

ԵՎՐՈՊԱԿԱՆ ԿՐԹԱԿԱՆ  
ՏԱՐԱԾԱՇՐՋԱՆԱՑԻՆ  
ԱԿԱԴԵՄԻԱ



EUROPEAN  
EDUCATIONAL REGIONAL  
ACADEMY

---

# ԵՎՐՈՊԱԿԱՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ

*ԳԻՏԱԿԱՆ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐԻ ԺՈՂՈՎԱԾՈՒ*

---

1(02)

ԵՐԵՎԱՆ  
2012



# ԵՎՐՈՊԱԿԱՆ ԱԿԱԴԵՄԻԱ

*ԳԻՏԱԿԱՆ ՀՈԴՎԱԾՆԵՐԻ ԺՈՂՈՎԱԾՈՒ*

1 (02)

ԵՐԵՎԱՆ  
2012

ՀՏԳ- 001 Ժողովածուն հրատարակության է երաշխավորվել  
ԳՄԳ- 72 Եվրոպական կրթական տարածաշրջանային  
Ե744 ակադեմիայի գիտական խորհրդի որոշմամբ

## **Գլխավոր խմբագիր**

Խաչատրյան Հ. Ե., տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր

## **Խմբագրական խորհուրդ**

Հովհաննիսյան Գ. Ն., տեխնիկական գիտ.դոկտոր,պրոֆեսոր  
Աբրահամյան Հ. Մ., պատմագիտության դոկտոր  
Աստվածատրյան Ա. Վ., բժշկական գիտ. դոկտոր  
Բաղիրյան Գ. Մ., իրավագիտության դոկտոր  
Գրիգորյան Յու. Գ., ֆիզմաթ գիտ. դոկտոր  
Ղարսյան Է.Վ., տեխնիկական գիտ. դոկտոր, պրոֆեսոր  
Մովսիսյան Յու. Մ., ֆիզմաթ գիտ. դոկտոր, պրոֆեսոր  
Վահանյան Գ. Ա., տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր  
Քրիստոֆ Կրեյտց, ինֆորմատիկայի դոկտոր, պրոֆեսոր

Եվրոպական ակադեմիա: Գիտ. հոդվածների ժող./  
Ե744 ԵՏԱ. Գլխ. խմբ.՝ Հ. Խաչատրյան, - Եր.: «ԵՏԱ» հրատ., 2012:  
Գիրք 2 - 308 էջ:

Ժողովածուն ընդգրկում է իրավաբանության, մաթեմատիկայի, ինֆորմատիկայի, տնտեսագիտության, կառավարման տարբեր ոլորտների հրատապ խնդիրների վերլուծությանը նվիրված հոդվածներ: Ներկայացված հետազոտությունների արդյունքները կարող են օգտակար լինել համապատասխան բնագավառներում զբաղված մասնագետների, ասպիրանտների, հայցորդների, ինչպես նաև գիտության նորագույն նվաճումներով հետաքրքրվող անձանց:

ЕВРОПЕЙСКАЯ АКАДЕМИЯ: СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ  
EUROPEAN ACADEMY: COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES

ISBN 978 – 99941 – 2 – 609 -- 5

ՀՏԳ- 001

ԳՄԳ- 72

© Եվրոպական կրթական տարածաշրջանային ակադեմիայի հրատարակչություն, 2012  
© Publishing of European Educational Regional Academy 2012

# ԻՐԱՎԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

## *Քրեադատավարական իրավունք*

**ՀԱՆՅԱՆՔ ԿԱՏԱՐԱԾ ԱՆՁԱՆՑ ՀԱՆՁՆՄԱՆ  
ԻՆՍՏԻՏՈՒՏԸ ԿԱՆՈՆԱԿԱՐԳՈՂ ԴՐՈՒՅԹՆԵՐԻ  
ԻՐԱՎԱՀԱՄԵՄԱՏԱԿԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ  
(ԸՍՏ՝ ՀՀ ՔՐԵԱԿԱՆ ԴԱՏԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ԳՈՐԾՈՂ  
ՕՐԵՆՍԳՐԻ ԵՎ ՆՈՐ ՕՐԵՆՍԳՐԻ ՆԱԽԱԳԾԻ)**

### **Հ.Ռ.ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ, Ն. Ա. ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ**

Պետության հասարակական-քաղաքական կյանքում ծավալվող հասարակական հարաբերությունների զարգացմանն ընդառաջ իրավական դաշտում պարբերաբար անհրաժեշտություն է առաջանում կատարել համապատասխան օրենսդրական փոփոխություններ և լրացումներ: Գաղտնիք չէ, որ շուրջ տասներեք տարի գործող ՀՀ քրեական դատավարության օրենսգիրքն իր գոյության ողջ ժամանակահատվածում իրավակիրառ պրակտիկայում առավելապես կատարել է իր առաքելությունը: Այնուհանդերձ, պետք է ընդգծել, որ այն չի կարող համարվել կատարյալ իրավական ակտ: Դրա մասին են վկայում այն բազմաթիվ փոփոխություններն ու լրացումները, որոնք պարբերաբար կատարվել են օրենսգրքում:

Ի լրումն այս ամենի՝ հարկ է ընդգծել, որ արդեն իսկ մշակվել և շրջանառության մեջ է դրվել քրեական դատավարության նոր օրենսգրքի նախագիծը (այսուհետև՝ նախագիծ), որն հավանաբար գործածության մեջ կդրվի շուտով և կփոխարինի գործող օրենսգրքին:

Համաձայն նախագիծը մշակող հեղինակների ներկայացրած հիմնավորման՝ գործող քրեական դատավարության օրենսգիրքն օբյեկտիվորեն ի վիճակի չէ համապարփակ կարգավորման ենթարկել քրեական գործերի քննության և լուծման ընթացակարգը, այդ գործընթացի շրջանակներում ապահովել

հանրային և մասնավոր շահերի հավասարակշռված պաշտպանությունը, հետևաբար և քրեական դատավարության խնդիրների լուծումն ու նպատակների նվաճումը: Վերջիններս կարծում են, որ ներկայումս առկա են բոլոր այն օբյեկտիվ նախադրյալները /իրավական, տնտեսական, սոցիալական, քաղաքական և այլն/, որոնց ամբողջությունը թույլ է տալիս խոսել ՀՀ քրեական դատավարության նոր օրենսգրքի մշակման անհրաժեշտության մասին:

Ինչ խոսք, կարելի է համաձայնվել նման հիմնավորման հետ, սակայն հաշվի առնելով խնդրի կարևորությունը՝ պետք է արձանագրել, որ քրեական դատավարության նոր օրենսգիրքն էլ իր հերթին կարող է արժանանալ գործող օրենսգրքի ճակատագրին, եթե իրավական ակտի մշակման փուլում առավելապես հաշվի չառնվեն հնարավոր հետագա զարգացումները:

Որպես կարևոր խնդիր կցանկանայինք անդրադառնալ նախագծում և գործող օրենսգրքում ամրագրված քրեադատավարական ինստիտուտներից մեկի՝ միջազգային իրավական օգնության և դրա հիմնական տեսակներից՝ հանձնման հետ կապված հարաբերությունները կանոնակարգող դրույթների համեմատական վերլուծությանը:

Ուսումնասիրությունների արդյունքում պարզ է դառնում, որ հետազոտված երկու աղբյուրներում էլ ամրագրված 47 հոդվածներն ըստ էության գրեթե կրկնվում են՝ սկսած հոդվածների վերնագրերից, վերջացրած դրանց բովանդակությամբ: Արձանագրված հիմնական առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ եթե գործող օրենսգրքում հոդվածները խմբավորված են 5 առանձին գլուխներում (տե՛ս գլուխներ 54-րդ, 54<sup>1</sup>-րդ, 54<sup>2</sup>-րդ, 54<sup>3</sup>-րդ, 54<sup>4</sup>-րդ), ապա նախագծում որպես նորամուծություն նմանությամբ վերնագրված 5 գլուխները (տե՛ս, գլուխներ՝ 64-րդ, 65-րդ, 66-րդ, 67-րդ, 68-րդ) արդեն ամրագրված են «Քրեական վարույթով իրավական օգնություն» վերտառությամբ նոր՝ առանձին բաժնում (տե՛ս, նախագծի 16-րդ բաժին): Ինչ խոսք, նշված լրացումն իրավական կարգավորման առումով դրական

պետք է համարել, քանի որ ի սկզբանե թվարկված բոլոր 5 գլուխներն որպես մեկ ամբողջություն կարող են հանդես գալ մեկ առանձին բաժնի կազմում:

Ըստ էության, և՛ գործող օրենսդրությամբ, և՛ նախագծով քրեական գործերով (վարույթով) իրավական օգնության իրականացման համար նախատեսված են 2 առանձին հիմքեր, ինչպես միջազգային պայմանագրերի առկայության, այնպես էլ դրանց բացակայության պարագայում (փոխադարձության սկզբունքի հիման վրա): Երկու առանձին դեպքերում էլ մանրամասնորեն նախատեսված են քրեական գործերով (վարույթով) միջազգային իրավական օգնության հիմնական տեսակին՝ հանձնմանը վերաբերող դրույթներ:

Այսպես, ուսումնասիրված երկու աղբյուրներն էլ գրեթե նույնությամբ ընդգրկում են համապատասխան հոդվածներ՝ կապված հանցագործություն կատարած անձանց օտարերկրյա պետությանը հանձնելու, ՀՀ տարածքից դուրս հանցագործություն կատարած անձանց ձերբակալման, կալանավորման, հանձնումը մերժելու, կրկնակի հանձնման և մի շարք այլ գործընթացների վերաբերյալ: Օրինակ, գրեթե փոփոխության են ենթարկվել հանձնելու վերաբերյալ խնդրանքի բովանդակությանը ներկայացվող պահանջները (ՀՀ ՔԴՕ 489-րդ և նախագծի 543-րդ հոդվածներ): Համաձայն նախագծի՝ դրանց թվին են դասվում.

1) խնդրանքի հասցեատիրոջ՝ Հայաստանի Հանրապետության դատարանի կամ դատախազության անվանումը (ըստ նախագծի սուբյեկտների շարքում բացառվել է հետաքննության մարմինը)

2) արարքի փաստական հանգամանքների նկարագրությունը և խնդրանքը ներկայացնող օտարերկրյա պետության օրենքի բնագիր տեքստը, որի հիման վրա այդ արարքը համարվում է հանցագործություն

3) անձի անունը, հայրանունը և ազգանունը, որի հանձնումը հայցվում է, նրա քաղաքացիությունը, բնակության կամ

գտնվելու վայրը (հասցեն) և հնարավորության դեպքում՝ նրա մասին այլ տվյալներ.

4) նշում հանցագործությանը պատճառված վնասի չափի և խնդրանքն ուղարկելու պահի դրությամբ դրա հատուցման մասին:

Անփոփոխ են մնացել նաև հանձնումը մերժելու վերաբերյալ նախատեսված հիմքերը: Դրանք թե նախագծով, և թե գործող օրենսդրությամբ նույնն են: Օրինակ, անձի հանձնման մասին օտարերկրյա պետության իրավասու մարմնի խնդրանքի կատարումը մերժվում է, եթե

1) հանձնման վերաբերյալ խնդրանքը ՀՀ իրավասու մարմնի կողմից ստանալու պահին խնդրանքը ներկայացնող օտարերկրյա պետության օրենքին համապատասխան քրեական հետապնդում չի կարող հարուցվել կամ դատավճիռը չի կարող ի կատար ածվել վաղեմության ժամկետն անցնելու պատճառով կամ այլ օրինական հիմքով

2) անձի նկատմամբ նույն արարքի համար արդեն իսկ կայացվել է օրինական ուժի մեջ մտած դատավճիռ կամ քրեական վարույթը կարճելու և քրեական հետապնդումը դադարեցնելու մասին որոշում

3) խնդրանքը վերաբերում է ՀՀ քաղաքացու հանձնմանը

4) հանձնման դեպքում, տվյալ օտարերկրյա պետության օրենքներին համապատասխան, կարող է նշանակվել մահապատիժ, և այդ պետությունը բավարար երաշխիքներ չի տալիս առ այն, որ հանձնելու դեպքում այդպիսի պատիժ չի նշանակվի և չի կիրառվի:

Ի տարբերություն գործող օրենսգրքի՝ նախագծում փոքր-ինչ փոխվել է մոտեցումը քրեական վարույթի շրջանակներում կատարվող «հարցում» հասկացության վերաբերյալ: Եթե գործող օրենսդրությամբ միջպետական հարաբերություններում քրեական գործերով իրավական օգնություն ցույց տալու կարգում (ՀՀ ՔԳՕ 474-րդ հոդված) ՀՀ դատարանի, դատախազների, քննիչների, հետաքննության մարմինների կողմից օտարերկրյա պետության տարածքում հարցաքննության,

զննության, առգրավման, խուզարկության, փորձաքննության և այլ դատավարական գործողությունների կատարման համար նախատեսված «հարցում» հասկացությանը հավասար կիրառվում են նաև «հանձնարարություն» կամ «խնդրանք» տերմինները, սպա նախագծի 524-րդ համանման հոդվածի տեքստից բացառվել են «հանձնարարություն» կամ «խնդրանք» տերմինները, և արդյունքում օգտագործվում է միայն «հարցում» հասկացությունը: Այլ է մոտեցումը միջազգային պայմանագրերի բացակայության դեպքում իրականացվող իրավական օգնության պարագայում: Ինչպես նախագծի 537-րդ, այնպես էլ գործող օրենսգրքի 483-րդ հոդվածներում հավասարապես կիրառվում են «հանձնարարություն», «հարցում» կամ «խնդրանք» հասկացությունները:

Որպես մեկ այլ փոփոխություն՝ տեղին է մեջբերել նախագծի ողջ տեքստից, այդ թվում՝ 16-րդ բաժնից «քրեական գործ» հասկացության բացառումը, որին փոխարինելու է եկել «քրեական վարույթ» հասկացությունը: Ըստ էության՝ վերջինս դասվում է նախագծում տեղ գտած առանցքային փոփոխությունների շարքին:

Այսպիսով, քրեական գործերով (վարույթով) միջազգային իրավական օգնության ոլորտը կանոնակարգող ՀՀ քրեադատավարական օրենսդրության և նախագծի համապատասխան դրույթների համեմատական վերլուծությունից պարզ է դառնում, որ այն արմատական փոփոխության չի ենթարկվել, ինչն էլ կարելի է բացատրել հետևյալ երեք հանգամանքներով

1) գործող օրենսդրության կիրառության ողջ ժամանակահատվածում փաստացի փոփոխության չեն ենթարկվել ոլորտի հետ կապված հասարակական հարաբերությունները

2) գործող օրենսգրքի դրույթներն այնքան մշակված, կանխատեսված և արդիական են, որ առավելապես բավարարում են ոլորտում ծագող իրավահարաբերությունների կանոնակարգմանը

3) առկա են թե՛ առաջին, թե՛ երկրորդ կետերում նշված հանգամանքները:





регулирования положений предусмотренных в двух источниках.

Заключительная часть статьи дополняется комментариями о возможных причинах сохранения основных действующих положений в проекте нового УПК РА.

**Ключевые слова:** уголовное дело, уголовное производство, международная правовая помощь, выдача, поручение, просьба, запрос.

**H.R. PETROSYAN, N.A. AVETISYAN**  
**THE COMPARATIVE ANALYSIS OF PROVISIONS**  
**REGULATING THE INSTITUTION ON EXTRADITION OF**  
**PERSONS COMMITTED CRIME.**  
**ACCORDING TO THE EXISTING CRIMINAL**  
**PROCEDURE CODE AND NEW DRAFT OF THE CODE.**

**Summary**

In this article the study is being conducted on provisions fixed in the criminal procedure code and new draft of the code of the Republic of Armenia, which are regulating the institution on extradition of persons committed crime. In the result of comparative analysis the existing differences and repetitions, the specifics of legislative regulation, available in two sources, are presented.

The final part of the article is completed with the comments concerning the possible reasons of preservation of the main provisions in the new criminal procedure code.

**Key words:** criminal case, criminal proceedings, international legal assistance, extradition, assignment, application, request.

**ON COMPUTATIONS OF RELIABILITIES  
INTERDEPENDENCIES FOR OPTIMAL HYPOTHESIS  
TESTING OF DISTRIBUTIONS FOR STOCHASTICALLY  
DEPENDENT OBJECTS  
A. O. YESAYAN**

It is considered problem of hypotheses optimal testing for a model consisting of two stochastically dependent objects. It is supposed that  $L_1$  probability distributions are known for the first object and the second object dependent on the first can be distributed according to one of  $L_1 \times L_2$  given conditional distributions. In particular case optimal interdependencies (reliability-reliability functions) of pairs of the error probability exponents (reliabilities) are calculated and graphically presented.

**Keywords:** Hypothesis testing; Reliabilities.

**1. Problem Statement and Preliminary Results.**

Let  $X_1$  and  $X_2$  be random variables taking values in the finite set  $X$ . Let  $P(X)$  be the space of all possible probability distributions (PD) on  $X$ . The object characterized by  $X_1$  can have one of given  $L_1$  PDs and  $X_2$  can have one of  $L_1 \times L_2$  conditional PDs  $G_{l_2/l_1} = \{G_{l_2/l_1}(x^2/x^1), x^1, x^2 \in X\}$   $l_1 = \overline{1, L_1}, l_2 = \overline{1, L_2}$ .

Let  $(x_1, x_2) = ((x_1^1, x_1^2), (x_2^1, x_2^2), \dots, (x_N^1, x_N^2))$  be a sequence of results of  $N$  independent observations of the vector  $(X_1, X_2)$ . The test, which we denote by  $\Phi^N$ , is a procedure of making decision on the base of these  $N$  observations of both objects. For this model the vector  $(X_1, X_2)$  can have one of  $L_1 \times L_2$  probability

distributions  $G_{l_1, l_2} = \{G_{l_1, l_2}(x^1, x^2), x^1, x^2 \in X\}$ ,  $l_1 = \overline{1, L_1}, l_2 = \overline{1, L_2}$ , where  $G_{l_1, l_2}(x^1, x^2) = G_{l_1}(x^1)G_{l_2/l_1}(x^2/x^1)$ .

The notations and results for the first and the second objects can be found in the corresponding articles [3]-[7]. Here we use only the notations and formulation of theorem for two stochastically dependent objects [6], which will be useful for interpretation of graphical presentations. We study the probability  $\alpha_{l_1, l_2 | m_1, m_2}(\Phi^N)$  of the erroneous acceptance by the sequence of tests  $\Phi$  of the pair of PDs  $(G_{l_1}, G_{l_2/l_1})$  provided that the pair  $(G_{m_1}, G_{m_2/m_1})$  is true, where  $(m_1, m_2) \neq (l_1, l_2)$ ,  $m_1, l_1 = \overline{1, L_1}$ ,  $m_2, l_2 = \overline{1, L_2}$ . The probability to reject a true pair of PDs  $(G_{m_1}, G_{m_2/m_1})$ , is defined as follows

$$\alpha_{m_1, m_2 | m_1, m_2}^N(\Phi^N) = \sum_{(l_1, l_2) \neq (m_1, m_2)} \alpha_{l_1, l_2 | m_1, m_2}^N(\Phi^N), m_i, l_i = 1, 2, i = 1, 2.$$

The reliabilities of the sequence of tests  $\Phi$  are the following

$$E_{l_1, l_2 | m_1, m_2}(\Phi) \stackrel{\Delta}{=} \lim_{N \rightarrow \infty} -\frac{1}{N} \log \alpha_{l_1, l_2 | m_1, m_2}^N(\Phi^N), m_i, l_i = 1, 2, i = 1, 2.$$

From last definitions it follows that

$$E_{m_1, m_2 | m_1, m_2}(\Phi) = \min_{(l_1, l_2) \neq (m_1, m_2)} E_{l_1, l_2 | m_1, m_2}(\Phi), m_i, l_i = 1, 2, i = 1, 2.$$

The matrix  $E(\Phi) = \{E_{l_1, l_2 | m_1, m_2}(\Phi), m_i, l_i = 1, 2, i = 1, 2\}$  is called the reliability matrix of the sequence of tests  $\Phi$ .  $F(\Phi)$  is corresponding lower estimate matrix of  $E(\Phi)$ .

In general case let us define the following subsets of  $P(X)$  for given strictly positive elements  $E_{l_1, l_2 | l_1, l_2}$ ,  $F_{l_1, l_2 | l_1, l_2}$ ,  $l_1 = \overline{1, L_1 - 1}$ ,  $l_2 = \overline{1, L_2 - 1}$ :

$$R_{l_1} \stackrel{\Delta}{=} \{Q : D(Q \| G_{l_1}) \leq E_{L_1, l_2 | l_1, l_2}\}, \quad l_1 = \overline{1, L_1 - 1}, \quad l_2 = \overline{1, L_2 - 1},$$

$$R_{l_2/l_1}(Q) \stackrel{\Delta}{=} \{V : D(V \| G_{l_2/l_1} | Q) \leq F_{l_1, L_2 | l_1, l_2}\}, \quad l_1 = \overline{1, L_1 - 1},$$

$$l_2 = \overline{1, L_2 - 1},$$

$$R_{L_1} \stackrel{\Delta}{=} \{Q : D(Q \| G_{L_1}) > E_{L_1, l_2 | l_1, l_2}\}, \quad l_1 = \overline{1, L_1 - 1}, \quad l_2 = \overline{1, L_2 - 1}\},$$

$$R_{L_2/l_1}(Q) \stackrel{\Delta}{=} \{V : D(V \| G_{L_2/l_1} | Q) > F_{l_1, L_2 | l_1, l_2}\}, \quad l_1 = \overline{1, L_1 - 1},$$

$$l_2 = \overline{1, L_2 - 1}\}.$$

Assume also

$$F_{l_1, L_2 | l_1, l_2}^* \stackrel{\Delta}{=} F_{l_1, L_2 | l_1, l_2}, \quad E_{L_1, l_2 | l_1, l_2}^* \stackrel{\Delta}{=} E_{L_1, l_2 | l_1, l_2}, \quad l_1 = \overline{1, L_1 - 1},$$

$$l_2 = \overline{1, L_2 - 1}, \quad (1.a)$$

$$E_{l_1, l_2 | m_1, l_2}^* \stackrel{\Delta}{=} \inf_{Q \in R_{l_1}} D(Q \| G_{m_1}), \quad m_1 \neq l_1 \quad (1.b)$$

$$F_{l_1, l_2 | l_1, m_2}^* \stackrel{\Delta}{=} \inf_{Q \in R_{l_1}} \inf_{V \in R_{l_2/l_1}(Q)} D(V \| G_{m_2/m_1} | Q), \quad m_2 \neq l_2 \quad (1.c)$$

$$F_{l_1, l_2 | m_1, m_2}^* \stackrel{\Delta}{=} F_{m_1, l_2 | m_1, m_2}^* + E_{l_1, m_2 | m_1, m_2}^*, \quad m_i \neq l_i, \quad i = 1, 2, \quad (1.d)$$

$$F_{m_1, m_2 | m_1, m_2}^* \stackrel{\Delta}{=} \min_{(l_1, l_2) \neq (m_1, m_2)} F_{l_1, l_2 | m_1, m_2}^*. \quad (1.e)$$

**Theorem [8]:** *If all distributions  $G_{m_1}$ ,  $m_1 = \overline{1, L_1}$ , are different, that is  $D(G_{l_1} \| G_{m_1}) > 0$ ,  $l_1 \neq m_1$ ,  $l_1, m_1 = \overline{1, L_1}$ , and all conditional distributions  $G_{l_2/l_1}$ ,  $l_2 = \overline{1, L_2}$ , are also different for all  $l_1 = \overline{1, L_1}$ , in the sense that  $D(G_{l_2/l_1} \| G_{m_2/l_1} | Q) > 0$ ,  $l_2 \neq m_2$ , then the following statements are valid.*

When given elements  $E_{L_1, l_2 | l_1, l_2}$  and  $F_{l_1, L_2 | l_1, l_2}$ ,  $l_1 = \overline{1, L_1 - 1}$ ,

$l_2 = \overline{1, L_2 - 1}$ , meet the following conditions

$$0 < E_{l_1, l_2 | l_1, l_2} < \min_{l_1=2, L_1} D(G_{l_1} \| G_1), \quad (2.a)$$

$$0 < F_{l_1, L_2 | l_1, 1} < \min_{l_2=2, L_2} \inf_{Q \in R_{l_1}} D(G_{l_2 | l_1} \| G_{1/m_1} | Q), \quad (2.b)$$

$$0 < E_{l_1, l_2 | l_1, l_2} < \min [ \min_{l_1=1, m_1-1} E_{l_1, l_2 | m_1, l_2}^*, \min_{l_1=m_1+1, L_1} D(G_{l_1} \| G_{m_1}) ],$$

$$l_1 = \overline{2, L_1 - 1}, \quad (2.c)$$

$$0 < F_{l_1, L_2 | l_1, l_2} < \min [ \min_{l_2=1, m_2-1} F_{l_1, l_2 | l_1, m_2}^*, \min_{l_2=m_2+1, L_2} \inf_{Q \in R_{l_1}} D(G_{l_2 | l_1} \| G_{m_2/m_1} | Q) ],$$

$$l_2 = \overline{2, L_2 - 1}, \quad (2.d)$$

then there exists a LAO test sequence  $\Phi^*$ , the lower estimate matrix of which

$F(\Phi^*) = \{F_{l_1, l_2 | m_1, m_2}(\Phi^*)\}$  is defined in (1) and all elements of it are positive.

When even one of the inequalities (2) is violated, then at least one element of the lower estimate matrix  $F(\Phi^*)$  is equal to 0.

## 2. Example

In the case of  $L_1 = 2, L_2 = 2$  let us consider the set of two elements  $X = \{0,1\}$  and the following probability distributions given on  $X$  :  $G_1 = \{0.835, 0.165\}$ ,  $G_2 = \{0.24, 0.76\}$

$$G_{1/1} = \begin{pmatrix} 0.39 & 0.61 \\ 0.51 & 0.49 \end{pmatrix}, G_{1/2} = \begin{pmatrix} 0.27 & 0.73 \\ 0.45 & 0.55 \end{pmatrix},$$

$$G_{2/1} = \begin{pmatrix} 0.21 & 0.79 \\ 0.59 & 0.41 \end{pmatrix}, G_{2/2} = \begin{pmatrix} 0.32 & 0.68 \\ 0.39 & 0.61 \end{pmatrix}$$

In Fig.1 the results of calculations of functions  $E_{1,1|2,1}(E_{2,1|1,1})$  are presented.

We have  $D(G_2 \| G_1) \approx 1.24$ . We see that when first inequality of theorem is violated then  $E_{1,1|2,1} = 0$ . All calculations are made using package Mathematica.

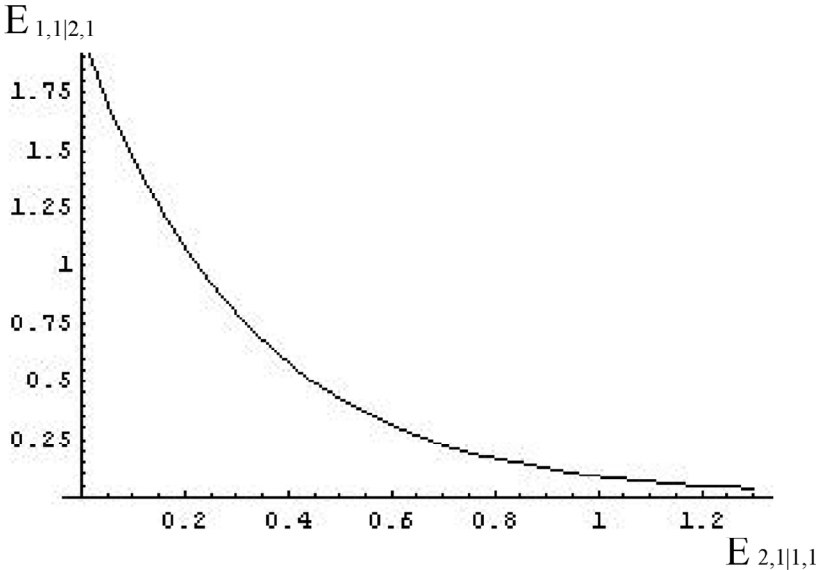


Fig.

## References

- [1]. W. Hoeffding, "Asymptotically optimal tests for multinomial distributions," *The Annals of Mathematical Statistics*, vol. 36, pp. 369-401, 1965.
- [2]. I. Csiszár, "On the computation of rate-distortion functions", *IEEE Trans. Inform. Theory*, vol. IT-20, pp. 122-124, Jan, 1974.
- [3]. E. A. Haroutunian, "Logarithmically asymptotically optimal testing of multiple statistical hypotheses", *Problems of*

*Control and Information Theory*, vol. 19(5-6), pp. 413-421, 1990.

- [4]. R. F. Ahlswede and E. A. Haroutunian, "On logarithmically asymptotically optimal testing of hypotheses and identification". *Lecture Notes in Computer Science*, vol. 4123, "General Theory of Information Transfer and Combinatorics", Springer, pp. 462-478, 2006.
- [5]. E. A. Haroutunian and A. O. Yessayan, "On logarithmically asymptotically optimal hypothesis testing for pair of statistically dependent objects", *Mathematical Problems of Computer Science*, vol. XXIX, pp. 97-103, 2007.
- [6]. E. A. Haroutunian, A. O. Yessayan and P.M. Hakobyan, "On reliability approach to multiple hypotheses testing and identification of probability distributions of two stochastically coupled objects", *International Journal "Information theories and Applications"* vol. 17, number 3, pp. 259- 288, 2010.
- [7]. A. O. Yessayan "Computations of reliabilities interdependencies for optimal hypothesis testing of distributions for pair of statistically dependent objects" *Mathematics in Higher School*, vol. 7, number 2, pp. 5 - 9, Yerevan 2011.

**Ա. Օ. ԵՍԱՅԱՆ**

**ՄՏՈՒԱՍՏԻԿՈՐԵՆ ԿԱԽՅԱԼ ՕԲՅԵԿՏՆԵՐԻ  
ՆԿԱՏՄԱՄԲ ՎԱՐԿԱԾՆԵՐԻ ՕՊՏԻՄԱԼ ԹԵՄՏԱՎՈՐՄԱՆ  
ԴԵՊԵՈՒՄ ՀՈՒՄԱԼԻՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ  
ՓՈՒԿԱԽՎԱԾՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԱՇՎԱՐԿՄԱՆ ՄԱՍԻՆ**

**Ամփոփում**

Դիտարկվել է երկու ստոխաստիկորեն կախյալ օբյեկտներից բաղկացած մասնակի մոդելի դեպք: Ենթադրվում է, որ առաջին օբյեկտը կարող է բաշխված լինել տրված հավանականային բաշխումներից մեկով, իսկ երկրորդը առաջինից կախյալ, տրված պայմանական հավանականային բաշխում-



ներից մեկով: Միսալի հավանականությունների ցուցիչների (հուսալիությունների) օպտիմալ փոխկախվածությունները հաշվարկվել և ներկայացվել են գրաֆիկորեն:

*Առանցքային բաներ:* Վարկածների ստուգում, հուսալիություն:

**А. О. ЕСАЯН**  
**О ВЫЧИСЛЕНИИ ЗАВИСИМОСТЕЙ МЕЖДУ**  
**НАДЕЖНОСТЯМИ ПРИ ОПТИМАЛЬНОМ**  
**ТЕСТИРОВАНИИ РАСПРЕДЕЛЕНИЙ ПАРЫ**  
**СТОХАСТИЧЕСКИ ЗАВИСИМЫХ ОБЪЕКТОВ**

**Резюме**

Рассматривается пример задачи оптимального тестирования модели, состоящей из двух стохастически зависимых объектов. Предполагается, что первый объект может быть распределен согласно одному из заданных распределений, а второй, зависящий от первого, согласно одному из заданных условных распределений. Оптимальная взаимозависимости пар экспонент вероятностей ошибок (надежностей) вычислены и представлены графиками.

*Ключевые слова:* Проверка гипотез, надежность.

**ԻՆՖՈՐՄԱՏԻԿԱ, ԷԼԵԿՏՐՈՆԻԿԱ ԵՎ ԳԻՏԱԿԱՆ  
ՄԱՐՔԱՇԻՆՈՒԹՅՈՒՆ**

---

**ԲԱՇԽՎԱԾ ՀԱՄԱԿԱՐԳԻ ԿԻՐԱՌՈՒԹՅՈՒՆԸ  
ՀՇՈԱՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆԵՐՈՒՄ  
Վ.Ս. ՍՈՂՈՍՏՈՆՅԱՆ, Տ.Ս. ԿՈՍՏԱՆՅԱՆ,  
Ա.Ս. ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆ**

Ներկայումս բուռն զարգացում են ապրում «շարժական» տեխնոլոգիաները, հատկապես հեռահաղորդակցության վիդեո և աուդիո կապի տեսակները: Վերջինիս շարքին են պատկանում բջջային հեռախոսակապը, արբանյակային հեռախոսակապը, հեռահաղորդակցման ծրագրային ապահովումները (օրինակ «Skype»-ը) և այլն:

Տեխնոլոգիաների զարգացմանը զուգընթաց առաջանում են բազմաթիվ խնդիրներ: Օրինակ՝ բջջային հեռախոսակապի բաժանորդը ստիպված է ունենալ մի քանի հեռախոսահամար՝ կախված տվյալ օպերատորի տարածքային սահմանափակումներից, շուկայական գներից և այլն:

Խնդիրների մասնավոր լուծումների հարցում մեծ դեր են կատարում ձայնի փոխանցումը ինտերնետ արձանագրության միջոցով ապահովող տեխնոլոգիաները (VOIP), որոնք ներկայումս լայն կիրառություն են գտել հեռահաղորդակցման բնագավառում և ապրում են բուռն զարգացում[1]:

VOIP տեխնոլոգիաների զարգացման հետ մեկտեղ ուշադրությունը մեծանում է այս արձանագրության կիրառման դինամիկության, ինչպես նաև խնդիրների արդյունավետ լուծման համար: Հեռահաղորդակցման բնագավառում աշխատանքի ճկունությունը բարձրացնելու նպատակով անհրաժեշտություն է ստեղծվում VOIP համակարգում կիրառել բաշխված համակարգ:

Վերը նշված հանգամանքներից ելնելով՝ նախագծվել է մի համակարգ, որի կիրառումն ավելի մատչելի և հարմարավետ է դարձնում հեռահաղորդակցման համակարգը:

Համակարգի գաղափարը կայանում է նրանում, որ բաժանորդն ունենա մեկ հեռախոսահամար՝ անկախ այն բանից, թե որ երկրում է գտնվում, և վերջինիս հետ մեկտեղ զանգի թուպեավճարը պահպանվի հաստատուն կամ էլ փոխվի չնչին չափով՝ այդ պետությունում ընդունված համացանցի գնից ելնելով: Այս համակարգում կարող են ներգրավվել բջջային կապը, տնային ֆիքսված հեռախոսակապը, VOIP և մուլտիմեդիա համակարգերը, «Skype»-ը և այլ ծրագրային հաղորդակցման միջոցներ: Բաժանորդը, ունենալով մեկ հեռախոսահամար և հաղորդակցման միջոց (բջջային հեռախոս, ֆիքսված հեռախոս, հեռահաղորդակցման ծրագրեր և այլն), կարող է կատարել և ընդունել զանգ աշխարհի տարբեր կետերից, որտեղ գոյություն ունի համացանցային կապ: Այս համակարգը ընդգրկում է գոյություն ունեցող բոլոր հեռախոսակապի օպերատորներին և հաղորդակցման հայտնի ծրագրային միջոցների կազմակերպություններին: Յուրաքանչյուր կազմակերպություն ներառվում է այս բաշխված համակարգի մեջ որպես բաղկացուցիչ մաս և ինտերնետի օգնությամբ կապվում է կենտրոնական սերվերի հետ:

Առաջարկվում է մի մեխանիզմ, որի միջոցով հնարավոր է բոլոր հեռահաղորդակցման միջոցների ֆորմատը (GSM, FXS...) ձևափոխել VOIP ֆորմատի[1]:

Առաջարկը կարելի է իրականացնել երկու տարբերակով. առաջինը կենտրոնացված տարբերակն է, երբ բոլոր սարքավորումները և մեթոդները գտնվում են մեկ կետում, օրինակ՝ մեկ ամպային տարածքում: Դրանցից հիմնականը բիլլինգային համակարգն է, ռեյլիկացիան ապահովող մեխանիզմը և այլ միջոցներ (օրինակ՝ անվտանգություն ապահովող մեխանիզմ, տվյալների հենքեր և այլն): Այս մոտեցումն ունի հետևյալ առավելությունները.

ռեյլիկացիան կատարվում է անսխալ և ժամանակին, ինչպես նաև բարձր է ինֆորմացիայի անվտանգությունը [2]: Թերություններից հիմնականն այն է, որ համակարգը կենտրոնացված է, հետևաբար հուսալի աշխատանքը վտանգված է:

Ինֆորմացիայի ուղղորդման գործընթացը բարդանում է, այսինքն բոլոր զանգերը կախված են լինում մեկ կենտրոնական հանգույցից, ինչը բերում է բարդ համակարգերի կենտրոնացմանն ու զանգի ինքնարժեքի բարձրացմանը: Այսպիսով, ինֆորմացիայի տեղափոխման ճանապարհը երկարում է: Եթե կենտրոնական սարքերի հետ տեղի ունենա վթար, ապա կաթվածահար է լինում ամբողջ համակարգը:

Երկրորդ տարբերակի իրականացման դեպքում համակարգը բաժանվում է մի քանի տասնյակ մասի, որոնք տեղադրվում են Երկրագնդի տարբեր մասերում: Կենտրոնում մնում է միայն բիլլինգային համակարգը և ուղղորդման համակարգի չնչին մասը: Ռեպլիկացիայի իրականացման հարցը բաշխվում է ամբողջ համակարգով: Այս տարբերակի առավելություններից մեկն այն է, որ տեղեկույթի ուղղորդման հարցը կատարվում է հեշտ և արդյունավետ: Այլ կերպ ասած՝ տեղեկույթը կանցնի ավելի կարճ ճանապարհ, որը կէժանացնի կատարվող զանգի միավորի արժեքը: Թերություններից կարելի է նշել այն, որ ռեպլիկացիան կատարվում է ոչ արդյունավետ, որովհետև սարքավորումները գտնվում են զգալի հեռավորության վրա, որը ենթադրում է ժամանակի որոշակի ավելացում, ինչը դանդաղեցնում է ինֆորմացիայի փոխանակման արագությունը, երբեմն էլ հանգեցնում սխալների: Օրինակ երբ բաժանորդը շարժվում է մեծ արագությամբ, ենթադրենք ինքնաթիռի մեջ է և արագ փոխում է օպերատորին, բաշխված համակարգը չի հասցնում պատշաճ կատարել ռեպլիկացիան:

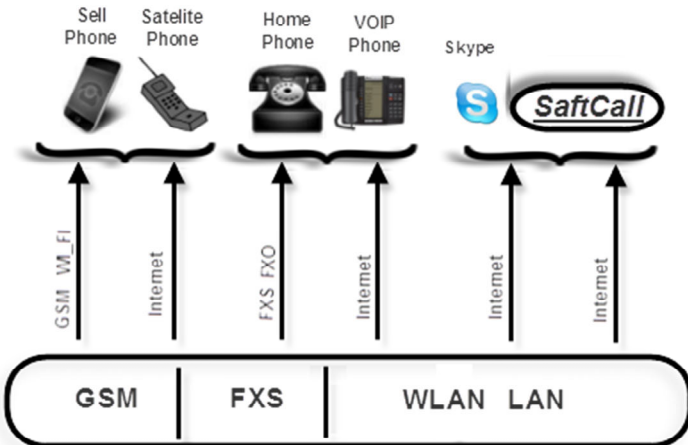
Այս նախագծի հիմքում ընկած է երկրորդ տարբերակը, որը հետագայում հնարավորություն կտա համակարգի գերաճմանը զուգընթաց ներառել նաև առաջին տարբերակը:

Նախագծված համակարգը բաղկացած է սերվերներից, որոնք պարունակում են տվյալների բազա, ինչը և համապատասխանության մեջ է դնում բաժանորդի անձնական համարը այդ պահին ունեցած ինտերնետ արձանագրության հասցեի (IP հասցեի) հետ: Երբ բաժանորդը տեղաշարժվում է և ինտերնետ մատակարարը փոխվում է, հետևաբար փոխվում է IP

հասցեն՝ դինամիկ կամ ստատիկ ձևով, համակարգը հարցում է ուղարկում այդ սերվերին և տվյալների բազայում կատարում է փոփոխություն: Ռեպլիկացիայի աշխատանքը շատ նման է «DynDNS» համակարգի ռեպլիկացիային: Համակարգը ժամանակ առ ժամանակ ստուգում է օգտագործողի մասի IP հասցեն սերվերում գրանցված IP հասցեի հետ: Եթե վերջիններս տարբերվում են, ապա կատարվում է հասցեի փոփոխություն, այսինքն՝ օգտագործողը սերվեր է ուղարկում նոր IP հասցեն[3]:

Դիտարկենք, թե ինչպես է կատարվում տարբեր հեռահաղորդակցման միջոցների ինտեգրումը տվյալ համակարգին: Նկ. 1-ում պատկերված է նախագծված համակարգի ընդհանուր տեսքը:

Բջջային հեռախոսի օգտագործման տարբերակում համակարգն աշխատում է հետևյալ կերպ. բաժանորդը զանգահարում է տվյալ կազմակերպության օպերատորին, թելադրում իր անձնական համարը, որից հետո օպերատորը կարգաբերում է համակարգը այնպես, որ բոլոր մուտքային և ելքային զանգերը անցնեն այս համակարգով՝ գանձելով



Նկ. 1. Մոդելի ընդհանուր սխեման

րոպեավճարը տվյալ համակարգում: Հնարավոր է նաև այս գործընթացն ավտոմատացնել: Օրինակ՝ բաժանորդը բջջային հեռախոսից կենտրոնական սարքավորում է ուղարկում համապատասխան հրահանգներ և իր անձնական հեռախոսահամարը, որից հետո կարգաբերումը կատարվում է ավտոմատ: Հնարավոր է ավտոմատացման մեկ այլ տարբերակ, որը իրականացման առումով ավելի բարդ է: Ստեղծել չիպ-հեռախոսահամար, որը կառուցված է ներկայիս չափանիշներով աշխատող բջջային տեխնոլոգիաներին համապատասխան: Բոլոր բջջային օպերատորները այս քարտերի տվյալների բազան ներգրավում են իրենց համակարգ: Երբ բաժանորդը տեղադրում է այս քարտն իր հեռախոսի մեջ, հեռախոսը համապատասխան հրահանգներ է ուղարկում տվյալ օպերատորի համակարգին, և կատարվում է ավտոմատ կարգաբերում: Այս մեթոդի հիմնական առավելությունն այն է, որ երբ բաժանորդը տարածքային իմաստով փոխում է իր օպերատորին, ապա կարգաբերումը նոր օպերատորի հետ կատարվում է ավտոմատ և օպերատիվ: Վերը նշված նկարագրությունն ունի մեկ բարդություն. բոլոր բջջային օպերատորները պետք է ինտեգրվեն այս համակարգին, որը գործնականում քիչ հավանական է, որովհետև յուրաքանչյուր օպերատոր ունի իր գաղափարախոսությունն ու գնային քաղաքականությունը: Կլինեն օպերատորներ, որոնք չեն ցանկանա ինտեգրվել զուտ այն պատճառով, որ իրենք աշխարհում մենաշնորհային դիրք ունեն, և իրենք են թելադրում գնային շուկան: Սակայն եթե հաշվի առնենք այն փաստը, որ բոլորը ինտեգրված են VOIP շուկային, ապա տեսականորեն նրանց համալրումը այս գաղափարին հնարավոր է[4]: Եթե շուկայի գոնե վաթսուն տոկոսը ինտեգրվի, ապա մնացած օպերատորները ստիպված կներգրավվեն՝ չուզենալով հետ մնալ նորագույն լուծումներից: Ֆիքսված տնային հեռախոսի օգտագործման դեպքում կարգավորումը կատարվում է օպերատորի հետ կապվելով, կամ հեռախոսի վրա հավաքելով համապատասխան հրահանգները (հավաքելով թվային կոմբինացիա և անձնական հեռախո-

սահամարը): Բոլոր ֆիքսված հեռախոսային օպերատորները պետք է ներգրավված լինեն այս համակարգին, որպեսզի բաժանորդը կարողանա աշխարհի տարբեր ծայրերից կատարել վերը նշված գործողությունը:

Հեռահաղորդակցման ծրագրային միջոցների (օրինակ Skype-ի) և նախագծված համակարգի ինտեգրման կազմակերպումն ավելի դյուրին է, այսինքն անձնական հեռախոսահամարը պարզապես ինտեգրվում կամ գրանցվում է ծրագրերում: Անհրաժեշտության դեպքում կատեղծվի միջանկյալ ծրագրային ապահովում, որը կապ կատեղծի բաշխված համակարգի և հեռահաղորդակցման ծրագրերի միջև:

Կատարենք որոշ համեմատություններ առաջարկվող համակարգի և ներկայումս առկա համակարգերի միջև, որոնք ինչ-որ չափով լուծում են նկարագրված խնդիրները:

Դիտարկենք վիրտուալ համարի գաղափարը, որը աշխատում է VOIP տեխնոլոգիայով: Այս մեխանիզմը թույլ է տալիս մեկ վիրտուալ համարի տակ պահել մի քանի իրական համար, այսինքն բաժանորդը կարող է այս համարը վերահասցեավորել դեպի գոյություն ունեցող իրական համարներ (բջջային, ֆիքսված և այլն): Սա հարմար է այն առումով, որ նույն բաժանորդը տեղաշարժվում է աշխարհագրական իմաստով, կարող է վիրտուալ համարի տակ հասցեավորել նոր իրական համարներ, որոնք գտնվում են տարբեր աշխարհագրական կետերում: Այսինքն բաժանորդը, ունենալով մեկ վիրտուալ համար, կարող է զանգեր ընդունել՝ գտնվելով աշխարհի ցանկացած կետում: Սակայն այս մեթոդը լիարժեք չի լուծում դրված խնդիրը, քանի որ այս տարբերակում ավելի են շատանում իրական հեռախոսահամարները մեկ բաժանորդի համար, և վերանում է մեկ բաժանորդին մեկ հեռախոսահամար գաղափարը: Բացի այդ, զանգի ընդունումը կախված է լինում տվյալ պետությունում VOIP կազմակերպությունների սահմանած գներից[5]:

Մյուս տարբերակը, դա արբանյակային հեռախոսներն են, որոնք կարողանում են անմիջապես կապ հաստատել ար-

բանյակի հետ՝ գտնվելով երկրագնդի ցանկացած կետում: Ի-հարկե, սովորական բաժանորդին հեռախոսազանգը հասցնելու համար անհրաժեշտ է օգտագործել նաեւ VOIP ցանցը և դասական հեռախոսակապը: Սակայն այս մեթոդը բավականին թանկ է, չնայած այն բանին, որ վերջին ժամանակներս այս բնագավառում նկատվել է զգալի գնանկում՝ ոչ բոլոր բաժանորդներն են ի վիճակի ձեռք բերել այսպիսի հեռախոսներ:

Կա նաև մեկ այլ մեթոդ, որի լուծումը տրվում է ապարատային ձևով. տվյալ պետությունը արտադրում է հեռախոսահամար՝ միկրոսխեմայի տեսքով, որը տեղադրվում է USB տիպի միացում ունեցող փոքրիկ սարքի մեջ: Այս սարքը կարելի է միացնել ցանկացած օպերացիոն համակարգով, ցանկացած համակարգչի, որից հետո VOIP տեխնոլոգիայով կարելի է զանգահարել և զանգ ընդունել ցանկացած հեռախոսահամարից: Չանգի բուպեավճարը կախված է լինում տվյալ պետության VOIP կազմակերպության սահմանած գներից, որն էլ իր հերթին կախված է միջազգային հեռահաղորդակցման բորսայում սահմանված գներից: Այս մեթոդն ունի ակնհայտ թերություն. հեռախոսազանգ կատարելու համար անհրաժեշտ է համակարգիչ, որը մեծ անհարմարություններ է առաջացնում:

Թվարկված համեմատություններից պարզ երևում է, որ ասպարեզում չկա այնպիսի մոդել, որը լիարժեք կլուծեր վերը նշված խնդիրները, իսկ առաջարկվող համակարգը լիարժեք լուծում է այդ խնդիրները:

Այսպիսով՝ նախագծված համակարգը բաժանորդին հնարավորություն է տալիս անկախ իր աշխարհագրական դիրքից, իր ողջ կյանքում ունենալ մեկ հեռախոսահամար, օգտվել հեռախոսազանգերից ավելի մատչելի գներով, կատարել զանազան գործողություններ ձայնային և վիդեո թվային հոսքի հետ (ձայնագրել, տեղափոխել, կողավորել և այլն):

**Առանցքային բառեր.** բաշխված համակարգ, ռեպլիկացիա, VOIP տեխնոլոգիա, դոմեյն, վիրտուալ հեռախոսահամար, IP հասցե:



## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. **Theodore Wallingford**. Switching to VoIP. O'Reilly Media; 1 edition (July 7, 2005). Pp 504.
2. **S. Tanenbaum, Maarten Steen**. Distributed systems: principles and paradigms. New Jersey 2003. pp 877.
3. **Cricket Liu, Paul Albitz**. DNS and BIND, 5th Edition. O'Reilly Media 2006. Pp 642.
4. **Ray Horak**. Webster's New World Telecom Dictionary. Webster's New World; 1 edition (October 29, 2007). Pp 568.
5. **Harry Newton**. Newton's Telecom Dictionary: Telecommunications, Networking, Information Technologies, The Internet. Flatiron Publishing; 224th Edition edition (March 31, 2008). Pp 1120.

**Վ.Տ. СОГОМОНЯН, Т.С. КОСТАНИЯ,  
А.С. МАТЕВОСЯН  
ПРИМЕНЕНИЕ РАСПРЕДЕЛЕННЫХ СИСТЕМ В  
ОБЛАСТИ КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

### Резюме

Рассматривается телекоммуникационный сектор, где существуют некоторые проблемы.

Цель проекта предложить новую коммуникационную систему, использование которого будет более удобным для пользователей, и стоимость звонков будет дешевле. Разработана система, используя идею распределенных систем на платформе технологии VoIP в телекоммуникационной сети. Имея один телефонный номер, абонент может звонить и принимать звонки из разных мест в мире.

**Ключевые слова:** *распределенные системы, репликация, VOIP технологии, домен, виртуальный телефонный номер, IP адрес.*

V.S. SOGHOMONYAN, T.S. KOSTANYAN,  
A.S. MATEVOSYAN  
THE USE OF DISTRIBUTED SYSTEMS IN  
COMMUNICATION TECHNOLOGIES

**Summary**

Considered telecommunications sector, where there's some problems. Designed a system which using the idea of distributed system on the VOIP technology of the telecommunication network. The aim of the project was to make use of suitable communications, having one phone number that the subscriber is able to send and receive calls from different locations and reduce the value of the call price.

**Keywords:** *distributed system, replication, VOIP technology, domain, virtual phone number, IP address.*

# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГЕНЕРАЦИИ КРИПТОГРАФИЧЕСКИ ОРИЕНТИРОВАННЫХ БУЛЕВЫХ ФУНКЦИЙ НА ОСНОВЕ КВАЗИГРУПП

Е.Ц. АЛАВЕРДЯН

В традиционных системах шифрования, переводящих открытый текст в зашифрованное сообщение с помощью секретного ключа, решающую роль играет аппарат Булевых функций. К этим функциям предъявляется ряд требований, имеющих целью предельно усложнить дешифровку сообщения лицом, не являющимся его адресатом.

Криптографические свойства Булевых функций успешно применяются в частности при построении блоков подстановок, обеспечивающих случайное и нелинейное распределение исходных сообщений по пространству зашифрованных сообщений. Широкое применение Булевых функций в крипто-системах обусловлено легкостью и эффективностью их реализации.

Криптографические трансформации называются “стойкими”, если они соответствуют некоторым критериям: *конфузии* и *диффузии*, впервые представленных Шенноном [1]. Конфузия - метод, при котором зависимость ключа и выходных данных делается как можно более сложной, в частности, нелинейной. Как правило, конфузия реализуется применением блоков подстановок. Диффузия – метод, при котором изменение в статистике входных данных распределяется по всей структуре выходных данных, указывая на статистическую зависимость между открытым текстом и криптотекстом. Диффузия, как правило, реализуется применением блоков перестановок.

Для установления вышеуказанных критериев, криптографические трансформации должны обладать некоторыми характеристиками, среди которых *нелинейность*

– самое важное свойство [2]. Вспомним, что нелинейные преобразования, усложняющие обратимость применяемых операций, в большинстве случаев осуществляются применением Булевых функций. Наиболее общепринятое определение нелинейности Булевой функции – это степень ее логического расстояния от множества линейных функций.

Другой критерий, выдвинутый Фейстелом [3], касается *лавинного* свойства Булевой функции, когда выходные значения Булевой функции меняются с вероятностью 0.5 при изменении одного бита ее входных значений.

В отличие от классических криптографических алгоритмов, симметричных или асимметричных, преобразовавших открытый текст в зашифрованный, в случае применения Булевых функций добавляется еще одно качество: *сбалансированность* Булевой функции. Аналогично, Булева функция – *сбалансированная*, если ее таблица истинности содержит одинаковое количество единиц и нулей, т.е.  $wt(f) = 2^{n-1}$ , где  $wt$  означает вес Хемминга вектора выходных значений функции.

Чем меньше Булева функция близка своей конструкцией к аффинной или линейной, тем ее криптографические свойства - стойкие. В это неформальное пожелание можно вложить различные смысловые оттенки. Вот некоторые из них:

- “Функция с хорошей нелинейностью” далека от множества аффинных функций в смысле какой-либо метрики.
- “Функция с хорошей нелинейностью” не должна линейно зависеть ни от одной из своих переменных и не должна приобретать такую зависимость после какой-либо линейной замены переменной, т.е. функция не должна иметь ненулевых линейных структур.

- “Функция с хорошей нелинейностью” должна выражаться полиномом Жегалкина как можно более высокой степени.

Отметим, что полином Жегалкина явно указывает на алгебраическую степень данной Булевой функции.

Пусть  $R$  обозначает поле реальных чисел. Тогда для  $\alpha \in F_2^n$  и каждой Булевой функции  $f(x)$  над  $F_2^n$  имеется функция  $W_f: F_2^n \rightarrow R$ , определяемая преобразованием Уолша:

$$W_f(\alpha) = \sum_x (-1)^{f(x) + \alpha \cdot x}.$$

Обратное этого преобразования вычисляется следующим образом:

$$(-1)^{f(x)} = \frac{1}{2^n} \sum_{\alpha} W_f(\alpha) (-1)^{\alpha \cdot x}.$$

В таком случае имеем:

$$(W_f(\alpha_0), \dots, W_f(\alpha_{2^n-1}))^t = H_n \cdot ((-1)^{f(\alpha_0)}, \dots, (-1)^{f(\alpha_{2^n-1})})^t,$$

где  $H_n$  представляет собой матрицу Силвестера – Адамара порядка  $n$ , определенная следующим образом:

$$H_1 = \begin{pmatrix} 1 & 1 \\ 1 & -1 \end{pmatrix}, \text{ а } H_n = \otimes^n H_1.$$

Упорядоченный одномерный массив значений Уолша Булевой функции называется *спектром Уолша* функции  $f$ . Заметим, что спектр Уолша включает целые числа в диапазоне  $[-2^n; 2^n]$ . Преобразование Уолша-Адамара представляет собой меру криптографической защищенности поточных и блочных шифров.

Сложность вычисления алгебраической нормальной формы, а также преобразование Уолша Булевой функции – порядка  $O(2^{2n})$ . Аналогичную сложность имеет обратное преобразование Уолша. Однако возможно достичь уменьше-

ния количества операций посредством факторизации  $H_n$  из обратной структуры, уменьшая сложность обратного преобразования до степени сложности  $O(n2^n)$ .

Рассмотрим  $A_n$ , обозначающей множество аффинных Булевых функций над  $F_2^n$ . Тогда, нелинейность Булевой функции над  $F_2^n$  определяется логическим расстоянием функции  $f$  от функций семейства  $A_n$  [4].

Высокая степень нелинейности Булевой функции – существенное свойство в проектировании стойкого криптографического алгоритма. Степень нелинейности Булевой функции определяет меру сложности построения ее аффинной аппроксимации, а последняя, в свою очередь, обуславливает стойкость криптографического алгоритма по отношению к *линейному криптоанализу* [5].

Итак, для оценки степени нелинейности Булевой функции используется спектр Уолша. Значения Уолша Булевой функции  $f$  представляют собой разницу между  $w(f \oplus \varphi_i)$  и  $w(f \oplus \varphi_i \oplus 1)$ , где  $\varphi_i$  представляет собой линейную функцию  $\varphi_i = a_i \cdot x$ . Из этого следует, что  $(-1)^{f(x)} = 1 - 2f(x)$ , так как  $f$  принимает значения из  $\{0,1\}$ .

Спектр Уолша Булевой функции  $f$  вычисляется следующим образом:

$$\begin{aligned} W_f(\alpha) &= \sum_x (-1)^{f(x)+\alpha \cdot x} = 2^n - 2 \sum_x (f(x) + \alpha \cdot x) \\ &= 2^n - 2H_d(f, \alpha \cdot x), \end{aligned}$$

где  $H_d(f, \alpha \cdot x)$  - расстояние Хемминга между функциями  $f$  и  $\alpha \cdot x$ .

Приведем другое определение нелинейности Булевой функции, основываясь на вышеприведенные преобразования. Заметим, что спектр Уолша линейной Булевой функции  $f(x) = \beta \cdot x$  имеет вид

$$W_f(\alpha) = \sum_x (-1)^{(\beta+\alpha) \cdot x} = 2^n \delta_\alpha(\beta),$$

где  $\delta_\alpha(\beta)$  функция Дирака, определяемая как

$$\delta_\alpha(\beta) = \begin{cases} 1, & \text{если } \beta = \alpha \\ 0, & \text{если } \beta \neq \alpha \end{cases}$$

Отсюда следует, что для линейной функции  $\max_{\alpha \in F_2^n} |W_f(\alpha)| = 2^n$ . Учитывая это обстоятельство, мерой нелинейности Булевой функции, определенной над  $F_2^n$ , считается величина

$$N_f = 2^{n-1} - \frac{1}{2} \max_{\alpha \in F_2^n} |W_f(\alpha)|,$$

имеющая нулевое значение для произвольной линейной функции.

Генерация и тестирование требуемой коллекции сбалансированных Булевых функций высокой алгебраической степени, следовательно и высокого уровня нелинейности-трудоемкая процедура.

С целью упрощения данной процедуры, воспользуемся аппаратом так называемой “неассоциативной алгебры”, также позволяющей спроектировать стойкие к обращениям алгебраические структуры. Заметим, что сохранение при этом сочетания криптографических свойств Булевых функций, а именно, нелинейность, сбалансированность и устойчивость к корреляциям, также остается актуальным. Под неассоциативной алгеброй подразумевается векторное пространство над полем, определяющем операцию умножения, взаимодействующая с операцией сложения посредством обыкновенного закона дистрибутивности. Операция умножения, при этом, не обязательно коммутативна или ассоциативна.

Например, квазигруппы, в отличие от конечных групп, не обладают свойством ассоциативности, а также не имеют нейтрального элемента. Другое, и самое важное, свойство квазигрупп – это равномерное распределение их всевозможных элементов. Заметим, что тестирование свойств квазигрупп большого порядка – не тривиальная задача, так как до сих пор не было создано ни одного эффективного метода для такого анализа. Шифрование/дешифрование открытого текста с применением квазигруппы похоже на алгоритм Фейстеля в

том смысле, что текущее преобразование блока открытого текста (битовой строки символа) включает результат предыдущего раунда, обеспечивая последовательный процесс трансформаций. Вспомним, что последовательный тип процессов шифрования/дешифрования – отличное качество эксплуатирующей их криптосистемы, так как атака на основе вычисления открытого ключа из секретного становится настоящей головоломкой в том смысле, что открытый ключ используется только один раз во всем процессе шифрования/дешифрования и то лишь для обработки первого символа, а результат очередной обработки становится следующим, т.е. текущим ключом шифрования/дешифрования.

Учитывая вышеприведенные характеристики квазигрупп, рассмотрим возможность построения криптографически стойких Булевых функций на их основе. Последнее предоставит возможность представления квазигрупп посредством Булевых функций, заменяя при этом сложные абстрактные структуры гибким аппаратом дискретной математики, предлагающим широкий ряд классических методов обработки и оценки результирующих структур.

С этой целью определим квазигруппу  $(Q, \cdot)$  конечного порядка, равной  $2^d$ . Используя операцию  $*$ , возможно задание Булевой функции векторного значения (б. ф. в. з.):

$$a * b = c \Leftrightarrow *_{vv} (x_1, x_2, \dots, x_d, y_1, y_2, \dots, y_d) = (z_1, z_2, \dots, z_d),$$

где  $(x_1 \dots x_d, y_1 \dots y_d, z_1 \dots z_d)$  представляют собой двоичное представление символов данного алфавита,  $a, b, c$ .

Каждый элемент  $z_i$  зависит от битов  $x_1, x_2, \dots, x_d, y_1, y_2, \dots, y_d$  и однозначно определяется ими. Таким образом, каждый  $z_i$  можно интерпретировать как Булеву функцию типа  $2d$ , уже не линейную,  $z_i = f_i(x_1, x_2, \dots, x_d, y_1, y_2, \dots, y_d)$ , где  $f_i: \{0,1\}^{2d} \rightarrow \{0,1\}$  представляет собой отображение однозначно определенное посредством  $*$ .



Итак, для каждой квазигруппы  $(Q, *)$  порядка  $2^d$  и каждой биекции  $Q \rightarrow \{0, 1, \dots, 2^d - 1\}$  существуют однозначно определенная \* б. ф. в. з и однозначно определенные Булевы функции  $f_1, f_2, \dots, f_d$  типа  $2^d$  таким образом, что для каждой  $a, b, c \in Q$  имеют место следующие соотношения:

$$a * b = c \Leftrightarrow_{*vv} (x_1, \dots, x_d, y_1, \dots, y_d) = (f_1(x_1, \dots, x_d, y_1, \dots, y_d), \dots, f_d(x_1, \dots, x_d, y_1, \dots, y_d)).$$

В свою очередь, каждая  $k$  - значная Булева функция  $f(x_1, \dots, x_k)$  может быть однозначно представлена суммой произведений в алгебраической нормальной форме, АНФ, с коэффициентами  $\alpha_0, \alpha_i, \alpha_{i,j}, \dots, \in \{0, 1\}$ , применяющими сложение и умножение над полем  $GF(2)$ .

Очевидно, что АНФ Булевых функций  $f_i$  описывает сложность квазигруппы  $(Q, *)$  посредством алгебраической степени этих функций. Степени полиномов АНФ( $f_i$ ) увеличиваются в зависимости от порядка квазигруппы. В общем случае, для произвольно сгенерированной квазигруппы порядка  $2^d$ , где  $d \geq 4$ , алгебраическая степень Булевой функции больше двух, что создает предпосылки для построения Булевых структур с высоким порядком нелинейности.

Соответствующее представление операции \* в виде таблицы истинности трех Булевых функций производится в следующем порядке:

- количество входных параметров результирующих Булевых функций определяется сразу, умножая количество строк (или столбцов, так как математическая модель квазигруппы – это квадратная матрица соответствующего порядка)
- наборы входных параметров в таблице истинности заполняются для каждой строки и столбца, а выходные значения функции заполняются согласно пересечению индексов строк и столбцов.

Булевой функции над 6-ю входными переменными с алгебраической степенью равной двум, нелинейность – порядка 24. Это означает, что из  $2^6 = 64$  битов в коллекции выходных значений Булевой функции 24 должны меняться для того чтобы превратить эту функцию в ближайшую аффинную. Количество проб при этом равно  $\binom{64}{24}$ .

Очевидно, что повышение порядка квазигруппы приводит к повышению алгебраической степени и степени нелинейности Булевой функции, спроектированной на ее основе.

Заметим, что количество квазигрупп порядка  $2^n, n \geq 3$  уже достаточно большое число. Для  $n = 3$  это число приблизительно равно  $2^{66}$ . Обращение таких структур без знания соответствующей ключевой информации – NP полная задача.

Сгенерировав квазигруппу порядка  $2^n$ , мы наследуем сразу  $n$  количество сбалансированных Булевых функций желаемого порядка, ускоряя при этом процесс генерации этих функций. Заметим, что коллекция Булевых функций, полученные на основе данной квазигруппы коллизии не подлежит согласно определению квазигруппы. Генерация коллекции  $m$  количества нелинейных сбалансированных Булевой функций с применением квазигруппы позволяет упростить задачу на  $2^{2n}/n^2 - \binom{m}{2} - 2^{\frac{n}{2}-1}$  порядка, где  $2^{2n}$  представляет сложность генерации требуемого класса Булевых функций над  $n$  переменными,  $\binom{m}{2}$  представляет количество проверки совпадений сгенерированных функций,  $2^{\frac{n}{2}-1}$  - количество битов, которые должны меняться в значениях Булевых функций для ее сбалансирования.

Итак, исследована возможность построения сбалансированных Булевых функций с нелинейностью высокого порядка с применением квазигрупп с целью ускорения процесса генерации коллекции криптографически ориентированных Булевых функций.

**Ключевые слова:** *криптосистема, Булева функция, квазигруппа, нелинейность, сбалансированность.*

## ЛИТЕРАТУРА

1. C. E. Shannon. “Communication theory of secrecy systems”. Bell System Technical Journal 28 (1949), pp 656–715.
2. J. Pieprzyk and G. Finkelstein. “Towards effective nonlinear cryptosystem design”, IEEE Proceedings, PT. E 135 (1988), pp. 325–335.
3. H. Feistel. “Cryptography and computer privacy”. Scientific American 228, 5 (1973), pp. 15–23.
4. W. Meier and O. Staffelbach. “Nonlinearity criteria for cryptographic functions”, in Advances in Cryptology- EUROCRYPT’89 (1990), no. 434 in Lecture Notes, Springer-Verlag, pp. 549–562.
5. M. Matsui. “Linear cryptanalysis method for DES cipher”, in Advances in Cryptology- EUROCRYPT’93 (1994), no. 765 in Lecture Notes in Computer Science, Springer-Verlag, pp. 386–397.

**Ե. Ծ. ԱԼԱՎԵՐԳՅԱՆ**  
**ՔՎԱԶԻԽՄԲԵՐԻ ՀԻՄԱՆ ՎՐԱ ԳԱՂՏՆԱԳՐԱՅԻՆ**  
**ԲՈՒԼՅԱՆ ՖՈՒՆԿՑԻԱՆԵՐԻ ԳԵՆԵՐԱՑՄԱՆ**  
**ԱՐԳՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ԳՆԱՀԱՏԱԿԱՆԸ**

## Ամփոփում

Քննարկված է քվազիխմբերի վրա գաղտնագրային Բուլյան ֆունկցիաների գեներացման արդյունավետությունը, որը, համեմատած ավանդական եղանակի հետ, զգալիորեն արագացնում է վերոհիշյալ ընթացակարգը: Բերված քանակական գնահատականը թույլ է տալիս եզրակացնել, որ քվազիխմբերի ներգրավումը գաղտնագրային Բուլյան ֆունկցիաների գենե-

րացման համար հնարավորություն է ստեղծում համադրել մաթեմատիկական տրամաբանության և վերացական հանրահաշվի կարևորագույն դրույթները կայուն և արդյունավետ գաղտնահամակարգերի կառուցման գործընթացում:

**Առանցքային բառեր.** *գաղտնահամակարգ, Բուլյան ֆունկցիա, քվազիխումբ, ոչ գծայնություն, բալանսավորվածություն:*

## **Y. TS. ALAVERDYAN EFFICIENCY OF GENERATING CRYPTOGRAPHIC BOOLEAN FUNCTIONS BASED ON QUASIGROUPS**

### **Resume**

Given estimation of efficiency generating cryptographic Boolean functions based on quasigroups, which in comparasion to classical medods, significantly increases the efficiency of the mentioned procedure. The quantitative analysis allows concluding that involving quasigroups in generating Boolean functions gives another opportunity to combine important concepts in Anstract Algebra and Discrete Mathematics for designing efficient and strong cryptosystems.

**Keywords:** *Cryptosystem, Boolean function, quasigroup, non linearity, balancedness.*

# **MODELING OF VALUE ADDED TAX SYSTEM USING ANALYTIC HIERARCHY PROCESS**

**KH. N. SARGSYAN**

Today, giving high quality services in any kind and field is highly important, so the governmental offices are kinds of organizations which need to improve their services quality. One of the most important of such organizations is Taxation Organization which extremely interacts with the clients. Value Added Tax (VAT) is considered as one of the most prevalent and modern taxation system around the world.

Underlying both views-of the VAT as a beneficial expansion of the armory of tax instruments available to governments, or as all too easy a source of revenue-is a common presumption of fact: that adoption of a VAT makes it easier to raise revenue and in that sense improves the efficiency of the overall tax system [1]. Value Added Tax (VAT): VAT as a kind of indirect taxes with tax credit, which is eventually incurred on consumption total costs and it is paid by customer (end user) not entrepreneurs (producers etc.) [2].

VAT is a kind of multi-stage tax- on- sales which exempts goods purchase and intermediate services from tax payment. In the exertion of such tax, tax credit is considered for enterprise intermediate purchases so this removes cascading taxation phenomenon in implementation of such tax [5].

VAT is one of the most important public taxation tools which newly introduced. Some of interpreters imply this kind of tax as an economic efficient source and they assume that if it is task. Inappropriately designed, it may affect on decision that made by private sector. Anyway, the executive costs and costs for calculations, collection, auditing and taxation department may be high. Therefore, all of VAT implementation stages, from legislation to execution are very important. Most of conducted studies in this field have implied law and policy making subjects,

while dealing with some cases such as threshold level, taxation rates and their multiplicity, exemptions, exploration of legal cases and the like. But its administrative and executive aspects are remarkably important. In fact, one could say that there is no optimal taxation structure, but a reference and useful set of such taxes has been created. There is no single regulation for designation of taxes system or even a certain kind of tax and no one could find a country where all taxes are optimally designed. So the reform process of taxation system is not a fixed process and it is different within various countries based on the existing conditions.

