացման և ուտիլիզացման գործընթացներին ներկայացվող պահանջները: Կանոնակարգը տարածվում է Մաքսային միության միասնական մաքսային տարածքում շրջանառության մեջ դրվող հացահատիկի վրա, որն օգտագործվում է սննդային կամ կերային նպատակով (այն չի տարածվում սերմնային նպատակների համար նախատեսված հացահատիկի, հացահատիկի վերամշակման արտադրանքի վրա):

2. Մաքսային միության հանձնաժողովի՝ 2011 թ. դեկտեմբերի 9-ի N 880 որոշմամբ հաստատված «Սննդամթերքի անվտանգության մասին» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգը²³, որով սահմանվում են՝

- կանոնակարգման օբյեկտները և դրանց ներկայացվող անվտանգության պահանջները,
- կանոնակարգման օբյեկտների նույնականացման կանոնները,
- կանոնակարգման օբյեկտների՝ տեխնիկական կանոնակարգի պահանջներին համապատասխանության գնահատման ձևերը և ընթացակարգերը:

Այս կանոնակարգի կիրառման ժամանակ պետք է հաշվի առնվեն սննդամթերքի մակնշմանը, արտադրության ընթացքում սննդամթերքի հետ շփման մեջ գտնվող փաթեթավորման նյութերին, արտադրատեսակներին և սարքավորումներին ներկայացվող պահանջները, որոնք սահմանված են Մաքսային միության համապատասխան տեխնիկական կանոնակարգերով:

3. Մաքսային միության (Եվրասիական տնտեսական միության) հանձնաժողովի՝ 2011 թ. օգոստոսի 16-ի N 769 որոշմամբ հաստատված «Փաթեթավորման անվտանգության մասին» տեխնիկական կանոնակարգը, որը տարածվում է բոլոր տեսակի փաթեթավորումների վրա, ներառյալ պատրաստի արտադրանք հանդիսացող փակոցները, որոնք շրջանառության մեջ են Միության մաքսային տարածքում՝ անկախ ծագման երկրից: Այն սահմանում է փաթեթավորման (փակման), տեղափոխման և հեռացման գործընթացների նկատմամբ պահանջների պարտադիր կատարում:

4. Մաքսային միության (Եվրասիական տնտեսական միության) հանձնաժողովի՝ 2011 թ. դեկտեմբերի 9-ի N 881 որոշմամբ հաստատված «Սննդամթերքի մակնշման մասին» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգը²⁴, որը տարածվում է մաքսային տարածքում շրջանառության մեջ դրված սննդամթերքի վրա և սահմանում է պարենային ապրանքների մակնշման պայմանները: Միտված է կանխելու սպառողներին մոլորեցնող գործողությունները՝ կապված սննդամթերքի մասին հավաստի տեղեկատվության հետ:

5. Եվրասիական տնտեսական հանձնաժողովի խորհրդի՝ 2012 թ. հուլիսի 20-ի N 58 որոշմամբ հաստատված «Սննդային հավելումների, բուրավե-

²³ <http://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=151681>

²⁴ <http://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=153195>

տիչների և տեխնոլոգիական օժանդակ միջոցների անվտանգությունը ներկայացվող պահանջներ» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգ: Այս կանոնակարգի ընդունման նպատակներն են՝

- մարդու կյանքի և առողջության պաշտպանությունը,
- ձեռքբերողներին (սպառողներին) մոլորության մեջ զցող գործողությունների կանխումը,
- շրջակա միջավայրի պաշտպանությունը:

ՀՀ Կառավարության՝ 2015 թ. N 71-Ն որոշմամբ²⁵ վերոնշյալ տեխնիկական կանոնակարգերի պահանջների պահպանման նկատմամբ պետական վերահսկողություն իրականացնող լիազոր մարմիններ են սահմանվել՝

- ՀՀ Կառավարությանը ենթակա Մանդամթերքի անվտանգության տեսչական մարմինը,
- ՀՀ շուկայի վերահսկողության տեսչական մարմինը,
- ՀՀ քաղաքաշինության, տեխնիկական և հրդեհային անվտանգության տեսչական մարմինը:

6. «Մանդամթերքի անվտանգության պետական վերահսկողության մասին» ՀՀ օրենքի 3-րդ և 4-րդ հավելվածները²⁶, ինչպես նաև Մաքսային միության հանձնաժողովի՝ 2010 թ. հունիսի 18-ի N318 որոշմամբ սահմանված դրույթները:

3-րդ հավելվածով կարգավորվում են ԵԱՏՄ անդամ այլ երկրներից ներմուծվող և ՀՀ-ից դեպի ԵԱՏՄ անդամ այլ երկրներ արտահանվող բուսասանիտարական կարանտին հսկողության ենթակա բույսերի, բուսական արտադրանքի և այլ կարգավորվող առարկաների բուսասանիտարական կարանտին հսկողության հետ կապված հարաբերություններն այն դեպքերում, երբ տեղափոխվող բուսասանիտարական հսկողության ենթակա ապրանքի խմբաքանակը ներառված չէ մաքսային տարանցիկ գործընթացում կամ այն մաքսային գործընթացում, որը նախատեսում է ապրանքների արտահանում ԵԱՏՄ մաքսային տարածքից կամ ՀՀ-ից:

4-րդ հավելվածով կարգավորվում են ԵԱՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրներից ներմուծվող և ՀՀ-ից դեպի ԵԱՏՄ անդամ չհանդիսացող երկրներ արտահանվող բույսերի, բուսական արտադրանքի և կարգավորվող առարկաների ներմուծման, արտահանման, վերաարտահանման և տարանցիկ փոխադրման ժամանակ կարանտին հսկողության հետ կապված հարաբերությունները:

Ներմուծելիս ավելացված արժեքի հարկից ազատված ապրանքների ցանկում սպելտա ցանքի համար ներառված են փափուկ ցորեն և մեպին սերմացու, զարու սերմացու ապրանքատեսակները²⁷ (ավելացված արժեքի

²⁵ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=95532>

²⁶ <https://www.arlis.am/documentview.aspx?docid=91593>

²⁷ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=137520>

հարկ վճարող համարվող կազմակերպությունների և անհատ ձեռնարկատերերի կողմից ներմուծվող ակցիզային հարկով հարկման ոչ ենթակա մի շարք ապրանքների ցանկ): Օրենքը կիրառվում է ինչպես Մաքսային միության անդամ հանդիսացող, այնպես էլ չհանդիսացող պետություններից ներմուծման դեպքերում: Այս օրենքով սահմանված ապրանքատեսակների ներմուծման կարգը հաստատվել է ՀՀ Կառավարության 2002 թ. մայիսի 25-ի N 621 որոշման համաձայն²⁸:

Բացի վերոնշյալներից, հացի, հացաբուլկեղենի, հրուշակեղենի և խոհարարական արտադրանքների համար օգտագործվող ցորենի այլուրի ընդհանուր տեխնիկական պայմանները սահմանված են ՀՍՏ 280-2007 ստանդարտով, իսկ ցորենինը՝ ԳՕՍՏ 9353-2016 միջպետական ստանդարտով:

Մյուս կողմից, հաշվի առնելով որոշ պարենային ապրանքների առանձնահատկությունները, ՀՀ Կառավարության 2018 թ. դեկտեմբերի 13-ի «Հարկման բազայի որոշման նպատակով համախառն եկամտից նվազեցվող գույքի բնական կորուստների չափերը սահմանելու մասին» N 1467-Ն որոշման²⁹ 8-րդ հավելվածով սահմանվեցին հարկման բազայի որոշման նպատակով համախառն եկամտից նվազեցվող հացահատիկի, հացամթերքների, խոտաբույսերի սերմերի, հատիկախմորի և այլ կերատեսակների տեղափոխման ու պահպանման ընթացքում առաջացող բնական կորուստների չափերը, որոնք հետևանք են դրանցում ընթացող ֆիզիկաքիմիական գործընթացների և օդերևութաբանական գործոնների ազդեցության, տրանսպորտային միջոցների օգտագործման, ինչպես նաև պահպանման ժամանակ դրանց որակական ու քանակական պարամետրերի փոփոխության: Ընդ որում, հացահատիկի կորուստների չափաբաժինը երկաթուղային տրանսպորտով փոխադրելիս 0.15% է, իսկ ջրային տրանսպորտով փոխադրելիս՝ 0.25%: Ելնելով համաճարակային իրավիճակով պայմանավորված պարենային անվտանգության խնդիրներից՝ ՀՀ ԱԺ-ն 2020 թ. մարտի 4-ին ընդունել է «Նյութական պահուստի մասին» ՀՀ օրենքը³⁰, և ներկայում քննարկվում են ենթաօրենսդրական ակտեր, որոնց նպատակը նյութական պահուստի համակարգի զարգացման իրավական դաշտի ստեղծումն է:

²⁸ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?DocID=99577>

²⁹ <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=127175>

³⁰ <http://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=152522>



Գծապարկեր 1.14

Եվրասիական տնտեսական միության տեխնիկական կանոնակարգերը³¹

³¹ Կազմել են հեղինակները:

Ցորենի այուրի առավել տարածված տեսակներ են.

Բարձր փեսակի ցորենի այուր՝ պատրաստված ցորենի փափուկ սորտերից, արտադրվում է մեկ կամ երկու սորտային աղացվածքով: Այն գրեթե չի պարունակում թեփ, սպիտակ է՝ թույլ կաթնագույն երանգով, մոխրի պարունակությունը՝ 0,55%, սոսնձանյութինը՝ 24-28%:

1-ին փեսակի ցորենի այուր՝ պատրաստված է փափուկ ցորենի սորտերից, արտադրվում է մեկ կամ երկու սորտային աղացվածքով: Այուրի գույնը սպիտակ է՝ բարձր տեսակի այուրի համեմատությամբ դեղնավուն երանգով: Այն պարունակում է ավելի քիչ օսլա և ավելի շատ սպիտակուցներ, ուստի այս այուրից ավելի շատ սոսնձանյութ է ստացվում, քան բարձր տեսակի այուրից: Մոխրի պարունակությունը՝ 0,75%, սոսնձանյութինը՝ 25-30%:

2-րդ փեսակի ցորենի այուր՝ պատրաստված փափուկ ցորենի սորտերից՝ բաղկացած երկու կամ երեք սորտային աղացվածքից, ներառում է նաև փոքր քանակությամբ թեփ (հացահատիկային կճեպներ): Նման այուրի գույնը դեղնավուն կամ մոխրագույն երանգ ունի: 2-րդ տեսակի այուրը պարունակում է մինչև 8% թեփ:

ՀՀ ՏՄՊՊ հանձնաժողովի՝ 2007 թ. հոկտեմբերի 3-ի թիվ 78-Ա որոշմամբ սահմանվել են «ցորենի այուր» ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային և աշխարհագրական սահմանները, ըստ որի՝ «ցորենի այուր» ապրանքային շուկայի ապրանքատեսակային սահմանը ներառում է ցորենի այուրի ամբողջ տեսականին (բարձր, առաջին, երկրորդ, այլ), իսկ աշխարհագրական սահմանը՝ Հայաստանի Հանրապետության ողջ տարածքը:

Ցորենի այուրն օգտագործվում է տնային տնտեսությունների՝ հացի, հացամթերքի, մակարոնեղենի և այուրից պատրաստվող այլ արտադրատեսակների արտադրություններում, որոնցից այուրի ամենամեծ սպառումն ապահովում է հացի արտադրությունը: Հացի արտադրությունում օգտագործվում են այուրի բոլոր տեսակները և, կախված հացի տեսակից, կիրառվում են մեկ կամ մի քանի տեսակի այուրի համակցումներ: Այուրի տարբեր համակցություններից են ստացվում նաև մակարոնեղենի և հացաբուլկեղենի տարբեր տեսակները: Ցորենի վերոնշյալ այուրները միմյանց փոխադարձ փոխարինելի են, և սույն ուսումնասիրության շրջանակում դիտարկվել են որպես մեկ ապրանքային շուկա:

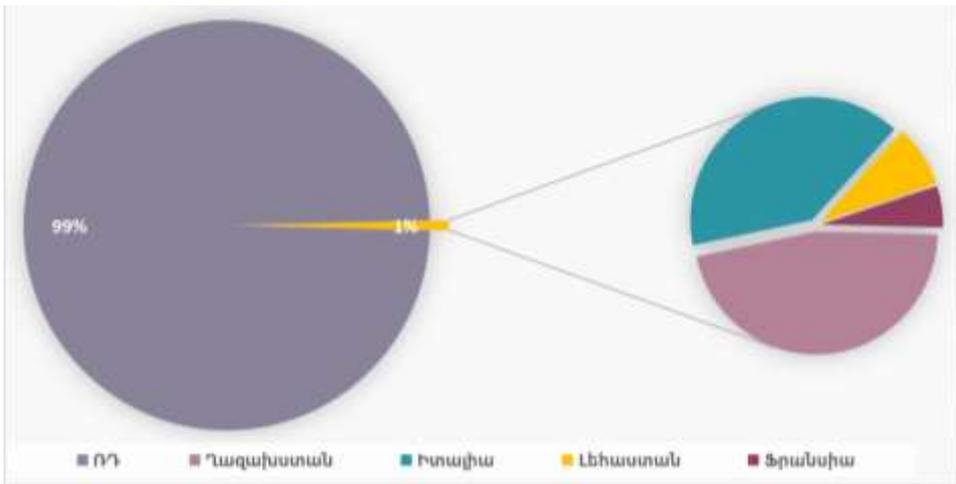
«Ցորենի այուր» ապրանքային շուկայի ծավալը որոշվել է ապրանքային շուկայի աշխարհագրական սահմանում տվյալ ապրանքի և դրա փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների իրացման ընդհանուր ծավալի հիման վրա:

2.2

Ապրանքային շուկայի կառուցվածքը և ծավալները

Ինչպես արդեն նշել ենք, Հայաստանում տարեկան սպառվում է շուրջ 200.0 հազ. տոննա այլուր: Ի տարբերություն «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի՝ «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում գերակշռում է տեղական արտադրության այլուրը: «Ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի ընդհանուր ծավալը հաշվարկվել է ներմուծված և ՀՀ-ում արտադրված այլուրի իրացման ընդհանուր ծավալների հիման վրա:

Ներմուծված ցորենի այլուրը, ինչպես ցորենի դեպքում, հիմնականում ներմուծվում է ՌԴ-ից (98-99%):



Գծապարկեր 2.2

Այլուրի ներմուծման ծավալները՝ ըստ հիմնական երկրների

ՀՀ «ցորենի այլուրի» շուկայի ներմուծման սեզոնն ստը, «պարենային ցորենի» շուկայի համեմատությամբ, ծավալներով ավելի փոքր է, գործող տնտեսավարող սուբյեկտների քանակը՝ ավելի մեծ, իսկ առաջատարների կազմը, ինչպես նաև շուկայում վերջիններիս ունեցած մասնաբաժինները՝ ան-կայուն:

2012-ից 2015 թվականն ընկած ժամանակահատվածում ցորենի այլուր ներկրող տնտեսավարողների թիվը բավականին փոքր է եղել, 2015 թվականից սկսած՝ այն աստիճանաբար աճել է (աղյուսակ 2.1): Սակայն տնտեսավարող սուբյեկտների կազմը շարունակ փոփոխվել է, և նրանցից որևէ մեկին չի հաջողվել պահպանել շուկայի առաջատարի դիրքը ներմուծման ծավալներում:

Այլուր ներմուծող ընկերությունների թիվը 2012-2019 թթ.

Տարի	Ներմուծում՝ իրականացնող ընկերությունն երի ընդհանուր թիվ ³⁴	ԵԱՏՄ-ից ներմուծում իրականացնող ընկերությունն երի թիվ	Այլ երկրներից ներմուծում իրականացնող ընկերությունն երի թիվ	Ներմուծման ընդհանուր ծավալ (լրոննա)	ԵԱՏՄ-ից ներմուծման ծավալ (լրոննա)
2012	23	8	15	1 286	693
2013	20	10	11	897	720
2014	30	17	13	2 988	2 792
2015	99	91	9	19 388	19 342
2016	67	59	9	11 855	11 618
2017	133	124	10	20 114	19 935
2018	171	158	15	27 462	27 312
2019	169	158	14	22 230	22 136

Այսպես, 2015 թ. այլուրի ներմուծման շուկայում գործել են 99 տնտեսավարող սուբյեկտներ, որից 29 ունեցել է 1% և ավելի մասնաբաժին: Վերջիններիս գումարային ներկույնը կազմել է ներմուծված այլուրի ծավալի 82.6%-ը: Իսկ 5% և ավելի շուկայական մասնաբաժին ունեցող 4 տնտեսավարողները միասին ապահովել են այլուրի ներմուծման 37.7%-ը:

2016 թ. այլուրի ներմուծման շուկայի մասնակիցների թիվը կրճատվել է շուրջ 32%-ով՝ կազմելով 67 տնտեսավարող, սակայն մինչև 1% մասնաբաժին ունեցողների թվաքանակը և դրանց ներմուծման գումարային մասնաբաժինը մնացել են գրեթե անփոփոխ՝ 83.6%: Ներմուծման ծավալի մեջ 5% և ավելի մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտների գումարային ներմուծումը 2016 թ. կազմել է 32.7%:

2017 թ. այլուրի ներմուծման շուկայում գործող տնտեսավարող սուբյեկտների քանակը կրկնապատկվել է՝ դառնալով 133: Ընդ որում, շուկայի կառուցվածքը զգալիորեն փոխվել է՝ ի օգուտ գերփոքր տնտեսավարող սուբյեկտների: Այսպես, 1% և ավելի մասնաբաժին ունեցողների թվաքանակն ավելացել է ընդամենը 2-ով, իսկ նրանց գումարային ներմուծումը նվազել է՝ կազմելով 77%: 5% և ավելի մասնաբաժին ունեցող 4 տնտեսավարող սուբյեկտներ միասին ներկրել են այլուրի ներմուծման ծավալի 27.9%-ը:

2018 թ. տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակը, նախորդ տարվա համեմատ, նորից ավելացել է՝ հասնելով 171-ի: Շուկայում 1% և ավելի մասնաբաժին ունեցողների թվաքանակը կազմել է 39, իսկ վերջիններիս գումարային ներմուծումը նվազել է՝ կազմելով 58%: 2019 թ. տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակը կազմել է 169, իսկ շուկայում 1% և ավելի մասնաբաժին ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտներին՝ 44, որոնց գումարային մասնաբաժինը ընդհանուր ներմուծման մեջ կազմել է 77%:

³⁴ Այլուրի ներմուծման ոլորտում կան տնտեսավարող սուբյեկտներ, որոնք միաժամանակ այլուր ներմուծում են ԵԱՏՄ-ից և այլ երկրներից:

2012-2019 թթ. ժամանակահատվածում այլուրի ներմուծման ծավալներն աճել են: Այլուրի ներմուծման ծավալների աճը, ներմուծող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակի աճը, դրան զուգահեռ առաջատար տնտեսավարող սուբյեկտի մասնաբաժնի փոքր լինելը փաստում են, որ այլուր հիմնականում ներմուծվում է փոքր տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից՝ փոքր ծավալներով:

Հաշվի առնելով, որ «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում ներմուծված այլուրի մասնաբաժինը կազմում է շուրջ 10%՝ ակնհայտ է, որ ներմուծող տնտեսավարող սուբյեկտների մեծ թվաքանակն էական դերակատարում չունի ապրանքային շուկայում:

Տեղական արտադրության այլուրն ապահովել է «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի հիմնական ծավալները:

Արտադրող տնտեսավարող սուբյեկտների թվաքանակը, ըստ տարիների, տատանվել է 24-30-ի սահմաններում: 2015 թ. ցորենի այլուր արտադրել է թվով 26, 2016 թ.՝ 24, 2017 թ.՝ 30, 2018 թ.՝ 29, իսկ 2019 թ.՝ 28 տնտեսավարող սուբյեկտ:

Ի տարբերություն այլուր ներմուծող տնտեսավարող սուբյեկտների, որոնք «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում էական դերակատարում չունեն, այլուր արտադրող տնտեսավարող սուբյեկտների կազմն ավելի կայուն է, և արտադրված այլուրի 88-90%-ն արտադրվում է երկու հիմնական տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից:

Հանրապետությունում «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի ընդհանուր ծավալը ձևավորվում է ներմուծված և արտադրված ցորենի այլուրի իրացման ծավալների հանրագումարից: Այլուր արտադրող երկու խոշոր ընկերությունների կողմից այլուրի արտահանում տեղի չի ունեցել:

Աղյուսակ 2.2

«Ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի ծավալները, 2012-2019 թթ.³⁵

Տարի	Արտադրություն (գոննա)	Ներմուծում (գոննա)	Ընդամենը (գոննա)
2012	235.000	1.286	236.286
2013	169.000	897	169.897
2014	220.000	2.988	222.988
2015	187.885	19.388	207.273
2016	180.000	11.855	191.855
2017	169.200	20.114	189.314
2018	177.053	27.462	204.516
2019	177.235	22.230	199.465

2012-2019 թթ. տարեկան սպառման շարժընթացը ցույց է տալիս, որ ՀՀ-ում ցորենի այլուրի սպառման ծավալներն էական տատանումներ չեն

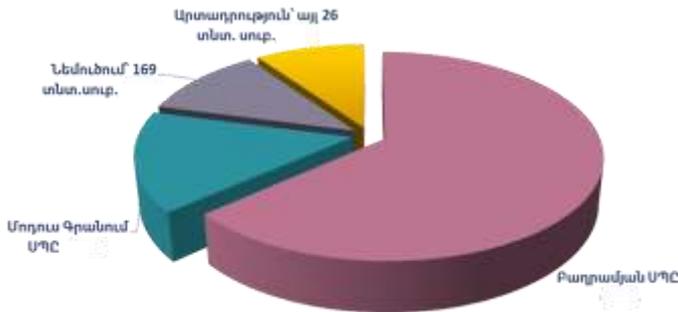
³⁵ 2018 թ. կեսից «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊԸ-ն չի արտադրել այլուր, փոխարենը արտադրել է «Բաղրաձյան» ՍՊԸ-ն, որը, ըստ էության, նույն «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊԸ-ն է:

ունեցել: Նշված ժամանակահատվածում առավելագույն սպառումը եղել է 2012 թ.՝ 236 286 տոննա: 2019 թ. սպառումը, 2012-ի համեմատ, կրճատվել է 16 տոկոսային կետով: Բնակչության 1 շնչի հաշվով ցորենի այլուրի օրական սպառման միջին ծավալը ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում կազմել է 0.22 կգ:

2019 թ. տվյալների համաձայն՝ «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի ծավալը կազմել է 199 465 տոննա:

«Ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում տարիներ շարունակ էական դերակատարներ են հանդիսացել «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի առաջատար երկու տնտեսավարող սուբյեկտները՝ «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊ (2018 թ. կեսից՝ «Բաղրամյան» ՍՊԸ) և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունները:

2019 թ. «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունն իրացման ծավալներով զբաղեցրել է xx.x%, «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունը՝ xx.x% մասնաբաժին: Ապրանքային շուկայում երրորդ տեղը զբաղեցնող «Գոլդեն Ֆլուր» ՍՊ ընկերության մասնաբաժինն ընդհանուր իրացման ծավալում կազմել է ընդամենը x.x%:



Գծապատկեր 2.3 | «Ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի կառուցվածքը 2019 թ.

«Սնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի 6-րդ հոդվածի 2-րդ մասի 3-րդ կետի համաձայն՝ ապրանքային շուկայում իրացման կամ ձեռքբերման առավել մեծ ծավալներ ունեցող երկու տնտեսավարող սուբյեկտներից յուրաքանչյուրը տվյալ ապրանքային շուկայում համարվում է գերիշխող դիրք ունեցող, եթե որպես իրացնող կամ ձեռք բերող, իրացման կամ ձեռքբերման ծավալներով միասին գրավում են տվյալ շուկայի առնվազն մեկ երկրորդը³⁶:

Ըստ այդմ, «Բաղրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերություններից յուրաքանչյուրը «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում համարվում

³⁶ <http://www.competition.am/index.php?menu=147&lng=1>

է գերիշխող դիրք ունեցող. որպես իրացնող իրացման ծավալներով միասին գրավում են տվյալ շուկայի ավելի քան մեկ երկրորդը՝ x.x.x %-ը:

Այսպիսով, ցորեն ներմուծող խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտները «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում ևս ակնհայտ առաջատարներ են, և տվյալ շուկայում 2012-2019 թթ. ժամանակահատվածում պահպանել են իրենց դիրքը:

Սպառման կայուն ծավալները վկայում են, որ այս շուկան ևս, ինչպես «պարենային ցորենի» շուկան, «սահմանափակ» է, և որևէ «հագեցած» ապրանքային շուկայում տարիներ շարունակ առաջատար համարվող երկու տնտեսավարող սուբյեկտների համար նոր մրցակցի ի հայտ գալն օրյեկտիվորեն բարդ է այն առումով, որ վերջիններիս համար անհրաժեշտ են մեծ կապիտալ ներդրումներ՝ արտադրական կարողությունների և ենթակառուցվածքների ստեղծման և ընդլայնման նպատակով:

Այլուր արտադրող տնտեսավարողներին անհրաժեշտ են բավականին խոշոր ներդրումներ՝ գերժամանակակից տեխնոլոգիայով, նվազագույն ծախսերով, այլուրի բարձր որակով շուկա մուտք գործելու, հաստատվելու և ընդլայնվելու համար, բացի դրանից, նաև որոշակի ժամանակ սպառողների վստահությունը շահելու և պահպանելու համար:

Մյուս կողմից, կարելի է դիտարկել նաև արտադրող տնտեսավարող սուբյեկտի արտահանման հնարավորությունները, սակայն «պարենային ցորեն» ապրանքային շուկայի ներկայիս իրավիճակում, երբ ցորենի գինը հիմնականում կախված է ռուսաստանյան ներմուծումներից, դժվար է ստանալ ավելի ցածր ինքնարժեքով այլուր և արտահանել (առավել ևս, երբ ԵԱՏՄ երկրներում այլուրի ինքնարավոյան մակարդակն ավելի բարձր է):

2.3

Ապրանքային շուկայի կենտրոնացվածության աստիճանը

«Ցորենի այլուր» ապրանքային շուկան 2019 թ., ըստ կենտրոնացվածության ցուցանիշների, բարձր կենտրոնացված էր՝ HHI=4292, CR=80.1% և 2012-2019 թթ. միշտ ունեցել է բարձր կենտրոնացվածության ցուցանիշներ:

Այսպես, դիտարկվող ողջ ժամանակահատվածում CR գործակիցը բարձր է եղել 70-ից, այսինքն՝ ՀՀ այլուրի ընդհանուր շուկան նույնպես ունի կենտրոնացման բարձր աստիճան: CR գործակիցն ամենաբարձր արժեքն ընդունել է 2016 թ., որից հետո դրսևորել է նվազման միտում, սակայն 2019 թվականից նորից բարձրացել է՝ կազմելով 80.1:

Հերֆինդալ-Հիրշմանի համաթվի միջոցով այլուրի շուկայի կենտրոնացման աստիճանը նույնպես գնահատվում է որպես բարձր կենտրոնացված,

քանի որ բոլոր տարիներին համաթվի արժեքը գերազանցում է 1800-ը: Դիտարկվող ժամանակահատվածում շուկան կենտրոնացման ամենաբարձր մակարդակն ունեցել է 2016 թ., այնուհետև հաջորդող տարիներին Հերֆինդալ-Հիրշմանի համաթիվը դրսևորել է նվազման միտում՝ այդուհանդերձ մնալով զգալիորեն բարձր մակարդակի վրա: 2019 թ. նորից շուկայի կենտրոնացվածության մակարդակը կտրուկ բարձրացել է՝ ընդհուպ մոտենալով 2017 թ. կենտրոնացվածության մակարդակին:

2.4 | Ցորենի այուրի արտադրության և իրացման ամբողջական շղթան

Հաշվի առնելով, որ ՀՀ-ում ցորենի այուրի իրացման xx.x%-ը բաժին է ընկնում «Բաղրամյան» ՍՊ և xx.x%-ը՝ «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերություններին՝ առավել մանրամասնորեն դիտարկվել են վերջիններիս վարքագիծը և արտադրած այուրի ինքնարժեքը, գները, մատակարարումները:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերություն

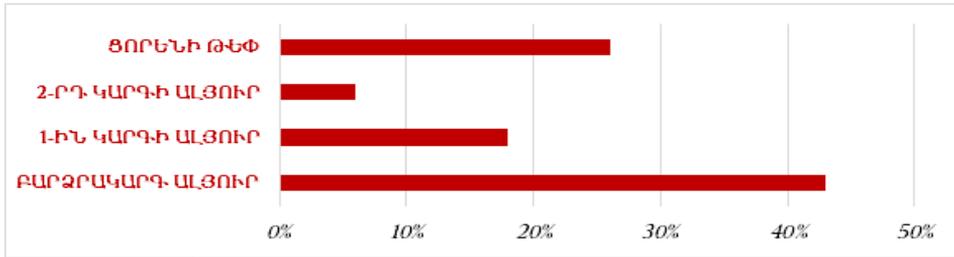
2015-2019 թթ. «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենի այուրի տարեկան արտադրության ծավալը տատանվել է xxx.x հազար տոննայի սահմաններում: 2018 թ. առաջին կեսի ընթացքում «Ալեքս Հոլդինգ» ՍՊ ընկերության կողմից արտադրվել է xx.x հազար տոննա այուր, իսկ տարվա երկրորդ կեսին, երբ արտադրությունը սկսել է իրականացնել «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը, արտադրվել է xx.x հազար տոննա այուր, ընդամենը արտադրվել է xx.x հազար տոննա այուր: 2019 թ. «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունն արտադրել է xxx.x հազար տոննա այուր: Ընկերության կողմից արտադրված այուրի հիմնական մասն իրացվել է, այսինքն՝ ընկերությունում այուրի ապրանքային մնացորդը թե՛ եռամսյակային, թե՛ տարեկան կտրվածքով աննշան է: Սա, իր հերթին, նշանակում է, որ արտադրության ծավալներն առավելագույնս հարմարեցված են պահանջարկին:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության արտադրած այուրի եռամսյակային իրացման մասնաբաժինը Աղյուսակ 2.3

Բաղրամյան ՍՊԸ	2018	2019
	Իրացում %	Իրացում %
1-ին եռամսյակ	89%	93%
2-րդ եռամսյակ	99%	99%
3-րդ եռամսյակ	97%	104%
4-րդ եռամսյակ	101%	101%

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունն այուրի արտադրական գործընթացում թողարկում է այուրի 3 հիմնական տեսակ (բարձրակարգ, 1-ին կարգի, 2-րդ կարգի այուր) և թելի:

Այլուրի արտադրական գործընթացում մեկ միավոր ցորենից ստացվող արտադրական ելքերը ներկայացված են գծապատկեր 2.4-ում:



Գծապատկեր 2.4

Մեկ միավոր ցորենից արտադրական ելքերը «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունում

Ինչ վերաբերում է «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից դիտարկվող ժամանակահատվածում ցորենից ստացված այլուրի տեսակների և ցորենի թեփի օգտագործման ուղղություններին, ապա նշենք, որ ընկերությունն արտադրված այլուրը և ցորենի թեփն օգտագործել է բացառապես մեծածախ իրացման միջոցով, մանրածախ իրացում, սեփական արտադրության մեջ օգտագործում, այլ նպատակներով օգտագործում կամ արտահանում ընկերությունը չի իրականացնում:

Մինչդեռ հարկ է նշել, որ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից արտադրված այլուրն իրացվում է վերջինիս հետ փոխկապակցված «Սիթի» ՍՊ ընկերության մանրածախ առևտրի ցանցերում, օգտագործվում է նաև «Սևանի հացի գործարան» ՓԲ ընկերության հացի և հացաբուլկեղենի արտադրամասերում, որոնք տեղակայված են նաև «Սիթի» ՍՊ ընկերության բոլոր առևտրային մասնաճյուղերում:

Ինչպես երևում է գծապատկեր 2.5-ից, «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից արտադրված և խոշոր առևտրային ցանցերին իրացված այլուրի մեծ մասը բաժին է ընկնում հենց վերջինիս հետ փոխկապակցված «Սիթի» ՍՊ ընկերության առևտրային ցանցերին:



Գծապատկեր 2.5

Հանրապետության խոշոր առևտրային ցանցերին «Բաղրամյան» ընկերության կողմից այլուրի իրացման բաշխվածությունը

Առևտրային ցանցերին իրացված ալյուրի ծավալներն ըստ ալյուրի տեսականու ներկայացված են աղյուսակ 2.4-ում:

Աղյուսակ 2.4

«Բաղրամյան» ընկերության կողմից խոշոր առևտրային ցանցերին իրացված ալյուրը՝ ըստ տեսականու, %

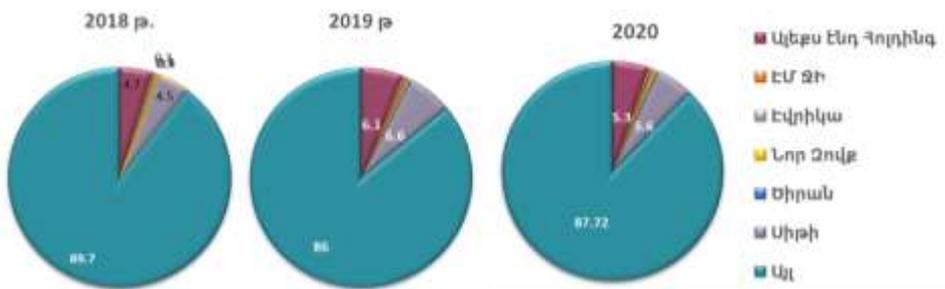
2019 թ.	«Էմ Զի Գրուպ»	«Էվրիկա Գրուպ»	«Նոր Զովք»	«Ծիրան Մարկեր»	«Սիթի»
Բարձրակարգ ալյուր	7.8	4.8	2.2	3.0	81.5
1-ին կարգի ալյուր	4.9	2.4	7.0	0.3	85.2
2-րդ կարգի ալյուր	28.0	0.1	8.0	9.4	57.0
Ալյուրի թեփ	-	-	-	-	-

Նշենք, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում առևտրային ցանցերին իրացվել է հիմնականում բարձրակարգ և առաջին կարգի ալյուր (97%):

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը դիտարկվող ժամանակահատվածում, բացի նշված 5 առևտրային ցանցերից, ալյուրն իրացրել է նաև «միջնորդ» հանդիսացող «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության հետ փոխկապակցված «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերությանը, որն էլ, իր հերթին, ձեռք բերված ալյուրն իրացրել է այլ ընկերությունների, այդ թվում՝ նաև վերոնշյալ առևտրային ցանցերին: «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերությանն առավել մեծ չափով իրացվել է բարձրակարգ ալյուր:

2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերությանն իրացրել է արտադրված ալյուրի 5.6%-ը:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից ալյուրի իրացման ծավալներն ուսումնասիրելիս արձանագրվել է, որ ալյուրի հիմնական ծավալն իրացվում է մեծածախ առևտրի կետերից տարբեր ընկերություններին, իսկ վերոնշյալ մանրածախ առևտրային ցանցերին իրացման և «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերության միջոցով իրացման ծավալները կազմել են ընդհանուր իրացման ծավալի 10-14%-ը:



Գծապատկեր 2.6

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ և 5 խոշոր գնորդ ընկերություններին իրացված ալյուրի մասնաբաժինները

«Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերությունը, իր հերթին, ձեռքբերված ալյուրն իրացրել է մի շարք այլ ընկերությունների:

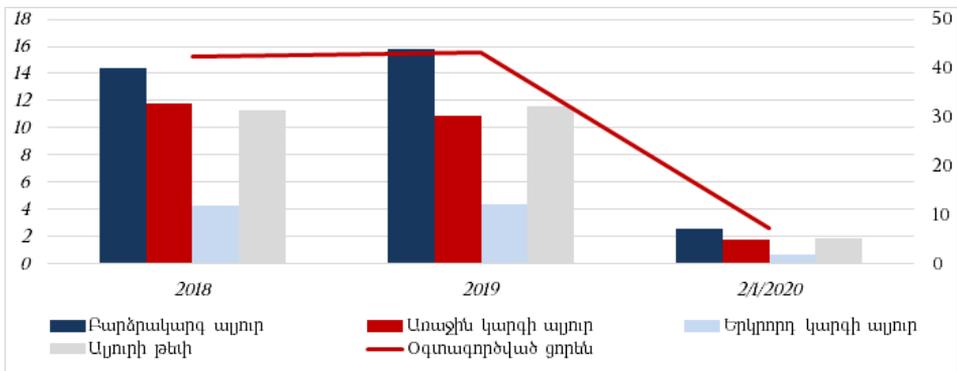
Ամփոփելով «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենի ներմուծման, ձեռքբերման, իրացման, ալյուրի արտադրության և իրացման շղթան՝ կարող ենք արձանագրել, որ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը 2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում իրականացրել է ցորենի ներմուծում, ընդ որում՝ ալյուրի արտադրության նպատակներով օգտագործվել է ցորենի պաշարի ընդհանուր ծավալի զգալի մասը՝ շուրջ xx.x %-ը: Արտադրված ալյուրի մի մասն իրացրել է հանրապետությունում մանրածախ իրացման սուպերմարկետների ցանց ունեցող առավել խոշոր հինգ ՍՊ ընկերություններին՝ «Միթի», «Նոր Զովք», «Էմ ջի գրուպ», «Էվրիկա գրուպ» և «Ծիրան Մարկետ» և միջնորդ հանդիսացող՝ «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերությանը, իսկ մնացած մասը՝ այլ ընկերությունների, որոնց իրացման ծավալներն ավելի փոքր են:

Դիտարկվող ժամանակահատվածում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը վերոնշյալ առևտրային ցանցերին ցորենի ալյուրը մատակարարել է գնային և զեղչային միևնույն քաղաքականությամբ:

«Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերություն

2015-2019 թթ. ընթացքում «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենի ալյուրի տարեկան արտադրության ծավալը տատանվել է xxx.x հազար տոննայի սահմաններում: 2018 թ. ընթացքում «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից արտադրվել է xx.x հազար տոննա ալյուր, իսկ 2019 թ.՝ xx.x հազար տոննա ալյուր:

«Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից 2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում արտադրված ալյուրի (ըստ տեսակների) և ցորենի թեփի ծավալները ներկայացված են գծապատկեր 2.7-ում:

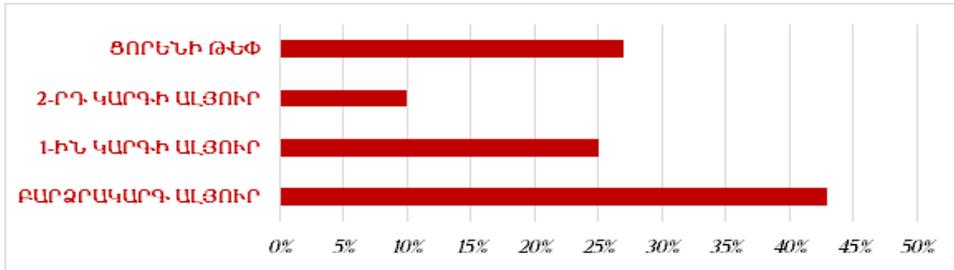


Գծապատկեր 2.7

«Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենից ստացված ալյուրի և ցորենի թեփի ծավալները, հազ. տոննա

2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից ընդհանուր xxx.x հազար տոննա ցորենից արտադրվել է xxx.x հազար տոննա այուր և xx.x հազար տոննա թեփ:

Ցորենից այուրի արտադրական ընդհանուր ելքը «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության համար կազմել է xx.x%, իսկ թեփի ելքը՝ xx.x%:



Փժայտարկեր 2.8

Միավոր ցորենից «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության արտադրական ելքերը 2018 թվականից 2020 թ. փետրվարն ընկած ժամանակահատվածում

Պետք է նշել, որ «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության այուրի ընդհանուր ելքը, «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության համեմատ, բարձր է շուրջ 4 տոկոսային կետով, սակայն, ըստ առանձին տեսակների, «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության համեմատ առկա են զգալի տարբերություններ:

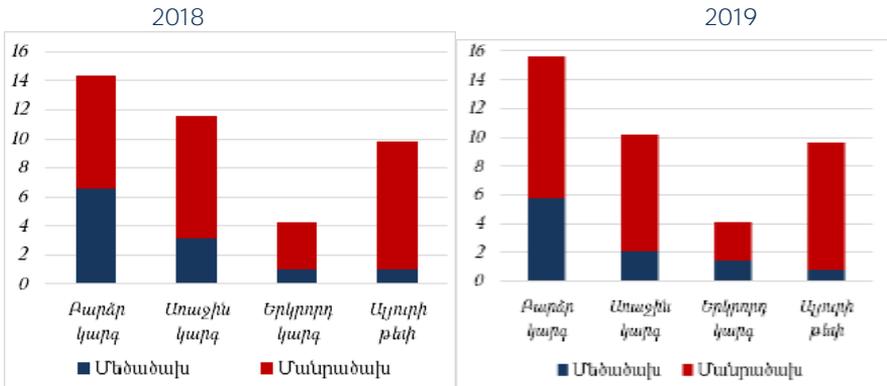
Այսպես, «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության բարձր կարգի այուրի ելքը ավելի քան 7%-ով գերազանցում է «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության նույն ցուցանիշին: Առաջին և երկրորդ կարգի այուրի պարագայում զգալիորեն բարձր է «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության այուրի ելքը՝ առաջին կարգի այուրի դեպքում շուրջ 8%, իսկ երկրորդ կարգի այուրի դեպքում՝ 4%: Թեփի ելքը գրեթե նույն է երկու ընկերություններում էլ՝ շուրջ xx.x%: Այս տարբերությունները, ըստ էության, պայմանավորված են ընկերությունների կողմից կիրառվող տեխնոլոգիայով, քանի որ ընկերությունները ցորեն ներմուծում են միևնույն երկրի՝ ՌԴ-ի, միևնույն տարածաշրջանից՝ Կրասնոդարի երկրամասից, և տրամաբանական է, որ ընկերությունների կողմից ներմուծվում է նույն՝ որպես կանոն, 3-րդ կարգի ցորեն: Այսինքն, ցորենի որակական հատկանիշները գործնականում նույնն են:

Դիտարկվող ժամանակահատվածում «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենից ստացված այուրի տեսակների և ցորենի թեփի օգտագործման ուղղությունների վերաբերյալ պետք է նշել, որ ընկերությունն արտադրված այուրը և ցորենի թեփն իրացրել է մանրածախ և մեծածախ իրացման միջոցով, ինչպես նաև որպես հումք է օգտագործել սելիական արտադրության համար: Ընկերությունն արտահանում չի իրականացրել:

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության սեփական արտադրության մեջ օգտագործվող այուրի ծավալները մեծ չեն և կազմում են արտադրության շուրջ x.x%-ը: Արտադրված այուրի գերակշիռ մասն իրացվել է:

2018 թ. այուրի շուրջ xx.x%-ը և 2019 թ.՝ xx.x %-ն իրացվել են մանրածախ վաճառքի միջոցով: Ըստ ընկերության տեղեկատվության՝ «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունը 2018 թ. մեծածախ իրացման միջոցով 22 խոշոր ընկերությունների իրացրել է շուրջ x.x հազար տոննա այուր, ինչը կազմել է նշված ընկերության մեծածախ իրացման ընդհանուր ծավալի շուրջ 52.3%-ը, իսկ ընդհանուր այուրի իրացման՝ 38.9%-ը:

2019 թ. խոշոր գնորդներից 5 ընկերություններ փոխվել են, և «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունը նոր կազմով խոշոր ընկերություններին իրացրել է x.x հազար տոննա այուր, որը կազմել է ընկերության 2019 թ. մեծածախ իրացման 56.2%-ը, իսկ ընդհանուր իրացման՝ 33.3%-ը:



Գծապատկեր 2.9

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության կողմից այուրի և թեփի մեծածախ և մանրածախ իրացման ծավալները, տոննա

Համեմատելով «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ և «Բադրամյան» ՍՊ ընկերությունների խոշոր գնորդների և մատակարարումների ցանկը՝ կարևոր է արձանագրել, որ խոշոր առևտրային ցանցերից, որոնք իրացնում են «Բադրամյան» ՍՊ ընկերության արտադրած այուրը, միայն «Էմ ջի գրուպ», «Էվրիկա գրուպ» ընկերություններն են, որ իրացնում են նաև «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության արտադրած այուրը: Ինչ վերաբերում է «Սիթի», «Նոր Զովք», «Ծիրան Մարկետ» ՍՊ ընկերություններին, ապա վերջիններիս առևտրային ցանցերում բացակայում է «Բադրամյան» ՍՊ ընկերության հիմնական մրցակից հանդիսացող «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության արտադրած այուրի տեսականին:

Հարկ է նշել, որ, ըստ հասույթի, նշված առևտրային ցանցերից ամենամեծ շրջանառություն ունի «Սիթի» ՍՊ ընկերությունը, երկրորդ տեղում է «Նոր Զովք», իսկ երրորդ տեղում՝ «Ծիրան Մարկետ» ՍՊ ընկերություններ:

րը: «Ըն ջի գրուպ» և «Էվրիկա գրուպ» ՄՊ ընկերությունների իրացումից հասույթները գրեթե հավասարաչափ են և, ըստ հասույթի ծավալի, զգալի զիջում են առաջատար երեք առևտրային ցանցերին:

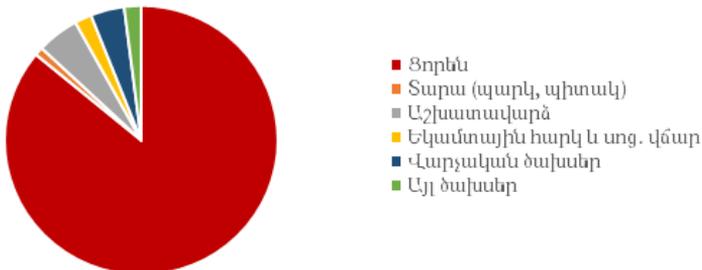
Ամփոփելով «Մոդուս Գրանուս» ՄՊ ընկերության կողմից ցորենի ներմուծման, ձեռքբերման, իրացման, այուրի արտադրության և իրացման շղթան՝ կարող ենք փաստել, որ «Մոդուս Գրանուս» ՄՊ ընկերությունը 2018 թ. հունվարի 1-ից մինչև 2020 թ. փետրվարի 29 ընկած ժամանակահատվածում իրականացրել է ցորենի ներմուծում և ՀՀ տարածքից փոքր քանակությամբ (xx.x կգ) ձեռքբերում, ընդ որում՝ այուրի արտադրության նպատակով օգտագործվել է ցորենի ներմուծման և ձեռքբերման ընդհանուր ծավալի շուրջ 74%-ը: Նույն ժամանակահատվածում այուրի արտադրության ընդհանուր ծավալի շուրջ xx.x %-ը ՀՀ-ում իրացվել է, իսկ իրացման ընդհանուր ծավալի շուրջ xx.x%-ն իրացվել է մանրածախ վաճառքի միջոցով: Արտադրված այուրի շուրջ x.x%-ը որպես հումք է օգտագործվել սեփական արտադրությունում կամ սեփական կարիքների համար:

2.5

Այուրի ինքնարժեքը և իրացման գները

Ինքնարժեքի հաշվարկները և իրացման գների համեմատություններն ամբողջական և համադրելի ներկայացնելու համար հիմք են ընդունվել 2019 թ. տվյալները՝ ըստ առանձին երկու խոշոր արտադրող ընկերությունների:

«Մոդուս Գրանուս» ՄՊ ընկերության կողմից ներմուծված ցորենը գերազանցապես օգտագործվում է իր կողմից այուրի արտադրության մեջ: Ստորև ներկայացվում է այուրի արտադրության գործընթացում գործարանային ծախսերի բացվածքը, որտեղ ուղղակի ծախսերը կազմել են ավելի քան 95%, իսկ անուղղակի ծախսերը՝ շուրջ 5%: Ընդհանուր ծախսերի միջինում 85%-ը բաժին է ընկել որպես հումք ցորենի օգտագործմանը:

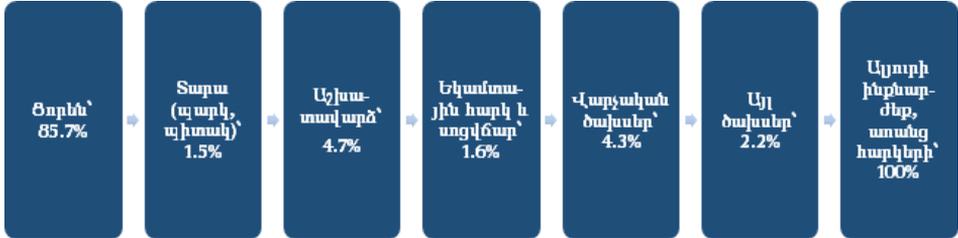


Գծապատկեր 2.10

«Մոդուս Գրանուս» ՄՊ ընկերության արտադրական գործընթացում գործարանային ծախսերի բաշխումը 2019 թ.