The analytic hierarchy process (AHP) developed by Thomas L. Saaty [3] is a valuable method for multi-criteria decision making, which allows the decision makers to visually structure a complex problem in the form of hierarchy. AHP is highly acclaimed for its simplicity in relation to other decision making weight-determining models [4], particularly because it employs the formal tools for expert judgment quantification based on pairwise comparative evaluations of each factor on a given level with respect to other related factor. One of the most important advantages is, of course, the universal applicability of the method, because of its general nature.

The first step of the AHP is structuring the problem into a set of criteria with multilevel hierarchy. The AHP method is centred on calculating the weights and priorities of criteria level by level starting from the top, so that the priorities can be summarized by multiplying the weight from the lowest level to the highest, for determining the overall influence on the central goal/focus of the problem. As a result of pairwise comparisons, we get a square, positive, reciprocal matrix for each given group of criteria. An important step that precedes the process of a number of consecutive iterations of the normalized matrixes is calculating the consistency of pairwise comparisons to eliminate the chance of getting the data based on inconsistent human judgement. An

unacceptable level of consistency of expert evaluations suggests reconsidering the existent hierarchy of criteria or the experts.

We start by creating a hierarchic chart of criteria (Fig. 1), which is then followed by pairwise comparison (Table 1) resulting into AHP matrixes (Table 2).

Fig. 1—AHP model for Prioritizing Requirements

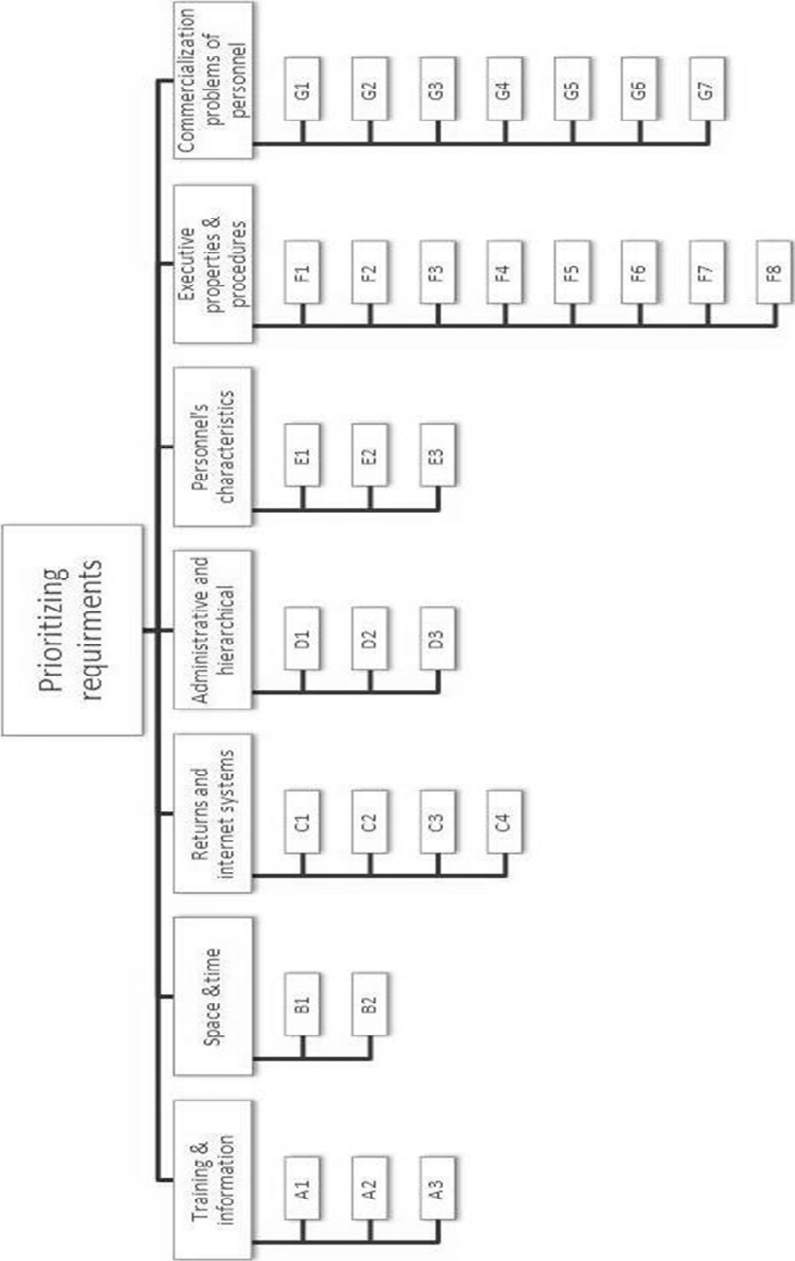




Table 1 – Pairwise comparison

Element		More Important	Intensity (1-9)	
A	B			
Train. & info.	compared with	Space & time	A	2
		Returns & internet system	A	2
		Admin. & hierarchical	A	3
		Personnel	A	2
		Executive P&P	A	2
		Problems of personnel	A	2
Space & time	compared with	Returns & internet system	A	3
		Admin. & hierarchical	B	2
		Personnel	A	5
		Executive P&P	B	3
		Problems of personnel	B	2
Returns & internet system	comp. with	Admin. & hierarchical	B	4
		Personnel's char.	-	1
		Executive P&P	B	3
		Problems of personnel	B	2
Admin. & hierarchical	comp. with	Personnel's char.	A	7
		Executive P&P	B	2
		Problems of personnel	B	2

Personnel's char.	v s	Executive P&P	B	2
		Problems of personnel	B	3
Executive P&P	v s	Problems of personnel	B	3

***Explanation***

1	Two elements contribute equally to the objective
3	Experience & judgment slightly favour one element over another
5	Experience & judgment strongly favour one element over another
7	One element is favoured very strongly over another, its dominance is demonstrated in practice
9	The evidence favouring one element over another is of the highest possible order of affirmation
<i>2,4,6,8 can be used to express intermediate values</i>	

*Table 2 – AHP matrixes*

Primary matrix

	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>	<i>F</i>	<i>G</i>
<i>A</i>	1	3	3	4	3	2	2
<i>B</i>	1/3	1	3	1/2	5	1/3	1/2
<i>B</i>	1/3	1/3	1	1/4	1	1/3	1/2
<i>D</i>	1/4	2	4	1	7	1/2	1/2
<i>E</i>	1/3	1/5	1	1/7	1	1/2	1/3
<i>F</i>	1/2	3	3	2	2	1	1/3
<i>G</i>	1/2	2	2	2	3	3	1

Normalized matrix								1 <sup>st</sup> iteratio n	6 <sup>th</sup> iteration
<b>A</b>	0,31	0,26	0,18	0,40	0,14	0,26	0,39	27,6%	<b>30,3%</b>
<b>B</b>	0,10	0,09	0,18	0,05	0,23	0,04	0,10	11,2%	<b>9,8%</b>
<b>C</b>	0,10	0,03	0,06	0,03	0,05	0,04	0,10	5,7%	<b>7,0%</b>
<b>D</b>	0,08	0,17	0,24	0,10	0,32	0,07	0,10	15,2%	<b>11,8%</b>
<b>E</b>	0,10	0,02	0,06	0,01	0,05	0,07	0,06	5,3%	<b>6,4%</b>
<b>F</b>	0,15	0,26	0,18	0,20	0,09	0,13	0,06	15,4%	<b>14,6%</b>
<b>G</b>	0,15	0,17	0,12	0,20	0,14	0,39	0,19	19,5%	<b>20,1%</b>

CI 0.173

CR **13.1 %**

Eigenvalue 8.036

---

After that we calculate the weight of each sub-criterion which is the product of its own weight in the group and the weight of the level one criterion. For example, the weight of A1sub-criterion – “Being informed on time of rules and procedures without presence of taxpayer in office” is calculated by multiplying its group weight, which we have calculated using AHP pairwise evaluation (54.5%) by the weight of “Training and information” criterion (30.3%), and so we get its overall weight, which is 0,1654 or 16.5%. Thus AHP provides us with a powerful and simple tool that facilitates this type of evaluation with multi-criteria models.

*Table 3 – Final Results*

<b>Training and information</b>		
A1	Being informed on time of rules and procedures without presence of taxpayer in office	0,1654 16,5%
A2	Being informed of tasks and method of execution of rules and regulations	0,0510 5,1%
A3	Rapid and proper response to questions and problem	0,0870 8,7%
<b>Space and time</b>		
B1	Existence of welfare services and facilities	0,0737 7,4%
B2	Appropriateness of office location in terms of accessibility	0,0246 2,5%
<b>Returns and internet system</b>		
C1	Site appropriate accountability, especially at weekends, submission of declaration letter	0,0318 3,2%
C2	Confidence in site	0,0192 1,9%
C3	Disambiguation of some cases and lack of general statement	0,0077 0,8%
C4	Proficiency over filling out declaration letter	0,0110 1,1%
<b>Administrative and hierarchical</b>		
D1	Increase in fast doing affairs	0,0171 1,7%
D2	Improvement of administrative organization	0,0744 7,4%
D3	Not being stranded in office reasonably	0,0264 2,6%
<b>Personnel's characteristics</b>		
E1	Personnel with the needed ability and adequate trainings	0,0349 3,5%
E2	To observe administrative order and discipline and occupational morals	0,0108 1,1%
E3	Confidentiality	0,0183 1,8%
<b>Executive properties and procedures</b>		
F1	Binding all companies to pay tax	0,0329 3,3%
F2	Observance tax justice and avoiding from discrimination	0,0124 1,2%
F3	Updating information of Taxation Organization	0,0179 1,8%
F4	Co-orientation of incongruent rules and regulations	0,0215 2,2%
F5	Characterization of exemptions exact list	0,0126 1,3%
F6	To make rules and regulations clear and transparent and reducing number of procedures	0,0206 2,1%
F7	Minimization of exerting personal taste	0,0140 1,4%
F8	Removal problems concerning to attending (tax)	0,0144 1,4%
<b>Problems of personnel</b>		
G1	Increase on organization facilities	0,0646 6,5%
G2	Being proficient in rules	0,0171 1,7%
G3	Removal living problems completely	0,0217 2,2%
G4	To change social negative	0,0140 1,4%
G5	To reduce work high capacity	0,0271 2,7%
G6	Transparency of tasks description	0,0277 2,8%
G7	Doing actual assessments and not based on personal taste	0,0283 2,8%

## Literature

1. Keen, Michael and Lockwood Ben, 2009. The Value Added Tax: Its Causes and Consequences, Journal of Development Economics doi: 10.1016/j.jdeveco.01.012
2. Naderan, E., 2004. Approximation of taxation capacity due to execution of VAT Bill, VAT design office; fall.

3. Saaty, T. L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*. New York: McGraw-Hill.
4. Schoemaker, P. J., & Waid, C. C. (1992). An experimental comparison of different approaches to determining weights in additive utility models. *Manage Sci*, 2(28), 182-196.
5. Sujjapongse, S., 2005. Tax policy and reform in Asian countries: Thailand's perspective, *Journal of Asian Economics*, pp:1012-1028.

**Х. Н. САРГСЯН**  
**МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ НАЛОГА НА**  
**ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ**  
**МЕТОДА АНАЛИЗА ИЕРАРХИЙ**

**Резюме**

Менеджеры систем налогообложения сталкиваются с новыми вызовами в данной сфере как в развитых, так и развивающихся странах, в частности в странах с переходной экономикой. Целью данной статьи является применение метода анализа иерархий для идентификации и приоритизации требований налогоплательщиков для системы НДС (налог на добавленную стоимость), основанных на ряде важных критериев и попарных сравнений. Для вычислений весовых коэффициентов используется программное обеспечение Microsoft Excel 2010. Полученные результаты исследования могут быть применены для принятия решений руководителями систем налогообложения, а также для принятия связанных решений.

**Ключевые слова:** *Моделирование, Система налогообложения, Налог на добавленную стоимость (НДС), Метод анализа иерархий.*

**Խ. Ն. ՍԱՐԳՍՅԱՆ**  
**ԱՎԵԼԱՑՎԱԾ ԱՐԺԵՔԻ ՀԱՐԿԻ ՀԱՍՏԱԿԱՐԳԻ**  
**ՍՈՂԵԼԱՎՈՐՈՒՄ ՀԻԵՐԱՐԽԻԱՅԻ ՎԵՐԼՈՒԾԱԿԱՆ**  
**ՄԵԹՈԴԻ ՕԳՏԱԳՈՐԾՍԱՄԲ**

**Ամփոփում**

Այս ոլորտում հարկային համակարգի ղեկավարները կանգնած են նոր մարտահրավերների առաջ, ինչպես զարգացած, այնպես էլ զարգացող երկրներում, մասնավորապես, անցումային տնտեսությամբ երկրներում: Սույն հոդվածի նպատակն է վերլուծական հիերարխիայի գործընթացի օգտագործմամբ հայտնաբերել և դասակարգել հարկատուների ԱԱՀ (ավելացված արժեքի հարկի) համակարգի նկատմամբ պահանջները՝ հիմնված մի շարք կարևոր չափանիշների եւ զույգ համեմատությունների վրա: Կշիռների գործակիցների հաշվարկման համար օգտագործվում է Microsoft Excel 2010 ծրագրային ապահովումը: Հետազոտությունից ստացված արդյունքները հարկային համակարգերի ղեկավարները կարող են կիրառել որոշումների կայացման և ընդունման ժամանակ:

**Առանցքային քառեր.** *մոդելավորում, հարկային համակարգ, ավելացված արժեքի հարկ (ԱԱՀ), վերլուծական հիերարխիայի գործընթաց:*

## ԿՈՐՊՈՐԱՏԻՎ ՖԻՆԱՆՍԱՎՈՐՈՒՄԸ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՏԱՐԲԵՐԱԿՈՎ

### Ք. ՅՈՒ. ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

Բաժնետիրական ընկերությունների իմաստը ըստ սահմանման, հանդիսանում է տարբեր բաժնետերերի միջոցների համախմբումը և օգտագործումը: Այդ համախմբումը և օգտագործումը իրականացվում է որոշակի օրենքներով: Հասկանալի է, որ ամեն երկիր ընդունում է խաղի սեփական կանոններ, որոնք տարբերվում են միմյանցից: Այնուհանդերձ, տարբեր երկրներում կորպորատիվ ֆինանսները կարգավորող օրենքները կարելի է բաժանել երկու դասի.

1. *փոքր ներդրողների շահերը առավել ուժեղ պաշտպանող օրենքներ*
2. *փոքր ներդրողների շահերի պաշտպանության ավելի մեղմ տարբերակ:*

Համապատասխանաբար, առաջին տարբերակի դեպքում կորպորատիվ ֆինանսները ցրված կան «փոշիացած են բաժնետերերի միջև», իսկ երկրորդ տարբերակում, ընդհակառակը, կենտրոնացած են մի խումբ բաժնետերերի մոտ: Երկրորդ դեպքում հիմնական բաժնետերեր են հանդիսանում բանկերը և տարբեր տիպի մասնագիտացված ներդրումային և ֆինանսական կառույցները:

Այս երկու տարբերակները անվանում են մաս «շուկայական» և «բանկային» կամ համապատասխանաբար՝

1. անզլո-ամերիկյան
2. գերմանա-ճապոնական:

Առաջին տարբերակը բնութագրվում է կապիտալի շուկաների բարձր դերով, այդ շուկաներում ակտիվ առևտրով ու բարձր իրացվելիությամբ և բնորոշ է ԱՄՆ-ին և Մեծ Բրիտանիային:

Երկրորդ տարբերակը բնութագրվում է բանկային կապիտալի բարձր դերով, կապիտալի շուկաների համեմատաբար

ցածր ակտիվությամբ և իրացվելիությամբ: Երկրորդ տարբերակը բնորոշ է Ճապոնիային, Գերմանիային և մայրցամաքային Եվրոպայի մի շարք այլ երկրներին: Այդ պատճառով այն հաճախ անվանվում է «մայրցամաքային» տարբերակ:

Նշենք, որ շատ հետազոտողներ կարծում են, որ այդ երկու տարբերակների մեջ տարբերությունները զուտ պայմանական են և կրում են ակադեմիական բնույթ: Ավելին, տարբեր համակարգերին բնորոշ մեխանիզմները կարող են օգտագործվել համատեղ այս կամ այն համամասնությունով<sup>1</sup>, հատկապես՝ անցումային տնտեսություն ունեցող երկրներում:

Հասականալի է, որ ոչ մի երկրում էլ օրենքը չի կարող ինքնանպատակ լինել, և այս կամ այն տարբերակը ընտրելիս անհրաժեշտ է ղեկավարվել տվյալ երկրում ստեղծված իրավիճակով: *Հիշենք, որ բաժնետիրական ընկերության իմաստը բաժնետերերի միջոցների համախմբումն է:* Այդ իմաստը կորում է, երբ համախմբված են լինում առանց միջոցների բաժնետերերը:

Այսօր Հայաստանում զանգվածային սեփականաշնորհումից հետո ստեղծվել է մի իրավիճակ, երբ բաժնետիրական ընկերությունների մեծ մասը վերահսկվում է մի քանի բաժնետերերի կողմից, որոնց մոտ գտնվում է ընկերության բաժնետոմսերի 70-100%: Ընդ որում, այդ բաժնետերերի մոտ բացակայում է սեփական կապիտալը:

Սեփականաշնորհման արդյունքում ստեղծված բաժնետիրական ընկերությունների մեծ մասը բնորոշվում են հետևյալ հատկանիշներով.

- ունեն որոշակի հողատարածք, արտադրական և օժանդակ տարածքներ, որոնք ունեն վերանորոգման կարիք, իսկ արտադրական տարածքներն ունեն վերակառուցման կարիք՝ կապված նոր, ժամանակակից տեխնոլոգիական հոսքերի տեղակայման հետ:

---

<sup>1</sup> Формирование рынков капитала в Центральной и Восточной Европе, Доклад всемирного банка, 1994. 190-192 стр.



- Բացակայում է կամ ֆիզիկապես և բարոյապես մաշվել է հիմնական միջոցների մեծ մասը: Այսպիսի իրավիճակը պահանջում է կամ ընդհանրապես փոխել տեխնոլոգիական ցիկլերը և նորովի վերազինվել, կամ վերականգնել գոյություն ունեցող տեխնոլոգիաների շարքից դուրս եկած օղակները: Նշենք, որ այսօր աշխատող արտադրությունները հիմնականում վերագործարկվել են երկրորդ տարբերակով:
- Ձեռնարկություններից շատերին անհրաժեշտ է վերապրոֆիլավորվել, որի պատճառը կարող է լինել.
  1. հումքի մատակարարման սխեմաների փոփոխությունը
  2. նախկինում արտադրվող ապրանքների արտադրության արդիականության բացակայությունը (նախկինում արտադրվող արտադրանքի նկատմամբ ունեցած պահանջի բացակայությունը՝ կապված տեխնոլոգիական զարգացման հետ, նախկինում գոյություն ունեցած ճյուղային և միջճյուղային կապերի կորուստը):
    - Տվյալ արտադրատեսակով հնարավոր չէ դուրս գալ հին շուկաները կամ մտնել նոր շուկաներ:
    - Սեփականաշնորհված ձեռնարկությունների մեծ մասն ունի ժամկետանց պարտքեր բանկերի, այլ ձեռնարկությունների և պետության առջև:
    - Ձեռնարկությունների մեծ մասն ունի ժամկետանց սոցիալական պարտավորություններ:
    - Ձեռնարկությունները չունեն շրջանառու ֆինանսական միջոցներ:

Այս բոլոր խնդիրների լուծումը պահանջում է երկարատև ներդրումներ: Հաճախ ունեցած սուղ միջոցներով սեփականաշնորհված ձեռնարկությունների բաժնետերերը նախկին արդյունաբերական խոշոր ձեռնարկություններում կազմակերպում են որևիցե լայն սպառման ապրանքի տնայնագործական արտադրություն, որը բավարարում է փոքրաթիվ բաժնե-

տերերի կարիքները: Այդպիսի իրավիճակում սեփականատերերը հաճախ շահագրգռված չեն արտադրության ընդլայնմամբ, նոր շուկաների որոնմամբ, նոր տեխնոլոգիաների կիրառմամբ, քանի որ այդ ամենը պահանջում է կառավարման ժամանակակից սկզբունքների կիրառում և ֆինանսական հոսքերի կառավարման նոր մեթոդներ:

Այսպիսով, կարելի է պնդել, որ երկրում իրարից գրեթե լրիվ առանձնացված գոյություն ունեն ֆինանսական միջոցներ և բաժնետիրական ընկերություններ: Սա Հայաստանի տնտեսության գլխավոր խնդիրներից մեկն է:

**Աղյուսակ 1-ում** բերված է զարգացած երկրներում բաժնետիրական ընկերությունների ֆինանսավորման սկզբունքների նկարագրությունը: Ինչպես երևում է աղյուսակից, զարգացած երկրներում կորպորատիվ ֆինանսավորման հիմնական աղբյուր են ընկերությունների սեփական միջոցները (չբաշխված շահույթ և բաժնետոմսերի թողարկումներ): Պետք է ուշադրություն դարձնել նաև այն հանգամանքին, որ կապիտալի շուկաների կարգավորման «շուկայական» տարբերակը ընտրած ԱՄՆ-ի և Մեծ Բրիտանիայի ընկերությունները ավելի շատ են օգտվում բանկային վարկերից, քան «բանկային» տարբերակը ընտրած Գերմանիայի ընկերությունները: Սա ևս մեկ անգամ վկայում է այն մասին, որ «կապիտալի շուկաների կարգավորման տարբերակների մաքրության» սկզբունքը կորցրել է իր արդիականությունը: Նշենք նաև, որ Գերմանիան, Ճապոնիան և մայրցամաքային Եվրոպայի մի շարք երկրներ իրենց կապիտալի շուկաների այսօրվա տեսքը ստացել են հետպատերազմյան տարիներին, երբ գոյություն ուներ արտասահմանյան ֆինանսական միջոցների աննախադեպ հոսք դեպի այդ երկրները:

Աղյուսակ 1.

Մաքուր կորպորատիվ ֆինանսավորման աղբյուրներ  
(մաքուր ներդրումային ֆինանսավորում հաճած  
ֆինանսական ակտիվների կուտակում)

Ցուցանիշներ	Գերմա- նիա	Ճապո- նիա	Մեծ Բրիտանիա	ԱՄՆ
Ներքին <sup>2</sup>	81	69	97	91
Բանկեր <sup>3</sup>	11	31	20	16
Պարտատոմսեր	-1	5	4	17
Բաժնետոմսեր	1	4	-10	-9
Առևտրային վարկեր	-2	-8	-1	-4
Այլ	10	0	-8	-13
Աղբյուրը՝ Corbett and Jenkinson				

Այսօր Հայաստանում բաժնետիրական ընկերությունների ֆինանսավորման հիմնական աղբյուր են հանդիսանում բանկային վարկերը: Ընդ որում, ֆինանսավորման միայն այդ ձևը ի սկզբանե չի կարող լինել արդյունավետ: Այն կարող է բերել արդյունքի միայն այն դեպքում, երբ պահպանի փոխառու միջոցներ/ սեփական միջոցների հարաբերության որոշակի մակարդակը, և գրեթե լիովին անարդյունավետ, եթե տվյալ հարաբերությունը ձգտի անվերջի: Հայաստանում խնդիրն ավելի է սրվում բանկային վարկերի թանկության և կարճաժամկետ լինելու պատճառով: Այս պայմաններում բանկային վարկերը հիմնականում սպասարկում են կարճաժամկետ առևտրային գործարքները և առանձին դեպքերում վերը նշված տնայնագործական արտադրությունները: Հայտնի է, որ արտադրության վերազինման, տեխնոլոգիական նոր հոսքագծերի ներմուծման համար նույնիսկ միջնաժամկետ ծրագրերը

<sup>2</sup> Ներքին ասելով հասկանում ենք ընկերության չբաշխված շահույթի հաշվին կատարվող ֆինանսավորումը:

<sup>3</sup> Բանկային վարկեր:

բավարար չեն: Սակայն այսօր սիյուռքի և միջազգային կազմակերպությունների կողմից իրականացվող վարկային ծրագրերը լավագույն դեպքում կրում են միջնաժամկետ բնույթ և նույնպես չեն կարող լուծում հանդիսանալ վերը նշված խնդիրների համար:

Մեր կարծիքով այդպիսի խնդիրների լուծումը կարող է իրականացվել աշխարհի բոլոր զարգացած երկրներում բաժնետերերի սեփական միջոցների հաշվին: Այսօր Հայաստանում ստեղծված իրավիճակում կա խնդրի լուծման երկու տարբերակ.

1. գոյություն ունեցող բաժնետերերի սեփական միջոցների ավելացում
2. նոր՝ սեփական միջոցներ ունեցող բաժնետերերի ներգրավում:

Առաջին տարբերակը իրականացնելու իրական մեխանիզմներ գոյություն չունեն: Երկրորդ տարբերակը կարող է իրականացվել հետևյալ 4 ուղղություններով.

- ՀՀ բանկերի առավել ակտիվ մասնակցությունը բաժնետիրական ընկերությունների կապիտալում:
- Սեփական միջոցներ ունեցող արտաքին ներդրողների ուղիղ ներդրումները բաժնետիրական ընկերությունների կապիտալում:
- Սեփական միջոցներ ունեցող միևնույն տարբերակների ներգրավումը բաժնետիրական ընկերություններում:
- Կոլեկտիվ ներդրումների կառույցների ստեղծումը (Ներդրումային հիմնադրամներ, Համատեղ հիմնադրամներ, Վենչուրային հիմնադրամներ), որոնք կիրականացնեն երկարատև ներդրումային ծրագրեր բաժնետիրական ընկերություններում:

Հասկանալի է, որ չորս տարբերակներն էլ իրականացնելու ուղղակի մեխանիզմներ գոյություն չունեն, պարզապես օրենսդրական դաշտը պետք է հնարավորություններ ստեղծի բոլոր չորս տարբերակների համար՝ հաշվի առնելով վերը

նշված այն փաստը, որ հատկապես զարգացող երկրներում կարող են միաժամանակ կիրառվել կապիտալի շուկաների կարգավորման տարբեր համակարգերին բնորոշ մեխանիզմներ:

Բանկերի ավելի ակտիվ մասնակցությունը բաժնետիրական ընկերությունների կապիտալում կարող է էականորեն աշխուժացնել արժեթղթերի շուկան և, ընդհանրապես, բարելավել տնտեսական վիճակը երկրում: Միևնույն ժամանակ, պետք է նշել, որ բանկերը զանգվածային սեփականաշնորհման ընթացքում հնարավորություն են ունեցել մասնակցել ձեռնարկությունների բաժնետիրական կապիտալի ձևավորմանը, սակայն չեն արել վերջինս: Այստեղ մեր կարծիքով, պատճառը ոչ միայն ցանկության բացակայությունն է: Հայաստանյան բանկերում չկան «երկար» փողեր, որոնք կարող են ներդրվել սեփականացման իրավունքի դիմաց և վերադարձվեն երկար ժամանակահատվածից հետո: Այնպես որ, խնդրի լուծման հիմնական տարբերակները վերջին երեքն են: Այդ երեք տարբերակներն էլ ենթադրում են միևնույն տարբերակների շահերի առավել ուժեղ պաշտպանություն, շուկայում տեղեկատվական ազատություն և թափանցիկություն, ինչպես նաև բաժնետոմսերի խոշոր փաթեթներ պահելու թանկություն, որը թույլ կտա խոշոր փաթեթների առավելությունից օգտվել միայն բավարար սեփական միջոցներ ունեցող բաժնետերերին: Միևնույն ժամանակ այս մոտեցումները պետք է չխանգարեն առաջիկայում բանկերի մասնակցությանը բաժնետիրական ընկերությունների կապիտալում, եթե այդպիսի դեպքեր լինեն:

Հայաստանյան ընկերությունների մեծ մասում բաժնետոմսերի 50%-ից ավելին պատկանում է մեկ անձի կամ մեկ ընտանիքի, որը ընդհանուր եզրեր է դրսևորում իտալական ընկերությունների հետ: Այսպես իտալական տնտեսությունը առավելապես հիմնված է ընտանիքներին պատկանող ընկերությունների վրա, որոնք ունեն կորպորատիվ կառուցվածք: Նրանք թողարկել են բաժնետոմսեր, բայց բաժնետոմսերի մեծ մասը պատկանում է փոքր թվով մարդկանց: Միևնույն է, այդ

ընկերություններն էլ իրենց կորպորատիվ կառավարման արդյունավետությունը պետք է համեմատեն մրցակիցների հետ, նրանք պետք է կարողանան մրցունակ գտնվել այլ ընկերությունների համեմատ:

Ընդ որում, կորպորատիվ կառավարման արդյունավետությունը տարբեր ընկերություններում գնահատվում է մեթոդներով, ինչպես օրինակ ծախսեր/եկամուտներ հարաբերակցության կամ նորմածությունների ներգրավվածության աստիճանով: Բոլոր դեպքերում, նրանք պետք է կարողանան մրցակցել այն ընկերությունների հետ, որոնք ավելի շատ բաժնետերեր ունեն:

Այլ հարց է, որ այդ պարագայում սեփականության կառուցվածքը մի բան է, իսկ շահութաբերության մակարդակը և մրցունակության մակարդակը՝ այլ: Եթե սեփականության կառուցվածքը չի հանգեցնում երկարատև ժամկետով մրցունակության պահպանման, ապա կարող եք շարունակել գոյություն ունենալ, սակայն մրցունակ չեք լինի:

Չարգացնելով վերջին պարբերության միտքը՝ կարող ենք նշել, որ ոչ բոլոր դեպքերում է շատ բաժնետեր ունենալը դիտարկվում որպես առավելություն:

Ավելին, դա կախված է այն հանգամանքից, թե ընկերությունը որքան կապիտալի պահանջ ունի: Մի կողմից, այն ընկերությունները, որոնք կապիտալի ավելի մեծ պահանջարկ ունեն, ձգտում են ավելի մրցունակ լինել, որպեսզի կարողանան կապիտալի պահանջարկը բավարարել: Մյուս կողմից, այն ընկերությունները, որոնք կապիտալի մեծ պահանջարկ չունեն, կարող են այդ հարցերին ավելի հանգիստ նայել: Սակայն հաճախ նրանք սկսում են իրենց վստահ զգալ, մոռանում են մրցունակության մասին, որի հետևանքով էլ կարող են շուկայից դուրս մղվել:

Հայաստանյան ընկերությունների մեծ մասում որոշումները միանձնյա կայացնելու հնարավորությունը հակասում կամ կաշկանդում է կորպորատիվ կառավարման սկզբունքներ-

րին, հատկապես, եթե խոսվում է կառավարման ավելի բարդ համակարգ ունեցող կորպորացիաների մասին:

Ինչ վերաբերում է կառավարման ավելի պարզ համակարգ ունեցող կորպորացիաներին, ապա անհատ ձեռներեցը մի բան է, սահմանափակ պատասխանատվությամբ ընկերությունը՝ այլ բան: Բայց եթե խոսվում է կորպորացիայի, մասնավորապես՝ բաժնետիրական ընկերությունների մասին, որոնք ներգրավել են նաև առևտրային բանկերից ինչ-որ փոխառություններ, ապա միանձնյա որոշում կայացնողը պետք է որոշակի տեղեկատվություն տրամադրի: Բանկին պետք է տրամադրի բիզնես պլան, ֆինանսական հաշվետվություն, զարգացման ռազմավարություն, ինչ-որ երաշխիքներ:

Վերոգրյալ համալիր միջոցառումներ իրականացնելուց հետո հաջորդ աստիճանը պարտատոմսերի թողարկումն է: Այդ պարտատոմսերի սեփականատերերը նույնպես տեղեկատվություն ստանալու իրավունք ունեն: Իսկ եթե ընկերությունն արդեն թողարկել է բաժնետոմսեր, ապա դժվար է պատկերացնել, որ բաժնետոմսերի 100%-ը մի անձի մոտ է, որովհետև իմաստ չունի այդքան իրավական պահանջներին համապատասխանել և 100%-ով բաժնետեր լինել: Բայց եթե նման դեպքեր կան, Կենտրոնական բանկն իրավասու է պահանջել որոշակի տեղեկատվության բացահայտում: Այսինքն, միանձնյա որոշումներ ընդունելը հնարավոր է բացառապես կորպորատիվ կառավարման սկզբունքները ընդունելու դեպքերում:

Այժմ խոսենք այն մասին, թե ՀՀ բաց և փակ բաժնետիրական ընկերություններից որոնք են արդյունավետ աշխատում կորպորատիվ կառավարուման սկզբունքներով: Խնդիրն այն է, որ բոլոր ընկերությունների համար կան լավագույն փորձի օրինակներ՝ լինի բաց բաժնետիրական ընկերություն, փակ կամ պետական ձեռնարկություն: Վերջինները ևս պետք է մտածեն իրենց արդյունավետության, օրինակ՝ գնումների կամ ծախսերի արդյունավետության մասին: Բացի այդ, պետական ձեռնարկությունների մեծ մասը կարծում է, թե ջուրն ու

էլեկտրաէներգիան իրենց են պատկանում, քանի որ պետական են: Սակայն դա այդպես չէ, դա լավագույն փորձը չէ: Անգամ եթե ընկերությունը համարվում է պետական, պետք է ունենա նախ՝ ղեկավարություն, ներքին վերահսկողություն, ապա՝ կորպորատիվ կառավարման սկզբունքների կիրառության՝ մտածելով արդյունավետության մասին:

Առանցքային քառեր. բաժնետիրական ընկերություն, «երկար» փողեր, բաժնետիրական շահ, միևնույն քառեր, արտադրության վերազինում, չբաշխված շահույթ, բանկային վարկեր, պարտատոմսեր, շահաբաժիններ, կապիտալիզացիա, կորպորատիվ կառավարում, ֆինանսական ակտիվների կուտակում:

### ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Corporate Finance, Aswath Damodaran, New York University's Stern School of Business. 120 p.
2. Corporate Finance: First Principles, Aswath Damodaran, New York University's Stern School of Business. 400 p.
3. The framework for this section is based on Notes by Aswath Damodaran at New York University's Stern School of Business. 45-54p.
4. Investment Decisions and Capital Budgeting, Prof. Campbell R. Harvey; The Investment Decision of the Corporation, Prof. Don M. Chance. 112p.
5. Valuation, Prof. Aswath Damodaran; Equity Valuation, Prof. Campbell R. Harvey. 22p.
6. Campbell R. Harvey's Hypertextual Finance Glossary or investopedia.com. 790p.
7. Corbett and Jenkinson report, 2008. 23-25p.
8. Формирование рынков капитала в Центральной и Восточной Европе, Доклад всемирного банка, 1994. 190-192 стр.



## Резюме

### Корпоративное финансирование по армянской версии. К. Ю. Багдасарян

Значение акционерных обществ, согласно определению, является консолидацией и использованием средств различных акционеров. То, что консолидация и использование реализованы с определенными законами.

Сегодня в Армении был создан после ситуации с массовой приватизацией, когда большая часть акционерных обществ контролируется несколькими акционерами около 70-100%-ов. Собственный капитал формируется по акционерам собственности.

Так, чтобы иметь существование, кто друг от друга почти полностью отделенного в стране, финансовой настаивают средства и акционерные общества.

Кроме того, проблемы в корпоративных финансах и улучшение главное направление правительства для развития экономики Армении в будущем.

**Ключевые слова:** управляющие акционерным обществом, “долгосрочным” потоком наличности, акционерным интересом, незначительным акционером смолы, повторно управляющее производство, кредит, предоставляемый банком, облигация, неассигнованная прибыль, капитализация производства, дивиденда, корпоративного управления, накопления финансовых активов.

## Литература

1. Corporate Finance, Aswath Damodaran, New York University's Stern School of Business. 120 p.
2. Corporate Finance: First Principles, Aswath Damodaran, New York University's Stern School of Business. 400 p.

3. The framework for this section is based on Notes by Aswath Damodaran at New York University's Stern School of Business. 45-54p.
4. Investment Decisions and Capital Budgeting, Prof. Campbell R. Harvey; The Investment Decision of the Corporation, Prof. Don M. Chance. 112p.
5. Valuation, Prof. Aswath Damodaran; Equity Valuation, Prof. Campbell R. Harvey. 22p,
6. Campbell R. Harvey's Hypertextual Finance Glossary or investopedia.com. 790p.
7. Corbett and Jenkinson report, 2008. 23-25p.
8. Формирование рынков капитала в Центральной и Восточной Европе, Доклад всемирного банка, 1994. 190-192 стр.

## **SUMMARY**

### **THE CORPORATIVE FINANCING IN ARMENIAN VERSION**

**K. YU. BAGHDASARYAN**

Meaning of the joint-stock companies, according to the definition, is being the consolidation and use of the different stockholders' means. That the consolidation and use is actualized with certain laws.

Today in Armenia has been created after the mass privatization situation, when much of joint-stock companies is supervised by a few stockholders 70-100 %s of stocks of the friendship is found near whom. The own capital moreover is missing near that stockholders.

So, in order to have existence who from each other almost fully separated in the country financial the means and joint-stock companies insist.

Furthermore, the problems in corporative finance and the salvations are the main direction to improve the economy of Armenia in future.

**Key words** governing a joint-stock company, “long-term” cash flow, a joint-stock interest, a minor tar stockholder, the production recontrolling, bank credit, a bond, an unallocated profit, the capitalization of the production, dividend, corporate management, an accumulation of the financial assets.

### **Literature**

1. Corporate Finance, Aswath Damodaran, New York University's Stern School of Business. 120 p.
2. Corporate Finance: First Principles, Aswath Damodaran, New York University's Stern School of Business. 400 p.
3. The framework for this section is based on Notes by Aswath Damodaran at New York University's Stern School of Business. 45-54p.
4. Investment Decisions and Capital Budgeting, Prof. Campbell R. Harvey; The Investment Decision of the Corporation, Prof. Don M. Chance.112p.
5. Valuation, Prof. Aswath Damodaran; Equity Valuation, Prof. Campbell R. Harvey.22p,
6. Campbell R. Harvey's Hypertextual Finance Glossary or investopedia.com. 790p.
7. Corbett and Jenkinson report, 2008.23-25p.
8. “The asserting capital market in Central and Western EU” World Bank’s report, 1994, 190-192p.

**ՊԱՏԱՀԱԿԱՆ ՊՐՈՑԵՍՆԵՐԻ ՄԻՆԹԵԶ  
ԿԱՆՈՆԻԿ ՆԵՐԿԱՅԱՑՈՒՄՆԵՐԻ  
ՀԻՄԱՆ ՎՐԱ**

**Հ. Զ. ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ, Ա. Վ. ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ**

Կառավարման տեսության ժամանակակից փուլը ավելի մեծ ուշադրությամբ է բնութագրում պատահական գործընթացների մոդելների մշակումը:

Դիտարկենք պատահական գործընթաց, որը ներկայացված է հետևյալ կանոնիկ տեսքով՝

$$u(t) = \sum_{k=-N}^N v_k e^{ik\omega_0 t}, [1]$$

որտեղ

$$v_k = -\frac{A_k}{2} i e^{i\tau_k}$$

$$v_{-k} = -\frac{A_k}{2} i e^{-i\tau_k}$$

$$v_0 \equiv 0$$

$A_k$  արժեքները բաշխված են նորմալ, որտեղ  $M[A_k] = 0$  և  $M[A_k A_m] = \sigma_a^2 \delta_{km}$ ,  $\delta_{km} = 1, N$ .  $\tau_k$  փոփոխականի արժեքները բաշխված են հավասարաչափ  $[0, 2\pi]$  ինտերվալում: Այստեղից  $\tau_k$  - ամպլիտուդների համար ունենք  $M[v_k] = 0$  և  $M[v_k v_m] = \sigma_v^2 \delta_{km}$ ,  $v_{km} = 1, N$ , որտեղ  $\sigma_v^2 - v_k$  - ամպլիտուդների դիսպերսիան է:

Նման գործընթացներ դիտարկվել են ակադեմիկոս Վ.Ս. Պուգաչևի [1,27] և այլ հայտնի գիտնականների կողմից: Տվյալ գործընթացի վիճակագրական բնութագրիչները հաշվարկվում են հետևյալ կերպ.

1.  $u(t)$  - պարբերական գործընթաց է հետևյալ հաճախականությամբ  $f_0 = -\frac{\omega_0}{2\pi}$ .

$$\text{հրոք } u(t + T_0) = \sum_{\kappa=-N}^N v_{\kappa} e^{ik\omega_0(t+T_0)} = u(t),$$

$$\text{որտեղ } T_0 = \frac{2\pi}{\omega_0},$$

2.  $u(t)$  - միջին արժեքը հավասար է 0-ի

$$M[u(t)] = \sum_{\kappa=-N}^N M[v_{\kappa}] e^{ik\omega_0 t} = 0$$

$M[u(t)] = 0$  կարելի է գրել:

$$R_v(t, t') = \sum_{\kappa=-N}^N M[v_{\kappa}^2] e^{ik\omega_0(t-t')} \quad [2]$$

3. Ակնհայտ է, որ կորրելյացիոն գործառույթի արժեքը կախված է միայն ժամանակների տարբերությունից  $\tau = (t' - t)$ , այսպիսով կարելի է ասել, որ  $u(t)$  - ն ստացիոնար գործընթաց է:

4. Պատահական գործընթացը կարելի է ներկայացնել.

$$u(t) = \sum_{\kappa=-N}^N u_{\kappa}(t),$$

որտեղ  $u_{\kappa}(t)$  - անկախ պատահական գործընթացներ են, որոնք ունեն արժեքների բաշխման միևնույն օրենքը 0-ական մաթեմատիկական սպասումով և  $\sigma_v^2$  - դիսպերսիայով: Այդ ժամանակ կենտրոնական սահմանային օրենքի հիման վրա միանման բաշխված գումարելիների համար կարելի է պնդել, որ  $u(t)$  - արժեքների բաշխումը  $N \rightarrow \infty$  դեպքում անսահմանորեն ձգտում է բաշխման նորմալ օրենքին,  $N$  - որոշակի արժեքների դեպքում  $u(t)$ -մոտենում է գաուսյան պրոցեսի  $\approx \frac{1}{N}$  ճշտությամբ:

5. Առանձին վերցրած՝  $u_j(t)$ - պրոցեսի կորրելյացիոն գործառույթն որոշվում է ժամանակի մեջ միջինացնելով.

$$\Phi_u(\tau, j) = \lim_{T \rightarrow \infty} \frac{1}{T} \int_0^T u_j(t) u_j(t + \tau) dt :$$

Այստեղից  $\Phi_u(\tau, j)$ - ի համար ունենք.

$$\Phi_u(\tau, j) = \sum_{k=-N}^N v_{kj}^2 e^{ik\omega_0\tau}$$

կամ այլ կերպ

$$\Phi_u(\tau, j) \neq R_u(\tau) :$$

Սակայն, ինչպես ցույց են տվել փորձնական հետազոտությունները,

$R_u(\tau)$  և  $\Phi_u(\tau, j)$  ֆունկցիաների միջին քառակուսային շեղումները կազմում են 1% - ից քիչ  $N \geq 50$  - դեպքում և այն ձգտում է 0-ի  $N \rightarrow \infty$  դեպքում:

6. Ինչպես նշել ենք 4 – րդ կետում,  $N \geq 1$  դեպքում կարելի է ընդունել, որ  $u(t)$ - ն ենթարկվում է նորմալ բաշխման օրենքին: Այդ պատճառով  $u(t)$  - ի բարձր կարգի պատահարները կարելի է ներկայացնել 1-ին և 2-րդ կարգի մոմենտների միջոցով:

7. Պատահական գործընթացի երկկողմանի ճառագայթային խտությունը ներկայացվում է որպես կորրելիացիոն գործառույթի Ֆուրյեի ձևափոխություններ.

$$S_u(t) = \int_{-\infty}^{\infty} R_u(\tau) e^{-2\pi j f \tau} dt \quad [3]$$

տեղադրելով  $R_u(\tau)$  - ի արժեքը, կստանանք.

$$S_u(t) = \sigma_v^2 \sum_{k=-N}^N \delta(f - kf_0) \quad [4],$$

որտեղ  $f_0 = \frac{\omega_0}{2\pi}$ :

8. Դիտարկենք այն դեպքը, երբ  $u(t)$ - գործընթացը ներկայացվում է հետևյալ տեսքով.

$$u(t) = u_0 \sum_{k=-N}^N e^{i\tau_k} e^{ik\omega_0 t},$$

որտեղ  $\tau_k$  -արժեքները բաշխված են հավասարաչափ  $[0,2]$  միջակայքում:

Կարելի է ցույց տալ, որ այս գործընթացը ստացիոնար գործընթաց է, որի արժեքները բաշխված են նորմալ  $N \rightarrow \infty$  դեպքում:

9. Սահմանային դեպքում, երբ  $\omega \rightarrow \infty$  և  $N\omega_0 \rightarrow \infty$ , այսինքն երբ  $u(t)$ - ի հիմնական հաճախականության արժեքը ձգտում է 0-ի,իսկ հաճախականության տիրույթը  $\omega_n = N\omega_0$  ձգտում է անվերջության, ապա  $u(t)$  - պատահական պրոցեսը իրենից ներկայացնում է սպիտակ աղմուկ: Իրականում այսպիսի գործընթաց ստանալն անհնարին է, որովհետև ստիպված ենք սահմանափակվել  $N$  և  $\omega_0$  - վերջնական արժեքներով:

Սակայն  $N$  և  $\omega_0$  որոշակի արժեքների դեպքում  $u(t)$  - գործընթացը ձգտում է կատարյալ սպիտակ աղմուկի  $\approx 1/N$  - ճշտությամբ:

Ելնելով վերոգրյալից՝ տվյալ պատահական պատահարը կանվանենք  $N$  – սպիտակ աղմուկ:

### **Առանցքային բառեր.**

*Գաուսյան սպիտակ աղմուկ, Ֆուրյեի ձևափոխություններ, Կորրելիացիա, հաճախականության տիրույթ, սուպերպոզիցիայի սկզբունք:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. **Н. Винер**, Кибернетика. - М.: Наука, 1983, 315с.
2. **R.J. Simpson, H.N. Power**, Correlation techniques for the identification of nonlinear systems, Cambridge Massachusetts, 2002, 217p.
3. **W.S Windall**, Measurement of a second order Wiener kernel in a nonlinear system by crosscorrelation, Cambridge Massachusetts, 2000, 521p.

### **Ա.Յ. ԳՐԻԳՐՅԱՆ, Ա.Վ. ՍԵՏՐՕՅԱՆ СИНТЕЗ СЛУЧАЙНЫХ ВОЗДЕЙСТВИЙ НА ОСНОВЕ КАНОНИЧЕСКИХ РАЗЛОЖЕНИЙ СЛУЧАЙНЫХ ПРОЦЕССОВ**

#### **Резюме**

В статье рассматривается случайный процесс представленный каноническим распределением, вычисляются статистические параметры процесса, величина периодичности, мат-ожидание, дисперсия, закон распределения случайных величин. В результате расчетов доказывається, что рассматриваемый случайный процесс представляет из себя стационарный процесс, На основе закона предельной центральной теоремы доказывається, что при количестве гармоник стремящихся к бесконечности, закон распределения процесса стремится к нормальному гауссовскому процессу. То есть значение корреляции стремится к нулю. Двусторонняя спектральная плотность случайного процесса определяется как разложение Фурье корреляционной функции. Доказывається, что данный процесс стационарен и распределен нормально. При граничных условиях процесс представляет из себя идеальный белый шум.



**Ключевые слова:** гауссовский шум, преобразование Фурье, корреляция, частотная полоса, принцип суперпозиции.

**A.Z. GRIGORYAN, A. V. PETROSYAN  
SYNTHESIS BASED ON ACCIDENTAL CANONICAL  
EXPANSIONS OF RANDOM PROCESSES**

**Summary**

In the article an accidental process is touched upon which is presented with canonic feature. Statistical parametres of the process are counted: the value of period, mathematical waiting, correlational function, dispersion, distributional function of accidental values.

In the result of the calculation it is proved that the discussed accidental process in its nature is a static process. In the basis of central theorem it is represented that with increasing of the number of harmoniks the distrebutional law of the process tends to normal-gausic distribution. In other words, the correlation value tends to zero. From this a conclusion is drawn, that the high range moments function of the process could be introduced by means of first and second range moments.

Double-sided spectralic density of the accidental process is determined as a transformation of the corelational function of Furryey modification.

It is proved that this process is static and is distributed normally.

In case of marginal one, the process itself is represented as an ideal white gausic noise. Certainly, in practice it isimpossible and that is why real realizations of white noise are applied.

**Key words:** Gousian noise, transformation Fourier, correlation, fraqueucies stripe, principiale of superposition.

## **ПРОЕКТИРОВАНИЕ ВИРТУАЛЬНОГО ПОЛЯРОГРАФА**

**В.С. СОГОМОНЯН, А.С. МАТЕВОСЯН,  
Т.С. КОСТАНИЯН**

В настоящее время все большее распространение получают виртуальные приборы. Благодаря универсальности, простоте эксплуатации, прямому сопряжению с компьютером и другими достоинствами они с успехом заменяют традиционные измерительные приборы. В работе рассмотрена возможность использования виртуальных средств измерений для создания экономичного полярографа.

Структурная схема полярографа на основе традиционных средств показана на рис.1 [1]. Формирователь поляризующего напряжения формирует воздействующее напряжение, заданной формы и величины поступающее на один из входов потенциостата - устройства, поддерживающего заданный закон изменения напряжения на границе индикаторного электрода и электролита. На второй вход потенциостата идет сигнал с электрода сравнения. Усиленная разность этих сигналов поступает на ячейку. Ток индикаторного электрода, преобразованный в соответствующее напряжение, поступает на устройство обработки и после него на устройство отображения. Устройство формирования, обработки и отображения контролируются управляющим устройством.

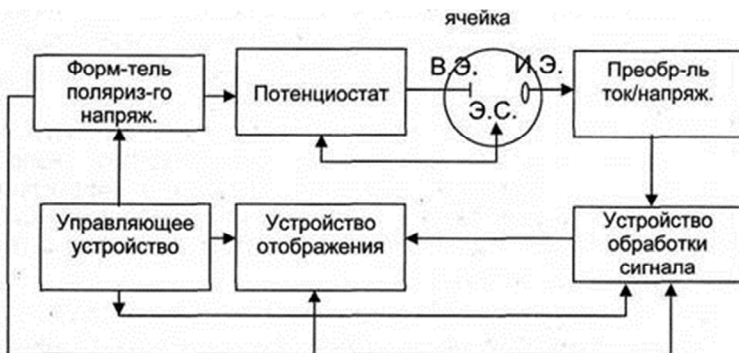


Рис. 1. Структурная схема полярнографа на базе традиционных средств измерений

В случае использования виртуальных средств структурную схему устройства можно преобразовать в показанную на рис. 2. Устройство управления, формирования, обработки и отображения могут быть реализованы на базе виртуальных средств, однако потенциостат и преобразователь могут быть только аналоговыми, так как они должны работать в реальном масштабе времени и напряжений. Но, кроме того, и сама электрохимическая ячейка может быть реализована на базе виртуальных средств измерений, что полезно для поверки полярнографа и получения эталонных характеристик.

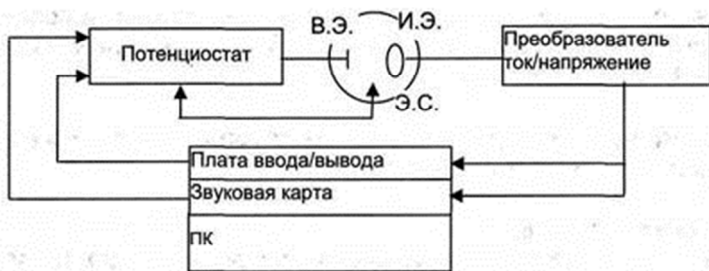


Рис. 2. Структурная схема виртуального полярнографа

Первый из них предусматривает получение динамической вольтамперной зависимости границы раздела индикаторный электрод-раствор при линейном (ступенчато-линейном)

изменении электродного потенциала, второй - получение зависимости амплитуды переменного фарадеевского тока при медленной развертке потенциала с наложенной на него гармонической составляющей малой амплитуды.

Требования к аппаратной части виртуального устройства, определяются указанными режимами работы. В ХВАМ-режиме основным параметром является скорость развертки воздействующего сигнала  $V$ , которая, очевидно, определяется как:  $v = u_p/t_p = \Delta_{KB}/\Delta_d = \Delta_{KB}f_d$ , где  $u_p$  и  $t_p$  - ее амплитуда и длительность,  $\Delta_d$  и  $\Delta_{KB}$  - шаги дискретизации и квантования соответственно,  $f_d$  - частота дискретизации. Требования к плате ввода/вывода заключаются в обеспечении заданной скорости развертки аналогового сигнала, что можно описать выражением:  $v = \Delta_{KB}f$ , которая в этом режиме составляет доли- единицы вольт в секунду.

В ПТ-режиме основное требование к плате ввода/вывода заключается в достаточно точном формировании гармонического напряжения, что достигается правильным выбором частоты дискретизации и шага квантования. Минимальное значение амплитуды гармонического сигнала 5 мВ, максимальная частота 500 Гц, при этом  $f_d$  должна быть не менее 5 кГц, а  $\Delta_{KB}$ , не менее 0,5 мВ.

В качестве программного обеспечения был выбран LabVIEW [3]. С его помощью были написаны программы формирования и вывода сигналов в обоих режимах; программы обработки сигналов с полярографического датчика и вывода результатов на экран; программа, моделирующая полярографический датчик - электронный эквивалент; а также предприняты меры по сопряжению двух независимых устройств ввода/вывода.

В ХВАМ для повышения разрешающей способности и упрощения обработки полярограммы используется операция полудифференцирования.

Таким образом, операция полудифференцирования преобразуется в последовательность следующих действий: прямое преобразование Фурье исходного сигнала, полудифференцирование его спектральных составляющих и обратное преобразование Фурье, результатом которого является полудифференциал исходного сигнала.

Для проверки и отладки виртуальных средств была разработана виртуальная модель электрохимического датчика. Модель представляет собой параметрический датчик, на вход которого поступает воздействующее напряжение  $E(t)$ , в результате на выходе возникает ток. Общее интегральное уравнение для нахождения всех гармоник тока ячейки имеет для обратимой электрохимической реакции следующую форму [2]:

$$\int_0^t \frac{\Psi_k(t-k)dk}{\pi\sqrt{k}} = e^{-\xi} \frac{(\sin \omega t)^k}{k!} - \sum_{r=0}^k \left[ e^{-\xi} \frac{(\sin \omega t)^r}{r!} \int_0^t \frac{\Psi_{k-r}(t-k)dk}{\sqrt{\pi k}} \right], \quad (1)$$

где

$$\Psi(t) = i(t)/(nFAc_{ox}\sqrt{D_{ox}}),$$

$$\xi = \frac{nF}{RT}[E(t) - E_{1/2}].$$

В этих выражениях:  $q=0, 1, 2, \dots; N$  – порядковый номер гармоники;  $n$  - число электронов, приходящихся на одну молекулу деполаризатора при протекании электродной реакции;  $F$  - число Фарадея;  $R$  – универсальная газовая постоянная;  $T$ - абсолютная температура;  $D_{ox}$  – коэффициент диффузии;  $c_{ox}$  – концентрация раствора;  $A$  - активная поверхность поляризующего электрода;  $\omega$  – круговая частота;  $E(t)$  – текущее значение постоянной составляющей напряжения на электроде.

На основании уравнения (1), уравнение для тока второй гармоники имеет вид

$$i(2\omega t) = \frac{\sqrt{2}n^3 F^3 A c_{ox} \sqrt{\omega D_{ox}} \Delta E^2 \sinh(\xi/2)}{16R^2 T^2 \cosh(\xi/2)} \sin(2\omega t - \pi/4). \quad (2)$$

В обычной переменноточковой полярографии основным сигналом ячейки является первая гармоника, которая дает полярограмму, имеющую вид первой производной от классической полярограммы. Если выделить из сигнала ячейки какую-нибудь гармонику, то мы получим сигнал, закон изменения которого при изменении потенциалов электродов будет иметь вид производной такого порядка, что и выбранная гармоника.

Преимущества, полученные при использовании второй гармоники, заключается в возможности получить большую разрешающую способность полярографического метода и уменьшить уровень емкостного тока [2].

Увеличение разрешения близких по потенциалу восстановления ионов происходит за счет того, что полярограмма состоит из двух пиков, ширина которых почти в два раза меньше ширины пика на основной частоте. Причем каждый из пиков пропорционален концентрации. Следовательно, для двух близких по потенциалу восстановления ионов можно вести определение по пикам разной полярности.

Увеличение чувствительности происходит за счет меньшего уровня емкостного тока, так как при достаточно малой амплитуде наложенного напряжения нелинейность дифференциальной емкости двойного слоя мала, особенно в области потенциалов более отрицательных, чем электрокапиллярный максимум.

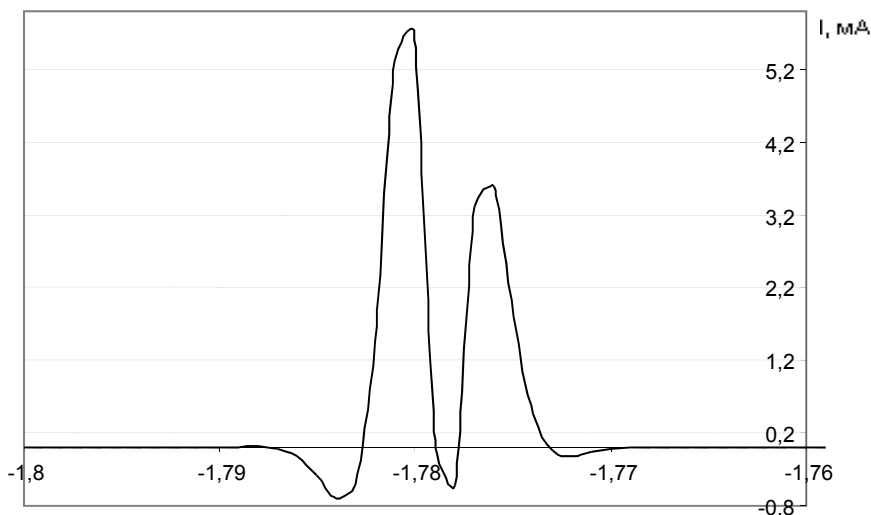
При использовании второй гармоники необходимо обеспечить хорошее отделение ее от всего остального спектра частот и в первую очередь от сигнала основной частоты, амплитуда которого на порядок выше.

Задачу фильтрации второй гармоники выполняет усилитель полярографа. Причем заграждение основной частоты осуществляется на входе усилителя, так как в

процессе усиления сигнала неизбежно появление нелинейных искажений. Емкостного ток основной частоты может быть больше динамического диапазона усилителя.

Переменное напряжение, подаваемое на электрохимическую ячейку, не должно содержать вторую гармонику.

При  $D_{\text{ox}}=10^{-5} \text{ см}^2 \cdot \text{с}^{-1}$ ,  $n=1$ ,  $S=0,035 \text{ см}^2$ ,  $\omega = 4000 \text{ с}^{-1}$ ,  $T=25 \text{ }^\circ\text{C}$ , то при потенциале  $E=-1,8 \text{ В}$ , для обратимых реакции ток электрохимической ячейки имеет вторую гармонику рис.3.



*Рис. 3. Полярограмма на второй гармонике*

Для работы виртуального полярографа с реальными объектами необходим потенциостат, электрическая схема используемого потенциостата показана на рис. 4. Кроме основных функций он осуществляет суммирование составляющих воздействующего напряжения: начального смещения, развертывающего напряжения и переменной составляющей.

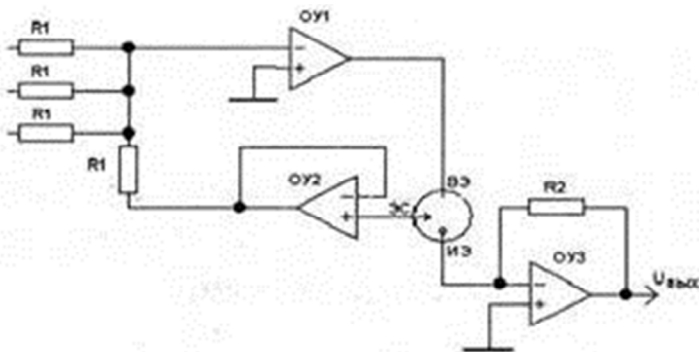


Рис. 4. Электрическая принципиальная схема потенциостата

Для проверки работы виртуального полярографа в качестве объекта исследования был выбран аналоговый эквивалент электрохимического датчика, способный воспроизводить в реальном масштабе времени и в широких пределах основные электрические свойства реального датчика. Полученные с его помощью полярограммы показывают правильную воспроизводимость качественно-количественного состава раствора. Откуда можно сделать вывод о корректной работе виртуального полярографа в ХВАМ- и ПТ-режимах и целесообразности использования виртуальных средств в полярографии для значительного уменьшения стоимости полярографа.

Система исследования состоит из компьютера со звуковой картой с установленным пакетом программ LabVIEW, платы USB 6008, потенциостата и электронного эквивалента электрохимической ячейки. Компьютер формирует сигнал соответствующий выбранному режиму измерения и выводит его при помощи платы USB 6008 либо совместно USB 6008 и звуковой карты. Принятые либо звуковой картой, либо USB 6008 сигналы обрабатываются и выводятся на экран при помощи пакета LabVIEW.

В результате исследования была показана возможность создания полярографа на базе дешевой платы USB 6008 и



звуковой карты. Проверка работы устройства на эквиваленте электрохимической ячейки показала возможность определения качественно-количественного состава веществ концентрациями порядка  $10^{-6}$  моль/литр. Также была создана виртуальная модель электрохимической ячейки, которую можно использовать для получения эталонных зависимостей и в учебных целях. Результаты, достигнутые при использовании данной системы.

**Ключевые слова:** *переменный ток, электронный эквивалент, электрохимическая ячейка, обратимость электрохимической реакции.*

## ЛИТЕРАТУРА

1. Хенце Г. С. Полярография и вольтамперометрия. Теоретические основы и аналитическая практика. – М.:Бином, 2006. – 552 с.
2. Каплан Б. Я., Пац Р. Г. Вольтамперометрия переменного тока. –М.: Энергоатомиздат, 1985. -339 с.
3. Тревис Д. LabVIEW для всех. М.:ДМК Пресс, 2005.

**Վ.Ս. ՍՈՂՈՍՈՆՅԱՆ, Ա.Ս. ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆ,  
Տ.Ս. ԿՈՍՏԱՆՅԱՆ  
ՎԻՐՏՈՒԱԼ ԲԵՎԵՌԱԳՐՉԻ ՆԱԽԱԳԾՈՒՄ**

## ՀԱՍՏԱՌՈՏԱԳԻՐ

Նախագծվել է էլեկտրաքիմիական բջջի միջով անցնող հոսանքը գրանցող վիրտուալ բևեռագրիչ, որտեղ կիրառվել է փոփոխական լարում: Ուսումնասիրվել են էլեկտրաքիմիական բջջի միջով անցնող հոսանքի մաթեմատիկական մոդելը և էլեկտրաքիմիական բջջի համարժեք էլեկտրոնային սխեման:

LabVIEW ծրագրային ապահովման միջոցով նախագծվել է վիրտուալ բևեռագրիչ, որի փորձարկման ժամանակ

օգտագործվել են իրականում կատարված փորձի տվյալները: Իրական և վիրտուալ բևեռագրիչների փորձերի արդյունքում ստացված տվյալները բավականին մոտ են եղել միմյանց:

*Առանցքային բառեր. փոփոխական հոսանք, էլեկտրոնային համարժեք, էլեկտրաքիմիական բջիջ, էլեկտրաքիմիական ռեակցիայի դարձելիություն:*

**V.S. SOGHOMONYAN, A.S. MATEVOSYAN,  
T.S. KOSTANYAN  
DESIGNING OF VIRTUAL POLAROGRAPH**

**Summary**

Was designed the virtual polarograph of the current passing through the electrochemical cell, where alternating current was used. Investigated by the mathematical model and the current passing through the electrochemical cell of the electronic equivalent scheme.

Designed a virtual polarograph by LabVIEW software and during test where used the data of a real experience. The results of the experiments of real and virtual polarographs were quite close to each other.

***Key Words:** alternating current, electronic equivalent, electrochemical cell, reversibility of the electrochemical reaction.*

**ԾՐԱԳՐԱՅԻՆ ԱՊԱՀՈՎՄԱՆ ՆԵՐԴՐՈՒՄԱՅԻՆ  
ՆԱԽԱԳԾԵՐՈՒՄ ՌԻՍԿԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ  
ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ԻՐԱԿԱՆ ՕՊՑԻՈՆՆԵՐԻ  
ՀԱՄԱՏԵՔՍՈՒՄ**

**Կ. Վ. ՊԵՏՐՈՍՅԱՆ, Ա. Հ. ԳՐԻԳՈՐՅԱՆ,  
Տ. Ա. ՄԻՔԱՅԵԼՅԱՆ**

Ռիսկի դիտարկումը ռազմավարական ներդրումային նախագծերում շատ կարևոր է, քանի որ դրանից է կախված նախագծի հետագա հաջող առաջխաղացումը և ավարտը: Ռիսկը արտաքին և ներքին ազդող գործոններով պայմանավորված անորոշ պայման է, որը կարող է դրական կամ բացասական ազդեցություն ունենալ նախագծի վերջնական արդյունքի վրա: Ռիսկը կարող է ունենալ մեկ կամ ավելի պատճառներ: Պատճառները կարող են լինել հայտնի, որոնք բացահայտվել և վերլուծվել են նախկին նախագծերի մշակման ժամանակ և անհայտ, որոնք դեռևս չեն բացահայտվել և չեն վերլուծվել: Այսպիսի ռիսկերը հիմնականում հնարավոր չէ վերահսկել, սակայն կարելի է ուսումնասիրել դրանց առաջացման պատճառները և մշակել դրանց բացասական ազդեցությունները նվազեցնող միջոցները: Յուրաքանչյուր նախագծի համար անհրաժեշտ է մշակել ռիսկի կառավարման համապատասխան մոտեցում՝ հաշվի առնելով նախագծի պահանջները, արտաքին և ներքին ազդող գործոնները, կազմակերպության պահանջները և այլն [1]:

Նախագծի ռիսկի կառավարումը շարունակական գործընթաց է, որը կարող է փոփոխվել՝ կախված նախագծի մշակման ընթացքում առաջացող արտաքին և ներքին ազդեցություններից, նախագծի պահանջներից և փոփոխվող բիզնես պայմաններից: Ռիսկի կառավարման գործընթացի հիմնական մասնակիցներն են՝ նախագծի ղեկավարը, նախագծի թիմի անդամները, ռիսկի կառավարման թիմը, փորձագետները,

վերջնական օգտագործողները, պատվիրատուն և նախագծով շահագրգռված այլ անձիք:

Նախագծի ռիսկի կառավարումը ներառում է հետևյալ գործընթացները.

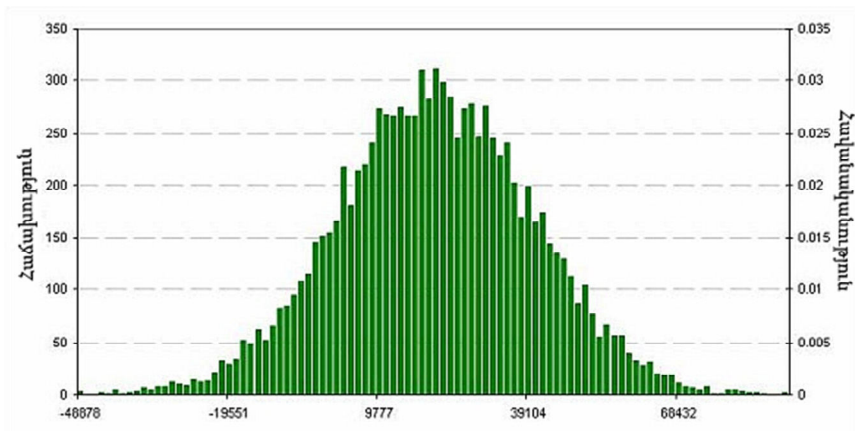
- ռիսկի բացահայտում
- ռիսկի գնահատում
- ռիսկի վերահսկում:

Ռիսկի բացահայտման գործընթացը ռիսկի կառավարման առաջնային փուլն է, որը նպատակաուղղված է որոշելու ռիսկի հնարավոր աղբյուրները և անորոշության պայմանները, արտաքին և ներքին անորոշ ազդեցությունները և դրանց առանձնահատկությունները նախագծի մշակման ժամանակ: Այն ներառում է նախագծի փաստաթղթերի վերլուծության, նախագծի ռիսկերի վերաբերյալ անհրաժեշտ տեղեկատվության հավաքագրման, հնարավոր վարկածների դիտարկման, ռիսկերի սկզբնապատճառների բացահայտման և անհրաժեշտ դիագնոզների ու ցուցակների կազմման գործողությունները [2]:

Ռիսկի բացահայտումը շարունակական գործընթաց է, քանի որ նախագծի մշակման ընթացքում կարող են առաջանալ նոր ռիսկեր: Ռիսկի բացահայտման գործընթացը սովորաբար հանգեցնում է ռիսկի գնահատմանը և վերլուծությանը:

Ռիսկի բացահայտման գործընթացին հաջորդում է գնահատման կամ վերլուծության գործընթացը: Նախ բացահայտվում են բոլոր հնարավոր ռիսկերի աղբյուրները, անորոշության պայմանները, որից հետո կատարվում է ռիսկի գնահատում: Բացահայտված ռիսկերի և անորոշության տարրերի հիման վրա կազմվում են առաջնայնության հարաբերակցություններ, որոնք հնարավորություն են տալիս կատարել որակական և քանակական վերլուծություններ:

Նկար 1-ում ներկայացված է Մոնտե Կառլոյի սիմուլյացիայի միջոցով ռիսկի գնահատման դիագրամը [3]:



Նկ. 1. Ռ-իսկի գնահատումը Մոնտե-Կառլոյի սինուլյացիայի միջոցով

Ռ-իսկի վերահսկումը նախագծի նոր ռիսկերի բացահայտման, պլանավորման, բացահայտված ռիսկերի վերանայման գործընթաց է: Ռ-իսկի վերահսկման գործընթացի նպատակն է նվազեցնել բացասական ազդեցությունների հավանականությունը նախագծի մշակման ընթացքում: Ինչպես ռիսկի կառավարման այլ գործընթացները, ռիսկի վերահսկման գործընթացը ևս կրում է շարունակական բնույթ և իրականացվում է նախագծի մշակման ողջ ընթացքում: Ռ-իսկի վերահսկումը ենթադրում է այլընտրանքային ռազմավարության ընտրություն, ռիսկի վերագնահատում, շտկման գործողությունների իրականացում, անհրաժեշտության դեպքում՝ կառավարման պլանի փոփոխում և կանխարգելման գործողությունների իրականացում:

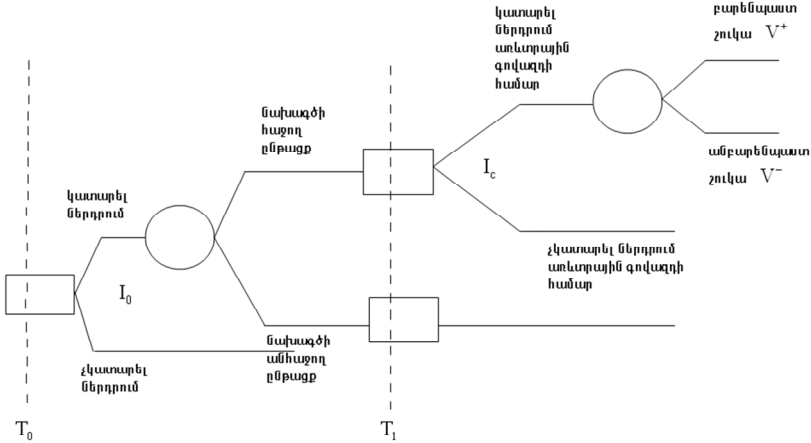
### **Ներդրումները ծրագրային ապահովման նախագծերում որպես իրական օպիոններ**

Ծրագրային ապահովման ստեղծման նախագծերին միշտ բնորոշ են անորոշությունները, որոնք առաջանում են համապատասխան ռիսկերից, որոնք էլ իրենց հերթին կապ-

ված են ինչպես ծրագրային ապահովման ստեղծման, այնպես էլ նրա առևտրային գովազդի հետ (կոմերցիա): Կոմերցիայի հետ կապված որոշումները իրականանում են միայն տրված նախագծի անորոշությունների բացակայությունից հետո: Հետևաբար, կարող ենք ուսումնասիրել ծրագրային ապահովման նախագծերի ներդրումները օպցիոնների հիման վրա, որտեղ առևտրային գովազդի փուլը դիտարկվում է որպես ներդրումային հնարավորություն: Ծրագրային ապահովման նախագծերում ներդրումները կարող են համեմատվել քոլ օպցիոնի հետ, որպես կոմերցիայի ապագա որոշման հնարավորություն և որպես ներդրումային օպցիոնի իրականացում միայն այն դեպքում, երբ ծրագրային ապահովման մշակման արդյունքը դրական է: Հակառակ դեպքում կազմակերպությունը ներդրում չի կատարի տվյալ նախագծում: Այս գաղափարի վրա հիմնվելով՝ կարելի է ասել, որ ներդրումը ծրագրային ապահովման նախագծերում կարելի է դիտարկել, որպես իրական օպցիոնի  $I_0$  արժեք, որի դեպքում առևտրային գովազդի նախագիծը կշարունակվի միայն այն դեպքում, եթե ծրագրային ապահովման մշակումը հաջողված է: Այսինքն՝ ներդրումային ծախսերը ծրագրային ապահովման նոր նախագծի կոմերցիայի համար կարող են դիտարկվել որպես օպցիոնի իրագործման արժեք, իսկ  $V_0$  գումարային հոսքերի ընթացիկ արժեքը, որը ստացվում է կոմերցիայից, կարող է դիտարկվել որպես ակտիվի արժեք:

Այն ժամանակը, երբ նոր ծրագրային ապահովումը դուրս է բերվում շուկա, կարող է դիտարկվել որպես օպցիոնի իրականացման ժամկետ: Ենթադրելով, որ առևտրային գովազդի որոշումը հավանաբար իրագործվում է  $T_1$  ժամանակահատվածում, կազմակերպությունը կարող է նույնպես օպցիոնը դիտարկել որպես կոմերցիայի հետաձգման որոշում: Այս դեպքում սպասման օպցիոնը ունի արժեք, այնինչ առևտրային գովազդի օպցիոնը չի օգտագործվել: Որպեսզի կարողանանք ընկալել ներդրման հաջորդականությունը ծրագրային ապահովման նախագծի ստղծման մեջ և արդյունքում ստանալ առևտ-

րային գովազդի հնարավորություն, կարող ենք օգտագործել որոշումների կայացման ծառի կառուցվածքը: Նկար 2-ում սխեմատիկորեն ներկայացված է անորոշությունների պայմաններում որոշումների կայացման ծառը ծրագրային ապահովման տիպական նախագծերի համար նոր կոմերցիոն նախագիծ մշակելու նպատակով [3,5]:



Նկ. 2. Որոշումների կայացման ծառը ներդրումային գործընթացի համար

Ծրագրային ապահովման նախագծման արդյունքում ստացված անորոշությունը նկարագրելու համար դիտարկենք հետևյալ հավանականությունները. ծրագրի նախագծման հաջող ընթացքն ունի  $P(S)p$ , իսկ անհաջող ընթացքը՝  $p(Q) = 1 - p$  հավանականությունները:

Հարկ է նշել, որ ընդհանուր դեպքում կարող ենք դիտարկել ծրագրային ապահովման ներդրումային նախագծերի որոշումների ծառը ցանկացած ընթացքի դեպքում և ցանկացած քանակությամբ փուլերի համար:

Կոմերցիայի ստեղծման անորոշության նկարագրման համար ենթադրենք, որ ծրագրային ապահովման արժեքը կարող է լինել կամ  $V^+$  գ հավանականությամբ, եթե շուկան

նոր ծրագրային ապահովման նախագծման համար համարվում է հաջող, և  $V^-$  ( $1-q$ ) հավանականությամբ, եթե շուկան անհաջող է նոր ծրագրային ապահովման նախագծման համար:

Ենթադրենք, որ ծրագրային ապահովման ներդրումային նախագծի՝  $V$  և ակտիվի՝  $S$  արժեքները նկարագրվում են հետևյալ սկզբունքով: Ծրագրային ապահովման ներդրումային նախագծի՝  $V$  և ակտիվի՝  $S$  արժեքները առաջին փուլի վերջում կարող են ընդունել համապատասխանաբար հետևյալ երկու արժեքներից մեկը՝  $V^+$  (կամ  $uV$ ),  $S^+$  (կամ  $uS$ )  $q$  հավանականությամբ կամ  $V^-$  (կամ  $dV$ ),  $S^-$  (կամ  $dS$ )  $1-q$  հավանականությամբ:  $F$  ներդրումային հնարավորության արժեքի փոփոխության դինամիկան ամբողջությամբ կհետևի  $V$  և  $S$  արժեքների փոփոխության դինամիկային: Հետևաբար ներդրումային արժեքը մեկ պարբերություն հետո կլինի  $F^+$   $q$  հավանականությամբ և  $F^-$   $1-q$  հավանականությամբ:

Այժմ կարող ենք սովորական բաժնետոմսերի օպցիոնների արժեքների հաշվարկման համար կիրառել հեջավորման ստանդարտ սկզբունքը: Ենթադրենք, որ ներդրողը  $n$  սովորական բաժնետոմսերից, որոնցից յուրաքանչյուրի արժեքը հավասար է  $S$  պայմանական դրամական միավորի, կարող է գնել առանց ռիսկի փոխառություն  $B$  պայմանական դրամական միավոր արժեքով: Այսպիսի մոտեցումը հնարավորություն է տալիս ստեղծել ծրագրային ապահովման նախագիծ՝ անկախ նախագիծի հաջող ավարտ ունենալուց կամ չունենալուց: Շուկայական հավասարակշռության այսպիսի մոտեցումը, որը չունի առանց ռիսկերի միջնորդաշահի (arbitrage) հնարավորություններ,  $F$  ներդրումային հնարավորությունը պետք է ունենա այն նույն արժեքը, ինչ որ համարժեք թղթապանակը:

Հեջավորման ծախսերը ընթացիկ ժամանակահատվածում հավասար են  $nS - B$ : Թղթապանակի արժեքը նախագծի



վերջում կունենա հետևյալ տեսքը՝  $nS^+ - Br$  գ հավանականությամբ, կամ  $nS^- - Br$   $1 - q$  հավանականությամբ: Քանի որ հեջավորումն ընտրվում է այնպես, որ նույնությամբ արտահայտի քոլ օպցիոնի արժեքը առաջին պարբերության վերջում, մասնավորապես  $F^+ = nS^+ - Br$  և  $F^- = nS^- - Br$ , որտեղ  $r = 1 + \text{առանց ռիսկի տոկոսադրույքն է: Այս երկու հավասարումներով } n - \text{ի և } B - \text{ի համար կարելի է ստանալ հետևյալ բանաձևերը.}$

$$n = \frac{F^+ - F^-}{S^+ - S^-}, \quad (1)$$

$$B = \frac{F^+S^- - F^-S^+}{(S^+ - S^-)r}, \quad (2)$$

Միջնորդաշահի բացակայության հնարավորությունը նշանակում է, որ  $F$  ներդրումային հնարավորության ընթացիկ արժեքը չի կարող լինել թրթապանակի արժեքից ոչ պակաս, ոչ էլ ավել: Հետևաբար, ներդրումային հնարավորության արժեքը հավասարակշռված դիրքում պետք է հավասար լինի թրթապանակի արժեքին, այսինքն՝  $F = nS - B$ : Այս հավասարման մեջ տեղադրելով  $n$ -ի և  $B$ -ի արժեքները՝ ներդրումային հնարավորության արժեքի համար կստանանք հետևյալ բանաձևերը.

$$F = \frac{\lambda F^+ + (1 - \lambda)F^-}{r}, \quad (3)$$

$$\lambda = \frac{rS - S^-}{S^+ - S^-} = \frac{r - d}{r - d}, \quad (4)$$

որտեղ  $\lambda$ -ն չեզոք ռիսկային հավանականությունն է: Նշենք, որ բանաձևերը կախված չեն  $q$  հավանականությունից:

Երկանդամի մոդելի կիրառման համար անհրաժեշտ է ստեղծել համապատասխան ցանց, որտեղ  $S$ -ի և  $V$ -ի արժեքները անհայտ են ապագա պարբերություններում: Այս պարագայում անհրաժեշտ երկանդամի ցանցը դիտարկվում է միայն մեկ պարբերության համար, սակայն այս մոտեցումը

հեշտությամբ կարող է կիրառվել նաև մեկից ավելի պարբերությունների դեպքում: Յանց ստեղծելու համար անհրաժեշտ է գտնել  $u$ -ի,  $d$ -ի և  $\lambda$ -ի արժեքները՝ օգտագործելով հայտնի բանաձևերը [5,6], որտեղ արժեթղթերի օպցիոնների գնահատման համար կիրառվում է երկանդամի մոդելը: Հաջորդ հավասարումները հիմնված են Բլեյ Շոուլսի [6] բանաձևերի վրա, երբ  $\Delta T$  ժամանակային միջակայքը բավականին փոքր է, մասնավորապես՝

$$u = e^{\sigma\sqrt{\Delta T}}, \quad (5)$$

$$d = e^{-\sigma\sqrt{\Delta T}}, \quad (6)$$

$$\lambda = \frac{r - d}{u - d}, \quad (7)$$

որտեղ  $S$ -ը արժեթղթի արժեքն է զրո պարբերությունում, որտեղ ընդունվում են որոշումներ առևտրային գովազդի վերաբերյալ:  $r$ -ը առանց ռիսկի տոկոսադրույքն է, իսկ  $\sigma$ -ն՝ արժեթղթի արժեքի անկայունությունը (volatility):

Ծրագրային ապահովման նախագծման օպցիոնի արժեքի գնահատման համար, կապված առևտրային գովազդի որոշման հետ, կարող ենք համադրել մեկ պարբերությամբ մոդելը և ծառի որոշման մեթոդը՝ կատարելով հետևյալ ենթադրությունները.

- առևտրային գովազդի նախագիծը հիմնավորվում է արժեթղթային կապիտալով
- նախագծի ընդհանուր արժեքը, այսինքն՝  $V$  ապագա դրամական հոսքերի ընթացիկ արժեքը, որը հիմնավորվել է նմանատիպ նախագծերի վերլուծությամբ, ստացվում է երկանդամի գործընթացից և ամբողջովին համապատասխանում է  $S$  արժեթղթի արժեքին
- ենթադրվում է, որ արժեթղթերի անկայունությունը հաստատուն է ժամանակի ընթացքում:

Ծրագրային ապահովման նախագծում ներդրումը՝  $I_0$ -ն, մեկնաբանվում է որպես առևտրային գովազդում նոր նախագծի իրական օպցիոնի արժեք, եթե, իհարկե, ծրագրային

ապահովման նախագիծը ավարտվել է հաջողությամբ: Իսկ եթե ծրագրային ապահովման նախագիծը անհաջողության է մատնվել, բնականաբար, առևտրային գովազդի համար ներդրում չի կատարվի, և արդյունքում կորուստները կսահմանափակվեն միայն ծրագրային ապահովման նախագծման ծախսերով: Ծրագրային ապահովման  $V$  ընդհանուր արժեքը նմանատիպ նախագծի գործունեության հենքային մակարդակն է առևտրային գովազդի մասին որոշում կայացնելու ժամանակ: Ծրագրային ապահովման նախագծման սկզբնական ներդրումը ընկերությանը տալիս է  $I_0$  ներդրման օպցիոն հետագայում  $\alpha\%$  աճ ստանալու համար: Հետևաբար, բաժնետերերի համար նոր ծրագրային ապահովման նախագծի ներդրման հնարավորության արժեքը կլինի՝

$$F = \max[\alpha V - I, 0]: \quad (8)$$

Իսկ մեկ պարբերություն հետո, եթե նոր ծրագրային ապահովման ստեղծման համար շուկան բարենպաստ է, բաժնետերերի համար ներդրումային հնարավորության արժեքը կլինի՝

$$F^+ = \max[\alpha V^+ - I, 0]: \quad (9)$$

Համապատասխանաբար մեկ պարբերություն հետո, եթե նոր ծրագրային ապահովման ստեղծման համար շուկան անբարենպաստ է, բաժնետերերի համար ներդրումային հնարավորության արժեքը կլինի՝

$$F^- = \max[\alpha V^- - I, 0]: \quad (10)$$

Ծրագրային ապահովման նախագծման ներդրումային հնարավորությունը, իր մեջ ներառելով առևտրային գովազդի նոր նախագծի իրականացման իրական օպցիոն, երբ ծրագրային ապահովման մշակումը հաջողվել է, հայտնի է որպես NPV (SNPV): Այն որոշվում է հետևյալ բանաձևով՝

$$\text{SNPV} = pF_0 - I_0 = \frac{p[\mu F^+ + (1-\mu)F^-]}{r} - I_0: \quad (11)$$

Այսպիսով, դիտարկվեց ծրագրային ապահովման ներդրումային նախագծերի օպտիմալ կառավարման հայեցակարգ իրական օպցիոնների համատեքստում: Այսպիսի մոտեցումը հնարավորություն է տալիս գնահատել ծրագրային ապահովման ներդրումային նախագծերի ռազմավարությունը:

Առանցքային բառեր. *ծրագրային ապահովում, կառավարում, ռիսկ, անորոշություն, իրական օպցիոն, ներդրումային նախագիծ:*

### ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Воробьев С.Н., Балдин К.В. Управление рисками в предпринимательстве. - М.: Дашков и К<sup>o</sup>, 2007. - 772 с.
2. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Теория риска и моделирование рискованных ситуаций. - М.: Дашков и К<sup>o</sup>, 2005. - 880 с.
3. Mun J. Modeling Risk: Applying Monte Carlo Simulation, Real Options Analysis, Forecasting, and Optimization (2nd Edition). Wiley, 2010. - 1000 p.
4. Карслян Э.В., Петросян К.В. Управление проектами как процесс обучения в условиях рыночных и корпоративных рисков // Вестник-76 ГИУА: Сборник научных и методических статей. - Ереван, 2009. - Том 1, N 1. - С. 510-514.
5. Лимитовский М.А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках. - М.: ЮРАЙТ, 2008. - 464 с.
6. Trigeorgies L. Real Options: Managerial Flexibility and Strategy in Resource Allocation. - The MIT Press, 2000. - 427 p.

**К. В. ПЕТРОСЯН, А. Г. ГРИГОРЯН, Т. А. МИКАЕЛЯН**  
**ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В**  
**ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТАХ ПО СОЗДАНИЮ**  
**ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ**  
**РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ**

**Резюме**

В статье рассматривается, по существу, одна из важных и трудных проблем управления сложным процессом инвестирования в проекты по созданию программного обеспечения, а именно: проблема принятия решений с высоким уровнем неопределенностей и неполноты знаний, связанная с изменениями условий на рынке, ухудшением технических требований к разрабатываемому программному обеспечению, поведением конкурентов.

В этой связи возникает насущная необходимость в создании формальных научных основ для разработки адекватных математических моделей стратегий управления по созданию программного обеспечения в условиях разного рода неопределенностей.

**Ключевые слова:** *программное обеспечение, управление, риск, неопределенность, реальный опцион, инвестиционный проект.*

**K. V. PETROSYAN, A. H. GRIGORYAN,  
T. A. MIKAELYAN  
RISK MANAGEMENT IN INVESTMENT PROJECTS OF  
SOFTWARE DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF  
REAL OPTIONS**

**Summery**

In this paper one of the most important and significant problems of the management of complex investment process in software development is examined, namely the problem of decision-making with a high level of uncertainty and incompleteness of knowledge related to changes of the conditions in market, deterioration of technical requirements to the developed software and the behavior of competitors.

In this case, there is a pressing need for a formal scientific basis for the development of adequate mathematical models of strategies to manage software development under various types of uncertainties.

**Key words:** *software, management, risk, uncertainty, real option, investment project.*

## **ИНФОРМАТИВНОСТЬ РАЗНЕСЕННЫХ РЛС ПРИ ТЕНЕВОМ РАССЕЯНИИ**

**Г. Л. АЙВАЗЯН**

Усложнение задач, решаемых современными радиолокационными системами различного назначения, повышает требования к их тактико-техническим характеристикам и приводит к необходимости поиска новых технических решений в создании основных компонентов радиолокационных систем (РЛС). В этой связи многопозиционные РЛС (МПРЛС) значительно лучше отвечают требованиям, предъявляемым к современным и перспективным радиолокационным средствам, поскольку позволяют более эффективно использовать информацию, содержащуюся в пространственной структуре электромагнитного поля. Благодаря этому улучшаются энергетические характеристики МПРЛС, повышается их информативность, помехозащищенность и живучесть [1-5].

Для нормального функционирования радиолокационных систем, решающих задачи классификации и распознавания объектов, требуется большой объем радиолокационной информации. Получение высококачественной информации при этом может быть также достигнуто применением многопозиционных РЛС [6,7].

Однако, информативность разнесенных РЛС может быть дополнительно повышена за счет их функционирования в специфическом режиме теневого рассеяния, вызывающем многократное увеличение бистатической эффективной площади рассеяния (ЭПР) радиолокационных целей [8-10].

В теоретическом плане наибольший интерес с точки зрения анализа характеристик и показателей качества представляет бистатическая РЛС. Это объясняется тем, что бистатическая система является элементарным звеном, зная характеристики которого можно провести исследование более

сложной МПРЛС. Поэтому анализ информативности ведется применительно к бистатической РЛС.

Для оценки информационных возможностей разнесенных РЛС, работающих в режиме теневого рассеяния, воспользуемся выражением для показателя информативности системы распознавания радиолокационных объектов [6]

$$I = \delta FT \log_2(1 + q^2) \quad (1)$$

где  $I$  - количество информации,

$\delta F$  - полоса частот,

$T$  - время получения и обработки радиолокационной информации,

$q$  - отношение сигнал / шум.

В случае бистатической радиолокационной системы, отношение сигнал / шум по мощности  $q_b^2$  может быть представлено в виде [11]

$$q_b^2 = \frac{\sigma_b}{\sigma_m} q_m^2 \quad (2)$$

где  $q_m^2$  - отношение сигнал / шум в эквивалентной моностатической системе,

$\sigma_b$  - бистатическая ЭПР радиолокационного объекта,

$\sigma_m$  - моностатическая ЭПР радиолокационного объекта.

Тогда для показателя информативности разнесенной радиолокационной системы с учетом (2) получим

$$I_b = \delta FT \log_2(1 + \frac{\sigma_b}{\sigma_m} q_m^2) \quad (3)$$

Для средних значений бистатической ЭПР радиолокационного объекта произвольной формы имеем [9]

$$\sigma_b \approx 4\pi \left(\frac{\bar{S}}{\lambda}\right)^2, \beta \leq \beta^* \quad (4)$$

$$\sigma_b \approx \frac{\lambda \bar{l}}{\pi^2 \beta^3}, \beta > \beta^* \quad (5)$$

$$\beta^* = \frac{\lambda}{\pi} \left(\frac{\bar{l}}{4 \bar{S}^2}\right)^{1/3} \quad (6)$$

где

$\beta^*$  - угол, определяющий границу между главным лепестком и боковыми лепестками



диаграммы рассеяния в случае бистатической радиолокации,

$\beta$  - угол, дополняющий бистатический угол рассеяния  $\bar{\beta}$  до  $180^\circ$  ( $\beta = \pi - \bar{\beta}$ ),

$\bar{l}$  - средняя длина теневого контура объекта,

$\bar{S}$  - площадь плоской фигуры, ограниченной кривой раздела освещенной и теневой

частей объекта,

$\lambda$  - длина волны.

Средняя ЭПР обратного рассеяния выпуклого объекта произвольной формы равна [9,12]

$$\sigma_m = \frac{S_{\Pi}}{4} \quad (7)$$

где  $S_{\Pi}$  - площадь полной поверхности радиолокационного объекта.

Из (3) на основании соотношений (4) и (5) с учетом коэффициента отражения  $\gamma$  получим

$$I_b = \delta FT \log_2 \left( 1 + \frac{16\pi\bar{S}^2}{\lambda^2 \gamma S_{\Pi}} q_m^2 \right), \beta \leq \beta^* \quad (8)$$

$$I_b = \delta FT \log_2 \left( 1 + \frac{4\lambda\bar{l}}{\pi^2 \beta^3 \gamma S_{\Pi}} q_m^2 \right), \beta > \beta^* \quad (9)$$

Полученные выражения можно использовать для оценки выигрыша в количестве информации, необходимом для распознавания, обусловленного режимом теневого рассеяния.

Учитывая выражения (1) и (3), для отношения  $I_w = I_b / I_m$  показателей информативности бистатической и моностатической систем получим

$$I_w = \frac{\log_2 \left( 1 + \frac{16\pi\bar{S}^2}{\lambda^2 \gamma S_{\Pi}} q_m^2 \right)}{\log_2(1 + q_m^2)}, \beta \leq \beta^* \quad (10)$$

$$I_w = \frac{\log_2 \left( 1 + \frac{4\lambda\bar{l}}{\pi^2 \beta^3 \gamma S_{\Pi}} q_m^2 \right)}{\log_2(1 + q_m^2)}, \beta > \beta^* \quad (11)$$

В частности, для радиолокационного объекта конической формы с радиусом основания  $a$ , полууглом при вершине  $\alpha$  и высотой  $h$  имеем [9]

$$\bar{l} \simeq 2a \left[ 1,2 + \frac{1 - (\cos \alpha)^2 / 6}{\sin \alpha} \right] \quad (12)$$

$$S_{\Pi} = \pi a (a + \sqrt{a^2 + h^2}) \quad (13)$$

$$\bar{S}^2 \simeq \left( \frac{S_{\Pi}}{4} \right)^2 = \left[ \frac{\pi a}{4} (a + \sqrt{a^2 + h^2}) \right]^2 \quad (14)$$

Следовательно, для объекта конической формы соотношения (6), (10) и (11) на основании (12) - (14) примут вид

$$I_w \simeq \frac{\log_2 \left[ 1 + \left( \frac{\pi a}{\lambda} \right)^2 \frac{1 + (1 + (h/a)^2)^{1/2}}{\gamma} q_m^2 \right]}{\log_2 (1 + q_m^2)}, \beta \leq \beta^* \quad (15)$$

$$I_w \simeq \frac{\log_2 \left[ 1 + \frac{4\lambda(2,4 + (6 - (\cos \alpha)^2) / 3 \sin \alpha)}{a\gamma(\pi\beta)^3 (1 + (h/a)^2)^{1/2}} q_m^2 \right]}{\log_2 (1 + q_m^2)}, \beta > \beta^* \quad (16)$$

$$\beta^* = \frac{2\lambda}{\pi a} \left[ \frac{1,2 + (1 - (\cos \alpha)^2 / 6) / \sin \alpha}{\pi^2 (1 + (h/a)^2)^{1/2}} \right]^{1/3} \quad (17)$$

Аналогично, для радиолокационного объекта в виде кругового цилиндра высотой  $h$  и радиусом основания  $a$  имеем [9]

$$\bar{l} \simeq (\pi h / 2) + 4,96a \quad (18)$$

$$S_{\Pi} = 2\pi a (a + h) \quad (19)$$

$$\bar{S}^2 \simeq 4(ah)^2 \left( 1 - \frac{\pi}{6} \right) + \frac{\pi a^3}{6} (\pi a + 4h) \quad (20)$$

Подставляя выражения (18) - (20) в (6), (10) и (11), получим

$$I_w \simeq \frac{\log_2 \left[ 1 + 16 \left( \frac{a}{\lambda} \right)^2 \frac{4 \left( 1 - \frac{\pi}{6} \right) \left( \frac{h}{a} \right)^2 + \left( \frac{\pi}{6} \right) \left( \pi + \frac{4h}{a} \right)}{\gamma \left( 1 + \frac{h}{a} \right)} q_m^2 \right]}{\log_2 (1 + q_m^2)}, \beta \leq \beta^* \quad (21)$$

$$I_w \simeq \frac{\log_2 \left[ 1 + \frac{2\lambda \left( \frac{\pi h}{2a} + 4,96 \right)}{a\gamma(\pi\beta)^3 (1 + h/a)} q_m^2 \right]}{\log_2 (1 + q_m^2)}, \beta > \beta^* \quad (22)$$

$$\beta^* = \frac{\lambda}{\pi a} \left\{ \frac{4,96 + \pi h / 2a}{4 \left[ 4 \left( 1 - \frac{\pi}{6} \right) \left( \frac{h}{a} \right)^2 + \left( \pi + \frac{4h}{a} \right) \frac{\pi^2}{6} \right]} \right\}^{1/3} \quad (23)$$

Для оценки информационных возможностей разнесенных радиолокационных станций, работающих в

режиме теневого рассеяния, воспользуемся также эмпирической формулой,

связывающей бистатистическую и моностатическую ЭПР радиолокационных объектов [8]

$$\frac{\sigma_b}{\sigma_m} = 1 + \exp[ n|\bar{\beta}| - (2,4n + 1) ] \quad (24)$$

где  $n$  – эмпирический коэффициент, определяемый конфигурацией и сложностью радиолокационного объекта. Подставляя (24) в (3), для отношения  $I_w = I_b / I_m$  показателей информативности бистатистической и моностатической систем получим

$$I_w = \frac{\log_2\{1+[ 1 + \exp[ n|\bar{\beta}| - (2,4n + 1) ]\}}{\log_2(1+q_m^2)} \quad (25)$$

Для оценки информационных возможностей бистатистических систем в режиме теневого рассеяния были проведены расчеты по формулам (15) - (17), (21) - (23) и (25) для конуса с параметрами  $\lambda/a = 0,5$ ,  $h/a = 6$  и цилиндра с параметрами  $\lambda/a = 0,2$ ,  $h/a = 16$ .

Из расчетов следует, что при бистатистических углах  $\bar{\beta} > 135^0$  имеет место возрастание выигрышей. Наибольшие выигрыши наблюдаются в области главного лепестка диаграммы рассеяния ( $\bar{\beta} > 175^0$ ). Так, для отношения сигнал/шум  $q = 1$  выигрыши возрастают более чем на порядок как для конуса, так и для цилиндра.

Однако и в области боковых лепестков диаграммы рассеяния значения выигрышей достаточно большие. Так, например, в случае конуса (цилиндра) при  $\gamma = 1$  увеличение бистатистического угла от  $165^0$  до  $175^0$  вызывает возрастание выигрыша от 4,6 дБ (1 дБ) до 8,7 дБ (7,1 дБ). Кроме того, выигрыши возрастают при уменьшении коэффициента отражения  $\gamma$ . Так, при уменьшении  $\gamma$  от 1 до 0,01 выигрыши возрастают на 5 дБ для конуса и на 8 дБ для цилиндра при  $q = 1$  и  $\bar{\beta} = 165^0$ . Из анализа результатов расчетов можно также заключить, что наибольшие выигрыши получаются при малых значениях отношения сигнал/шум  $q$ .

Таким образом, обобщая сказанное можно заключить, что информативность разнесенных радиолокационных систем может быть заметно повышена за счет их функционирования в режиме теневого рассеяния, реализуемого при больших значениях бистатических углов.

**Ключевые слова:** *бистатическая радиолокация, многопозиционная радиолокация, теневое рассеяние.*

## ЛИТЕРАТУРА

1. S.R. Doughty. Development and Performance Evaluation of a Multistatic Radar System. University College London, 2008, pp.213
2. C.J. Baker. An Introduction To Multistatic Radar. College of Engineering and Computer Science, ANU, 2007, pp.20
3. V.S. Chernyak. Fundamentals of Multisite Radar Systems: Multistatic Radars and Multiradar Systems, Gordon and Breach Science Publishers, 1998, pp.475
4. C.J. Baker, A.L.Hume. Multistatic Radar Sensing, IEEE Aerospace and Electronic Systems Magazine, 2003, Volume 18-2, pp.3-6
5. W. Beide. The Nature of Bistatic and Multistatic Radar, International Conference on Radar, 2001, pp.15-18
6. W.G. Nebabin. Methods and Techniques of Radar Recognition, Artech House, 1995, pp. 239
7. А.Л Горелик, В.А. Скрипкин. Селекция и распознавание на основе локационной информации, Москва, Радио и связь, 1990,-240с.
8. В.Я. Аверьянов. Разнесенные радиолокационные станции и системы, Минск, Наука и Техника, 1978, -250с.
9. А.К. Черемисов. Статистические характеристики эффективной площади рассеяния тела в бистатической радиолокации, Москва, Радиотехника и Электроника, 1987, N 12, с.2516-2524

10. J.I. Glaser Bistatic RCS of complex objects near forward scatter, IEEE Trans.AES,1985, N1, pp.70-78
11. Г.Л. Айвазян. Адаптивное управление сопровождением объектов в разнесенных РЛС при теновом рассеянии, Ереван, Европейская Академия: Сборник научных трудов, 2011, N1(01),с.156-165
12. В.О. Кобак. Радиолокационные отражатели, Москва, Сов.Радио, 1975, -248с.

**Գ.Լ. ԱՅՎԱԶՅԱՆ**  
**ՏԱՐԱՆՁԱՏՎԱԾ ՌԱԴԻՈԼՈԿԱՑԻՈՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԵՐԻ**  
**ԻՆՖՈՐՄԱՑԻՈՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ**  
**ՍՏՎԵՐԱՅԻՆ ՑՐՄԱՆ ԴԵՊԵՈՒՄ**

**Ամփոփում**

Հոդվածում քննարկվում են ստվերային ցրման դեպքում տարանջատված ռադիոլոկացիոն համակարգերի ինֆորմացիոն հնարավորությունները: Գնահատվում են բիստատիկ համակարգերի ինֆորմացիոն հնարավորությունները կոնաձև և գլանաձև ռադիոլոկացիոն օբյեկտների համար:

Ստացված արդյունքները ցույց են տալիս բիստատիկ համակարգի ինֆորմացիոն բնութագրիչի նկատելի աճ ցրման դիագրամայի ինչպես գլխավոր, այնպես էլ կողային տիրույթներում:

**Առանցքային բառեր.** *բիստատիկ ռադիոլոկացիա, բազմադիրքային ռադիոլոկացիա, ստվերային ցրում:*

**G.L. AYVAZYAN**  
**INFORMATIVENESS OF SEPARATED RADARS NEAR**  
**FORWARD SCATTER**

**Summary**

In this article information capabilities of separated radars near forward scatter are discussed. The information capabilities of bistatic systems for cylindrical and conical radar objects are estimated.

The obtained results show that there is significant increasing of the information index of bistatic system near the main and side-lobe scattering.

**Keywords:** *bistatic radar, multistatic radar, forward scatter*

## ПРЕДИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА ПРЕДПРИЯТИЙ

**К. Х. Хачатрян**

Целью диагностики является определение слабых и сильных сторон фирмы с тем, чтобы исправить первые и использовать последние. Диагностика является аналитическим инструментом и средством принятия решения, которое может быть использовано фирмой независимо от того, оценивается ее положение как хорошее или плохое. В общем, цель диагностики заключается в оценке и осуществлении общих суждений с тем, чтобы выявить сильные и слабые стороны фирмы и идентифицировать ее конкурентные рычаги [ 1]-[9].

Вид диагностики зависит от характера целей, их срочности, средств и имеющихся ресурсов. Описан ряд видов диагностики, среди которых наиболее обычными являются:

а) *Общая диагностика.* Это базовая модель для анализа фирмы в целом со ссылкой на ее функции и организацию, что приводит к предложениям по улучшению.

б) *Экспресс-диагностика.* Эта диагностика предназначена для выявления причин трудностей и, прежде всего, разделения оперативных мер спасения и структурирования деятельности, которая будет осуществляться в порядке срочности и важности.

с) *Функциональная диагностика.* Это фрагментарная диагностика конкретной функции.

### ➤ **Разработка общей стратегической диагностики**

Каждый метод диагностики, будь это описательный, матричный или стратегический, имеет конкретную цель и присущие ему достоинства и недостатки. Выбор зависит от целей, средств и имеющейся информации.

Описательные методы основаны на аналитическом исследовании различных переменных внутри фирмы. Они

довольно статичны и учитывают рассматриваемые индивидуально компоненты фирмы. Матричные методы основаны на анализе и оценке стратегического позиционирования деятельности фирмы в заранее заданных конкурентных рамках. Эти методы не могут, однако, использоваться для реструктуризации и модернизации диагностики в развивающихся странах, поскольку они не учитывают технические, человеческие и организационные переменные. Мы полагаем, что общий стратегический метод может быть использован для диагностики модернизации потенциала фирмы в развивающихся странах. Такой выбор оправдан тем, что фирмы будут работать в будущем в конкурентной, турбулентной и сложной среде, которая будет обязывать выполнение определенных управленческих требований.

Сфера стратегической диагностики дает возможность изучить связь между отраслью и ее средой с целью выявления соответствующих стратегических выборов. Кроме того, этот метод позволяет определить изменения, которые малым и средним отраслям необходимо ввести для того, чтобы противостоять новой ситуации (конкуренция, рынок, технологии и т.д.), в которой они будут подвергаться новому экономическому контексту.

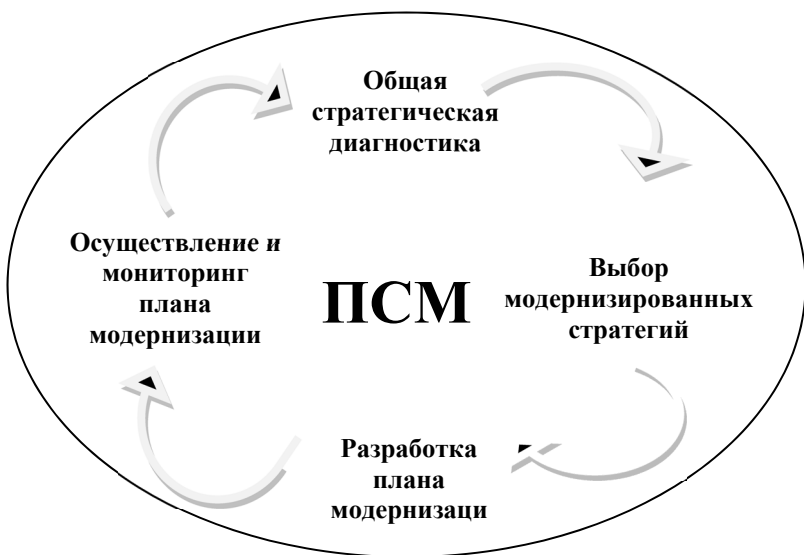
Общая стратегическая диагностика состоит из определения реальных проблем и разработки реалистичного решения к ним. Это (а) систематический анализ среды, в которой работает фирма, ее рынка и конкурентных позиций, и (б) углубленный и всесторонний анализ различных внутренних функций, включая объективную оценку возможностей и эффективности фирмы. Формы исследования разнообразны, но выводы являются специфическими для каждого случая, и по этой причине стратегическая диагностика требует методологии, которая является строгой, но достаточно гибкой для адаптации к различиям с точки зрения размера и вида деятельности. Упор делается на ключевые задачи и функции, которые



должны быть идентифицированы с самого начала, чтобы сфокусировать их внимание на более существенное.

Общая стратегическая диагностика является первым шагом в процессе стратегической модернизации (ПСМ). За ней следуют три этапа: выбор стратегий, разработка плана модернизации и реализация и мониторинг этого плана. Любые ошибки суждения, плохой выбор критериев, ссылки или бизнес-модель скорее всего сфокусируют ресурсы на решение второстепенных, а не приоритетных проблем. Рис.1.1 обобщает процесс стратегической модернизации.

С целью модернизации фирмы общая стратегическая диагностика требует точного всеохватывающего подхода на основе пяти категорий диагностики, которые образуют диагностическую структуру. Эта диагностика должна быть соединена между собой и принята во внимание стратегии и цели фирмы. Они должны быть связаны в логическую и связную форму. Количество стратегических диагностик зависит от гармоничного симбиоза из пяти компонентов (Рис 1.2).



**Рис.1.1 Процесс стратегической модернизации**

Экономическая среда, в которой функционирует фирма, может иметь положительное или отрицательное влияние на ее деятельность. Важными факторами являются те, которые оказывают непосредственное влияние на результаты деятельности фирмы (трудовое законодательство, наличие физической и институциональной инфраструктуры, качество стандартизации, сертификация и метрология учреждений, передача технологий и накопления ноу-хау, развитие партнерства и кооперации между фирмами и субподрядными рынками). Исследования показали, что несмотря на предпринятые меры, внешняя среда в развивающихся странах попрежнему характеризуется рядом структурных ограничений и организационных недостатков. Поэтому необходимо включить диагностику среды в стратегическую диагностику.

Целью этой диагностики является анализ различных и основных компонентов среды, выявление ограничений и возможностей, которые они представляют, и изучение их прямо-

го или косвенного воздействия на модернизацию и развитие производственного предприятия. Эта диагностика приводится на рис.1.3.



**Рис. 1.2 Процедура полной стратегической диагностики**

➤ **Диагностика экономической и социальной среды.**

Анализ этой среды обеспечивает существенный указатель на происхождение ограничений и возможностей для модернизации фирм. Он мог бы включать:

- Тенденции основных экономических данных страны, таких как средний показатель на душу населения, валовой национальный продукт, потребление, инвестиции, экономический рост, обменный курс, экспорт и / или импорт страны, сектор и отрасль, а также продукция, производимая фирмой на ее рассмотрение, экономическая политика.

- Основные экономические меры, принятые государством в целях поощрения и финансирования отрасли и связанных с ней услуг, поддержки реструктуризации и модернизации предприятий

- Влияние на эффективность отрасли различных экономических и политических факторов, таких как девальвация национальной валюты, увеличение стоимости затрат, средняя стоимость капитала, труд и выходные.



**Рис.1.3 Структура и архитектура экономической и промышленной среды**

➤ **Диагностика производственной среды.** Производственная среда предприятия состоит из всех тех факторов (физические лица, предприятия и организации) и экономических и технических факторов, которые оказывают влияние на его собственные результаты, а также на результаты его прямых конкурентов. Поэтому диагностика этой среды состоит из анализа различных институциональных и поддерживающих организаций (стандартизация, сертификация, аккредитация, метрология, финансирование, управление, обслуживание и консультационные услуги и т.д.) в целях выявления препятствий и возможностей для модернизации и развития фирмы на открытом и конкурентном рынке.

➤ **Диагностика технологической среды.** Эта диагностика анализирует системы технической поддержки, что позволяет фирме использовать и иметь доступ к технической и технологической информации, выбирать и приобретать технологии, оборудование и производственные процессы, адаптироваться и контролировать передачу технологий и, наконец, извлекать выгоду и разрабатывать технологические ноу-хау.

➤ **Диагностика товарных рынков и стратегическое позиционирование.** Диагностика товарных рынков и стратегическое позиционирование фирмы предназначены для измерения коммерческой работы фирмы и для каждого направления ее стратегической деятельности, а также для оценки коммерческой политики и стратегий, осуществляемых для достижения коммерческих целей, поставленных компанией. Это не детальное исследование рынка, а средство выявления ключевых факторов и основных рекомендаций, что является условием успешной деятельности фирмы в своей отрасли.

• *Анализ коммерческой деятельности предприятия.* Этот анализ состоит из расклада работы фирмы на стратегические области деятельности и оценки эффективности каждой области и конкурентной позиции фирмы в своей отрасли и

относительно ее основных конкурентов. Некоторые показатели могут быть рассчитаны для анализа коммерческой деятельности товарных рынков фирмы, таких как развитие продаж, анализ продаж объединенными рынками и непосредственный анализ стоимости на основе, например, маржинальной торговли и распределения маржи на товарном рынке.

- *Анализ торговой политики и маркетинга.* Следующий этап заключается в изучении коммерческой политики и маркетинга фирмы. Это изучение, например, будет рассматривать вопрос разработки продукта в течение трех предыдущих лет, его цены, распределения, продвижения и рекламы, коммуникаций и политики отношений с клиентами. Анализы бывают как количественные (маржа продукта, темпы роста, соотношение между единицей продажной цены фирмы и условиями продаж и конкурентов и т.д.), так и качественные (анализ срока годности, охват клиентов посредством сетей распределения, продажа посредством политики вознаграждения, типы торгового персонала и т.д.).

➤ **Изучение рынка.** В дополнение к анализу стратегического позиционирования фирмы в пределах своего рынка, диагностика может также включать рыночные исследования, проводимые между главными клиентами и конкурентами фирмы с тем, чтобы подтвердить или опровергнуть данные и собранные факты. На основе информации, полученной из обсуждения с менеджментом фирмы, результатов диагностики и исследования, если таковые проводятся, аналитик должен суметь, прежде всего, идентифицировать и классифицировать основные внешние и внутренние стратегические трудности, связанные с товарными рынками, и вывести главные возможности и ограничения, а затем оценить рынок для основных продуктов фирмы на национальном и международном уровне, основанном на ретроспективном анализе рынка и проецированном развитии макроэкономических индикаторов, влияющих на потребление этих продуктов.

➤ **Финансовая диагностика.** Бухгалтерские и финансовые данные являются ценным и полезным источником информации для вычисления и оценивания экономической и финансовой ситуации фирмы. Поэтому любая стратегическая диагностика должна включать общий финансовый анализ, который, основываясь на анализе развития финансовых отчетов, отчета денежного потока, себестоимости и издержек производства и различных статей отчета о доходах, измеряет доходность фирмы, анализирует ее финансовый баланс. Этот анализ обладает преимуществом предоставления быстрого обзора ситуации и поведения фирмы.

- *Анализ балансового отчета.* Финансовый баланс оценивается на основании отчета денежного потока, разработанного в течение времени, состояния оборотного капитала и требований наличности. Отчет денежного потока является одним из наиболее полезных экономических и финансовых инструментов анализа. Он может быть использован для динамического анализа финансового функционирования фирмы. В частности, он дает возможность описания финансирования расходов капитала и флуктуаций оборотного капитала, а также денежных ресурсов и их использования. Здесь нет фиксированной модели для отчета денежного потока. Финансовый анализ включает установление многолетнего финансового прогнозирования. Он показывает реальное поведение фирмы в соответствии с различными аспектами его операций, включающих продукт и потоки стоимостных транзакций; движение активов и обязательств; денежные потоки (поступления и расходы); разницы, полученные вследствие вариативности товарных запасов, дебетов и кредитов. Сравнение коэффициентов фирмы и сектора или ее главных конкурентов дает возможность лучшей оценки доходности фирмы, оценивания ее финансового равновесия и позиции в оперирующем ею секторе.

- *Анализ отчета о доходах.* Отчеты о доходах, в основном, представлены в двух конкретных отчетах. С целью исследования необходимо консолидировать их в один документ, который дает возможность изолировать высокие существенные результаты и промежуточные балансы для вычисления всей доходности. Сама оценка доходности выполняется на основе анализа времени и пространства, если возможно, роста объема продаж и добавленной стоимости, финансовой рентабельности и производительности.

- *Анализ издержек производства и себестоимости.* Где бы ни была доступна вычислительная аналитическая система, в общий анализ деятельности фирмы на основе отчета о доходах может быть добавлено тщательное аналитическое изучение разработки продуктов и оперирующих расходов продукта и стратегической сферы деятельности. Данный анализ имеет многочисленные цели, наиболее важной из которых является обеспечение более точного подсчета производственных издержек и себестоимости продукта.

- **Диагностика технической мощности.** В экономической среде, характеризующейся агрессивной конкуренцией и все более быстрыми технологическими изменениями, диагностика технических мощностей используется для анализа производственной системы фирмы и инструментов, оценивания технической эффективности и определения основных технических действий, необходимых для осуществления модернизации и развития конкурентноспособности фирмы.

- **Диагностика производственной системы.** Диагностика изучает три аспекта производственной системы, а именно: поступление, процесс и продукцию. Анализ поступлений состоит из наблюдения их статуса и функционирования, изучения способа потребления материалов, уровня утилизации мощностей, частоты нарушений и расходов на эксплуатацию и обслуживание, а также особого внимания к материалам, товарным запасам и энергии. Анализ фокусируется на



человеческих ресурсах и может быть дополнен интервью с персоналом для оценки рабочей среды, навыков и технических мощностей, включая профессиональные квалификации, обучение персонала и производственную безопасность.

Анализ производственной системы (технология и процесс) и сравнение с системами используется в секторе и главными конкурентами. В первую очередь, аналитик должен оценить выбранную предприятием технологию на основе фактора имеющихся поступлений (сырье, труд и т.д.) и гибкость средств производства, т.е. мощность предприятия в производстве широкого ряда продуктов и его способности адаптироваться к флуктуациям объема, а также возможности персонала в ассимилировании технологий и инноваций. Анализ процесса позволяет оценить способность фирмы в обеспечении конечной продукции, отвечающей требованиям покупателей в смысле качества, времени доставки и стоимости. Он также оценивает методы производственного менеджмента, особенно исследование и методы, планирование и график расписания, эксплуатационный менеджмент, а также контроль за качеством и страхование.

➤ **Оценка технической эффективности.** Эта оценка фокусируется на производительности, результате и издержках. Может быть сделано сравнение производительности основных машин с задумкой разработчика и с достижениями главных конкурентов. Этот анализ производительности и результата может дать информацию о заторах, которые могут иметь место вследствие неэффективной утилизации машин или технического персонала.

➤ **Диагностика мастерства и качества менеджмента.** Большинство исследований в определении конкретного источника трудностей фирмы обнаруживает, что проблемы менеджмента и организации представляют главные причины неудач. Поэтому, будучи частью общей стратегической диагностики, важно диагностировать эти навыки менеджмен-

та. Диагностика разработана для оценивания управленческого мастерства и эффективности, изучения организационной структуры фирмы и социо-культурных аспектов и идентификации предпринятых для улучшения этих навыков действий.

- *Оценка мастерства менеджмента.* Вначале очень важно, чтобы руководитель фирмы объяснил и определил видение корпорации и цели, его иерархическую структуру, главные направления политики менеджмента и его стратегические ориентации, а также любые ограничения и давления, ограничивающие его силу. Затем должно быть определено и оценено мастерство менеджмента. С этой целью существенным является оценить управленческие, технические и предпринимательские навыки и склонности, также как и управленческий стиль главы фирмы. Для того, чтобы это осуществить, необходимо оценить метод, используемый менеджментом для выполнения пяти важных управленческих функций:

- *Анализ:* Идентифицировать инструменты, области и частототу анализов и тестировать качество этих инструментов анализа.

- *Планирование:* Оценить процесс планирования фирмы, т.е. процедуру проектирования, последования и пересматривания планов.

- *Контроль:* Идентифицировать и анализировать на практике процедуру координации между различными функциями внутри фирмы.

- *Мотивация:* Оценить процесс мотивации, состоящий из сохранения и развития цельности и установления благоприятного социального климата.

- *Оценка организационной структуры.* Эта структура определяет и оформляет функции, компетенции и отношения между различными единицами, которые составляют фирму. Она оценивается на основе эффективности своей организации и соответствия персонала организационным правилам,

степени гибкости процедур и атрибутов, степени стабильности и адаптации к изменениям внешней среды и развитиям в деятельности фирмы, надежности информационной сети и степени синергизма между различными единицами. Эта оценка также позволяет осуществить измерение социальной работы и определение социального климата и основные признаки корпоративной культуры.

В сложной конкурентной среде общая стратегическая диагностика представляется наиболее подходящим методом в модернизации и развитии предприятия. Она основана на методах, описывающих существующую документацию. Она является модульной и гибкой и включает пять категорий взаимосвязанных диагностик, охватывающих среду, товарные рынки, финансы, технологические компетенции и мастерство менеджмента.

Резюмируя, отметим, что общая стратегическая диагностика является наиболее трудной задачей, поскольку нужно принять во внимание количество информации, наблюдений и рекомендаций. Диагностика также зависит от способности аналитиков идентифицировать и продвигать возможные и реалистичные ситуации и действия, очертив отличие между теми, которые необходимы для немедленного выживания, между краткосрочными, разработанными для увеличения доходности, и среднесрочными ситуациями и действиями для укрепления доходности и гарантии будущего фирмы.

Наконец, правдоподобность общей стратегической диагностики зависит от всех вышеперечисленных навыков, т.е. опыта и ноу-хау, от консультантов, осуществляющих синтез в соответствии с размером фирмы и ее среды и делающих предложения для стимулирования изменения в новом контексте.

**Ключевые понятия:** инвестиция, диагностика, предприятие, стратегия, конкурентоспособность, планирование.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов.-М.: Альпина бизнес букс, 2006.
2. Лимитовский М.А. Инвестиционные проекты и реальные опционы на развивающихся рынках.-М.: Изд-во “ЮРАЙТ”, 2008.
3. Besanko, D., Dranove, D. and Shanley, M. Economics of Strategy. 2d.ed. New York: John Wiley, 2000.
4. Chevalier-Roignant, B. and Trigeorgis, L. Competitive Strategy: Options and Games.-The MTT Press, 2011.
5. Grant, R.M. Contemporary Strategy Analysis. Oxford: Blackwell Business, 1995.
6. FT Mastering Management, Financial Times: Prentice Hall, 1997.
7. Hinterhuber, H. and Popp, W. Are you a strategist or just a manager? Harward Business Review, January-February, 1992, p.105-113.
8. Porter, M.I. Competetive Strategy. London: MacMillan, 1980.
9. UNIDO Methodological Guide: Restructuring, Upgrading and Industrial Competiteveness. UNIDO, Vienna, 2003.

### **Կ.Խ.Խաչատրյան Չեռնարկությունների նախաներդրումային ռազմավարական ախտորոշումը**

#### **Ամփոփում**

Ախտորոշման նպատակն է պարզել ընկերության թույլ և ուժեղ կողմերը, որպեսզի ուղղել առաջինը և օգտագործել վերջինը: Ախտորոշման յուրաքանչյուր մեթոդ ունի որոշակի նպատակ և իրեն հատուկ արժանիքներ ու թերություններ: Բարդ մրցակցային միջավայրում ընդհանուր ռազմավարական ախ-

տորոշումը հանդիսանում է ձեռնարկության մոդեռնիզացիայի և զարգացման ամենահարմար մեթոդը: Այն մոդուլային է և ճկուն, ներառում է ախտորոշման հինգ փոխկապված կատեգորիաներ, որոնք ընդգրկում են միջավայրը, աշխատանքային շուկաները, ֆինանսները, տեխնոլոգիական իրավասությունները և կառավարման վարպետությունը: Ընդհանուր ռազմավարական ախտորոշումը հանդիսանում է բարդ խնդիր, քանի որ անհրաժեշտ է ուշադրություն դարձնել տեղեկատվության, դիտողությունների և երաշխավորումների ծավալին:

**Բանալի բառեր.** ներդրումներ, ախտորոշում, կազմակերպություն, մարտավարություն, մրցունակություն, պլանավորում:

## **K.Kh.Khachatryan** **The Enterprises Pre-Investment Strategic Diagnosis**

### **Summary**

The purpose of diagnosis is to identify strengths and weaknesses of the company to fix the first and use the latter. Each diagnostic method has a specific purpose and its inherent advantages and disadvantages. In a complex competitive environment the overall strategic diagnosis seems to be the most appropriate method in modernization and development of the company. It is modular and flexible and includes five categories of related diagnostics, covering the environment, commodity markets, finance, technological competences and skills of management. Overall strategic diagnosis is the most difficult task as it is necessary to take into account the amount of information, observations and recommendations.

Key words: investment, diagnostics, company, strategy, competitive ability, planning.

ԱՊՐԱՆՔԱՆԻՇԻ ԴԵՐԸ ԵՎ ՌԵՔՐԵՆԴԻՆԳԻ  
ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ  
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ՀԵՌԱՀԱՂՈՐԴԱԿՅՈՒԹՅԱՆ  
ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ

Ջ. Ա. ԹԱԴԵՎՈՍՅԱՆ, Գ. Ս. ԺԱՍԱԿՈՉՅԱՆ

Բրենդը ամբողջ աշխարհի գործարար հասարակայնության կողմից ընդունված իրողություն է: Ընկերությունների դեկավարները, մենեջերները դեռ վաղուց գիտակցել են բրենդի նկատմամբ պատասխանատու վերաբերումը ցուցաբերելու անհրաժեշտությունը և կարևորությունը:

Յուրաքանչյուր ընկերություն պարբերաբար մտորում է շուկայում և մարդկանց ուղեղներում իր զբաղեցրած տեղի մասին: Այս մտորումները հաճախ հանգեցնում են ռեբրենդինգ իրականացնելու անհրաժեշտությանը:

Թյուր կարծիք է ձևավորվել, որ բրենդի հաշվետու գում կամ ռեբրենդինգ իրականացնելը խոշոր ձեռնարկությունների մենաշնորհն է: Այս առումով անհրաժեշտ է գիտակցել, որ նշված գործընթացների հաջողությունը պայմանավորված է ոչ այնքան դրանց իրականացման ծավալներով, որքան ցուցաբերվող գրագետ մոտեցմամբ [1 34]:

Ռեբրենդինգը ապրանքային նշանների հետ իրականացվող աշխատանքների ամենաարմատական եղանակն է: Ռեբրենդինգի բաղադրիչներն են ռեսայլինգը, ռենեյմինգը և բրենդի վերադիրքավորումը: Կախված ընկերության առջև դրված նպատակներից և ռազմավարությունից՝ ընտրվում է նշված ձևերից մեկը:

Եթե ընկերությունը չի իրականացնում վերադիրքավորում, ապա բավարար է իրականացնել ռեստայլինգ՝ ոճի որոշակի փոփոխություն կամ թարմացում, կամ ռենեյմինգ՝ անվանափոխություն: Իսկ եթե ընկերությունը նպատակ է դնում ընդ-

լայնել կամ փոխել նպատակային լսարանը և ներգրավել այլ արժեքներ և մոտեցումներ ունեցողներին, ապա անհրաժեշտ է իրականացնել ռեբրենդինգ:

Իր բարդությամբ ռեբրենդինգի գործընթացը կարող է գերազանցել նոր ապրանքային նշանի ստեղծման գործընթացը: Այդ պատճառով ռեբրենդինգը նպատակահարմար է իրականացնել միայն այն դեպքերում, երբ հին ապրանքային նշանը բարոյապես մաշվում է և հնարավոր չի լինում այն ադապտացնել նոր իրողություններին: Բազում դեպքերում ռեբրենդինգը իրականացվում է ռեստայլինգի միջոցով, այսինքն տեղի է ունենում ապրանքային նշանների տեսքի թարմացում՝ առանց արմատական փոփոխությունների:

ԽՍՀՄ փլուզումից հետո Հայաստանի Հանրապետությունում հեռահաղորդակցության ոլորտը անկում ապրեց: Այդ ժամանակահատվածի իրադրությունը կարելի է նկարագրել մեկ ցուցանիշով. այն է՝ ֆիքսված հեռախոսակապի բաժանորդների թիվը: Այդ ցուցանիշը անկախ Հայաստանի պայմաններում անկում ապրեց 2 տոկոսով: Սակայն ավելի մտահոգիչ էր այն հանգամանքը, որ երկար տարիների ընթացքում պետությունը ի գործու չեղավ իրականացնել ոլորտի արմատական բարեփոխումներ և ակտիվացնել այն:

1995 թվականին Հայաստանի Հանրապետության կապի նախարարության (այժմ կապի և տրանսպորտի նախարարություն) կողմից հիմնադրվեց «ԱրմենՏել» ընկերությունը: Ընկերության բաժնետոմսերի 49 տոկոսը պատկանում էր ամերիկյան «Trans World Telecom» ընկերությանը, 51 տոկոսը՝ ՀՀ կառավարությանը:

1996 թվականին սկսվեցին Երևան քաղաքի ցանցի թվայնացման աշխատանքները, որին նույն թվականին հետևեց առաջին GSM բազային կայանի տեղադրումը: ՀՀ տարածքում առաջին բջջային հեռախոսագանգը կատարվել է 1996թ-ի դեկտեմբերի 15-ին<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարություն, URL: <http://mtc.am/index.php?menu1=34&menu2=45>

Հեռահաղորդակցության շուկայում «ԱրմենՏել» ընկերությունը գործում էր իբրև կարգավորվող մենաշնորհ: Նրան տրամադրվեց Հայաստանի Հանրապետության ողջ տարածքում հեռահաղորդակցական ծառայությունների մատուցման մենաշնորհի իրավունք մինև 2013 թվականը:

1998 թվականին հունական «ՕՏԵ» ընկերությունը 142.5 մլն. ԱՄՆ դոլարով ՀՀ կառավարությունից ձեռք բերեց «ԱրմենՏել» ընկերության բաժնետոմսերի 90 տոկոսը, մյուս 10 տոկոսը մնաց ՀՀ կառավարության վերահսկողության ներքո: Ըստ կողմերի միջև կնքված համաձայնագրի՝ հունական կողմը պարտավորվում էր ՀՀ հեռահաղորդակցության ոլորտում կատարել 300մլն. դոլարի ներդրում հինգ տարվա ընթացքում, այսինքն մինև 2003 թվականը: Այդ ընթացքում «ԱրմենՏել» ընկերությունը գործարկեց մի շարք նոր ծառայություններ՝ մասնավորապես ձայնային փոստ, SMS, տրամադրվեցին նաև ինտերնետային ծառայություններ: Այդ ժամանակահատվածի կարևորագույն ձեռքբերումն է համարվում 2002թ-ին Հայաստանում շարժական հեռախոսակապի կանխավճարային համակարգի ներդրումը [3]:

2004թ-ին ՀՀ կառավարության կողմից հայտարարված մրցույթի արդյունքների համաձայն՝ ՀՀ տարածքում բջջային ծառայություններ մատուցելու լիցենզիա ստացավ «Գլ տելեկոմ» ընկերությունը, որը պատկանում էր Լիբանանը ներկայացնող գործարարներին: Գործունեություն իրականացնելու թույլատրագիր տրվեց մինչև 2019թ-ը: «Գլ տելեկոմ»-ը Հայաստանի Հանրապետության տարածքում ծառայություններ էր մատուցելու «ՎիվաՄեյլ» ապրանքային նշանի ներքո: Նախապատրաստական աշխատանքները ավարտվեցին 2005 թվականի ամռանը, և նույն թվականի հուլիսի մեկին «ՎիվաՄեյլ» ընկերության ցանցում կատարվեց առաջին զանգը<sup>2</sup>: Այդ օրը կարելի է համարել Հայաստանի Հանրապետությունում հեռահաղորդակցության նոր դարաշրջանի սկիզբ: Այդ օրվանից հետո շատ կարճ ժամանակահատվածում ընկերությանը հաջող-

---

<sup>2</sup> VivaCell MTS URL: <http://www.mts.am/company/welcome-message>



վեց ստեղծել բավականին ընդարձակ բազա և ունենալ բաժանորդների բավական մեծ քանակ:

Մրցակցային գնային քաղաքականությունը, մատուցվող ծառայությունների բարձր որակը, ՀՀ տարածքում լայնարձակ ռադիոժամկույթի հիմնումը հնարավորություն տվեցին երկրորդ բջջային օպերատորին գլխավորել ՀՀ հեռահաղորդակցության ոլորտի զարգացման աշխատանքները: Նոր ընկերության մուտքը հնարավորություն տվեց աստիճանաբար բավարարելու ձևավորված մեծ պահանջարկը:

Արդեն 2008 թվականի նոյեմբերի 19-ին ՀՀ կառավարությունը 15 տարի ժամկետով ֆրանսիական «Ֆրանս Տելեկոմ» ընկերության բջջային ծառայությունները ներկայացնող «Օրանժ» ընկերությանը պատկանող «Օրանժ Արմենիա» ընկերությանը տրամադրեց GSM 900, 1200 2Ghz հաճախականությունների համար լիցենզիա: Ընկերությունը առաջին զանգը ցանցում իրագործեց 2010 թվականի նոյեմբերի 5-ին:

Օրանժը ֆրանսիական Ֆրանս Տելեկոմ խմբի հիմնական ապրանքային նշանն է՝ աշխարհում հեռահաղորդակցության ոլորտի առաջատար օպերատորներից մեկը: Ընկերությունը աչքի է ընկնում նաև որակյալ ինտերնետ ծառայությունների մատուցմամբ: Դրա վառ ապացույցը առաջատարությունն է Եվրոպայում ADSL ինտերնետի բնագավառում

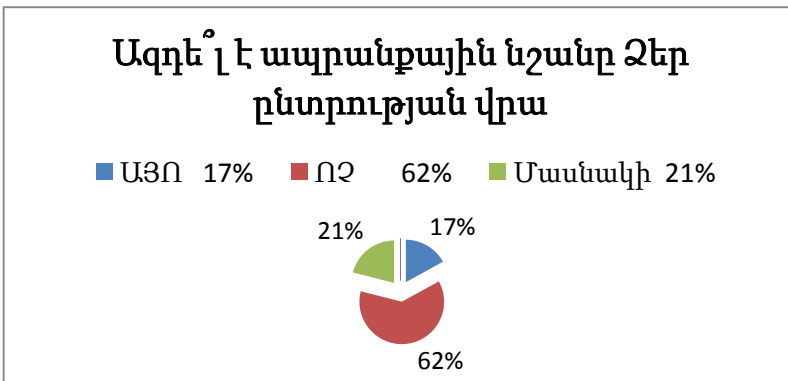
«Օրանժ Արմենիայի» նպատակն է դառնալ Հայաստանի հեռահաղորդակցության շուկայի հզոր մասնակից՝ նորարար առաջարկների, ճկուն գնային քաղաքականության և վաճառքի ու սպասարկման լայն ցանցի շնորհիվ:

Գործունեության առաջին ամսվա ընթացքում ընկերությունը ունեցավ 120հազ. բջջային կապի, 5000 հազար ինտերնետ կապի բաժանորդներ:

Ապրանքային նշանի տեսանկյունից ՀՀ բջջային կապի շուկան բավական գրավիչ տեսք ստացավ, քանի որ բջջային երկու օպերատորների ապրանքային նշանները դասվում են աշխարհի ամենաթանկ ապրանքային նշանների ոլորտում:

«ՎիվաՍեյլ-USU» ընկերությունը որդեգրել էր աստճանական ռեբրենդինգի քաղաքականություն: Այժմ ընկերությունը գտնվում է այդ գործընթացի վերջին փուլում, որը կարող է հանգեցնել «ՎիվաՍեյլ-USU» անվանման փոխարինմանը «USU Արմենիա» անվանմամբ: Այն կենթադրի նաև ապրանքային նշանի արմատական փոփոխություն: USU ընկերության ապրանքային նշանը կփոխարինի գործող ապրանքային նշանին: Այս գործընթացների նպատակահարմարությունը և հետևանքները պարզելու համար նախաձեռնեցինք և իրականացրինք սոցիոլոգիական հարցում Երևան քաղաքի մասշտաբով: Հարցմանը մասնակցեց 100 անձ: Հարցումը իրականացվեց երկու եղանակով դեմ առ դեմ հարցում և ինտերնետային հարցում, 75-25-ի տոկոսային հարաբերությամբ համապատասխանաբար: Այս համամասնությունը ընտրվել է այն պատճառով, որ դեմ առ դեմ հարցման ժամանակ հնարավոր է լինում պարզել հարցաթերթիկով չնախատեսված մի շարք հանգամանքներ, ինչը հնարավոր չէ ինտերնետային հարցման պարագայում: Բացի այդ, դեմ առ դեմ հարցման ժամանակ հնարավոր էր լինում տալ որոշ հարցերի վերաբերյալ պարզաբանումներ:

*Գծապատկեր 1<sup>3</sup>*



<sup>3</sup> Հեղինակի կողմից անցկացված հարցման արդյունքներ

«Ազդե՞լ է ապրանքային նշանը Ձեր ընտրության վրա» հարցը վերլուծության տեսանկյունից ունի անկյունաքարային բնույթ: Արձանագրված ցուցանիշը արտացոլում է ներկա իրականությունը: «ՎիվաՍելլ-USU» ընկերության պարագայում «ոչ» պատասխանի նման մեծ տեսակարար կշիռը պայմանավորված է մի քանի հանգամանքներով: Դրանք են.