Վարչական ծախսերը և աշխատավարձերը, ըստ էության, ցորենից հետո ամենախոշոր ծախսային բաղադրիչներն են այլուրի արտադրության գործընթացում, որոնցից յուրաքանչյուրը ցորենի գնին ավելացնում է միջինը 4% և 5%:

Հաշվի առնելով արտադրական ելքերը՝ ներկայացնենք 1 կգ բարձրակարգ այլուրի միջին կշռված ինքնարժեքը՝ 2019 թ. տվյալների համաձայն:



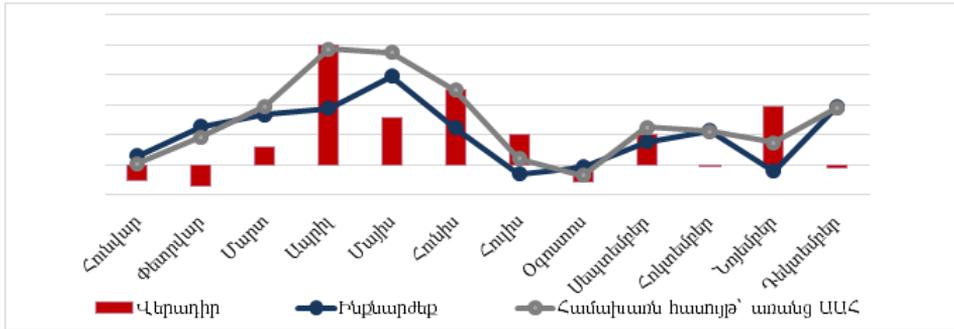
Գծապատկեր 2.11

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության բարձրակարգ այլուրի ինքնարժեքը 2019 թ.

Հաշվարկվել է նաև «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության տարեկան շահութաբերությունը այլուրի և թեփի արտադրությունից:

Նշված ընկերության տեղեկատվության համաձայն՝ 2019 թ. համախառն ծախսերը կազմել են xxx.x մլն ՀՀ դրամ (հումք նյութեր, մաշվածություն, աշխատավարձ, կոմունալ ծախսեր, վարչական ծախսեր, այլն): Ընկերությունը 2019 թ. ստացել է xxx.x մլն ՀՀ դրամի հասույթ՝ xxx.x մլն ՀՀ դրամ՝ բարձրակարգ այլուրի իրացումից, xxx.x մլն ՀՀ դրամ՝ 1-ին կարգի այլուրի իրացումից, xxx.x մլն ՀՀ դրամ՝ 2-րդ կարգի այլուրի իրացումից և xxx.x մլն ՀՀ դրամ՝ ցորենի թեփի իրացումից: Արդյունքում, 2019 թ. ընկերության համախառն եկամուտն այլուրի արտադրության և իրացման մասով կազմել է xxx.x մլն ՀՀ դրամ, իսկ տարեկան եկամտաբերությունը, ըստ ինքնարժեքի, կազմել է միջինը 7%:

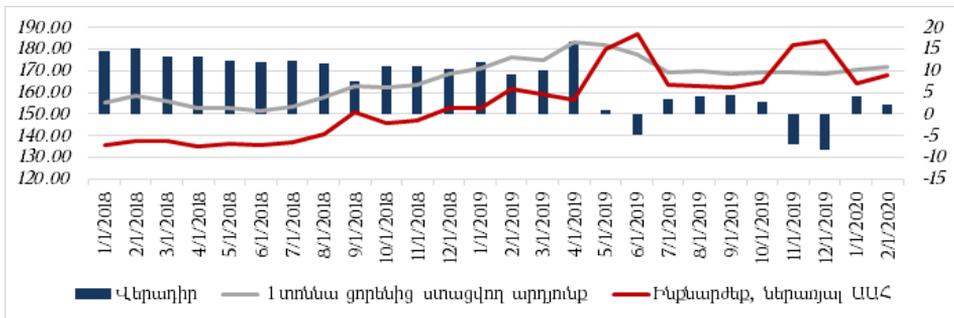
Հաշվի առնելով ցորենից արտադրվող տարբեր տեսակի այլուրի և թեփի հարաբերակցությունը, ինչպես նաև դրանց իրացման շուկայական գները՝ ներկայացնենք 2019 թ. ցորենից ստացվող համախառն արդյունքը՝ ընթացիկ շուկայական գներով և վերադիրները՝ ըստ առանձին ամիսների (գծապատկեր 2.12):



Գծապատկեր 2.12

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության այտուրի և թնփի համախառն հատույթը և վերադիրները 2019 թ. (հազ. ՀՀ դրամ)

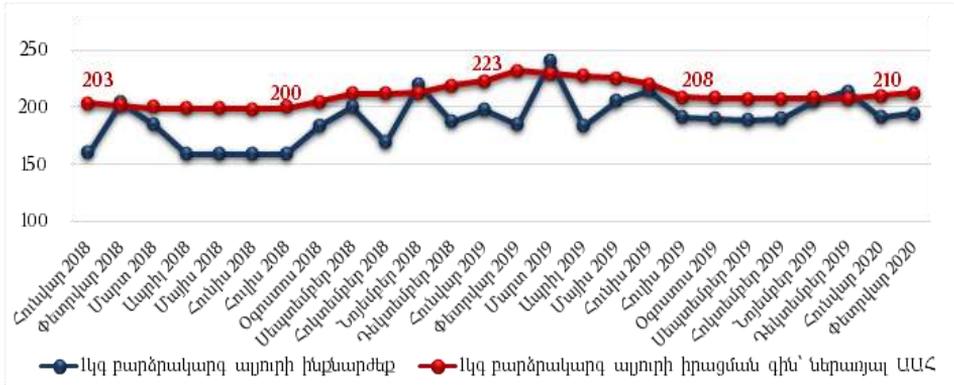
Իսկ դիտարկվող ամբողջ ժամանակահատվածի համար մեկ տոննա ցորենից ընկերության ստացած համախառն արդյունքն ընթացիկ շուկայական գներով, մեր կողմից հաշվարկված ինքնարժեքը և հետևաբար՝ շահույթը ներկայացված են գծապատկեր 2.13-ում:



Գծապատկեր 2.13

«Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերության կողմից ցորենից ստացվող արտադրանքի միջին շուկայական արժեքը, ինքնարժեքն ու շահույթը 2018-ից մինչև 2020 թ. փետրվար

Ինչպես տեսնում ենք գծապատկերից, դիտարկվող ժամանակահատվածում վերադիրը՝ թողարկման շուկայական արժեքի և ինքնարժեքի միջև տարբերությունը, դանդաղ նվազել է, ինչը, կարծում ենք, շուկայական մրցակցության խորացման արդյունք է: Խոսքը հատկապես երկու խոշոր ընկերությունների միջև մրցակցության մասին է: Եթե, օրինակ, 2018 թ. առաջին կիսամյակում վերադիրը, համաձայն մեր հաշվարկների, միջինում կազմում էր մոտավորապես 13.4%, **այս ամբողջ ժամանակահատվածի համար արդեն՝ 7.5%:** Ճիշտ է, որոշ ամիսներին վերադիրը նաև բացասական է ստացվում, սակայն պետք է հաշվի առնել, որ այստեղ կարող են անհամապատասխանություններ լինել թողարկման և իրացման ամիսների միջև (լագեր):



Գծապատկեր 2.14

«Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության բարձրակարգ այլուրի գների և ինքնարժեքի շարժընթացը 2018-ից մինչև 2020 թ. փետրվար (ՀՀ դրամ)

Քանի որ բարձրակարգ այլուրի իրացման ծավալները գերազանցում են մյուս տեսակի այլուրների իրացման ծավալներին, ապա ներկայացնենք նաև բարձրակարգ այլուրի իրացման միջին կշռված գների և ինքնարժեքի շարժընթացը 2018-2019 թթ. (գծապատկեր 2.14): Նշված ժամանակահատվածում իրացման գների տատանումները պակաս զգայուն են եղել ինքնարժեքի տատանումների համեմատ՝ վերադիրների բարձր տատանողականությունից ելնելով, ինչն ակնհայտ էր նաև գծապատկեր 2.12-ում:

Ինչ վերաբերում է դիտարկվող ժամանակահատվածում գների փոփոխությանը, ապա հատկանշական է, որ, 2018 թ. հունվարի համեմատ, 2019 թ. հունվարին բարձրակարգ այլուրի գինն աճել է, իսկ 2020 թ. հունվարին, 2019 թ. հունվարի համեմատ՝ նվազել:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից ներմուծված ցորենի գերակշիռ մասը նույնպես օգտագործվում է իր կողմից այլուրի արտադրության նպատակով:

Ցորենի ինքնարժեքի ձևավորումը, ընտրված ժամանակաշրջանի համար, միջինացված ներկայացված է գծապատկեր 2.15-ում:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը ցորենի մեկ տոննան ձեռք է բերում միջինը xx.x հազար ՀՀ դրամով: Մինչ ընկերության պահեստ հասնելն այն աճում է շուրջ մեկ երրորդով՝ կազմելով շուրջ xxx.x հազար ՀՀ դրամ: Վերջինիս այլուրի արտադրության գործընթացում գումարվում է ևս շուրջ 7% մեկ տոննայի հաշվով՝ ձևավորելով վերջնական ինքնարժեքը շուրջ xxx.x հազար ՀՀ դրամի սահմաններում: Այսպիսով, ցորենի ձեռքբերումից մինչև այլուրի արտադրական գործընթացը ներառյալ ցորենի արժեքն աճում է միջինը շուրջ 29%-ով:



Գծապատկեր 2.15

Ցորենի ինքնարժեքը՝ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության այլուրի արտադրությունում (կգ/ՀՀ դրամ)

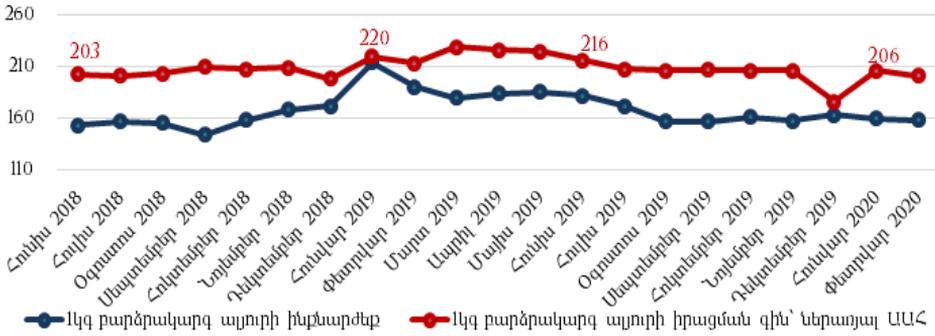
Հարկ է նշել, որ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից թողարկվող արդյունքի ավելի քան 40%-ը բարձրակարգ այլուր է: Այս ցուցանիշը փոքր-ինչ գերազանցում է «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության համապատասխան ցուցանիշին: Նշենք նաև, որ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության պարագայում էականորեն բարձր է կորուստների տեսակարար կշիռը. եթե այն «Մոդուս Գրանում» ՍՊ-ում կազմում է միջինը շուրջ 1.5%, ապա այստեղ՝ շուրջ 7% (գերազանցում է ավելի քան 4 անգամ):

2019 թ. «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության՝ այլուրի և թեփի արտադրությունից եկամտաբերությունը, ըստ ինքնարժեքի, կազմել է միջինը 3%:

Ինչ վերաբերում է ԲԿ ընկերության շահութաբերությանը, ապա կախված արտադրատեսակից, վերադիրը բավականին տատանողական է: Այսպես, եթե օրինակ ցորենի բարձրակարգ այլուրի մեծածախ վաճառքի պարագայում, միջինում ընկերության վերադիրը կազմում է շուրջ 3%, առաջին և երկրորդ տեսակի այլուրի պարագայում՝ 5-6%, ապա թեփի պարագայում այն կազմում է ավելի քան 11%:

Ցորենի այլուրի ապրանքային շուկայում «Բաղրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունների գործունեությանը համեմատական գնահատական տալու համար հաշվարկվել է գործունեության արդյունավետության գործակիցը՝ ըստ շրջանառու կապիտալի շրջապտույտի արագության (ընդամենը տարեկան հասույթ/ամսական միջին շրջանառու կապիտալ), ըստ որի՝ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության շրջանառու կապիտալի շրջապտույտի գործակիցը կազմել է x.x, իսկ «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության գործակիցը՝ x.x, ինչը նշանակում է, որ այլուրի արտադրության գործունեության արդյունավետությունն առավել բարձր է «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության պարագայում:

2018-2019 թթ. ընթացքում «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության բարձրակարգ այլուրի իրացման միջին կշռված գների և ինքնարժեքի շարժընթացը ներկայացված է գծապատկեր 2.16-ում:



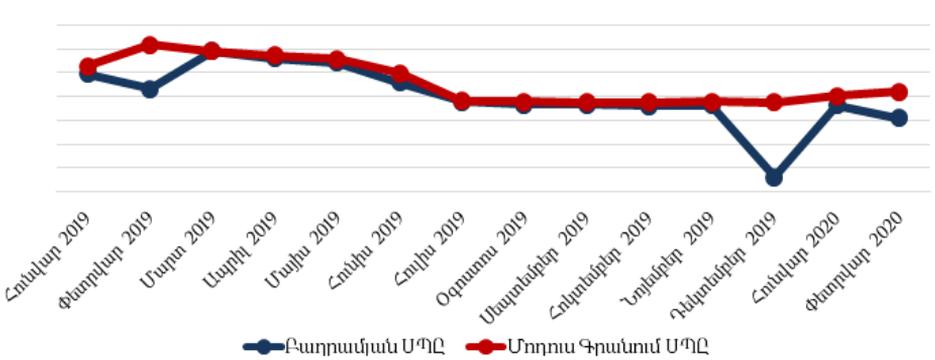
Գծապատկեր 2.16

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության բարձրակարգ այլուրի գների շարժընթացը 2018 թվականից 2020 թ. փետրվար (ՀՀ դրամ)

Ինչ վերաբերում է դիտարկվող ժամանակահատվածում գների փոփոխությանը, հատկանշական է, որ, 2018 թ. հունիսի համեմատ, 2019 թ. հունվարին բարձրակարգ այլուրի գինն աճել է 8%-ով, իսկ 2020 թ. հունվարին, 2019 թ. հունվարի համեմատ, նվազել 6%-ով:

Ակնհայտ է, որ երկու առաջատար տնտեսավարող սուբյեկտների բարձրակարգ այլուրի իրացման գները 2018 թ., 2017 թ. համեմատ, նվազել են, իսկ 2019 թ. աճել են՝ չհասնելով 2017 թ. գների մակարդակին:

Ներկայացնենք նաև երկու արտադրող ընկերությունների՝ բարձրակարգ այլուրի իրացման գների տարբերությունը՝ 2019 թ. տվյալների համաձայն (գծապատկեր 2.17):



Գծապատկեր 2.17

«Բաղրամյան» ՍՊ և «Մոդուս Գրանտում» ՍՊ ընկերությունների բարձրակարգ այլուրի իրացման գները, ՀՀ դրամ/կգ

Չհաշված առանձին ամիսների գնային շեղումները՝ երկու առաջատար ընկերությունների իրացման գները հիմնականում համադրելի են:

Ընդհանրացնելով «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի առաջատար երկու խոշոր ընկերությունների կողմից այլուրի արտադրության ծավալների և իրացման գների դիտարկումը, ինքնարժեքը, ինչպես նաև ուսումնասիրելով ցորենի այլուրի իրացման հիմնական ուղղությունները՝ արձանագրենք.

- «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի ծավալը 2019 թ. կազմել է 199,5 հազար տոննա, որից 177,2 հազար տոննան՝ արտադրված, 22,2 հազար տոննան՝ ներմուծված այլուր,
- «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայում գործում են երկու խոշոր, գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսավարող սուբյեկտներ՝ «Բաղրամյան» և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունները՝ համապատասխանաբար xx.x և xx.x% մասնաբաժիններով (վերջիններս այլուր արտադրող տնտեսավարող սուբյեկտներ են),
- տարիների ընթացքում «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկայի սուբյեկտների թիվն էականորեն աճել է՝ ի հաշիվ ներմուծող տնտեսավարողների թվաքանակի, սակայն վերջիններս էական ազդեցություն չեն ունեցել շուկայի կառուցվածքի վրա, և ամբողջ ժամանակահատվածում հիմնական դերակատարները հանդիսացել են «Բաղրամյան» և «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերությունները,
- երկու ընկերություններն էլ իրենց կողմից ներմուծված ցորենի հիմնական պաշարը որպես հումք են օգտագործել այլուրի սեփական արտադրությունում, բացառապես՝ ներմուծված ցորենի,
- «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկան ունի բարձր կենտրոնացվածության աստիճան,
- «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունն իր կողմից արտադրած այլուրի հիմնական մատակարարումները խոշոր առևտրային ցանցերին իրականացնում է «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության հետ փոխկապակցված «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերության միջոցով, ինչպես նաև անմիջականորեն,
- «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության հետ փոխկապակցված «Սիթի», ինչպես նաև «Նոր Զովք» և «Ծիրան Մարկետ» ՍՊ ընկերությունների առևտրային ցանցերում բացակայում են այլուրի շուկայում երկրորդ խոշոր տնտեսավարողի՝ «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության արտադրած այլուրի արտադրատեսակները: Հարկ է արձանագրել, որ վերոնշյալ երեք առևտրային ցանցերն իրացումից հասույթի ընդհանուր ծավալներով զբաղեցնում են առաջին երեք հորիզոնականները,
- ցորեն ներկրող և այլուր արտադրող գերիշխող դիրք ունեցող ընկերությունը փաստացի փոխկապակցված է նաև խոշոր առևտրային ցանց ունեցող ընկերության հետ, այսինքն՝ ցորեն ներմուծող խոշոր ընկերությունը միաժամանակ զբաղվում է այլուրի արտադրությամբ և մե-

ծածախ ու մանրածախ իրացմամբ (փոխկապակցված ընկերությունների միջոցով): Փաստորեն, տվյալ ընկերությունը, ունենալով նաև իրացման համապատասխան ենթակառուցվածքներ, որոշակի մրցակցային առավելություն ունի շուկա մուտք գործող նոր ընկերությունների նկատմամբ:

Հայաստանի Հանրապետությունում «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկան ևս, որոշակի կայուն պահանջարկից ելնելով, ունի աճի սահմանափակ հնարավորություն: Շուկան «հագեցած» է, և նման պարագայում նոր տնտեսավարող սուբյեկտների մուտքի, գործունեության ընդլայնման և շուկայում հաստատման բացակայությունը պայմանավորված է հենց վերոնշյալ պատճառներով:

**ՑՈՐԵՆԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԳՆԵՐԻ
ԿԱՆԽԱՏԵՍՈՒՄ ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ
ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՅՄԱՆ ՏԱՐԲԵՐ
ՍՑԵՆԱՐՆԵՐԻ ՊԱՐԱԳԱՅՈՒՄ**

3.1 Ցորենի համաշխարհային շուկայի զարգացման միտումները 2015-2020 թթ.

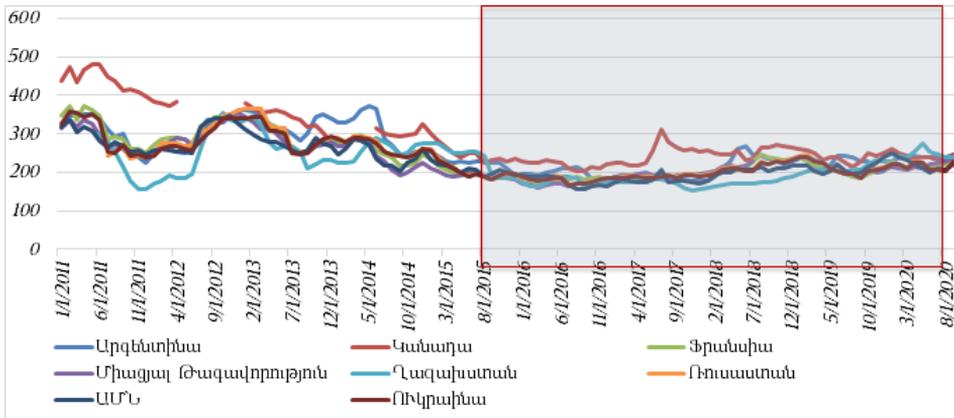
Հայաստանի Հանրապետությունը, լինելով փոքր, բաց տնտեսությամբ երկիր, համաշխարհային ապրանքահումքային շուկաներում սակարկվող ապրանքների պարագայում աշխարհի երկրների ճնշող մեծամասնության նման հանդես է գալիս որպես «գին վերցնող»՝ որևէ ազդեցություն չունենալով դրանց նկատմամբ ձևավորվող պահանջարկի կամ առաջարկի վրա: Վերոնշյալը, իհարկե, տարածելի է նաև ցորենի պարագայում, որի գծով ՀՀ ներքին սպառումը մեծապես բավարարվում է ներմուծման հաշվին: Այսպիսով, օրյեկտիվ անհրաժեշտություն է առաջանում մշտապես ուսումնասիրելու ցորենի միջազգային շուկայի զարգացումները՝ որպես ներքին տնտեսությունում ցորենի ինքնարժեքի տրված մեծություն (տարր) և գների փոփոխության հիմնական ուղենիշ, վերհանելու և հասկանալու տվյալ ժամանակահատվածում միջազգային շուկայի զարգացման հիմնական միտումները, պատճառները և կատարելու դրանց ապագայի վերաբերյալ կանխատեսումներ:

Ցորենի համաշխարհային գները վերջին տասնամյակում, ընդհանուր առմամբ, դրսևորել են նվազման միտում (գծապատկեր 3.1): Վերջին տասնամյակը կարելի է բաժանել երեք հիմնական հատվածների.

- 2011-2015 թթ., երբ ցորենի միջազգային գները եղել են բավականին տատանողական և ընդհանուր առմամբ էականորեն նվազել են,
- 2015 թվականից 2018 թ. առաջին կիսամյակ, որը կարելի է բնորոշել որպես տատանողականության նվազման և գների կայունացման փուլ: Այս ժամանակահատվածում ցորենի գները ձևավորվել են միջինում 200 ԱՄՆ դոլարի շուրջ,
- 2018 թ. երկրորդ կիսամյակից մինչ 2020 թ. երրորդ եռամսյակ: Այս շրջանը կարելի է բնութագրել որպես գների դանդաղ վերականգնման փուլ, ինչը որոշակիորեն խաթարվեց՝ նոր տեսակի կորոնավիրուսի՝ համաշխարհային տնտեսության վրա ունեցած բացասական ազդեցություններով պայմանավորված:

Հարկ է նշել, որ, օրինակ, վերջին 20 տարում, ցորենի միջազգային միջին ամսական գինը (գծապատկեր 3.1-ում ներառված երկրներում, որոնք կազմում են համաշխարհային արտադրության էական մասը) կազմել է շուրջ

230 ԱՄՆ դոլար, վերջին 10 տարում՝ 240 ԱՄՆ դոլարից փոքր-ինչ ավելի, իսկ վերջին 5 տարում՝ շուրջ 207 ԱՄՆ դոլար:



Գծապատկեր 3.1

Յորենի միջազգային (միջինացված արտահանման) գները՝ հիմնական արտահանող որոշ տնտեսություններում, ամսական, 2011/1-2020/09³⁷

Գծապատկեր 3.1-ից կարելի է նաև նկատել, որ չնայած տարբեր երկրների կողմից արտադրվող և արտահանվող ցորենի տեսակների գների մակարդակների տարբերություններին, որոնք հիմնականում պայմանավորված են որակական հատկանիշներով, դրանց փոփոխությունների ուղղություններն ու չափերը մեծապես նույնական են (աղյուսակ 3.1): Սա ևս մեկ անգամ վկայում է այն մասին, որ ցորենի գները պայմանավորվում են գլոբալ տնտեսության զարգացմամբ, այլ ոչ առանձին երկրների ներքին ֆունդամենտալներով:

Աղյուսակ 3.1

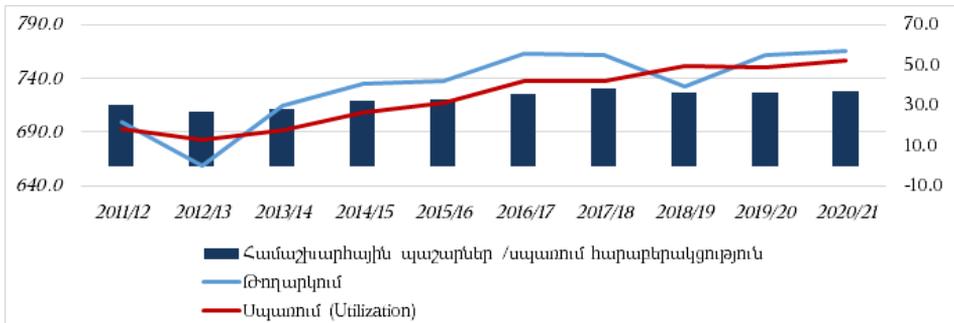
Յորեն արտահանող հիմնական երկրների միջազգային գների միջև կոռելյացիան

	Արգենտինա	Կանադա	Ֆրանսիա	Միացյալ Թագ.	Ղազախստան	Ռուսաստան	ԱՄՆ	Ուկրաինա
Արգենտինա	1							
Կանադա	0.85	1						
Ֆրանսիա	0.89	0.85	1					
Միացյալ Թագ.	0.92	0.83	0.97	1				
Ղազախստան	0.74	0.39	0.66	0.66	1			
Ռուսաստան	0.88	0.67	0.96	0.95	0.73	1		
ԱՄՆ	0.94	0.90	0.95	0.96	0.72	0.93	1	
Ուկրաինա	0.95	0.86	0.97	0.97	0.74	0.98	0.96	1

³⁷ Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպություն (FAO)՝ https://fpma.apps.fao.org/giews/food-prices/tool/public/?fbclid=IwAR0XcZpJX_7o3J3ostw05mOTc5aZyU459Z_U3kFPjimMZx-L5OZX4tsWeM#/dataset/international:

Ինչպես ցույց են տալիս աղյուսակի տվյալները, կոռեյացիայի գործակիցները բարձր են գրեթե բոլոր զույգերում, իսկ, օրինակ, Ռուսաստանի պարագայում, որը մեզ համար ամենամեծ հետաքրքրությունն է ներկայացնում որպես ցորենի ներմուծման հիմնական աղբյուր, կոռեյացիայի գործակիցները մյուս երկրների հետ մեծավ մասամբ շատ բարձր են: Այսպիսով, կարող ենք պնդել, որ ցորենի միջազգային գները ձևավորվում են՝ համաշխարհային առաջարկի և պահանջարկի հարաբերակցությամբ պայմանավորված, իսկ տարբեր երկրների կողմից արտահանվող ցորենի գների տարբերությունները հիմնականում որակական հատկանիշների տարբերությունների արդյունք են և ժամանակի մեջ բավականին կայուն (հավելված 3):

Վերադառնալով ցորենի միջազգային գների ձևավորմանը՝ ներկայացնենք ցորենի համաշխարհային թողարկման և սպառման շարժընթացը (ցորենի համաշխարհային շուկայի հիմնական ցուցանիշների վերաբերյալ ավելի մանրամասն՝ հավելված 4-ում):



Գծապատկեր 3.2

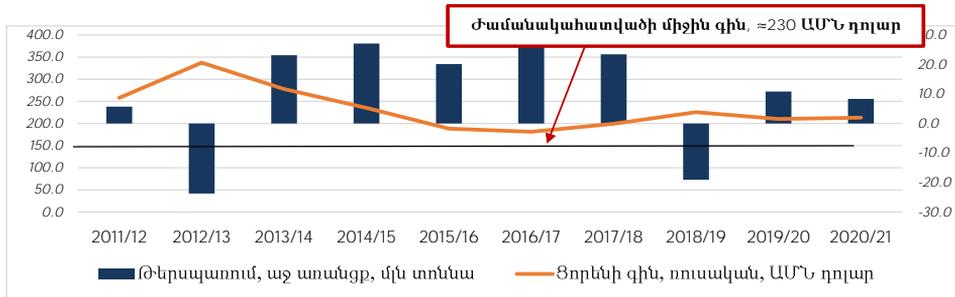
Ցորենի համաշխարհային թողարկումն ու սպառումը 2011-2020 թթ. (առևտրային տարիներ՝ հուլիս-հունիս)³⁸

Թեթև սպառման աճի տեմպերը գրեթե հավասար են եղել, նշված ամբողջ ժամանակահատվածում թողարկման ծավալը հիմնականում գերազանցել է սպառման ծավալին, որի պարագայում նշված տարիների ընթացքում բավականին աճել են պաշարվող ցորենի համաշխարհային ծավալները: Այսպես, եթե օրինակ 2011 թ. ցորենի համաշխարհային պաշարները կազմում էին համաշխարհային սպառման շուրջ 30%-ը, 2015 թ.՝ շուրջ 33%-ը, սպա 2019-2020 առևտրային տարվա արդյունքներով՝ շուրջ 37%-ը:

Թողարկման ծավալների գերազանցումը սպառման նկատմամբ, այսինքն՝ կուտակվող պաշարների աճի վերոնշյալ գործընթացները պայմանավորել են հետագոտությամբ հիմնավորվող փաստարկը վերջին տարիների

³⁸ Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպություն (FAO)
<http://www.fao.org/>
 /worldfoodsituation/csd/en/#:~:text=FAO's%20forecast%20for%20world%20wheat,of%20around-%20765%20million%20tonnes:

ընթացքում ցորենի միջազգային գների նվազող թրենդի վերաբերյալ: Գծապատկեր 3.3-ում ներկայացնենք ցորենի միջազգային գները և թողարկման ու սպառման միջև խզումը:



Գծապատկեր 3.3

Ցորենի համաշխարհային թողարկման ու սպառման միջև խզման և գների միջև կապը 2011-2020 թթ.^{39 40}

Բնականաբար, ցորենի գները պայմանավորվում են թողարկման և սպառման դիֆերենցիալով: Ընդ որում, կարող ենք նշել, որ գների էլաստիկությունը թերսպառումից (կամ գերարտադրությունից) բավականին բարձր է: Այսպես, օրինակ, 2012 թ. սպառումը գերազանցել է թողարկմանը մոտ 24 մլն տոննայով կամ թողարկման շուրջ 3.5%-ի չափով, որի պարագայում ռուսական ցորենի գինն աճել է շուրջ 80 ԱՄՆ դոլարով (շուրջ 30%): Իսկ հաջորդող հինգ տարիների ընթացքում, մոտավորապես նույն չափի թերսպառումների միջավայրում, ռուսական ցորենի գինը նվազել է գրեթե 2 անգամ: Թեև վերջին երկու տարիների ընթացքում ցորենի գները որոշակիորեն վերականգնվել են, այնուհանդերձ, շարունակում են մնալ ցածր:

3.2

Ցորենի միջազգային գների կանխատեսում

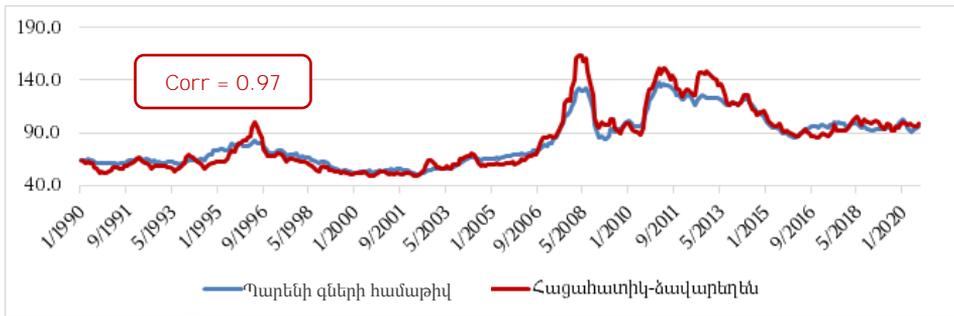
Ցորենի համաշխարհային շուկայի շարժընթացի վերլուծությունից հետո հետազոտության այս հատվածում վեկտոր-ավտոռեգրեսիվ մոդելի միջոցով կփորձենք առաջիկա մի քանի եռամսյակների համար կանխատեսել պարենի համաշխարհային գները:

Ըստ էության, պետք է նշել, որ պարենի գների կանխատեսումները տարածելի են ինչպես հացահատիկ-ձավարեղեն (cereals) ապրանքախմբի (գծա-

³⁹ Գծապատկեր 3.3-ում թողարկման և սպառման միջև տարբերությունը ներկայացված է որպես թերսպառում:

⁴⁰ Որպես ցորենի միջազգային գին դիտարկել ենք ռուսական ցորենի արտահանման միջին տարեկան գները:

պատկեր 3.4), այնպես էլ տարբեր երկրների կողմից արտահանվող հացահատիկի գների նկատմամբ (հավելված 1):



Փճապատկեր 3.4

Պարենի միջազգային գների համաթվի և հացահատիկ-ձավարեղեն ապրանքախմբի շարժընթացը, ամսական, 1990-2020 թթ.⁴¹

Այսպիսով, հաշվի առնելով գճապատկեր 3.4-ում և հավելված 1-ում ներկայացված արդյունքները, կարող ենք պնդել, որ պարենի համաշխարհային գների կանխատեսման համար կառուցվող մոդելի արդյունքները տարածելի կլինեն, օրինակ, Ռուսաստանի կողմից արտահանվող ցորենի գների վրա, ինչը մեզ համար բավականին մեծ հետաքրքրություն է ներկայացնում:

Փոփոխականների ընտրություն

Քանզի ի սկզբանե կարևորել ենք կորոնավիրուսի զարգացման տարբեր սցենարների ազդեցության նկարագրությունը ցորենի գների վրա, ուստի նպատակահարմար է մոդելում ներառել համաշխարհային ամբողջական պահանջարկն արտացոլող փոփոխականներ: Այս նպատակով ընտրել ենք ԱՄՆ-ի, Եվրամիության և Չինաստանի տնտեսությունների ՀՆԱ ճեղքերը: Այս տնտեսություններն ընտրված ամբողջ ժամանակահատվածում միասին ապահովել են համաշխարհային թողարկման (ՀՆԱ) ավելի քան կեսը:

Նշենք, որ թողարկման ճեղքերը գնահատվել են Հողրիկ-Փրեսքոթի միագործոն ֆիլտրի միջոցով⁴², սակայն հաշվի ենք առել նաև այն հանգամանքը, որ դրանք համահունչ լինեն գնաճ/քնականոն գնաճ շարժընթացին (հավելված 2): Կարող ենք պնդել, որ գնահատված ճեղքերն արժանահավատ են, ակնհայտորեն արտացոլում են նաև ընտրված ժամանակահատվածում դիտարկված պարբերաշրջանները:

Այսպիսով, մոդելում ներառված փոփոխականներն են.

FOOD_PA – պարենի միջին եռամսյակային գներ, համաթվի տոկոսային փոփոխություն,

⁴¹ Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպություն (FAO)՝ <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>:

⁴² Մոդելի կառուցման համար օգտվել ենք Eviews8 ծրագրային փաթեթից:

GAP_US – ԱՄՆ իրական թողարկման ճեղք,
 GAP_EU – Եվրամիության իրական թողարկման ճեղք,
 GAP_CH – Չինաստանի իրական թողարկման ճեղք:

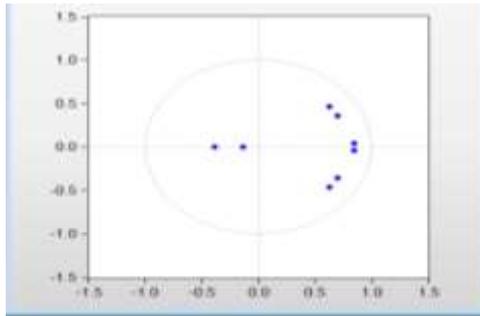
Մոդելի որակական կողմը

Մոդելում ներառված են վերջին քսանհինգ տարվա՝ եռամսյակային պարբերականությամբ թվային շարքեր, այսինքն՝ դիտարկումների քանակը շուրջ 100 է, ինչը, կարծում ենք, բավարար է նշված թվով փոփոխականների և լագերի պարագայում: Ընտրված բոլոր ցուցանիշները ենթարկվել են սեզոնային հարթման:

Օգտագործված բոլոր շարքերը ստացիոնար են (թվային շարքերի ստացիոնարությունը ստուգվել է Augmented Dickey-Fuller (ADF) թեստի միջոցով), համակարգը կայուն է, ինչպես կարող ենք տեսնել գծապատկեր 3.5-ից, բոլոր արմատները (հակադարձ) գտնվում են միավոր շրջանագծի մեջ:

Հաջորդիվ, իրականացվել է ավտոտեգրեսիվ մոդելի լագերի օպտիմալ քանակի ստուգում, ինչը ներկայացված է աղյուսակ 3.2-ում: Տեղեկատվական չափանիշների համաձայն (Akaike, Hannan-Quine, Schwarz Information criterias)՝ օպտիմալ լագերի քանակը համակարգում 2 է:

Այսպիսով, մոդելը կառուցված է վերոնշյալ չափանիշների համաձայն, այն տրամաբանությամբ, որ պահանջարկն ազդում է պարենի միջազգային գների վրա, բայց հակադարձ ազդեցություն առկա չէ:



Գծապատկեր 3.5

AR բազմանդամի հակադարձ արմատները

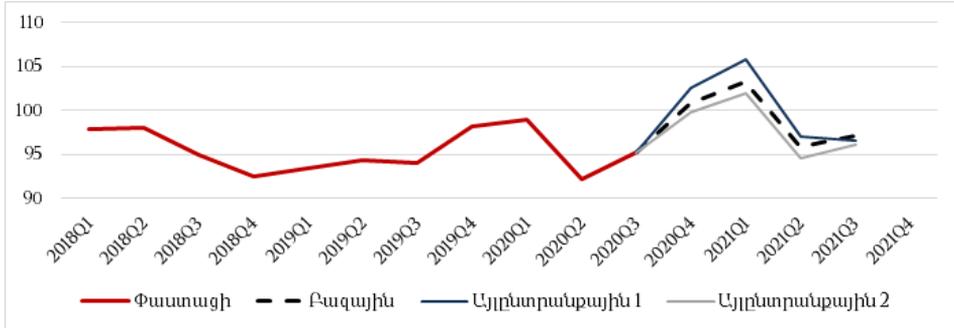
Աղյուսակ 3.2

Լագերի օպտիմալ քանակի ստուգում

Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-378.4367	NA	0.002205	8.072352	8.206766	8.126665
1	-156.6194	415.6155	3.50e-05	3.928830	4.735318	4.254712
2	-77.51392	139.8919*	1.13e-05*	2.789767*	4.268327*	3.387216*
3	-62.21805	25.43944	1.40e-05	2.994064	5.144697	3.863081
4	-43.66596	28.90220	1.63e-05	3.129810	5.952516	4.270395
5	-18.85609	36.03961	1.70e-05	3.133812	6.628591	4.545965
6	0.157278	25.61801	2.03e-05	3.259847	7.426699	4.943568
7	27.22625	33.62252	2.09e-05	3.216289	8.055214	5.171578
8	52.54900	28.78796	2.31e-05	3.209495	8.720492	5.436351

Կանխատեսում

Կանխատեսումն իրականացվել է առաջիկա չորս եռամսյակների համար՝ 3 սցենարների դեպքում (գծապատկեր 3.6)։



Գծապատկեր 3.6

Պարենի գների կանխատեսումը առաջիկա 4 եռամսյակների համար՝ տարբեր սցենարների դեպքում

Բազային սցենարի ներքո համաշխարհային տնտեսությունը շարունակում է ներկայիս դանդաղ վերականգնումը՝ կորոնավիրուսով հիվանդացությունների տեմպի աճին զուգընթաց։ Այս սցենարի ներքո, նույնիսկ հաջորդ տարվա վերջում, Եվրամիությունում և ԱՄՆ-ում պահանջարկի ճեղքը դեռևս բացասական է մնում, իսկ Չինաստանի դեպքում պահանջարկի ճեղքը դրական է՝ արդեն հաջորդ եռամսյակից սկսած։ Այս սցենարի ներքո, ըստ կանխատեսումների, պարենի միջազգային գների համաթիվը որոշակիորեն ավելի բարձր կլինի ներկայիս մակարդակից։

Այլընտրանքային սցենարներում դիտարկվել են միմյանց գրեթե հակադիր իրավիճակներ՝ համաճարակի կտրուկ վատթարացում և պահպանում կարճաժամկետում (վատատեսական) և համաճարակի շուտափույթ լուծում չորրորդ եռամսյակում (օրինակ՝ պատվաստանյութի հաստատում և կիրառում), որի պարագայում կուտակված պահանջարկի ազդեցությամբ պահանջարկի ճեղքը կդառնա դրական (լավատեսական սցենար)։

1. ՀՀ-ն այլուրի արտադրության առումով բավական բարձր ինքնաբավություն ունի. հանրապետությունում սպառվող այլուրի շուրջ 90%-ն արտադրվում է հենց Հայաստանում, սակայն արտադրվող այլուրի համար անհրաժեշտ ցորենի գերակշիռ մասը ներմուծվում է: Ցորենի ներմուծման հարցում իրավիճակը երկակի է: 2019 թ. ներմուծվել է սպառվող ցորենի ավելի քան 75%-ը: Մյուս կողմից, այլուրի արտադրության համար անհրաժեշտ ցորենի միայն 10%-ն է տեղական արտադրության ցորենից, մնացած 90%-ն արտադրվում է ներմուծված ցորենից: Սա պայմանավորված է մի շարք օբյեկտիվ հանգամանքներով, որոնց մեջ, թերևս, հարկ է առանձնացնել այն, որ տեղական արտադրության ցորենը տարբերվում է ներկրվածից: Այսպես՝ ՀՀ-ում արտադրված ցորենը հիմնականում 4-րդ կարգի է, որից չի ապահովվում անհրաժեշտ որակի և քանակի այլուր: Այս դեպքում, նախ՝ այլուրի ելքն է փոքր. եթե, օրինակ, ռուսական 2-րդ կամ 3-րդ կարգի ցորենից այլուրի ընդհանուր ելքը կազմում է միջինը 67-72% (մեկ տոննա ցորենից ստացված այլուրի բոլոր տեսակների քանակը), ապա տեղական արտադրության ցորենից այլուրի բոլոր տեսակների ելքը չի գերազանցում 53%-ը: Ներմուծված ցորենից բարձրակարգ այլուրի ելքը 1.5-2 անգամ բարձր է 1-ին և 2-րդ կարգի այլուրի ելքի հանրագումարից (կախված ներմուծված ցորենի կարգից): Այս հանգամանքներով պայմանավորված՝ ցորենի ինքնաբավության մակարդակի բարձրացմանն ուղղված՝ պետության խթանող տնտեսական քաղաքականությունը պետք է ուղեկցվի ցորենի նոր, ավելի բարձր կարգի սերմացուների ստացման ու ՀՀ-ի համար տեղայնացման գործընթացով: Այլապես, միայն ցորենի արտադրության ծավալների աճը չի կարող ապահովել հանրապետության ինքնաբավության մակարդակի բարձրացում: Միայն դրանից հետո նպատակահարմար կլինի կիրառել ցորենի արտադրության խթանման պետական աջակցության գործիքներ, որոնց մասով աշխարհում կա հաջողված փորձ. ԵՄ երկրներում կիրառվում են ուղղակի դոտացիոն կառուցակարգեր՝ ֆերմերներին յուրաքանչյուր հեկտար ցորենի մշակման համար տրվում են որոշակի դոտացիաներ, կամ ԱՄՆ փորձը՝ մատչելի ապահովագրություն և երաշխավորված եկամուտների ապահովում ֆերմերներին: ԱՄՆ Կառավարությունը փոխհատուցում է քերքի կորստից, գների նվազման և այլ ռիսկերից ապահովագրավճարի 65%-ը կամ՝ քերքի գրավով մատչելի գյուղատնտեսական վարկերի տրամադրում, որը հնարավոր է անմիջապես մարել նաև ցորենով:

2. Դիտարկվող ժամանակահատվածում ցորենի ներմուծման շուկայում գերիշխող դիրք ունեցող 2 կամ 3 խոշոր սուբյեկտներ միասին ապահովել են ՀՀ ներմուծվող ցորենի գերակշիռ մասը, ընդ որում, բոլոր տարիներին շուկայում եղել է ընդգծված առաջատար ընկերություն, որը, մյուս խոշոր սուբ-

յեկտների համեմատ, ունեցել է 2-3 անգամ մեծ մասնաբաժին: Ներմուծման մեջ խոշոր մասնաբաժնի առկայությունը նշված ընկերությունների գերիշխող դիրքի հնարավորություն է տալիս նաև այլուրի ընդհանուր շուկայում (ներմուծումն ու արտադրությունը միասին):

3. ՀՀ-ում «պարենային ցորեն» և «ցորենի այլուր» ապրանքային շուկաներում գործունեություն իրականացնող խոշոր տնտեսավարող սուբյեկտները տիրապետում են ցորենի ներմուծումից մինչև այլուրի արտադրություն և իրացում (նաև՝ օգտագործում որպես հումք) ողջ շղթային: Տնտեսագիտական գրականության մեջ նշված երևույթը բնութագրվում է «ուղղահայաց ինտեգրում» հասկացությամբ, երբ մեկ ընկերություն միաժամանակ տիրապետում է արտադրության կամ բաշխման հաջորդական օղակներին:

Այսպես, «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունն այլուրի արտադրության նպատակով ցորեն է ներմուծում և արտադրված այլուրն իրացնում է մեծածախ վաճառքի միջոցով (նաև վերջինիս փոխկապակցված «Ալեքս Էնդ Հոլդինգ» ՍՊ ընկերության միջոցով), իսկ «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունն իրականացնում է նաև այլուրի մանրածախ և մեծածախ իրացում:

«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության արտադրած այլուրն իրացվում է նաև վերջինիս փոխկապակցված «Սիթի» ՍՊ ընկերության առևտրային ցանցերի միջոցով: Բացի դրանից, այլուրը նաև որպես հումք է օգտագործվում հացի և հացամթերքի արտադրության և իրացման նպատակներով:

Ըստ էության, արդյունքում, «Մոդուս Գրանուս» ՍՊ ընկերությունը տիրապետում է ցորենի ներմուծում-այլուրի արտադրություն, այլուրի մեծածախ և մանրածախ իրացում օղակներին, իսկ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերությունը տիրապետում է ցորենի ներմուծում, այլուրի արտադրություն-մեծածախ իրացում, այլուրի մանրածախ իրացում՝ վերջինիս փոխկապակցված ընկերությունների միջոցով, այլուրից այլ արտադրատեսակների արտադրություն և մանրածախ իրացում օղակներին:

Ակնհայտ է, որ ամբողջ շղթայում խոշոր մասնաբաժիններ ունեցող ուղղահայաց ինտեգրված ընկերությունները, շղթայի առանձին որևէ օղակում գործունեություն իրականացնող ընկերությունների համեմատ, գործում են առավել բարենպաստ պայմաններում: Ավելին՝ շուկայում գործող կամ նոր մուտք գործող ընկերությունները ուղղահայաց ինտեգրված ընկերությունների հետ հավասար մրցակցային պայմաններում մրցակցելու համար ևս պետք է լինեն ուղղահայաց ինտեգրված:

Վերոնշյալ շղթաների առկայությունը շուկայական մրցակցության տեսանկյունից առավելություն է մի քանի առումով: Այսպես.