- ՀՀ կապի շուկայի կոնյուկտուրան
- սակագնային գործոնի գերակայությունը բջջային օպերատորի ընտրության հարցում

Անհրաժեշտ ենք համարում նշել, որ հարցվածների այն մասը, որը «ՎիվաՍելլ-USU»-ի բաժանորդ էր, ընկերության ծառայություններից օգտվել է առաջին իսկ օրից:

Կապի շուկայի վերլուծության արդյունքում նկարագրված այն պայմանները, որոնց ժամանակ ընկերությունը մուտք գործեց ՀՀ կապի շուկա, ապրանքային նշանի դերը դարձնում էին երկրորդական, քանի որ չկար ընտրության լայն հնարավորություն, մրցակից ընկերությունը իր գործունեությանը հասցրել էր վայելել հասարակության մեծամասնության հակակրանքը և այլն: Ապրանքային նշանի դերը ավելի զգալի կլիներ մրցակցային պայմանների պարագայում: Հարցվողների այն հատվածն էլ, որի համար «ՎիվաՍելլ-USU»-ը չի հանդիսացել առաջին բջջային օպերատոր, օպերատորի փոփոխության հարցում առաջնորդվել են կապի որակ և մատուցվող ծառայությունների սակագներով:

## Նկատել էք ապրանքային նշանի փոփոխությունը ձևավորումից ի վեր

■ ԱՅՈ 52% ■ ՈՉ 48%



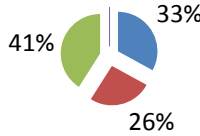
«Նկատել ե՞ք ապրանքային նշանի փոփոխությունը ձևավորումից ի վեր» հարցը վերաբերում էր այս աշխատանքի նախորդ ենթախմբերում արդեն իսկ նկարագրված փոփոխություններին:

Հարցվողների պատասխանները այս պարագայում գրեթե կիսվել են: Անհրաժեշտ է մատնանշել այն հանգամանքը, որ «այո» պատասխանողների մեծ մասի համար հուշող հանգամանք էր ընկերության անվանման փոփոխությունը: Այս եզրահանգմանը նպաստել է այն, որ հարցվողներից շատերը մտաբերում էին ապրանքային նշանի միայն վերջին փոփոխությունը, այն պարագայում երբ քննարկվող ապրանքային նշանը փոփոխության է ենթարկվել առնվազն 3 անգամ: Սա արտահայտում է ռեսթայլինգի նկատմամբ հարցվողների անտարբեր վերաբերմունքը:

<sup>4</sup> Հեղինակի կողմից անցկացված հարցման արդյունքներ

**Ինչպե՞ս կվերաբերվեք «ՎիվաՄեյլ-ՄՏՄ»-ի «ՄՏՄ Արմենիա» վերանվանմանը**

■ Դրական 33% ■ Բացասական 26% ■ Չեզոք 41%



«Ինչպե՞ս կվերաբերվեք «ՎիվաՄեյլ-ՄՏՄ»-ի «ՄՏՄ Արմենիա» վերանվանմանը» հարցին «դրական» պատասխանողների համար շարժառիթ էր նոր անվանման մեջ Արմենիա բառի առկայությունը: Բացասական պատասխան տվող հարցվողները հանդիսանում էին ընկերության նվիրված բաժանորդներ և նրանց համար անվանափոխությունը անընդունելի էր, բացասական պատասխան հնչել է նաև մրցակից ընկերությունների բաժանորդ հանդիսացող հարցվողների մեծամասնության կողմից:

Քանի որ «չեզոք» պատասխանողների տեսակարար կշիռը բավական մեծ է, և այս հարցը հարցման նպատակի տեսանկյունից կարևոր նշանակություն ունի, հարկ է անդրադառնալ «չեզոք» պատասխանող զանգվածի բաղադրությանը և վերլուծել ընդհանուր գործընթացի արդյունքի վրա դրա ազդեցությունը:

Բաղադրություն ասելով՝ այս դեպքում հասկանում ենք հարցվողների տարանջատումը, դրա համար որպես չափորո-

<sup>5</sup> Հեղինակի կողմից անցկացված հարցման արդյունքներ

շիչ ընտրելով նրանց այս կամ այն բջջային օրերատորի բաժանորդ հանդիսանալու հանգամանքը:

Բջջային օպերատորի ընտրության պարագայում «չեզոք» պատասխանողները առաջնորդվում էին այլ չափորոշիչներով, այդ չափորոշիչներին անդրադրձանք նախորդ հարցից մեկի վերլուծության ժամանակ:

Առավել նպատակահարմար և արդյունավետ ստացվեց ՀՀ հեռահաղորդակցության շուկայի մյուս մասնակցի «Արմենտել» ՓԲԸ-ի՝ «Վիմպելկոմ» ընկերության կողմից իրականացրած ռեբրենդինգը և «Beeline» ապրանքանիշի ներքո ծառայությունների մատուցման գործընթացը: Սա պայմանավորված էր նաև 2004 թվականին նույն ընկերության կողմից Ռուսաստանի Դաշնությունում իրականացրած ռեբրենդինգի հաջող փորձով:

2004 թվականին ընկերության խորհրդանիշ ընտրվեց մեղուն, որը խորհրդանշելու էր բջջային կապին բնորոշ շարժականություն: Սակայն մեղուն հաճախորդների մոտ առաջացրեց ոչ միանշանակ զգացողություններ, որոնք հանգեցրին մեղվից հրաժարվելու գաղափարին: Մեղվի փոփոխության հետ չպահպանվեց նաև ապրանքային նշանի կապույտ գույնը, քանի որ ըստ հոգեբանների կապույտ գույնը չի դրդում ակտիվ գործողությունների, ինչն էլ հանդիսանում էր ռեբրենդինգի իրականացման փիլիսոփայությունը:

Ռեբրենդինգի ընթացքում փորձ արվեց օգրագործել ապրանքային նշանի անվանման ԲԻ մասնիկը և ընկերության կարգախոս ընտրվեց՝ *be inspired, be involved*, սակայն այս մտահաղացումն էլ երկար կյանք չունեցավ: Արդյունքում որոշվեց խորհրդանշական մակարդանում պահպանել մեղվի կերպարը նոր ապրայքային նշանի վրա(տես նկ.7): Այն իր արտացոլումը գտավ ապրանքային նշանի վրա առկա սև, դեղին գծերով: Ընկերությունը ռեբրենդինգ իրականացնելու վրա ծախսեց 2մլն. ԱՄՆ դոլլար, սակայն արդյունքները արդարացրին բոլոր սպասումները: Janson&Partners ընկերության ներկայացրած տվյալների համաձայն՝ «Բիլայնի» մասնաբաժինը

շուկայում աճեց 2 տոկոսով, իսկ եկամուտները՝ 36 տոկոսով, համեմատության համար նշենք, որ նույն 2005 թվականի տվյալներով գլխավոր մրցակից ՄՏՍ-ի եկամուտը աճել էր 28 տոկոսով:

Ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պայմաններում ռեբրենդինգի իրականացումը հանգեցնում է մասնագետների տարակարծությանը: Ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պայմաններում ռեբրենդինգ իրականացնելու կողմնակիցները մատնանշում են այն հանգամանքը, որ ստեղծված պայմաններում մարքեթինգային հետազոտություններ իրականացնելն ավելի մատչելի է դարձել: Այդ կերպ նրանք ցանկանում են արձագանքել շուկայում ձևավորված նոր կոնյեկտուրային:

Ֆինանսական ճգնաժամի պայմաններում նպատակահարմար է իրականացնել ռեբրենդինգ այն դեպքում, երբ ընկերությունը իր գործունեության ուղղվածությունը փոխում է պրեմիում հատվածից դեպի էկոնոմ հատված: Երբ ընկերությունը իրականացնում է նոր գնային քաղաքականություն առանց ռեբրենդինգի, էկոնոմ հատվածի ներկայացուցիչների մոտ կարող է դա չտալ սպասված արդյունքը, քանի որ չփոփոխված ապրանքային նշանը միջին դասի սպառողների մոտ խորհրդանշում է բարձր գին:

Ընկերության հայաստանյան ռեբրենդինգը հետապնդում էր այլ նպատակներ: Առաջին հերթին այն պայմանավորված էր սեփականատիրոջ փոփոխությամբ և ընկերության՝ այն ժամանակ ունեցած ոչ միանշանակ համբավի փոփոխության անհրաժեշտությամբ:

**Առանցքային հասկացություններ.** *ապրանքային նշան, բրենդ, ռեբրենդինգ, բջջային օպերատոր, հեռահաղորդակցության ոլորտ, կանխավճարային համակարգ, ինտերնետային հաճախականություն, լայնարձակ ռադիոժաձկույթ, մրցակցային գին, մարքեթինգային հետազոտություն, ֆիքսված հետախոսակապ:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. «Ребрендинг», Овчинникова О. Г, Альфа Пресс Москва 2007թ. Ст. 36
2. VivaCell MTS URL: <http://www.mts.am/company/welcome-message> (Վերջին մուտքը՝ 26.06. 2012թ.)
3. Beeline. URL: <http://about.beeline.am/am/about/company.wbp> (Վերջին մուտքը՝ 26.06. 2012թ.)
4. ՀՀ տրանսպորտի և կապի նախարարություն URL: <http://mtc.am/index.php?menu1=34&menu2=45> (Վերջին մուտքը՝ 03.06. 2012թ.)

**Дж. А. ТАДЕВОСЯН, Г. С. ЖАМАКОЧЯН  
РОЛЬ ТОРГОВЫХ МАРОК И ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РЕБРЕНДИНГА НА ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ  
РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ**

### Резюме

В статье анализированы современные тенденции развития международного брендинга и ребрендинга. Исследованы основные особенности телекоммуникационного рынка Армении и деятельность основных операторов мобильной связи. Рассмотрены причины ребрендинга двух операторов VivaCell-MTS и Beeline. Был рассмотрен также опыт ребрендинга оператора Beeline в России и проведены параллели с ребрендингом в Армении. В статье подведены итоги опроса по поводу ребрендинга VivaCell-MTS, степень ее эффективности и влияние на позиции на рынке мобильной связи.

**Ключевые понятия:** *торговая марка, бренд, ребрендинг, оператор мобильной связи, телекоммуникаций сектор, предоплатная система расчетов, Интернет экспансивного покрытия, конкурентоспособная цена, маркетинговые исследования, фиксированная телефонная связь.*



**J. A. TADEVOSYAN, G.S ZHAMAKOCHYAN**  
**ROLE OF TRADEMARKS AND EFFICIENCY OF**  
**REBRANDING IN THE TELECOMMUNICATIONS**  
**MARKET OF REPUBLIC OF ARMENIA**

**Summary**

The paper analyzes the current trends of global branding and rebranding. The main features of the telecommunications market and the activity of Armenia major mobile operators. The reasons for the re-branding of the two operators VivaCell-MTS and Beeline. Was considered as the experience of rebranding operator Beeline in Russia and held poraleli with rebranding in Armenia. The article summarized the poll on rebranding VivaCell-MTS, the degree of its effectiveness and impact on the position in the mobile market.

**Key concepts.** *trademark, brand, rebranding, mobile operator, telecommunication, prepaid system, internet rate expansive coverage, competitive price, marketing research, fixed-line telephony*

**«ՎԵՐԱԶԳԱՅԻՆ ԿՈՐՊՈՐԱՑԻԱՆԵՐ»  
ՀԱՍԿԱՑՈՒԹՅԱՆ ՄԵԿՆԱԲԱՆՄԱՆ ԸՈՒՐՁ**

**Ձ. ԹԱԴԵՎՈՍՅԱՆ, Հ. ԵՐԻՑՅԱՆ**

Համաշխարհային տնտեսության զարգացման արդի կարևորագույն օրինաչափություններից մեկը շարունակում է մնալ գլոբալացումը: Այն ազգային տնտեսությունների ձուլումն է մեկ ընդհանուր համաշխարհային համակարգի մեջ, որը հիմնվում է կապիտալի ազատ շարժի, աշխարհի նոր տեղեկատվական բացության, գիտատեխնիկական հեղաշրջման, հեռահաղորդակցության մերձեցման, համամոլորակային գիտական հեղաշրջման, տրանսպորտի և տեխնոլոգիաների նոր ձևերի վրա: Հենց այս բարդ և բազմաբնույթ գործընթացի բոլոր տարրերը միջազգային տնտեսական կորպորացիաների գործունեության ընդլայնման ինչպես նախադրյալներ են, այնպես էլ՝ հետևանքներ:

Այսպիսով, այսօր աշխարհը հայտնվել է նոր վերաբաժանման շեմին, բայց ոչ թե ռազմաքաղաքական, այլ տնտեսական, որտեղ «խաղի» հիմնական մասնակիցները դարձել են ոչ միայն երկրները և երկրների խմբերը, այլև միջազգային տնտեսական կորպորացիաները: Արտադրության և կապիտալի միջազգայնացման, արտաքին առևտրի ազատականացման գլոբալ միտումները միջազգային տնտեսական կորպորացիաներին տեղափոխել են համաշխարհային տնտեսության զարգացման առանցքի կենտրոն: Այս գործընթացը, որն առավել հաճախ անվանում են վերազգայնացում, հանգեցնում է համաշխարհային վերարտադրության գործընթացների ռացիոնալացմանը և տարբեր երկրներում տնտեսական պայմանների հավասարեցմանը:

Վերազգայնացումը, անկասկած, համարվում է ժամանակակից համաշխարհային տնտեսության զարգացման կարևորագույն միտումներից մեկը: Տնտեսապես այն պայմանավորված է կապիտալի շարժով հարաբերական ավելցուկ ունե-

ցող երկրներից դեպի կապիտալի պահանջարկ ունեցող երկրներ, որտեղ կապիտալի արտահոսքի հնարավորությամբ և անհրաժեշտությամբ պայմանավորված՝ ավելցուկային են համարվում արտադրության մյուս գործոնները (աշխատանքը, հողը, օգտակար հանածոները), և որոնք կապիտալի անբավարար քանակի պատճառով չեն կարող ռացիոնալ օգտագործվել վերարտադրական գործընթացներում:

Վերագգայնացումը գլոբալ մասշտաբով համաշխարհային տնտեսության գործունեության միասնականությունն ապահովող հիմնական «ուրվագծերից» մեկն է: Համաշխարհային տնտեսության ներկա զարգացումներում այն արտահայտվում է օտարերկրյա ուղղակի ներդրումների (այսուհետ՝ ՕՈՒՆ) դինամիկ աճի, ինչպես նաև օրեցօր խորացող աշխատանքի տեխնոլոգիական բաժանման գործընթացներում<sup>1</sup>, ինչը և ուղեկցվում է տարբեր երկրներում խոշոր գիտաարտադրական միավորների, մասնավորապես վերագգային կորպորացիաների (այսուհետ՝ ՎԱԿ) ձևավորմամբ:

ՎԱԿ-ի հիմնական ձևավորումը կապված է 20-րդ դարի 60-ական թվականների հետ, երբ արևմտյան առաջատար երկրների ֆիրմաները սկսեցին իրականացնել կապիտալի մասսայական կանչ: Գիտատեխնիկական առաջադիմությունը ևս նպաստեց դրանց ձևավորմանը: Հասարակական աշխատանքի բաժանման խորացումը և նոր տեխնոլոգիաների մուտքը հնարավորություններ ստեղծեցին առանձին տեխնոլոգիական գործընթացների տարածման համար, իսկ տրանսպորտային և կապի միջոցների առաջացումը նպաստեցին այդ հնարավորությունների իրականացմանը:

ՎԱԿ-ն իրենց գործունեության սկզբնական փուլում մի շարք բանավեճերի առիթ հանդիսացան: Ոմանց մոտ նրանց գործունեությունը դիտարկվում էր որպես ավերիչ, որը պայմա-

---

<sup>1</sup> Արտասահմանյան գրականության մեջ, մասնավորապես ֆրանսիացի հեղինակների աշխատություններում աշխատանքի միջազգային բաժանումը և աշխատանքի տեխնոլոգիական բաժանումը հավասարազոր հասկացություններ են:

նավորված է արդյունաբերականացման բացասական հետևանքներով: Բոլոր դեպքերում 70-ական թվականներն ընթացան ՎԱԿ-ի բացասական գնահատումներով որպես տնտեսական, քաղաքական և սոցիալական հակասությունների սրման գործոններ: 80-ականներին արդեն նկատվեցին էական վերափոխումներ վերագրային կորպորացիաների՝ համաշխարհային տնտեսության զարգացման գործում ունեցած դերի գնահատման հարցում: Այս ժամանակաշրջանից սկսած և հատկապես 21-րդ դարում՝ ՎԱԿ-ը սկսեց ավելի մեծ դեր ունենալ միջազգային տնտեսական հարաբերությունների համակարգում: Դրանք նպաստում են արտադրության արդյունավետության և թողարկվող արտադրանքի մրցունակության բարձրացմանը, տեխնոլոգիաների, գիտելիքների և փորձի փոխանակմանը, աշխատատեղերի ստեղծմանը:

Եվ պատահական չէ, որ համաշխարհային տնտեսության գլոբալացման արդի փուլում առանցքային տեղ են զբաղեցնում ՎԱԿ-ը, որոնք նպաստում են գիտատեխնիկական զարգացման արագ առաջընթացին, որակի և արտադրության արդյունավետության բարձրացմանը, կատարելագործում են կառավարման համակարգերը և մշակում գործարարության վարման նոր ճանապարհներ: Բազմազգ ձեռնարկատիրության ձևավորումն ու զարգացումը ՎԱԿ-ի գործունեության դիվերսիֆիկացման և ժամանակակից քաղաքակրթության նորանոր դրսևորումների հիման վրա պայմանավորված է այնպիսի շարժառիթներով, ինչպիսիք են.

- արտադրության ծախսերի զգալի կրճատումը արտադրության ծավալների աճի, էժան և որակյալ աշխատուժի ներգրավման միջոցով
- նոր շուկաների գրավումը, հումքային ռեսուրսների օգտագործումը
- տեխնոլոգիական տրանսֆերտների վերահսկողության հնարավորությունը, ինչը այդ ֆիրմաներին թույլ է տալիս պահպանել գերիշխող դիրքեր միջազգային շուկայի համապատասխան հատվածներում

- սիներգիկ էֆեկտ:

Այսպիսով, միջազգային տնտեսությունը վերածվում է միջազգային արտադրության, որտեղ գլոբալ ֆիրման դառնում է գլոբալ արտադրության գլխավոր սուբյեկտը: 21-րդ դարի սկզբին հաշվվում էր ավելի քան 70 հազ. ՎԱԿ՝ իրենց 850 հազ. մասնաճյուղերով: Մայր-կազմակերպությունները հիմնականում տեղակայված են զարգացած երկրներում (50.2 հազ.), մինդեռ մասնաճյուղերի գերակշիռ մասը գտնվում է զարգացող երկրներում (495 հազ.): Համաշխարհային արդյունաբերության գրեթե կեսը և արտաքին առևտրի ավելի քան 2/3-ն իրականացվում է ՎԱԿ-ի կողմից: Դրանք տիրապետում են նոր տեխնոլոգիաներին, նոու-հաուների նկատմամբ լիցանզիաների և պատենտների մոտ 80%-ին: ՎԱԿ-ի վերահսկողության ներքո են գտնվում որոշակի շուկաներ, մասնավորապես՝ ցորենի, սուրճի, եգիպտացորենի, անտառանյութի, ծխախոտի, ջուտի և երկաթի համաշխարհային շուկաների 90%-ը, պղնձի և թոքսիտի՝ 58%-ը, թեյի և ձիթապտղի՝ 80%-ը, ադամանդի, բնական կաուչուկի և չմշակված նավթի՝ 75%-ը: Ամերիկյան և արտասահմանյան ՎԱԿ-ի կողմից իրականացվում է ԱՄՆ-ի արտահանման գրեթե կեսը, Մեծ Բրիտանիայում՝ 80%-ը, Սինգապուրում՝ 90%-ը: ՎԱԿ-ը համարվում են գործատու ավելի քան 150 մլն. մարդկանց համար, ովքեր օրական արտադրում են մոտ 1 մլրդ. դոլարի ապրանքներ և ծառայություններ: ՎԱԿ-ի հիմնական մասը պատկանում են ԱՄՆ-ին, ԵՄ անդամ երկրներին և Ճապոնիային: Կապիտալի համաշխարհային շուկայի առաջատարներ են համարվում ԱՄՆ-ի, Մեծ Բրիտանիայի, Ճապոնիայի, Գերմանիայի, Ֆրանսիայի և ԵՄ անդամ այլ երկրների վերազգային կորպորացիաները:

Այսպիսով, երրորդ հազարամյակի շեմին ՎԱԿ-ն արտացոլում են համաշխարհային տնտեսության զարգացման արդի օրինաչափությունները, որոնց դրսևորումներից և ազդեցություններից անմասն չէ նաև ՀՀ տնտեսությունը: Ուստի և ՎԱԿ-ի գործունեության ուսումնասիրությունն ու դրանց առնչվող հիմնախնդիրների բացահայտումը և՛ տեսական, և՛ գործնա-

կան առումներով բխում է հայաստանյան տնտեսության հետագա զարգացման շահերից և միջազգային շուկաներին ինտեգրման անհրաժեշտությունից:

Այս հանգամանքն է, որ այժմեական ու խիստ հրատապ է դարձնում համաշխարհային տնտեսության՝ որպես մարդկային քաղաքակրթության նորովի դրսևորման հետ կապված հասկացությունների ու գործընթացների ուսումնասիրումը:

Տնտեսագիտական մասնագիտական գրականության մեջ այսօր դեռևս բացակայում է «Վերազգային կորպորացիաներ» հասկացության միասնական բնորոշումը:

Այդ են վկայում հետևյալ սահմանումները.

1. Միավորված ազգերի կազմակերպության (այսուհետ՝ ՄԱԿ) բնորոշմամբ ՎԱԿ-ը երկու և ավելի ընկերություններ են, որոնք տնտեսական գործունեություն են ծավալում միջազգային մակարդակով և կառավարվում են մեկ կամ մի քանի կենտրոններից: ՄԱԿ-ի փորձագետները ՎԱԿ-ին են վերագրում այն կորպորացիաները, որոնք իրականացնում են ցանկացած արտադրական գործունեություն կամ մատուցում են ծառայություններ՝ ազգային պետության սահմաններից դուրս:
2. Վ.Ա. Յվետկովի և Ե.Վ. Լենսկիյի տեսության համաձայն՝ ՎԱԿ-ն այն կազմակերպությունն է (ֆինանսաարտադրական միավորումը), որը կառավարում է հիմնադրման երկրի սահմաններից դուրս գտնվող արտադրական կամ ծառայություններ մատուցող համալիրները, ինչպես նաև իրեն է պատկանում տարբեր երկրներում գտնվող ներկայացուցչությունների ու մասնաճյուղերի ընդգրկուն ցանցը, որի հետևանքով այդ կազմակերպությունը զբաղեցնում է զգալի դիրք այս կամ այն ապրանքի արտադրության կամ ծառայության մատուցման ու իրացման ոլորտում[1, 19]:
3. Գ.Պ. Օվչիննիկովը գտնում է, որ ՎԱԿ-ը միջազգային ձեռնարկություններ են, որոնք ունեն իրենց մասնաճյուղերը երկու և ավելի երկրներում, որոնք կառավարվում

են մեկ կամ մի քանի կենտրոնների կողմից, իսկ որոշումների ընդունման ընթացակարգը ենթադրում է համաձայնեցում ընդհանուր ռազմավարության և քաղաքականության ընդունման, ռեսուրսների և տեխնոլոգիաների, ինչպես նաև պատասխանատվության տեղաբաշխման հարցերում, ինչը հետապնդում է մեկ նպատակ՝ շահույթի ստացում [2, 43]:

4. ՎԱԿ-ն այն կազմակերպությունն է, որն ունի տարբեր երկրներում դուստր ձեռնարկություններ, անգամ՝ համաշխարհային մակարդակով, որոնց վերահսկում է մասնակիորեն կամ ամբողջովին, սակայն միաժամանակ դրանց կառավարումը և վարչական վերահսկողությունը որոշակիորեն կենտրոնացված են: Այսպիսով՝ ՎԱԿ-ը ձեռնարկություն է, որի բաժնետոմսերը «հատում են» տարբեր երկրների սահմանները [3]:
5. ՎԱԿ-ն այն կազմակերպությունն է, որը դուստր ձեռնարկությունների միջոցով տեղակայված է բազմաթիվ երկրներում, ընդ որում այդ կազմակերպությունը ամբողջովին կամ մասնակիորեն տնօրինում է դուստր ընկերությունների կապիտալը [4, 831]:
6. Համաձայն ֆրանսիացի տնտեսագետ Չարլզ-Ալբերտ Միշակալի [5, 17] կարծիքի՝ ՎԱԿ-ն այն կազմակերպությունն է, որն արտադրում է տնտեսական արդյունքներ բազմաթիվ երկրներում: Այսինքն՝ բաժնետերերը միևնույն երկրից չեն, կամ այդ կազմակերպությունը տեղակայված է բազմաթիվ երկրներում, որոնք որդեգրել են համաշխարհային մակարդակով միևնույն ռազմավարությունը ու կազմակերպչական ձևը:
7. Ռ. Ալան Հեդլին ՎԱԿ-ին տալիս է հետևյալ սահմանումը. «Ցանկացած ձեռնարկություն, որն ՕՈՒՆ-ների միջոցով վերահսկում կամ տիրապետում է մեկից ավելի երկրներում գտնվող կազմակերպությունների ակտիվներ, արտադրում է ապրանքներ կամ մատուցում ծառայություններ իր ծագման երկրի սահմաններից դուրս

կամ զբաղվում է համաշխարհային արտադրությամբ» [6, 215]:

8. Սակայն վերջին տարիներին UNCTAD-ի (ՄԱԿ-ի առևտրի և արդյունաբերության զարգացման կոնֆերանսի) փորձագետները առաջարկել են ՎԱԿ-ի նոր՝ ավելի մեղմ սահմանումներ և չափանիշներ, որոնք ուղղվում և վերահրապարակվում են ամեն տարի համաշխարհային ներդրումների մասին զեկույցում [7, 15]: Այսպես, ՎԱԿ-ն այն կազմակերպությունն է, որը բաղկացած է գլխավոր կամ մայր կազմակերպությունից և իր արտասահմանյան ներկայացուցչություններից՝ առնվազն երկու երկրում, ընդ որում այդ կազմակերպությունը տնօրինում է իր արտասահմանյան ձեռնարկությունների կապիտալի նվազագույնը 10%-ը, որը համարվում է տրամաբանական շեմ այդ կազմակերպությունների ակտիվների նկատմամբ վերահսկողությունն իրականացնելու համար:

Այսպիսով, հիմք ընդունելով ՎԱԿ-ի բնորոշման վերաբերյալ տարբեր երկրների տնտեսագետների և մի շարք միջազգային տնտեսական կառույցների կողմից առաջարկված մեկնաբանումները կարող ենք ներկայացնել այն առավել ընդհանուր բնութագրիչները, որոնց հանդիպում ենք վերոնշյալ սահմանումներում.

1. միջազգային բնույթի գործարարության իրականացում ՕՈՒՆ-ների միջոցով
2. բավականին հզոր կառույց, ինչը թույլ է տալիս օգտագործել միջազգային տնտեսական գործունեության ողջ ներուժն ու ու մեխանիզմը
3. ֆիրման իրացնում է իր թողարկած արտադրանքը մեկից ավել երկրներում
4. ֆիրմայի կողմից իրականացվող գործառույթների վերազգային բնույթ



5. մասնաճյուղերի, ներկայացուցչությունների կամ դուստր կազմակերպությունների առկայություն երկու և ավել երկրներում
6. շուկայում մենաշնորհային դիրքերին բնորոշ տարրերի առկայություն
7. ռազմավարական որոշումներ ընդունելիս միասնական գլոբալ ռազմավարություն բոլորի համար
8. մայր կազմակերպությունը տնօրինում և վերահսկում է մյուս ընկերությունների ակտիվների և կապիտալի զգալի մասը:

Այսպիսով, հիմք ընդունելով վերը նշված առանձնահատկությունները՝ մենք առաջարկում ենք ՎԱԿ-ի բնորոշման հետևյալ սահմանումը. *«ՎԱԿ-ն այն կազմակերպությունն է, որի արտադրական և առևտրային գործունեությունը ծավալվում է ազգային պետության սահմաններից դուրս գտնվող առնվազն երկու և ավելի երկրներում, անկախ կազմակերպաիրավական ձևերից և գործունեության ոլորտներից, ներառում է տարրեր միավորումներ, վերահսկում է այդ միավորումների կապիտալի ու ակտիվների զգալի հատվածը, վարում է միասնական ռազմավարություն: ՎԱԿ-ն իր գործունեությամբ ակտիվորեն նպաստում է աշխատանքի միջազգային բաժանման հետագա խորացմանը և համաշխարհային տնտեսության միջազգայնացման գործընթացներին՝ դրանով իսկ նպաստելով համաշխարհային տնտեսության մեջ նոր արժեհամակարգերի ձևավորմանը»:*

Տիրապետելով հզոր արտադրական կարողությունների՝ ՎԱԿ-ը իրականացնում են այնպիսի արտադրատնտեսային քաղաքականություն, որն ապահովում է արտադրության և ապրանքային շուկայի պլանավորման բարձր արդյունավետություն: Այս առումով իրենց արտասահմանյան մասնաճյուղերի հետ հարաբերություններում շատ ՎԱԿ-եր նրանց առավելագույն ազատություն են տալիս՝ դրանց կարգավիճակը մոտեցնելով անկախ ֆիրմաների: Այդպիսի մասնաճյուղերի կապերը իրենց մայր ընկերության հետ հիմնվում են արտասահ-

մանյան մասնաճյուղերի ակտիվներում մայր ընկերության սեփականության որոշակի բաժնի իրավունքի վրա, ինչպես նաև մասնաճյուղին տեխնոլոգիական և ֆինանսական աջակցության ապահովման վրա: Ընդ որում, մայր ընկերությունը մեծ ուշադրություն չի դարձնում արտասահմանյան մասնաճյուղի գործունեության վերահսկմանը այնքան ժամանակ, քանի դեռ այն աշխատում է շահույթով:

Միևնույն ժամանակ հատուկ ընդունող երկրի շուկային ուղղված ապրանքների ու ծառայությունների արտադրության ռազմավարությանը համապատասխան՝ ՎԱԿ-ի շատ գլխամասային ընկերություններ իրենց արտասահմանյան մասնաճյուղերի գործունեությունը կարգավորում են՝ հաշվի առնելով ազգային շուկաների առանձնահատկությունները: Այսպիսի ռազմավարության ՎԱԿ-ը դիմում են սոցիալ-մշակութային և բնական տարբերությունների, որոշ ընդունող երկրների կողմից կիրառվող առևտրային /տեխնիկական/ արգելքների ՎԱԿ-ի արտասահմանյան մասնաճյուղերի կողմից արտադրանքի թողարկման համար տեղական շուկայում անհրաժեշտ բաղադրամասների գնման պահանջի պատճառով: Այսպիսի ռազմավարությունը հատուկ է սննդամթերքի և հագուստի արտադրությամբ զբաղվող ՎԱԿ-ի համար: Բայց ապրանքների ու ծառայությունների արտադրության այլ ճյուղերում նույնպես ՎԱԿ-ը ստիպված են հետևել ընդունող երկրում պահանջարկի առանձնահատուկ պայմաններին:

ՎԱԿ-ի գործունեության հիմնական առանձնահատկություններից է այսօր արտադրության ու ծառայությունների դիվերսիֆիկացիան: Չարգացման ողջ ընթացքում ՎԱԿ-ը ձեռք են բերել, որպես կանոն, բազմաճյուղ բնույթ: Նրանցից խոշորագույնները ներառում են իրենց մեջ տասնյակ արտադրական և իրացման ընկերություններ, գիտահետազոտական կենտրոններ, ֆինանսական կառույցներ, տասնյակ, հաճախ նույնիսկ հարյուրավոր մասնաճյուղեր և դուստր ձեռնարկություններ՝ երկրի ներսում և նրա սահմաններից դուրս:

Մեծ չափերը կորպորացիաներին տալիս են մի շարք առավելություններ: Առաջինը զանգվածային արտադրության կազմակերպումն է և համապատասխանաբար մասշտաբից տնտեսումը: Նշանակալից ֆինանսական պաշարների կենտրոնացումը թույլ է տալիս մեծ կորպորացիաներին ներդնել միջոցներ խոշոր ներդրումային նախագծերի և գիտատեխնիկական ծրագրերի իրականացման մեջ, ինչը փոքր բիզնեսի ուժերից վեր է: Երկրորդ՝ ճկուն արտադրական համակարգերի ներդրմամբ կորպորացիաները սկսեցին ստանալ այսպես կոչված «տնտեսում բազմազանությունից»: Հաշվի առնելով առաջարկի, սպառողների կոնկրետ պահանջմունքների դիֆերենցումը՝ նրանց մոտ առաջացավ զանգվածային արտադրության պայմաններում արտադրանքի սպառողական հատկանիշները դիֆերենցելու հնարավորություն:

Կորպորացիաների գործունեության բազմաճյուղային բնույթի ուժեղացման միտումների մասին վկայում են հետևյալ տվյալները: ԱՄՆ-ի 500 խոշոր ՎԱԿ-ից յուրաքանչյուրը ձեռնարկություններ ունի միջինը 11 ճյուղերում, իսկ առավել հզորներն ընդգրկում են ավելի քան 30-50 ճյուղեր: Ամերիկյան կորպորացիաների առաջին տասնյակն ունի ընկերություններ միջին հաշվով 60 ճյուղերում: Անգլիայի առաջատար 100 արդյունաբերական ՎԱԿ-երի մեջ առավել բազմաճյուղ են 96-ը, Գերմանիայում՝ 78-ը, Ֆրանսիայում՝ 84-ը, Իտալիայում՝ 90-ը [8, 62]:

Կորպորացիայի բազմաճյուղ բնույթը երևան է գալիս արտադրության ինչպես ուղղահայաց, այնպես էլ հորիզոնական միավորման մեջ: ԱՄՆ-ում նավթային 20 խոշոր ընկերությունները վերահսկում են նավթի ամերիկյան պաշարների 4%-ը, նրա արդյունահանման 60%-ը, նավթավերամշակման ավելի քան 80%-ը, նավթի և նավթամթերքի ողջ վաճառքի 70%-ը: Նմանատիպ իրավիճակ է տիրում մետալուրգիական, քիմիական, փայտավերամշակման և մի շարք այլ ընկերություններում: Վերջին 10-15 տարիների ընթացքում կորպորացիաների գործունեության ընթացքում միջերկրայինի հետ համատեղ

շեշտը ավելի շատ տեղաշարժվում է դեպի միջճյուղային դիվերսիֆիկացում, այսինքն՝ մի շարք տարբեր ճյուղերում արտադրական գործունեության ոլորտի ընդլայնում:

ՎԱԿ-ի գործունեության արդյունավետությունը պայմանավորված է ոչ միայն դրա խոշոր մասշտաբներով, այլև նրանով, որ գլխամասային ընկերությունների և նրա արտասահմանյան մասնաճյուղերի միջև փոխանակությունը կատարվում է տրանսֆերտային գներով: Միջֆիրմային մատակարարումների առավելությունը կայանում է նրանում, որ դրանք իրականացվում են ոչ թե համաշխարհային, այլ տրանսֆերտային /ներկորպորացիոն/ գներով, որոնք կարող են էականորեն տարբերվել համաշխարհային գներից՝ կախված ստեղծված իրավիճակից: Տրանսֆերտային գներ են համարվում ՎԱԿ-ի կառուցվածքային ստորաբաժանումների միջև փոխանակվող միջանկյալ ապրանքների՝ ՎԱԿ-ի կողմից կարգավորվող գները:

Միջազգայնացման մոդելի հեղինակները կարծում են, որ տրանսֆերտային գները առաջին հերթին ՎԱԿ-ի կողմից ոչ կատարյալ շուկաների /որտեղ նրանք գործում են/ նկատմամբ նրանց պատասխան քայլն է: Այդ շուկաներում գործում են հարկերի տարբեր դրույքաչափեր և արտարժույթային վերահսկողության տարբեր կանոններ, տարբեր պետական քաղաքականություն է իրականացվում արտասահմանյան ապրանքների, ծառայությունների ու կապիտալի նկատմամբ: Արդյունքում ՎԱԿ-ի համար առաջանում են տրանսակցիոն ծախսեր, այսինքն՝ ծախսեր, որոնք կապված են ոչ այնքան արտադրության, որքան այլ տնտեսական գործարքների հետ: Եվ երկրորդ՝ որոշ ապրանքների /տվորաբար կիսաֆաբրիկատների և բաղադրիչների/ և ծառայություններ /տվորաբար տեխնոլոգիական և այլ/ համար, որոնք փոխանակվում են ՎԱԿ-երի ստորաբաժանումների կողմից, չկան համաշխարհային գներ:

Որպեսզի որոշենք, թե ինչքա՞ն ու ո՞ր ուղղությամբ են տրանսֆերտային գները տարբերվում համաշխարհային գնե-

րից, բավական է միայն իմանալ՝ ի՞նչ գնով է կորպորացիայի մի ստորաբաժանումը որևէ ապրանք մատակարարում իր արտասահմանյան մասնաճյուղին, և ի՞նչ գնով է նույն ապրանքը մատակարարվում նույն երկիր անկախ վաճառողների և գնորդների կողմից: Մեծամասամբ, երբ ՎԱԿ-ը իրենց երկրում հարկերը և արտասահման ապրանքը արտահանելիս ներմուծման մաքսատուրքերը նվազեցնելու նպատակ են հետապնդում, տրանսֆերտային գները համաշխարհային գներից բավական ցածր են սահմանվում: Միևնույն ժամանակ եթե նպատակ է հետապնդվում իրենց երկրում շահույթը ազատել մեծ հարկումից, ՎԱԿ-ը իրենց արտասահմանյան մասնաճյուղերից ապրանքների որոշ բաղադրիչներ ներմուծում են համաշխարհային գներից ավելի ցածր գներով:

ՎԱԿ-ի համար հատկանշական են տեխնոլոգիաների նշանակության մեծացումը փոքր և միջին ձեռնարկատիրության հետ մրցակցային պայքարում: Վերջին տարիներին տեխնոլոգիաների համար ձեռնարկությունների կատարած ծախսերը զգալիորեն ավելացել են, որը արտահայտվում է արտասահմանյան մասնաճյուղերի բարձր տեխնոլոգիական կապիտալի արտահանման, տեխնոլոգիաների գնման, անձնակազմի ուսուցման, ինչպես նաև ռոյալթիի և լիցենզիաների վճարման ծախսերի մեծացմամբ: Տեխնոլոգիաների վրա ծախսվող գումարների մեծացումը կապված է այն հանգամանքի հետ, որ ՎԱԿ-ն ավելի ու ավելի են ներքաշվում տեխնոլոգիապես ինտենսիվ արտադրությունների մեջ, որը հնարավորություն է տալիս պահպանել և բարելավել իրենց մրցակցային առավելությունները շուկայում: Ինչպես գիտենք, արտասահմանյան շուկաներում ՎԱԿ-ի հաջող առաջխաղացման հիմքը դրանց մրցակցային առավելություններն են, որոնցից կարևորն է տեխնոլոգիական առաջատարությունը: Մրա հետ կապված՝ ՎԱԿ-ի ազդեցությունը ԳՏԱ-ի վրա համաշխարհային մասշտաբով շատ մեծ է. ՎԱԿ-ը որոշում են դրա զարգացման ուղիությունները և համապատասխանաբար համաշխարհային տնտեսության կառուցվածքային փոփոխությունները:

ՎԱԿ-ի համար աստիճանաբար ավելի մեծ դեր են սկսում խաղալ նորարարությունները և գիտահետազոտական աշխատանքները: Խոշոր ՎԱԿ-ի նորարարական ազդեցությունը համաաշխարհային տնտեսության վրա շատ մեծ է՝ կապված դրանց ֆինանսական հսկայական կարողությունների հետ: Ներկայումս շատ փոքր և միջին ձեռնարկություններ նկատելի ներդրում ունեն նորամուծությունների ստեղծման գործում, բայց հայտնագործության արդյունաբերական յուրացման համար անհրաժեշտ են սարքավորումների և արդյունաբերական գործընթացների, վաճառքի կազմակերպման, ներառյալ գովազդի ծախսերը, արդիականացման այնպիսի ծախսեր, որոնց համար դրանք միջոցներ չունեն: Այդ իսկ պատճառով ՎԱԿ-ը ոչ միայն իրենք են ստեղծում տեխնիկական նորություններ, այլև գնում են հայտնագործությունները փոքր ֆիրմաներից, որպեսզի հասցնեն դրանք զանգվածային արտադրության՝ այս դեպքում հանդես գալով որպես նորամուծությունների ակտիվ օգտագործողներ: ՎԱԿ-ը հանդես են գալիս ոչ միայն որպես նորարարությունների օգտագործողներ, այլև վաճառողներ:

Այսօր ՎԱԿ-ի լաբորատորիաներում և գիտական կենտրոններում են իրականացնում գիտական հետազոտությունների ու մշակումների հիմնական մասը: Նորարարական գործունեությունը որոշ աստիճանով որոշում է մրցունակությունը գլոբալ շուկաների համար մղվող պայքարում: Ընդ որում, նորարարական արտադրանքը պարտադիր չէ, որ ստեղծվի ՎԱԿ-ի հիմնադիր երկրում, ինչպես նախկինում էր, երբ դրանք մշակվում էին գլխամասային ընկերությունում, իսկ հետո փոխանցվում էին արտասահմանյան մասնաճյուղերին: ՎԱԿ-ի կողմից հետազոտական կենտրոններ ստեղծվում են շատ երկրներում, որտեղ դրա համար կան որակավորում ունեցող կադրեր և այլ անհրաժեշտ պայմաններ: Այսպես «IBM»-ը 90-ականների վերջին ԱՄՆ-ի սահմաններից դուրս ուներ մոտ 25 հազ. աշխատող, շուրջ 30 լաբորատորիա, որոնք գիտահետազոտական և փորձնակոնստրուկտորական աշխատանքներն իրա-

կանացնում էին կորպորացիայի միասնական ծրագրի շրջանակներում՝ հաշվի առնելով ՎԱԿ-ի մասնաճյուղերի և դուստր ձեռնարկությունների մասնագիտացման շուկաների առանձնահատկությունները: ՎԱԿ-ի կողմից առաջափոր տեխնոլոգիաների մշակման և ներդրման մեջ մեծ դեր ունի համագործակցությունը ինստիտուտների և գիտական կենտրոնների հետ: Ընդհանուր առմամբ ստեղծվել են այդպիսի ավելի քան 100 կենտրոններ, այդ թվում այնպիսի ընկերությունների կողմից, ինչպիսիք են՝ «Microsoft», «Motorola», «GM», «GE», «JVS», «Samsung», «IBM», «Intel», «Du Pont», «Ericsson», «Nokia», «Panasonic», «Mitsubishi», «AT&T» և այլն: Այլ կերպ ասած՝ ՎԱԿ-ը օգտագործում են այլ երկրների ազգային կադրերին իրենց մրցակցային առավելությունների մեծացման համար: Քանի որ ՎԱԿ-ի ավելի քան 85%-ը հիմնադրվել է ԱՄՆ-ում, Ճապոնիայում և ԵՄ-ում, այդ երկրները միավորում են փաստացիորեն բոլոր հիմնական գիտական մշակումները, որի պատճառով այդ երկրների տնտեսությունները ավելի շատ են կողմնորոշվում դեպի մտավոր սեփականության ապրանքների արտադրություն [9, 42-47]:

*Այսպիսով, XXI դարի ՎԱԿ-ը բարդ սոցիալ-տնտեսական համակարգեր են: Դրանք միավորում են ֆինանսական, արտադրական, գիտատեխնիկական ռեսուրսներ, ներառում են ծառայությունների և կառավարման տարրեր կառուցվածքներ, որոնց շնորհիվ որպես գերիշխող սուբյեկտներ ակտիվ գործունեություն են ծավալում համաշխարհային տնտեսության մեջ: ՎԱԿ-ը միասնական գեոտնտեսական միջավայրի նախաստեղծողներն են:*

*Առանցքային հասկացություններ. համաշխարհային տնտեսություն, գլոբալացում, վերազգայնացում, վերազգային կորպորացիա, տեխնոլոգիաների փոխանցում, մրցակցային առավելություններ:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. *Ленский Е.В., Цветков В.А.* Транснациональные финансово-промышленные группы и межгосударственная экономическая интеграция: реальность и перспективы. АФП Еженедельника, Экономика и жизнь», 1998, 296 стр.
2. Овчинников Г.П. Международная экономика: учебное пособие. М. 1998, 620 стр.
3. <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMDictionnaire?iddictionnaire=1686> կանադացի տնտեսագետների վերլուծություն: Վերջին մուտքի ամսաթիվ՝ 23.09.2012թ.
4. Le Petit Robert Poche. Rédaction dirigée par Alain Rey, Paris, 1993, pp. 2400 – Ֆրանսերեն բացատրական բառարան:
5. *Le Capitalisme Mondial*, Charles-Albert Michacal, Presses Universitaires de France, coll. Quadrige, Paris, pp. 233.
6. R. ALAN HEDLEY, *Transnational Corporations and their regulation: Issues and Strategies*, 1999, pp. 500.
7. *World Investment Report by UNCTAD*, 2010, pp. 250.
8. Е.Ф.Авдокушин “Международные экономические отношения”, Москва 2001г., 168 стр.
9. Ф. Губайдуллина, Прямые иностранные инвестиции, деятельность ТНК и глобализация, МЭиМО, 2003, №2,42.-47 стр.

### **J. TADEVOSYAN, H. YERITSYAN INTERPRETATION OVER THE CONCEPT OF “TRANSNATIONAL CORPORATIONS”**

Transnational corporations of XXI century are complex social and economical systems, which are including various structures of financial, industrial, scientific, technical, management and services spheres. The activity of these dynamic systems in the world economy, as dominant players, is characterized by a global scale. In XX century transnational corporations are still creating



conditions on the planet to become the onegeoeconomical fundament. So, for transnational corporations we find convenient to give the following definition: " Transnational corporations are organizations, which realize their activities at least in two countries outside of the resident state, include various units, regardless of the organizational form and the sphere. The parent company controls the main part of capital and assets of all units, decisions are based on the general strategy, within their activity they are using the dinamic tendency of the international division of labor and the transnatinalization processes of the global economy, thereby contributing for the formation of the new value system in he world".

**Key concepts:** *world economy, globalization, transnationalization, transnational corporation, technology transfer, competitive advantage.*

### **ДЖ. ТАДЕВОСЯН, О. ЕРИЦЯН ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ВОКРУГ ПОНЯТИЯ “ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ”**

ТНК XXI века сложные социальные и экономические системы, которые сочетают в себе различные финансовые, промышленные, научно-технические, управленческие структуры, а так же сферу услуг. Активная деятельность этих систем в мировой экономике как доминирующих субъектов, характеризуется глобальным масштабом. ТНК еще в XX веке создали на планете предпосылки, чтобы быть единым геэкономическим фундаментом. Для понятия ТНК мы предлагаем следующее определение: "ТНК это организации, которые осуществляют свою деятельность по крайней мере в двух странах за пределами национального государства, включают в себя различные единицы, независимо от организационно-правовой формы и сферы деятельности, материнская компания контролирует значимую часть

капитала и активов всех единиц, решения принимаются на базе общей разработанной стратегии, в рамках своей деятельности активно используют объективные тенденции углубления международного разделения труда и процессы интернационализации мировой экономики, таким образом способствуя установлению новых мировых ценностей".

**Ключевые понятия:** *мировая экономика, глобализация, транснационализация, транснационализация, транснациональная корпорация, трансфер технологии, конкурентные преимущества.*

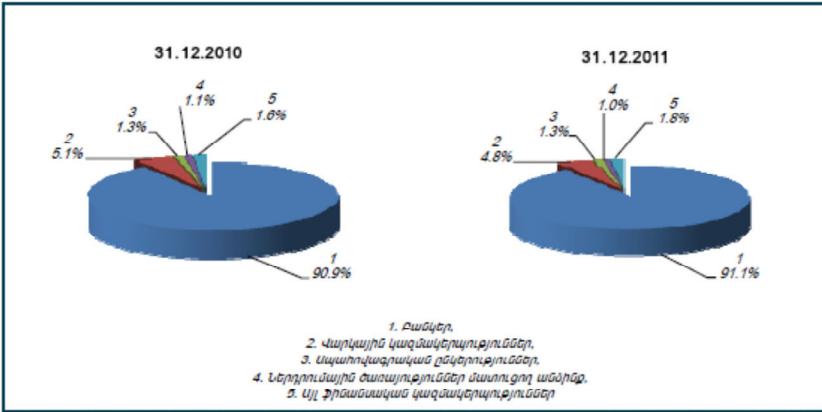
## ԲԱՆԿԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՈՐՊԵՍ ՇՈՒԿԱՅԱԿԱՆ ՎԵՐԱՓՈԽՈՒՄՆԵՐԻ ԽԹԱՆԻՉ

### Ա. Ա. ՄԽԻԹԱՐՅԱՆ

Բանկերը այնպիսի տնտեսական կառույցներ են, որոնց հիմնական գործունեությունը ազատ դրամական միջոցների հավաքագրումն է, վարկերի տրամադրումը, դրամական հաշվարկների կատարումը, թղթադրամների և տարբեր արժեթղթերի թողարկումը:

«Բանկ» տերմինը ծագել է իտալերեն «banca» բառից, որը նշանակում է դրամական սեղան, դրամափողի նստարան: «Բանկ» և «Բանկային գործ» հասկացություններն իրենց լիարժեք դրսևորումն են ստանում տնտեսավարման շուկայական մեթոդների պայմաններում, որին բնորոշ են սեփականության տարբեր ձևերի, ֆինանսական շուկայի բազմազան կառույցների, և ընդհանուր առմամբ կայացած ֆինանսական շուկայի, տնտեսավարող սուբյեկտների ինքնուրույնության և պատասխանատվության սկզբունքների, կառավարման ապակենտրոնացված համակարգի և շուկայական տնտեսությանը բնորոշ այլ գործոնների առկայությունը:

Վերջին տարիներին հայաստանյան բանկային համակարգը կրել է լուրջ փոփոխություններ: 2011 թվականին Հայաստանի ֆինանսական համակարգը բավականին ակտիվ գործունեություն է ծավալել: Հայաստանի ֆինանսական համակարգի խոշոր մասնակիցը բանկային համակարգն է, որին բաժին է ընկնում ֆինանսական համակարգի 91.1%-ը:



<http://www.cba.am/am/SitePages/Default.aspx>

Բանկերի տնտեսական դերը հասարակական պահանջ-մունքների բավարարման գործում բավականին մեծ է: Շնորհիվ բանկի ճկուն գործունեության՝ դրամական միջոցները վերաբաշխվում են տնտեսության տարբեր ոլորտների ու արտադրությունների միջև:

Հայաստանը հիմնականում մանր և միջին բանկերի երկիր է: Խիստ սահմանափակ ժամանակամիջոցում առևտրային բանկերը Հայաստանում վերարտադրեցին բազմազան բանկային, ֆինանսական և այլ ինստիտուտներ, որոնք գոյություն ունեին այլ երկրներում:

Հայաստանի Հանրապետության առևտրային բանկերը իրականացնում են ամենատարբեր գործառնություններ, որոնց թվում բանկային գործառնություններ, որոնք կազմում են առևտրային բանկի գործունեության անմիջական առարկան, գործարքներ, որոնք ունեն օժանդակ նշանակություն և ծառայում են բանկի աշխատանքի կազմակերպչական և նյութական նախադրյալների ապահովմանը:

Հայաստանում առևտրային բարեփոխումների իրականացման ընթացքում ստեղծվեց շուկայական ուղղվածության բանկային սիստեմ, որի օրենսդրական և իրավական կարգավորումները բխում են շուկայական տեսակի բանկային սիս-

տեմներից ունեցած միջազգային պահանջներից: Դրա հետ մեկտեղ հայկական բանկային սիստեմը իր տնտեսական և ինստիտուցիոնալ զարգացման աստիճանով դեռ հետ է մնում աշխարհի առավել զարգացած երկրների բանկային սիստեմներից, ինչն արտահայտվում է նրա ոչ լիակատար բազմակողմանի կառուցվածքի, օրենսդրական և իրավական բազաների թերիություն և առանձին բանկերի թուլության մեջ:

Այնումենայնիվ, Հայաստանի տնտեսության մեջ տեղի ունեցող փոփոխությունները ենթադրում են էական առաջխաղացում տնտեսական կառավարման սուբյեկտների՝ ձեռնարկությունների, կազմակերպությունների և այլ բանկերի հետ փոխհարաբերություններում: Բանկերը, որպես կոմերցիոն կազմակերպություններ, որոնց հիմնական գործողություններն են վարկավորումը, ավանդները, կանխիկի տրամադրումը և այլն, դրանց իրականացման ընթացքում տարբեր տեսակի ռիսկերի են դիմում, ինչպես օրինակ տրամադրած վարկը չվերադարձնելը, վարկի տոկոսները չվճարելը, հաշվարկային ռիսկեր և այլն: Բանկային գործողությունների վտանգի աստիճանը կախված է բանկի հաճախորդների գործունեությունից:

Հայաստանի հանրապետության առևտրային բանկերի համար վարկավորումը հանդիսանում է ամենաեկամտաբեր գործողություններից մեկը, բայց դրա հետ մեկտեղ՝ մեծ ռիսկներ կայացնողը: Դա պարտավորեցնում է բանկերին հսկողություն սահմանել վարկավորման հաստատված սկզբունքների վրա, ինչպես նաև վարկառուների կողմից վարկի նպատակային օգտագործման վրա՝ հաշվի առնելով, որ վարկավորման գործընթացի ժամանակ բանկերը ակտիվ ազդեցություն են ունենում վարկառուների տնտեսական և ֆինանսական գործունեության վրա:

Բոլոր հիմնական բանկային գործառնությունները բաժանվում են չորս խմբերի. **պասսիվային գործառնություններին** են (առաջին խումբ) վերաբերվում ավանդների ընդունման, ինչպես նաև փոխառությունների թողարկման բոլոր տեսակի գործառնությունները:

**Ակտիվային գործառնություններին** (երկրորդ խումբ) վերաբերվում են բոլոր այն գործարքները, որոնք հաճախորդի համար ապահովում են անհրաժեշտ միջոցներ ստանալու հնարավորություն:

**Վճարումներին նպաստելու գործառնություններին** (երրորդ խումբ) վերաբերվում են այն գործառնությունները, ըստ որոնց բանկը իր վրա է վերցնում հաճախորդի գանազան վճարային պարտավորությունները, ինչպիսիք են՝ չեկերի վճարումները, դրամային փոխանցումների իրականացումը, վճարումների ընդունումը ըստ մուրհակների, պարտատոմսերի և այլ փաստաթղթերի:

**Այլ գործառնություններին** (չորրորդ խումբ) վերաբերվում են օրինակ, արժութային և ֆոնդային արժեքների գնումը և վաճառքը, բաժնետոմսերի և փոխառության տոմսերի տեղաբաշխմանը նպաստելը, արժեթղթերի ընդունումը և պահպանումը:

Շուկայում բանկերի գործունեության հաջողությունը շատ բանով կանխորոշվում է հաճախորդների՝ ձեռնարկատերերի, ընկերությունների և ֆիրմաների, առանձին անձանց հետ նրանց փոխհարաբերությունների բնույթով: Այդ հարաբերությունները ծագում են իրացված արտադրանքի դիմաց կամ մատուցված ծառայության համար հասույթի ստացման, բանվորների և ծառայողների աշխատավարձի վճարման համար կանխիկ դրամի ստացման, կարճաժամկետ վարկերի տրամադրման և մարման, անկանխիկ դրամական հաշվարկների իրականացման, երկարաժամկետ վարկերի մարման, (Աբգարյան Կ. Առևտրային բանկերի էությունն ու գործառնությունները, Երևան 2006, էջ 19-20) կապիտալ շինարարության ֆինանսավորման համար բյուջետային միջոցների ստացման, նրանց ճիշտ, նպատակային և ռացիոնալ ծախսման նկատմամբ վերահսկողության իրականացման գործընթացի ժամանակ:

Վարկավորման բնագավառում հարաբերությունները կառուցվում են հաստատված սիստեմով: Բանկային վարկավորման սիստեմն ասելով՝ պետք է հասկանալ փոխկապակց-

ված տարրերի ընդհանրությունը, որոնցից կախված է վարկային գործընթացի կազմակերպումը և կարգավորումը՝ ըստ վարկավորման սկզբունքների և ռիսկի:

Վարկավորման սիստեմը հիմնված է 3 կետերի վրա. 1. վարկի սուբյեկտներ, 2. վարկի ապահովում, 3. վարկավորման օբյեկտներ: Այս երեք տարրերը պահպանում են իրենց հիմնական իմաստը, հանդիսանում են վարկային գործողության «դեմքը», նրա ապահովությունը:

Վարկավորման սիստեմի հիմնական տարրերը անքակտելի են: Վարկավորման հարցում բանկի հաջողությունը կախված է այս երեք տարրերի՝ իրար լրացնելու կարողությունից: Մյուս կողմից, նրանց միությունը քանդելու փորձը խախտում է ամբողջ սիստեմը:

Բանկերը, հանդիսանալով առևտրային ձեռնարկություններ, առևտրային բնույթ են հաղորդում նաև վարկավորման գործողությունների ամբողջ սիստեմին: Նախ և առաջ, ելնելով բանկային տնտեսության եկամտաբերությունից՝ վարկերը վճարովի են: Սակայն հարցը միայն դա չէ: Բանկերը, որպես առևտրային ձեռնարկություններ, առևտուր են անում նախ և առաջ իրենց ռեսուրսներով՝ դնելով դրանք վարկային շրջանառության մեջ: Հենց այդ պատճառով բանկերի սովորական տնտեսության մեջ վարկային գործունեության եկամուտը համարվում է հիմնականը: Ամերիկյան բանկերի եկամտի ճնշող մեծամասնությունը հանդիսանում է վարկավորումը՝ ավելի քան 60%:

Բանկի վարկային արտադրանքի չափսը կախված է ոչ միայն բանկի հնարավորություններից, այլև ներգրավված ռեսուրսներից: Ժամանակակից շուկայական համակարգի մեջ մեծ չափերի առևտուր անել հնարավոր է միայն այն դեպքում, երբ բանկը լրացուցիչ ներգրավել է հաճախորդների միջոցները: Քանի որ բանկը ներգրավում է ռեսուրսներ ոչ թե իր, այլ հաճախորդների համար, ստացվում է, որ վարկային արտադրանքի ծավալը այնքան մեծ է լինում, որքան շատ է վերա-

դարձնելու պայմանով կուտակված ֆինանսական միջոցների ծավալը:

Ժամանակակից վարկային սիստեմի առանձնահատկությունը կայանում է ոչ միայն սեփական և ներգրավված ռեսուրսներից կախվածությունից, այլև որոշակի նորմերից, որոնք սահմանում է Կենտրոնական բանկը հաճախորդների վարկավորում կատարող կոմերցիոն բանկերի համար: Հաստատանի Հանրապետության Կենտրոնական բանկը կարգավորում է պարտադիր նվազեցումների տոկոսադրույքը կենտրոնացված պահեստներում: Գոյություն ունեն մասն ալ չափանիշներ, այդ թվում մինիմալ փողային պահուստի տեսքով, որոնք ստեղծվում են կոմերցիոն բանկում, հատկապես խոշոր վարկերի ծավալի կարգավորման ձևով, երբ բանկի պարտավորությունները համեմատվում են իրացվող միջոցների չափսերի հետ:

Ժամանակակից վարկավորման առանձնահատկությունը նրա պայմանագրային հիմքն է: Նախկին սիստեմի հետ համեմատած՝ այդ հռչակագիրը այդքան պարզունակ և տարրական չի թվում: Փողային տնտեսության պատմության որոշակի շրջանում հաճախորդների հետ բանկերի պայմանագրեր իրոք հայտնվեցին: Յավոր սրտի դրանք ձևական բնույթ էին կրում, քանի որ տնտեսական նշանակությունը դրանցում թույլ էր արտահայտված: Միայն այն ժամանակ, երբ ի հայտ եկան կոմերցիոն խթաններ, երբ և՛ բանկը, և՛ հաճախորդը զգացին իրենց միջև համաձայնության խախտումների հետևանքները, վարկային պայմանագիրը դարձավ այն ուժը, որը ամրապնդեց պատասխանատվությունը վարկատուի և վարկառուի միջև:

Անկախ իր եկամտաբերությունից՝ վարկային գործունեությունը տնտեսական ճգնաժամերի, ձեռնարկությունների սնանկության պայմաններում հանդիսանում է ամենառիսկայինը: Ներկայիս պայմաններում վարկի վերադարձը ուշացնելը դարձել է հաճախակի կրկնվող երևույթ:



Վարկավորումը պետք է արտահայտի երկու կողմերի շահերը: Այն բանկերը, որոնք առաջացել են տնտեսական կարիքների շահերից, աշխատում են հաճախորդի պահանջների բավարարման ուղղությամբ: Վարկավորման նպատակն է վարկառուի տնտեսական զարգացման, նրա մրցունակության և եկամտաբերության, անդադար արդյունաբերության և շրջանառության համար պայմանների ստեղծումը: Դրա հետ մեկտեղ, միայն հաճախորդի շահերը չեն կարող որոշիչ լինել: Պետք է հաշվի առնել նաև մյուս կողմի՝ բանկ-վարկատուի շահերը: Նրա շահերը կարող են չհամընկնել հաճախորդի շահերի հետ: Բանկը միշտ ընտրության հնարավորություն ունի, թե որտեղ ներդնի իր կապիտալը: Նրա հնարավորությունները հաճախ սահմանափակ են: Ինչպես հայտնի է, բանկերն աշխատում են որոշակի սահմաններում, ինչը որոշվում է ներկա դրությամբ նրա ունեցած ռեսուրսների ընդհանրությամբ: Հաճախորդներին տրամադրվող վարկերի ծավալը կախված է բանկի սեփական և ներգրավված միջոցների ծավալից:

Բանկերը ձեռնարկություններին տրամադրում են երկարաժամկետ վարկեր արտադրության ընդլայնման, սպառողական ապրանքների և վճարովի ծառայությունների որակի բարձրացման, անվանացանկի ընդլայնմանն ուղղված նորարարական միջոցառումների իրականացման, ինչպես նաև արտահանման բազայի ընդլայնման հետ կապված կապիտալ ծախսերի համար: Վարկավորման օբյեկտներ են հանդիսանում տեխնիկական վերազինման, վերակառուցման, շինարարության, համատեղ ձեռնարկությունների և արտադրությունների ստեղծման մեջ բաժնային մասնակցության համար ձեռնարկության ծախսերը, օժանդակ գյուղական տնտեսությունների նյութատեխնիկական բազայի կազմակերպման և ընդլայնման համար ծախսերը:

Չնայած արժեզրկմանը՝ առևտրային բանկերը, միևնույնն է, սկսում են ֆինանսավորել արդյունաբերական և ագրարային արտադրությունը, առևտուրը, փոքր և միջին բիզնեսը:

Բացի այդ, անհրաժեշտ է հաշվի առնել, որ շատ ձեռնարկություններ շրջանառու միջոցներով ապահովված են կիսով չափ, իսկ մի մասն էլ՝ միայն 20 - 25 տոկոսով: Երկրում կանգ են առել գործարաններ և ֆաբրիկաներ: Բանկերը ջանում են նրանց օգնել, ինչպես և առևտրի մեջ, որտեղ շրջանառու միջոցները 80%-ով բաղկացած են փոխառություններից:

Վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ գործնականում առևտրային բանկերը լայնորեն զբաղվում են ներդրումային գործառնություններով: Երբեմն նրանք դրա համար օգտագործում են բոլորովին այլ նպատակների համար նախատեսված ռեսուրսներ: Մեր օրենսդրությունը չի արգելում ներդրումային նպատակների համար օգտագործել կարճաժամկետ ներգրավված միջոցները: Օգտվելով դրանից՝ առևտրային բանկերը հաճախ խոշոր դրամական գումարներ են տրամադրում ձեռնարկությունների և կազմակերպությունների ձեռնարկատիրական գործունեության համար:

Առևտրային բանկերը շատ բան են արել, որպեսզի հայաստանյան ընկերությունները, որոնք դուրս են գալիս համաշխարհային շուկա, որոնք աշխատում են Հայաստանի Հանրապետությունում, կարողանան ստանալ ցանկացած ծառայություններ և խորհրդատվություն:

Առևտրային բանկերը ընդլայնում են մյուս ծառայությունները, բացում են ավանդային հաշիվներ ազատ փոխանակվող արժույթով:

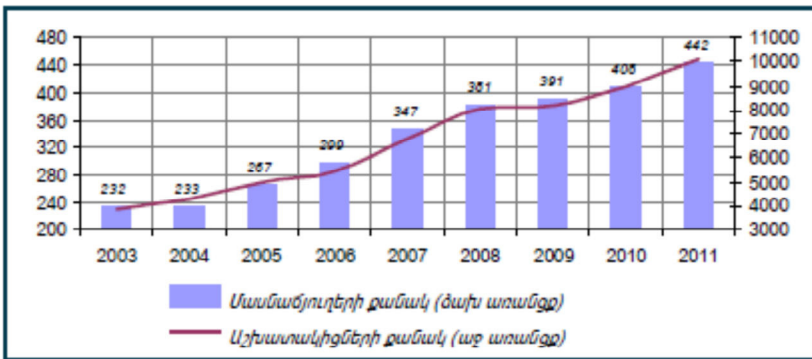
Պրակտիկան ցույց է տալիս, որ Հայաստանում ձևավորված քաղաքական և տնտեսական իրավիճակում պետական ֆինանսավորումը նկատելիորեն կրճատվում է և գնալով ավելի շատ կիրականացվի առևտրային կառույցների միջոցով: Դա իր հերթին կբերի առևտրային բանկերի կողմից նշանակալից քանակով ձեռնարկությունների լայն ընդգրկմանը, որոնք տիրապետում են հզոր ֆինանսական ռեսուրսների: Քանի որ նոր բանկերի ստեղծումը դառնում է ավելի դժվար, ավելի կընդլայնվի գործող բանկերի ծառայություններին դիմելը: Այս իրա-

վիճակում ուժեղանում է բանկերի ուշադրությունը դեպի մարքեթինգի հիմնախնդիրները:

Հաճախորդի ընդլայնման նպատակով բազմաթիվ նման բանկեր սկսեցին մշակել հաճախորդների ներգրավման հատուկ ծրագրեր: Նրանցից ոմանք բարձրացնում են ավանդների տոկոսադրույքները, նվազեցնում տրամադրվող վարկերի տոկոսադրույքները: Սակայն այս ճանապարհը սահմանափակված է խելամիտ մարժայի չափերով: Շատ բանկեր ընդլայնում են իրենց հաճախորդների սպեկտրը՝ վարկառուների իրենց առաջարկությունների տրամադրումը:

Մասնաճյուղերի քանակի ավելացումը օգնում է ռեսուրսների առաջնային բազան ամրապնդել նոր հաճախորդների ներգրավման շնորհիվ: Մասնաճյուղերի ցանցը բանկի համար հնարավորություններ է ստեղծում ակտիվ գործունեություն ծավալել տարածաշրջանում, հաճախորդների համար բարելավել ծառայությունների որակը: Այսօր մարզերում հաջողությամբ զարգանում են բանկերի մասնաճյուղները:

Ստեղծելով մասնաճյուղեր՝ առևտրային բանկը սովորաբար ցանկանում է ոչ միայն յուրացնել իր համար նոր տարածաշրջանը, այլև մտադրվում է ներդնել այս կամ այն նոր ծառայությունը (Մուվարյան Ա. Առևտրային բանկերի կորպորատիվ ռազմավարությունը և դրա արդյունավետությունը, Երևան 2008, էջ 35-36):



Պրակտիկան հաստատում է հայաստանյան բանկերի մասնաճյուղային ցանցի արագացված աճի համար բոլոր անհրաժեշտ նախադրյալների առկայությունը: Հիմնականում ավարտվել է կապիտալի նախասկզբնական կուտակման փուլը, և բանկերը բախվել են հետագա որակական և քանակական աճի, երաշխիքի և կայունության ապահովման անհրաժեշտության հետ:

Բանկերը սովորաբար հետապնդում են երկու հիմնական նպատակ՝ բանկի գործողության ոլորտի ընդլայնում և հիմնական գրասենյակը կորորդինացնող և ռազմավարական կենտրոնի վերածելու նպատակով օպերատիվ աշխատանքի հիմնական մասը գլխամասային բաժանմունքից մասնաճյուղերի վրա դնելու ձգտում:

Բանկային համակարգի հետագա զարգացման գործընթացը կընթանա ներքին կատարելագործման, արդեն գործող բանկային հաստատությունների մասնաճյուղերի և դուստր ձեռնարկությունների քանակի աճի ճանապարհով: Փորձը համոզում է, որ մասնաճյուղերի ստեղծումը հանդիսանում է առևտրային բանկերի՝ նոր տարածքներ ներթափանցելու և պակաս արդյունավետ գործող բանկերի հաճախորդների ներգրավման արդյունավետ եղանակ:

Հայաստանի տնտեսությունը շուկայականի անցնելու նոր փուլում վարկային հիմնարկները էապես փոխում են իրենց գործունեության ձևը և ոլորտները, կատարում են կառուցվածքային նորամուծություններ, ձգտում են իրենց համար բացել նոր շուկաներ: Կյանքն ինքը օբյեկտիվորեն ստիպում է նրանց գնալով ավելի մեծ չափերով սպառազինության՝ ընդունել աշխատանքի ժամանակակից շուկայական մեթոդներ, և առաջին հերթին, մարքեթինգի հսկայական ներուժ: Եթե դեռ վերջերս շատ բանկիրներ այն կարծիքի էին, թե առանց շուկայի լուրջ ուսումնասիրության, խորը հեռանկարային վերլուծության ապրել կարելի է, ապա այժմ դժվար թե հնարավոր լինի գտնել բանկի այնպիսի ղեկավարի, որը չգիտակցի ողջ նշանակությամբ:

<http://www.cba.am/am/SitePages/Default.aspx>

Այստեղից էլ՝ էլ ավելի մեծ ուշադրությունը դեպի բանկային մարքեթինգը՝ որպես գիտության և որպես պրակտիկ գործողության ուղեցույցի:

**Առանցքային հասկացություններ.** *վարկային գործընթաց, վարկային ռիսկ, վարկային պարտավորություններ, ֆինանսական կայունություն, մասնաճյուղ, ֆինանսական համակարգ, բանկային մարքեթինգ, ֆինանսական ռեսուրս, ներգրավված միջոցներ, ավանդային տոկոս:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Սուվարյան Ա. Առևտրային բանկերի կորպորատիվ ռազմավարությունը և դրա արդյունավետությունը, Երևան 2008, էջ 35-36, 51-54
2. Արզարյան Կ. Առևտրային բանկերի էությունն ու գործառնությունները, Երևան 2006, էջ 19-22
3. Бупкина М. К. Деньги. Банки. Валюта. –М: АО ДИС, 1994
4. <http://www.cba.am/am/SitePages/Default.aspx> (Վերջին մուտքը 05.06.2012)

**А. А. МХИТАРЯН**

## **БАНКИ КАК СТИМУЛЯТОРЫ РЫНОЧНЫХ РЕФОРМ В АРМЕНИИ**

### **Резюме**

В последние годы активность банковской системы Армении приводит к тому, что финансовая система Армении является одним из основных участников рынка, в результате банковская система повысила процентные ставки по депозитам и снизила процентные ставки по кредитам. После этого банки стали финансировать и создавать условия для

успешного развития тех фирм, которые хотели расширить свою деятельность и выйти на мировой рынок.

**Ключевые понятия:** кредитный риск, кредитный процесс, кредитных обязательств, финансовой устойчивости, отделения, Управление финансами, финансовыми ресурсами, оборудованием участие, ставки по депозитам

## **A.A. MKHITARYAN**

### **BANKS AS PROMOTERS OF REFORMS IN ARMENIA**

#### **Summary**

In recent years, Armenia's banking system activity leads to the fact that Armenia's financial system and the banking system was a major participant in the market as a result of the banking system raised interest rates on deposits and lower interest rates on loans after banks began to fund and create the conditions for successful organizations who wanted to expand its activities and reach the global market.

**Key concepts.** *credit risk, credit process, loan commitments, financial stability, Branch, Financial Management, financial resources, equipment involved, the deposit rate, credit risk, credit process, loan commitment*

## ԿԱՌԱՎԱՐՈՒՄ

---

### ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ՀԱՇՎԵԿՇՈՒԻ ԿԱՏԱՐԵԼԱԳՈՐԾՈՒՄԸ ՈՐՊԵՍ ԴՐԱՍԱԿԱՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐԻ ՀՈՍՔԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԱՐԴԻԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ԳՈՐԾԻՔ

#### ԱՆԴՐԱՆԻԿ ՄՆԱՑԱԿԱՆԻ ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ, ՏԱԹԵՎԻԿ ՍԱՄՍՈՆԻ ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ

Ֆինանսական հաշվեկշիռը բնութագրում է միաժամանակ տնտեսական գնահատականը և տարբեր դասակարգումների մեթոդների կիրառումը:

Տնտեսական գնահատականի կիրառումը որոշվում է հետևյալ հիմնական վիճակներով.