- նախ՝ նշված ընկերությունը, տիրապետելով ներմուծում-արտադրություն-մեծածախ իրացում կամ ներմուծում-արտադրություն-մեծածախ և մանրածախ իրացում հաջորդական օղակներին, որոշակի մրցակցային առավելություն է ձեռք բերում շուկա մուտք գործող նոր ընկե-

րությունների նկատմամբ: Բացի դրանից, ներմուծում-արտադրություն-մանրածախ իրացում օղակներին տիրապետող ընկերության (նաև փոխկապակցված ընկերությունների միջոցով) կողմից սահմանված մեծածախ գների և սեփական առևտրային ցանցի միջոցով իրացվող մանրածախ գների տարբերությունը բավական փոքր է, ինչով էլ պայմանավորված, այլ ընկերությունները, չկարողանալով գնային առումով մրցակցել, դուրս կմղվեն շուկայից կամ ընդհանրապես մուտք չեն գործի և մրցակցի շուկայում:

- Երկրորդ՝ միևնույն իրավաբանական անձ հանդիսացող կազմակերպության կողմից (կամ միմյանց փոխկապակցված ընկերությունների կողմից) մի քանի հաջորդական օղակների արտադրական գործունեության կազմակերպման ժամանակ ընկերության կողմից վերադիր (ակնկալվող շահույթը) կարող է կիրառվել միայն վերջին օղակում (կամ կիրառվել փոքր վերադիրներ), ուստի դրանով ընկերությունը կարող է բարենպաստ մրցակցային պայմաններում հայտնվել այլ ընկերությունների համեմատ (այդպես է ցորենի ներմուծում-այուրի արտադրություն-իրացում, օգտագործում այուրից այլ արտադրատեսակների պատրաստման շղթայում և իրացման դեպքում՝ «Բադրամյան» ՍՊԸ-ի և վերջինիս փոխկապակցված մի շարք ընկերությունների պարագայում): Այսպես՝ փոքր ալրադացները, որոնք չեն կարող ցորեն ներմուծել, այն ձեռք են բերում ինքնարժեք + վերադիր գնով, իսկ ներմուծում իրականացնող ընկերությունները ցորենը որպես հումք օգտագործում են առանց վերադիրի: Արդյունքում՝ վերջիններիս կողմից արտադրված այուրն ավելի էժան է անգամ միևնույն տեխնոլոգիայի կիրառման պայմաններում: Իսկ եթե ընկերությունը տնօրինում է նաև իրացման ցանցին, ապա արտադրական նախորդ օղակներում «կորսված» վերադիրը հնարավոր է ամբողջությամբ «վերականգնել» վերջնական իրացման փուլում:
- Երրորդ՝ իրացման ցանց ունեցող ուղղահայաց ինտեգրված գործունեություն իրականացնող ընկերությունները հաճախ արհեստական սահմանափակումներ են կիրառում նաև սեփական ցանցում մրցակիցների ապրանքների մուտքն արգելելու կամ վաճառքի տարածք չտրամադրելու միջոցով, եթե վերջինիս օրենսդրական կարգավորումները բացակայում են: Այդ պատճառով, մի շարք երկրներում ընկերությունների իրացման ցանցի առավելությունները չեզոքացվում են օրենսդրորեն առևտրային ցանցերում բոլոր մրցակիցների ապրանքների ներկայացման և վաճառքի կազմակերպման պարտադիր նորմատիվների կիրառմամբ (տեղ, դիրք, դարակաշարերի տրամադրում, ապրանքների գովազդման ու առաջնորման միևնույն պայմանների ապահովում, գնային տարբերակումների բացառում և այլն):

Այս դեպքում բոլոր մրցակիցների համար ապահովվում են հնարավորինս հավասար մեկնարկային պայմաններ, ինչը և նպաստում է շուկայում առողջ մրցակցության ձևավորմանը: Այս առումով ուսանելի կարող է լինել ՌԴ փորձը, ըստ որի՝ առանձին օրենքներով սահմանված են առևտրային ցանցերում բոլոր մրցակիցների ապրանքների ներկայացման, առաջնման պայմաններն ու կարգը, ինչպես նաև առևտրային ցանցերում վաճառքի տարածքների տրամադրման վճարների առավելագույն սահմանը՝ ապրանքների արժեքի մինչև 5%, որը կարող է կիրառվել առևտրային ցանցի տնօրինության կողմից⁴³: Նշված օրենքներով հավասար մեկնարկային պայմաններ են ապահովված բոլոր մրցակիցների նկատմամբ, անգամ, եթե առևտրային ցանցը տնօրինող սուբյեկտն իրականացնում է նմանօրինակ գործունեություն: Ավելին, նշված օրենքներով սահմանափակվել է որևէ առևտրային ցանցում ներկայացված սուբյեկտի՝ նոր տարածքների վարձակալման իրավունքը, եթե գործող ցանցում վերջինիս ապրանքների իրացման ծավալները գերազանցում են սովյալ տարածքում (քաղաք, մարզ, շրջան) նշված ապրանքի ընդհանուր իրացման 25%-ը:

Մեկ այլ հաջողված փորձ էլ կիրառվում է ԵՄ երկրներում (Բելգիա, Լիտվա, Լյուքսեմբուրգ և այլն), ըստ որի՝ առևտրային ցանցերի գործունեություն կազմակերպող ընկերությունների նկատմամբ օրենսդրորեն սահմանափակված է հարակից այլ տնտեսական գործունեության կազմակերպումը, որի արտադրանքի իրացումը կամ ծառայության մատուցումը տեղի է ունենում առևտրային ցանցի տարածքում՝ հացի, թխվածքների, կիսաֆարրիկատների կամ այլ ապրանքների արտադրություն և վաճառք սեփական ցանցում:

4. Թեև ցորենի խոշոր ներմուծող ընկերությունները ֆորմալ առումով գերիշխող դիրք են ապահովում նաև ցորենի ընդհանուր շուկայում, սակայն ընդհանուր շուկան վերջիններիս կարծես «չի հետաքրքրում», քանի որ ներմուծված ցորենի շուրջ 90%-ը որպես հումք են օգտագործում այլուրի արտադրության մեջ: Իսկ տեղական արտադրության ցորենի ձեռքբերումը կազմում է միջին հաշվով 10%: Այսինքն, ՀՀ ցորենի ընդհանուր շուկայում (ներմուծում և արտադրություն) ցորենի գների ձևավորման և տատանումների վրա ներմուծված ցորենը գործնականում ազդեցություն չի ունենում, և ներքին շուկայում ցորենի գները փոփոխվում են առավելապես տեղական արտադրության ցորենի առաջարկի և պահանջարկի ազդեցությամբ, ինչպես նաև՝ սեզոնայնությամբ պայմանավորված: Այսինքն, մի քանի խոշոր ներմուծող սուբյեկտներ միմյանց հետ մրցակցում են ցորենի ներմուծման, այլուրի արտադրության և վաճառքի ոլորտներում, իսկ բազմաթիվ անհատական գյուղացիա-

⁴³ Закон Российской Федерации Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации, Кодекс РФ об административных правонарушениях.

կան տնտեսություններ՝ միայն ցորենի արտադրության ոլորտում ու գործակա-
նաձևում աննշան մասնակցություն, հետևաբար նաև՝ ազդեցություն ունեն
այլուրի արտադրության ծավալների և գների վրա:

5. Դիտարկումները ցույց են տալիս, որ «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերու-
թյան բարձրակարգ այլուրի գներն ավելի զգայուն են ցորենի ձեռքբերման
գների փոփոխությունների հանդեպ, դրանք առավել տատանողական են և
համահունչ ՌԴ գների փոփոխություններին, իսկ փոփոխությունները՝ ավելի
կտրուկ՝ ի տարբերություն «Մոդուս Գրանում» ՍՊ ընկերության: Երկու ընկե-
րություններն էլ ցորենի ձեռքբերման գներին արձագանքում են միջինը 2
ամսվա լագով:

6. Բարձրակարգ այլուրի միջին շուկայական գինը ՀՀ-ում մեծապես
պայմանավորված է այլուրի իրացման ծավալներով շուկայում առաջատար՝
«Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության բարձրակարգ այլուրի իրացման գներով:
Արդյունքում, բարձրակարգ այլուրի միջին շուկայական գնի շարժընթացը
համահունչ է «Բաղրամյան» ՍՊ ընկերության կողմից իրացվող բարձրա-
կարգ այլուրի գների շարժընթացին:

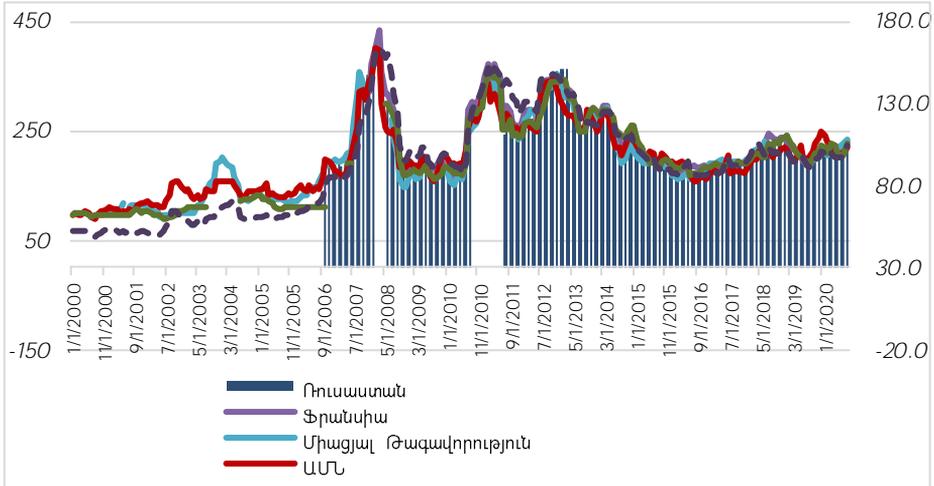
7. ՀՀ ցորենի ներքին գների փոփոխության միտումները հիմնականում
համընկնում են ՌԴ ցորենի արտահանման գների փոփոխություններին: Եր-
կու երկրների ցորենի գների միջև կոռելյացիայի գործակիցը կազմում է 0.62,
որը բավականին բարձր է: Ընդ որում, ՀՀ ցորենի ներքին գները ՌԴ համա-
պատասխան գների փոփոխություններին արձագանքում են որոշակի ժամա-
նակային խզումներով (իջեցման դեպքում այն կազմում է միջինը 2 ամիս),
որը պայմանավորված է բազմաթիվ գործոններով՝ սեզոնայնությամբ, ձեռք-
բերումների պարբերականությամբ և ձեռքբերվող խմբաքանակների մեծու-
թյամբ (ըստ հարցման արդյունքների՝ ձեռքբերումների պարբերականությունը
կազմում է 1 ամիս), փոխադրման ժամանակահատվածով (միջինը 5-7 օր),
առկա պաշարների փոփոխությամբ: Միջազգային գների փոփոխության
հանդեպ արձագանքն ավելի համաչափ և արագ է բարձրացման դեպքում
(մինչև 1 ամիս լագով) և դանդաղ ու անհամաչափ՝ նվազման դեպքում: Միջ-
ազգային գների փոփոխություններին ներքին գների արձագանքի այսպիսի
բնույթը պայմանավորված է ՀՀ պարենային ցորենի շուկայի կառուցվածքով՝
տնտեսավարող սուբյեկտների սակավությամբ ու կենտրոնացվածության
բարձր մակարդակով: Այսինքն, եթե բացառենք մրցակցությամբ պայմա-
նավորված գների տատանումները, ապա ցորենի միջազգային գների փոփո-
խությունները ՀՀ «հասնում են» շուրջ 1 ամիս անց, ինչը կարող ենք համարել
«բնական լագ»: Այս դեպքում, հաշվի առնելով լագի գործոնը (1 ամիս), ՀՀ-
ում ցորենի ներքին գների կոռելյացիան ՌԴ արտահանման գների հետ դի-
տարկելու դեպքում այն բավական բարձր է ստացվում և ապացուցում է սույն
հետազոտության շրջանակում առաջ քաշված վարկածը, որ ՀՀ-ում այլուրի
ներքին գների փոփոխության չափն ու ուղղությունները շուրջ 80%-ով համ-
ընկնում են ՌԴ գների փոփոխություններին, քանի որ կոռելյացիայի գործա-
կիցն այս դեպքում զգալիորեն բարձր է (0.82):

1. Ավետիսյան Ս.Ս., Գրիգորյան Ա.Վ., Պարենային և առաջին անհրա ժեշտության ոչ պարենային ապրանքների շուկաների բնորոշ գծերը և կարգավորման կառուցակարգերը Հայաստանի Հանրապետությունում, Եր., «Տնտեսագետ», 2015, 60 էջ:
2. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, հրապարակումներ ըստ թեմայի, https://www.armstat.am/file/article/f_sec_4_2019_3..pdf :
3. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, տվյալների բանկ, https://armstatbank.am/pxweb/hy/ArmStatBank/ArmStatBank__7%20Food%20Security/Fs-1-2019.px/?rxid=f9b1fbb7-ea30-4aff-80ad-f18c4d9e83bf :
4. ՀՀ տնտեսական մրցակցության պետական պաշտպանության հանձնաժողով, <http://www.competition.am/index.php?menu=147&lng=1> :
5. ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտե, <https://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=tsTILists>:
6. ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպություն (FAO), https://fpma.apps.fao.org/giews/food-prices/tool/public/?fbclid=IwAROXcZpJX_7o3J3ostwO5mOTc5aZyU459Z_U3kFPjimMZx-L5OZX4tsWeM#/dataset/international
7. <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>:
8. Տնտեսական համագործակցության և զարգացման կազմակերպություն (OECD), <https://data.oecd.org/gdp/gross-domestic-product-gdp.htm>:
9. ՀՀ Ազգային ժողովի պաշտոնական կայք, <http://parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=1272&lang=arm>:
10. «Իրտեկ» իրավական տեղեկատվական կենտրոն, <http://www.irtek.am/views/act.aspx?aid=151684#> :
11. Հայաստանի իրավական տեղեկատվական համակարգ, <https://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=95532>:
12. Аварский Н., Пролыгина Н., Гасанова Х., Федюшин Д., Государственные интервенции как форма маркетингового регулирования рынка зерна /Экономика сельского хозяйства России, Posted: 2014.
13. Узун В.Я., Светлов Н.М., Шагайда Н.И., Логинова Д.А., Шишкина Е.А., Совершенствование механизмов государственного регулирования российского рынка зерна, «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при президенте российской федерации», М., 2017.
14. Алтухов А., Система сбыта зерна как фактор становления развитого зернового рынка в России // Экономика сельского хозяйства России, Vol. 8, Posted: 2014.
15. Кирцнер И.М., Конкуренция и предпринимательство. М., ЮНИТИ-ДАНА, 2001, 236 с.
16. Портер М., Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов, М., «Альпина Паблишер», 2011, 454 с.
17. Коцофана Т. В., Сравнительный анализ применения показателей концентрации на примере банковского сектора РФ / Т. В. Коцофана, П. С. Стажкова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика, 2011, N 4.

18. Обзор рынка зерна в государствах-членах Евразийского экономического союза за 2010-2014 годы, Департамент агропромышленной политики, Евразийская экономическая комиссия, М., 2015.
19. Припадчева А. Г., Херфиндаля -Хиршмана индекс //Большая российская энциклопедия:[в 35 т.] гл. 9, ред. Ю. С. Осипов, М., 2004-2017.
20. Sutton John, Sunk costs and market structure, MIT Press, London, 1991 pp. xiv + 577. Sutton John. (1998). Predicting and explaining intentions and behavior: How well are we doing? Journal of Applied Social Psychology, 28, 1317-1338.
21. Federal Reserve Bank of St. Louis – FRED, <https://fred.stlouisfed.org/>.
22. Naldi M, Flamini M., The CR4 index and the interval estimation of the Herfindahl-Hirschmann index: An empirical comparison; 2014. Accessed 01 July 2015, https://www.researchgate.net/publication/272247507_-The_CR4_Index_and_the_Interval_Estimation_of_the_Herfindahl-Hirschman_Index_-An_Empirical_Comparison.
23. Rezitis et al. Agricultural and Food Economics (2015) - https://www.researchgate.net/publication/279222579_Investigating_the_international_prices_of_wheat_and_rice.
24. Troester B., Staritz C., Fundamentals or financialisation of commodity markets: What determines recent wheat prices?, Austrian Foundation for Development Research (ÖFSE) Working Paper N43, 2013, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/98786/1/774882611.pdf>.
25. Harvey A., Koopman S.J., Unobserved components models in economics and finance, IEEE Control Systems Magazine (Vol. 29, Issue: 6, Dec. 2009), DOI: 10.1109/MCS.2009.934465, <https://ieeexplore.ieee.org/document/5338563> .
26. Janzen J. P., Carter C. A, Smith A.D., Adjemian M. K., Deconstructing Wheat Price Spikes: A Model of Supply and Demand, Financial Speculation, and Commodity Price Comovement, Economic Research Service, Economic Research Report Number 165 (April 2014) - https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/45199/46439_err165.pdf?v=0.
27. Galetic P. F., Piplica D., Similarities and Differences between the CR and HHI as an Indicator of Market Concentration and Market Power, British Journal of Economics, Management & Trade 13(1): 1-8, 2016, Article no.BJEMT.23193, https://www.researchgate.net/publication/299478237_Similarities_and_Differences_between_the_CR_and_HHI_as_an_Indicator_of_Market_Concentration_and_Market_Power.
28. Bain J., Barriers to new Competition, Cambridge, MA: Harvard University Press, 1956.
29. Weiss L., Concentration and Price. Cambridge, MA:MIT Press. 1989.
30. Motta M., Competition Policy: Theory and Practice, 2004, Cambridge Porter M. e.- the Competitive Advantage of nation, New York, The Free Press, 1990.
31. FAO. 2019, Regional Overview of Food Security and Nutrition in Europe and Central Asia 2019, Structural Transformations of Agriculture for Improved Food Security, Nutrition and Environment. Budapest. ISBN 978-92-5-132000-6.