- բոլոր ակտիվների և միջոցների աղբյուրների գրառումը հաշվեկշռի մեջ, որոնք կան ձեռնարկությունում իր գործունեության համար
- հրաժարում լիկվիդացիայից և ոչ նյութական ակտիվներից
- ակտիվների գնահատումը ըստ շուկայական գնահատականի:

Դիտարկենք տարբեր մեթոդների կիրառման դասակարգումը: Ինչպես արդեն նշվել է, դասակարգումը պետք է կատարվի ակտիվներից և պասիվներից ելնելով:

Ակտիվների մեջ կիրառվում է դասակարգումը ըստ գործառնությունների:<sup>1</sup>

Պասիվների մեջ հարկ է կիրառել նախ դասակարգումը՝ ըստ իրավաբանական սկզբունքի դասակարգելով տողատակերը, որոնք թույլ են տալիս կարողալ հիմնական կապիտալի արժեքը:

---

<sup>1</sup> Հիմնական կապիտալը այնտեղ հանդես է գալիս ոչ թե հաշվեկշռային արժեքով, այլ շուկայական արժեքով:

Նշենք, որ խմբագրումների մասնավոր դեպքերը, որոնք թույլ են տալիս ստանալ ճիշտ ֆինանսական հաշվեկշիռ, հանդիսանում են շատ բարդ գործ անհրաժեշտ տեղեկատվության հաշվեկշռի ստացման համար: Վերլուծաբանի դերը, այսպիսով, կայանում է նրանում, որ հասնի հնարավոր առավելագույնին:

Ստորև կվերլուծենք այն, ինչը կապված է իրավաբանական կանոնակարգի հետ, հաշվապահական գնահատականը՝ կիրառելով հաշվեկշիռը Գլխավոր պլանի հաշիվների հետ և վերադասակարգելով նրա որոշ հոդվածներ:

### **Օրենսդրության փոփոխություններ առաջացնող հոդվածներ**

Հայաստանի հաշվապահական հաշվեկշռի մեջ արտացոլված են ակտիվներ, որոնց տիրում է ձեռնարկությունը: Ֆինանսական հաշվեկշիռը իր հերթին պետք է հաշվի առնի բոլոր ակտիվները, որոնք ձեռնարկությանը թույլ են տալիս գործի դնելու ամեն ինչ՝ անկախ այդ ակտիվներին տիրելու բոլոր միջոցներից. այդ պատճառով էլ նպատակահարմար է որոշել ակտիվները և պասիվները: Այս խնդիրը վերաբերում է նախ և առաջ վարձակալած միջոցներին, հաշվարկային պարտատոմսերին, որոնց վճարման ժամկետը դեռ չի մոտեցել:

*Վարձակալած ակտիվների հաշվարկ:* Վարձակալած հիմնական միջոցների արժեքը հաշվի չի առնվում հաշվապահական հաշվեկշռի ակտիվների արժեքի մեջ, քանի որ ձեռնարկությունը այդ ունեցվածքի սեփականատերը չէ: Վարձակալած վճարի վճարները պարտքի դիմաց պասիվներում չի նշվում: Որպեսզի ձեռնարկության հաշվեկշռի մեջ ցույց տրվի տնտեսական իրավիճակը, անհրաժեշտ է հաշվապահական հաշվեկշիռը հագեցնել նաև երկու գործողություններով. վարձակալած միջոցների հաշվապահական մնացորդի ակտիվները, այսինքն՝ այն արժեքները, որոնք պետք է վճարվեին ղեկավարների կողմից գույքը ձեռք բերելիս՝ հաշվի առնելով կուտակված ամորտիզացիան, որը համապատասխանում է մաշ-



վածքին, և վարձակալողների գրառումները պարտքերի պասիվի մեջ, այսինքն՝ վարձակալած վճարը:

Այս երկու խմբագրումները ուղեկցվում են նախկին արդյունքների գնահատականով և ընթացիկ փուլի տվյալներով: Այս գործողությունները ստեղծում են զգալի տեխնիկական դժվարություններ:

Սովորաբար փոփոխությունները պետք է վերաբերեն բոլոր վարձակալված ակտիվներին: Փաստորեն, վերանայելով դիտարկվում են ընդամենը հիմնական միջոցները, որոնք ստացվում են լիզինգից, որն էլ համարվում է քննադատության առարկա:

### **Գնահատականի խմբագրում**

Դիտարկենք վճարման հանձնարարականի գնահատականը արտարժույթով, նախապես բացահայտված ծախսերը, ամորտիզացիոն հատկացումները, պահուստները և պաշարները:

*Վճարման պահանջագրերի գնահատումը և պարտքերը արտասահմանյան արտարժույթով:*

Վճարման պահանջագրերը և պարտքերը արտասահմանյան արտարժույթով գնահատվում են Հայաստանի Հանրապետությունում՝ հաշվի առնելով արտարժույթի կուրսի փոփոխությունը՝ կախված ստեղծված իրավիճակից: Վճարման պահանջագրերը պոտենցիալ եկամտաբերության և պարտքերի դեպքում դիմում են արտարժույթի կուրսին, որը գոյություն ունի հաշվեկշիռը կազմելու օրը, իսկ հավանական շահույթը գրանցվում է հաշվեկշռի ստորին մասում՝ հաշվի առնելով պասիվի շեղումները:

Օրինակ, ունենք 200 դրամական միավորի արտասահմանյան արտարժույթի վճարման պահանջագիր: Ենթադրենք, թե արտարժույթի կուրսը տատանվում է 1-ից մինչև 1,5 միավոր: Համապատասխան հաշվեկշիռները կունենան հետևյալ տեսքը.

**Վճարման պահանջագրերի հաշվառման ժամանակ կազմված հաշվեկշիռ**

Ակտիվ Պասիվ

Վճարման պահանջագիր 200 կապիտալ 200

**Վերջնական հաշվեկշիռ**

Ակտիվ Պասիվ

Վճարման պահանջագիր 300 կապիտալ 200

Կուրսի շեղումներ՝ 100:

Այս փորձը նպատակ ունի ծանոթացնել գոյություն ունեցած հնարավոր եկամտի հետ արտարժույթի կուրսի տատանումների դեպքում: Քանի որ նախատեսվում է որոշել միայն ձեռնարկության գործունեության ցուցանիշները, գերադասելի է բացառել կուրսային տարբերությունների ազդեցությունը և առկա շահույթի գոյությունը, հակառակը, կարող է նշվել այն հաշվարկային փաստաթղթերում:

Կուրսի տարբերության դեպքում վնասը կլինի մի քիչ բարդ. վնասները պետք է ոչ միայն ներառվեն ակտիվների հաշվարկներում, այլև նշվեն ծախսերի մեջ դրտացիաների միջոցով՝ ռիսկի դեպքում:

Կրկին վերադառնանք նախկին օրինակին. ենթադրենք, թե փոխանակման կուրսը հաշվեկշիռը կազմելու օրը նվազել է մեկ օրվա մեջ 0,8-ով.

**Վճարման պահանջագրերի հաշվառման ժամանակ կազմված հաշվեկշիռ**

<u>Ակտիվ</u>	<u>Պասիվ</u>
Վճարման պահանջագիր 200	Կապիտալ 200

## Վերջնական հաշվեկշիռ

Ակտիվ	Պասիվ
<p>Վճարման պահանջագիր 160 Արտարժույթի շեղումներ 40 : 200</p>	<p>Կապիտալ 200 Կորուստներ (40) Պաշարներ ռիսկի դեպքում 40 : 200</p>

Եթե վերլուծաբանը հրաժարվում է հաշվի առնել հաշվարկային տարրերը, ապա անհրաժեշտ է բացառել արտարժույթի կուրսի տատանման բոլոր տարբերակները:

*Ծախսերի նախապես բացահայտումը* իրենից ներկայացնում է ակտիվների հոդվածները ըստ ծախսերի ընթացիկ կառավարման, որոնք դեռևս չեն օգտագործվել, սակայն կծախսվեն տվյալ փուլում:

Որոշ վերլուծաբաններ տարբերում են նախապես բացահայտված ծախսերը, որոնք ներկայացնում են իրենցից միջոցներ և ծախսեր, որոնք էլ գրկված են նյութական ծառայությունների մատուցումից: Տվյալ տարբերակումը մեզ թվում է վիճարկելի՝ ելնելով մեզանում բերված փաստարկներից ոչ նյութական ակտիվների մասին: Ակտիվները թողնելով ծախսերի մեջ՝ մենք հետագայում այն կդասակարգենք:

*Ամորտիզացիոն հատկացումները և պաշարները* ձևավորվում են ըստ ուղղությունների, որոնք թվարկում են ֆինանսական վերլուծաբանները: Երբ հանդես է գալիս համապատասխան հնարավորություն, իրականացվում է խմբագրում, առանձին դեպքերում որոշ վերլուծաբաններ ամբողջությամբ բացառում են պաշարների ազդեցությունը, որը որ մենք արդեն առաջարկել ենք:

*Պաշարների գնահատականը* իրականացվում է հաշվապահությունում՝ ելնելով զգուշավորության սկզբունքից, նկատի ունենալով բոլոր հնարավոր կորուստները, սակայն դրանով հանդերձ հաշվի չի առնվում հավանական շահույթը:

Հաշվարկի այդպիսի սկզբունքը սահմանափակում է ֆինանսական վերլուծաբանին, որը և ներկայացվել է մեզանում: Եթե պաշարները և նրանց տատանումները նկատելի են, ապա վերլուծաբանը գնահատում է պաշարները ըստ իրացման գնի: Հակառակ դեպքում անհրաժեշտ է բացառել պաշարները:

### **Հողվածների վերախմբավորում**

Որոշ միջոցներ կարող են ճիշտ գնահատվել և հանդես գալ հաշվեկշռի մեջ, բայց չբավարարել խմբավորումների այն չափանիշները, որոնք ընդունվել են ֆինանսական վերլուծության մշակման ժամանակ:

Հետևաբար, հարկավոր է վերախմբավորել, որը վերաբերում է ակտիվների և պասիվների հողվածներին:

### **Ակտիվների հողվածների վերախմբավորում**

*Հիմնադիր կապիտալը և չվճարված բաժնետիրական գրանցված կապիտալ:*

Այս հողվածները իրենցից ներկայացնում են մասնակիցների վճարման պահանջագրեր, որոնք չեն վճարել կապիտալի մի մասը: Ֆինանսական վերլուծաբանը իր հերթին հետաքրքրվում է նաև վճարված կապիտալի ճշգրիտ ծավալով, որը և մասնակիցների բաժնենմասն է: Այսպիսով, մեր կարծիքով, չվճարված կապիտալի գումարը պետք է դուրս հանվի պասիվներից:

Ծախսերը, որոնք բացահայտվել են նախկինում, իրենցից ներկայացնում են հիմնականում ծառայությունների մի խումբ: Կախված նրանից, թե ուր են ուղղված պաշարները՝ ներդրումների կատարմանը, թե արտադրության իրականացմանը, նրանք պետք է ներառվեն կա՛ն հիմնական կապիտալի մեջ, կա՛ն շրջանառու ակտիվների մեջ: Հիմնականում պաշարները վերաբերում են արտադրությանը:

Մի քանի փուլերի ծախսերը, ի տարբերություն նախորդ փուլերի ծախսերի, իրենցից ներկայացնում են ներդրումային բնույթի ծառայություններ:

Նրանք պետք է ներառվեն նյութական և ոչ նյութական համապատասխան հիմնական բաժինների մեջ:

## **Պասիվների հողվածների վերախմբավորում**

*Մասնակիցների ընթացիկ հաշիվներ:* Մասնակիցները կարող են քննարկել ձեռնարկության դրամական միջոցները և ստանալ տոկոսներ՝ ի նշան պարզևատրության: Այդ վճարները ձևավորվում են հաշվապահական հաշվեկշռի մեջ ֆինանսական պարտքերի հողվածում, սակայն որպեսզի ունենան լիարժեք պատկերացում սեփականատերերի հարստության մասին, նրանք պետք է միավորվեն և ներառվեն սեփական կապիտալի մեջ: Որոշ վերլուծաբաններ առաջարկում են ներառել միայն ընթացիկ հաշիվների փակ գումարները, իսկ ընթացիկ հաշիվների մյուս գումարները թողնել պարտավորությունների հողվածի մեջ: Ըստ մեր կարծիքի՝ հարկավոր է այն առանձին հողվածով տեղադրել իրենց սեփական կապիտալի մեջ:

*Ընկերությունների փոխատվությունը:* Եթե ինչ-որ մասնաճյուղի շահութաբերությունը իրականացվում է ընկերության ֆինանսական հաշվետվության համար, ապա ֆինանսական պարտավորությունները ընկերության նկատմամբ պետք է ներառվեն սեփական կապիտալի մեջ, որպեսզի ներկայացնեն իրենց սեփական ներդրումային գումարը՝ անկախ նրա ձևերից:

Փոխարկելի մուրհակները համապատասխանում են բաժնետոմսերին, որոնք կարող են փոխարկվել ակցիաների: Որոշ վերլուծաբաններ առաջարկում են դրանք ներառել սեփական կապիտալի մեջ, երբ այդպիսի փոխարկումը հնարավոր է, այսինքն բաժնետոմսի արժեքը ավելին է, հակառակ դեպքում նրանք թողնում են ֆինանսական պարտքերի մեջ:

Ներդրումային դոտացիաները իրենցից ներկայացնում են ֆոնդեր, որոնք վճարվում են պետության կողմից կամ էլ հասարակական կազմակերպությունների կողմից, հիմնական կապիտալի մեջ ներդրումներ կատարելու համար: Այս դոտացիաները, որոնք գրառվում են հաշվապահական հաշվեկշռի մեջ, դիտարկվում են ամբողջ ծավալով որպես սեփական կապիտալ, քանի որ աստիճանաբար ներդրվում են արտադրութ-

յան մեջ՝ ենթարկվելով հարկային դաշտի օրենքներին: Սովորաբար դոտացիաների մի մասը, որը հավասար է հարկերին, պետք է հարկվի պարտքերի պարտավորությունների մեջ: Միայն շահույթը կարող է երևալ սեփական կապիտալի մեջ:

*Պաշարները* նախատեսված չեն ծածկելու կոնկրետ ռիսկերի վնասները: Դա վերաբերում է սեփական միջոցներին, երբ բարձրանան գները և տատանվեն փոխանակման կուրսերը, կամ էլ շահույթի կուտակում լինի: Որոշ դեպքերում, սակայն, պաշարները մեծ ռիսկերի դեպքում, կարող են ծառայել որպես ծախսաձածկում: Քանի որ այդ գործողությունները ազատված չեն հարկերից, այն հարկավոր է ներառել հարկային պարտքային պարտավորությունների մեջ:

Պահուստները նախատեսված են ծածկելու որոշ տեսակի ռիսկեր և որոշ հավանական հետագա ծախսեր: Նրանք դիտարկվում են որպես հաշիվներ շահույթից և ընդհանուր ոչինչ չունեն պարտավորությունների կապիտալի հետ: Մեր կարծիքով, հենց սեփական կապիտալը պետք է ընդունվի հաշվարկելու եկամուտների տոկոսները: Այս դեպքում պահուստային հոդվածը և ծախսերը կներառվեն պահուստների հոդվածի մեջ որպես սեփական կապիտալ:

*Պարտքային պարտավորություններ:*

Հիշեցնենք, որ պարտքային պարտավորությունները պետք է բաշխվեն երկարաժամկետի և կարճաժամկետի: Հարկ է նշել, որ դժվար է լինում տարբերակել հենց պարտավորությունների գումարը և տոկոսների պարտավորությունները: Այդ պատճառով էլ գուրմարը նպատակահարմար է հաշվի առնել երկու հոդվածներով:

*Հաշիվներ, որոնք կարգավորում են պասիվների հոդվածները*, կազմված են այն եկամուտներից, որոնք համապատասխանում են գլխավորապես այն միջոցներին, որոնք ստացվում են հաճախորդներից, այն ժամանակ, երբ համապատասխան ծառայությունները և ապրանքները չեն իրացվել: Տնտեսագիտորեն այս եկամուտները, որոնք ստացվել են նախկինում, հավասարվում են վարկերին, որոնք տրվում են հաճախորդներին:

Հետևաբար, որոշակի է դառնում դրանք թողնել երկարաժամկետ կամ կարճաժամկետ շահագործման մեջ՝ կախված նրանից, թե որքան ժամանակ կիրականացվեն այդ ծառայությունները:

*Շահույթը* որոշակի ժամկետում տանում է սեփական կապիտալի: Այնուամենայնիվ, նրա այն մասը, որը բաշխվում է շահաբաժնի ձևով և դառնում է կարճաժամկետ պարտավորություն, առանձնացնենք Գլխավոր պլանի հաշիվների առանձին հոդվածով:

### **Ֆինանսական պլանի հնարավոր բարելավումները և սահմանները**

Մեզանում նշված ֆինանսական հաշվեկշիռը մնում է զգալիորեն կախված հաշվապահական հաշիվներից:

Ֆինանսական վերլուծաբանը իր գործառույթները կատարելու համար պետք է նաև կիրառի հաշիվներ և վերլուծական հաշվեկշիռներ. երկարաժամկետ և կարճաժամկետ հաշվեկշռային հաշիվներ ըստ պլանի և բյուջեի, վերլուծական հաշվեկշիռներ ըստ գործունեության ճյուղերի և ըստ աշխարհագրական տեղանքի.

### **Ֆինանսական հաշվեկշիռ**

#### **Կապիտալ ներդրումներ Ոչ նյութական ակտիվներ**

Ծախսեր ըստ հարմարանքների  
ծախսեր ըստ  
հետազոտությունների և  
զարգացման  
պատենտներ, թույլատրագրեր,  
նամականիշեր  
առևտրային հիմնադրամ և այլ  
հիմնադրամներ

#### **Սեփական կապիտալներ Երկարաժամկետ և կարճաժամկետ կապիտալներ**

Էմիսիոն հավելավճարներ,  
հիմնադրամի հավելավճար  
շեղումներ պաշարները  
գերազնահատելիս  
մնացորդային  
եկամուտների հաշիվներ և  
կորուստներ

Կանխավճարներ և  
անդամավճարներ  
Մի քանի փուլերի ծախսեր  
Նախապես բացահայտված  
ծախսեր  
**Նյութական**  
**ակտիվներ/հիմնական**  
**կապիտալ/**  
Հողային տարածքներ  
Սարքավորումներ  
Տեխնիկական միջոցներ,  
մեքենաներ, սարքեր  
Այլ  
Ընթացիկ կապիտալ  
ներդրումներ  
Կանխավճարներ և  
անդամավճարներ  
**Երկարաժամկետ վարկեր և**  
**ներդրումներ**  
Մասնակցություն ներդրումների  
մեջ  
Պարտքային  
պարտավորություններ ըստ  
ներդրումների մասնակցության  
Այլ երկարաժամկետ  
ներդրումներ  
Մուրհակներ  
Շրջանառու կապիտալ  
Արտադրություն  
Ընթացիկ ապրանքա-  
նյութական պաշարներ  
Կանխավճարներ և  
անդամավճարներ ըստ  
պատվերի

Ներդրումային  
դոտացիաներ  
Մասնակիցների ընթացիկ  
հաշիվներ  
Ռ-իսկի դեպքում պաշարներ  
և ծախսեր  
**Կարճաժամկետ**  
Ընթացիկ հաշիվներ  
Ռ-իսկի դեպքում պաշարներ  
և շահույթ  
**Գումարի ժամանակավոր**  
**փոխադրման փուլ**  
Ժամանակի շահույթ  
Վարձու կապիտալ  
**Երկարաժամկետ և միջին**  
**ժամկետ**  
Փոխանակվող  
պարտատոմս  
Այլ փոխանակվող  
պարտատոմսեր  
Մուրհակներ և վարկեր  
վարկային  
կազմակերպություններին  
Այլ ֆինանսական  
պարտքեր միջին և  
երկարաժամկետ  
Այլ պարտքեր միջին և  
երկարաժամկետ փուլով  
**Կարճաժամկետ**  
**շահագործվող պարտքեր**  
Կանխավճարներ և  
մուծումներ, ստացված  
ընթացիկ պատվերներից  
Ներկրողների պարտքեր



Շահագործվող պարտքեր  
Դեբիտորական պարտքեր  
Նախապես բացահայտված  
ծախսեր

**Արտասարտադրական**

Տարբեր վճարային  
պարտավորություններ

**Դրամական միջոցներ**

Արժեթղթեր

Դրամարկդ, կանխիկ

Հարկային և  
հասարակական պարտքեր  
Նախապես բացահայտված  
եկամուտներ

**Շահագործումից դուրս**

**պարտքեր**

Հիմնական միջոցներ

Ֆիսկալային պարտքեր

Այլ

*Առանցքային հասկացություններ. Ֆինանսական հաշվեկշիռ, ակտիվներ, պասիվներ, արտարժույթի կուրսի տատանումներ, ծախսերի, ամորտիզացիոն հատկացումներ, պաշարներ, պաշարների գնահատում, մասնակիցների ընթացիկ հաշիվներ, ներդրումային դոտացիաներ, մուրհակներ, պահուստներ, պարտքային պարտավորություններ, շահույթ:*

**ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ**

1. Բայադյան Ա., Ձեռնարկությունների ֆինանսական դրոշյան գնահատումը, Երևան, 2002թ.:
2. Խաչատրյան Հ., Ֆինանսական և կառավարչական հաշվապահական հաշվառման ուսումնամեթոդական և կիրառական ձեռնարկությունների ժողովածու, Երևան, 1977թ.:
3. Հայաստանի հաշվապահության հաշվառման ստանդարտներ, Երևան, 1999թ.:
4. Ձեռնարկության արդյունավետ կառավարում/գործարար խաղի մեթոդիկա/, պրոֆ. Յու Մ.Սուվարյանի ընդհանուր խմբագրությամբ, Երևան, 2001թ.:
5. Մարկոսյան Ա., Պետությունը և շուկան, գիրք առաջին, Երևան, 2000թ.:
6. Ջեյմս Դ.Գ., Ռիչարդ Լ.Խ., Տնտեսագիտություն/ գլխավոր խմբագիր՝ պրոֆ. Գ. Կիրակոսյան/, Երևան 1999թ.:

**А.М.Аветисян, Т.С.Багдасарян**  
**Совершенствование финансового баланса как  
современное орудие управления финансовыми средствами**

**Резюме**

Статья представляет собой поправки, образующие изменения в законодательстве, составление баланса во время учёта требований платежа и перегруппировку статей актива и пассива, также возможное улучшение финансового плана.

***Ключевые понятия:** Финансовый отчет, активы, пассивы, колебание валюты, расходы, амортизация, запасы, оценка запасов, текущие расходы участников, инвестирование дотации, краткосрочная трата, резервы, денежный долг, прибыль.*

**А.М.Avetisyan, T.S.Baghdasaryan**  
**Financial statement improvement as a modernization tool of  
cash flow managment**

**Summary**

The article deals with the refinements which evoke legislative changes, as well as balance sheets formed during accounting payment receipts. It also touches upon the regrouping of asset and credit articles and possible improvement and borders of a financial plan.

***Key concepts:** Financial Statements, assets, liabilities, currency fluctuation, expenses, depreciation's allocation, stock, stock valuation, stakeholder's current accounts, investment subsidies, bills, reserves, depths, profit.*

**ԱՇԽԱՏԱԿԻՑՆԵՐԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ  
ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ և ՄՈՏԻՎԱՑԻԱՆ ՀԱՃԱԽՈՐԴ-ԲԱՆԿ  
ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՀԱՄԱՏԵՔՍՈՒՄ**

**Ա. Հ. ՍՏԵՓԱՆՅԱՆ**

Ցանկացած կազմակերպության անկյունաքարը մարդկային ռեսուրսներն են, նրա գործունեության տեսակը և տեխնոլոգիական հագեցվածությունը պայմանավորում են ներգրավված մարդկային ռեսուրսների ծավալը:

Ծառայությունների ոլորտի, այդ թվում՝ բանկերի մրցունակության բարձր մակարդակի և կայուն զարգացման հիմքը որակյալ և կորպորատիվ ոգով ներգրավված աշխատակիցներն են, կազմակերպության գաղափարների կրողները: Հաճախորդ-բանկ հարաբերություններում նրանց աշխատանքի արդյունավետության գնահատումը և նրանց՝ իրենց աշխատանքով բավարարվածության գնահատումն ու խթանումը մեծ նշանակություն ունեն:

Օտարերկրյա բանկերը բավականին մանրաքնին են մոտենում մարդկային ռեսուրսների ընտրության, գնահատման և խթանման համակարգերին՝ հաճախորդների սպասարկման գործընթացի շրջանակներում: Արդի պայմաններում բանկերը կարիք ունեն շուկան հստակ ընկալող, հաճախորդի ուշադրությունը գրավող, բանկի ծառայությունները և պրոդուկտները գրավիչ ներակայացնող և պրոֆեսիոնալ վաճառք իրականացնող աշխատակիցների: Հաճախորդների սպասարկումը հնարավորինս բարելավելու համար նախ պետք է ինքը՝ աշխատակիցը հետաքրքրված լինի հաճախորդի խնդիրները լուծելու և իր աշխատանքում ջանքեր ներդնելու մեջ: Նման տրամադրվածություն աշխատակիցների մոտ կարելի է ապահովել միայն համապատասխան խթանող մթնոլորտի ապահովման միջոցով:

Մոտիվացումը դա այնպիսի պայմանների ստեղծումն է, որոնք կարգավորում են աշխատանքային հարաբերություններ-

րը, որի շրջանակներում աշխատակցի մոտ առաջ է գալիս պահանջ անձնավիրաբար աշխատելու, քանի որ աշխատանքը ոչ միայն իր համար իր պահանջմունքների բավարարման աղբյուրն է, այլ նաև իր հնարավորությունների, ինքնակայացման և ինքնարտահայտման միջոց, իսկ բանկում աշխատակիցների աշխատանքի խթանման և մոտիվացման համակարգի հիմքում ընկած են տարբեր մակարդակի սպասումները/աշխատավարձի, աշխատանքի բնույթի, էության, աշխատանքի արդյունքների, զարգացման և աճի հնարավորությունների, պարզևատրումների, աշխատանքային պայմանների, աշխատանքի գնահատման, աշխատանքի կայունության, աշխատակիցների արժևորման, հարգանքի և այլն/:

Աշխատակիցների մոտիվացիոն կենսագիկը, ինչպես և սովորական գործարարության դեպքում, հաշվի է առնում հաճախորդի՝ տվյալ դեպքում աշխատակցի պահանջմունքը և սպասումները:

Նշենք, որ հիմնականում մարդակային ռեսուրսների տեսությունները առաջարկում են մոտիվացիայի հետևյալ տեսակները [1].

- Նյութական–ոչ նյութական,
- Ներքին–արտաքին,
- Դրական–բացասական,
- Կորպորատիվ–խմբային–անհատական,
- Ինքնամոտիվացում:

ՀՀ բանկային համակարգում մեր կողմից իրականացված հետազոտությունների արդյունքում պարզվել է, որ մոտիվացիայի կիրառվող հիմնական ձևերից՝ աշխատակիցների արդյունավետության բարձրացման վրա ամենամեծ ազդեցությունը թերևս նյութական մոտիվացումն է թողնում:

Մոտիվացիայի տարբեր ձևերի ազդեցությունը աշխատանքի արդյունավետության վրա

Մեթոդ	Ազդեցության աստիճան
Գրամային	59 %
Առաջխաղացում	26 %
Որոշումների կայացմանը մասնակցություն	8%
Այլ	7 %

Արտասահմանյան բանկերում անձնակազմի մոտիվացիան իրականացվում է արդյունավետության հիմնական ցուցանիշների/KPI-ների/ հիման վրա, որը, ի տարբերություն բազային աշխատավարձով մոտիվացմանը, ուղղված է նաև բանկի երկարաժամկետ և կարճաժամկետ նպատակների իրականացմանը, որը «խթանում է հենց աշխատակցին իրականացնել իր իսկ պարտականությունները» [2]: Հաստիքը/աշխատավարձը դա ամսական ֆիքսված հաստատուն գումար է, որը սահմանվում է սովորաբար աշխատանքային փորձին և մասնագիտացվածությանը համպատասխան: Գրամական պարգևատրման համակարգի կիրառումը KPI-ների հիման վրա խթանում է աշխատակցին հասնել ավելի բարձր անձնական արդյունքների, որը ավտոմատ ձևով ավելացնում է նրա ներդրումը ընդհանուր գործունեության և բանկի նպատակներին հասնելու գործընթացում: Միևնույն ժամանակ KPI-ների հիման վրա ձևավորված պարգևատրման համակարգը պետք է լինի պարզ, հասկանալի և մատչելի բոլոր մասնակիցների/աշխատակիցների համար և տնտեսապես հիմնավորված: Համաշխարհային փորձը ցույց է տալիս, որ KPI-ների համակարգի ներդրում ավելացրել է կազմակերպությունների շահույթը

10-30%, քանի որ աշխատակիցների աշխատանքը ուղղել է դեպի հստակ սահմանված արդյունքները՝ միևնույն ժամանակ բարձրացնելով մոտիվացիան և լոյալությունը[3]:

KPI-ների համակարգը բավականին ընդգրկում է և ներառում է աշխատակիցների գրեթե բոլոր հիմնական պահանջ-մունքները և հանդիսանում առայժմ գործող դրամական մոտիվացիայի ամենարդյունավետ համակարգը:

Ամփոփելով աշխատակիցների մոտիվացիոն գործընթացը՝ նշենք, որ գործընթացի արդյունավետությունը ուղղակիորեն կախված է աշխատակիցների աշխատանքի արդարացի գնահատման և անհատի համար «ոգևորության» դրդապատճառների բացահայտման համակարգերից:

Ուսումնասիրելով հայաստանյան բանկերի գործունեությունը և հաճախորդների հետ անմիջապես աշխատանքներ իրականացնող աշխատակիցների մոտիվացման կարևորությունը հաճախորդ-բանկ հարաբերությունների ամրապնդման գործում՝ մեր կողմից մշակվել են հաճախորդների հետ անմիջական առնչություն ունեցող աշխատակիցների արդյունավետության գնահատման և մոտիվացման մեխանիզմներ, որոնք ուղղված են հինգ խումբ աշխատակիցների.

1. Վարկային մասնագետներ
2. Հաճախորդների սպասարկման ստորաբաժանման աշխատակիցներ
3. Դրամարկդի աշխատակիցներ/որոշ բանկերում այս խումբը համընկնում է նախորդ խմբի հետ/,
4. Վաճառքներ իրականացնող աշխատակիցներ
5. Հաճախորդ մենեջերներ, որոնք զբաղվու են կորպորատիվ/երբեմն նաև ՓՄՁ/ հաճախորդներով

Վարկային մասնագետների արդյունավետությունը առաջարկում ենք գնահատել ըստ ստորև ներկայացված ցուցանիշների:

Վարկային մասնագետների արդյունավետության գնահատում

Վարկային մասնագետների առաջխաղացման և աշխատավարձերի բարձրացման համար կիրառվող գործոն	Գործոնի տեսակարար կշիռ	Գործակցի հաշվարկի մեթոդ
Վարկերի տրամադրումներ, պորտֆել, որակ	100	
Ամսական միջին տրամադրումների քանակ`/վերջին վեց ամիսների կտրվածքով/	25	1-ին տեղ` 25, 2-րդ` 24.. նվազագույնը 7 միկրովարկ չապահովելու դեպքում` 0
Ամսական միջին տրամադրումների գումար/վերջին վեց ամիսների կտրվածքով/	25	1-ին տեղ` 25, 2-րդ` 24... նվազագույնը 15մլն. դրամ միկրովարկ չապահովելու դեպքում` 0
Պորտֆելի գումար/վերջին երեք ամիսների վերջին օրերի գումարների միջինը/	25	1-ին տեղ` 25, 2-րդ` 24...
Պորտֆելի որակ/վերջին երեք ամիսների վերջին օրերի ստանդարտ վարկերի տեսակարար կշիռների գումարների միջինը/	10	1-ին տեղ` 10, 2-րդ` 9...նվազագույնը 97 չապահովելու դեպքում` 0

<p>Պորտֆելի միջին կշռված %/վերջին երեք ամիսների վերջին օրերի միջին կշռված տոկոսների միջինը/</p>	<p>15</p>	<p>1-ին տեղ՝ 15, 2-րդ՝ 14...տվյալ տարվա համար սահմանված պլանային միջին կշռված տոկոսը չապահովելու դեպքում՝ 0</p>
---	-----------	---

Ինչպես երևում է վերոնշյալ աղյուսակից վարկային մասնագետների արդյունավետության գնահատման համար հիմք է ընդունված նրանց կողմից տրամադրված վարկերի քանակը, գումարը, նրանց վարկային պորտֆելի գումարը, պորտֆելի որակը՝ ժամկետանց վարկերի տեսակետից, պորտֆելի միջին կշռված տոկոսը: Արդյունավետության գնահատման գործում այս գործոնների ազդեցությունը կարող է փոխվել՝ կախված վարկային մասնագետի ոլորտից/միկրովարկային մասնագետ, կորպորատիվ վարկավորման մասնագետ, սպառողական վարկավորման մասնագետ/: Վերոնշյալ կշիռները խորհուրդ է տրվում կիրառել միկրովարկավորման ոլորտի աշխատակիցների համար: Գործակցի հաշվարկի ժամանակ, կախված բանկի կողմից սահմանված նվազագույն պահանջներից, կարող են դրվել որոշակից նվազագույն շեմեր: Օրինակ՝ եթե բանկը սահմանել է ժամկետանց վարկերի առավելագույն ցուցանիշը 3%, ապա տվյալ դեպքում վարկային մասնագետը, գերազանցելով 3%-ը, տվյալ գործոնից միավոր չի ստանա: Ինչպես երևում է, վարկային մասնագետը որևէ գործոնով առավելագույն միավոր հավաքելու համար պետք է այդ գործոնով լինի առաջին տեղում: Հաջորդները միավորները ստանում են նվազման կարգով՝ մինչև տվյալ գործոնի համար նախատեսված նվազագույն կամ առավելագույն սահման: Դա արվում է վարկային մասնագետների մեջ մրցակցություն ստեղծելու և նրանց չդեմոտիվացնելու նպատակով: Ստացվում է, որ վարկային մասնագետների արդյունավետության գնահատումը արս-



տարհաված է արտաքին գործոնների ազդեցությունից: Այսինքն, անկախ սեզոնայնությունից կամ բանկի կողմից վարած քաղաքականությունից, վարկային մասնագետը գիտակցում է, որ նույնիսկ վատագույն պայմաններում ինքը կարող է լինել առաջինը:

Այս գործոնները կարող են հիմք համարվել վարկային մասնագետների աշխատավարձերի կամ պաշտոնների բարձրացման, պարգևատրումների կամ բոնուսների համար: Սակայն, առաջարկում ենք նաև հաշվի առնել վարկային մասնագետների անմիջական ղեկավարների կարծիքը, նրանց կողմից իրականացված խաչաձև վաճառքները, կարգապահությունը, բանկի համբավի վրա ազդեցությունը, գիտելիքները և տվյալ բանկի նկատմամբ լոյալությունը:

Հաճախորդների սպասարկման ստորաբաժանման աշխատակիցների գնահատման հիմքում ընկած են նրանց կողմից կատարված գործարքների քանակը և գործարքների տևողությունն ու բարդությունը:

### Աղյուսակ 3

Հաճախորդների սպասարկման ստորաբաժանման աշխատակիցների արդյունավետության գնահատում

Գործարքի տեսակ	Գործարքի միավոր	Աշխատակից 1		Աշխատակից ...	
		Գործարքների քանակ	Միավոր	Գործարքների քանակ	Միավոր
Գործարք 1	X1	Y1	X*Y	...	...
Գործարք ...	X2	Y2	X*Y	...	...
Ընդամենը			$\sum_{k=1}^n X$ * Y	...	...

Աշխատակիցը իր կողմից կատարված յուրաքանչյուր գործարքի համար ստանում է միավոր՝ կախված տվյալ գործարքի համար սահմանված միավորից, որը մեր մոդելում հավասար է տվյալ գործարքի վրա ծախսված թուղթերից: Ժամանակահատվածի կտրվածքով յուրաքանչյուր աշխատակցի միջին օրական արդյունավետությունը հաշվելու համար նրա կողմից կատարված գործարքները բազմապատկվում են համապատասխան միավորներով, հաշվարկվում է դրանց հանրագումարը և բաժանվում է աշխատած օրերի վրա:

Այստեղ ևս անհրաժեշտ է հաշվի առնել վարկային աշխատակցիների անմիջական ղեկավարների կարծիքը, նրանց կողմից իրականացված խաչաձև վաճառքները, կարգապահությունը, բանկի համբավի վրա ազդեցությունը, գիտելիքները և տվյալ բանկի նկատմամբ լոյալությունը:

Այս մոդելը կիրառելի է նաև դրամարկղի աշխատակիցների արդյունավետության գնահատման դեպքում:

Վաճառքներ իրականացնող աշխատակիցների գնահատման պարագայում մասնավորապես անդրադարձել ենք POS տերմինալների վաճառքով զբաղվող աշխատակիցների աշխատանքի արդյունավետության գնահատմանը և դրա հիման վրա վաճառքների համար բոնուսների տրամադրմանը բանկում: Գնահատման գործընթացում POS տերմինալների շուկայից ընդգրկվել մոտ երեք տասնյակ տիպի կազմակերպություններ՝ հետևյալ ուղղվածությամբ՝

- Տեխնիկա (համակարգիչների, սկավառակների, ջեռուցման համակարգերի և հեռախոսների վաճառքով և սպասարկմամբ զբաղվող կազմակերպություններ),
- Սպասարկում(գեղեցկության, հարսանյաց, ծաղկի սրահներ, տուրսիտական ընկերություններ)
- Սնունդ (ռեստորաններ, սրճարաններ, արագ սննդի կետեր)
- Առողջապահական (ատամնաբուժարաններ, դեղատներ, օպտիկա )

- Այլ (հագուստի, օժանելիքի, խմիչքի մասնագիտացված, թանկարժեք իրերի, ոսկյա իրերի, մանկական իրերի, հուշանվերների, ունիվերսալ խանութներ և այլն):

Պոտենցիալ հաճախորդների ներգրավման համար աշխատակիցները այցելություններ են կատարել վերոնշյալ տիպերի տնտեսվարող սուբյեկտներ:

Ինչպես երևում է ներքոնշյալ աղյուսակից, արդյունավետության գնահատման համար հիմք են հանդիսացել վաճառքի նպատակով պոտենցիալ հաճախորդներին կատարված այցելությունների քանակը և հաջողված այցելությունների քանակը/այս դեպքում այցելությունը հաջողված է համարվել, եթե հաճախորդը համապատասխան պրոդուկտից օգտվելու հայտ է լրացրել/:

#### Աղյուսակ 4

Արդյունավետության գնահատում ըստ ոլորտների

Ոլորտ	Այցելությունների քանակ	Լրացված հայտեր	Արդյունավետության ցուցանիշ
Ոլորտ 1	$Q_{v1}$	$QA_1$	$QA_1 / Q_{v1}$
Ոլորտ 2	$Q_{v2}$	$QA_2$	$QA_2 / Q_{v2}$
...	...	...	...

Լրացված հայտերի քանակով որոշվում է այցելությունների արդյունավետության ցուցանիշը՝ ըստ ոլորտների:

Այս աղյուսակը հնարավորություն է տալիս նաև որոշելու տվյալ պրոդուկտի վաճառքի համար յուրաքանչյուր ոլորտի նպատակահարմարությունը: Ինչպես նաև կիրառելի է որոշելու համար յուրաքանչյուր տարածաշրջանի/քաղաքի, համայնքի/ նպատակահարմարությունը:

Այսպիսով՝ վաճառքներ իրականացնող աշխատակիցների գործունեության արդյունավետության գործակիցը և նրան

տրամադրվող դրամային բոնուսը պետք է ճշգրտվի հաճախորդի, ոլորտի և գործունեության վայրի ցուցանիշների հետ համադրմամբ, հետևյալ բանաձևով.

$$I_{cb} = PB * CI * SI * PI$$

Որտեղ՝

Iev. –աշխատակցի աշխատանքի արդյունավետությունն է կամ տրամադրվող դրամային բոնուսը,

PB-Տվյալ պրոդուկտի համար նախատեսվող բոնուսի չափը,

CI-Տվյալ հաճախորդի տիպի համար սահմանված գործակիցը,

SI-Տվյալ ոլորտի համար սահմանված գործակիցը,

PI- Տվյալ տարածաշրջանի համար սահմանված գործակիցը:

Այս մեթոդով իրականացվում է աշխատակիցների կողմից ցանկացած բանկային պրոդուկտի վաճառքի գործընթացում իրականացված աշխատանքի գնահատում: Աշխատակիցների խթանման համար վաճառքներից բունուսային համակարգի ներդրման դեպքում անհրաժեշտ է միայն սահմանել յուրաքանչյուր պրոդուկտի իրականացված վաճառքի համար սահմանված պարգևավճարի մեծությունը, որը հիմնականում պետք է որոշվի տվյալ վաճառքներով զբաղվող ծառայության, մարդկային ռեսուրսների կառավարման ծառայության կողմից մշակված և բանկի ղեկավարության կողմից հաստատված առաջարկներով: Պարգևատրման ցուցանիշները տարբեր տարածաշրջանների, հաճախորդների տիպերի, ոլորտների դեպքում պետք է լինեն տարբեր՝ հաշվի առնելով տվյալ պրոդուկտի տարածվածությունը, տարածաշրջանի տնտեսական ակտիվությունը, տվյալ տիպի հաճախորդի կամ նրա ոլորտի առանձնահատկությունները և այլ գործոններ:

Հաճախորդ մենեջերների արդյունավետության գնահատման դեպքում առաջին հերթին պետք է գնահատվի նրանց կողմից ներգրավված և սպասարկվող հաճախորդների կարևորությունը և արդյունավետությունը բանկի համար: Այս

տեսակետից անհրաժեշտ է հաշվի առնել երեք կարևոր գործոնները:

1. Հաճախորդից ստացված եկամուտներ,
2. Հաճախորդի վրա կատարված ծախսեր, որը ենթադրում է տվյալ հաճախորդին ստանդարտ սպասարկումից շեղումների դեպքում առաջացած լրացուցիչ ծախսերը,
3. Հաճախորդի շուկայական հնարավորություններ, որը ենթադրում է և՛ տվյալ հաճախորդի պոտենցիալ աճը, ինչից բանկը սպագայում կարող է մեծ օգուտներ ակնկալել, և՛ տվյալ հաճախորդի միջնորդությամբ ներգրավված կամ պոտենցիալ ներգրավվող այլ հաճախորդներից ստացված օգուտները:

Ի տարբերություն առաջին երկու գործոնների, երրորդ գործոնը հնարավոր է միայն սուբյեկտիվորեն գնահատել, իսկ հաճախորդի մենեջերների արդյունավետության գնահատման ժամանակ այս գործոնը կարող է և հաշվի չառնվել, այսպես թե այնպես հաճախորդ մենեջերը շահագրգռված է յուրաքանչյուր հաճախորդի շուկայական հնարավորությունները ռեալիզացնել:

Առաջարկում ենք հաճախորդ մենեջերների գնահատման ժամանակ հաշվի առնել նրան ամրացված հաճախորդների հետևյալ ցուցանիշները, որոնք արտացոլում են հաճախորդից ստացված օգուտները.

- Հաշվի միջին օրական մնացորդ
- Մուտքեր հաշվին /բացառությամբ ներքին շարժերի/
- Ներգրավված ժամկետային ավանդներ
- Հաշվարկված տոկոսներ
- Միջին տոկոս
- Տոկոսային ծախսեր
- Արտարժույթային փոխարկումներից ստացված եկամուտներ (Օրվա վերջի դրությամբ հաշվարկային կուրսի և առքի կամ վաճառքի տարբերություն)
- POS-տերմինալից ստացված միջնորդավճար

- Փոխանցումներից ստացված միջնորդավճար
- Եկամուտներ դրամարկղային սպասարկումից
- Բանկ-հաճախորդ համակարգից ստացված միջնորդավճար
- Կոմիսիոն եկամուտներ վարկերից
- Ստացված կոմիսիոն այլ եկամուտներ
- Ընդամենը կոմիսիոն եկամուտներ
- Կոմիսիոն ծախսեր
- Տրված վարկեր
- Հաշվեգրված տոկոսներ
- Միջին տոկոս
- Տրված երաշխիքներ
- Տոկոսային եկամուտներ
- Վարկավորման պարտավորվածություններ
- Ապառիկ պայմանագրերի գումար
- Աշխատավարձային նախագիծ-ֆոնդ
- Աշխատավարձային նախագիծ-քարտերի քանակ

*Կախված բանկի գործունեությունից այս գործոնները կարող են փոփոխվել:*

Այս ցուցանիշների հիման վրա հնարավոր է գնահատել բանկի համար հաճախորդների արդյունավետությունը՝ յուրաքանչյուր գործոնի համար սահմանելով հաճախորդի արդյունավետության գնահատման գործընթացի մասնակցության կշիռ, իսկ հաճախորդ մենեջերի արդյունավետությունը և նրա խրախուսման համար նախատեսված բոնուսները ուղիղ համեմատական են նրան կցված հաճախորդների քանակից և յուրաքանչյուրի բանկին տված օգուտից:

**Առանցքային հասկացություններ.** *Աշխատանքի արդյունավետության գնահատում, արդյունավետության հիմնական ցուցանիշներ, մոտիվացիա, հաճախորդ-բանկ հարաբերություններ, մարդկային ռեսուրսներ, մրցակցություն, բանկային համակարգ:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Российская Академия Естественных Наук. Основные теории мотивации. URL:<http://www.rae.ru/monographs/53-2119> (Վերջին նմանը՝ 28.08. 2012թ.)
2. About.com Management. Key Performance Indicators (KPI) URL:<http://management.about.com/cs/generalmanagement/a/keyperfindic.htm> (Վերջին նմանը՝ 25.07. 2012թ.)
3. Microsoft. SME Business Centre. URL:<http://www.microsoft.com/business/smb/en-ca/smallbiz/products/howto/use-kpi-to-improve-profitability.aspx> (Վերջին նմանը՝ 25.07. 2012թ.)

### **А. Г. СТЕПАНЯН ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И МОТИВАЦИЯ СОТРУДНИКОВ В КОНТЕКСТЕ ОТНОШЕНИЙ КЛИЕНТ-БАНК**

#### **Резюме**

В данной статье анализируются роль сотрудников банка в развитии клиентских отношений, важность оценки их эффективности и мотивации, система KPI, опыт зарубежных банков, исследования армянских банков. Приведены методы оценки сотрудников на основе эффективности их работы. В частности рекомендованы системы оценки работы кредитных специалистов на основе выданных кредитов, кредитного портфеля, просроченных кредитов, и средней процентной ставки портфеля. А так же обслуживающего персонала, работников кассы на основе количества и типа сделанных сделок, клиентских менеджеров и сотрудников по продажам на основе важности и эффективности привлеченных ими клиентов.

*Ключевые понятия:* Оценка эффективности труда, ключевые индикаторы эффективности, мотивация, отношения клиент-банк, человеческие ресурсы, конкуренция, банковская система.

**A. H. STEPANYAN**  
**EVALUATION AND MOTIVATION OF THE EMPLOYEES**  
**IN THE CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT**

**Summary**

This article analyzes the role of bank employees in the development of customer relationships, the importance of assessing their effectiveness and motivation, effectiveness of the KPI system, the experience of foreign banks in this sphere. Also a survey of Armenian Banks' employees was conducted. The methods of evaluation of employees on the basis of efficiency of their work were provided. Particularly the recommendations are for the loan officers' evaluation system based on provided loans, outstanding loans, non-performing loans and the average interest rate of the portfolio. As well as for the customer service employees and tellers based on the number and type of transactions realized, client managers and sellers based on the importance and efficiency of the attracted clients evaluation systems were provided.

*Key concepts.* Efficiency estimation, KPI, motivation, CRM, Human Resources, Competition, Banking System.



ԵՐԿՐԻ ԻՄԻՋԸ ԵՎ ԱԶԳԱՅԻՆ ԲՐԵՆԴԻՆԳԻ  
ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Ա. Ս. ՄԱՏԵՆՑՅԱՆ

*«Երկրների համար սեփական  
դրական իմիջի արտահանումը  
նույնքան կարևոր է, որքան այն  
ամենը, ինչ այդ երկրներն արտա-  
դրում և վաճառում են»*

Ջաքի Թրու<sup>1</sup>

Ժամանակակից աշխարհի երկրները ձգտում են նվաճել արտասահմանյան ներդրողների, զբոսաշրջիկների, սպառողական զանգվածների ուշադրությունը հանուն լրացուցիչ կապիտալի ներհոսքի և սեփական տնտեսության հզորացման: Այս դժվարին մրցակցային պայքարում հաղթում են այն երկրները, որոնց հաջողվում է լավագույնս դիրքավորվել համաշխարհային շուկայում՝ վարելով արդյունավետ մարքեթինգային, այդ թվում՝ ազգային բրենդինգային քաղաքականություն:

Ազգային բրենդինգը տեսական գիտելիքների և պրակտիկ գործունեության ոլորտ է, որի նպատակն է պետությունների հեղինակության չափումը, կառուցումը և կառավարումը: Ազգային բրենդինգը սերտորեն կապված է «երկրի իմիջ» հասկացության հետ: Փորձելով ավելի հստակ ձևակերպել այս երկու հասկացությունների կապը՝ կարելի է ասել, որ իմիջը երկրի մրցակցային առավելությունն է, իսկ ազգային բրենդինգը՝ այդ առավելության զարգացման և երկրի ապագայի տեսականի ռազմավարությունը:

Միջազգային զբոսաշրջային շուկայում Հայաստանի Հանրապետության նվաճումների կայուն աճի ապահովման

---

<sup>1</sup> True, Jacqui “Globalisation and Identity” // Globalisation and Identity / Raymond Miller (ed.) – South Melbourne: Oxford University Press, 2006, 73-74.

համար շուկայագետներն այսօր ընդգծում են մեր երկրի ազգային բրենդի ձևավորման և կառավարման կարևորությունը: Ցանկացած պետության համար ռազմավարական նշանակություն ունեցող այս գործընթացն ազդում է արտաքին տնտեսական քաղաքականության արդյունավետության վրա, քանի որ անվիճելի է այն փաստը, որ հաջողությունը միջազգային շուկայում մեծապես կախված է արտաքին աշխարհում տվյալ երկրի հեղինակությունից: Վերջինս հաճախ արտացոլվում է միջազգային վարկանիշային գնահատականներում, որոնք ամբողջ աշխարհում համարվում են երկրի հեղինակության պահպանման, ինչպես նաև ազգային բրենդի արժևորման ազդեցիկ միջոց:

Դիտարկենք երկրների միջազգային վարկանիշային գնահատման ամենահայտնի համակարգերից մի քանիսը:

2007թ. սկսած լույս է տեսնում Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի (այսուհետև՝ ՀՏՖ)<sup>2</sup> կողմից պատրաստվող պարբերական փորձագիտական զեկույցը<sup>3</sup>, որում ներկայացվում է ճանապարհորդությունների և զբոսաշրջության ոլորտում երկրների մրցունակության հիմնախնդիրների տարեկան վերլուծությունը, ինչպես նաև հրապարակվում է նշված բնագավառում պետությունների նվաճումներն արտացոլող հերթական վարկանիշային ցուցակը: Առաջին տարվա վերլուծությունն ընդգրկել էր 124 երկիր, 2011-ի զեկույցը՝ 139 երկիր:

Չեկույցը պատրաստող և զբոսաշրջային բիզնեսի աշխարհում մեծ հեղինակություն ձեռք բերած փորձագիտական խմբի ուշադրությունից անմասն չի մնացել նաև մեր երկիրը. 2011-2012թթ. վարկանիշային ցուցակում ներկայացված 139 երկրների միջև Հայաստանը զբաղեցրել է 90-րդ հորիզոնականը՝ մեկ կետով բարելավելով իր իսկ արդյունքը 2009թ. համեմատությամբ [2]: Հետաքրքրական են մեր տարածաշրջանային հարևանների արդյունքները՝ Վրաստանը 73-րդ տեղում է,

---

<sup>2</sup> World Economic Forum (WEF)

<sup>3</sup> The Travel and Tourism Competitiveness Report

Ադրբեջանը՝ 83-րդ, Թուրքիան՝ 50-րդ, իսկ Իրանը, ետ մնալով Հայաստանից, զբաղեցրել է 114-րդ տեղը:

ԱՊՀ երկրների թվում առաջատարը Ռուսաստանի Գաշնությունն է (59-րդ հորիզոնական), որից հետո, զիջելով Վրաստանին և Ադրբեջանին, գալիս են Ուկրաինան (85), Գազախստանը (93), Մոլդովան (99), Գրդգստանը (107) և Թաջիկստանը (118):

Ներկայացնենք ճանապարհորդությունների և զբոսաշրջության ոլորտում երկրների 2011-2012թթ. վարկանիշի լավագույն տասնյակը [3].

1. Շվեյցարիա
2. Գերմանիա
3. Ֆրանսիա
4. Ավստրիա
5. Շվեդիա
6. ԱՄՆ
7. Մեծ Բրիտանիա
8. Իսպանիա
9. Կանադա
10. Սինգապուր

Թեև ցանկացած վարկանիշային գնահատական ինքնին կատարյալ չէ և բացարձակ ճշմարտություն չի արտացոլում, այնուամենայնիվ, ՀՏՖ-ի զեկույցի արդյունքներով, այսօր արձանագրվում է աշխարհի զբոսաշրջային քարտեզի ակնհայտ վերածակվորում: 20-րդ դարի վերջին երկու տասնամյակներում և նոր հազարամյակի սկզբում համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայի գրեթե անփոփոխ առաջատարներն էին Ֆրանսիան, Իսպանիան և Իտալիան, իսկ տասնյակի մնացած տեղերը նույնպես այլ կերպ էին բաշխվում: Անշուշտ, տեղի ունեցող փոփոխությունները տրամաբանական են և բացատրվում են այժմյան տնտեսական ճգնաժամով, աշխարհաքաղաքական զարգացումներով: Այժմ պարզենք, թե առհասարակ ինչպիսի սկզբունքներով են կազմվում մնանատիպ վարկանիշային ցուցակները:

ՀՏՖ-ի փորձագետները հաշվարկում են երկրի զբոսաշրջային մրցունակության ինդեքսը (TTCI – Travel and Tourism Competitiveness Index), որի արժեքը տատանվում է 1-ից 6 միավորների սահմաններում: Այս ընդհանուր ինդեքսը կազմված է երեք հիմնարար ենթացուցիչներից, որոնցից յուրաքանչյուրն իր հերթին բաժանվում է 4-5 գնահատվող տարրերի.

1). կարգավորիչ-իրավական դաշտ (քաղաքական նորմեր և կանոններ, օրենսդրություն, էկոլոգիական անվտանգություն, քաղաքացիների անվտանգություն, առողջապահություն և հիգիենա, զբոսաշրջության զարգացման առաջնահերթության աստիճան),

2). բիզնես-միջավայր և ենթակառուցվածքներ (քաղաքացիական ավիացիայի և վերգետնյա տրանսպորտի ենթակառուցվածքներ, զբոսաշրջային ենթակառուցվածք, կոմունիկացիաների և տեղեկատվական ռեսուրսների զարգացում, զբոսաշրջության գնային քաղաքականություն),

3). մարդկային, մշակութային և բնական ռեսուրսներ (զբոսաշրջության և հյուրընկալման համակարգի կադրային ներուժ, երկրի զբոսաշրջային գրավչությունն ապահովող ռեսուրսներ):

Ենթացուցիչների արժեքները ձևավորվում են վերը թվարկված ոլորտներում երկրի ցուցանիշներով: Տվյալ դեպքում ՀՏՖ-ի փորձագետներն օգտվում են Համաշխարհային բանկի, Գնահատարհորդությունների և զբոսաշրջության համաշխարհային խորհրդի (World Travel and Tourism Council), ՄԱԿ-ի Համաշխարհային զբոսաշրջային կազմակերպության (UN World Tourism Organization) և Օդային տրանսպորտի միջազգային ասոցիացիայի (International Air Transport Association) կողմից տրամադրվող տվյալներից:

Ի տարբերություն ՀՏՖ-ի առաջարկված բնագավառային վարկանիշի, որը գնահատում է երկրի «զբոսաշրջային իմիջը», ստորև դիտարկվող վարկանիշային համակարգերը երկիրն ուսումնասիրում են բոլոր կտրվածքներով՝ ներկայացնելով ու-

սումնասիրվող երկրների ազգային հավաքական բրենդերի տարեկան վարկանիշը:

Շուկայի ուսումնասիրության ասպարեզում աշխարհում խոշորագույն հետազոտական ընկերություններից մեկի՝ GfK Group-ի կողմից արդեն յոթ տարի շարունակ իրականացվում է «Anholt-GfK Roper Nation Brands Index» համաշխարհային վարկանիշային ուսումնասիրությունը, որի նախաձեռնողն անգլիացի գիտնական Սայմոն Անհոլթն է<sup>4</sup>: Վերջինս «ազգային բրենդ» եզրույթի հեղինակն է և ազգային բրենդինգի մեթոդաբանության առաջին մշակողը [4]: Այսօր Անհոլթը նաև այս ոլորտում միակ մասնագիտական ակադեմիական ամսագրի (Place Branding and Public Diplomacy) գլխավոր խմբագիրն է:

Անհոլթի NBI – Nation Brands Index (Ազգային բրենդերի ինդեքս) վարկանիշային գնահատման համակարգի օգնությամբ ամեն տարի ուսումնասիրություններ են անցկացվում աշխարհի 50 զարգացած և զարգացող պետություններում՝ փորձելով գնահատել դրանց միջազգային հեղինակությունը և որոշել ազգային բրենդի վարկանիշը: Հետազոտական գլխավոր գործիքն on-line եղանակով սոցիոլոգիական հարցումներն են, որոնց մասնակցում են աշխարհի առավել շատ ճանապարհորդող 20 ազգությունների ավելի քան քսան հազար չափահաս ներկայացուցիչներ<sup>5</sup>:

Հարցման մասնակիցներին առաջարկվում է երկիրը գնահատել հետևյալ չափանիշներով.

- Արտահանում (բացահայտվում է երկրում արտադրվող ապրանքների և ծառայությունների հանդեպ ձևավորված պատկերացումը, ինչպես նաև որոշվում է այդ երկրի արտադրանքը ձեռք բերելու

---

<sup>4</sup> Simon Anholt

<sup>5</sup> GfK Group-ի NBI-փորձագետները զուգահեռում են, որ զբոսաշրջիկների կողմից երկրի ընկալումը կարող է չհամընկնել այդ երկրում քիզնեսի, առևտրի, դիվանագիտական և մշակութային կապերի զարգացման և անգամ զբոսաշրջության ոլորտում իրականացվող քաղաքականության իրական պատկերի հետ:

կամ դրանից խուսափելու միտումների տոկոսային հարաբերակցությունը):

- Իշխանություն (պարզվում է հասարակական կարծիքը երկրի իշխանությունների օրինակաչության և իրազեկության մասին, չափվում է անհատի վստահության աստիճանն իշխանությունների վարած քաղաքականության հանդեպ՝ մասնավորապես ժողովրդավարության, արդարադատության, շրջակա միջավայրի և աղքատության հաղթահարման բնագավառներում):
- Մշակույթ և ժառանգություն (բացահայտվում է երկրի պատմամշակութային ժառանգության ընկալման բնույթը և տրվում է սպորտի զարգացման և ժամանակակից մշակույթի՝ կինոարվեստի, երաժշտության, գեղարվեստի, գրականության գնահատականը):
- Մարդիկ (պարզվում է միջազգային կարծիքը երկրի բնակչության կրթական մակարդակի, աշխատուժի որակավորման, հասարակության այլ որակների մասին, ինչպես նաև երկրի այցելուների նկատմամբ բնակչության հյուրընկալության կամ թշնամանքի հնարավոր աստիճանի վերաբերյալ):
- Զբոսաշրջություն (գնահատվում է բնական և մշակութային տեսարժան վայրերի գրավչությունը և երկրի նկատմամբ առկա զբոսաշրջային հետաքրքրության աստիճանը):
- Ներդրումներ և ներգաղթ (որոշվում է երկրում բնակչության, ուսման, աշխատանքի նպատակով մարդկանց գրավելու կարողությունը, գնահատվում է երկրի սոցիալ-տնտեսական իրավիճակը):

Ուսումնասիրվող 50 երկրները ներկայացնում են աշխարհի վեց տարածաշրջան՝ Հյուսիսային Ամերիկա, Արևմտյան Եվրոպա, Կենտրոնական և Արևելյան Եվրոպա, Ասիա և Օվկիանիա, Հարավային Ամերիկա, Մերձավոր Արևելք և Աֆ-

րիկա: Հայաստանը երբևիցե չի ընդգրկվել ուսումնասիրվող երկրների ցանկում, թեև, ուսումնասիրության պայմանների համաձայն, ամեն տարի յուրաքանչյուր տարածաշրջանի երկրների ցուցակը կարող է համալրվել մինչև վեց նոր անվանումով: Դա կարող է տեղի ունենալ ընդգրկվելու ցանկություն ունեցող երկրի դիմումի հիման վրա կամ NBI-փորձագետների հատուկ որոշմամբ (եթե, օրինակ, երկիրը աչքի է ընկել աշխարհի համար հետաքրքրություն ներկայացնող ինչ-որ նոր դրսևորումով): Պետք է կարծել, որ առ այսօր ո՛չ Հայաստանն է հերթական անգամ ցածր վարկանիշ ստանալու ցանկություն հայտնել, ո՛չ էլ NBI-փորձագետներն են մեր երկրով բավականաչափ հետաքրքրված եղել:

Ինչևէ, ներկայացնենք NBI վարկանիշային ուսումնասիրության արդյունքներով ազգային բրենդերի վերջին երկու տարիների լավագույն տասնյակները (տե՛ս՝ Աղյուսակ 2) [5].

**Աղյուսակ 2. Ազգային բրենդների 2011-2012թթ. լավագույն տասնյակը ըստ NBI փորձագետների**

	2011թ.	2012թ.
1	ԱՄՆ	ԱՄՆ
2	Գերմանիա	Գերմանիա
3	Մեծ Բրիտանիա	Ֆրանսիա
4	Ֆրանսիա	Մեծ Բրիտանիա
5	Ճապոնիա	Ճապոնիա
6	Կանադա	Կանադա
7	Իտալիա	Իտալիա
8	Ավստրալիա	Շվեյցարիա
9	Շվեյցարիա	Ավստրալիա
10	Շվեդիա	Շվեդիա

Ինչպես երևում է աղյուսակ 2-ից, վերջին երկու տարիների ընթացքում լավագույն տասնյակը համալրող երկրները մնացել են անփոփոխ, և միայն տասնյակի ներսում Մեծ Բրիտանիան և Ավստրալիան մեկական կետով բարելավել են իրենց դիրքերը՝ զբաղեցնելով համապատասխանաբար Ֆրանսիայի և Շվեյցարիայի տեղերը:

Ինչ վերաբերում է աշխարհի առաջատար ԱՄՆ-ին, ապա վերջինիս դիրքը կարելի է երկկերպ մեկնաբանել: Անշուշտ, համաշխարհային տնտեսական ճգնաժամն զգալիորեն ազդեց և շարունակում է ազդել ԱՄՆ-ի տնտեսության վրա. դեռ անցյալ տարի սնանկության շեմին կանգնած այդ վիթխարի տնտեսությունը լուրջ ֆինանսական և սոցիալական ցնցումներ ապրեց: Կասկած են հարուցում նաև վերջին երկու տարիների ընթացքում ԱՄՆ-ի վարած արտաքին քաղաքականության հաջողությունները (կարծում ենք՝ բավարար կլինի հիշեցնել ՆԱՏՕ-ի շրջանակներում իրականացրած հյուսիսաֆրիկյան «փայլուն» գործողությունները և դրանց այսօրվա հետևանքները կամ Իրանի նկատմամբ դրսևորվող թշնամական վերաբերմունքը): Սակայն այս ամենը ոչ մի կերպ չանդրադարձավ NBI վարկանիշային ուսումնասիրության արդյունքների վրա: Մի կողմից՝ դա հաստատում է NBI-փորձագետների զգուշացումն այն մասին, որ օտարերկրացի սովորական զբոսաշրջիկի աչքից հաճախ վրիպում է երկրում տիրող ռեալ իրավիճակը, իսկ գլոբալ աշխարհաքաղաքական երևույթներին և զարգացումներին ճիշտ արձագանքելը նրանից ժամանակ և ընկալում է պահանջում: Մյուս կողմից՝ կարելի է ասել, որ տասնամյակների ընթացքում ձեռք բերված և համաշխարհային հանրության գիտակցության մեջ կարծրատիպի նշանակություն ստացած հեղինակությունը կարող է դեռ երկար ժամանակ ԱՄՆ-ին բարձր վարկանիշներ ապահովել: Եվ, վերջապես, պետք է նաև հաշվի առնել ԱՄՆ-ում վաղուց ի վեր կայացած հանրային կառուցվածքն ու հիմնարար այն արժեքները, որոնք անընդհատ ամրապնդվում են հզոր պետական գաղափարախոսությամբ և, անկասկած, ապահովում են հասարա-



կական հիմքերի անասանությունն ու կյանքի անխափան ընթացքը նույնիսկ երկրի առաջ ծառացած ամենալուրջ խնդիրների առկայության պարագայում: Այդ է պատճառը, որ այցելուներն իրենց վրա չեն զգում երկրի ներսում առկա դժվարությունները և հարցումների ժամանակ ամենաբարձր գնահատականներն են շնորհում երկրին:

Ազգային բրենդինգի բնագավառում մասնագիտացած ևս մի հեղինակավոր կազմակերպություն՝ Future Brand միջազգային գովազդային գործակալությունը [6], որի հենակետային մասնաճյուղերը գտնվում են Լոնդոնում, Նյու-Յորքում և Սինգապուրում, իսկ տարածաշրջանային գրասենյակները սփռված են աշխարհով մեկ, ամեն տարի հրապարակում է երկրների «Country Brand Index» (CBI) ուսումնասիրության արդյունքներով կազմվող վարկանիշային ցուցակը: 2011-2012թթ. CBI մրցույթին մասնակցել է 113 երկիր (Հայաստանը չի ընդգրկվել այդ ցուցակում), որոնց վարկանիշները որոշվել են տարբեր պետությունների շուրջ 3500 մշտապես ճանապարհորդող քաղաքացիների և 102 փորձագետների հարցման արդյունքում<sup>6</sup>: Սոցիոլոգիական ուսումնասիրության նպատակն է երկրների ոչ նյութական ակտիվների գնահատումը հինգ հիմնական կատեգորիաներով՝ կյանքի որակ, զբոսաշրջային գրավչություն, արժեքային համակարգ, քաղաքական կայունություն և տնտեսական իրավիճակ:

Ինչպես և 2010թ. հարցման արդյունքում, այնպես էլ այս անգամ CBI վարկածով աշխարհի լավագույն ազգային բրենդ է ճանաչվել Կանադան: Բնավ չփորձելով նվազեցնել Կանադայի արժանիքները՝ նկատենք, որ այսպիսի բարձր գնահատականը թերևս կարող է բացատրվել նաև արտաքին, այսպես ասած «իրադարձային» գործոնով. վերջին տարիներին այս երկրի նկատմամբ համաշխարհային հանրության մեծ ուշա-

---

<sup>6</sup> Այս անգամ հարցման մասնակիցներ են եղել Մեծ Բրիտանիայի, ԱՄՆ-ի, Չինաստանի, Ռուսաստանի Դաշնության, Գերմանիայի, Ճապոնիայի, Բրազիլիայի, Հարավաֆրիկյան Հանրապետության և Ավստրալիայի քաղաքացիները:

դրությունը պայմանավորված է եղել 2010թ. Վանքովերում անցկացված Օլիմպիական խաղերով, ինչպես նաև 2011-ին Մեծ Բրիտանիայի արքայազն Ուիլյամի և նրա նորաթուխ տիկին Զեյթի՝ Կանադա կատարած այցով: Այս երկու աղմկահարույց իրադարձությունները խթանեցին խոշոր զբոսաշրջային հոսքերի մուտքը երկիր՝ դրանով իսկ ազդելով ճանապարհորդների կողմից տրված գնահատականի վրա: Թեպետ Կանադայի հեղինակությունը, անկասկած, հիմնված է նաև երկրի կայուն ֆինանսաքաղաքական դրության և սոցիալ-տնտեսական զարգացման բարձր մակարդակի վրա:

CBI վարկանիշի 2011-2012թթ. լավագույն տասնյակի մնացած տեղերը բաշխվել են հետևյալ կերպ (տե՛ս՝ Աղյուսակ 3) [7].

### Աղյուսակ 3. Ազգային բրենդերի 2011-2012թթ. լավագույն տասնյակն ըստ CBI վարկանիշի

1	Կանադա
2	Շվեյցարիա
3	Նոր Զելանդիա
4	Ճապոնիա (!!!) <sup>7</sup>
5	Ավստրալիա
6	ԱՄՆ
7	Շվեդիա
8	Ֆինլանդիա
9	Ֆրանսիա
10	Իտալիա

Future Brand գործակալությունն իրականացնում է նաև զբոսաշրջության ոլորտի թեմատիկ ուսումնասիրություն, որի 2011թ. արդյունքը հետևյալն է.