Հավելված 1

ՀԱՅԱՀԱՏԻԿՉԱՎԱՐԵՂԵՆ ԱՊՐԱՆՔԱԽՄՔԻ ԵՎ ՑՈՐԵՆԻ ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ ԳՆԵՐԻ (ՏԱՐԲԵՐ ԵՐԿՐՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ ԱՐՏԱՀԱՆՎՈՂ) ԿԱՊԸ 2000-2020 ԹԹ., ԱՄՍԱԿԱՆ⁴⁴



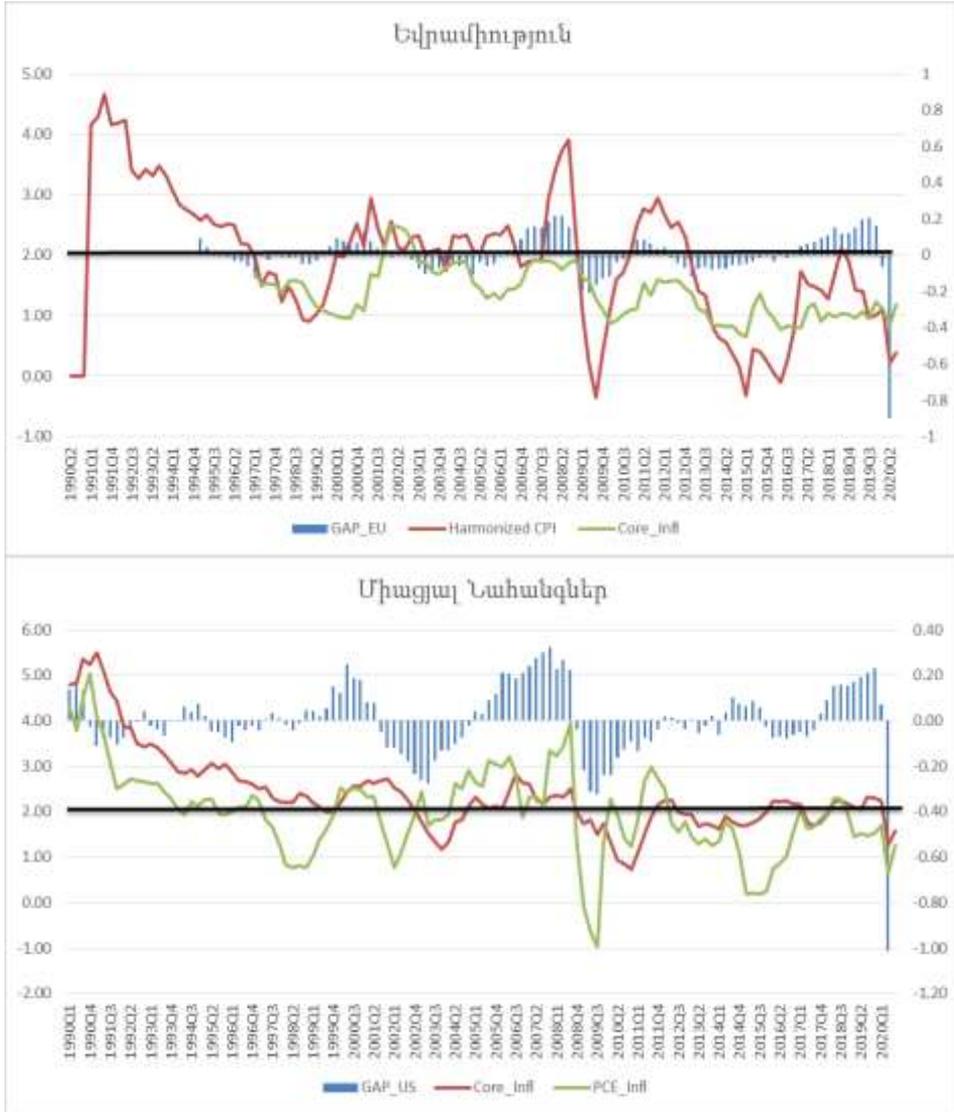
* Հացահատիկ-ձավարեղեն (cereals) ապրանքախմբի մեջ ներառված են նաև մի շարք այլ պարենային ապրանքախմբեր:

	Կանադա	Ֆրանսիա	Միացյալ Թագ.	Ռուսաստան	ԱՄՆ	ՌԻԿրաինա	Հաց-ձավար.
Կանադա	1.00						
Ֆրանսիա	0.85	1.00					
Միացյալ Թագ.	0.83	0.97	1.00				
Ռուսաստան	0.67	0.96	0.95	1.00			
ԱՄՆ	0.90	0.95	0.96	0.93	1.00		
ՌԻԿրաինա	0.86	0.97	0.97	0.98	0.96	1.00	
Հաց-ձավար.	0.92	0.95	0.93	0.87	0.95	0.97	1.00

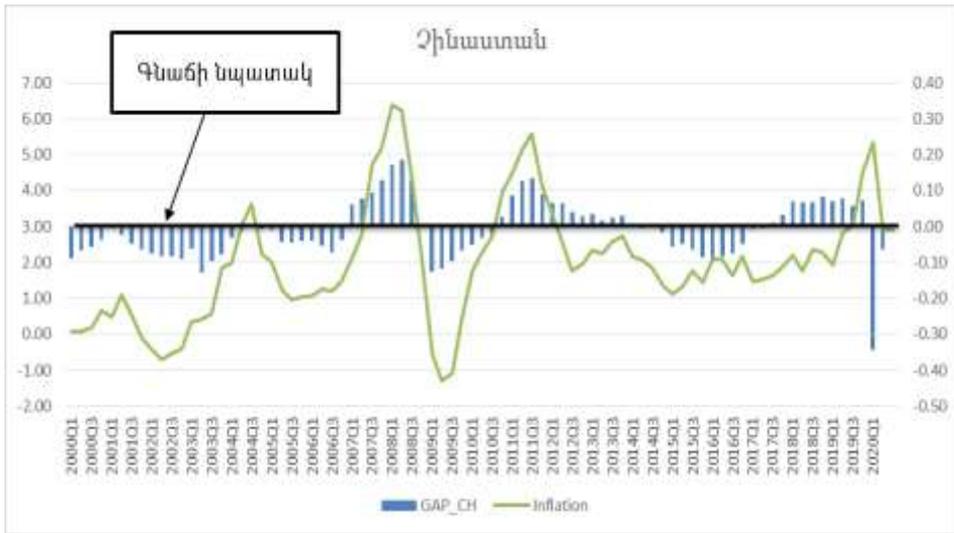
⁴⁴ Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպություն (FAO)
<http://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/en/#:::text=FAO's%20forecast%20for%20world%20wheat,of%20around%20765%20million%20tonnes:>

Հավելված 2

ԱՄՆ-Ի, ԵՎՐԱՄԻՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՉԻՆԱՍՏԱՆԻ ԹՈՂԱՐԿՄԱՆ ՃԵՂՔԵՐԻ ԵՎ ԳՆԱՃԻ/ԲՆԱԿԱՆՈՆ ԳՆԱՃԻ ՇԱՐՓԸՆԹԱՅԸ, ԵՌԱՄՍՅԱԿԱՅԻՆ⁴⁵

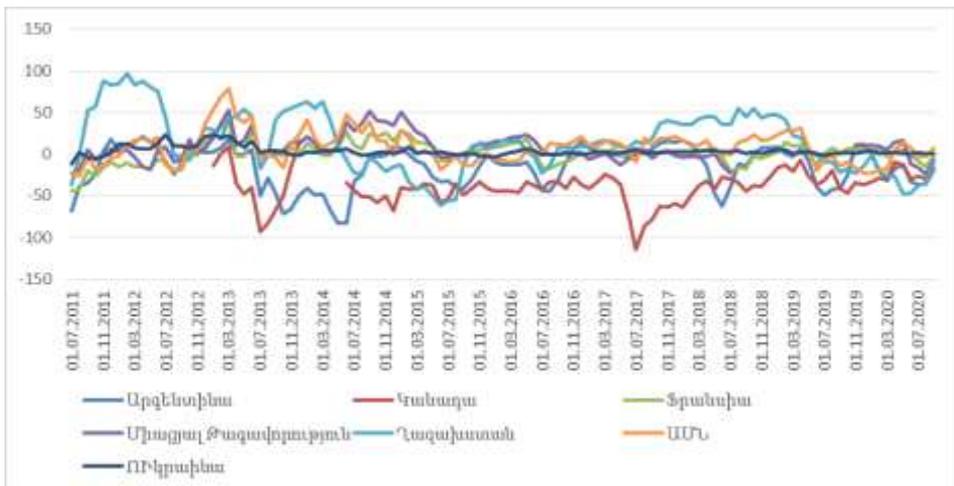


⁴⁵ Աղբյուրը՝ OECD (ընտրված երկրների համախառն իրական թողարկումների համար)՝ <https://data.oecd.org/gdp/gross-domestic-product-gdp.htm> և St-Louis Fed – FRED (ընտրված երկրների գնաճերի/ինսականոն գնաճերի համար)՝ <https://fred.stlouisfed.org/>:



Հավելված 3

ՌՈՒՍԱՍՏԱՆԻ ԵՎ ՄՅՈՒՍ ԵՐԿՐՆԵՐԻ ԿՈՂՄԻՑ ԱՐՏԱՀԱՆԿՎՈՂ ՑՈՐԵՆԻ ԳՆԵՐԻ ՏԱՐԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ 2011-2020 ԹԹ.*



* Նկարենք, որ, չնայած որոշակի փոփոխություններին, գների փարքերությունների միարվածությունը զրեթե զրոյական է:

Հավելված 4

ՑՈՐԵՆԻ ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ՑՈՒՑԱՆԻՇՆԵՐԸ
2011-2020 ԹԻԹ., ՏԱՐԵԿԱՆ⁴⁶

	Թողարկում ^{1/}	Ամբողջական առաջարկ ^{2/}	Սպառում (Utilization)	Առևտուր ^{3/}	Պաշարներ՝ ժամանակա շրջանի վերջում ^{4/}	Չամաշխարհային պաշարներ / սպառում հարաբերակցություն	Հիմնական արտահանող երկրներում պաշարներ / արտադրություն հարաբերակցությունը ^{5/}
	մլն տոննա						%
2011/12	699.0	901.7	693.2	149.2	204.2	29.9	18.8
2012/13	658.6	862.8	682.3	143.6	185.3	26.8	15.1
2013/14	715.3	900.6	692.2	159.4	200.4	28.3	16.0
2014/15	735.2	935.6	708.1	156.6	228.2	31.9	18.8
2015/16	737.3	965.4	717.1	167.5	242.6	32.9	18.0
2016/17	763.5	1,006.2	736.9	176.9	265.0	35.9	19.8
2017/18	761.6	1,026.6	738.1	177.4	287.0	38.2	21.0
2018/19	732.4	1,019.4	751.4	168.3	271.0	36.1	18.1
2019/20	761.6	1,032.7	750.8	184.2	274.7	36.3	15.3
2020/21	764.9	1,039.7	756.6	184.5	284.8	36.9	15.5

1. Թողարկումն արտացոլված է օրացուցային տարվա համար,
2. ամբողջական առաջարկը ներառում է թողարկումը, ինչպես նաև առկա պաշարները՝ տարվա սկզբում,
3. առևտրի վերաբերյալ ցուցանիշները ցորենի դեպքում հաշվարկվում և ներկայացվում են հուլիս-հունիս մարքեթինգային տարվա կտրվածքով,
4. հնարավոր է հավասար չլինի ամբողջական առաջարկի և սպառման տարբերությանը՝ պայմանավորված առանձին երկրներում մարքեթինգային սեզոնների տարբերությամբ,
5. ցորենի շուկայում հիմնական արտահանողներն են Արգենտինան, Ավստրալիան, Կանադան, Եվրամիությունը, Ղազախստանը, Ռուսաստանի Դաշնությունը, Ուկրաինան և Միացյալ Նահանգները: Արտադրությունը (Disappearance) սահմանված է որպես տեղական սպառման և արտահանման հանրագումար:

⁴⁶ Աղբյուրը՝ ՄԱԿ-ի Պարենի և գյուղատնտեսության կազմակերպություն (FAO)
<http://www.fao.org/worldfoodsituation/csdb/en/#:~:text=FAO%20forecast%20for%20world%20wheat,of%20around%20765%20million%20tonnes:>

Руководитель исследовательской группы

ТАТУЛ МКРТЧЯН

Доктор экономических наук, доцент

Состав исследовательской группы

ГУРГЕН ОГАНЯН

Кандидат экономических наук, доцент

ЗАРУИ МЕЛКУМЯН

Кандидат экономических наук, ассистент

ВАЗГЕН ПОГОСЯН

Аспирант кафедры макроэкономики

ЛУСИНЕ ХАЧИКЯН

Магистрант по специальности

«Организация банковского дела»

**«АНАЛИЗ РЫНКА ПШЕНИЦЫ И МУКИ РА», ПРОВЕДЕННЫЙ
НА ОСНОВЕ ГРАНТА НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АРМЯНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА**

DOI: 10.52174/978-9939-61-227-0

Цель, задачи и методология исследования

Доля расходов на продукты питания в структуре затрат домашних хозяйств в Республике Армения достаточно велика (как правило, эта доля уменьшается с ростом доходов населения), что обуславливает высокую чувствительность потребителей к рынкам продуктов питания и колебаниям цен на них. Это особенно верно в отношении продуктов первой необходимости, таких как пшеница и мука, для которых эластичность спроса низкая, а рынок с жесткими ценами представляет потенциальную угрозу как с точки зрения обеспечения продовольственной безопасности, так и для проявления ценовой дискриминации.

Кроме того, пшеница и мука являются стратегическими товарами, изменение цен которых не только напрямую влияет на структуру и объёмы потребления большинства населения, но имеют решающее значение при ценообразовании на многие другие продукты питания. Следовательно, изучение этих товарных рынков, участников, их состава и долей, а также оценка условий конкуренции и степени централизации рынков обеспечат необходимую основу для предотвращения антиконкурентных соглашений и необоснованных колебаний цен, что гарантирует эффективную государственную политику обеспечения конкуренции.

Таким образом, основной целью исследования является комплексное изучение состояния конкуренции на рынках пшеницы и муки Республики Армения, оценка рыночных долей и конкурентоспособности участников рынка в 2015-2020 годах, вы-

явление злоупотреблений доминирующим положением и антиконкурентных действий, а на этой основе - разработка предложений по усилению конкурентной политики.

Объектом исследования являются рынки пшеницы и муки РА и сложившаяся конкурентная среда на них. Предметом исследования является оценка долей участников рынка, их потенциала вызвать колебания цен пшеницы и муки, а также оценка возможностей государства по предотвращению таких действий компаний, доминирующих на этих рынках.

Поставленные вопросы обусловлены целью исследования и заключаются в следующем:

1. Большая часть потребляемой в РА муки обеспечивается за счет местного производства, однако пшеница, являющаяся сырьем для производства муки, в основном импортируется. Итак, в период за 2010-2018 гг. доля импорта пшеницы в РА всегда превышала внутреннее производство, за исключением 2016 года. На протяжении всего рассматриваемого периода импортируемая пшеница составляла значительную долю в общем объеме потребляемой в Армении пшеницы, поэтому последняя оказывает большое влияние на внутренние цены пшеницы, а также на цены муки, хлеба и хлебобулочных изделий. *Таким образом, определение географических и товарных границ рынков пшеницы и муки в Республике Армения, а также выявление звеньев поставок и полной цепочки продаж рассматривались как основные приоритеты.*

2. Государственное регулирование общей экономики, а также отдельных товарных рынков и обеспечение рыночной конкуренции в условиях рыночной экономики осуществляется в рамках законодательного регулирования, что призвано способствовать развитию экономики страны, обеспечению справедливой конкуренции и защите интересов потребителей. Это особенно важно в отношении рынков продуктов ежедневного спроса, где обеспечение конкурентной среды является приоритетом государственной политики. Поэтому одним из важнейших компонентов экономической политики государства является разработка и реализация эффективного конкурентного законодательства (чаще всего антиконкурентные проявления на рынках возникают из-за несовершенства законодательства). *Поэтому в качестве возможного вопроса обсуждалась законодательная база, регулирующая рынки пшеницы и муки в РА, и политика обеспечения конкуренции в этой сфере.*

3. Армения является небольшой страной с открытой экономикой, на которую значительно влияют внешние факторы. На многих товарных рынках первой необходимости импортеры имеют значительную долю, часто доминируя над отечественными производителями. Такая же ситуация на рынках пшеницы и муки, причем последние являются стратегически важными продуктами. Более того, доля пшеничного хлеба занимает третье место в потребительской корзине РА (4,7% в 2019 году) и 90% спроса на пшеницу удовлетворяется за счет импорта (за последние два года уровень самообеспеченности пшеницей в Армении составил 37,5 и 24,7%). Поэтому цены на хлеб в Армении сильно зависят от цены на импортируемую пшеницу, а также от состояния и структуры конкуренции на рынке пшеницы. Следовательно, мировая цена пшеницы является основной эндогенной переменной себестоимости пшеницы на рынке РА и основным ориентиром ее изменения. Поэтому анализ мировых цен на пшеницу и ее воздействие на цены пшеницы в РА, а также изучение местного рынка

позволит выявить возможные количественные и временные разрывы между мировыми и «местными ценами» на эти продукты с учетом влияния других факторов, вызывающих эти разрывы - закупки, транспортировки, хранения, урожайности, сезонности и т.д. Выявление причинно-следственной связи возможных разрывов позволит понять особенности и проблемы внутреннего рынка, делать некоторые суждения на макроуровне о недобросовестной конкуренции или, например, о высокой степени концентрации. *Таким образом, одной из основных задач исследования является изучение динамики и тенденции изменений цен на международном и местном рынках пшеницы и муки в период с 2015 по 2020 гг., выявление разрывов между тенденциями развития на рынках, оценка масштабов и причин возникновения последних.*

4. По разным оценкам, цена на хлеб в Армении довольно высока по сравнению со странами СНГ. Так, согласно отчету «Future Armenia: Connect, Compete, Prosper: A Systematic Country Diagnostic» Всемирного банка 2017г., цена на хлеб в Армении на 23% выше средней цены в странах СНГ. Поэтому необходимо выяснить механизм формирования цен на товары первой необходимости и причины их изменения. Важно еще понять долгосрочные тенденции этих изменений, поскольку неоправданные изменения цен на указанных рынках увеличивают риски нанесения ущерба интересам потребителей, так как хлеб и хлебобулочные продукты являются важной и самой потребляемой товарной группой в потребительской корзине не только низкообеспеченных, но и семей со средними доходами в Армении. *Следовательно, одной из задач исследования было изучение компонентов себестоимости и механизмов ценообразования пшеницы и муки, оценка факторов, влияющих на изменение цен.*

5. Рынок пшеницы в Армении является высококонцентрированным. Не только импорт пшеницы, но и производство муки контролируется небольшим количеством субъектов, которые имеют значительное воздействие на цену пшеницы и муки. В результате высокой концентрации рынка основные игроки, часто пользуясь доминирующим положением, склонны к антиконкурентным действиям и злоупотребляют своим положением. *Поэтому одной из основных задач исследования является изучение структуры товарных рынков пшеницы и муки в РА, состава хозяйствующих субъектов рынка, оценка долей и их изменений в период за 2015-2020 гг. Исходя из этого, оценена степень концентрации во всей цепочке импорта пшеницы, производства и реализации муки в РА, с использованием коэффициента CR и индекса Херфиндаля - Хиршмана.*

6. Как упоминалось выше, рынки пшеницы и муки в РА являются высококонцентрированными, что позволяет доминирующему на рынках субъекту или субъектам действовать в качестве компании, диктующей цены, проводить необоснованную, несоразмерную дискриминационную политику в ущерб потребителям. *Таким образом, одной из задач исследования было выявление возможных случаев злоупотребления доминирующим положением, проявления антиконкурентных соглашений на рынках пшеницы и муки РА, оценка влияния последних на колебания цен.*

7. В настоящее время мировая экономика находится в разгаре эпидемии нового коронавируса, и в этом случае прогнозы ожидаемого краткосрочного спада мировой экономики и темпов ее дальнейшего восстановления значительно ухудшились за недавний период. Учитывая текущую высокую волатильность и неопределенность, стало значительно труднее делать суждения об изменении глобального соотношения

спроса и предложения на различных рынках (что будет определять последующие изменения цен на этих рынках). *В этом контексте особенно важна разработка предложений по формированию государственной политики каждого из возможных сценариев с оценкой вытекающих последствий.*

8. Мониторинг высококонцентрированных товарных рынков РА в текущих условиях и, при необходимости, госвмешательство имеют не только социальное, но и экономическое значение. Посредством такого контроля государство стремится направить деятельность хозяйствующих субъектов в сфере соблюдения правил рыночной экономики. Несмотря на то что из года в год наблюдается улучшение показателя «Влияние доминирующих субъектов» (Армения занимала в 2019 году 24-е место из 141 страны), мы считаем, что пополнение и совершенствование механизмов правового регулирования неоспоримы. *Поэтому, как логическое завершение исследования, основной задачей является разработка и внедрение механизмов повышения эффективности государственной конкурентной политики на высококонцентрированных рынках.*

Методология исследования и информационные базы

Статистическим источником для исследования послужили публикации Всемирной продовольственной и сельскохозяйственной организации (ФАО) о мировом производстве, потреблении, торговле, мировых резервах и ценах пшеницы, а также базы данных Статкомитета РА, Комитета государственных доходов и ГКЗЭК РА об объемах производства и импорта пшеницы и муки в РА, о ценах и динамике их изменений за 2015-2020 гг. Кроме того, обширной базой данных послужили также результаты проведенного в рамках данного исследования опроса крупных субъектов, занимающихся производством муки в РА. Причем отбор количества опрошенных хозяйствующих субъектов производился по принципу лидерства в исследуемой сфере на основе списка 1000 крупнейших налогоплательщиков, опубликованного Налоговой службой РА в январе-декабре 2019 года.

Что касается методологии расчета показателей, используемых в анализе, то объемы мирового производства пшеницы отражены за календарный год, а полное предложение включает объем производства и имеющихся резервов на начало года. С другой стороны, поскольку показатели мировой торговли пшеницей рассчитаны и представлены на маркетинговый год с июля по июнь, возможны различия в валовом предложении и потреблении из-за расхождений в маркетинговых сезонах отдельных стран, которые, однако, корректируются по годам. Таким образом, изменения мировых цен, вызванные взаимодействием валового предложения пшеницы и валового потребления (спроса), рассматривались как общая тенденция изменения экспортных цен для всех стран-производителей пшеницы, включая Россию. Причем Россия представляет значительный интерес для Армении, так как цены на пшеницу и муку в Армении во многом зависят от изменений экспортных цен России.

Что касается Республики Армения, то валовое предложение по этим товарам фактически формируется за счет местного производства и импорта. При этом объемы импорта пшеницы и муки также отражаются по календарному году, а импорт включает в себя объем ввоза всех видов пшеницы и муки. Для расчёта объема товарных рынков и рыночных долей компаний из суммы остатка начала года, импор-

та и производства пшеницы и муки вычтен неиспользованный (не реализованный) остаток на конец и по отношению к этому результату рассчитаны доли каждой отдельной компании. Экспорт муки не учитывался при расчетах как полного предложения, так и рыночных долей, так как мука из Армении не экспортируется, а экспорт пшеницы незначителен, объем которого был вычтен из объемов производства.

Таким образом, принимая в качестве эндогенных переменных, скорректированных на курс доллара США мировые (российские) цены на пшеницу (поскольку пшеница закупается в России в долларах), рассчитали среднюю цену пшеницу в Армении, которая включает расходы на транспортировку, хранение и налоги, на основе чего рассчитана средняя цена на муку и оценена степень зависимости последней от цен экспорта российской пшеницы.

В ходе исследования использованы макроэкономические и статистические инструменты для описания изменений на мировом рынке пшеницы, оценки влияния мирового спроса и других ключевых факторов на колебания цен, а также для определения причин и размеров отклонений между ценами пшеницы в Армении и в России. Данные обработаны программными пакетами Eviews и/или Stata в зависимости от характера эконометрических задач, возможностей программного пакета Matlab.

Анализ

В последние годы в Армении ежегодно употребляется в среднем около 200,0 тыс. тонн муки, более 90% которой приходится на местное производство, только 10% импортируется. Причем с 2015 по 2017 гг. доля импорта в общем объеме потребляемой в Армении муки составила всего 2-5%, только в 2018 году в результате увеличения импорта муки в 2,5 раза она превысила 10% от общего объема импорта.



Рисунок 1 | Объемы импорта и производства муки в Армении в 2015-2019 гг. (тыс. тонн)

На первый взгляд кажется, что Армения сама способна удовлетворить большую часть спроса на муку, и уровень самообеспеченности мукой достаточно высок. Однако в действительности невозможно обеспечить весь объем необходимой пшеницы для производства муки за счет местного производства, более того, в последние годы она в основном импортировалась. Так, если в 2015-2016 годах импорт в Армению обеспечивал около 40-45% от общего потребления пшеницы в республике, то в последующие годы доля импорта постоянно увеличивалась, достигнув в 2019 году более 75% (см. рисунок 2):

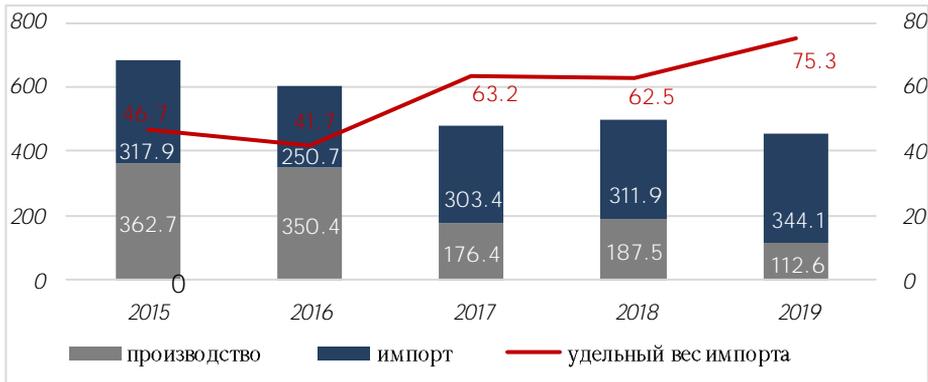


Рисунок 2 | Объемы импорта и производства пшеницы в Армении в 2015-2019 гг. (тыс. тонн)

По результатам опроса, проведенного среди крупных компаний, занимающихся производством муки в Армении, они также являются крупными импортерами пшеницы, в основном используя импортируемую ими пшеницу для производства муки. Согласно результатам исследования, в 2018 году три крупных мукомольных предприятия обеспечили более 75% от общего объема импорта пшеницы в Армению и более чем 78% производства муки республики. В 2019 году два из них обеспечили 77% импорта пшеницы и более 80% производства муки. Примечательно, что пшеница местного производства, используемая этими компаниями для производства муки, составляла всего 10% в 2018 году и 6% в 2019 году. Такая доля пшеницы местного производства, используемая в производстве муки, у опрошенных компаний (в среднем 10%) объясняется низкими качественными характеристиками. Так, в Республике Армения в основном производится пшеница 4-го сорта, которая не обеспечивает необходимого качества и количества муки. В этом случае общий выход муки невелик. По результатам исследования если валовой выход муки от российской пшеницы 2-го или 3-го сорта составляет в среднем 67-72% (количество всех видов муки, полученное из одной тонны пшеницы), то выход всех видов муки из пшеницы местного производства не превышает 53%. Кроме того, качество пшеничной муки в отличие от местного производства пшеницы значительно ниже, чем у импортной. Если от пшеницы местного производства производится в основном мука 1-2 сорта, то от импортной пшеницы - более высокий выпуск муки высокого качества, который примерно в 1,5-2 раза превышает общий выпуск муки 1-2 сорта вместе (в зависимости от сорта импортируемой пшеницы).