<sup>7</sup> Անգամ կործանիչ երկրաշարժերը, ցունամիները և Ֆուկուսիմայի ատոմային աղետը չեն ազդել Ճապոնիայի միջազգային հեղինակության վրա:

- Մշակութային զբոսաշրջության զարգացման առումով լավագույն երկրներն են՝ Իտալիան, Ֆրանսիան, Հնդկաստանը, Ճապոնիան և Հունաստանը:
- Ազգային ավանդույթների պահպանման առումով առաջատար են համարվում Ճապոնիան, Հնդկաստանը, Պերուն, Կամբոջան և Բութանը:
- Լողափնյա զբոսաշրջության լավագույն ուղղություններն են՝ Թահիթին, Բերմուդյան կղզիները, Արուբան, Բարբադոսը և Բահամյան կղզիները:
- Ընտանեկան հանգստի համար ամենահարմարավետ երկրներն են՝ Կանադան, Ավստրալիան, ԱՄՆ-ը, Նոր Զելանդիան և Պորտուգալիան:
- Գիշերային կյանքի լավագույն վայելքներն ապահովում են Ճապոնիան, Մեծ Բրիտանիան, Բրազիլիան, ԱՄՆ-ը և Թաիլանդը:
- Ազգային խոհանոցի առումով զբոսաշրջիկների հետաքրքրությունն ուղղված է Ֆրանսիային, Իտալիային, Ճապոնիային, Արգենտինային և Սինգապուրին:
- Լավագույն բնաճանաչողական տուրերը կազմակերպվում են Կոստա-Ռիկայում, Թահիթիում, Կանադայում, Նոր Զելանդիայում և Ֆիջիում:
- Գնային առումով մատչելի են համարվում Հնդկաստանը, Մեքսիկան, Թաիլանդը, Վիետնամը և Բուրնդարիան:
- Զբոսաշրջության համար ամենաանվտանգ երկրներն են՝ Կանադան, Գերմանիան, Ճապոնիան (!!!), Նոր Զելանդիան և Բերմուդները:

CBI-փորձագետների կանխատեսումներով՝ մոտակա տարիներին համաշխարհային զբոսաշրջության առաջատարներ կդառնան Միավորված Արաբական Էմիրությունները, Չինաստանը և Վիետնամը, որոնց, ամենայն հավանականությամբ, կհաջորդեն բավական հուսադրող նախադրյալներ ունե-

ցող Խորվաթիան, Հարավաֆրիկյան Հանրապետությունը և Հնդկաստանը:

Ելնելով երկրների բրենդների գնահատման վերը շարադրված մոտեցումներից՝ այժմ փորձենք պարզել, թե որն է մեր երկրի ռազմավարությունը սեփական իմիջի ձևավորման և ազգային բրենդի հզորացման հարցում:

Հայաստանն այն երկրներից է, ուր ազգային բրենդինգի իրականացումը և այս տեսակետից աշխարհի այլ երկրների հետ մրցակցային համեմատության մեջ մտնելը դեռևս նոր գործընթաց է: Սակայն Հայաստանի Հանրապետությունում արդեն կայացել է տարբեր արդյունաբերական ապրանքանիշերի ստեղծման գործընթացը: ՀՀ-ն իրավամբ կարող է համարվել վաղուց ի վեր ձևավորված և աշխարհում շատերին հայտնի մշակութային բրենդների երկիր<sup>8</sup>: Թեև ազգային բրենդինգը հատուկ մեթոդներով իրականացվող բավականին բարդ և երկարատև գործընթաց է, այնուամենայնիվ, պետության բրենդի ձևավորման վրա ազդում է նաև նրա տարածքում գործող ընկերությունների, կազմակերպությունների, արտադրվող ապրանքների և այլ ազգային երևույթների բրենդների գումարային արժեքը: Կարելի է ասել, որ ազգային բրենդի հզորության հիմքում նրա լիարժեք նույնացումն է երկրի ինքնության հետ, իսկ այդ ինքնության աղբյուրներն են բոլոր այն գաղափարները, արժեքները, կերպարները, էթնոմշակութային և լեզվական առանձնահատկությունները, պատմական և բնական ժառանգությունը, պետական քաղաքականությունը, ազգային ընկերությունները և ապրանքները, որոնք սպառողների թիրախային խմբերի գիտակցության մեջ կարող են առաջացնել եր-

---

<sup>8</sup> Չփոթենք ապրանքանիշը և բրենդը: Թեև այս հասկացությունները որոշակի նմանություն ունեն, սակայն դրանց միջև կա մի էական տարբերություն. ապրանքանիշը (կամ ապրանքային նշանը) իրավական կատեգորիա է, իսկ բրենդը ինչ-որ երևույթի, ապրանքի կամ նույնիսկ անձի կերպարի մտավոր, բարոյական բաղադրիչն է, որը ձևավորվում է մարդկանց գիտակցության մեջ որպես վերաբերմունք՝ ստանալով որոշակի զգացմունքային գունավորում:

կիր-բրենդի հետ կապված որոշակի զուգորդումներ և զգացմունքներ:

Այդ պատճառով ազգային բրենդի ստեղծման ալգորիթմը կարող է ներառել հետևյալ քայլերը.

- բրենդի հետ զուգորդվող արժեքների, բնութագրերի և հատկանիշների որոնում,
- բրենդի նույնականության հստակ սահմանում,
- բրենդի նույնականության փոխակերպում սպառողի համար տեսանելի և շոշափելի արժեքների ձևով (ծառայություններ, ապրանքներ և այլն),
- բրենդի նույնականությունը սպառողին հասցնող հարողակցության ապահովում:

Ուոլլի Օլինսը (Wally Olins)՝ այսօր աշխարհում բրենդինգի և երկրների իմիջի ձևավորման ամենաճանաչված մասնագետներից մեկը, իրավացիորեն նկատում է, որ ազգային բրենդի հիմքում պետք է ընկած լինի ինչ-որ առանցքային գաղափար, որը տարբերակում է երկիրը, արդյունավետ և գրավիչ կերպով ներկայացնում է ազգային բնութագրերը և համահունչ է հետևյալ չորս սկզբունքներին [8, 92].

1. Առանցքային գաղափարը պետք է գործի էմոցիոնալ և ռացիոնալ մակարդակներում, որպեսզի մարդկանց մոտ առաջացնի բրենդի և՛ զգացմունքային, և՛ բանական ընկալում:
2. Առանցքային գաղափարը պետք է ուղղված լինի սպառողների բոլոր թիրախային խմբերին:
3. Առանցքային գաղափարը պետք է լինի տարբերակիչ:
4. Առանցքային գաղափարը պետք է լինի ճշմարիտ և, խուսափելով կաղապարներից, պետք է ընդգծի այն հայեցակարգը, որը սպառողների կողմից իրատեսական և ոգեշնչող կճանաչվի:

Հայաստանի իշխանությունները, հոգալով երկրի ազգային բրենդի առանցքային գաղափարի ձևավորման մասին, պետք է նաև միասնական դիրքորոշում ունենան քաղաքա-

կան, սոցիալ-տնտեսական, իրավական, պետական գաղափարախոսության, սպորտի, մշակույթի, գիտության և ազգային բրենդի հետ կապված այլ հարցերում: Միայն այսպիսի համալիր մոտեցումը կնպաստի միջազգային շուկայում Հայաստանի Հանրապետության ճիշտ դիրքավորմանը, ինչպես նաև երկրի ներդրումային գրավչության բարձրացմանն ու զրոսաշրջության զարգացմանը:

Ազգային բրենդի ձևավորման անհրաժեշտությունն ավելի պատկերավոր ու խորությամբ գիտակցելու համար կարելի է պարզապես հիշել, թե ինչու են մարդիկ ձգտում ձեռք բերել գերմանական ավտոմեքենա, ճապոնական տեխնիկա, ֆրանսիական կամ իտալական նորաձև հագուստ, չեխական գարեջուր, շվեյցարական ժամացույց, խոշոր դրամական միջոցներն ի պահ հանձնելու նույն շվեյցարական բանկերին, կամ երկրպագելու ռուսական բալետի արտիստներին և այլն: Ուստի, Հայաստանի Հանրապետությունն էլ, լուծելով արտաքին աշխարհին ներկայանալու խնդիրը, առաջին հերթին պետք է հստակ որոշի, թե ինչով ենք մենք արդեն հայտնի և ինչով ենք ուզում լրացնել սեփական երկրի կերպարը:

Արտասահմանում Հայաստանը և հայերին շատերը ճանաչում են Յեղասպանության կապակցությամբ (հատկապես վերջին շրջանում համաշխարհային հանրության ուշադրությունը գրաված ֆրանսիական հայտնի նախագծի քննարկումների և թուրքական կողմի արձագանքի շնորհիվ): Ոմանք հիշում են 1988թ. ավերիչ երկրաշարժը: Հայաստանը հայտնի է նաև որպես հարևան Ադրբեջանի հետ երկարատև հակամարտության մեջ գտնվող երկիր: Համաշխարհային հանրության ավելի տեղեկացված և շատ ավելի փոքր զանգվածը լսել է առաջին քրիստոնյա երկրի մասին, ճանաչում է Շարլ Ազնավուրին և, գուցե, գիտե ևս մի քանի փաստ մշակութային շարքից, ինչպես օրինակ՝ դուդուկը կամ Արամ Խաչատրյանի երաժշտությունը: Ոգելից խմիչքների սիրահարները, հավանաբար, ծանոթ են հայկական կոնյակին: Մա է մեր երկրի կերպարի ամենահայտնի և ամենամակերեսային ուրվագիծը:

Այս համատեքստում չափազանց բարձր է գնահատվում քրիստոնեության 1700-ամյակին նվիրված 2001թ. Հայաստանում կազմակերպված միջոցառումների ողջ համալիրը, որն անկասկած դրականորեն ազդեց երկրի միջազգային վարկանիշի վրա և մեծապես նպաստեց Հայաստանի հանրահռչակմանն ու ներգնա զբոսաշրջության զարգացմանը:

Թիրախային խմբերի գիտակցության մեջ երկրի բրենդը ձևավորվում է մարդու ստացած տպավորությունների հիման վրա: Յուրաքանչյուր երկիր առաջին հերթին ներկայանում է իր պետական ատրիբուտներով (գինանշան, դրոշ, օրհներգ, ազգային խորհրդանիշներ), որոնց հետ մեկ տեղ մեծ նշանակություն է ձեռք բերել նաև երկրի կարգախոսը: Բերենք մի քանի երկրների հայտնի կարգախոսների օրինակներ.

- ԱՄՆ՝ «Ամերիկյան երազանք» (AMERICAN DREAM),
- Իտալիա՝ «Բաղցր կյանք» (DOLCE VITA),
- Գերմանիա՝ «Առաջընթաց տեխնոլոգիաների միջոցով» (VORSPRUNG DURCH TECHNIK),
- Թունիսիա՝ «Թունիս. Բարի արև բարի երկրի վերևում» (TUNISIA. GOOD SUN ABOVE THE GOOD COUNTRY),
- Շվեյցարիա՝ «Անձնական կյանքի գաղտնիության պահպանում» (KEEPING PRIVACY),
- Չինաստան՝ «Չարմանահրաշ Չինաստան. Ուղևորություն դեպի անցյալը և ապագան» (AMAZING CHINA. JOURNEY INTO THE PAST AND THE FUTURE),
- Ռուսաստանի Դաշնություն՝ «Ռուսաստանը՝ հնարավորությունների երկիր» (РОССИЯ – СТРАНА ВОЗМОЖНОСТЕЙ):

Այս ուղղությամբ Հայաստանը նույնպես լուրջ քայլեր է ձեռնարկել: 2006թ. սեպտեմբերից սկսած՝ ավելի քան երկու տարի անընդմեջ, հեղինակավոր CNN հեռուստաընկերության եթերից աշխարհով մեկ հեռարձակվում էին Հայաստանը գո-

վազող 30 և 60 վայրկյան տևողությամբ երկու հոլովակները, որոնք մեծ դեր խաղացին երկրի բրենդի ձևավորման և միջազգային հեղինակության բարձրացման գործում: Հոլովակներում առաջին անգամ հնչեց Հայաստանը՝ որպես զբոսաշրջային դեստինացիա ներկայացնող տպավորիչ կարգախոսը, այն է՝ «Armenia: Noah's Route, Your Route» (Հայաստան. Նոյի ուղին քո ուղին է): Նույն հոլովակների շնորհիվ ամրապնդվեց և միջազգային ճանաչում ստացավ նույն պատկերը՝ որպես Հայաստանը խորհրդանշող զբոսաշրջային լոգո:

Մեր երկրի իմիջի և ազգային բրենդի վրա ազդող այլ դրական գործոններից անհրաժեշտ է նշել նաև՝ 1) ավանդական դարձած Հայ մշակույթի օրերի կազմակերպումը տարբեր երկրներում (վերջին մի քանի տարիների ընթացքում այս կարգի միջոցառումներ են անցկացվել Ֆրանսիայում, Իտալիայում, Ռուսաստանի տարբեր տարածաշրջաններում, Գերմանիայում, Ուկրաինայում, Չինաստանում, Սիրիայում, Քուվեյթում, 2012թ. աշնանը Հայ մշակույթի օրերը կանցնեն նաև Լիբանանում). 2) Մարդկության ոչ նյութական մշակութային ժառանգության ցանկում դուրուկի և հայկական խաչքարի արվեստի ընդգրկումը. 3) «Ձվարթնոց» միջազգային օդանավակայանում իրականացված փոփոխությունները (զբոսաշրջիկը երկրի մասին իր առաջին տպավորությունը հենց օդանավակայանից է ստանում). 4) մայրաքաղաքի բարեկարգման հետ կապված աշխատանքները. 5) երկրի մի շարք զբոսաշրջային տարածաշրջանների (Ծաղկաձոր, Գիլիջան, Տաթև, Ջերմուկ) զարգացմանն ուղղված պետական ռազմավարական ծրագրերի իրագործումը և այլն:

Ցանկացած պետության վարկանիշը կապված է երկրում զբոսաշրջության զարգացման աստիճանի, անհրաժեշտ զբոսաշրջային ենթակառուցվածքների առկայության, զբոսաշրջիկների պահանջմունքների լիարժեք բավարարման հետ: Սակայն զբոսաշրջությունը իր հերթին անմիջական կախման մեջ է երկրի վարկանիշից. որքան բարձր է երկրի միջազգային հեղինակությունը, այդքան բարձր է նրա զբոսաշրջային գրավ-



չությունը և այցելուների թիվը: Ավելին. երկրի դրական իմիջն ուղղակիորեն անդրադառնում է այդ երկրում արտադրվող բոլոր ապրանքների սպառողական գրավչության և պահանջարկի վրա, որոնք էլ ապահովում են ազգային ընկերությունների մրցունակությունը արտաքին շուկայում: Այսինքն՝ երկրի տնտեսական զարգացման և ազգային բրենդի ձևավորման գործընթացները գտնվում են մշտական փոխներգործության մեջ:

Հայաստանի Հանրապետությունում պետական բրենդինգային քաղաքականության իրականացումն իր դրական ազդեցությունը կթողնի առաջին հերթին արտասահմանյան ներդրումների և զբոսաշրջության ոլորտի, ինչպես նաև Հայաստանում արտադրվող և արտահանվող ապրանքների ծավալի ավելացման վրա: Այս նպատակով ՀՀ որևէ պետական գերատեսչության կառուցվածքում (օրինակ՝ Էկոնոմիկայի նախարարության կազմում) կարևոր է ունենալ երկրի բրենդինգային քաղականությանը զբաղվող հատուկ մարմին, որը կարճաժամկետ և երկարաժամկետ ռազմավարություն կմշակի՝ օգտագործելով ազգային մարքեթինգային քաղաքականության բոլոր գործիքները և համագործակցելով երկրի պետական, հասարակական և մասնավոր կառույցների հետ: Այսպիսի ռազմավարությունը պետք է ներառի նաև սպառողների և ներդրողների հետ անմիջական կապի մեթոդներ<sup>9</sup>, մասնավորապես՝

- 1) տարածքային բրենդինգ (Հայաստանի մարզերի և առանձին համայնքների պատմամշակութային, քնական, տնտեսական ռեսուրսային ներուժի ուսումնասիրություն, որի արդյունքներով կկազմվեն ամ-

---

<sup>9</sup> Խոսքը ժամանակակից PR-տեխնոլոգիաների մասին է: Մասնագիտական գրականության մեջ հաճախ այն կարծիքն է արտահայտվում, որ այսօր բրենդը ձևավորվում է ոչ այնքան գովազդի օգնությամբ, որքան հասարակության հետ կապերի միջոցով: Գովազդը ծառայում է արդեն ձևավորված բրենդի պահպանման նպատակին:

բողջ երկրի առաջընթացն ապահովող զարգացման ծրագրեր)։

- 2) կրթական ռեսուրսի օգտագործում.
- 3) հաղորդակցման տեղեկատվական տեխնոլոգիաներ (հատկապես համացանցի հնարավորությունների օգտագործում).
- 4) սոցիոլոգիական հարցումների անցկացում.
- 5) Հայաստանին նվիրված տարբեր լեզուներով գրքերի, բրոշյուրների, տեղեկատուների, զբոսաշրջիկների համար նախատեսված ուղեցույցների, ճանապարհային քարտեզների և այլ տեղեկատվական նյութերի հրատարակում և տարածում.
- 6) իրադարձային մարքեթինգի (event-marketing) բոլոր հնարավորությունների օգտագործում (երկրում կազմակերպվող միջոցառումներ՝ տոնակատարություններ, արվեստի փառատոններ, բնագավառային ցուցահանդեսներ, տոնավաճառներ, արդյունաբերական էքսպոներ և այլն), որը թույլ կտա ավելի հստակ նախանշել այն թիրախային խմբերը, որոնց ուշադրությունն անհրաժեշտ է գրավել դեպի Հայաստանի Հանրապետությունը, դեպի հայկական ազգային արժեքները։

Այս աշխատանքներում, անկասկած, պետք է ընդգրկվեն թե՛ արտասահմանյան հայտնի փորձագետները, հետազոտական և խորհրդատվական ընկերությունները, և թե՛ Հայաստանի առանձնահատկություններին քաջածանոթ տեղական մասնագետները։ Կարծում ենք՝ նման համագործակցությունը մեր երկրի ազգային բրենդի հզորացման և միջազգային հեղինակության բարձրացման գործընթացում նկատելի դրական արդյունքներ կապահովի։

***Առանցքային հասկացություններ.** իմիջի կառավարում, ազգային բրենդինգ, բրենդինգային քաղաքականություն, հեղինակության չափում, վարկանիշային գնահատման չափա-*

*նիշներ, դիրքավորում արտաքին շուկայում, սոցիոլոգիական հարցումներ, երկրի բրենդի առանցքային գաղափար:*

## **ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ**

1. True, J. “Globalisation and Identity” // Globalisation and Identity / Raymond Miller (ed.) – South Melbourne: Oxford University Press, 2006.
2. “НОЕВ КОВЧЕГ” – независимая информационно-аналитическая международная армянская газета, № 6 (165) Март (16-31) 2011г. URL: <http://noev-kovcheg.ru/mag/2011-06/2481.html> (հարցման ամսաթիվը՝ 21. 02. 2012):
3. URL:<http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2011-2012> (հարցման ամսաթիվը՝ 21. 02. 2012):
4. Anholt, S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan, 2007. Pages: 160.
5. URL:<http://www.simonanholt.com/Research/research-the-anholt-gfk-roper-nation-brands-index-sm.aspx> (հարցման ամսաթիվը՝ 27. 02. 2012):
6. URL: <http://www.futurebrand.com> (հարցման ամսաթիվը՝ 01. 03. 2012):
7. URL:<http://www.futurebrand.com/think/reports-studies/cbi/2011/overview/> (հարցման ամսաթիվը՝ 01. 03. 2012):
8. Olins, W. The Brand Handbook. Thames & Hudson, London, 2008. Pages: 112.

**А. С. МАТЕНЦЯН**  
**ИМИДЖ СТРАНЫ И ОСОБЕННОСТИ**  
**НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГА**

**Резюме**

В статье представлено понятие национального брендинга, рассмотрены проблемы формирования и укрепления бренда страны, а также связи между понятием “имидж страны” и осуществлением национального брендинга. Представлен сравнительный анализ некоторых известных в мире систем рейтинговой оценки брендов государств, в том числе отраслевых систем, оценивающих туристскую привлекательность разных стран. Особое внимание в статье уделено проблеме укрепления национального бренда Армении, что послужит ее эффективному позиционированию на внешнем потребительском рынке и повышению мирового имиджа страны как туристского региона. Рассмотрены некоторые механизмы реализации национального брендинга Армении и предложен ряд необходимых мер по формированию ключевой идеи бренда страны и продвижению ее туристского имиджа.

***Ключевые понятия:** управление имиджем, национальный брендинг, брендинговая политика, измерение репутации, критерии рейтинговой оценки, позиционирование на внешнем рынке, социологические опросы, ключевая идея бренда страны.*

**A.S. MATENTSYAN**  
**COUNTRY IMAGE AND PECULIARITIES**  
**OF THE NATIONAL BRANDING**

**Summary**

The article presents the concept of the national branding and considers the problems of establishing and strengthening the country brand, as well as the links between the concept of the country image and the national branding realization. Besides, a comparative analysis of some world-known country brand rating systems is done, including special systems that evaluate touristic attractiveness of different countries. Particular attention is paid to strengthening the national brand of Armenia, which will contribute to its more effective positioning on the foreign consumer market and improve the global image of the country as a tourism region. Some mechanisms of the national branding in Armenia are also under the author's consideration. A number of essential tools for creating the key idea of the country brand and promoting the touristic image of the country is proposed in the article.

Key concepts: image management, national branding, branding policy, measurement of reputation, rating criteria, positioning on the foreign market, public opinion polls, the key idea of the country brand.

**ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՁԲՈՍԱՇՐՋԱՅԻՆ ՇՈՒԿԱՅԻՆ  
ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԻՆՏԵԳՐԱՆ  
ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

**Լ. Ա. ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ, Լ. Գ. ՍԱՐԳՍՅԱՆ**

Ժամանակակից զբոսաշրջությունը համաշխարհային տնտեսության ամենախոշոր, արդյունավետ ու առավել դինամիկ զարգացող ոլորտներից մեկն է: Բավական է նշել, որ զբոսաշրջությունը ծառայությունների վաճառքի գծով միջազգային ասպարեզում զբաղեցնում է առաջին տեղը [1, 43]: Պատմականորեն զբոսաշրջությունն առաջացել է Եվրոպայում: Այժմ էլ միջազգային զբոսաշրջության մեծ մասը բաժին է ընկնում Եվրոպային: Դրան նպաստում են թե՛ պատմական նախադրյալները և թե՛ սոցիալ-տնտեսական պայմանները: Վերջին տարիներին զբոսաշրջությունը զարգանում է այնպիսի տարածաշրջաններում, ինչպիսիք են Ասիան, Աֆրիկան, Միջին Արևելքի երկրները: Սակայն այցելությունների քանակով Եվրոպան շարունակում է պահպանել առաջատարի դիրքերը: 2011թ. Եվրոպա է այցելել 503 մլն զբոսաշրջիկ: Նախորդ տարվա համեմատ զբոսաշրջիկների թվաքանակն աճել է 5.4%-ով: Միջազգային զբոսաշրջային շուկայում Եվրոպայի մասնաբաժինը կազմել է 51%: Չբոսաշրջիկների այցելությունների ցուցանիշով երկրորդը Ասիան է՝ 216 մլն մարդ: Այստեղ նախորդ տարվա համեմատ զբոսաշրջիկների թվաքանակի աճը կազմել է 5.8%: Չբոսաշրջության ցուցանիշով հաջորդը Ամերիկան է՝ 156 մլն մարդ: 2011 թվականին Միջազգային զբոսաշրջային շուկայում Ասիայի մասնաբաժինը կազմել է 22%, իսկ Ամերիկայինը՝ 16%: Վերջին տարիներին այցելությունների բարձր ցուցանիշներ են գրանցվել նաև Միջին Արևելքի երկրներում: Մասնավորապես՝ 2011 թվականին այս տարածաշրջանում զբոսաշրջային այցելությունների թիվը հասել է 55 միլիոնի, թեև այս ցուցանիշը 8.3%-ով նվազել է նախորդ տարվա արդյունքների համեմատ [2, 9]:

Եվրոպան միջազգային զբոսաշրջությունից ստացված եկամուտներով նույնպես զբաղեցնում է առաջին տեղը (2011թ. շուրջ 433 մլրդ դոլար): Նախորդ տարվա համեմատ աճը կազմել է 5.3%: Երկրորդ և երրորդ տեղերը համապատասխանաբար զբաղեցնում են Ասիան (215 մլրդ ԱՄՆ դոլար) և Ամերիկան (173 մլրդ ԱՄՆ դոլար): Այս երկու տարածաշրջաններում էլ նախորդ տարվա համեմատ զբոսաշրջության աճ է նկատվել. Ասիայում՝ 5.9%, Ամերիկայում՝ 4.21%: Եկամուտների ստացման տեսանկյունից զբոսաշրջության մասնաբաժինը միջազգային շուկայում կազմել է 20% [3]:

Թեև միջազգային զբոսաշրջությունն անգամ ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պայմաններում համեմատաբար կայուն զարգացում արձանագրեց, սակայն ճգնաժամն առաջ բերեց բազմաթիվ հիմնախնդիրներ նաև այս ոլորտում, որոնք ավելի սրվեցին երկրների տնտեսական անկայունության, աշխարհում հաճախակի դարձած բնական աղետների, ինչպես նաև շրջակա միջավայրի աղտոտման հետևանքով: Այնուամենայնիվ, միջազգային զբոսաշրջությունը վերականգնվում էր սպասվածից ավելի արագ: 2010թ. զբոսաշրջության ոլորտի արագ վերականգնումն անշուշտ ամրապնդեց ոլորտի ճկունության և արագ կարգավորման վերաբերյալ շրջանառվող կարծիքը: Փորձը միաժամանակ ցույց տվեց, որ զբոսաշրջության ոլորտը վերականգնվում է շատ ավելի արագ, քան տնտեսության մյուս ճյուղերը (հարաբերությունը՝ 5/8): Ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի պայմաններում Ասիան և Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջանն առաջինն էին, որտեղ 2009թ. ապահովվեց 13% աճ, որը շարունակվեց մինչև 2010թ.: Նույն թվականին Միջին Արևելքում նույնպես արձանագրվեց բարձր աճ (14%), սակայն համեմատաբար ավելի ցածր, քան 2009թ.: Ամերիկայում զբոսաշրջության վերականգնումն արագ էր ընթանում՝ 6% աճի շնորհիվ: 2009թ. Աֆրիկայում գրանցվեց զբոսաշրջության 7% աճ, որը շարունակվեց նաև 2010թ.՝ կապված Հարավաֆրիկյան Հանրապետությունում անցկացված ֆուտբոլի աշխարհի առաջնության (FIFA World Cup) հետ: Սակայն

Եվրոպայում, ի տարբերություն այլ տարածաշրջանների, նկատվեց ավելի ցածր աճ (3%): Պատճառներից մեկն այն էր, որ Եվրոպան մյուս տարածաշրջանների համեմատ ավելի էր տուժել՝ ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի և այցելուների միջին թվաքանակի զգալի նվազման հետևանքով: Այս գործում բացասական դեր ունեցան նաև օդային տրանսպորտի տևական խափանումները, ինչպես նաև եվրոյի գոտու նկատմամբ աշխարհում առաջացած անվստահությունը:

2010թ. միջազգային զբոսաշրջիկների թվաքանակն ավելացավ 7%-ով, հասնելով 940 միլիոնի: Դրա շնորհիվ դրամական մուտքերն ավելացան 5%-ով՝ կազմելով 919 մլրդ ԱՄՆ դոլար: 2011թ. առաջին երկու ամիսներին միջազգային զբոսաշրջային այցելությունների թիվը հասավ 124 միլիոնի, որը զգալիորեն գերազանցում էր 2010թ. նույն ժամանակահատվածի ցուցանիշը (119 մլն), ընդ որում՝ զարգացող տնտեսությամբ երկրներում աճն ավելի բարձր էր (6%), քան զարգացած երկրներում (4%) [4]:

2011թ. առաջին ամիսների ընթացքում միջազգային զբոսաշրջիկների այցելություններն ավելացան 5%-ով, ինչը վկայում է այն մասին, որ 2010 թվականին ապահովված աճը շարունակվել է նաև 2011-ին՝ կազմելով 7%: ՄԱԿ-ի Զբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպության (ՉՀԿ) տվյալների համաձայն՝ 2011թ. փետրվարին աշխարհի բոլոր տարածաշրջաններում նկատվել են դրական տեղաշարժեր (բացառությամբ Միջին Արևելքի): Աճի բարձր ցուցանիշներ են արձանագրել Հարավային Ամերիկան և Հարավային Ասիան (15%), որոնց հաջորդում են Հարավային Սահարայի երկրները (13%), Կենտրոնական և Արևելյան Եվրոպայի երկրները (12%):

Թեև Ասիայի խաղաօվկիանոսյան տարածաշրջանում 2010 թվականին ապահովված աճն աշխարհում արձանագրված ամենաբարձր ցուցանիշներից էր, սակայն 2011թ. այն կրճատվել էր 6%-ով: Սպասվածից ավելի բարձր էր Եվրոպայի ցուցանիշը (6%)՝ կապված Կենտրոնական և Արևելյան Եվրո-



պայում գրոսաշրջիկների ակտիվ շարժի, դեպի Հարավային և Միջերկրածովյան Եվրոպա գրոսաշրջիկների հոսքի ավելացման հետ, ինչն էլ իր հերթին պայմանավորեց Հյուսիսային Ամերիկայի և Միջին Արևելքի՝ վերը նշված ցուցանիշի անկումով՝ կազմելով համապատասխանաբար՝ 9 և 10 տոկոս:

Ամերիկայի տարածաշրջանում գրոսաշրջիկների թվաքանակի 5% աճը համապատասխանում էր համաշխարհային միջին ցուցանիշին, ընդ որում՝ բարձր ցուցանիշներ են արձանագրել նաև Հարավային Ամերիկայի և Կարիբյան ավազանի երկրները: Չգալիորեն ցածր են եղել Հյուսիսային և Կենտրոնական Ամերիկայի երկրների աճի ցուցանիշները:

ՄԱԿ-ի ՋՀԿ-ի տվյալների համաձայն՝ 2008 թվականից սկսած՝ 10 ավելի հաճախ այցելվող երկրների շարքը մնացել է անփոփոխ: Առաջատար է համարվում Ֆրանսիան, որը 2008թ. ընդունել է 74.2 մլն այցելու, ինչը, սակայն, 6.3%-ով նվազել է նախորդ տարվա համեմատ: 2010թ. այս երկիր է ժամանել 76.8 մլն այցելու: Հաջորդ երկիրը, որը թեև զգալի չափով զիջել է Ֆրանսիային, ԱՄՆ-ն է, ուր այցելել է 59.75 մլն գրոսաշրջիկ (նախորդ տարվա համեմատ ացելուների թվաքանակի աճը՝ 3.5%): Ահա լավագույն տասնյակը կազմող մյուս երկրների ցուցանիշները. Չինաստան՝ ընդունել է 55.67 մլն գրոսաշրջիկ, Իսպանիա՝ 52.68 մլն, Իտալիա՝ 43.63 մլն, Միացյալ Թագավորություն՝ 28.13 մլն, Թուրքիա՝ 27.00 մլն, Գերմանիա՝ 26.88 մլն, Մալայզիա՝ 24.58 մլն, Մեքսիկա՝ 22.40 մլն գրոսաշրջիկ: Նկատենք նաև, որ նախորդ տարվա համեմատ լավագույն տասնյակը կազմող երկրների զբաղեցրած տեղերը գրեթե անփոփոխ են մնացել, միայն Իսպանիան իր դիրքերը զիջել է Չինաստանին: Այս երկրի գրոսաշրջիկների թիվն աճել է 9.3%-ով, որի շնորհիվ այն կարողացավ 4-րդ հորիզոնականից բարձրանալ 3-րդ հորիզոնական: 2008-2010թթ. զգալի փոփոխությունների է ենթարկվել Մալայզիայի գրոսաշրջության պատկերը: Եթե 2007թ. գրոսաշրջիկների թվաքանակն այս երկրում կազմել էր 17.5 մլն, ապա 2009թ. պատկերն էապես փոխվեց. այդ թվականից Մալայզիան արդեն առաջին տասնյակի թվում էր:

Մինչ այդ լավագույն տասնյակի մեջ մտնում էր նաև Ուկրաինան, որը սակայն դուրս է մնացել այդ շարքից [5]:

Ուսումնասիրելով Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից կատարված հետազոտությունները՝ պարզվեց, որ երկրներն ըստ մրցունակության գործոնների առանձնացելու դեպքում ակնհայտ է դառնում որոշակի հակասություն. նշված 10 առաջատար երկրներից 5-ը իրենց մրցունակությամբ զգալիորեն զիջում են մյուսներին: Հայտնի է, որ այդ հետազոտության առարկա է ընտրվել 139 երկիր և ուսումնասիրվել գործոնների բավական լայն շրջանակ՝ ներառելով զբոսաշրջության ոլորտի կարգավորումը, պետական օժանդակությունը, գնային մրցունակությունը, ենթակառուցվածքների և մարդկային, մշակութային, բնական ռեսուրսների առկայությունը: Ուսումնասիրության արդյունքում առանձնացված մրցունակ երկրների տասնյակը կազմում են Շվեյցարիան, Գերմանիան, Ֆրանսիան, Ավստրիան, Շվեդիան, ԱՄՆ-ը, Մեծ Բրիտանիան, Իսպանիան, Կանադան, Սինգապուրը [6,103]:

Անդրադառնալով Հայաստանի Հանրապետությանը՝ նշենք, որ մեր երկրում զբոսաշրջությունը համարվում է տնտեսության գերակա ճյուղ, որը պետք է գտնվի պետական հոգածության ներքո, ստանա մշտական անհրաժեշտ օգնություն և աջակցություն: Զբոսաշրջությունը Հայաստանի տնտեսության այն բացառիկ ճյուղերից էր, որը նույնիսկ տնտեսության ընդհանուր անկման պայմաններում, թեև ոչ շատ դինամիկ, այնուամենայնիվ զարգացման միտում ուներ: Այսպես, 1999թ. Հայաստան այցելուների թվաքանակը կազմել է շուրջ 40 հազար, մինչդեռ 1992-1993 թվականներին՝ ընդամենը 4-5 հազար: Այս հաշվարկով, 1999թ. միայն միջազգային զբոսաշրջության ոլորտում զբոսաշրջային արդյունքի արտահանումը կազմել է շուրջ 40 մլն ԱՄՆ դոլար: Համեմատության կարգով նշենք, որ խորհրդային տարիներին զբոսաշրջային արդյունքի արտահանման լավագույն տարում՝ 1987 թվականին, Հայաստան է այցելել շուրջ 500 հազար զբոսաշրջիկ, որից միայն 100 հազարը եղել է ոչ նախկին ԽՍՀՄ տարածքից: Ներկայումս իրավի-

ճակը փոխվել է. ՀՀ-ն ընդլայնել է իր զբոսաշրջային շուկայի աշխարհագրությունը:

Միջազգային փորձի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ զբոսաշրջության ոլորտի զարգացումը և զբոսաշրջային արդյունքի արտահանման ծավալների ընդլայնումը մեծապես կախված են պետության կողմից վարվող զբոսաշրջային քաղաքականության արդյունավետությունից [7,135]: Վերջին տարիներին ՀՀ զբոսաշրջության ոլորտում տարվող պետական քաղաքականության շնորհիվ այս բնագավառում պետություն-մասնավոր հատված-սփյուռք համագործակցությունն արձանագրել է ինչպես քանակական, այնպես էլ որակական աճ: Այդ մասին են վկայում այն գործընթացները, որոնք միտված են զբոսաշրջության ոլորտի օրենսդրական, հարկային, ենթակառուցվածքային զարգացումներին: Վերջին 10 տարիների ընթացքում Հայաստանի ներգնա զբոսաշրջությունն աչքի է ընկել զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակի կայուն տարեկան աճով: 2001-2010թթ. ներգնա զբոսաշրջային այցելությունների թվաքանակի միջին տարեկան աճը կազմել է 24.3%: ՀՀ միջազգային զբոսաշրջության շարժը 2006-2011թթ. ներկայացված է Աղյուսակ 1-ում:

*Աղյուսակ 1.*

ՀՀ միջազգային զբոսաշրջության շարժը 2006-2011թթ. (մարդ) [8]

Տարիներ	Ժամանողներ	աճ (%)	Մեկնողներ	աճ (%)
2006	381136	19.6	329347	22.6
2007	510287	33.8	467574	41.9
2008	558443	9.4	515547	10.2
2009	575281	3.1	526193	2.1
2010	687229	18.8	640032	21.6
2011	757935	10.8	714953	10.3

Աղյուսակ 1-ում բերված տվյալներից երևում է, որ զբոսաշրջության նպատակով Հայաստան այցելուների թիվը հաստատապես աճում է: Այսպես օրինակ՝ 2011թ. 73956-ով ավելի շատ մարդ է այցելել Հայաստան, քան 2010թ.: Դա պայմանավորված է նրանով, որ ՀՀ-ն ակտիվ քաղաքականություն է իրականացնում զբոսաշրջության ոլորտն ավելի գրավիչ և ճանաչելի դարձնելու ուղղությամբ: Ներգնա զբոսաշրջության հետ մեկտեղ աճել են նաև արտագնա զբոսաշրջության ծավալները. 2011թ. ՀՀ ժամանող և Հայաստանից մեկնող զբոսաշրջիկների թվաքանակի տարբերությունը կազմել է 42982:

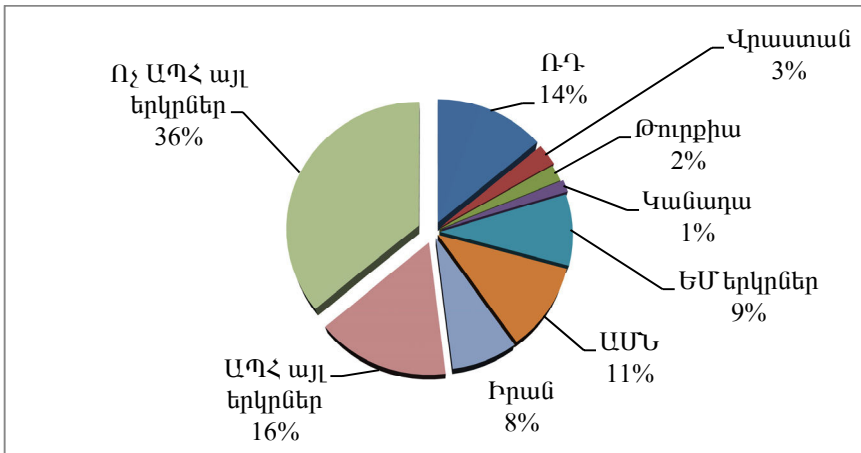
Ներգնա զբոսաշրջությունը խթանելու նպատակով՝ 2010 թվականին ՀՀ օրենսդրական ոլորտում աշխատանքներ են իրականացվել հարկային քաղաքականության և վիզային ռեժիմների ազատականացման ու դյուրացման ուղղությամբ:

2011թ. հունվար-սեպտեմբեր ամիսներին հանրապետություն է ժամանել 551635 զբոսաշրջիկ: 2010 թվականի նույն ժամանակահատվածի համեմատ զբոսաշրջիկների թվաքանակն աճել է 13.1%-ով: Այդ ընթացքում զբոսաշրջության նպատակով հանրապետությունից մեկնել է 546167 մարդ: 2010թ. հունվար-սեպտեմբեր ամիսների համեմատ ցուցանիշի աճը կազմել է 15.1%: 2011թ. ամբողջ տարվա ընթացքում հանրապետություն է ժամանել 757935 զբոսաշրջիկ (ցուցանիշի աճը 2010թ. համեմատ՝ 10.3%): Նույն ժամանակաշրջանում զբոսաշրջության նպատակով հանրապետությունից մեկնել է 714953 մարդ: Տվյալ ցուցանիշը 2010թ. հունվար-դեկտեմբեր ամիսների համեմատ աճել է 10.3%-ով: Բերված ցուցանիշների աճի տեմպերը վկայում են, որ տարեցտարի ընդլայնվում է արտերկրի քաղաքացիների հետաքրքրությունը Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջային երկրի նկատմամբ: Հաշվի առնելով զբոսաշրջային արդյունաբերության մեջ ներկայումս իրականացվող պետական և մասնավոր ծրագրերի ծավալները՝ ակնկալվում է զբոսաշրջային այցելությունների քանակի 20% աճ 2012 թվականին [9, 12]:

Հյուրանոցային տնտեսությունից ստացված հաշվետվությունների տվյալների համաձայն՝ 2010թ. հունվար-դեկտեմբեր ամիսներին ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների թվաքանակի 30%-ը բաժին է ընկել ԱՊՀ երկրներին: Ինչպես երևում է գծանկար 1-ից, Ռ-Դ-ն, ԱՊՀ մյուս երկրները և ԱՄՆ-ը շարունակում են մնալ Հայաստանի զբոսաշրջային հիմնական շուկաները՝ պայմանավորված այն հանգամանքով, որ այս երկրներում առավել մեծ թիվ են կազմում Հայաստանի զբոսաշրջային պոտենցիալ շուկայի մեծ հատվածը՝ սփյուռքահայերը:

*Գծանկար 1*

ՀՀ այցելած զբոսաշրջիկների քաղաքացիության աշխարհագրական բաշխվածությունը 2010թ. (%)



Հաշվի առնելով Հայաստանի Հանրապետության իրական զբոսաշրջային պոտենցիալը՝ կարող ենք նշել, որ մեր երկիրը ի գործ է առաջարկելու գրավիչ համադրությամբ զբոսաշրջային արդյունք: Այսպիսի հետևությունն իրատեսական համարելու հիմք են տալիս երկրի մշակութային հարուստ ժառանգությունը, ազգային կոլորիտը, հյուրընկալության ինքնատիպ ավանդույթները, էկոլոգիապես մաքուր բնության առկա-

յությունը, գրավիչ տեսարժան վայրերը, առողջարանները, սպորտային բազաները, բազմազան հանգստի վայրերը և այլն: Հետևաբար՝ կարող ենք պնդել, որ Հայաստանն ունի բոլոր հնարավորությունները՝ շահեկանորեն դիրքավորվելու և իր ուրույն տեղը գրավելու միջազգային զբոսաշրջային շուկայում: Դա, անշուշտ, պահանջում է զբոսաշրջային ռեսուրսների համակողմանի ուսումնասիրություն, համալիր և ճշգրիտ գնահատում, համաշխարհային շուկայում պահանջարկի և հայկական զբոսաշրջային առաջարկի (զբոսաշրջային արդյունք, ծառայություններ) վերանայում, այնուհետև՝ հայկական զբոսաշրջային արդյունքի պատշաճ ներկայացում համաշխարհային շուկայի՝ մեզ համար առավել հետաքրքրություն ներկայացնող թիրախային հատվածներում (աշխարհագրական, կրոնական, մշակութային և այլն):

Հայաստանում զբոսաշրջության խթանման համար նպատակային երկրներն ընտրվում են վիճակագրական տվյալների ուսումնասիրության հիման վրա: Ուսումնասիրությունները և բերված ցուցանիշների աճի տեմպերը վկայում են, որ տարեցտարի մեծանում է Եվրոպական երկրների հետաքրքրությունը Հայաստանի՝ որպես զբոսաշրջային երկրի նկատմամբ: Այսօր եվրոպական երկրներից Հայաստանի համար զբոսաշրջային առավել մեծ պոտենցիալ ունեն Ֆրանսիան, Գերմանիան, Իտալիան, Իսպանիան, Հունաստանը, Կիպրոսը, Չեխիան, Միացյալ Թագավորությունը, Ավստրիան: ՀՀ սահմանային անցման կետերում հավաքագրված տվյալներով՝ 2010թ. նկատվել է եվրոպական տարածաշրջանից դեպի Հայաստան այցելությունների թվի զգալի աճ (20.78%): Նկատենք, որ այստեղ խոսքը հանգստի համար Հայաստան ժամանող և հայկական արմատներ չունեցող զբոսաշրջիկների մասին է, որոնց թիվը համեմատաբար հեշտ է ավելացնել՝ օգտագործելով ժամանակակից աշխարհում լայնորեն կիրառվող ավանդական և նորարարական մարքեթինգային գործիքները: Այստեղ, միաժամանակ պետք է հաշվի առնել նաև այն, որ շուկայում աստիճանաբար ավելի ու ավելի նկատելի է դառ-

նում նոր երկրներ փնտրելու ձգտումը: Այս առումով՝ հարկ է նշել, որ 2010թ. այցելությունների աճի միտում է նկատվել Չեխիայից, ինչպես նաև Սկանդինավյան երկրներից (Դանիա, Շվեդիա, Նորվեգիա, Ֆինլանդիա):

Հայաստանն, զբոսաշրջային զգալի ներուժ ունենալով հանդերձ, այնուամենայնիվ, ներկայումս աննշան տեղ է զբաղեցնում համաշխարհային զբոսաշրջության շուկայում ոչ միայն իր չափաբաժնով, այլև մրցունակության այսօրվա հնարավորություններով: Համաձայն համաշխարհային տնտեսական ֆորումի՝ աշխարհի 139 երկրների ցանկում ՀՀ-ն զբաղեցնում է 90-րդ հորիզոնականը: Այն իր մրցունակության գործոններով զիջում է հարևան երկրներ Վրաստանին, Ադրբեջանին, Թուրքիային, առաջ է անցել միայն Իրանից: ՀՀ-ի ուժեղ կողմերից է համարվում հարևան երկրների համեմատ սանիտարահիգիենիկ պայմանների համեմատաբար բարվոք վիճակը, ինչպես նաև տեղական բնակչության՝ արտասահմանյան զբոսաշրջիկների նկատմամբ բաց լինելն ու բարեհամբույր վերաբերմունքը:

Ելնելով մրցունակության բարձրացման նպատակներից՝ համաշխարհային տնտեսության զարգացման ներկա փուլում առանձնահատուկ կարևորություն է ստանում տնտեսության առանձին ճյուղերի և ոլորտների դիվերսիֆիկացումը (բազմազանեցումը): Վերջինս Հայաստանի համար առավել հրատապ խնդիր է տնտեսական անվտանգության ապահովման տեսանկյունից: Դա առաջին հերթին վերաբերում է արտահանման ներուժ ունեցող ճյուղերի և ոլորտների զարգացմանը: Այս տեսանկյունից, զբոսաշրջությունը Հայաստանում տնտեսության դինամիկ զարգացող և առավել հեռանկարային ճյուղերից մեկն է, որի զարգացումը մեծ չափով կարող է նպաստել մի շարք սոցիալ-տնտեսական խնդիրների լուծմանը: Հայաստանում զբոսաշրջության զարգացման ներուժը գնահատելիս, պատմամշակութային ժառանգությունից բացի, անհրաժեշտ է հաշվի առնել նաև այն, որ մեր երկիրը միջազգային զբոսաշրջային շուկայում համարվում է նոր օբյեկտ, ինչն էլ երկիրը

դարձնում է առավել հետաքրքիր ու գրավիչ՝ համապատասխան մարքեթինգային գործողությունների իրականացման և ուղորտի արդյունավետ մենեջմենթի արդյունքում: Իհարկե, Հայաստանի ազգային մրցունակությունը միայն զբոսաշրջության վրա չի կարելի կառուցել, սակայն այս ուղորտը հույժ կարևորություն ունի մի քանի պատճառով: Առաջին՝ Հայաստանի պատմամշակութային և բնական հարստությունն ինքնին մրցակցային առավելություն է, որն անպայման պետք է արժևորել: Երկրորդ՝ զբոսաշրջությունն արտահանման ուղորտ է, մինչդեռ երկիրն այս հարցում լուրջ խնդիրներ ունի: Երրորդ՝ զբոսաշրջության շնորհիվ ֆինանսական հոսքեր և ներդրումներ են ուղղորդվում դեպի մարզեր՝ նպաստելով մարզերի համաչափ զարգացման կառավարական ծրագրերի լիարժեք իրականացմանը:

Թեև զբոսաշրջությունը ՀՀ կառավարության կողմից հռչակված է տնտեսության գերակա ճյուղ, սակայն ուղորտը դեռևս չի գտնվում պետական ակտիվ վերահսկողության ներքո, մինչդեռ պետական միջամտությունը ուղորտի առաջընթացի ապահովման հիմնական պայմաններից է, և այն պետք է իրականացվի գործուն լծակների միջոցով: Եթե տնտեսության պետական կարգավորման խնդիրը լիներ միայն օրենսդրական դաշտի ձևավորումն ու դրանից բխող նորմատիվ-իրավական ակտերի պահանջների հետևողական կատարումը, ապա տնտեսության կարգավորման համակարգի ստեղծումը և անցումային շրջանի հաղթահարումը շատ ավելի դյուրին կընթանար: Սակայն գործընթացի բարդությունն այն է, որ զբոսաշրջության ուղորտի պետական խելամիտ կարգավորման նպատակով անհրաժեշտ է ստեղծել նաև շուկայական այնպիսի ենթակառուցվածքներ, որոնց միջոցով հնարավոր կլինի պետության կողմից կիրառվող լծակների ազդեցությունն ուղղել կարգավորման օբյեկտներին՝ դրանց գործունեությանը հարողելով ցանկալի և անհրաժեշտ ուղղվածություն:

Լուրջ խնդիր է նաև ենթակառուցվածքների զարգացման ներկա, մեղմ ասած, ոչ բավարար մակարդակը: Խիստ հրա-



տապ է հատկապես տրանսպորտային ենթակառուցվածքների արդիականացման խնդիրը: Լուրջ խնդիրներ կան կապի և հեռահաղորդակցության ոլորտում, որի ենթակառուցվածքները դեռևս պատշաճ կարգով հասանելի չեն հանրապետության ամբողջ տարածքում:

ՀՀ-ում գրեթե անտեսված են մարքեթինգային գործողությունները: Թեև Հայաստանը հարուստ պատմամշակութային ժառանգությամբ հայտնի երկիր է, սակայն երկիրը դեռևս լիարժեք ներկայացված չէ համաշխարհային զբոսաշրջային շուկայում: Անգամ Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից ՀՀ-ի մշակութային ռեսուրսները գնահատվել են ցածր նույնիսկ հարևան երկրների համեմատ:

Ստեղծված վիճակը կարող է շտկվել առաջին հերթին պետական ակտիվ քաղաքականության իրականացման շնորհիվ Հայաստանի զբոսաշրջային ներուժը զարգացնելու, երկիրն իր ամբողջ հմայքով ներկայացնելու և գրավիչ դարձնելու համար:

Անվիճելի է, որ երկրի զարգացած տնտեսությունը զբոսաշրջության ոլորտի հետագա առաջընթացի որոշիչ պայման է: Սակայն զբոսաշրջությունը համակարգային բնույթի բնագավառ է, ուստիև շատ կարևոր է ոչ միայն ապահովել զբոսաշրջության՝ տնտեսության այլ ոլորտներին համընթաց զարգացումը, այլև նպաստավոր պայմաններ ստեղծել միջազգային զբոսաշրջային շուկային ակտիվորեն ինտեգրվելու համար:

**Առանցքային հասկացություններ.** *միջազգային զբոսաշրջություն, մրցունակության գործոններ, զբոսաշրջային շուկա, զբոսաշրջային ներուժ, Չբոսաշրջության համաշխարհային կազմակերպություն, Համաշխարհային տնտեսական ֆորում, զբոսաշրջիկ, զբոսաշրջային արդյունք, հյուրանոցային տնտեսություն, զբոսաշրջային արդյունաբերություն, ներգնա զբոսաշրջություն, արտագնա զբոսաշրջություն, զբոսաշրջային ռեսուրսներ, զբոսաշրջային ծառայություններ:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 255 с.
2. UNWTO Annual Report a year of recovery 2010. URL: [https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/final\\_annual\\_report\\_pdf\\_3.pdf](https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/storageapi/sites/all/files/pdf/final_annual_report_pdf_3.pdf) (Վերջին մուտքը՝ 25.05. 2012թ.)
3. World tourism organization. Press Release. International tourism receipts surpass US\$ 1 trillion in 2011. URL: <http://media.unwto.org/en/press-release/2012-05-07/international-tourism-receipts-surpass-us-1-trillion-2011> (Վերջին մուտքը՝ 17.05. 2012թ.)
4. UNWTO World Tourism Barometer URL: [http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO\\_Barom11\\_iu\\_april\\_excerpt.pdf](http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom11_iu_april_excerpt.pdf) (Վերջին մուտքը՝ 27.05. 2012)
5. Economy statistics. Tourist arrivals (most recent) by country. URL: [http://www.nationmaster.com/graph/eco\\_tou\\_arr-economy-tourist-arrivals](http://www.nationmaster.com/graph/eco_tou_arr-economy-tourist-arrivals) (Վերջին մուտքը՝ 03.06. 2012թ.)
6. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TravelTourismCompetitiveness\\_Report\\_2011.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf) (Վերջին մուտքը՝ 02.06.2012թ.)
7. Папирян Г. А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2000. - 208 с.
8. Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011 թվականների հունվար-դեկտեմբերին: URL: <http://armstat.am/am/?nid=81> (Վերջին մուտքը՝ 03.06.2012թ.)
9. ՀՀ զբոսաշրջության բնագավառի վերլուծություն 2010թ.: ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարություն, URL: [http://mineconomy.am/up/files/210\\_zbosashrjutyun\\_verlucutyun-168.pdf](http://mineconomy.am/up/files/210_zbosashrjutyun_verlucutyun-168.pdf) (Վերջին մուտքը՝ 26.05.2012թ.)

**Л. А. АВЕТИСЯН, Л. Г. САРГСЯН**  
**ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ**  
**В МИРОВОЙ ТУРИСТСКИЙ РЫНОК**

**Резюме**

В статье анализированы современные тенденции развития международного туризма. Исследованы ведущие страны на мировом туристском рынке, а также распределение международных туристских доходов по регионам. Рассмотрено исследование конкурентоспособности стран в сфере туризма, проведенное Всемирным экономическим форумом. В этом контексте представлено место Армении на мировом туристском рынке. Учитывая туристский потенциал РА и анализируя тенденции развития въездного туризма в Армении, выявлены проблемы в этой сфере, а также препятствия на пути интеграции РА в мировой туристский рынок и предложены некоторые способы их преодоления.

**Ключевые понятия:** *международный туризм, факторы конкурентоспособности, туристский рынок, туристский потенциал, Всемирная организация по туризму, Всемирный экономический форум, турист, туристский продукт, гостиничное хозяйство, туристская индустрия, въездной туризм, выездной туризм, туристские ресурсы, туристские услуги.*

**L. A. AVETISYAN, L. G. SARGSYAN**  
**ARMENIA'S PROBLEMS OF INTEGRATION INTO THE**  
**GLOBAL TOURISM MARKET**

**Summary**

The current trends of international tourism development were analyzed. The leading countries in the International tourism

market were explored, as well as tourism incomes by regions distribution were also investigated. The research of the competitiveness of nations in the tourism sector conducted by the World Economic Forum were observed. In this context the place of Armenia in the global tourism market was presented. Taking into consideration the tourism potential of the Republic of Armenia and analyzing the tendencies of development of inbound tourism in Armenia the problems of the area and barriers to the integration of Armenia into the global tourism market were disclosed and some suggested ways of overcoming them were recommended.

**Key concepts.** *international tourism, factors of competitiveness, tourism market, tourism potential, World Tourism Organization, World Economic Forum, tourist, tourism product, hotel economy, tourism industry, inbound tourism, outbound tourism, tourism resources, tourism services.*

## ՇՐՋԱԿԱ ՄԻՋԱՎԱՅՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒԹՅԱՆ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ

### Ե. Գ. ԹՈՐՈՍՅԱՆ

Անցյալ դարի վերջից աշխարհն ապրեց հեղաշրջում՝ իրականացավ մարդկային գործունեության բոլոր ուղղությունների էկոլոգիացում: Հատկապես այն առավել կարևորվեց արդյունաբերության բնագավառում: Պատահական չէր, որ շատ երկրներում, այդ թվում նաև նախկին ԽՍՀՄ-ում սկսված բնապահպանական շարժումը ձևավորվեց որպես «կանաչ հեղափոխություն»՝ բերելով այդ մեծ կայսրության կործանմանը: Այդպես եղավ նաև մեր երկրում՝ Հայաստանում, երբ «Նաիրիտի» բնապահպանական գործունեության դեմ սկսված գործունեությունների շղթան օգտագործվեց համաժողովրդական շարժման զարգացմանը՝ բերելով երկրում քաղաքական փոփոխությունների: Ցավոք դրանք ուղեկցվեցին նաև բացասական տնտեսական և սոցիալական բարդությներով, հավանաբար, հատուկ բոլոր հեղափոխություններին:

Ընդհանրապես, բնության համընդհանուր կապի հետազոտությունները հասարակության համար ենթադրում են գիտության տարբեր ճյուղերի լայն կիրառում, տարբեր ոլորտների գիտնականների համագործակցություն: Օրինակ, տեխնիկական գիտությունները կոչված են մշակելու նոր էկոլոգիապես ընդունելի տեխնոլոգիական գործընթացներ՝ ստեղծելու արդիական նախագծեր անթափոն արտադրությունների կազմակերպման, արտադրական թափոնների վերօգտագործման, արտադրական անցանկալի, շատ դեպքերում շրջակա միջավայրը խիստ աղտոտող թափոններից վնասագերծման համար, ստեղծելու անխափան հսկիչ-չափիչ սարքավորումներ՝ էկոհամակարգի հսկողության իրականացման համար:

Քանի որ բնապահպանական խաթարումները ուղղակի և անուղղակի արտացոլվում են կենսոլորտի վրա, դրանք դառնում են նաև բժշկա-կենսաբանական հետազոտությունների

դիտակետ՝ հատկապես նպաստելով մարդու առողջական խնդիրների լուծմանը: Խնդրի սոցիալական նշանակությունը ակնհայտ է հասարակական գիտությունների տեսանկյունից: Ինչպես նշվել է վերևում, բնապահպանության խնդիրները սերտորեն կապված են քաղաքականության հետ, ինչպես նաև տնտեսության և սոցիալական միջավայրի հետ, այսինքն՝ ներկայացնում են կայուն զարգացման սկզբունքների կարևորագույն բաժնեմասը (1): Սա առաջացնում է անհրաժեշտություն դիտարկելու վերոնշյալ խնդիրները տարբեր տեսանկյուններից. փիլիսոփայության, սոցիալական, քաղաքականության, իրավաբանության, բնապահպանության, տնտեսագիտության և այլն:

Որպես գիտության առանձնակի ճյուղ՝ բնապահպանությունը սկսել է ձևավորվել միայն 20-դարում: Սակայն հետագայում պարզ դարձավ, որ բնապահպանության ոլորտում հիմնավոր գիտական խնդիրները կարող են լուծվել միայն տարբեր գիտությունների շրջակա միջավայրի պահպանության միջոցառումների հետ ինտեգրման հենքի վրա՝ իրականացնելով համախմբված տարածքային էկոհամակարգային գիտական հետազոտություններ: Ուստի նկատի ունենալով բնապահպանության շրջակա միջավայրի պահպանության խնդրի բացառիկ արդիականությունը՝ կարևորագույն խնդիր են դառնում հիմնարար համախմբված հետազոտությունները, որոնք ուղղված են բնապահպանության գիտական հետազոտությունների (2):

Ակնհայտ է, որ այդ ամենի մշակումն ու հետազոտությունները պահանջում են համապատասխանաբար այլ գիտությունների համատեղ զարգացմանը – սոցիոլոգիայի, քաղաքագիտության, իրավագիտության, տնտեսագիտության, ներառյալ ճշգրիտ և տեխնիկական գիտությունները:

Տվյալ հոդվածում դիտարկվում են բնապահպանության և շրջակա միջավայրի խնդիրների տնտեսական, իրավական, տեխնիկա-տեխնոլոգիական ուղղվածությունը:

**Սոցիալ-տնտեսական ուղղվածությունն** արտահայտում է ուղիղ և հակառակ ազդեցություններ հասարակության և բնութ-յան տարբեր սոցիալական համակարգերի միջև գիտական հե-ղաշրջման պայմաններում: Ընդհանրապես, բնապահպանա-կան խնդիրների լուծման ժամանակ կամ արդյունքում ծագած սոցիալ-տնտեսական խնդիրները պայմանավորում են դրանց գնահատման անհրաժեշտությունը: Այսպես, սոցիալական արդյունքը որոշվում է շրջակա միջավայրի պահպանման մի-ջոցառումների ժամանակ առաջացած ցուցանիշների տարբե-րությամբ, որոնք բնութագրում են սոցիալական միջավայրի բնութագրական փոփոխությունները: Տնտեսական արդյունա-վետությունը բնորոշվում է տնտեսական արդյունավետության հարաբերությամբ բնապահպանական ծախսերի ծավալին: Այս երկու գործոնները օգտագործվում են բնապահպանական ծախսերի փաստացի մակարդակի, ինչպես նաև ծախսերի նորմատիվային ցուցանիշների գնահատման համար(3-4): Ս-րանք հիմք են ծառայում հետագայում հաշվարկելու այն ծախ-սերը, որոնք պետք է իրականացվեն վտանգավոր, թունավոր արտանետումների վնասագերծման և շրջակա միջավայրի անհրաժեշտ վիճակի պահպանման համար(5): Նման գնա-հատականը խիստ էական է գլոբալ խնդիրների լուծման հա-մար: Այդպիսի օրինակները շատ են: Բազմիցս թե՛ գիտական հոդվածներում, թե՛ զանգվածային լրատվամիջոցներում քննարկված մեզ համար խիստ կարևոր Մևանի խնդրից բացի, գլոբալացման պայմաններում կան առավել հակասական օրի-նակներ: Դրանք են՝ օզոնային շերտի վերացումը, իր մեջ նե-րառելով համաշխարհային կարևորագույն խնդիր, դարձել է բազմաթիվ միջազգային փաստաթղթերի և գործողությունների ընդունման նախահիմք, ինչպիսին է օրինակ, Կիոտոյի փաս-տաթուղթը:

Չերնոբիլյան աղետը, կապված ռադիոակտիվ արտա-նետման հետ, հնդկական Բհոպալ քաղաքի ողբերգությունը՝ կապված չքայքայվող օրգանական միացությունների արտա-նետման հետ, որոնք մտել են նույնիսկ էկոլոգիական բառա-

րաններ, որպես հատուկ անուններ, երբ անհրաժեշտություն է գալիս քննարկել շրջակա միջավայրի ռադիոակտիվ վարակման, կամ կայուն օրգանական նյութերով թունավորման խնդիրները: Իսկ Արալյան ծովի վերացման, Ազովի ծովի խնդիրները դարձել են համաեվրոպական ճգնաժամային խնդիրներ:

**Իրավական ուղղվածությունն** իշխում է ի սկզբանե: Հողի, անտառների, ընդերքի մասին օրենքը, համարվում է ազգային սեփականություն և ստեղծված են խորը երաշխիքներ նրանց ճիշտ օգտագործման համար: Այն անհրաժեշտ է միասնական պետական քաղաքականություն իրականացնելու համար: Այստեղ տեղին է բերել Ռ-Դ նախկին նախագահ Դ.Մեդվեդևի խոսքերը՝ «Այսօր բնապահպանական հարաբերությունները կարգավորում են էկոլոգիական գործունեությունը իրար հետ չկապված, հաճախ իրար հակասող օրենքներով»՝ հնչած 2010թ. Ռ-Դ Շրջակա միջավայրի պահպանության պետական կարգավորման կատարելագործման վերաբերյալ Պետական խորհրդի նախագահության նիստում: Այդ պատճառով շրջակա միջավայրի պահպանության իրավական կողմը պետք է ձևակերպել այնպիսի օրենքով սահմանված, որն ուղղված է շրջակա միջավայրի ընդհանրական պահպանությանը և բնական հարստությունների ռացիոնալ օգտագործմանը: Սահմանելով այդպիսի օրենք՝ կարգավորում են բնապահպանության ոլորտում հասարակական հարաբերությունները, որի արդյունքում առաջանում է բնապահպանական իրավահարաբերությունների համախմբվածություն:

Շրջակա միջավայրի պահպանության իրավական կողմը կարելի է ձևակերպել որպես օրենքով սահմանված, որն ուղղված է շրջակա միջավայրի պահպանությանը և ռացիոնալ օգտագործմանը, բնապահպանական հարստությունների կրկնապատկմանը (6-7): Սահմանելով այդպիսի օրենք՝ կարգավորվում են հասարակական հարաբերությունները բնապահպանության ոլորտում, որի արդյունքում առաջանում են



բնապահպանական իրավահարաբերությունների համախմբվածություն:

Բնապահպանության իրավական կողմին բնորոշ են հետևյալ սկզբունքները, որոնցից են.

- բնական պաշարները կազմում են պետական սեփականություն և նախատեսված են միայն համընդհանուր օգտագործման համար: Պահպանման ենթակա են բնության բոլոր օբյեկտները – ինչպես շահագործման ենթակա, այնպես էլ ոչ
- բնական պաշարների արդյունավետ օգտագործումը
- բնական պաշարների արդյունավետ օգտագործման հսկողությունը
- իրավական պատասխանատվության ենթարկել շրջակա միջավայրի օրինախախտության համար:

Բնապահպանության բնագավառում օրենսդրական կառավարման կատարելագործումը պետք է հենվի հետևյալ սկզբունքներին՝

1. հասարակության սահմանադրական իրավունքի երաշխավորում էկոլոգիական անվտանգության խնդիրների այնպիսի լուծման նպատակով, որոնք դրական ազդեն շրջակա միջավայրի վրա,
2. շրջակա միջավայրի վրա վտանգավոր ազդեցության պարտադիր և մշտական իջեցում, վերացում,
3. պետական էկոլոգիական վերահսկման կարգավորում,
4. բնապահպանական օրենսդրական խախտումների հանդեպ ճնշումների ուժեղացում,
5. առաջավոր տեխնոլոգիաների բնապահպանական խիստ պատասխանատվությամբ կիրառման համար պետական աջակցություն,
6. էկոլոգիական խնդիրների վերաբերյալ հրապարակայնություն,
7. բնապահպանական միջոցառումների համար բյուջետային միջոցների ավելացում:

Շրջակա միջավայրի պահպանման, դրա վիճակի բարելավումն իրականացնելու համար մշակվել են բազմաթիվ սանիտարա-հիգիենիկ ցուցանիշներ, չափանիշներ, անվտանգության համակարգեր, որոնք ապահովում են օպտիմալ պայմաններ մարդու կենսագործունեության համար:

Սանիտարա-հիգիենիկ հետազոտությունները պետք է ուղղված լինեն նրան, որ շրջակա միջավայրի փոփոխության տեմպերը չգերազանցեն կենդանի օրգանիզմի գոյատևման արագ զարգացմանը: Հետևաբար, օրգանիզմի հարմարվողականության կենսաբանական նորմերի հնարավորությունները կարևոր սկզբունքներ են(8):

Այս երևույթի համար կարևոր է նաև սանիտարա-հիգիենիկ կանխատեսումը ապագայում շրջակա միջավայրի համար, որը նպատակ ունի պահպանելու և բարելավելու բնակչության առողջական խնդիրները(9): Նմանատիպ կանխատեսումները պետք է ոչ միայն ապահովեն տարբեր գիտատեխնիկական զարգացում, այլև ուղղորդեն զարգացման առավել հիգիենիկական տարբերակներ:

**Տեխնիկա-տեխնոլոգիական տեսանկյուն** - բնության շրջակա միջավայրը ենթադրում է կազմակերպել արտադրությունը անթափոն կամ թափոնների վերօգտագործման սկզբունքներով: Բնության պահպանության խնդիրների կանոնակարգած լուծումը սկսվեց ձևավորվել հարաբերականորեն վերջերս, որը պայմանավորեց գիտության հզոր աճ, հատկապես ճարտարագիտության բնագավառում: Ինչպես նշվել է վերևում, սկզբնական շրջանում բնապահպանությունը զարգանում էր հիմնականում որպես կենսաբանական գիտության մաս՝ հետագայում նպատակ ունենալով որպես կենդանի բնության պահպան ձևավորվելու գիտություն: Սակայն այն ստացավ նաև նոր ուղղվածություն, երբ սկսնառու դարձավ մարդու տնտեսական գործունեության ազդեցությունը շրջակա միջավայրի,բնության վրա:

Շամանակակից տեխնոլոգիական արտադրությունը թույլ է տալիս իրականացնել արդյունաբերության մեջ օդի և ջ-

րի խորը մաքրում՝ պահանջելով խոշոր ֆինանսական միջոցների ներդրում: Պատահական չէ, որ զարգացած երկրներ այցելողները զմայլվում են «Դուք մտնում եք էկոլոգիապես մաքուր քաղաք, գյուղ և այլ ապրելավայր» գովազդով: Սակայն, նոր զարգացող և տնտեսապես հետամնաց, «երրորդ աշխարհի երկրները» չեն կարողանում լուծել նման խնդիրներ:

Նոր տեխնոլոգիական գործընթացների մշակումը, որոնց հիման վրա կարող է ստեղծվել անթափոն արտադրություն, ապահովում է ոչ միայն բարձր տեխնիկա-տնտեսական ցուցանիշներ, այլ նաև բնական միջոցների համախմբված օգտագործում, ապահովելով դրանով, օրինակ, ընդերքի արդյունավետ օգտագործում: Սակայն անցումը անթափոն տեխնոլոգիաների անմիջապես իրականացնել հնարավոր չէ ամեն մի երկրի համար՝ ելնելով տնտեսական տեսանկյունից: Տեխնոլոգիապես բնապահպանական խնդիրներ լուծող աշխատանքների անցումը իրատեսական է, սակայն դանդաղ է անցման ճանապարհը, իսկ հետագայում նաև անթափոն ցիկլի իրականացման գործընթացը մտնում է փակուղի, որոշակի տնտեսական խնդիրների իրականացման պատճառով:

Տնտեսության բնապահպանության հարցերը դարձել են տնտեսագիտության առանձին ճյուղերի համար առանձնահատուկ օբյեկտ: Նրանք ուսումնասիրում են արտադրական հարաբերությունները ոչ թե մարդկանց միջև, այլ տվյալ կոնկրետ դեպքում արտադրական հարաբերությունները, որոնք կուտակված են հասարակության զարգացման և շրջակա միջավայրի միջև(10):

Բնապահպանական ապահովվածություն ունեցող երկրների տնտեսության զարգացման կարևոր խնդիրն է համարվում այնպիսի օրինաչափությունների հետազոտումը, որոնք թույլ կտան օգտագործելու սեփական երկրի բնական պաշարները, նպատակ ունենալով բավարարել պահանջմունքները: Միաժամանակ կարևորվում է նման երկրների այդ փորձի փոխանակումն այլ երկրների հետ:

Առանձնակի նշանակություն ունեն խնայողական մոտեցումը բնական պաշարների նկատմամբ, ինչպես նաև ավելի արդյունավետ ուղիների ընտրությունը դրանք կիրառելու համար(11):

Դա իր հերթին պահանջում է հասարակական աշխատանքի ծախսերի բաշխում, որոնք անհրաժեշտ են բնական պաշարների ներդրման համար արտադրության և սպառման ոլորտում: Բնական պաշարների արդյունավետության ցուցանիշներ են համարվում հասարակական արտադրության օպտիմալ ծախսերին հասնելը: Տնտեսության բնապահպանական խնդիրները բարձրացնում են հետևյալ հարցերը.

- ինչպես առավել արդյունավետ կիրառել արտադրության և սպառման ոլորտում գործող իրական պաշարները,
- ինչպիսին են տնտեսապես ավելի նպատակահարմար այն մեթոդները, որոնք բացառում են շրջակա միջավայրի աղտոտումը:

Շրջակա միջավայրի պահպանման համար իրականացվող քաղաքականությունը կախված է երկրի սոցիալ-տնտեսական մակարդակից, որից էլ բխում է բնապահպանության նկատմամբ տարվող քաղաքականությունը: Մեր կարծիքով, վերոնշյալ ուսումնասիրություններից ստացված հստակ գործնական տվյալները թույլ կտան եզրահանգելու երկրի էկոլոգիական վիճակի, բնական պաշարների քանակական, անթափոն օգտագործման վերաբերյալ: Նման խնդիրների լուծումը կարևորվում է մեր երկրի համար, որն ունի սահմանափակ տարածքային և բնական պաշարների առկայության սահմանափակ հնարավորություններ:

**Առանցքային բառեր:** Շրջակա միջավայրի պահպանություն, թափոններ, անթափոն արտադրություն, սոցիոլոգիա, քաղաքագիտություն, իրավագիտություն, կառավարում, կարգավորում:

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Գևորգյան Ս. Միջազգային բնապահպանական ռազմավարությունը. «Տնտեսագետ», Երևան, 2004, 144 էջ:
2. Коробкин В.И., Передельский Л.В. Экология в вопросах и ответах: Учеб. Пособие для вузов.- Ростов н/Д: Феникс, 2002.
3. Экология и экономика природопользования. Учебник для ВУЗ-ов., ЮНИИТИ-Дана, Единство, 2002, 519с.
4. Голуб. А. А, Струкова Е. Б. Экономика природных ресурсов. Изд.Аспект пресс, -М., 2001, 319с.
5. Бабаян Э., Акопян М. Анализ эколого-экономических параметров и экологическое состояние Лорийского марза. “Современные социально-экономические проблемы РА”, сб.науч.статей ИЭИ МФиЭ., Ереван, 2004, стр. 482-490.
6. “Об охране окружающей среды”, Федеральный закон РФ, № 7-ФЗ, 2002.
7. Петров В.В.Экологическое право России; Учебник для вузов.-М.:ВЕК, 1995.
8. Бурков В., Щепкин А. Экологическая безопасность.- М.,ИПУ РАН, 2003,92с.
9. Экология и защита биосферы: В кн.-М:Изд.объед. “Международный дом сотрудничества”, 1996.
10. Бабаян Э., Аревшатян Г. Этапное рассмотрение инвестиционного процесса. “Современные социально-экономические проблемы РА”, сб.науч.статей ИЭИ МФиЭ., Ереван, 2004, стр.341-348.
11. Վախիսյան Լ. Աշխարհագրական գիտությունների մեթոդաբանական և տեսական հիմունքները: ԵՊՀ-ի հրատ., Երևան, 2004, 264 էջ:

**Е. Г. ТОРОСЯН**  
**ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ**  
**СРЕДЫ**

**Резюме**

В статье рассматриваются экологические и природоохранные проблемы экономической, правовой, технической и технологической направленности.

Социально-экономическое направление отражает прямое и обратное воздействие на различные социальные системы общества и природы в условиях научной революции.

Правовую сторону охраны окружающей среды можно сформулировать как закон, направленный на защиту окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов с целью удвоения экологического богатства.

С технической и технологической точки зрения – охрана окружающей среды природы предполагает организацию производства по принципу использования отходов или по безотходному принципу.

**Ключевые слова.** Охрана окружающей среды, выбросы, безотходное производство, социология, политология, правоведение, экономика, управление, регулирование.

**Ye. G. TOROSYAN**  
**THE PRINCIPAL PROBLEMS OF ENVIRONMENTAL**  
**PROTECTION**

**Summary**

In this article is considered economic, legal, technical and technological direction of ecological and environmental problems.

In condition of scientific revolution social and economic direction reflects direct and opposite impacts on different social systems of society and nature.

The legal protection of environment can be formulated as a law aimed at environmental protection and rational utilization as well natural resources enrichment.

Technical and technological approach finds that the natural environment assumes the organization of production without waste or waste utilization principles.

**Key words:** environmental protection, pollutant, green production, sociology, politology, jurisprudense, economics, managment, regulation.

**ՆԵՐԴՐՈՒՄԱՅԻՆ ՀԻՄՆԱԴՐԱՄՆԵՐԻ ԿԱՅԱՑՄԱՆ  
ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ  
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ**

**Լ. Ա. ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ, Ա. Ս. ՕՀԱՆՁԱՆՈՎ**

Հայաստանի Հանրապետությունում (ՀՀ) ներդրումային հիմնադրամների ձևավորման ուղղությամբ առաջին քայլերը կատարվել են պլանային տնտեսությունից շուկայականի անցնելու սկզբնական ժամանակահատվածում, երբ արժեթղթերի շուկան գտնվում էր ձևավորման նախնական փուլում: Ի տարբերություն Ռուսաստանի, որտեղ ներդրումային հիմնադրամների աստիճանական կայացումն ուղեկցվում էր երկրում արժեթղթերի շուկայի զարգացման զգալի գործընթացներով, ՀՀ-ում առաջին ներդրումային հիմնադրամները ստեղծվեցին գործնականում արժեթղթերի շուկայի բացակայության և հետագա զարգացման չափազանց դանդաղ ընթացքի պայմաններում: Ավելին. ՀՀ-ում ոչ միայն չկային ներդրումային հիմնադրամների ներդրումային քաղաքականության իրականացման համար անհրաժեշտ ֆինանսական գործիքներ, որոնց պարագայում հնարավոր կլիներ ապահովել արդյունավետ փաթեթային (պորտֆելային) կառավարում, այլև, որպես այդպիսին, դեռևս չէր ձևավորվել արժեթղթերի շուկայի ենթակառուցվածքը: Պակաս կարևոր չէր նաև այն հանգամանքը, որ հասարակության ամենալայն շրջանակներն անգամ տարրական պատկերացումներ չունեին արժեթղթերում ներդրումների իրականացման հնարավորությունների մասին:

ՀՀ-ում առաջին ներդրումային հիմնադրամը (««Կապիտալ» սերտիֆիկատային ներդրումային հիմնադրամ») ստեղծվել է 1996թ. սեպտեմբերին՝ ներդրումային հիմնադրամների գործունեությունը կանոնակարգող հիմնական իրավական փաստաթղթի՝ դեռևս 1994թ. սեպտեմբերի 19-ին «Ինվեստիցիոն հիմնադրամների մասին» ՀՀ կառավարության թիվ 469 որոշման ընդունումից երկու տարի անց: Չնայած ներդրումային



հիմնադրամի ստեղծման և բաժնետոմսերի թողարկման բարեհաջող ընթացքին՝ հետագայում ««Կապիտալ» սերտիֆիկատային ներդրումային հիմնադրամը» դադարեցրեց իր գործունեությունը: Կարծում ենք՝ կորպորատիվ շուկայական արժեթղթերի իսպառ բացակայության պայմաններում հիմնադրամի կողմից տեղական կորպորատիվ արժեթղթերի վրա հիմնական շեշտադրումը մեծապես պայմանավորեց վերոհիշյալ հիմնադրամի չկայացումը:

1997թ. ՀՀ-ում գրանցվել է ևս մեկ սերտիֆիկատային ներդրումային հիմնադրամ՝ «Հգոր հիմնադրամը», որն առաջին թողարկման բաժնետոմսերի ազդագրի գրանցումից հետո այդպես էլ ներդրումային հիմնադրամի գործունեություն չի իրականացրել:

Ֆինանսական համակարգի կարևորագույն ինստիտուտներից մեկի՝ ներդրումային հիմնադրամների ոլորտում առկա են որոշակի հիմնախնդիրներ, որոնց արդյունավետ լուծումից մեծապես կախված կլինի ոլորտի հետագա ճակատագիրը: Նշված հիմնախնդիրներից կարելի է առանձնացնել ոլորտի կայացումը և հետագա զարգացումը խրախուսող համապատասխան մոդելի բացակայությունը, ոլորտը կարգավորող իրավական դաշտի անկատարությունը, երկրում արժեթղթերի շուկայի դեռևս բավարար չափով զարգացած չլինելը, կորպորատիվ կառավարման միջազգայնորեն ընդունված սկզբունքների պահպանման ցածր կուլտուրան և, որպես հետևանք, շուկայում հուսալի երկարատև և մեծ չափով իրացվելի կորպորատիվ արժեթղթերի բացակայությունը, արժեթղթերում ներդրումների նկատմամբ բնակչության լայն շրջանակներում վստահության բացակայությունը և այլն:

Ներդրումային հիմնադրամների ստեղծման ու զարգացման ինչպես միջազգային փորձը, այնպես էլ ՀՀ-ում տարիներ առաջ մեկնարկած ու այդպես էլ փաստացի գործունեություն չծավալած ներդրումային հիմնադրամների փորձը փաստում են, որ ՀՀ-ում ներդրումային հիմնադրամների ստեղծումն ու գործունեությունը կանոնակարգող իրավական ակտերով սահ-

մանված մոդելը և սկզբունքները չեն խրախուսում ոլորտի կայացումը: Ըստ էության, կարելի է նույնիսկ արձանագրել, որ այդ մոդելը հաշվի չի առնում բազմաթիվ առանձնահատկություններ, հետևաբար և՛ չի օժանդակում ներդրումային հիմնադրամների արդյունավետ գործունեության իրականացմանը:

Ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի գործող մոդելի էական առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ ՀՀ-ում բացառվում է բաց ներդրումային հիմնադրամների առկայության հնարավորությունը՝ նախատեսելով միայն փակ ներդրումային հիմնադրամների ստեղծման և գործունեության հնարավորություն: Դա ամրագրված է «Ինվեստիցիոն հիմնադրամների մասին» ՀՀ կառավարության 1994 թ. N 469 որոշմամբ [1]: Այսպես, սույն որոշման 2.1 կետի համաձայն՝ ներդրումային հիմնադրամը պետք է հիմնադրվի որպես բաց բաժնետիրական ընկերություն, իսկ ներդրողները ներդրումային հիմնադրամներում դառնում են հիմնադրամի բաժնետերեր [1, 2-3]: Ըստ այդմ՝ ներդրումային հիմնադրամների և բաժնետերերի հարաբերությունները կարգավորվում են բաժնետիրական ընկերությունների գործունեությունը կանոնակարգող իրավական ակտերով, մասնավորապես «Բաժնետիրական ընկերությունների մասին» ՀՀ օրենքով, ըստ որի՝ բաժնետիրական ընկերության բաժնետոմսերը բաժնետերերի պահանջով հետգնման կամ մարման ենթակա չեն (բացառությամբ բաժնետիրական ընկերությունների մասին օրենսդրությամբ նախատեսված՝ վերակազմակերպման, նախապատվության իրավունքի կասեցման, խոշոր գործարքի կնքման, կանոնադրության մեջ փոփոխությունների կատարման դեպքերում օրենքով սահմանված պայմանների առկայության պարագայի) [2, 49-50]:

Ավելին, ՀՀ կառավարության՝ 1994թ. թիվ 469 որոշմամբ ուղղակիորեն արգելվում է ներդրումային հիմնադրամների կողմից իրենց բաժնետոմսերի հետգնումը, քանի որ ըստ նշված որոշման 7.1 կետի՝ ներդրումային հիմնադրամները չեն կարող գնել կամ հետգնել իրենց բաժնետոմսերն այլ կերպ, քան բաց բաժնետիրական ընկերությունների կանոնադրա-

կան դրամագլխի նվազեցումը կամ նման ընկերությունների լուծարումը կարգավորող ՀՀ օրենսդրությամբ սահմանված դեպքերում և կարգով: Այսինքն՝ ՀՀ կառավարության թիվ 469 որոշումը, վերոհիշյալն ուղղակի չնշելով, այնուամենայնիվ, նախատեսում է միայն փակ ներդրումային հիմնադրամների ստեղծման հնարավորություն: Մինչդեռ, ինչպես ցույց է տալիս միջազգային փորձը, հիմնականում հենց բաց ներդրումային հիմնադրամներն են խթանել ոլորտի հետագա զարգացումը, իսկ այդ հիմնադրամների կողմից իրենց թողարկած արժեթղթերի հետզման կամ մարման սկզբունքը, բաց ներդրումային հիմնադրամների այլ առանձնահատկությունների հետ միասին, մեծապես պայմանավորել է ներդրումային հիմնադրամների մասսայականությունը և գրավչությունը շարքային ներդրողների համար:

Ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի ներկայումս գործող մոդելի մյուս էական առանձնահատկությունն էլ այն է, որ այդ մոդելի շրջանակներում բացառվում է նաև պայմանագրային ներդրումային հիմնադրամների ստեղծման հնարավորությունը: Այսպես, ՀՀ կառավարության 1994թ. թիվ 469 որոշման 1.1 կետում ներդրումային հիմնադրամների հասկացությունը սահմանելիս նշվում է, որ ներդրումային հիմնադրամն իրավաբանական անձ է կամ իրավաբանական անձի կարգավիճակ չունեցող ձեռնարկություն: Միևնույն ժամանակ, նույն որոշման 2.1 կետում սահմանվում է, որ ներդրումային հիմնադրամը պետք է հիմնադրվի որպես բաց բաժնետիրական ընկերություն: Մինչդեռ, ըստ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգրքի՝ բաժնետիրական ընկերությունը հանդիսանում է իրավաբանական անձ [3, 1-2, 26-27]: Այսինքն՝ ՀՀ կառավարության 1994թ. թիվ 469 որոշումը, սահմանելով, որ ներդրումային հիմնադրամը կարող է ստեղծվել բացառապես բաց բաժնետիրական ընկերության կարգավիճակով, ըստ այդմ՝ բացառում է այլ կարգավիճակ ունեցող ներդրումային հիմնադրամների, մասնավորապես, իրավաբանական անձ չհանդիսացող՝ պայ-

մանագրային ներդրումային հիմնադրամների ստեղծման հնարավորությունը:

Ներդրումային հիմնադրամների գործող մոդելի շրջանակներում ներդրումային հիմնադրամը չի կարող ներդրում կատարել այլ ներդրումային հիմնադրամների կողմից թողարկված արժեթղթերում: Դա ամրագրված է «Ինվեստիցիոն հիմնադրամների մասին» ՀՀ կառավարության թիվ 469 որոշմամբ (12.1 կետ՝ 3-րդ ենթակետ): Նշված նորմի պարագայում բացառվում է հիմնադրամների հիմնադրամի ստեղծման հնարավորությունը:

«Ինվեստիցիոն հիմնադրամների մասին» ՀՀ կառավարության 1994 թվականի թիվ 469 որոշմամբ սահմանված՝ ներդրումային հիմնադրամի և վերջինիս ակտիվների կառավարչի փոխհարաբերությունների մեխանիզմը չի ապահովում ակտիվների կառավարման գործառույթների բարձր արդյունավետություն: Այսպես, չնայած այն հանգամանքին, որ ներդրումային հիմնադրամների գործունեության կարևորագույն խնդիրը փաթեթային (պորտֆելային) կառավարման արդյունքում ակտիվների հնարավորինս արդյունավետ կառավարումն է, ՀՀ կառավարության 1994թ. թիվ 469 որոշումը զգալի չափով սահմանափակում է ակտիվների կառավարչի գործողությունները՝ արդյունավետ փաթեթային (պորտֆելային) կառավարում իրականացնելու տեսանկյունից: Մասնավորապես, ՀՀ կառավարության 1994 թվականի թիվ 469 որոշմամբ հաստատված «Կառավարման օրինակելի պայմանագրի» 3.1 կետի համաձայն՝ «Առանց Վարչության նախնական գրավոր համաձայնության՝ կառավարիչը չի կարող Հիմնադրամի անունից տնօրինել հիմնադրամների միջոցների զուտ արժեքի 10% գերազանցող միջոցները»: Նման դրույթի առկայության պարագայում, բնականաբար, կարող են ի հայտ գալ տեխնիկական բնույթի բազմաթիվ խնդիրներ, և որպես արդյունք՝ էականորեն նվազել ակտիվների կառավարման արդյունավետությունը, քանի որ ֆինանսական շուկաներում հնարավոր են գնային զգալի տատանումներ, որոնք ենթադրում են ակտիվ-

ների կառավարչի կողմից ճիշտ ժամանակին անհրաժեշտ գործողությունների ձեռնարկում: Մինչդեռ նշված դրույթի առկայությունը սահմանափակում է այդ հնարավորությունը:

Բնականաբար, ներդրումային հիմնադրամների գործունեության համար էական նշանակություն ունի երկրում ֆինանսական շուկայի զարգացած լինելու աստիճանը: Առանց հուսալի և բարձր իրացվելի ներդրումային գործիքների առկայության՝ ներդրումային հիմնադրամները չեն ունենա արդյունավետ գործունեության դաշտ: Այսօր Հայաստանում, չնայած արժեթղթերի շուկայում կատարված բազմաթիվ դրական տեղաշարժերին և կուտակված ներուժին, դեռևս բացակայում է համապատասխան ներդրումային գործիքների այն անհրաժեշտ քանակն ու որակը, որոնց պարագայում ներդրումային հիմնադրամները կունենային գործունեության բավարար դաշտ՝ արդյունավետ փաթեթային (պորտֆելային) կառավարում իրականացնելու համար: Այնուամենայնիվ, խնդիրն ունի նաև մի այլ կողմ. դա պետք է դիտարկել ոչ թե այն տեսանկյունից, որ երկրում սկզբից եթե պետք է ձևավորել միջազգային չափանիշներին համապատասխան արժեթղթերի շուկա ու դրանից հետո միայն անդրադառնալ ներդրումային հիմնադրամների կայացման խնդիրներին, այլ այդ գործընթացները պետք է ընթանան միաժամանակ, նկատի ունենալով, որ ֆինանսական համակարգում նոր ինստիտուցիոնալ կառույցները մեծացնելու են մրցակցությունը և, իրավամբ, բերելու են ֆինանսական շուկայի և դրա առանձին հատվածների հետագա կայացմանն ու զարգացմանը:

ՀՀ-ում ներդրումային հիմնադրամների կայացման գործընթացում հիմնախնդիրների արդյունավետ լուծումից ուղղակի կախված կլինի ոլորտի հետագա ճակատագիրը: Այժմ փորձենք ներկայացնել ՀՀ-ում ներդրումային հիմնադրամների ոլորտում վերը նշված հիմնախնդիրների հնարավոր լուծումները:

ՀՀ-ում ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի կայացման առաջնային նշանակություն և հրատապ լուծման կարիք ունի ներդրումային հիմնադրամների կայացման և զարգաց-

ման մոդելի ընտրությունը, քանի որ այդ մոդելի շրջանակներում սահմանվելու են այն սկզբունքներն ու մեխանիզմները, որոնց շրջանակներում ձևավորվելու և հետագայում գործելու է համակարգը: Միանշանակ է, որ ներդրումային հիմնադրամների կայացման և հետագա զարգացման մոդելը պետք է հաշվի առնի ինչպես ոլորտի զարգացման միջազգային լավագույն փորձը, այնպես էլ երկրի ֆինանսական համակարգի արդի վիճակը և առանձնահատկությունները:

Հայաստանում ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի կայացումը պետք է ամենից առաջ հիմնված լինի հենց բաց ներդրումային հիմնադրամների ինստիտուտի ձևավորման վրա՝ միաժամանակ չբացառելով նաև գործառնական կառուցվածքի առումով այլ տեսակի (մասնավորապես, փակ և միջակայքային) ներդրումային հիմնադրամների ստեղծման հնարավորությունը:

Ներդրումային հիմնադրամների ոլորտում, այդ գործող մոդելի շրջանակներում որևէ ներդրումային հիմնադրամ չի կարող ներդրումներ կատարել այլ ներդրումային հիմնադրամների կողմից թողարկված արժեթղթերում: Նշված սկզբունքի առկայության պարագայում բացառվում է հիմնադրամների հիմնադրամի ստեղծման հնարավորությունը, որը Հայաստանի պայմաններում կարող է բավական արդյունավետ միջոց լինել ներդրումային հիմնադրամների կայացման սկզբնական փուլում: Հիմնադրամների հիմնադրամի պարագայում ակտիվների փաթեթային (պորտֆելային) կառավարման հարցը կարող է հանգել այլ ներդրումային հիմնադրամների կողմից իրականացվող վերոհիշյալ տիպի կառավարման արդյունքներն օգտագործելու խնդրին, որն ակտիվների կառավարման բավարար փորձի բացակայության պայմաններում կարող է բավական արդյունավետ միջոց լինել ակտիվների կառավարման ինստիտուտի կայացման գործընթացում: Տեղական ներդրումային գործիքների սակավության պայմաններում հարկ կլինի ներդրումային փաթեթում (պորտֆելում) ներառել արտասահմանյան թողարկողների հուսալի և արագ իրացվելի արժեթղ-

թեր: Դա մի կողմից ենթադրում է ակտիվների կառավարման զարգացած հմտությունների անհրաժեշտություն, մյուս կողմից՝ միջազգային շուկաներում տարբեր միջնորդ կազմակերպություններից բազմաթիվ արժեթղթերի ձեռքբերման հետ կապված տեխնիկական խնդիրների առկայություն: Նշված խնդրի լուծումն էականորեն կարող է դյուրին դառնալ օտարերկրյա ներդրումային հիմնադրամների կողմից թողարկված արժեթղթերը ներդրումային փաթեթի (պորտֆելի) կազմում ներառելու միջոցով, այսինքն՝ որպես հիմնադրամների հիմնադրամ հանդես գալու պարագայում: Այլ կերպ ասած՝ թույլատրելով ներդրումներ իրականացնել այլ ներդրումային հիմնադրամների կողմից թողարկված արժեթղթերում, ըստ էության, դրանով իսկ հնարավորություն կստեղծվի օգտագործելու լավագույն արտասահմանյան ներդրումային հիմնադրամների փաթեթային (պորտֆելային) կառավարման փաստացի արդյունքները՝ այդ ընթացքում աստիճանաբար կայանալով որպես ակտիվների ինքնուրույն կառավարիչ: Ակնհայտ է, որ նմանատիպ լուծման դեպքում ակտիվների կառավարման խնդիրը հանգում է պասիվ փաթեթային (պորտֆելային) կառավարման եղանակի կիրառմանը՝ օգտագործելով այլ ներդրումային հիմնադրամների կողմից փաթեթային (պորտֆելային) կառավարման իրականացման գործոնը (նշված մոտեցման պարագայում կարող է կայանալ նաև ինդեքսային հիմնադրամը): Այդ իսկ պատճառով, կարծում ենք, Հայաստանում ներդրումային հիմնադրամների կայացման և հետագա զարգացման մոդելը պետք է նախատեսի նաև այլ ներդրումային հիմնադրամներում ներդրումների իրականացման հնարավորություն: Ըստ էության, ժամանակի ընթացքում նման հիմնադրամների դերում կարող են հանդես գալ նաև հայաստանյան ներդրումային հիմնադրամները:

ՀՀ-ում ներդրումային հիմնադրամների կայացման և հետագա զարգացման մոդելը, ի թիվս ոլորտում առկա հիմնախնդիրների վերաբերյալ վերը նշված լուծման հնարավոր ուղիներ-

րի, պետք է ապահովի նաև միջազգային փորձով հաստատված այնպիսի սկզբունքների իրագործումը, ինչպիսիք են՝

- ներդրումային հիմնադրամների արդյունավետ գործունեության այնպիսի կառուցվածքի ձևավորումը, որն առավելագույնս կհստակեցնի ներդրումային հիմնադրամների, վերջինիս ակտիվների կառավարչի ու պահառուի գործառույթներն ու փոխհարաբերությունները, կապահովի նրանց կողմից փոխադարձ և հավասարակշռված վերահսկողության իրականացումը,
- ներդրողի շահերի պաշտպանության նպատակով այնպիսի մեխանիզմների ամրագրումը, որոնք ներդրողներին հնարավորություն կտան առավելագույնս տիրապետելու ներդրումային որոշում կայացնելու համար անհրաժեշտ տեղեկատվությանը, մասնավորապես, ներդրումային հիմնադրամների արժեթղթերի ամենօրյա երկկողմանի գնանշումների, ներդրումային պորտֆելի (ներդրումային հիմնադրամների զուտ ակտիվների) արժեքի և միավոր արժեթղթի արժեքի հրապարակման պարտադիր պահանջ,
- ներդրումային հիմնադրամների կողմից ներդրումների բավարար դիվերսիֆիկացիայի (բազմազանեցման) ապահովման նպատակով ներդրումային ուղղությունների վերին սահմանների հստակեցումը՝ հիմք ընդունելով Հայաստանում ֆինանսական շուկայի արդի իրավիճակը և դրան բնորոշ հիմնական առանձնահատկությունները:

Հայաստանում ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի կայացման հարցում կարևորագույն նշանակություն ունի համապատասխան իրավական դաշտի ձևավորումը, որը պետք է սահմանի և իրավական լուծում տա Հայաստանում ներդրումային հիմնադրամների կայացման ու հետագա զարգացման մոդելով նախանշված սկզբունքներին և ապահովի դրանց հստակ կիրառումը: Չնայած որ 2010 թվականի դեկտեմբերի 22-ին ընդունվել է «Ներդրումային ֆոնդերի մասին» ՀՀ օրենքը [4], որը որոշակիորեն լուծում է տվել ներդրումային դաշտում



առկա իրավական ակտերի հակասություններին, այնուամենայնիվ, օրենսդրական կարգավորման հիմքում, որպես հիմնական գերակայություն, պետք է դրվի ներդրողների պաշտպանության խնդիրը՝ այդ նպատակի իրագործման համար սահմանելով ներդրումային հիմնադրամների գործունեության կարգավորման և վերահսկողության խստագույն ռեժիմ: Կարծում ենք, որ ներդրումային հիմնադրամների ոլորտը կարգավորող իրավական դաշտի նկատմամբ մման մոտեցումների պարագայում վերջինս ոչ թե կսահմանափակի, այլ կխթանի ոլորտի կայացումը և հետագա զարգացումը:

Ներդրումային հիմնադրամների գործունեության համար էական նշանակություն ունի երկրում ֆինանսական շուկայի, մասնավորապես, արժեթղթերի շուկայի զարգացվածության աստիճանը: Առանց հուսալի և արագ իրացվելի ներդրումային գործիքների առկայության՝ ներդրումային հիմնադրամները չեն ունենա արդյունավետ գործունեության դաշտ, քանի որ ներդրումային հիմնադրամների գործունեության հիմքում ընկած է սեփական արժեթղթերի թողարկման միջոցով դրամական միջոցների հավաքագրման ու եկամուտ ստանալու նպատակով այլ արժեթղթերում այդ միջոցների ներդրման սկզբունքը:

Հայաստանում արժեթղթերի շուկայի հետագա զարգացման համար էական նշանակություն կարող են ունենալ մաս ընթացող հիփոթեքային վարկավորման շուկայի կայացման ուղղությամբ իրականացվող քայլերը, որոնք ենթադրում են հիփոթեքային վարկերի արժեթղթավորման գործընթացներ, և որոնց արդյունքում շուկա մուտք կգործեն նոր արժեթղթեր (հիփոթեքային պարտատոմսեր):

Հասկանալի է, որ ներդրումային հիմնադրամների ինստիտուտի կայացումն ինքնին կարող է, որպես հետևանք, փաստացի նախադրյալներ ստեղծել նույն արժեթղթերի շուկայի զարգացման համար, քանի որ մման պարագայում շուկայում հայտնվում է նոր ինստիտուցիոնալ ներդրող, որը կարող է էապես խթանել երկրում արժեթղթերի շուկայի զարգացումը, մասնավորապես, հանդես գալով որպես «մեծածախ»

գնորդ արժեթղթերի նոր թողարկումների ժամանակ: Իսկ դա իր հերթին ենթադրում է համապատասխան թողարկողների կողմից այնպիսի միջոցառումների իրականացում, որը մասնավորապես ենթադրում է գործունեության քափանցիկություն, արժանահավատ տեղեկությունների հրապարակային բացահայտում, կորպորատիվ կառավարման սկզբունքների պահպանում, արժեթղթերի երկրորդային շուկայում մշտական գնանշումների ապահովում և այլն: Մյուս կողմից՝ նշված գործունեների բավարարումն արդեն իսկ նշանակում է արժեթղթերի շուկայի զարգացման հիմնական նախապայմանների ապահովում, որն էլ իր հերթին աստիճանաբար կրերի բնակչության լայն շրջաններում արժեթղթերի շուկայի նկատմամբ վստահության կայունացման և, որպես հետևանք, նաև արժեթղթերում ներդրումների կատարման փաստացի արդյունքների:

Եթե Հայաստանում ներդրումային հիմնադրամների ուղրտի մոդելի անկատարությունը թերևս ամբողջ սրությամբ չէր զգացվում մոտ 10 տարի առաջ, ապա ներկայումս ավելի քան կարևորվում է ուղրտի կայացման ու զարգացման նոր մոդելի անհրաժեշտությունը: Դա մեծապես պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ Հայաստանում ֆինանսական շուկայի կայացման գործընթացներն արդեն հաստատուն առաջընթաց են արձանագրում: Մասնավորապես, ինչպես ֆինանսական շուկայի առանձին հատվածները, այնպես էլ ֆինանսական շուկան ամբողջությամբ վերցրած, արձանագրում են զարգացման դրական միտումներ: Այսպես. բանկային համակարգում առկա են կայուն առաջընթացի դրսևորումներ, արժեթղթերի և ապահովագրական շուկաներում իրականացվում են կառուցվածքային բարեփոխումներ: Էական առաջընթաց է արձանագրել արժեթղթերի շուկան, մասնավորապես, միջազգային չափանիշներին համապատասխան՝ աստիճանաբար ձևավորվում է ուղրտը կանոնակարգող իրավական դաշտ, գործում են շուկայի ենթակառույցներ, ոչ քիչ թվով ընկերություններ նախապատրաստում են արժեթղթերի հրապարակային թողարկում: Երկրում ընթանում են կենսաթոշակային բարեփո-

խումներ, որոնց շրջանակներում նախատեսվում է կուտակային կենսաթոշակային բաղադրիչի ներդրում և ոչ պետական կենսաթոշակային հիմնադրամների ձևավորում: Միջազգային փորձը վկայում է, որ վերևը նշված նախադրյալները կարող են էական ազդեցություն ունենալ ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի կայացման վրա:

Այսպիսով՝ Հայաստանի ֆինանսական համակարգը չի կարող միջազգային փորձով չարձանագրված զարգացման այլ ուղիով ընթանալ: Ներդրումային հիմնադրամների ոլորտի կայացման ու զարգացման համապատասխան մոդելի ներդրման պարագայում Հայաստանի ֆինանսական շուկայում մոտ ապագայում կձևավորվի ներդրումային հիմնադրամների ինստիտուտ, որն աստիճանաբար էական դերակատարություն կունենա երկրի ֆինանսական համակարգում:

**Առանցքային հասկացություններ.** *ներդրումային հիմնադրամ, արժեթղթերի շուկա, ներդրումային գործիքներ, կորպորատիվ արժեթղթեր, հիփոթեքային պարտատոմսեր, կորպորատիվ կառավարում, ֆինանսական շուկա:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. «Ինվեստիցիոն հիմնադրամների մասին» ՀՀ կառավարության 1994թ. N 469 որոշում,  
URL:<http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=50786>  
(Մուտքի ամսաթիվը՝ 10.05.2012թ.)
2. Բաժնետիրական ընկերությունների մասին ՀՀ օրենք/Պաշտոնական տեղեկագիր, «Տիգրան մեծ», Երևան, 2009, 82 էջ:
3. ՀՀ Քաղաքացիական Օրենսգիրք/ Պաշտոնական տեղեկագիր, «Տիգրան Մեծ», Երևան, 2007, 478 էջ:
4. «Ներդրումային ֆոնդերի մասին» ՀՕ-245-Ն ՀՀ օրենք, 22.12.2010թ.,  
URL:<http://www.parliament.am/legislation.php?sel=show&ID=4040&lang=arm> (Մուտքի ամսաթիվը՝ 15.05.2012թ.):

**Л. А. АВЕТИСЯН, А. С. ОГАНДЖАНОВ**  
**ПРОБЛЕМЫ СТАНОВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ**  
**ФОНДОВ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ**

**Резюме**

Основная цель статьи - разработка основных решений по формированию и развитию инвестиционных фондов в Республике Армения.

В статье анализируются проблемы становления инвестиционных фондов в Армении и пути их решения, а также факторы, обуславливающие создание и дальнейшее развитие инвестиционных фондов, и постепенное осуществление шагов и мероприятий, направленных на их эффективное использование.

**Ключевые понятия:** *инвестиционный фонд, рынок ценных бумаг, инвестиционные инструменты, корпоративные ценные бумаги, ипотечные облигации, корпоративное управление, финансовый рынок.*

**L. A. AVETISYAN, A. S. OHANJANOV**  
**INVESTMENT FUNDS ESTABLISHMENT PROBLEMS IN**  
**THE REPUBLIC OF ARMENIA**

**Summary**

The main aim of the article is some principle solutions to the problem of investment funds establishment and development in the Republic of Armenia.

The article analyses investment funds establishment problems in Armenia and the ways of their solutions, as well as the factors that lead to the creation of the funds and their further development, and the steps of their effective implementation.

**Key concepts:** *investment fund, securities market, investment tools, corporate securities, mortgage bonds, corporate management, financial market.*

**ԴՐԱՍԱԿԱՆ ՀՈՍՔԵՐԻ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ՍԵԹՈՂՆԵՐԻ  
ՕՊՏԻՄԱԼԱՑՄԱՆ ԱՐՏԵՐԿՐՆԵՐԻ ՓՈՐՁԻ  
ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ**

**ՏԱԹԵՎԻԿ ՍԱՍՍՈՆԻ ԲԱՂԴԱՍԱՐՅԱՆ**

**Ընդհանուր դրույթներ**

Որպեսզի կառավարման համակարգը աշխատի անցանկալի իրավիճակները նախազգուշացնելու կառավարման ռեժիմով, այլ ոչ թե հետևանքների վերացման ռեժիմով, անհրաժեշտ է օպերատիվ ձևով հետևել յուրաքանչյուր ցուցանիշի ձևավորմանը, ժամանակին բացահայտել հնարավոր շեղումները: Դա որոշվում է ամբողջական օպերատիվ վերլուծությանը և մասնավորապես ձեռնարկության դրամական հոսքերով: Դրամական հոսքերին է վերաբերում օպերատիվ ուժեղ վերլուծությունը: Դրամական հոսքերը համարվում են ձեռնարկության ամենակարևոր ակտիվները: Նրանք կապված են գրեթե բոլոր ֆինանսատնտեսական գործընթացների հետ, որոնք դուրս են գալիս ձեռնարկությունից: Այդ պատճառով էլ, որպեսզի թույլ չտրվի դրամական հոսքերի իրական վիճակի պլանային ցուցանիշների էական շեղումներ, այդ ցուցանիշները անհրաժեշտ է պարբերաբար ճշգրտել:

Օպերատիվ վերլուծության պարտադիր պայման է համարվում պլանի առկայությունը:

Ամենահնարավոր դրամական հոսքերի պլաններից ամենակատարելագործվածը և հուսալին համարվում է վճարալին օրացույցը: Դա բացատրվում է նրանով, որ դրամական հոսքերի իրական կանխատեսումը կարելի է կազմել միայն համեմատաբար կարճ ժամկետում, քանի որ այն փաստերը, որոնք ազդում են դրամական հոսքերի մուտքերի և վճարումների վրա, շատ են, նրանք համախմբված են և չեն կարող լինել գնահատված կարճ ժամկետում:

Հարկ է նշել, որ ժամանակի կոնկրետ փուլում, երբ կարելի է կազմել վճարային օրացույցը, միանշանակ չի որոշվում: Ինչպես նշում է Է.Հելֆերտը. «Ժամանակի ինտերվալի ընտրությունը, որը ներառում է դրամական բյուջեն, կախված է ֆիրմայից և կոմերցիոն գործունեության պայմաններից: Եթե փոփոխությունները մեկ օրվա ընթացքում լինեն մեծ, բանկային գործում հարկավոր է կազմել պլան-կանխատեսում ամեն օրվա համար: Այլ դեպքերում բավարար է ամենշաբաթյա, ամենամսյա կամ նույնիսկ եռամսյակային կանխատեսումը»: [9, 92]

Առավելագույն ժամկետը, որը դիտարկվում է հնարավոր վճարային օրացույցը կազմելու համար, - տարվա մեջ եռամսյակայինը կամ ամսականն է:

Տնտեսական անկայունության պայմաններում երկրում վճարային օրացույցը նպատակահարմար է կազմել մեկ եռամսյակի համար և մանրամասնել ըստ օրերի:

Վճարային օրացույցը ներկայացնում է սպասվելիք մուտքերի քանակական մեծությունը և դրամական միջոցների վճարը ժամանակի որոշակի փուլում առանձին հոդվածների կտրվածքով:

Դրամական միջոցների բյուջետավորումը թույլ է տալիս որոշել ժամանակի պահերը, որոնք ձեռնարկություններում կլինեն անբավարար կամ դրամական միջոցների մնացորդ, որպեսզի գիտակցաբար խուսափեն ճգնաժամային երևույթներից, կամ էլ մեղմացնեն, ինչպես նաև ռացիոնալ օգտագործեն ժամանակավորապես ազատ դրամական միջոցները:

Տեսականորեն ամենաարդյունավետը կարելի է համարել դրամական միջոցների այնպիսի կառավարումը, որը ապահովում է մուտքերի և դրամական միջոցների համատեղելիությունը և նրանց մնացորդը հավասար է զրոյի:

Մակայն, գործնականորեն դրան հասնել անհնարին է. հարկավոր է դրան ձգտել: Ձեռնարկություններում կա մոտիվ ունենալ դրամական միջոցների որոշակի մնացորդ: Դասական տնտեսագիտական գաղափարները Ջ.Քեյսը բաժանել է

տարբեր պատճառների, որոնցով ձեռնարկությունները և ցանկաացած այլ տնտեսագիտական սուբյեկտները առաջարկում են դրամի պահանջարկ երեք կատեգորիաներով.

տրանսակցիոն մոտիվ, որն իր հերթին կարելի է բաժանել մոտիվի, որն էլ կապված է եկամուտների հետ և կոմերցիոն մոտիվ, անվտանգության մոտիվ, սպեկուլյատիվ մոտիվ:

1. Մոտիվ կապված եկամուտների հետ: Կանխիկ գումարը պահելու համար – սա անհրաժեշտ է հավասարակշռելու եկամտի ստացման համար, որոնք բաժանվում են որոշակի ինտերվալների: Այս մոտիվի ուժը ներկայացվում է վճռելու - պահել տվյալ կանխիկ գումարը, սա կախված է հիմնականում եկամտի մեծությունից:

2. Կոմերցիոն մոտիվ: Կանխիկ գումարը տարբեր ձևերով պահել նրա համար, որ վճարել ծախսերը գործարքները կատարելու համար և ստանալ հասույթ ապրանքի վաճառքից; կանխիկը, որը պահում են վաճառականները, որպեսզի կոմպենսացնեն ինտերվալը ապրանքի գնման և իրացման միջև: Փողի պահանջարկի նկատմամբ այդպիսի պահանջարկի մեծությունը կախված է հիմնականում արտադրանքի ընթացիկ թողարկումից և աշխատուժից:

3. Զգուշության մոտիվ: Կանխիկ գումարը պահելու համար լրացուցիչ հիմնավորվում է այն, որ ապահովել ռեզերվ ամեն տեսակի պատահականություններից, որոնք պահանջում են հանկարծակի ծախսեր, կամ պատահական ձեռնտու գումարների առաջացման դեպքում, ինչպես նաև ձգտել պահպանել այն գույքը, որի արժեքը հաստատուն է:

4. Սպեկուլյատիվ մոտիվ... Փողի հավաքական առաջարկ, որը պատասխանում է սպեկուլյատիվ մոտիվին, սովորաբար ճկունորեն արձագանքում է տոկոսի նորմայի աստիճանական փոփոխություններին, այսինքն՝ գոյություն ունի անընդմեջ կոր, որը կապում է պահանջարկի փոփոխությունները փողի հետ ըստ սպեկուլյատիվ դիտարկումների: [8, 29]

Իրականում, եթե դա լիներ ոչ այնպես, ապա «գործողությունները բաց շուկայում» կլինեին անիրականանալի: Ա-

վելորդ կուտակված դրամական միջոցները բացասաբար են ազդում ձեռնարկության ֆինանսական կայունության վրա: Նախ և առաջ, տիրապետելով բացարձակ լիկվիդայնության, դրամական միջոցները կարող են չապահովել ձեռնարկությանը այն շահութաբերությունը, որը նա կարող էր ունենալ ինչ-որ մի շահութաբեր օբյեկտի իրացումից: Երկրորդը, դրամական միջոցների պահպանումով արժեզրկման հետևանքով կորցնում են իրենց արժեքը: Դրա համար էլ բարձրացնելով ձեռնարկության կապիտալի եկամտաբերությունը, անհրաժեշտ է իջեցնել տնտեսական միջոցների լիկվիդայնությունը շահեկան սահմաններում:

Սակայն, ձեռնարկության ֆինանսա-տնտեսական գործունեության արդյունքում բացասական ազդեցություն են ունենում ինչպես կորստաշին, այնպես էլ դեֆիցիտաշին դրամական հոսքերը:

Դեֆիցիտաշին դրամական հոսքերի բացասական ազդեցությունը արտահայտվում է ձեռնարկության բացարձակ լիկվիդայնության մակարդակի իջեցման հարցում, կարճաժամկետ վարկային պարտավորությունների աճի ժամանակ և դրամական հոսքերի ցիկլի շարունակականության դեպքում:

Հետևաբար, ձեռնարկությանը անհրաժեշտ է հովանավորել դրամական միջոցների օպտիմալ մնացորդ: Այդ մնացորդը, որը ապահովում է առավելագույն արդյունավետություն օգտագործելու դրամական միջոցները՝ պահպանելու դրանց անհրաժեշտ մակարդակը:

Բացի այդ, դրամական միջոցները այնքան ակտիվ են և այնպես արագ են փոփոխվում, որ պլանային ցուցանիշները նույնիսկ ոչ մեծ փուլում կարող են բացարձակապես չհամապատասխանել գործի իրական վիճակին: Դրա պատճառը համարվում է ոչ միայն տնտեսական վիճակի անկայունությունը, այլ նաև այն, որ նրա պայմանները շատ արագ փոփոխվում են: Ինչպես նշում է Ռ. Ակոֆֆը. «Փոփոխությունները ինքնին մշտապես փոխվում են:.... Փոփոխությունը մշտապես արագանում է.... Նախկինում փոփոխությունը մեծ ճնշում չէին



գործադրում մարդկանց վրա, անպես որ նրա վրա լուրջ ուշադրություն չէին դարձնում: Այսօր այդպիսի ճնշումը նկատելի է և այդ պատճառով էլ մեր ուշադրության է արժանանում: Հիմա նրանց արագությունը այնքան մեծ է, որ անհավանական արձագանքը կարող է շատ թանկ արժենալ: Ամեն օր խաղից դուրս են գալիս ընկերություններ և ներկայացուցչություններ, որոնք վատ են հարմարվում փոփոխություններին: Հարմարվողականությունը մեծ փոփոխություններին պահանջում է արագ և զգալի խմբագրումներ, որն էլ մենք անում ենք: Ինչպես արտահայտվել է ճանաչված հետազոտող մենեջմենթ Պիտեր Գրուկերը, ղեկավարները պետք է այժմ կառավարեն անընդմեջ խախտումներով: Փոփոխությունները կառավարման մեջ դարձել են գլխավոր հոգսը, ով նրանց հետ կապված է»: [7, 76]

Համակարգչային համակարգի համատարած կիրառումը կառավարման մեջ իրականացվում է պլանավորման անընդմեջ կիրառումով և հնարավորություն է տալիս օպտիմալացնելու դրամական մնացորդները իրական ժամանակի մեջ: Վճարային օրացույցի կազմումը պետք է ներկայացնի իրենից ընդունելի տարբերակի հավանական մոտեցում, այսինքն՝ պարբերաբար հարստացնելու պլանային տեղեկատվությունը, որը ապահովում է դրամական հոսքերի փաստացի վիճակի հարստացմամբ: Այլ խոսքով ասած, անհրաժեշտ են ցուցանիշներ, որոնք արտահայտեն մեկ օրվա մեջ տեղի ունեցած փաստացի իրավիճակը, դա համեմատվի պլանային ցուցանիշների հետ, հետո ընդունված որոշումների հիման վրա հաշվարկեն վճարային օրացույցի պլանային ցուցանիշները ներկայացված փուլում:

### **Վ.Բաումոյայի և Միլլերա-Օրրայի դրամական միջոցների օպտիմալացման մոդելի վերլուծությունը**

Տնտեսագիտական գրականության մեջ դիտարկվում են դրամական միջոցների որոշման արդյունավետ մնացորդները, որոնք ստացել են մեծ տարածում համաշխարհային պրակտի-

կայում. Վ. Բաումոլյայի մոդելը, Միլլերա-Օրրայի մոդելը, Սթոունի մոդելը և ըստ Մոնթե- Կառլոյի իմիտացիոն մոդելի: Ամբողջապես նրանք տարբերվում են միմյանցից իրենց բար- դության աստիճանով, որոնց առկայությունը անհրաժեշտ է, որպեսզի կարելի լինի կանխատեսել դրամական մնացորդնե- րը: Սակայն նրանց կիրառումը մեզանում առայժմ դժվար է ու- ժեղ արժեզրկման պայմաններում և տոկոսադրույքների ան- կանխատեսելի փոփոխությունների դեպքում:

Դրամական միջոցների քաղաքականության կառավար- ման ժամանակ ֆինանսական մենեջմենթի մեջ առանձնաց- վում են երկու հիմնական ուղղություններ. դրամական միջոց- ների միջին մնացորդի օպտիմալացում և ձեռնարկության վճարային շրջանառության օպտիմիզացիա:

Դրամական միջոցների միջին մնացորդի օպտիմիզա- ցիան կարելի է իրականացնել մի շարք մեթոդներով, որոնցից են.

- դրամական միջոցների միջին չափի որոշումը պահան- ջարկի չափերի հիման վրա դրամական միջոցներով,
- Բաումոլյայի մոդելը,
- Միլլերա-Օրրայի մոդելը:

Բնութագրենք դրամական միջոցների միջին մնացորդի օպտիմալացման մեթոդը:

Դրամական մնացորդի միջին չափերի մնացորդը որոշ- վում է պահանջարկի հաշվարկի հիման վրա առանձին տե- սակների դրամական միջոցներով.

$$ПТдс = ПТоода + ПТсода + ПТкода + ПТиода$$

որտեղ՝

ПТдс - դրամական միջոցների պահանջարկն է,

ПТоода - դրամական ակտիվների մնացորդների գործո- դությունների նկատմամբ պահանջարկը,

ПТкода - դրամական ակտիվների մնացորդի կոմպենսա- ցիայի պահանջարկը,

ПТиода - դրամական ակտիվների ներդրումային մնա- ցորդների նկատմամբ պահանջարկը:

Դրամական ակտիվների գործողությունների մնացորդների նկատմամբ պահանջարկը բնութագրվում է նրանց գումարի նկատմամբ նվազագույն անհրաժեշտությամբ, որը անհրաժեշտ է ընթացիկ տնտեսական գործունեության իրականացման համար: Այդ գումարի հաշվարկը հիմնավորվում է պլանավորված դրամական շրջանառությամբ ըստ օպերացիոն գործունեության և դրամական ակտիվների շրջանառության քանակի: Պլանավորված գումարի հաշվառման համար դրամական ակտիվների գործողությունները իրականացվում են հետևյալ բանաձևով.

$$ДАо = \frac{ПОод}{КОда}$$

որտեղ՝

ДАо – ձեռնարկության դրամական ակտիվների օպերացիոն մնացորդների պլանավորված գումարն է,

ПОод - դրամի շրջանառության պլանավորված ծավալը ըստ ձեռնարկության օպերացիոն գործունեության,

КОда - դրամական ակտիվների միջին մնացորդի շրջանառության քանակն է պլանային փուլում:

Դրամական ակտիվների օպերացիոն մնացորդի պլանավորման հաշվարկը կարող է իրականացվել նրանց հաշվետու ցուցանիշների հիման վրա, կամ էլ վերլուծության ընթացքում սահմանվել է, որ այն ապահովել է բոլոր վճարումների ճիշտ ժամանակին վճարումներ: Այս դեպքում հաշվառման համար կիրառվում է հետևյալ բանաձևը.

$$ДАо = ДАф + \frac{ПОод - ФООд}{КОда}$$

որտեղ՝

ДАо - ձեռնարկության դրամական ակտիվների օպերացիոն մնացորդների պլանավորված գումարն է,

ДАф – ձեռնարկության դրամական ակտիվների միջին փաստացի գումարն է համապատասխան փուլում,

ПОод – դրամական շրջանառության պլանային ծավալն է ըստ ձեռնարկության օպերացիոն գործունեության,

ΦΟοД - դրամական շրջանառության փաստացի ծավալը ըստ ձեռնարկության օպերատիվ գործունեության՝ ներկայացված համապատասխան փուլում,

КОда - դրամական ակտիվների միջին մնացորդի շրջանառության քանակությունը պլանային փուլում:

Ապահովագրության մեջ դրամական ակտիվների մնացորդի պահանջարկը որոշվում է օպերացիոն մնացորդների հաշվարկված գումարի հիման վրա և դրամական միջոցների անհամաչափ գործակցի մուտքերից առանձին ամիսներով ներկայացվող տարվա համար: Պլանավորված գումարի հաշվարկի համար դրամական ակտիվների ապահովագրական մնացորդը օգտագործվում է հետևյալ բանաձևով.

$$ДАс = ДАо \times КВпдс,$$

որտեղ՝

ДАс – ձեռնարկության դրամական ակտիվների ապահովագրական մնացորդի պլանավորված գումարն է;

ДАо - ձեռնարկության դրամական ակտիվների օպերացիոն մնացորդի պլանային գումարն է;

КВпдс – ձեռնարկությունում մուտքագրված դրամական միջոցների գործակցի տատանումներն են:

Դրամական ակտիվների պահանջարկի կոմպենսացիայի մնացորդը պլանավորվում է այն չափով, որ բանկային սպասարկում լինի որոշակի պայմանավորվածությամբ: Եթե բանկի հետ պայմանավորվածությունը հաշվարկային սպասարկման իրականացմամբ լինի, ապա այդպիսի պահանջարկը չի պարունակի իր մեջ դրամական ակտիվների մնացորդ:

Դրամական ակտիվների ներդրումային մնացորդի պահանջարկը պլանավորվում է էլնելով ֆինանսական հնարավորություններից, միայն այն բանից հետո, երբ լրիվ ապահովված է այլ տեսակի դրամական ակտիվների պահանջարկը: Քանի որ դրամական ակտիվների այդ մասը չի կորցնում իր արժեքը պահպանման ընթացքում: Դրամական ակտիվների այդ տեսակի ձևավորման չափանիշը հանդես է գալիս որպես

շահութաբերության ավելի բարձր գործակցի ապահովում, կարճաժամկետ ներդրումներ՝ համեմատած օպերացիոն ակտիվների շահութաբեր գործակցի հետ:

Կիրառելով Միլերա-Օրրայի մոդելը՝ հարկավոր է նկատի ունենալ հետևյալը.

1. հաշվի վրա եղած նպատակային մնացորդը չի համարվում վերին և ստորին սահմանի միջին մեծություն: Եթե սահմաններ նպատակային մնացորդը միջին մեծության հետ, ապա տրանսակցիոն ծախսերը կհասնեն նվազագույնի, բայց եթե նրանք սահմանվեն պակաս միջին մակարդակից, ապա արդյունքը կլինի այլընտրանքային ծախսերի մեծությունից պակաս:

2. Դրամական միջոցների մնացորդների նպատակային մեծությունը և նրա տատանումները արժեթղթերի փոխարկելիության հետ կապված մեծանում են:

3. Նպատակային մնացորդի մեծությունը կրճատվում է տոկոսադրույքի մեծացման հետ կապված, քանի որ աճում է այլընտրանքային ծախսերի գումարը և ֆիրման ձգտում է միջոցներ ներդնել, այլ ոչ թե պահպանել այն հաշվի վրա:

Միլերա-Օրրայի մոդելի փորձը կիրառելով՝ նրա առավելությունները գործնական կառավարման մեջ նկատելի են, սակայն եթե ֆիրման ունի ազատ դրամական միջոցների ներդրման մի քանի այլընտրանքային տարբերակներ, ապա մոդելը դադարում է գործել:

Չնայած օպտիմալ հաշվարկների ճշգրիտ մաթեմատիկական հաշվարկներին՝ դրամական ակտիվների մնացորդները բերված տվյալ մոդելի մեջ դեռևս դժվար է կիրառել ֆինանսական մենեջմենթի հայրենական պրակտիկայում հետևյալ պատճառներից ելնելով.

- շրջանառու ակտիվների մշտական բացակայությունը թույլ չի տալիս ձեռնարկություններին ձևավորել դրամական միջոցների մնացորդ անհրաժեշտ չափերով, հաշվի առնելով նրանց չափերը;

- վճարման շրջանառության դանդաղեցումը առաջացնում է գզալի տատանումներ կախված դրամական մուտքերի չափերից, որն էլ համապատասխանաբար արտահայտվում է դրամական ակտիվների մնացորդի գումարի վրա;
- կարճաժամկետ ֆոնդային սարքավորումների սահմանափակ քանակությունը և ցածր լիկվիդայնությունը դժվարացնում են ցուցանիշների հաշվարկների կիրառումը, որը կապված է կարճաժամկետ ֆինանսական ներդրումների հետ:

Դրամական հոսքերի օպտիմիզացիայի երկրորդ ուղղությունը համարվում է նրա վճարային շրջապտույտի օպտիմիզացիան: Օպտիմալացման հիմքը կազմում է հավասարակշռության ծավալի ապահովումը դրական և բացասական դրամական հոսքերի ապահովումով ժամանակի ընթացքում: Ձեռնարկության տնտեսական գործունեության արդյունքների վրա բացասական ազդեցություն ունենում են ինչպես դեֆիցիտային, այնպես էլ ավելցուկային դրամական հոսքերը:

Դրամական հոսքերի դեֆիցիտի բացասական հետևանքները հանդես են գալիս լիկվիդայնության իջեցման դեպքում և ձեռնարկության վճարունակության մակարդակի իջեցման ժամանակ:

Դրամական հոսքերի բացասական ազդեցությունը հանդես է գալիս իրական արժեքի կորստի մեջ ժամանակավոր չօգտագործվող դրամական միջոցների դեպքում, երբ կորչում են դրամական ակտիվների եկամուտը չօգտագործվող մասից, որն էլ ի վերջո բացասաբար է անդրադառնում ակտիվների շահույթի մակարդակի վրա: Դեֆիցիտային դրամական հոսքերի օպտիմալացման մեթոդները կախված են այդ դեֆիցիտի բնույթից - երկարաժամկետ կամ կարճաժամկետ:

***Առանցքային հասկացություններ.*** Դրամական հոսքեր, ձեռնարկության ամենակարևոր ակտիվներ, դրամական միջոցներ, դրամական միջոցների կառավարում, դրամի պահանջարկ, ֆինանսական կայունություն:

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Բայադյան Ա., Ձեռնարկությունների ֆինանսական դրու-  
թյան գնահատումը, Երևան, 2002թ.:
2. Խաչատրյան Հ., Ֆինանսական և կառավարչական հաշ-  
վապահական հաշվառման ուսումնամեթոդական և կիրա-  
ռական ձեռնարկությունների ժողովածու, Երևան, 1977թ.:
3. Հայաստանի հաշվապահության հաշվառման ստան-  
դարտներ, Երևան, 1999թ.:
4. Ձեռնարկության արդյունավետ կառավարում/գործարար  
խաղի մեթոդիկա/արոֆ. Յու Մ.Սուվարյանի ընդհանուր  
խմբագրությամբ, Երևան, 2001թ.:
5. Մարկոսյան Ա., Պետությունը և շուկան, գիրք առաջին,  
Երևան, 2000թ.:
6. Ջեյմս Գ.Գ., Ռիչարդ Լ.Խ., Տնտեսագիտության /գլխավոր  
խմբագիր՝ արոֆ Գ. Կիրակոսյան/, Երևան, 1999թ.:
7. Акофф Р., Планирование будущего корпорации, М.,  
1985г., стр. 24-25.
8. Кейнч Д., Избранные произведения, М., 1993г., стр. 375-  
377.
9. Хелферт Э., Теория финансового анализа, М., 1996г., 216 с.

**Т.С.Багдасарян**

**Управление денежными потоками и оптимизации методов  
анализа зарубежного опыта**

### Резюме

В статье определяются основные положения управления денежными потоками и оптимизации методов анализа зарубежного опыта. Анализ оптимализации модели денежных методов В. Баумоли и Миллера-Оррая, и даются возможности управления денежными средствами в условиях Армении.

*Ключевые понятия: Денежный поток, самые важные активы предприятий, денежные средства, спрос на деньги, финансовая стабильность.*

**T.S.Baghdasaryan**

**Foreign analyses of the model of the optimization of the application of possible ways of cash flow management**

**Summary**

The article defines the following general provisions of foreign analyses of the model of the optimization of the application of possible ways of cash flow management: the analyses of the model of the optimization of V. Baumolia and Millera-Orray financial means. It also analyses the application of possible ways of cash flow management in Armenia.

**Key concepts:** *Cash flows, important actives of organization, cash resources, fund, management of cash resources, demand for money, financial stability.*



**ԵՐԵՎԱՆԻ ՄԵՏՐՈՊՈԼԻՏԵՆԻ ՀԱՄԵՍԱՏԱԿԱՆ  
ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ ԵՎ  
ԶԱՐԳԱՅՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ**

**Տ. Ռ. ՍԱՐԳՍՅԱՆ**

Յուրաքանչյուր երկրում մետրոյի կառուցումը հանդիսանում է պետության ռազմավարության կարևոր մասը: Այն քաղաքի տրանսպորտային համակարգի կարգավորման խնդրի անփոխարինելի լուծումն է, իսկ մետրոյի կառուցումն անհրաժեշտություն է ցանկացած խոշոր քաղաքի համար: Մետրո կառուցում են, երբ ակնհայտ է դառնում, որ հասարակական տրանսպորտի մյուս տեսակներն այլևս չեն բավարարում փոխադրումների նկատմամբ ուղևորների պահանջարկը, իսկ ինչպես վկայում է համաշխարհային փորձը, այդ խնդրի առջև վաղ թե ուշ կանգնում են բոլոր խոշոր քաղաքները:

Սկզբում նախատեսված լինելով մեծ քաղաքներում տրանսպորտային խցանումների դեմ պայքարի համար, այսօր մետրոյի համակարգերն այլևս չեն սահմանափակվում քաղաքային հասարակական տրանսպորտի բնագավառում օժանդակող ենթակառուցվածքների դերով:

Ներկայումս մետրոն վերածվել է քաղաքային տրանսպորտային քաղաքականության զարգացման համար որոշիչ դեր ունեցող ինքնուրույն կառուցվածքային գործիքի, ինչպես նաև կյանքի որակի բարելավման հիմնական գործոնի:

Հանդիսանալով քաղաքային հասարակական տրանսպորտի անբաժանելի մասը՝ մետրոպոլիտենը տարբերվում է տրանսպորտի մյուս տեսակներից իրեն բնորոշ մի շարք առանձնահատկություններով, ինչպիսիք են անվտանգությունը, հարմարավետությունը, բարձր թողունակությունը, էկոլոգիապես մաքուր լինելը, էներգախնայողությունը և այլն: Բոլոր տրանսպորտային միջոցներն իրենց գործունեության ընթացքում տեղափոխման և կանգառի համար պահանջում են էներգիա և տարածություն: Շնորհիվ էլեկտրաքարշի և ուղևորների

մեծ տարողունակության համադրության, էներգիայի օգտագործման և պահանջվող տարածքի տեսանկյունից, մետրոն հանդիսանում է քաղաքային ուղևորատար տրանսպորտի ամենաարդյունավետ տեսակը: Քաղաքային հասարակական տրանսպորտի խնդիրն է խնայել բնակչության ժամանակը և էներգիան քաղաքի տարածքով տեղաշարժվելիս, ուստի և բնակչության հիմնական պահանջը հասարակական տրանսպորտից հանդիսանում է հաղորդակցության արագությունը: Վերջինիս որոշման ժամանակ հաշվի է առնվում ուղևորի կողմից ծախսվող ժամանակը տրանսպորտ նստելու պահից մինչև դուրս գալը: Էական տարբերություն չի նկատվում վերգետնյա տրանսպորտի տարբեր տեսակների հաղորդակցման արագությունների միջև. մասնավորապես, ավտոբուսի (ներքաղաքային փոխադրումներ) համար այն կազմում է 17-19 կմ/ժ, տրոլեյբուսի համար՝ 17-18 կմ/ժ: Երթուղային տրանսպորտի համար այս ցուցանիշը որոշվում է հետևյալ 3 գործոնների հիման վրա. շարժման արագությունը կայարանների միջև ընկած տարածքում, կանգառներում սպասելու ժամանակահատվածը և ճանապարհին այլ դադարների (օրինակ՝ լուսանշանի) ժամանակահատվածը: Դրա հետ մեկտեղ շարժման ժամանակահատվածը կազմում է 70-80%, կանգառներում սպասելը՝ 15-20%, այլ դադարները՝ 5-10%: Եթե վերգետնյա տրանսպորտի փոխադրման հնարավորությունները կազմում են 4-5 հզ. մարդ/ժամ, առավելագույն արագությունը 60 կմ/ժամ է, իսկ շարժի նվազագույն ինտերվալը 180 վրկ, ապա մետրոպոլիտենի դեպքում այդ ցուցանիշները կազմում են համապատասխանաբար 50-55 հզ. մարդ/ժամ, 90 կմ/ժամ և 90 վրկ:

**Վերգետնյա և ստորգետնյա տրանսպորտով  
ուղևորափոխադրումների ցուցանիշները[1, 2-3]<sup>1</sup>**

Ցուցանիշի անվանումը	Վերգետնյա տրանսպորտ	Մետրոպոլիտեն
Փոխադրման հնարավորությունը հզ. մարդ/ժամ	4-5	50-55
Առավելագույն արագությունը կմ/ժամ	60	90
Տեղամասային արագությունը կմ/ժամ <sup>1</sup>	10-18	42
Շարժի նվազագույն ինտերվալը վրկ.	180	90

Ինչպես երևում է աղյուսակի տվյալներից, մետրոպոլիտենը բոլոր ցուցանիշներով կրկնակի գերազանցում է տրանսպորտի մյուս տեսակներին: Սակայն, եթե մետրոպոլիտենի համար հաղորդակցման արագությունը հաշվարկենք հաշվի առնելով ուղևորի գտնվելու ժամանակահատվածը մետրոպոլիտենում (մուտքի դռներից ներս մտնելուց մինչև մետրոպոլիտենից դուրս գալը), ապա մետրոպոլիտենի առավելությունները վերգետնյա տրանսպորտի նկատմամբ որոշ չափով համահարթվում են:

Այն ամբողջ ժամանակահատվածը, որի ընթացքում ուղևորը գտնվում է մետրոյում, պայմանականորեն բաժանվում է 2 մասի. տեղափոխման ժամանակահատված (գնացք մտնելու պահից մինչև դուրս գալը) և լրացուցիչ ժամանակահատված (մատույցին մոտենալը, գնացքին սպասելը, մետրոյից դուրս

<sup>1</sup> Տեղամասային արագությունը երկու կայարանների միջև գնացքի շարժման արագությունն է: Վերջինս գնացքների երթևեկության գրաֆիկների կատարման ցուցանիշ է և չափվում է կմ/ժամ-ով:

գալը): Ուսումնասիրությունները ցույց են տալիս, որ մետրոյում ուղևորը ժամանակի մոտ 55%-ը ծախսում է տեղափոխման վրա և ընդհանուր ժամանակի մոտ 45%-ը մետրոպոլիտենի ներսում լրացուցիչ տեղաշարժի վրա: Ուստի, հաղորդակցման արագությունը, առանց հաշվի առնելու լրացուցիչ ժամանակահատվածը, մետրոպոլիտենում նվազում է մինչև մոտ 21-22 կմ/-ժամ: Սակայն հաղորդակցման արագության մման պատկերը մետրոպոլիտենում չի կարելի համեմատել վերգետնյա տրանսպորտի նույն ցուցանիշի հետ, քանի որ վերջիններս հաշվարկելիս հաշվի չեն առնվել ուղևորի մինչև կանգառ հասնելու, տրանսպորտին սպասելու, տրանսպորտը փոխելու ժամանակահատվածը: Նշված գործոնները հաշվի առնելուց հետո միայն կարող ենք ասել, որ վերգետնյա տրանսպորտի հաղորդակցման արագությունը կնվազի 10-15%-ով:

Ըստ ֆրանսիական «RATP International» տրանսպորտային կազմակերպության ուսումնասիրությունների՝ 1 ժամում 1 ուղևորյամբ 50000 ուղևորի փոխադրման համար մետրոպոլիտենին անհրաժեշտ է 9 մ լայնությամբ միջանցք, ավտոբուսին՝ 35 մ, իսկ անճնական օգտագործման ավտոմեքենային՝ 175 մ: Փորձագիտական հաշվարկները վկայում են, որ 1 կգ նավթին համարժեք էներգիա ծախսելու դեպքում, մետրոպոլիտենով ուղևորը կարող է փոխադրվել 48 կմ տարածք, ավտոբուսով 38 կմ և թեթև մարդատար ավտոմեքենայով ընդամենը՝ 19 կմ [2, 32]: Բացի այդ, Գ-ՏԱ-ի նվաճումները թույլ են տալիս մետրոպոլիտենին ապահովել էներգիայի ետ վերադարձ գնացքի արգելակման պահին, ինչը բերում է էներգիայի լրացուցիչ խնայողության:

Իր աշխատանքի ընթացքում մետրոպոլիտենը մթնոլորտը չի աղտոտում արտանետվող գազերով և չի ստեղծում ջերմային ազդեցություն: Մթնոլորտի վրա վերջինիս բացասական ազդեցությունը սահմանափակվում է միայն էլեկտրաէներգիայի արտադրությամբ պայմանավորված ներգործությամբ:

Վերջապես, որպես հանրային տրանսպորտի միջոց, որն իր գործունեությունն իրականացնում է ստորգետնյա միջա-

վայրում, մետրոն չի զբաղեցնում քաղաքային վերգետնյա տարածքները՝ դրանք թողնելով քաղաքաշինության համար և դրանով հանդերձ բարձրացնելով բնակչության կյանքի որակը:

Մետրոպոլիտենն իր ուրույն տեղն ունի քաղաքային միջավայրի ինտեգրման հարցում: Ինչպես արդեն նշվել է, այն ունի բարձր թողունակություն և, որպես այդպիսին, լուրջ կառուցվածքային ազդեցություն է թողնում ողջ քաղաքի վրա: Վերջինս հանդիսանում է այն կարկասը, որի շուրջ տարվում է բնակելի շենքերի կառուցապատումը, ակտիվանում է քաղաքի սոցիալ-տնտեսական և մշակութային գործունեությունը և կենտրոնանում են ուղևորատար տրանսպորտի մյուս տեսակները:

Այս իմաստով մետրոպոլիտենն իսկապես մեծ դեր է խաղում խոշոր քաղաքներում իրականացվող տրանսպորտային, քաղաքաշինական և սոցիալական քաղաքականության ինտեգրման հարցերում: Նրա գործառույթները դուրս են գալիս ուղղակի ուղևորափոխադրումների սահմաններից և դառնում են հզոր ինտեգրող գործոն, որն էականորեն ազդում է քաղաքներում կենսամակարդակի բարձրացման վրա:

Ներկայումս մետրոպոլիտենների հիմնական խնդիրն անվտանգության ապահովումն է: Քանի որ աշխարհի մասշտաբով տրանսպորտային համակարգում մետրոյին է պատկանում ուղևորափոխադրումների գերակշիռ մասը, ուստի արդարացված ու արդիական է, որպեսզի մշտապես ուշադրության կենտրոնում լինի մետրոյի անվտանգությունը:

Մետրոպոլիտենը, որպես կանոն ամենաանվտանգ տրանսպորտի տեսակն է, սակայն վերջին տարիներին, աշխարհի տարբեր մետրոպոլիտեններում տեղի ունեցած պատահարները, հրդեհները և ահաբեկչական գործողությունները զանգվածային լրատվամիջոցներում այնպիսի լուսաբանում են ստացել, որը հրահրել է միայն հասարակական կարծիքի բացասական արձագանք: Ուստի, բոլոր շահագրգիռ կողմերն անում են այն ողջ հնարավորը, որպեսզի մետրոն դարձնեն,

որքան հնարավոր է անվտանգ և անխոցելի[3]: Չնայած հասարակական տրանսպորտի համակարգում իր ուրույն ու կարևոր դերին, այսօր Երևանի մետրոպոլիտենը գտնվում է վատթար վիճակում և պահանջում է աշխատանքային գործունեության մանրակրկիտ վերլուծություն:

Մետրոպոլիտենի հիմնական խնդիրն ուղևորների սպասարկման բարձր մակարդակի և ուղևորափոխադրումների աճի ապահովումն է: Վերջինս ի տարբերություն աշխարհի զարգացած քաղաքների մետրոպոլիտենների, ուներ նվազման միտում, իսկ վերջին մի քանի տարիներին նկատվող աճը չնչին է: Դրա պատճառների բացահայտման համար պետք է իրականացնել վերլուծություն նախ տնտեսական տեսանկյունից, որի համար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել շուկայական հարաբերություններին անցման սոցիալական հետևանքների և հասարակական տրանսպորտի զարգացման օբյեկտիվ չափանիշների փոխհարաբերությունը:

Ընդհանրապես, մետրոպոլիտենի տնտեսական գործունեությունը բնութագրվում է մի շարք կարևոր ցուցանիշներով, ինչպիսիք են. ուղևորափոխադրումների ծավալը, եկամուտները, ծախսերը, ֆինանսական ցուցանիշները, տեխնիկական տվյալները և այլն:

Երևանի մետրոպոլիտենն ունի ուղևորների սպասարկման բարձր կուլտուրա: Այն բավականին տրամադրող տրանսպորտային միջոց է նախ ջերմային ռեժիմի տեսանկյունից. ձմռանը տաք է, ամռանը՝ զով: Բացի այդ, կայարանային համալիրները, վագոնների սրահները և ընդհանրապես ողջ ենթակառուցվածքը գտնվում է մաքուր վիճակում, վագոնների նստատեղերը հարմարավետ են, թեպետ ոչ ժամանակակից, աշխատակիցները բարեհամբույր են և ուշադիր ուղևորների նկատմամբ:

Մակայն ժամանակի և տեղափոխման տեսանկյունից Երևանում մետրոն կարող է համարվել ոչ արդյունավետ: Հաշվի առնելով մեր քաղաքի տրանսպորտային համակարգում տիրող ներկա իրավիճակը, այսինքն՝ այն, որ միկրոավտո-

բուսները գերակշռում են հասարակական տրանսպորտի մյուս բոլոր տեսակներին և աշխատում են «առանց կանգառի» սկզբունքով, այսինքն՝ կանգ են առնում ուղևորին անհրաժեշտ, կանգառից դուրս ցանկացած վայրում, ուստի այս տեսանկյունից մետրոպոլիտենը դառնում է ոչ հարմարավետ:

Անվտանգության տեսանկյունից, մետրոն թեև զինված չէ ժամանակակից սարքավորումներով, բայց անվտանգությունը գտնվում է պատշաճ մակարդակի վրա: Մետրոյի բոլոր կայարաններում հերթապահում են հսկիչ ոստիկանները: Բացի այդ, հաշվի առնելով, որ մեր հասարակությունը միատարր է, իսկ ՀՀ-ում բնակվող ազգային փոքրամասնությունների հետ գտնվում ենք բարիդրացիական հարաբերությունների մեջ, ահաբեկչության հնարավորությունը մոտենում է նվազագույնի:

Հասարակական տրանսպորտի մյուս տեսակների համեմատությամբ մետրոպոլիտենն ունի ամենաբարձր թողունակությունը, և պատահական չէ, որ 2008 թվականի տվյալներով աշխարհի բոլոր մետրոպոլիտենների միջին օրական ուղևորափոխադրումների ծավալը կազմել է 150 մլն ուղևոր, որը 34 անգամ ավելի է մեկ օրում տեղափոխված ավիատուղևորների քանակից[4, 3-4]: Այս համեմատությունն ինքնին խոսում է ինչպես մետրոպոլիտենի համակարգի հնարավորությունների, այնպես էլ դրա զարգացման սոցիալ-տնտեսական նշանակության մասին:

«Մետրո» միջազգային ասոցիացիայի տվյալներով, ԱՊՀ անդամ երկրներում, 2010թ. մետրոպոլիտենների տեսակարար կշիռը, քաղաքների ընդհանուր ուղևորափոխադրումների ծավալում տատանվել է 4.1-52.9%-ի սահմաններում, ընդ որում, ամենաբարձր ցուցանիշն արձանագրվել է Կիև քաղաքում (52.9%), իսկ ամենացածրը Սամարայում (4.1%):

ԱՊՀ անդամ երկրների հիմնական չափանիշներով Երևանի մետրոպոլիտենին համադրելի մետրոպոլիտենների ուղևորափոխադրումների ծավալներն ամփոփված են աղյուսակ 2-ում, ըստ վերջինիս տվյալների՝ երևում է, որ օրինակ՝ Սամարայի և Եկատերինբուրգի մետրոպոլիտեններն ունենալով

թվով ավելի քիչ կայարաններ՝ համապատասխանաբար 9 և 7, և ավելի բարձր ուղեվարձ՝ 15% և 18%., 2011թ. փոխադրել են ավելի շատ ուղևոր՝ 22.3 մլն և 48.9 մլն, այսինքն՝ 1.2 և 2.4 անգամ ավելի Երևանի մետրոպոլիտենի ուղևորափոխադրումներից:

*Աղյուսակ 2*

ԱՊՀ անդամ երկրների մի շարք քաղաքների մետրոպոլիտենների ուղևորափոխադրումների ծավալները 2011թ.[5, 2-3]

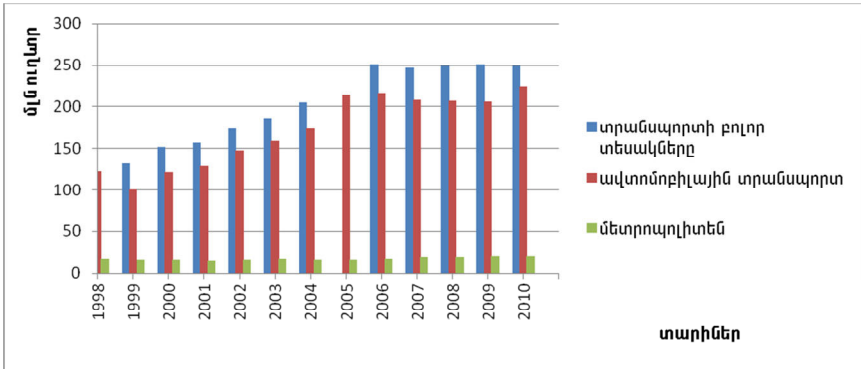
Քաղաքներ	Ցուցանիշներ			
	Գծի երկարությունը (կմ)	Կայարանների թիվը	Ուղևորափոխադրումների ծավալը (մլն.մարդ)	Տոմսի արժեքը (ՌԳ-ռուբլի)
Երևան	12.1	10	20.0	8.00
Սամարա	11.5	9	22.3	15.00
Եկատերինբուրգ	8.5	7	48.9	18.00
Նովոսիբիրսկ	15.9	13	73.9	15.00
Նիժնի Նովոգորոդ	15.5	13	32.0	12.00

Նովոսիբիրսկ քաղաքի մետրոպոլիտենում, որտեղ գծի երկարությունը Երևանի մետրոպոլիտենից ավելի է ընդամենը 3.8 կմ-ով, կայարանների թիվը երեքով, իսկ ուղեվարձն ավելի է մոտ 10 անգամ, ուղևորափոխադրումները կազմել են 73.9 մլն մարդ կամ 3.7 անգամ ավելի Երևանից:

Երևանում տրանսպորտի տարբեր տեսակներով 1998-2010թթ. իրականացված ուղևորափոխադրումների ծավալների դինամիկան ներկայացվում է գծապատկեր 1-ում.