Согласно результатам исследования, в Армении мука высшего сорта имеет наибольшую долю в объемах продаж мукомольных предприятий, так как доля высшего сорта муки и изделий из нее особенно велика в структуре потребления населения. Не случайно, по данным 2019 года, доля хлеба из высшего сорта муки в потребительской корзине РА среди 480 наименований товаров и услуг занимает третье место (4,7%) после платежей за электроэнергию и природный газ. При этом доля высшего сорта муки (1,8%) и хлеба из высшего сорта муки (4,7%) вместе (6,5%) являются наибольшей в потребительской корзине РА. Следует отметить, что в группе продуктов питания и

безалкогольных напитков (в том числе алкоголь и табак) удельный вес муки высшего сорта и хлеба вместе составляет около 29,2%.

Вышеупомянутые обстоятельства дают основание предполагать, что в производстве муки пропорция импортной и местной пшеницы, кроме опрошенных нами компаний (которые, как уже мы отметили, обеспечивают около 80% производства всей муки в РА), используется также иными компаниями-производителями. Другими словами, компании, производящие муку, в основном используют импортную пшеницу, что сочетается с небольшими объемами пшеницы местного производства, и они обеспечивают производство около 90% муки, используемой для конечного потребления в Армении (10% муки импортируется).

Таким образом, с одной стороны, снижение уровня самообеспеченности пшеницей, а с другой стороны, использование в производстве муки небольших объемов местной пшеницы из-за качественных характеристик определяет значительную зависимость экономики Армении от импорта пшеницы, что в 2018-2019 годах оценивается приблизительно в 90%. Поскольку пшеница в Армении импортируется в основном из России, то цены на пшеницу и муку в Армении в значительной степени зависят от цен российской экспортируемой пшеницы. Кроме того, две или три крупные компании занимают доминирующее положение на рынке импорта пшеницы РА, обеспечивая около 80% импортируемой пшеницы, в то же время последние являются крупными мукомольными компаниями, занимающими доминирующее положение на рынке производства муки. Упомянутые компании действуют как вертикально интегрированные в цепочке импорта пшеница-производство и мука-реализация (а иногда еще и производство-реализация других продуктов из муки), что является серьезным препятствием для входа новых компаний на эти рынки с точки зрения конкуренции. Кроме того, рынок импорта пшеницы имеет высокую степень концентрации, что само по себе ограничивает возможности обеспечения эффективной конкуренции на этом рынке. Таким образом, степень концентрации на рынке импорта пшеницы, оцениваемая коэффициентом CR и индексом Херфиндаля-Хиршмана ИНН, достаточно высока.

Значение CR выше 70 указывает на высокую концентрацию рынка, а о высокой концентрации рынка свидетельствует значение ИНН выше 1800.

Уже отмечено, что местное производство пшеницы составляет около 25% от общего объема предложения пшеницы в Армении (2019 г.), которое обеспечивают около 12000 индивидуальных сельских хозяйств в стране, объемы производства которых невелики, то есть рынок производства пшеницы низкоконцентрирован. В результате формально степень концентрации общего рынка пшеницы в Армении снижается и соответствует среднеконцентрированным рынкам. Так как небольшая часть пшеницы местного производства используется для производства муки, то фактически степень концентрации на рынке пшеницы, используемой для производства муки, остается высокой.

Что касается степени концентрации рынка муки, то ее импортная составляющая является конкурентной, то есть низкоконцентрированной, а рынок производства муки является высококонцентрированным. Поскольку мука, импортируемая в Армению, обеспечивает в среднем лишь 10% от общего объема муки, потребляемой в Армении, то крупные субъекты на рынке производства муки «механически» становятся лидерами и на общем рынке.

За весь наблюдаемый период коэффициент CR был выше 70, то есть общий рынок муки Республики Армения также имеет высокую степень концентрации.

Степень централизации рынка муки по индексу Херфиндаля-Хиршмана также оценивается как высококонцентрированная, поскольку значение индекса превышает 1800 за все годы.

Исходя из вышеизложенных обстоятельств, возникает объективная необходимость постоянного изучения развития событий на международных рынках пшеницы и, как следствие, изменение мировых цен на них, как главного компонента и важнейшего фактора, определяющего направления и величину изменений цен на пшеницу и муку в РА. С другой стороны, импорт пшеницы составляет значительную долю в общем объеме, поэтому структура рынка и условия конкуренции на рынке пшеницы оказывают существенное влияние на внутренние цены на пшеницу и, следовательно, и на цены муки, хлеба и прочих продуктов, производимых из муки. Следовательно, несмотря на то, что цены на пшеницу и муку в РА во многом зависят от экспортных цен российской пшеницы, уровень конкуренции на рынках Республики Армения и механизм ценообразования в значительной степени определяется структурой рынков пшеницы и муки, количеством предприятий, функционирующих на них, их размерами и рыночными долями.

На основании вышеизложенного, в рамках данного исследования рабочая группа попыталась изучить рынки пшеницы и муки РА, определить географические и товарные границы этих рынков, рассмотреть нормативно-законодательное регулирование, проанализировать структуру рынков, состав хозяйствующих субъектов, их рыночные доли и степень концентрации рынка, наблюдать за основными тенденциями и причинами развития международного рынка пшеницы, оценивая влияние этих событий на внутренние цены на пшеницу и муку в Армении.

Выводы и рекомендации

1. Армения имеет достаточно высокий уровень самообеспеченности по производству муки. Около 90% потребляемой муки производится в стране, но большая часть пшеницы, необходимой для производства муки, импортируется. Ситуация с импортом пшеницы двоякая. С одной стороны, пшеница местного производства обеспечивает определенную часть от общего спроса на пшеницу. Так, в 2015-2016 гг. Армения импортировала около 40-45% потребляемой пшеницы, в 2017-2018 годах - 62-63%, а в 2019 году более 75% от общей потребляемой пшеницы. С другой стороны, в производстве муки доля пшеницы местного производства составляет всего 10%. Это связано с рядом объективных обстоятельств, среди которых следует выделить низкие качественные характеристики пшеницы местного производства. В Армении производится пшеница в основном 4-го сорта, что не обеспечивает необходимого качества и количества муки. В этом случае выпуск муки небольшой. Если, например, общий выпуск муки из российской пшеницы 2-го или 3-го сорта в среднем составляет 67-72% (количество всех видов муки из одной тонны пшеницы), то из пшеницы местного производства он не превышает 53%. Кроме того, качественные характеристики, сорт муки, производимый из пшеницы местного производства, значительно ниже, чем у импортированной пшеницы. Выход высокого сорта муки из импортированной пшеницы в 1,5-2 раза превышает общий выход муки 1-ого и 2-ого сорта вместе (в зависимости от заказа импортной пшеницы). В связи с этими обстоятельствами стимулирую-

шая экономическая политика государства, направленная на повышение уровня самообеспеченности пшеницей, должна сопровождаться получением новых, более качественных семян пшеницы и локализации для Армении. В противном случае только увеличение производства пшеницы не может повысить уровень самообеспеченности республики. Только после этого целесообразно использовать инструменты государственной поддержки для стимулирования производства пшеницы, ориентируясь на мировой успешный опыт. В странах ЕС используются механизмы прямых субсидий: фермерам предоставляются определенные субсидии за каждый гектар посевов пшеницы, или, как показывает опыт США, доступное страхование, гарантированный доход для фермеров. Правительство США возмещает 65% от страховки за потерю урожая, снижение цен и другие риски или предоставление доступных сельскохозяйственных кредитов, которые можно погасить непосредственно пшеницей.

2. В течение рассматриваемого периода 2 или 3 крупных предприятия, имеющие доминирующее положение на рынке импорта пшеницы, вместе обеспечивали в среднем от 75% до 90% пшеницы, импортируемой в Армению. Причем за все годы на рынке была лидирующая компания, чья доля в 2-3 раза превышала доли компаний, занимающих 2-е или 3-е место на рынке. Наличие большой доли в импорте обеспечивает этим компаниям доминирующее положение и на общем рынке муки (импорт и производство вместе взятые).

3. Хотя крупные импортеры пшеницы формально доминируют на рынке пшеницы в целом, но они не особо «заинтересованы» в общем рынке. Дело в том, что компании-импортеры одновременно производят муку, и около 92% импортированной пшеницы используют в собственном производстве как сырье, только 8% продают на рынке, а закупка пшеницы местного производства составляет в среднем 10%. Другими словами, получается, что импортированная пшеница практически не влияет на колебания цен на рынке пшеницы РА. На внутреннем рынке цены на пшеницу меняются в основном под влиянием спроса и предложения пшеницы местного производства, а также сезонностью, урожайностью и т.д. Таким образом, несколько крупных импортеров конкурируют между собой в сфере импорта пшеницы, производства и продажи муки, а многие индивидуальные фермерские хозяйства - только в области производства пшеницы и практически незначительного участия, а, следовательно, и имеют влияние на объемы производства муки и цены на них.

4. Крупные субъекты рынка пшеницы и муки Республики Армения контролируют всю цепочку от импорта пшеницы до производства и реализации муки (также используемой в качестве сырья, для производства других продуктов). В экономической литературе это характеризуется концепцией «вертикальной интеграции», когда одна компания одновременно осваивает последовательные звенья производства или распределения. Так, одна из крупных компаний импортирует пшеницу для производства муки, реализует произведенную муку исключительно через оптовые продажи, а другая, помимо вышеупомянутой сети, осуществляет розничную продажу муки, причем в период с 2018 по февраль 2020 года объем розничных продаж муки компанией в зависимости от конкретного периода превышал объемы оптовых продаж до 4 раз. Кроме того, компания использует муку собственного производства в качестве сырья для производства и реализации разных продуктов – различные виды хлеба, макарон и хлебобулочных изделий. Получается, что первая компания владеет

звеньями импорт-реализация пшеницы, производство-оптовая реализация муки, а другая - импорт-реализация пшеницы, производство-оптовая-розничная реализация муки, производство-розничная продажа прочих мучных изделий. Очевидно, что вертикально интегрированные компании с крупными долями во всей цепочке работают в более благоприятных условиях, чем компании, работающие в любом из этих звеньев. Более того, уже функционирующие или новые компании для конкуренции на равных условиях с вертикально интегрированными компаниями должны быть также вертикально интегрированы. По этой причине вертикальная интеграция рассматривается как источник препятствий для входа на рынок и существование этих цепочек проблематично с точки зрения рыночной конкуренции по нескольким причинам:

- Во-первых, эти компании, владеющие последовательными звеньями импорт-производство-оптовая или импорт-производство-розничная торговля, получают определенное конкурентное преимущество перед новыми компаниями, выходящими на рынок. Кроме того, разница между оптовыми ценами, устанавливаемыми компанией, которая владеет импортом-производством-розницей и реализует продукцию собственной розничной сетью, довольно мала, из-за чего другие компании, неспособные конкурировать по цене, будут вытеснены или вообще не смогут выйти на рынок.
- Во-вторых, при организации производственной деятельности нескольких последовательных звеньев компания, являющаяся одним и тем же юридическим лицом, ожидаемую прибыль может получать только в последнем звене. Таким образом, компания находится в более выгодном конкурентном положении по сравнению с другими компаниями (в случае импорт пшеницы и производство муки - это именно так). К примеру, в случае небольших мукомольных компаний, которые не могут импортировать пшеницу сами, они покупают ее у крупных импортеров по схеме стоимость + прибыль, в то время как компании-импортеры используют пшеницу в качестве сырья без прибыли, только по себестоимости. В результате мука, произведенная последними, дешевле даже при использовании одной и той же технологии. А если компания владеет собственной торговой сетью, «потерянную» прибыль на предыдущих производственных звеньях можно полностью восстановить, установив контроль над объемами продаж. Следовательно, государство должно пересмотреть законодательно-правовое регулирование организации деятельности нескольких отдельных последовательных звеньев производственного цикла одним и тем же юридическим лицом. В качестве возможного решения, в таких случаях, можно на законном уровне установить требования раздробления бизнес-процессов через отдельные юридические лица, каждое из которых будет работать по принципу «затраты-выгода». Мы полагаем, что в этом случае требования к торговой документации, документированию результатов хозяйственной деятельности и выставлению счет-фактур будут применяться ко всем, что предотвратит проявления дискриминационной ценовой политики или хотя бы сделает их более управляемыми.
- В-третьих, вертикально интегрированные компании, имеющие свою торговую сеть, часто вводят искусственные ограничения путем запрета поступле-

ния продукции конкурентов в свои торговые сети или не предоставляют торговые площади им при отсутствии регулирующего законодательства. Поэтому в ряде стран преимущества торговой сети компаний нивелируются с применением обязательных норм для представления и продажи товаров всех конкурентов. В этом случае всем участникам предоставляются равные стартовые условия, что способствует формированию здоровой конкуренции на рынке. В этом смысле может быть поучительным опыт Российской Федерации, согласно которому и в соответствии с поправками к закону «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»⁴⁷ и *Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях*⁴⁸ определены сроки и порядок представления и продвижения всех продуктов конкурентов в торговых сетях, а также максимальный лимит комиссионных за предоставление торговых площадей в торговых сетях - до 5% от стоимости товаров, которые могут быть применены к конкурентам. Эти законы обеспечивают равные стартовые условия для всех конкурентов, даже если организация, управляющая торговой сетью, еще производит или импортирует аналогичные товары. Кроме того, указанные законы ограничивают право на аренду новых помещений лицам, представленным в торговых сетях, если объем продаж последнего в действующей сети превышает 25% от общего объема продаж указанных товаров в данной местности (город, область, район).

Поучителен опыт, применяемый в странах ЕС (Бельгия, Люксембург и др.), согласно которому компаниям, организующим деятельность торговых сетей, на законном основании запрещена организация других смежных видов экономической деятельности, реализация товара или предоставление услуг которых осуществляется на территории торговой сети: производство и продажа в собственной сети хлеба, кондитерских изделий, полуфабрикатов или других товаров.

5. Наши наблюдения показывают, что цены на муку высшего сорта компании лидера рынка более чувствительны к изменению закупочных цен на пшеницу, они более колеблются в соответствии с изменением цен в России, и эти изменения являются более резкими. Обе компании реагируют на закупочные цены на пшеницу в среднем с задержкой в 2 месяца. Однако одна из них не вносит резких изменений в продажные цены и проводит политику максимального обеспечения ценовой стабильности, но если компания реагирует на повышение закупочной цены пшеницы постепенно, неуклонным повышением цены на муку, достигая адекватного изменения за 2 месяца, то к снижению закупочных цен компания в большей степени лояльна.

Тенденции изменения внутренних цен на пшеницу РА в основном совпадают с изменением цен пшеницы, экспортируемой из РФ. По нашим оценкам, коэффициент корреляции между ценами на пшеницу двух стран составляет 0,62, что является довольно высоким показателем. Более того, внутренние цены на пшеницу в Армении реагируют на соответствующее изменение цен в России с определенными времен-

⁴⁷ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/

⁴⁸ <https://base.garant.ru/12125267/05838ce1b1b475281154e75a992a89d8/>

ными интервалами (по нашей оценке, в случае снижения это в среднем 2 месяца), что обусловлено многими факторами: сезонностью, частотой закупок, количеством закупленных партий (по результатам опроса, периодичность закупок - 1 месяц), периодом транспортировки (в среднем 5-7 дней), изменением имеющихся запасов, а также конкурентной ситуацией на рынке пшеницы РА. В результате в ответ на изменение мировых цен – в РА цены на пшеницу реагируют более пропорционально в случае повышения (с лагом до 1 месяца), а в случае снижения – с лагом до 2 месяцев. Такой характер реакции внутренних цен на изменение мировых цен обусловлен структурой рынка пшеницы в РА, ограниченным количеством субъектов рынка и достаточно высоким уровнем концентрации. Другими словами, если исключить колебания цен, обусловленные конкурентной ситуацией, изменения мировых цен на пшеницу «доходят» до Армении примерно через месяц, что можно рассматривать как «естественный лаг». В этом случае, с учетом лага в 1 месяц при соблюдении корреляции внутренних цен на пшеницу в Армении с ценами в России, она окажется довольно высокой. Направления изменений совпадают примерно на 80%, так как коэффициент корреляции в этом случае существенно выше (0,82).

Head of Research Team

TATUL MKRTCHYAN

Doctor of Economics, Associate Professor

Members of Research Team

GURGEN OHANYAN

PhD in Economics, Associate Professor

ZARUHI MELKUMYAN

PhD in Economics, Assistant Professor

VAZGEN POGHOSYAN

PhD Student of the Chair of Macroeconomics

LUSINE KHACHIKYAN

MA Student of Banking

*"WHEAT AND FLOUR MARKET RESEARCH" IMPLEMENTED ON
THE BASIS OF A GRANT FROM "AMBERD" RESEARCH CENTER OF
THE ARMENIAN STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS*

DOI: 10.52174/978-9939-61-227-0

Purpose, objectives, and methodology of the research

The share of food expenditures in the structure of household expenditures in the Republic of Armenia is quite large (as a rule, this share decreases with the growth of public incomes) due to the high sensitivity of consumers to food markets and their price fluctuations. This is especially true in the case of necessities, such as wheat and flour, price elasticity of demand of which is not high, and the market with high prices, such as food, poses a potential risk in terms of security and price discrimination.

Also, wheat flour is a strategic commodity, the price fluctuations of which not only directly affect the structure and consumption by the population majority, but also their price is decisive for many products in the process of their pricing. Therefore, the study of these product markets, participants, their composition and shares, and the competitive conditions, and the assessment of the degree of market centralization, will provide a necessary basis for preventing anti-competitive agreements and unreasonable price fluctuations as a result.

Therefore, the primary purpose of the research is a comprehensive study of the state of competition in the wheat and flour markets of the Republic of Armenia, assessment of the market participants' share of the state of competition in 2015-2020, detection of abuses of dominant position, anti-competitive measures and state protection of competition is the development of policy-making proposals.

The object of the research is RA wheat flour markets and the competitive situation in them. The research subject is the evaluation of the market participants, their parts and their potential fluctuations in the market prices, and the possibilities of the state to prevent them and develop proposals.

The main issues stem from the purpose of the research, and they are as follows:

1. Most of the flour consumed by the population of the Republic of Armenia is provided at the expense of local production, however, wheat, which is the raw material of the latter, is mainly imported. Thus, in 2010-2018, the share of imports of only wheat into the Republic of Armenia had consistently exceeded the domestic production, except for 2016. In other words, during the whole period under review, imported wheat had a significant share in the total volume of wheat consumed in Armenia, so the latter has a significant impact on both domestic prices of wheat and the prices of flour, bread, and bakery products derived from it. *Therefore, the geographical and product borders of the RA wheat and flour markets, market identification and market sales levels, and the complete sales chain were considered as primary priorities.*

2. The regulation of the economy as a whole, as well as individual commodity markets in the conditions of the market economy, is carried out within the framework of legislation and competition protection, which is designed to promote the country's economy, ensure fair competition and protect the interests of consumers. This is especially true in commodity markets, which assume daily consumption, making the provision of a competitive environment a priority for the state. Therefore, one of the cornerstones of the state's economic policy is the development of effective competition legislation and the implementation of effective policies based on it (anti-competitive manifestations - the problems associated with it are often due to the imperfection of the legislation). *Therefore, as a possible issue, the legislative framework regulating RA wheat flour markets and ensuring competition in the sphere by the state was discussed.*

3. The Republic of Armenia is a small country with an open economy, on which the influence of external factors is quite considerable. In terms of many essential goods, importers in the domestic market have significant shares, often dominating domestic producers. The problem becomes more evident in the case of wheat flour markets, as the latter are considered products of strategic importance, wheat bread being the third in the consumer basket of the Republic of Armenia (4.7% in 2018), about 90% of the demand is satisfied by imports (In the last two years, the level of self-sufficiency of wheat in Armenia was 37.5 and 24.7%⁴⁹, respectively). Therefore, it is necessary to study the price of wheat grown in the international wheat market in certain time intervals, as a given quantity (element) of the RA wheat market's cost price, to understand the main tendencies of the latter's changes in the given period. Simultaneously, the study of the local wheat market in the same period will allow to identify possible quantitative and temporal gaps between the international and local prices of these products, of course, taking into account the purchase, transfer, storage, harvest, seasonality in importing countries—the influence of other factors that cause these ruptures. Investigating the cause-and-effect relationship of possible breaks will allow us to identify the peculiarities and problems of the internal market, to make some judgments at the macro level about unfair competition or, for example, a high degree of concentration. *Summarizing the above, one of the main problems of the research was the 2015-2019 trend of wheat and flour markets of RA and international markets, the analysis of*

⁴⁹ https://armstatbank.am/pxweb/hy/ArmStatBank/ArmStatBank__7%20Food%20Security/FS-1-2018.px/?rxid=602c2fcf-531f-4ed9-b9ad-42a1c546a1b6,602c2fcf-531f-4ed9-b9ad-42a1c546a1b6

[2] Future armenia, World Bank Documents, World Bank Group

their development tendencies, revelation of the gaps between the latter's development tendencies, assessing the size and causes of the latter.

4. According to various estimates, the price of bread in Armenia is relatively high compared to the CIS countries. Thus, the World Bank 2017 "Future Armenia, Connect, Compete and Prosper: According to the "A Systematic Country Diagnostic" report, the price of bread in Armenia is 23% higher than the CIS countries' average price⁵⁰. Therefore, it is necessary to determine the mechanism of price increases of essential goods and the reasons for their changes, and the long-term trends of those changes, as discriminatory price changes made by economic entities operating in these markets increase consumer interest. Therefore, it is necessary to determine the mechanism of price increases of essential goods and the reasons for their changes, and the long-term trends of these changes, as discriminatory price unjustified changes in the mentioned markets increase the risks of harming consumers' interests, especially the bread products. It is not only the most consumed foodstuffs for everyday life of not only poor but also middle-income families in Armenia. *Therefore, one of the research tasks was to study the cost factors of wheat flour and pricing mechanisms to assess price change factors.*

5. The wheat market in Armenia is highly concentrated; not only the import of wheat but also the production of flour is controlled by a small number of economic entities, which plays a significant role in changing the price of wheat and wheat flour in the domestic market of the Republic of Armenia, as the high degree of market centralization is often the cause of anti-competitive actions and abuse of a dominant position⁵¹. *Therefore, one of the research problems was the study of the structure of "Wheat" and "Flour" product markets, the composition of economic entities operating in the mentioned markets, the evaluation of their shares and their changes in 2015-2020. Based on that, the assessment of the level of competition in the whole chain of import, production and sale of wheat flour of the Republic of Armenia with the help of the CR coefficient and Herfindal-Hirschman index.*

6. As mentioned above, the wheat flour market is highly concentrated, which allows the market-dominant entity or entities to act as a price-dictating company, to pursue unreasonable, disproportionate, discriminatory pricing policies, the risks of harming the interests. *Therefore, one of the research's main tasks was to reveal the possible abuses of a dominant position, the manifestations of anti-competitive agreements in the RA wheat flour markets and to assess the impact of the latter on price fluctuations.*

7. The world economy is currently in the midst of a new type of coronavirus epidemic. The forecasts for the expected short-term decline of the world economy and further recovery rates have significantly deteriorated in the recent short period. Given the current high volatility and uncertainties, it has become significantly more difficult to judge

⁵⁰ Future armenia, World Bank Documents, World Bank Group

<http://documents.worldbank.org/curated/en/716961524493794871/pdf/Armenia-SCD-in-Eng-final-04192018.pdf>, p. 29, ref. 56

⁵¹ ՀՊՏՀ ՊՈԱԿ-ի և ՀՀ ԿԲ «Տնտեսագիտական կրթության և հետազոտությունների աջակցման կենտրոն» հիմնադրամի միջոցով կնքված N ՏՀ-1 պայմանագրի հիման վրա Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարան ՊՈԱԿ-ում իրականացվող «ՀՀ-ում ապրանքների գնագոյացման մեխանիզմները and դրանց ազդեցությունը գնաճի վրա» թեմայով հետազոտության հաշվետվություն, հեղ. Թ. Մկրտչյան, Զ. Մելքումյան, Ս. Վարդանյան, Ա.Շեկյան, Երևան 2019 թ:

the changes in the global supply-demand ratio in different markets (which will determine further changes in prices in these markets). *In this context, the development of state policy proposals derived from specific scenarios of the situation (in case of materialization of the mentioned scenarios) is especially important.*

8. Monitoring of highly concentrated RA product markets in the current conditions, and if necessary, interventions are of not only social but also economic significance. Through such control, the state aims to direct economic entities' activities in the field of compliance with the rules of the market economy. Although year after year, for example, there is an improvement in the indicator of "Impact of dominant economic entities" (Armenia ranked 24th out of 141 countries in 2019⁵²), nevertheless, the need for some complimentary legal regulation mechanisms is undeniable. *Therefore, as a logical conclusion of the research, the main task is developing and implementing structures to increase the effectiveness of the state's competition policy in the mentioned markets.*

Research methodology and information bases

The statistical source for the research was the UN Food and Agriculture Organization (FAO) information sources on world wheat production, consumption, trade, world prices and international prices, databases of the RA State Revenue Committee and the Statistical Committee on the production and import volumes of wheat and flour of the Republic of Armenia, as well as the publications of the RA SCPEC of different years. Also, the results of the survey of large economic entities engaged in the production of flour conducted within the framework of this research were provided with a significant database. The number of surveyed economic entities was selected according to the principle of leading the position in the observed sphere, based on the list of 1000 largest taxpayers published by the RA Tax Service in January-December 2019⁵³.

As for the methodology of calculating the indicators used in the analysis, the volumes of world wheat production are reflected for the calendar year, and the complete proposal includes the output and available stocks at the beginning of the year. On the other hand, as the world wheat trade figures are calculated and presented for the July-June marketing year, there may be differences in global supply and consumption due to the markets in individual countries. In contrast to the rainy seasons, which, however, are smoothed out by year-round observation, changes in world prices driven by the interaction of world wheat supply and global consumption (demand) have been seen as a general trend of changes in export prices for all wheat-producing countries, including Russia. It is of significant interest to Armenia, as the prices of wheat flour in Armenia are changing due to changes in export prices to Russia.

As for the Republic of Armenia, since wheat and flour are "produced" and imported, the republic's supply of the mentioned products is formed at the expense of local "import". In this case, the import volumes of wheat flour are also reflected in the calendar year, the import includes the import volumes of all types of wheat flour. To calculate the volume of commodity markets and market shares of companies, the sum of local wheat production

⁵² Source: 2019 Annual Report of the State Commission for the Protection of Economic Competition of the Republic of Armenia, page 18,

http://www.competition.am/uploads/resources/Annual_Report_2019.pdf

⁵³ See: <https://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=tsTILists>

(insignificant volumes of exports mined in case of wheat), the sum of total imports, the unused balance at the beginning of the year. The balance of unsold wheat by the end of the year is to determine each company's share in the results obtained. The export of flour was not considered in the calculations of both the full supply and the market shares, as no flour is exported from Armenia at all, and the export of wheat is insignificant, which was removed from the production volumes.

Thus, the international (Russian) wheat prices, taking as endogenous variables adjusted for the US dollar exchange rate (since wheat is purchased from Russia in dollars), calculated the average price of wheat in Armenia, which included transportation, storage costs and taxes, based on which the average price of flour was calculated and the degree of dependence of the latter on the prices of Russian wheat was estimated.

During the research, with the help of macro-econometric and statistical tools, the world wheat market developments were described, the impact of global demand and other vital factors on price fluctuations was assessed, the price gaps of the mentioned product group in our economy were revealed as well as many other analyzes. The collected data were processed by Eviews and / or Stata and, depending on the nature of the econometric problems, the Matlab software package's capabilities.

During the research, methods and tools of mathematical-statistical, factor coordination, and localization due to comparisons were used.

Analysis

In recent years, Armenia consumes an average of about 200.0 thousand tons per year. More than 90% of tons of flour are provided by local production and only 10% is imported, moreover, from 2015 to 2017. The share of imported flour in the total volume of flour consumed in Armenia was only 2-5%, only in 2018, as a result of a 2.5-fold increase in flour imports which exceeded 10% of total imports.

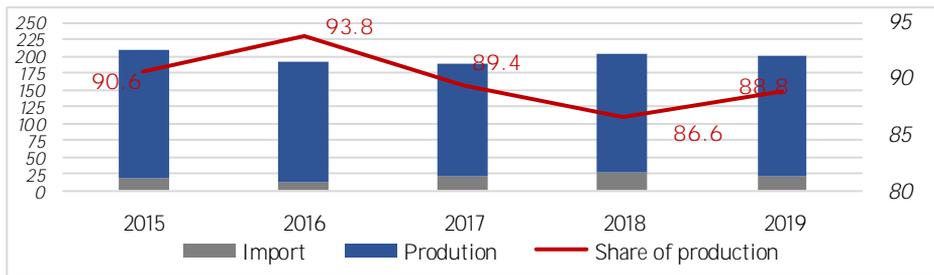


Chart 1 | Flour import and domestic production volumes in Armenia in 2015-2019 (thousand tons)⁵⁴

At first glance, it seems that Armenia can meet most of the demand for flour and the level of flour self-sufficiency is relatively high. In reality, however, it is not possible to supply all the wheat needed for flour production at the expense of local production, moreover, in recent years, it has been chiefly imported. Thus, if in 2015-2016 the import in Armenia provided about 40-45% of the total wheat stock of the republic, in the following

⁵⁴ The chart is based on the data of the RA Statistical Committee and RA SCPEC data / import volumes /: https://www.armstat.am/file/article/f_sec_4_2019_3..pdf,

years, the share of import continuously increased, reaching more than 75% in 2019 (see chart 2).

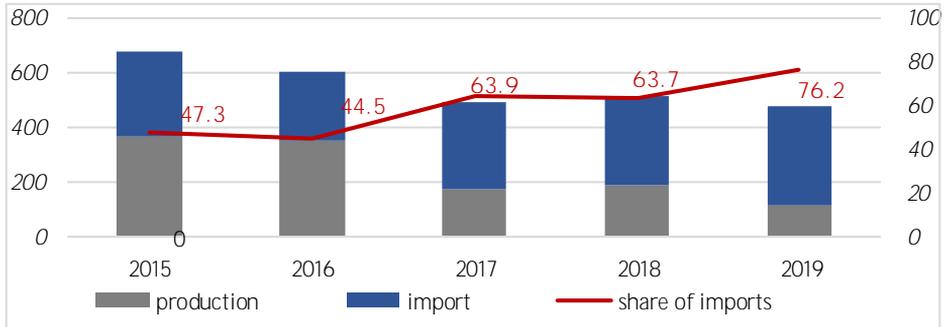


Figure 2 | The volumes of Wheat import and domestic production in Armenia in 2015-2019 (thousand tons)⁵⁵

In this research framework, a survey conducted among large companies engaged in the production of flour in the Republic of Armenia reveals that the latter are also significant importers of wheat, mainly using the wheat imported by them for the production of flour. Thus, according to the survey results, in 2018, three large companies producing flour provided more than 75% of the total volume of wheat imports in Armenia and about 78% of flour production. In 2019, two of them provided 77% of the republic's wheat imports and more than 80% of flour production. It is noteworthy that the locally produced wheat used by these companies in flour production was only 10% in 2018 and 6% in 2019. Locally produced wheat's low-quality characteristics condition the proportion of wheat consumption imported by the surveyed companies produced in Armenia (average: 90/10). Thus, mainly the 4th-grade wheat is produced in Armenia, which does not provide the required quality and flour quantity. In this case, first, the total output of the flour is small. If the total yield of Russian second or 3rd-grade wheat flour according to the survey results is 67-72% on average (the number of all types of flour obtained from one ton of wheat), then the yield of all types of flour from locally produced wheat does not exceed 53%. In addition, the quality characteristics and order of locally produced wheat flour are significantly lower than those of imported wheat. If the output of first and 2nd-grade flour is incomparably higher than locally produced wheat, the opposite of imported wheat is the higher output of high-quality flour, which is about 1.5-2 times higher than the total output of first and second-grade flour (depending on imported wheat).

Moreover, in Armenia, according to the results of the survey, high-quality flour has the largest share in the sales volumes of flour-producing companies, as the share of high-quality flour and products made from it is especially large in the population consumption structure. It is not accidental that according to the data of 2019, the weight of bread made of high-quality flour is the third (4.7%) among about 480 items of goods and services of the

⁵⁵ The chart is based on the data of the RA Statistical Committee and RA SCPEC data / import volumes /: https://www.armstat.am/file/article/f_sec_4_2019_3..pdf

RA consumer basket, after payments for electricity and natural gas⁵⁶. And the weights of high-quality flour (1.8%) and high quality flour bread (4.7%) together (6.5%) provide the largest share in the RA consumer basket. It should be noted that in the group of food and non-alcoholic beverages (including alcohol and tobacco), the weights of high-quality flour and bread together make up about 29.2%⁵⁷.

These circumstances give grounds to suppose that the proportion mentioned above of imported and locally produced wheat for flour production, except for the companies we surveyed (which, as we mentioned, provide about 80% of the RA flour production), can also be used by flour producers of other companies. In other words, large flour-producing companies mainly use imported wheat, and as a result of combining the latter with small volumes of locally produced wheat, they ensure the production of about 90% of the flour used for final consumption in Armenia.

Thus, on the one hand, the decrease in the level of wheat self-sufficiency, and on the other hand, the use of small volumes of local wheat in the production of flour due to quality features determine the significant dependence of the Armenian economy on imported wheat, which in 2018-2019 is estimated at 90%. And since the RA wheat is imported mainly from Russia, it turns out that the prices of wheat flour in Armenia are highly dependent on Russian wheat export prices. On the other hand, two or three large companies have a dominant position in the RA wheat import market, providing about 80% of the imported wheat, at the same time, the latter are large flour-producing companies, which have a dominant position in the flour production market. In other words, it turns out that these companies act as vertically integrated into the chain of imports and sales of wheat flour (and sometimes, production and sale of other products from flour), which is a significant barrier for new companies to enter these markets or existing companies in terms of competition. Also, the wheat import market is highly concentrated, limiting the effective competitive opportunities in this market. Thus, the degree of concentration in the wheat import market, estimated by the CR coefficient Herfindal-Hirschmann IHH index, is quite high.

Local production of wheat, as we mentioned, is about 25% of the total supply of wheat in Armenia (2019), which is provided by about 12,000 individual farms in the country, whose production volumes are small, as a result of which the degree of concentration of the wheat market decreases. Medium concentrated. However, a small proportion of locally produced wheat is used for flour production, i.e., the degree of concentration in the wheat market used in the production of flour is still high.

The degree of concentration of the flour commodity market is competitive in terms of imports, then lowly concentrated, and highly concentrated in terms of production. Furthermore, since the flour imported to Armenia provides only an average of 10% of the supply of flour in Armenia, so the prominent entities in the flour production market "mechanically" also become leaders in the general flour market.

During the whole observed period, the CR coefficient was higher than 70 so that the general flour market of the Republic of Armenia also has a high degree of concentration.

⁵⁶ https://www.armstat.am/file/article/sv_03_17a_6200.pdf

⁵⁷ https://www.armstat.am/file/article/sv_03_17a_6200.pdf

The concentration of the flour market through the Herfindahl-Hirschman index is also considered highly centralized, as the value of the index exceeds 1800 in all years.

In the current situation, there is an objective need to constantly study the developments in the international wheat markets as a rather significant component of the cost of wheat in the domestic economy, hence flour (bread main factor). On the other hand, imported wheat has a significant share in the total volume of wheat consumed in Armenia, so the wheat import market's structure and competitive conditions have a significant impact on domestic wheat prices, and therefore on the prices of flour, bread and bread products. Therefore, the level of competition in the wheat flour markets of the Republic of Armenia and the pricing mechanism is largely determined by the structure of the wheat import market, the number, size and shares of the existing businesses.

Based on the above, within the framework of this research, an attempt was made to study the RA wheat flour markets, to determine the geographical and product boundaries of those markets, to consider the legislative field regulating the sphere, to analyze the market structure, to consider the main trends and reasons for the development of the international wheat market, assessing the impact of these developments on the domestic prices of wheat flour in Armenia.

Conclusions and Recommendations

1. Armenia has quite high self-sufficiency in terms of flour production. About 90% of the country's flour is produced in Armenia, but most of the wheat needed for the flour produced is imported. The situation with the import of wheat is twofold. On the one hand, wheat is produced in Armenia, which provides a particular part of the total wheat demand. Thus, in 2015-2016, Armenia imported 40-45% of consumed wheat, in 2017-2018 - 62-63%, and in 2019 more than 75% of consumed wheat was imported. On the other hand, only 10% of the wheat needed for flour production is locally produced, the remaining 90% is imported. This is due to a number of objective circumstances, among which the low-quality characteristics of locally produced wheat should be singled out. Due to these circumstances, the state's stimulating economic policy aimed at increasing the level of wheat self-sufficiency should be accompanied by the process of obtaining new, higher quality seeds of wheat and localization for the Republic of Armenia. Otherwise, only the increase in wheat production cannot increase the level of self-sufficiency in the country. Only after that, it is expedient to use state support tools for the promotion of wheat production, for which there is a successful experience in the world. In EU countries, direct subsidy mechanisms are used: farmers are given certain subsidies for each hectare of wheat cultivation, or the US experience - affordable insurance - guaranteed farmers' income. The US government reimburses 65% of the premium for crop losses, price reductions, and other risks. Alternatively, there can be the provision of affordable agricultural loans that can be repaid directly with wheat.

2. During the period under review, 2 or 3 large entities with a dominant position in the wheat import market together provided an average of 75-90% of the wheat imported to Armenia (by separate years), moreover, in all years there was a leading company in the market compared to 2-3 times larger share. The large share of imports allows these companies to dominate the overall flour market (imports and production combined). Thus, in 2015-2017, the three largest companies secured an average of 40-45% of the total wheat

market, with only the leading company accounting for about 30%. In 2018-2019, the shares of the two major companies together amounted to 56% և 60%, respectively.

3. Even though large wheat importing companies formally dominate the overall wheat market, the latter does not seem to be "interested" in the overall market. The point is that importing companies simultaneously produce flour and the main part of the imported wheat use a raw material for its own production. The purchase of locally produced wheat averages 10%. In other words, it turns out that imported wheat has practically no effect on the fluctuations of wheat prices in the general wheat market of the Republic of Armenia (import-production). In the domestic market, wheat prices change mainly due to the supply-demand of locally produced wheat and seasonality. In other words, several large importers compete with each other in the fields of wheat import, flour production and sale, and many individual farms, only in the field of wheat production and practically insignificant participation, therefore impacting the volume of flour production and prices.

4. Large economic entities operating in the wheat-flour markets of the Republic of Armenia control the entire chain from the import of wheat to the production and sale of flour (also used as a raw material). The phenomenon mentioned in the economic literature is characterized by the concept of "vertical integration", when one company simultaneously masters the successive links of production or distribution⁵⁸. Thus, one of the leading companies in the market imports wheat for flour production, then sells the produced flour exclusively through wholesale sales, and another company, in addition to the above-mentioned chain, carries out the retail sale of flour, moreover, in the period from 2018 to February 2020. The volume of retail sales of flour by the company, depending on the specific period, exceeded the wholesale sales by up to 4 times. Moreover, the company uses the flour produced by the mentioned company as a raw material for its own production to sell bread and bread production. It turns out that one of the companies owns wheat import-sale, flour production-wholesale trade, and the other one owns wheat import-sale, flour production-wholesale-retail sale and production-retail sale of other flour products chains. It is obvious that vertically integrated companies with large shares in the whole chain operate in more favorable conditions than the companies operating in any part of the chain. Moreover, companies operating in the market or new entrants must be vertically integrated in order to compete on an equal footing with vertically integrated companies. This is the reason why vertical integration is considered a source of barrier to market entry. Additionally, the existence of these chains is problematic in terms of market competition in several respects. Thus:

- First, these companies, having import-production-wholesale or import-production-wholesale-retail consecutive links, gain certain competitive advantage over new companies entering the market. Also, the difference between the import-production-retail company's wholesale prices and the retail prices set by its own commercial network is quite small, due to which other companies, unable to compete in price, will be pushed out or will not be able to enter the market at all;
- Second, when organizing the production activities of several consecutive units by the same legal entity, the company can only use the overheads (expected profit) in

⁵⁸ Портер М., Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов, Москва 2005 с.42-49

the last unit, thus the company is in a more competitive environment than other companies. Thus, in the case of small flour mills, which cannot import wheat themselves, they purchase it at cost + overhead, while import companies use wheat as a raw material without the overhead. As a result, the latter's flour is cheaper, even with the use of the same technology. And if the company manages the sales network, the "lost" overlay in the last production lines can be entirely restored by establishing control over sales volumes. Therefore, the state should review the activities of several separate successive links in the production cycle and the gap in the legal regulation of the organization by the same legal entity. As a possible solution, at least, the fixing of the legal requirement for implementing each production activity by the same group through a separate legal entity, each of which will operate in the "cost-benefit" logic. We believe that in that case, the requirements of sales documentation, documenting the results of economic activity, issue of invoices will be applied to everyone, making the manifestations of discriminatory pricing policy more manageable.

- Third, companies with a vertically integrated sales network often impose artificial restrictions by barring competitors' products from entering their network or not providing a sales area in the absence of regulatory legislation. Therefore, in several countries, the advantages of the sales network of companies are offset by the application of mandatory standards for the presentation and sale of all competitors' products in trade networks (location, position, provision of shelves, provision of equal conditions for advertising and promotion of goods, exclusion of price differences, etc.): In this case, equal starting conditions are provided for all competitors, which contributes to the formation of healthy competition in the market. In this regard, the experience of the Russian Federation can be instructive, according to which by the law "On the basic principles of state regulation of trading activities in the Russian Federation"⁵⁹ and by the code of "Administrative offences of the Russian Federation"⁶⁰ the conditions and procedures for the presentation and promotion of all competitors' products in commercial networks are defined as well as the maximum fee for the provision of premises for sale - up to 5% of the value of the goods, which can be applied by the management of the commercial network. The mentioned laws provide equal starting conditions for all competitors, even if the commercial network entity carries out similar activities. Moreover, the mentioned laws restrict the right to rent new premises of the entity represented in the commercial network, if the latter's sales volume in the existing network exceeds 25% of the total sales of the mentioned goods in the given area (city, region, district). Another successful experiment is being implemented in EU countries (Belgium, Lithuania, Luxembourg, etc.). Companies related to commercial chains are legally restricted from organizing other related economic activities, the sale or service of which occurs in the retail chain – bread production, sale of cakes, semi-finished products, or other products in its network;

⁵⁹ http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/

⁶⁰ <https://base.garant.ru/12125267/05838ce1b1b475281154e75a992a89d8/>

5. Our observations show that the prices of high-quality flour of the market leader company are more sensitive to changes in the purchase prices of wheat, they are more fluctuating in line with the changes in the prices in Russia, and the changes are more drastic, unlike the other company. Both companies respond to wheat purchase prices by an average of 2 months lag. However, one of those companies does not make drastic changes in sales prices. It pursues a policy of ensuring price stability as much as possible, that is, if it responds to an increase in the purchase price of wheat by a gradual, steady increase in the price of flour, reaching an equivalent change of 2 months, so it is more unaware of deflation.

The tendencies of change in RA wheat's domestic prices mainly coincide with the changes in the export prices of the Russian wheat. According to our estimates, the correlation coefficient between the two countries' wheat prices is 0.62, which is quite high. At the same time, the domestic prices of wheat in Armenia respond to the changes in the corresponding prices in Russia with specific time gaps (in case of lowering our prices, it averages two months), which is due to many factors. Seasonality, by frequency of acquisitions, by the number of batches acquired (according to the survey results, the periodicity of achievements is one month), by the period of transportation (average 5-7 days), with the change of existing stocks, as well as with the competitive situation in the RA wheat market. In response to changes in international prices, it is more proportionate, faster in case of increase (up to 1-month lag), slower and disproportionate in case of decrease. This nature of the domestic price response to changes in international prices is conditioned by the RA wheat market structure, the scarcity of economic entities, and a relatively high level of concentration. In other words, if we exclude the fluctuations of prices due to the competitive situation, the changes in international wheat prices "arrive" in Armenia in about a month, which can be considered a "natural lag". In this case, taking into account the lag factor of 1 month, if we try to observe the correlation of domestic wheat prices in Armenia with Russian export prices, it turns out to be quite high, proving the hypothesis put forward within the framework of this study that the size and directions of changes in domestic wheat prices in the US are about 80% the same as changes in Russian prices, as the correlation coefficient in this case is significantly higher /0.82/.

*Հեղազոյրական խմբի ղեկավար՝
ԹԱԹՈՒԼ ՄԿՐՏՉՅԱՆ
յնտեսագիտության դոկտոր, դոցենտ*

*Հեղազոյրական խմբի անդամներ՝
ԶԱՐՈՒՀԻ ՄԵԼՔՈՒՄՅԱՆ
յնտեսագիտության թեկնածու, ասիստենտ
ԳՈՒՐԳԵՆ ՕՀԱՆՅԱՆ*

*յնտեսագիտության թեկնածու, ասիստենտ
ՎԱԶԳԵՆ ՊՈՂՈՍՅԱՆ*

*ՀՊՏՀ մակրոէկոնոմիկայի ամբիոնի ասպիրանտ
ԼՈՒՍԻՆԵ ԽԱԶԻԿՅԱՆ*

*ՀՊՏՀ «Բանկային գործի կազմակերպում»
մասնագիտության մագիստրոս*

ՀՀ ՑՈՐԵՆԻ ԵՎ ԱԼՅՈՒՐԻ ՇՈՒԿԱՆԵՐԻ ՀԵՏԱԶՈՏՈՒԹՅՈՒՆ

Խմբագիր՝ *Արմինե Վարդանյան*
Տեխնիկական խմբագիր
և ձևավորող՝ *Նսիրա Խչկյան*
Էջադրող և սրբագրող՝ *Թուզաննա Պերրոսյան*

Չափս՝ 70×108¹/₁₆:

6.5 տպ. մամուլ:

Տպաքանակ՝ 100:

ՀՊՏՀ «ՏՆՏԵՍԱԳԵՏ» հրատարակչություն
Երևան, Նալբանդյան 128
010 59 34 37