Վերգետնյա և ստորգետնյա տրանսպորտի տեսակներով Երևան քաղաքում իրականացված ուղևորափոխադրումների ծավալների դինամիկան



Ինչպես երևում է Երևանի մետրոպոլիտենի ուղևորափոխադրումների ծավալի ցուցանիշը 1998-2002 թթ. ունեցել է նվազման միտում և այդ 4 տարիների ընթացքում նվազել է 25%-ով (20.1 մլն ուղևորից նվազել է մինչև 15.1 մլն ուղևոր): Այնուհետև, նկատվել է աճ և 2008թ. այս նույն ցուցանիշը կազմել է 18.9 մլն ուղևոր, իսկ 2010թ՝ 19.8 մլն ուղևոր կամ 2002թ. նկատմամբ աճել է 31.2%-ով [7, 331-333]:

Մայրաքաղաքի ուղևորափոխադրումների ընդհանուր ծավալում 1998-2006թթ. նվազել է նաև մետրոպոլիտենի տեսակարար կշիռը (1998թ. 12.6%-ից նվազել է և 2006թ. կազմել 6.3%), իսկ 2007-2010թթ. նկատվել է աճ տարեկան միջինը 0.5%-ով [8, 330-335]: Չնայած վերջին տարիներին գրանցված աճին, այս ցուցանիշով ևս, Երևանի մետրոպոլիտենն ԱՊՀ ամուրի երկրների մետրոպոլիտենների շարքում զբաղեցրել է վերջին տեղը: Համեմատության համար նշենք, որ օրինակ, Եկատերինբուրգում այդ նույն ցուցանիշը կազմել է 11.8%, իսկ Նովոսիբիրսկում՝ 43.1% (2011թ. տվյալներով): Այսպիսով՝ այս վերլուծությունը նույնպես ցույց է տալիս, որ մետրոպոլիտենը

զարգացող տրանսպորտային միջոց է և ունի մի շարք առավելություններ:

Շուկայական տնտեսությանն անցման սկզբնական փուլում, մետրոպոլիտենի ուղևորափոխադրումների մակարդակն ուներ աճի միտում: Այն կտրուկ աճել է և 1990թ. 51.2 մլն ուղևորից 1993թ. հասել է իր գագաթնակետին՝ կազմելով 73.9 մլն ուղևոր, այսինքն՝ 1993թ. ուղևորների փոխադրման մակարդակը 1990թ. նկատմամբ աճել է 44.3%-ով, այնուհետև հետագա տարիներին նկատվել է նվազում այս ցուցանիշի գծով՝ 1996թ. կազմելով 50%, իսկ 2002թ.՝ 70.5% (15.1 մլն ուղևոր): 1993թ. հաջորդող տարիներին ուղևորահոսքի կրճատման պատճառներից կարելի է նշել այն, որ տրանսպորտի մյուս տեսակների կողմից մրցակցության պայմաններում մետրոպոլիտենը բավարար ճկունություն չուներ, ինչպես նաև համապատասխան գնային քաղաքականություն չէր վարում կանխելու համար ուղևորահոսքի կրճատումը: 2003թ. սկսած նկատվում է ուղևորահոսքի աճի միտում չնչին չափով, որը պայմանավորված է նրանով, որ քաղաքային ուղևորափոխադրումների ծավալը մեծացել է այնքան, որ վերգետնյա տրանսպորտը լիովին չի բավարարում փոխադրումների նկատմամբ ուղևորների պահանջը: Դրա հետ մեկտեղ, լինելով Երևան քաղաքի հանրային տրանսպորտի անբաժանելի մասը, մետրոպոլիտենը հանդես է գալիս որպես հուսալի և արագընթաց, ուղևորների սպասարկման բարձր կուլտուրայով տրանսպորտային միջոց:

Այսպիսով՝ 2004թ. ուղևորափոխադրումների մակարդակը 2003թ. համեմատ աճել է 1.8%-ով՝ 16.2 մլն-ից հասնելով 16.5 մլն-ի, ընդ որում կրճատվել է անվճար երթևեկող ուղևորների թվաքանակը 3.496 մլն-ից հասնելով 2.778 մլն. ուղևոր, այսինքն՝ նախորդ տարվա համեմատ նվազել է 20.5%-ով [10, 7]: 2008թ. ուղևորափոխադրումների մակարդակը կազմել է 18.9 մլն մարդ, որը նախորդ տարվա նույն ցուցանիշից ավելի է 9.3%-ով (17.2 մլն ուղևոր), իսկ անվճար երթևեկող ուղևորների թվաքանակը կազմել է 1.650 հազ. մարդ, որը նախորդ տարվա

նույն ցուցանիշի համեմատ նվազել է 5.3%-ով կամ 91 հազ. ուղևորով:

Մետրոպոլիտենի միջին օրական ուղևորափոխադրումների ծավալը 2010թ. կազմել է 54400 ուղևոր, որը 2008թ. համեմատ ավելացել է 47.4%-ով (17 500 մարդ), իսկ 2005թ. նկատմամբ՝ աճը կազմել է 25.4% (11 000 մարդ):

Մետրոպոլիտենի ուղևորափոխադրումների վրա ազդում է նաև սեզոնայնության գործոնը, մասնավորապես, ուղևորահոսքի աճ նկատվում է հիմնականում գարնան և աշնան ամիսներին: Համեմատելով կարող ենք ասել, որ օրինակ, 2010թ. մարտ ամսին միջին օրական ուղևորափոխադրումները նախորդ ամսվա միջին օրական ուղևորափոխադրումների նկատմամբ աճել է 11.5%-ով: Աշնան ամիսներին նկատվող փոփոխությունը պայմանավորված է հիմնականում ուսումնական տարվա սկզբի և ուսանողների հոսքի ավելացման հետ[11, 3]:

Երևանի մետրոպոլիտենն ունի 70 վագոն, որոնցից շահագործման մեջ է 42, իսկ անընդհատ շարժման մեջ՝ 26 վագոն (13 շարժակազմ)՝ աշխատանքային օրերին և 24 վագոն (12 շարժակազմ)՝ հանգստյան օրերին:

Երևանի մետրոպոլիտենը նախագծվել և կառուցվել է Խորհրդային Միության տարիներին, աշխատել է 4 վագոնով, սակայն տարեցտարի ուղևորահոսքի անկման պատճառով նվազել է վագոնների բեռնվածության աստիճանը և էլեկտրաէներգիայի անտեղի վատնումը բացառելու նպատակով, վագոնների քանակը հասցվել էր 2-ի: Հարկ է նշել, որ վագոնների միջին բեռնվածությունը հաշվարկվում է որոշակի մեթոդիկայով: Այսպես, ԱՊՀ անդամ երկրների մետրոպոլիտեններում կիրառվող տեխնիկա-տնտեսական ցուցանիշների հաշվարկման մեթոդական ցուցումների համաձայն, վագոնների միջին բեռնվածությունը հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով [11, 9].

$$H = AL / (ML)_{\text{pass}} \quad (1), \text{ որտեղ՝}$$

**AL** - ուղևորաշրջանառությունն է,

**(ML)<sub>pass</sub>** - վագոնների վազքն ուղևորներով:

Երևանի մետրոպոլիտենի համար այս ցուցանիշը 2008թ. կազմել է ընդամենը 26 ուղևոր.

$H_{vag} = 71.9$  մ/ն/ 2772.5 հազ. = 25.9 ուղևոր

իսկ 2010թ. այս նույն ցուցանիշը կազմել է 29 ուղևոր.

$H_{vag} = 75.5$  մ/ն/2605.8 հազ. = 28.9

Այսինքն՝ Երևանի մետրոպոլիտենի վագոնների միջին բեռնվածությունը 2010թ. կազմել է մոտ 29 ուղևոր, երբ վագոնների նստատեղերի թիվը 40 է, իսկ «պիկ» ժամերին թույլատրելի առավելագույն տեղատարողությունը շուրջ 200 ուղևոր: Չնայած այն հանգամանքին, որ 2010թ. այս ցուցանիշը 2008թ. համեմատությամբ աճել է 11.5 %-ով, այնուամենայնիվ, տվյալներից պարզ է դառնում, որ Երևանի մետրոպոլիտենն իր հնարավորություններն օգտագործում է խիստ անարդյունավետ և անհրաժեշտության դեպքում վերջինս կարող է տեղափոխել շուրջ յոթ անգամ ավելի ուղևոր:

Մետրոպոլիտենի ուղևորահոսքերի մեծությունը բնութագրող մյուս կարևոր ցուցանիշն ուղևորահոսքերի միջին խտությունն է, որը հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով.

$$\Gamma_{\pi} = AL^{cp} / L_{\text{ճ}}^{cp} \quad (2), \text{ որտեղ՝}$$

$AL^{cp}$ -ուղևորաշրջանառությունն է (ուղևոր/կմ),

$L_{\text{ճ}}^{cp}$  -գծի միջին տարեկան երկարությունը (կմ) [12, 10]:

2010թ. վերոհիշյալ ցուցանիշը կազմել է 6239 ուղևոր/կմ (75.5 մ/ն/12.1) կամ 2008թ. (5942 ուղևոր/կմ) համեմատությամբ այն աճել է 4.9 %-ով:

Վերը ներկայացված վերլուծությունները հիմք են տալիս եզրակացնելու, որ չնայած մետրոպոլիտենի հնարավորությունների թերօգտագործմանը, այնուհանդերձ մետրոպոլիտենի զարգացումը մնում է քաղաքային հասարակական տրանսպորտի խնդրի լուծման հիմնական այլընտրանքը:

Ուսումնասիրելով աշխարհի մի շարք զարգացած և զարգացող երկրների տրանսպորտային համակարգերը՝ ստորգետնյա տրանսպորտի օրինակով, նկատում ենք, որ Երևանի մետրոպոլիտենը դեռևս շատ մեծ կատարելագործման հնարավորություններ ունի, որը կարող է առնչվել ցանցի ընդլայնման,

ուղևորափոխադրումների տեսակարար կշռի ավելացման, էկոլոգիական հիմնահարցերի տեսանկյունից և այլն: Այդ իսկ պատճառով Երևանում տրանսպորտի համակարգի զարգացումը պետք է խարսխվի ոչ թե երթուղային տաքսիների և ավտոբուսների ցանցի ընդլայնման վրա, այլ մետրոպոլիտենի ցանցի ընդլայնման և ուղևորափոխադրումների ծավալի ավելացման վրա:

Կատարելով համադրություն Երևանի մետրոպոլիտենի և ԱՊՀ անդամ երկրների մի շարք քաղաքների մետրոպոլիտենների ուղևորափոխադրումների ցուցանիշների միջև՝ նկատում ենք, որ Երևանը թեկուզ սահմանել է ամենացածր գինը, սակայն ուղևորափոխադրումների ծավալով 2011թ.-ին չի գերազանցել 20 միլիոնը, իսկ դա նշանակում է, որ ուղևորափոխադրումների ընդլայնման ներուժային հնարավորություններն առկա են և ճիշտ քաղաքականության և հեռանկարային զարգացման ծրագրերի միջոցով այն կարելի է ավելացնել 2-3 անգամ: Վերջինս կարող է լուրջ ֆինանսական հոսքերի հիմք հանդիսանալ և ուղղվել համակարգում առկա խնդիրների լուծմանը:

***Առանցքային հասկացություններ.*** հասարակական տրանսպորտ, տրանսպորտային համակարգ, մետրոպոլիտեն, երթուղային տաքսիներ, ավտոբուսների ցանց, բարձր թողունակություն, տրանսպորտային խցանումներ, հաղորդակցման արագություն, ուղևորափոխադրումների ծավալ, ստորգետնյա տրանսպորտ, ուղևորահոսքի աճ, հնարավորությունների թերօգտագործում, ֆինանսական հոսքեր:

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Международная Ассоциация, “Метро”, сборник статей, Москва 2009г., 25с.:
2. RATP International, Transportatiton organization, Paris, 2008, 65p.
3. Union Internationale des transports Pablions, November, 2008  
<http://www.uitp.org/events/2008/milan/en/>

4. Международная Ассоциация, “Метро”, сборник статей, Москва 2008г., 30 с..
5. Международная Ассоциация, “Метро”, сборник статей, Москва 2011г., 33с.
6. Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք, ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայություն, Երևան 2001թ., 540 էջ
7. Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք, ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայություն, Երևան 2005թ., 541 էջ
8. Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք, ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայություն, Երևան 2010թ., 549 էջ
9. Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք, ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայություն, Երևան 2011թ., 594 էջ
10. «Երևանի մետրոպոլիտեն» ՓԲԸ հաշվետվության տվյալներ, 1990-2010թթ., էջ 10:
11. “Методические указание по расчету технико-экономических показателей эксплуатационной работы метрополитенов”, Москва, “Транспорт” 1985, 40 с.

**Т. Р. САРГСЯН**  
**АНАЛИЗ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И**  
**ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ ЕРЕВАНСКОГО**  
**МЕТРОПОЛИТЕНА**

**Резюме**

Основной целью представленной статьи является выявление проблем в Ереванском метрополитене. С этой целью приводятся и анализируются показатели трудовой деятельности, в частности, показатель перевозок пассажиров. Для выявления причин провели сравнительный анализ с другими метрополитенами стран СНГ.

Сопоставив показатели пассажироперевозок метрополитенов ряда стран СНГ основной вывод сводится к тому, что есть потенциальные возможности роста пассажиропотока. С

помощью перспективных программ, последние могут стать основой серьезных финансовых потоков и направляться на решение задач, существующих в системе.

**Ключевые понятия:** транспортная система, общественный транспорт, метрополитен, высокая пропускная способность, транспортные заторы, маршрутные такси, автобусная сеть, объем перевозок пассажиров, подземный транспорт, рост пассажиропотока, скорость коммуникации, финансовый поток.

## **T. R. SARGSYAN COMPETITIVE ADVANTAGES ANALYSE AND DEVELOPMENT ISSUES OF THE EREVAN SUBWAY**

### **Summary**

The aim of this article is to identify the existing problems of Yerevan subway. For this purpose the main operational indicators were analysed and evaluated, with specific focus on passenger transfer volumes. To identify the root causes of the problems, comparative analysis of CIS subways' identical indicators was conducted. The results revealed untapped potential for passenger traffic growth in Yerevan subway. Through proper policies and forward looking strategic development projects Yerevan subway can ensure sizeable financial flows, which further could be directed to resolving the main problems of the system.

**Key concepts:** *public transportation, transportation system, subway, minibuses, bus network, high throughput, traffic jams, communication speed, passenger transfer volume, underground transportation, passenger traffic growth, missed opportunities, financial flows.*

**ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐԱԿԱՆ ՊԼԱՆԱՎՈՐՄԱՆ  
ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՉՐԱՑՄԱՆ  
ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ  
ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ**

**Ա. Ա. ՍԱՐԳՍՅԱՆ**

Համաշխարհային տնտեսության զարգացման արդի փուլում գլոբալացման գործընթացը ոչ միայն նոր հնարավորություններ է ընձեռում տնտեսության զարգացմանը, այլև նոր ռիսկեր ու վտանգներ է պարունակում: Վերջին համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամը ևս մեկ անգամ ցույց տվեց շուկայական ինքնակարգավորման համակարգի ոչ կատարյալ լինելը: Իհարկե, դա նորություն չէր համաշխարհային հանրության համար: Նմանատիպ ճգնաժամեր են առաջացել նաև նախկինում: Հենց այդպիսի իրադարձություններն են պարտադրում կապիտալիստական երկրներին վերանայել շուկայական տնտեսավարման համակարգի գործունեության շրջանակները՝ մեծացնել պետական միջամտության աստիճանը: Չուտ կապիտալիստական տնտեսություն վաղուց արդեն գոյություն չունի (եթե նույնիսկ երբևէ գոյություն է ունեցել): Նույնիսկ ամենաազատական երկրներում պետության միջամտությունը դուրս է դասականների կողմից սահմանված գործառույթների շրջանակներից: Այսօր պետությունը ոչ միայն փորձում է շտկել շուկայական համակարգի թերությունները, այլ նաև կանխատեսում ու պլանավորում է տնտեսության զարգացման հիմնական ուղղությունները: Չնայած կանխատեսումը և պլանավորումը պլանային տնտեսության հիմնական տարրերն են, այնուամենայնիվ դրանք սկսեցին կիրառվել նաև կապիտալիստական երկրներում: Կարծում ենք, որ դա բնական է, քանի որ սկզբնական շրջանում ռազմավարական պլանավորման տեսության հիմնադիր Ն.Կոնդրատևի գաղափարները փորձարկվել են պետության կողմից չկարգավորվող տնտեսավարման համակարգում: Մասնավորապես նա նշում



է. «Միլիոնավոր անկախ գյուղացիական տնտեսություններ իրականացնում են արտադրական և տնտեսական գործունեություն: Այդ գործունեության ընթացքում նրանք իրենց անձնական շահն են հետապնդում: Այդ ամենը ստիպում է հարմարվել շրջակա բնական ու հասարակական միջավայրին: Պետական մարմիններն իրենց հերթին ագրոտնտեսական օգնության միջոցառումներով (մելորացիա, վարկերի, սերմերի, արտադրության գործիքների տրամադրում) նպաստում են գյուղատնտեսության զարգացմանը: Այդպիսով, գյուղատնտեսության տարերային զարգացման մեջ նրանք ներմուծում են պլանավորման տարրեր»[4,615]: Վերը շարադրվածից պարզ է դառնում, որ խոսքը վերաբերում է ոչ թե ապրանք արտադրողների նկատմամբ պետական դիկտատի կիրառմանը, այլ նրանց գործունեության վրա պետության անուղղակի ազդեցությանը:

Շուկայական տնտեսության պայմաններում պետական կարգավորման տեսության հիմանդիր Քեյնսի հետևողը Ջ.Հեյլբրեյթը եկավ այն եզրակացության, որ շուկայական հարաբերություններն առավել արդյունավետ են «պլանային կապիտալիզմի» պայմաններում: Հեյլբրեյթի գաղափարները գործնական կիրառություն ունեցան Ճապոնիայի, Ֆրանսիայի, Ավստրիայի, Շվեդիայի տնտեսությունների պլանավորման ընթացքում: «Շուկա թե պլան» հիմնախնդիրը այսօր լուծվում է հետևյալ մոտեցմամբ. «շուկա՝ որքան հնարավոր է, պլան՝ որքան անհրաժեշտ է»: Միաժամանակ պետք է նշել, որ գոյություն ունեն շուկայական և պլանային կարգավորման մեխանիզմների տարբեր հարաբերակցությունների վրա հիմնված համակարգեր՝ առավելապես ազգային տնտեսության ինքանակարգավորման շուկայական մեթոդների կիրառումից (ԱՄՆ, Գերմանիա և այլն) մինչև այնպիսիք, որտեղ պետությունը վերարտադրության գործընթացի պլանավորման գործում էական դերակատարություն է ստանձնում (Հարավային Կորեա, Ճապոնիա, Ֆրանսիա և այլն): Ազգային տնտեսու-

յան պլանավորման գործընթացը կարևորվում է հատկապես ճգնաժամային իրավիճակներում:

Ռազմավարական պլանները ներառում են ազգային տնտեսության երկարաժամկետ զարգացման հիմնական ուղղությունները: Կարճաժամկետում այդ ուղղությունները տնտեսավարող սուբյեկտների տեսանկյունից միգուցե այդքան էլ գրավիչ չեն, սակայն պետության զարգացման համար ամենաարդյունավետ ուղին են: Շուկայական տնտեսության մեջ պլանավորումը երկրի սոցիալ-տնտեսական քաղաքականության իրականացման մեթոդ ու այդ գործընթացների վրա ազդող գործիք է: Դրա նպատակն է ապահովել շուկայական մեխանիզմներով չկարգավորվող սոցիալ-տնտեսական հիմնախնդիրների լուծումը:

Շուկայական տնտեսությունում առավել տարածված է ինդիկատիվ պլանավորումը: Ինդիկատիվ ծրագրերը մեկ փաստաթղթի մեջ ներառում են սոցիալ-տնտեսական զարգացման գաղափարներ, տնտեսության զարգացման կանխատեսումներ, տարբեր ոլորտների զարգացման պետական ծրագրեր, ինչպես նաև տնտեսության մակրոտնտեսական կարգավորման համալիր միջոցառումներ: Հանդիսանալով մակրոտնտեսական զարգացման պետական ծրագրավորման առավել տարածված ձև՝ ինդիկատիվ պլանավորումը տնտեսական համակարգի կարգավորող չափանիշների ձևավորման գործընթացի ամբողջություն է, որը բնութագրում է երկրի տնտեսական իրավիճակն ու զարգացումը: Ինդիկատիվ պլանավորման պարագայում պետությունը, հաշվի առնելով հասարակության հետաքրքրությունները, շրջանների կարիքները և շուկայի սուբյեկտների շահերը, մշակում է ազգային տնտեսության ու մասնավոր հատվածի տնտեսական զարգացման պլաններ, սահմանում է կոնկրետ տնտեսական կողմնորոշիչներ:

Հայաստանի Հանրապետությունում տնտեսության ռազմավարական պլանավորման մեխանիզմներ համեմատաբար վերջերս են կիրառվում: Վերափոխումների սկզբնական փու-

լում տնտեսական կանխատեսումը և տնտեսության հետագա զարգացման պլանավորումը սահմանափակվում էր պետական բյուջեի պլանավորման գործընթացով, մասամբ նաև կառավարության գործունեության ծրագրերով: Տնտեսության երկարաժամկետ պլանավորման առաջին ծրագրերից է «Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագիրը», որը Հայաստանի Հանրապետությունում կիրառվում է 2003 թվականից: Մենք այն կարծիքին ենք, որ տնտեսության երկարաժամկետ զարգացման ծրագրեր վաղուց էր անհրաժեշտ կիրառել: Համաշխարհային փորձը վկայում է, որ նման ծրագրերի կիրառությունը բխում է հատկապես վերափոխումների շրջանում գտնվող երկրների առանձնահատկություններից:

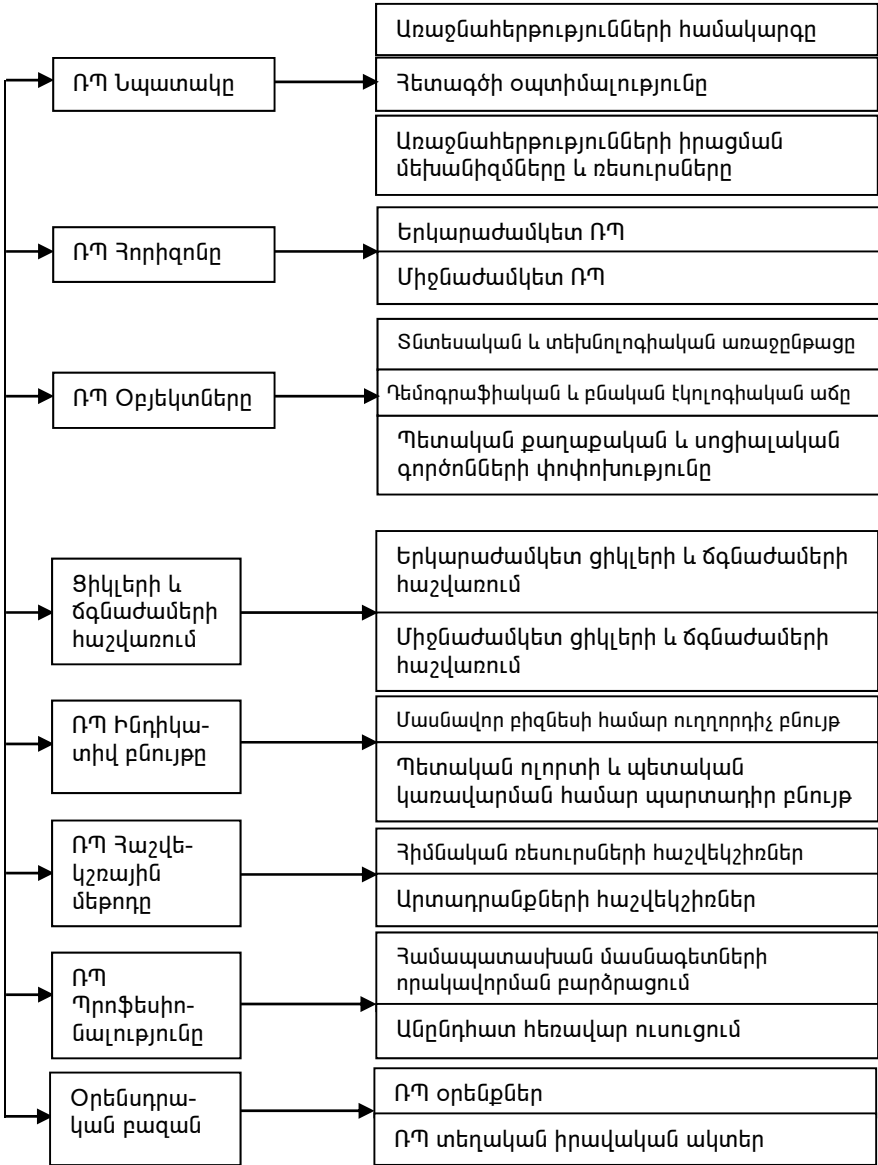
Իհարկե զարմանալի է, որ հանրապետությունում որպես առաջին ռազմավարական նպատակ ընտրվեց աղքատության հաղթահարումը: Կարծում ենք, որ տնտեսության զարգացման տվյալ փուլում կառուցվածքային փոփոխությունների հիմնախնդիրն առավել արդիական էր ու կարող էր որպես գերնպատակ սահմանվել: Էլ ավելի զարմանալի էր, որ այդ փաստաթուղթը 2008 թվականին վերանվանվեց «Կայուն զարգացման ծրագիր»: Ինչպես ցույց է տալիս համաշխարհային փորձը, վերափոխումների շրջանում գտնվող երկրներում կիրառվող երկարաժամկետ առաջին ծրագրերը կոչվում էին «Ազգային զարգացման համալիր պլաններ»: Իհարկե, կարող է թվալ, թե ծրագրի անվանումը այդքան էլ կարևոր չէ, սակայն պետք է նշել, որ անվանումից է բխում բովանդակությունը: Այնուամենայնիվ, կառավարությունը նախընտրեց երկարաժամկետ նպատակ սահմանել աղքատության հաղթահարումը, որից պետք է բխեին նաև հետագա միջնաժամկետ և կարճաժամկետ պլանավորման ծրագրերը:

Այժմ վերլուծենք «Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագիր» և «Կայուն զարգացման ծրագիր» կառուցվածքն ու փորձենք պարզել, թե որքանով են դրանք համապատասխանում ռազմավարական պլանավորման ծրագրերի

կառուցման մեթոդոլոգիային: Գծագիր 1-ում բերված է պետական ռազմավարական պլանավորման մեթոդոլոգիան:

Ըստ էության, յուրաքանչյուր ծրագրի հիմնական հատվածը նպատակի սահմանումն է: Պետական ռազմավարական պլանավորման նպատակ կարող է լինել սոցիալ-տնտեսական, էկոլոգիական և տարածքային զարգացումն ու նորարարական տեխնոլոգիաների ներդրումը: Հաշվի առնելով իրական պայմաններն ու ներքին և արտաքին սահմանափակումները՝ կառավարությունը կարող է ակնկալել զարգացման օպտիմալ ուղղվածություն:

**Գծագիր 1. Պետական ռազմավարական պլանավորման մեթոդոլոգիան [5]**



Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագրով սահմանվեցին այն սպառնալիքները, որոնք բխում էին աղքատության և անհավասարության ձևավորված մակարդակից: Մասնավորապես.

- Հասարակության բեռնացման առկա վիճակի շարունակականությունը սպառնում է խորացնել հասարակական շերտերի փոխադարձ օտարումը, որն իր հերթին վտանգում է երկրի սոցիալ-տնտեսական զարգացումն ու հզոր պետության կայացումը:
- Աղքատության մեծ չափերը խոչընդոտում են քաղաքացիական հասարակության և քաղաքացիական համաձայնության կայացմանը և հետևաբար իրավական և ժողովրդավարական պետության կայացմանը:
- Աղքատների բազմահազարանոց խավը ավելի ու ավելի հետ է մնում մարդկային զարգացման ընդհանուր օրինաչափություններից, որոնք կհանգեցնեն երկրի ընդհանուր մարդկային կապիտալի որակազրկմանը:
- Աղքատության տարածվածության պայմաններում խիստ սահմանափակում են քաղաքացիների ինքնահաստատման և ինքնաիրացման հնարավորությունները:
- Տևական աղքատացման գործընթացը հասարակության անդամների մեծամասնության մեջ արմատավորում է պասիվության, հոգեբանական դեպրեսիայի, նիհիլիզմի և հոռետեսական տրամադրություններ, որի հետևանքով պակասում է մոտիվացիան, նախաձեռնողականությունն ու մասնակցությունը երկրի հասարակական, տնտեսական և սոցիալ-մշակութային կյանքին[1,7]:

Սպառնացող վտանգները կանխարգելելու և բնակչության մեծամասնությանը առկա ծանր վիճակից դուրս բերելու համար **ԱՀՌԾ-ում նպատակ է դրված կրճատել աղքատություն-**

**նը**, որպեսզի այն դադարի երկրի տնտեսական, սոցիալական ու մարդկային առաջադիմությունն արգելակող և հասարակությունը կազմալուծող գործոն լինել [1,38]:

Այս տեսակետից ԱՀՌԾ-ում սահմանված նպատակներն, ինչպես նաև դրանց հասնելու համար անհրաժեշտ միջոցառումները վերացական են: Օրինակ, ԱՀՌԾ-ի գլուխ 4-ում նշվում է. «Աղքատության հաղթահարման տեսակետից կարևոր նախապայման է կայուն, բարձր տեմպերով տնտեսական աճի ապահովումը»[1,38]: Առաջին հայացքից կարծես թե ամեն ինչ բնական է. տնտեսական աճը նպաստում է բնակչության եկամուտների աճին, իսկ վերջինս էլ բերում է աղքատության մակարդակի կրճատմանը: Ծրագրում առկա նախադասությունը մեզ համար ընդունելի կլիներ, եթե այն լիներ դասախոսության տեքստի մի մաս: Որպես ռազմավարական ծրագրի գլխավոր նպատակ՝ այն ընդունելի չէ, որովհետև հետագայում էլ ծրագրի հեղինակները չեն մանրամասնում, թե ինչպես է անհրաժեշտ մնան աճ ապահովել:

Նույնը կարող ենք ասել նաև 2008 թվականին ընդունված «Կայուն զարգացման ծրագրի» մասին: Պետությունը կայուն զարգացումը պլանավորման գերակա նպատակ կարող է համարել միայն այն դեպքում, երբ տնտեսությունը կայացած է, իր ուրույն տեղն ու դերը ունի համաշխարհային տնտեսությունում, ինչը չի կարելի ասել Հայաստանի Հանրապետության տնտեսության մասին: Հետևապես, դեռևս չկայացած տնտեսությունում կայուն զարգացման նպատակ ունենալը անիմաստ է:

Կարելի է ասել, որ «Կայուն զարգացման ծրագիրը» ԱՀՌԾ-ից տարբերվում է միայն անվանումով: Հետևապես ծրագրի գլխավոր նպատակները, ըստ էության, էական փոփոխության չեն ենթարկվել. «Չնայած ծայրահեղ աղքատությունը կարելի է համարել հիմնականում հաղթահարված, աղքատությունը դեռ ներկայացնում է լուրջ սոցիալական հիմնահարց, որն ի վիճակի է վտանգել երկրի սոցիալական կայունությունը և երկարաժամկետ հեռանկարում տնտեսական

զարգացման արգելք հանդիսանալ: Այդ պատճառով բնակչության բարեկեցության աճը և աղքատության հաղթահարումը, ներառյալ ծայրահեղ աղքատության վերացումը, կշարունակեն մնալ «Կայուն զարգացման ծրագրի» հիմնական նպատակներից մեկը»[2,33]:

Ռազմավարական պլանի հորիզոնը պետք է բավարար լինի խոշոր հիմնախնդիրների արդյունավետ լուծման համար: Ըստ էության, առավել երկարաժամկետ ռազմավարական պլանների համար օպտիմալ ժամանակահատվածը 20-30 տարի է: Միաժամանակ երկարաժամկետ ռազմավարական պլանները համատեղվում են միջնաժամկետ պլանների հետ, որոնց կատարման ժամանակահատվածը կազմում է 5-10 տարի: Այս առումով ինչպես ԱՀՌԾ-ն, այնպես էլ «Կայուն զարգացման ծրագիրը» երկարաժամկետ ռազմավարական ծրագրեր են, քանի որ գոյություն ունեն նաև միջնաժամկետ ծախսերի կատարման ծրագրեր: Հետևապես, ծրագրերի նվազագույն ժամանակահատվածը պետք է լինի 20 տարի, այնինչ կանխատեսումները կատարված են 13-14 տարվա համար: Բացի դրանից, եթե հաշվի առնենք, թե ինչպիսի հիմնական նպատակներ են սահմանված ծրագրերով, ապա պարզ կդառնա, որ ԱՀՌԾ-ի և «Կայուն զարգացման ծրագրի» հորիզոնը կարճ է սահմանված:

Մովորաբար պետական ռազմավարական պլանավորման օբյեկտ է համարվում տնտեսության զարգացումը, նրա հիմնական տարրերի՝ ՀՆԱ-ի աճի, ինֆլյացիայի, ներդրումների և այլն, դինամիկայի կանխատեսումը: Սակայն այստեղ անհրաժեշտ է գիտականորեն հիմնավորել մակրոտնտեսական ցուցանիշների փոխկապվածությունն ու փոխկախվածությունը: Տնտեսական դինամիկայի հետազոծման առաջին հերթին կախված է առաջնային գործոններից և դեմոգրաֆիական ու բնական էկոլոգիական սահմանափակումներից: Իհարկե, Հայաստանի Հանրապետությունում մշակված երկարաժամկետ երկու ռազմավարական ծրագրերում էլ առկա են մակրոտնտեսական ցուցանիշների համապատասխան կանխա-



տեսումներ, սակայն տնտեսագիտորեն դրանց փոփոխությունները հիմնավորված չեն: Դեմոգրաֆիական և բնական էկոլոգիական սահմանափակումներն ընդհանրապես բացակայում են ներկայացված ծրագրերից:

Ռազմավարական պլանավորման երկարաժամկետ հորիզոնը պահանջում է տնտեսական, ցիկլային և այլ դինամիկայի անխուսափելի տատանումների հաշվառում ըստ շրջափուլերի՝ ինչպես միջնաժամկետ, այնպես էլ երկարաժամկետ: Անհրաժեշտ է նախօրոք գնահատել, թե երբ է գալու հերթական ճգնաժամը, որոշել դրա բնույթն ու խորությունը, հետևանքները, սահմանափակումները: Այս ամենը անհրաժեշտ է ներառել ռազմավարական պլանների մեջ որպես հակաճգնաժամային մջոցառումների ծրագիր: Միաժամանակ անհրաժեշտ է հաշվի առնել ինչպես ներքին, այնպես էլ արտաքին ցիկլային տատանումները, որոնք կարող են ամբողջությամբ չհամընկնել: Նման վերլուծություններն իսպառ բացակայում են վերը նշված ծրագրերից նաև այն պատճառով, որ հայրենական տնտեսագիտական միտքը իվիճակի չէ նմանօրինակ խորը վերլուծություններ կատարել: Այստեղ խոսքը ոչ թե առանձին տնտեսագետների մասնագիտական ունակությունների, այլ Հայաստանում նման հիմնախնդիրներով զբաղվող ինստիտուտների բացակայության մասին է:

Շուկայական տնտեսությունում ռազմավարական պլանավորումը ինդիկատիվ բնույթ ունի: Այն, որ ԱՀՌԾ-ն և Կայուն զարգացման ծրագիրը ունեն ինդիկատիվ բնույթ, չի կարող հերքվել, սակայն ծրագրերով նախատեսվող զարգացումները ուղենիշ չեն տնտեսվարող սուբյեկտների համար: Սա առաջին հերթին պայմանավորված է նրանով, որ նման ծրագրերը դեռևս շատ կարճ ժամանակահատված է, որ կիրառվում են: Բացի դրանից, պետությունը վստահություն չի ներշնչում ոչ միայն արտասահմանյան ներդրողների համար, այլ առավել շատ ներքին տնտեսվարողների շրջանում:

Ռազմավարական պլաններն առավել իրատեսական են, երբ դրանք մշակվում են առաջնային հաշվեկշիռների համա-

կարգի հիման վրա: Իհարկե, նոբելյան դափնեկիր Վ. Լեոնտևի հաշվեկշռային մեթոդը բավականին հայտնի է հայրենական գիտական շրջանակներում, հետևապես կարծում ենք, որ այս առումով ներկայացված փաստաթղթերն ամբողջովին համապատասխանում են նմանօրինակ ծրագրերին ներկայացվող պահանջներին:

Սոցիալ-տնտեսական համակարգը բազմաչափանիշային ու բազմամակարդակ է: Այն բաժանվում է տարբեր չափանիշներով: Այդ իսկ պատճառով անհրաժեշտ է ռազմավարական պլանների համաձայնեցման գաղափարի հիման վրա ձևավորել հանրապետության տնտեսության զարգացման ռազմավարական պլանավորման ամբողջական հիերարխիա: Ըստ այդմ, հանրապետական ռազմավարական պլանները պետք է հիմնվեն մարզային ռազմավարական պլանների վրա, իսկ վերջիններս էլ պետք է արտահայտեն երկրի տնտեսության միասնական մակրոտնտեսական առաջնահերթությունները: Այս առումով անելիքներ դեռ շատ կան: ԱՀՌԾ-ը և «Կայուն զարգացման ծրագիր»-ը միակ ռազմավարական պլաններն են, որոնք դրվում են կառավարության գործունեության հիմքում: Չնայած վերջին տարիներին մարզերի զարգացման ծրագրեր նույնպես մշակվում են, սակայն դրանք հիմնականում դեկլարատիվ բնույթ ունեն:

Այս ամենից ելնելով՝ կարելի է եզրակացնել, որ ռազմավարական պլանավորման գործընթացով պետք է զբաղվեն բարձր մակարդակի պրոֆեսիոնալ մասնագետներ: Ոչ պրոֆեսիոնալությունը, ռազմավարական պլանավորման մտածելակերպով իրականացնողների և որոշումներ կայացնողների բացակայությունը կարող է էական վնաս հասցնել երկրի տնտեսությանը: Միաժամանակ անհրաժեշտ է ապահովել համապատասխան մասնագետների անընդհատ վերապատրաստումը, ինչպես նաև որակավորման բարձրացումը:

Պետության ռազմավարական-ինովացիոն գործառույթը ամենակարևորներից մեկն է և այն պետք է օրենսդրորեն հաստատվի: Հայաստանի Հանրապետությունում մինչ այժմ գո-

յություն չունի ռազմավարական պլանավորման վերաբերյալ օրենք: Առանց ռազմավարական պլանավորման նպատակները, կառուցվածքը, մշակման կարգը սահմանող օրենքի, կարծում ենք, անհնար է ակնկալել պետական պլանավորման համակարգի արդյունավետ գործունեություն:

Ռազմավարական պլանավորման գործընթացը Հայաստանի Հանրապետությունում դեռևս նոր է ներդրվում և բնականաբար այս գործընթացը չի կարող գերծ լինել թերություններից: Ընդհանուր առմամբ կարծում ենք, որ այս գործընթացում կառավարությունը որոշակի հաջողություններ ունեցել է. մասնավորապես՝ Հայաստանն ունի լավ կազմված բյուջետային գործընթաց: Բյուջետային գործընթացը հիմնականում բաժանված է երկու փուլի՝

- միջնաժամկետ ծախսերի ծրագրի պատրաստում, որը պարունակում է մակրոֆինանսական դաշտը, ընդհանրացված միջոցների փաթեթը ու ֆինանսական քաղաքականության առանցքային գերակայությունները,
- բյուջեի պատրաստման մանրամասն գործընթաց:

Թեև «Հայաստանի Հանրապետության բյուջետային համակարգի մասին» օրենքն ինքնին չի սահմանում բյուջետային մանրամասն օրացույց, սակայն պահանջում է բյուջեի պատրաստումը սկսելու գործընթացի մասին վարչապետի կարգադրություն, որը պարունակում է մանրամասն ժամանակացույց: Կարծում ենք, որ նման մակարդակով պետք է մշակվի և իրականացվի նաև երկարաժամկետ ռազմավարական պլանների ամբողջ գործընթացը: Ցանկալի է, որ կառավարության կազմում անկախ որևէ մարմին, միգուցե կառավարությանն առընթեր որևէ նոր ծառայություն, օրինակ կառավարությանն առընթեր «Ռազմավարական պլանավորման ծառայություն» ստեղծվի: Իհարկե, մեր երկրի պետական ծառայության ուժճացված համակարգում նոր ստորաբաժանման ստեղծումը կարող է շռայլություն համարվել, բայց իր գործառույթներով

այս կառույցը մեր երկրի տնտեսական զարգացման համար կարևոր օղակ կարող է դառնալ:

*Առանցքային հասկացություններ. ռազմավարական պլանավորում, ռազմավարական ծրագրեր, միջնաժամկետ ծախսային ծրագիր, կայուն զարգացման ծրագրի, աղքատության հաղթահարման ծրագիր, բյուջե, բյուջետային համակարգ, ինդիկատիվ պլանավորում:*

## ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագիր, Երևան-2003, 155 էջ
2. Կայուն զարգացման ծրագիր, Երևան-2008, 312 էջ
3. Հայաստանի Հանրապետություն, Պետական ֆինանսների կառավարման բարեփոխումների առաջնահերթությունները, Համաշխարհային Բանկ-2010, 74 էջ
4. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М.: Экономика, 2002. С. 615
5. Методология стратегического планирования. <http://www.strategy.newparadigm.ru/strategy2.htm> /Մուտքի ամսաթիվը՝ 05.06.2012թ./

**А. А. САРГСЯН**

## **ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ**

### **Резюме**

Роль государства как направляющей и регулирующей силы принимает особое значение в современных условиях функционирования РА, вставшей в конце XX в. на рыночный путь развития экономики.

Политика государства по созданию стимулов и условий для устойчивого экономического роста сегодня должна не только учитывать пространственные и региональные аспекты социально-экономического развития, но и воздействие глобальной системы мирового хозяйства подверженной кризисам. Отсюда - важность усиления роли государства в управлении развитием территорий и необходимость содействия со стороны Правительства РА процессу реализации стратегических приоритетов социально-экономического развития, повышения уровня и качества жизни населения, обеспечения высоких темпов устойчивого экономического роста, создания потенциала для будущего развития. Решение указанных задач невозможно без функционирования научно обоснованной системы стратегического планирования экономики, чему и посвящена данная статья.

**Ключевые понятия:** *стратегическое планирование, стратегические планы среднесрочных затрат, плана устойчивого развития, программа преодоления бедности, бюджет, бюджетная система, индикативно планирование.*

**A. A. SARGSYAN**  
**OPPORTUNITIES FOR IMPROVING THE STRATEGIC  
PLANNING OF THE ECONOMY IN THE REPUBLIC OF  
ARMENIA**

**Summary**

The state's role as a guiding and regulatory forces take special importance in the current operating conditions of RA, has hit the end of XX century. on the market path of economic development.

State policy to create incentives and conditions for sustainable economic growth today must not only take into

account the spatial and regional dimensions of socio-economic development, but also the impact of the global system of world economy prone to crises. Hence - the importance of strengthening the state's role in managing the development of territories and the need for assistance from the Government of the RA process of implementing the strategic priorities of socio-economic development, improving the level and quality of life, ensuring high rates of sustainable economic growth, create potential for future development. The solution of these problems is impossible without a functioning science-based strategic planning system of the economy, which is devoted to this article.

**Key concepts:** *strategic planning, strategic plans, medium-cost plan for sustainable development, poverty alleviation program, budget, budget system, indikativnogoe planning.*

## ISRAEL - INTELLECTUAL CAPITAL SUCCESS IN BRIEF

L.V. TUMYAN

The profitability and growth potential is highly dependent upon the development and effective use of intangible (intellectual) assets. Creation of wealth in a world economy today depends on technological innovations, which in turn involves developing, owning and managing knowledge assets as well as intellectual property. [1.2] [2.3] [17.1] In terms of Intellectual capital management, the development of State of Israel seems very impressive. The country introduces the significant achievements in various fields and became a home for some of the most profitable technological developments. These can serve as the perfect example for Armenia to develop.

**Intellectual capital** is considered to be the source of the competencies and capabilities that are essential for the national economic growth, human development and quality of life. Particularly, the results of intellectual capital studies in the national level provide a direction for nations to benchmark and to make wise decisions in the effective investment and development of national intangible assets in the era of the knowledge economy. [3.7] [18.1]

Intellectual capital is becoming the key factor for the wealth in modern societies, determining competitiveness and providing the basic resources for the economic development and further growth. All the economic institutions, including companies, government institutions, non-government institutions and organizations, take part in the intellectual capital creation process. The ability to create and efficiently use the intellectual capital implies the economic strength of a nation and its welfare. A society's openness to imports of knowledge, ideas and information, and the ability of its economy to process them properly are crucial for socio-economic development of the

country. Nowadays firms and other organizations are much more knowledge “producers” than goods producers: their employees are engaged in the production of knowledge, firms themselves become learners, and innovation is becoming the main source of new value creation. Intellectual capital appears to be more a competitive advantage today than physical or financial capital.

The establishment of intellectual capital as the dominant factor of economic development also means transition to a new value structure. The value creation trends to be shifted from tangible (material production) to intangible production (R&D, planning, marketing, sales, transportation and servicing). In many aspects modern production is an intellectual activity, dependent on inputs by engineers, accountants, designers, HR specialists, sales and marketing specialists and experts in information networks. To put it in other words, employers need the employees’ brains rather than their hands. The human capital is the part of intellectual capital: it comprises knowledge, practical skills and creative thinking capacities of people, their moral values and labor culture. The intellectual capital includes human, organizational and customer (or client) capitals. [4.99]

**Human capital** is important for innovation and for any process of renewal. Human capital represents individual abilities, knowledge, skills and experience of all employees in a company that are necessary to offer a complete product or service to a customer.

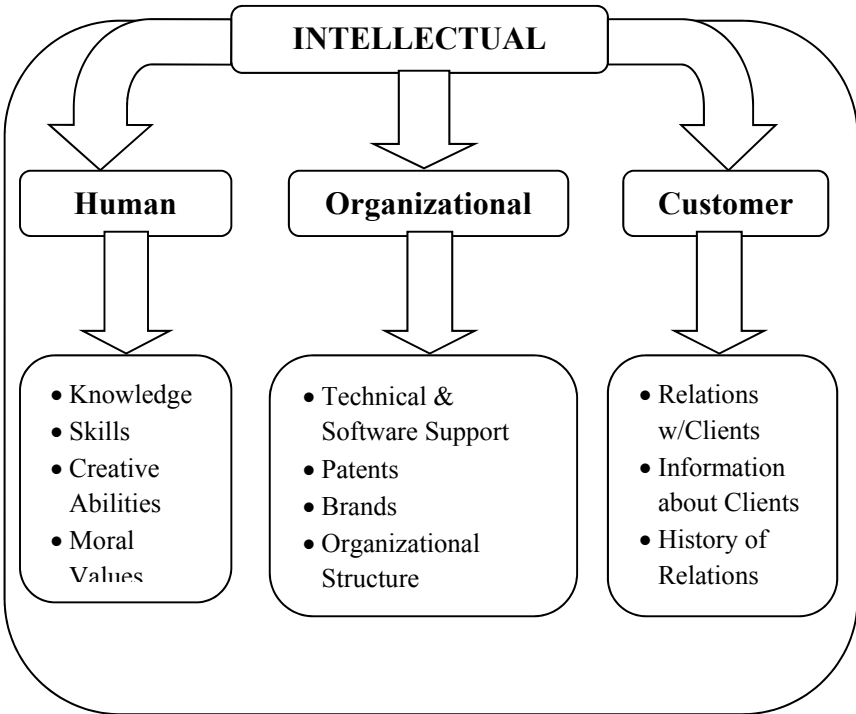
**Organizational capital** is the capacity of an organization to meet market requirements. It works in partnership with human capital to transform information. Organizational capital represents procedures, technologies, management systems, technical and software support, organizational structure, patents, brands, organizational culture and relations with clients.

**Customer or client capital** is a company’s links and relationships with clients and customers. To create customer capital is to create a structure that allows consumers to



communicate efficiently with company personnel. Economic competition is connected with human capital and intellectual capital. The fact that a firm cannot fully own human capital is of key importance: human capital belongs to the people who are its bearers. (Figure 1). [1] [5.235,238]

*Figure 1. The Structure of Intellectual Capital*



*Source: [www.undp.ru/download.phtml?\\$334](http://www.undp.ru/download.phtml?$334)*

In less than 70 years, Israel has been ranked the 1<sup>st</sup> in the world for scientific research, IT skills, entrepreneurship, etc. Apparently, the cogent reason is that Israel has made investments in intellectual capital evaluating its qualities. The Israeli

agriculture-oriented economy was substituted with high technology industry. This choice has already proved to be the right decision. It was Israel's intellectual capital that provided a fertile ground for its start-up culture rather than its arid climate and few natural resources. [1]

### **The Israeli Economy 60 Years Ago...**

Until the 1970s, industries like textiles, fashion, furniture, pesticides, fertilizers, irrigation and water management, food processing, plastic, rubber, metal and machinery provided the bulk of Israel's output. During that time, most of Israel's resources were devoted to the development of food production and processing. [17.3]

One of the earliest Israeli industrial innovations to reach international markets was the drip irrigation system, based on a concept pioneered in the 1890s by a researcher in California. [6.7]

The next industrial phase in Israel was focused on the business development and manufacture of arms needed for its defense, and it was helped because of various arms embargoes. The investment in arms and aviation laid the grounds for Israel's current industrial base: today the medical, telecom, electronics and software sectors are quite prosperous.

During the 1980s, the Israeli expatriates from Silicon Valley returned to their home country, opening centers for companies like Microsoft and IBM. In the 1990s, an influx of technicians, medical workers and scientists from the former USSR helped Israel to attain today's economy level. [7]

### **Per Aspera Ad Astra: Israel Today**

Nowadays, saying "the centre of innovation, R&D and technological excellence", Israel firstly comes to one's mind. How come? Once having been an agro technology market leader and a producer of fresh agricultural products, Israel is a high-tech oriented industry today. Despite limited natural resources, Israel has intensively developed its agricultural and industrial sectors over the past 20 years. [8.2] [17.4] Cut diamonds, high-technology

equipment and agricultural products (fruits and vegetables) are the leading export production. Israel usually posts sizable trade deficits, which are covered by large transfer payments from abroad and by foreign loans. Israel's GDP grew about 5% per year from 2004-2007. The impact of the global financial crisis of 2008-2009 caused a brief recession in the Israeli economy, but the country has overcome the adverse impacts with solid fundamentals such as a prudent fiscal policy, a series of liberalizing reforms and a resilient banking sector. The early recovery of the economy serves as a proof to the above-mentioned. Following the GDP growth of 4% in 2008, Israel's GDP slipped to 0.2% in 2009, but reached 3.4% in 2010, as exports rebounded. The global economic downturn affected Israel's economy primarily through reduced demand for Israel's exports in the US and EU, Israel's top trading partners. Exports of goods and services account for about 40% of the country's GDP. The Israeli Government responded to the recession by implementing a modest fiscal stimulus package and an aggressive expansionary monetary policy including cutting interest rates, purchasing government bonds and intervening in the foreign currency market. [9]. The "laissez faire" doctrine is not embraced by the Israeli economy. Instead, the Israeli Government and policies strongly support investment and economic growth of the country. Various incentives, benefits, as well as the R&D support and the investment support have had a positive impact on the economy. The Israeli Government actively supports **business development** through 2 main vehicles, (1) the Law for the Encouragement of Capital Investment (the Investment Law) and (2) the Law for the Encouragement of Industrial R&D.

The **R&D support system** offers R&D grants of up to 40-50% of an approved R&D program. The Government founded the Technology Incubator program in the early 1990s. Today there are 24 technological incubators across the country (out of which 13 are private). The incubators offer government funding up to 85%.

They nurture the companies from seed to early stage minimizing the risk to the investor.

The Government has been quite proactive in encouraging domestic and foreign capital **investment inflows**. Innovation continues to be the main magnet and attraction for the investment in Israel.

Moreover, the estimations and forecasts for future are much more promising for Israel thanks to the maturity of its market. [10.3]

### ***Factors Supporting the Israeli Economic Miracle***

#### ➤ *“Brain Gain” through Immigration*

The Israeli innovation has been boosted and stimulated by risk-taking immigrants including an influx of science and engineering talent from the former Soviet Union. Israel is considered to be the largest immigrant-absorbing nation in the world.

#### ➤ *Possession of Prestigious Academic Education System and Highly Educated Workforce Availability*

Israel is a leader in educational spending. It has the highest number of scientists and technicians per capita in the world. The Israeli academia are the engine of innovation. Besides, Israel has the highest ratio of university degrees to the population in the world (as of 2012). More than 25% of Israel's workforce holds university degrees; Israel has world class universities and research institutions, e.g. the Technion, Weizman Institute, Tel Aviv University, Hebrew University of Jerusalem, Ben Gurion University and more. In overall, 8 universities, 27 academic institutions and 27 institutions for training the teaching staff provide higher education. Israel's 7 universities are ranked among the world's top institutions. [11.9]

#### ➤ *Promotion of the Start-Ups and Venture Capital Industries*

In proportion to its population, Israel has the largest number of start-up companies in the world (as of 2012). In absolute terms,

Israel has the largest number of start-up companies than any other country in the world, except the US (3500 companies mostly in hi-tech). Israel is ranked the 2<sup>nd</sup> country in the world for venture capital availability. The Israeli venture capital industry has approximately 70 active venture capital funds out of which 14 are international VCs with offices in Israel. In 2008, 483 Israeli hi-tech companies raised \$2.08 billion. [15]

➤ *Creating Ideal Conditions for Innovation*

Israel provides an ideal environment for promoting innovation. The country is ranked 1<sup>st</sup> in terms of its quality of scientific research institutions and 4<sup>th</sup> in terms of utility patents. The Israeli innovations include a long list of market firsts such as disk-on-key technology, IP telephony, ZIP compression, the ingestible pill-size camera, modern drip-irrigation technology, ICQ instant messenger and many more.

➤ *Entrepreneurial Spirit Evaluation*

As a testimony to the country's vibrant start-up culture, the Israeli managers are ranked 1<sup>st</sup> in the world for their business entrepreneurship: its entrepreneurial spirit enables to transform start-up companies into profitable and competitive companies. This is evident by the fact that Israel has the largest number of NASDAQ listed companies outside the US and an increasing number of companies listed on the LSE (London Stock Exchange). Apart from Silicon Valley, the highest concentration of high-tech companies in the world is found in Israel with 4000 businesses.

➤ *Appreciating the Significance of R&D Spending*

The highly trained graduates of the Israel Defense Forces as well as the defense industries have spearheaded the high-tech boom making the defense technologies fit to the civilian applications. The result is that Israel is ranked 1<sup>st</sup> in the world (as of 2011) in terms of expenditure on R&D (as % of GDP): 4.8% of GDP was spent on R&D in 2010 (highest in the world). The significant growth in business R&D personnel demonstrates Israel's wealth in human capital.

➤ *Pro-Active Government Policy and Support*

Recognizing and realizing the importance of the technology sector to the economic growth and welfare of the country, the Israeli Government has established many incentives over years to encourage and support investment in technology-oriented companies and projects. These include tax relief, Government grants (through the Office of the Chief Scientist) and the establishment of technological incubators. Innovation entrepreneurship, incubation and venture capital funds are the key spheres the Israeli Government provides support.

➤ *Creating Investor Friendly Environment*

The investor friendly environment in Israel is attractive for many countries. The tax holidays enact for up to 10 years for foreign investors. The reform law for the Encouragement of Capital Investment will simplify bureaucratic processes concerning the approval of investments through the establishment of a Green Line<sup>1</sup>. In addition, benefits to the multinational companies are also provided. Intel, Microsoft, Google, Cisco, Motorola and many other world-known companies invest in Israel.

➤ *Gaining International Recognition*

Israel has strong trade relationships and agreements with the world's major trading blocks. Important bilateral agreements have been signed in the sphere of agriculture, health and medicine, protection of environment, industrial and technological R&D, as well as agreements on economic cooperation. [12]

**Armenia-Israel: Drawing Parallels**

Armenia and Israel have much in common in geographical, educational, scientific, intellectual, socio-economic and political

---

<sup>1</sup> Green Line refers to the demarcation lines set out in the 1949 Armistice Agreements between Israel and its neighbors (Egypt, Jordan, Lebanon and Syria) after the 1948 Arab-Israeli War. The Green Line is also used to mark the line between Israel and the territories captured in the Six-Day War, including the West Bank, Gaza Strip, Golan Heights and Sinai Peninsula.

aspects. The two countries are rather small in terms of square (Armenia takes 29800 square kilometers, and Israel — only 20770). The huge potential in intellectual development makes it possible for Armenia to reiterate the Israeli miracle story. Besides, both countries lack in natural resources. In early 1950s Israel started its economical development getting occupied in industries like textiles, food processing, chemical and agricultural sectors. The former Soviet Armenia was also occupied in the above-mentioned economic sectors. Nowadays Israel is prospering in hi-tech production volumes.

And at last but not least, the two countries have suffered a lot because of political conflicts and genocide.

The factors above prove that Armenia has all prerequisites for “exploiting” the full potential of its intellectual capital rationally and optimally.

Nevertheless, there are also factors that create some obstacles in implementing the Israeli success story in Armenia.

Firstly, having no access to coastline makes it difficult for Armenia to implement water transportation. This is a strategic factor. The coastline amounts up to 273 kilometers in Israel.

Secondly, the Jewish people have a powerful lobby. The basis of the lobby's power is political resources intelligently and aggressively deployed, strong media and pundit representation and support, a well developed and powerful system of grassroots activism, and the absence of any seriously contesting opposition. The lobby's power is manifested in the virtually open submissiveness of a large number of legislators. The lobby can muster remarkable numbers in support of Israeli interests in general or on any specific issue. The Jewish lobby's power is also shown by its ability to maintain Israel's huge claim on the foreign aid budget, which remains at approximately \$4 billion a year. The flow of foreign aid did not stop even during the period of serious budgetary pressures and neglect of large constituencies.

Thirdly, the sponsorship by West is also an important factor that Israel possesses. Israel's dependency on western support is most obvious when one considers that Israel remains the largest recipient of US aid in the world. Aid started to flow in large amounts in 1973, and has reached an average of \$3 billion annually. Over the years, the ratio of military aid increased at the expense of civilian aid, and Israel is required to use the funds to buy weaponry from US companies.

Nowadays the intellectual capital (IC) is becoming a major part of countries' value because we live in the knowledge era in which intangible assets, such as IC, are growth drivers. To manage and control IC, a country should be able to "measure" it. IC Reports serve for that reason. An IC Report is an official assessment of a country's IC and may be represented as an additional chapter of a country's Annual Report. In other words, it is a balance sheet of a country's "knowledge". IC Reports give the opportunity to manage a country's growth in a better way. Besides, they make it possible to communicate the intrinsic value of the country's stock to investors and lenders. So, the country needs to produce IC Report, which should comprise commercial and non-commercial constituent parts.

A group of professionals should deal with the IC Reports. Data mining, handling and final revision should be their basic obligations in preparing the IC Reports.

Devising and introducing a systematic curriculum regarding the IC Reports in the educational institutions will make it possible to train professional specialists for the future. [13.2,4] [14]

**Key concepts:** intellectual capital, human capital, organizational capital, customer or client capital, R&D, intellectual capital reports.



## REFERENCES

1. [www.iatp.am/vahanyan/articles/icisrael.doc](http://www.iatp.am/vahanyan/articles/icisrael.doc) [2 page] {25.09.2012}
2. David J. Teece “Managing Intellectual Capital: Organizational, Strategic, and Policy Dimensions”, 2002, Oxford University Press [3 page] {5.07.2012}  
<http://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/0198295421.001.0001/acprof-9780198295426>
3. Carol Yeh-Yun Lin, Leif Edvinsson “Background of National Intellectual Capital”, 2011, Springer New York [7 page] {12.07.2012}  
[http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4419-7377-1\\_2](http://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-1-4419-7377-1_2)
4. [www.undp.ru/download.phtml?\\$334](http://www.undp.ru/download.phtml?$334) {12.07.2012}
5. <http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6486-71-3/231-243.pdf> [235, 238 page ] {13.07.2012}
6. <http://www.jewishvirtuallibrary.org/jsource/brief/IsraelBriefBook.pdf> [7 page] {20.07.2012}
7. <http://www.jisoc.com/israel-main-economic-sectors.php> {25.07.2012}
8. [http://telem.openu.ac.il/content/docs/Y.Yair\\_chapter\\_for\\_Anadolu\\_University\\_book.pdf](http://telem.openu.ac.il/content/docs/Y.Yair_chapter_for_Anadolu_University_book.pdf) [2 page] {1.08.2012}
9. <http://www.asianinfo.org/asianinfo/israel/Economy.htm> {1.08.2012}
10. <http://www.innovationfordevelopmentreport.org/papers/Israel.pdf> [3 page] {1.08.2012}
11. <http://www.moital.gov.il/NR/rdonlyres/D20FF2AA-23AA-4D5F-8D44-8CD1DD61127B/0/Innovationbrochure2010.pdf> [9 page] {6.08.2012}

12. [http://www.americaisrael.org/scripts/aief-edu\\_Index.asp](http://www.americaisrael.org/scripts/aief-edu_Index.asp) {6.08.2012}
13. <http://www.slideshare.net/ajtalukdar/what-is-an-intellectual-capital-report-presentation> {7.08.2012}
14. <http://ideas.repec.org/p/dgr/rugsom/01e50.html> {7.08.2012}
15. <http://www.jfns.org/page.aspx?id=43769> {6.08.2012}
16. <http://www.agentschapnl.nl/sites/default/files/Israel%202010%20HTIA%20presentation%20IL%20economy%20-%20march%202010.pdf> [3 page] {13.08.2012}
17. [www.mruni.eu/en/mokslo\\_darbai/ie/archyvas/dwn.php?id=303412](http://www.mruni.eu/en/mokslo_darbai/ie/archyvas/dwn.php?id=303412) {14.08.2012}
18. [nic40.org/files/Chapter\\_2.pdf](http://nic40.org/files/Chapter_2.pdf) [2 page ] {4.09.2012}

**«ՄՏԱՎՈՐ ԿԱՊԻՏԱԼԻ ԴՐԱԿԱՆ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ  
ԻՄՐԱՅԵԼԻ ՕՐԻՆԱԿՈՎ»  
Լ.Վ. ԹՈՒՄՅԱՆ**

**Ամփոփում**

Շահութաբերության և աճի ներուժը մեծապես կախված են ոչ նյութական ակտիվների (մտավոր կապիտալի) զարգացման և արդյունավետ օգտագործման մակարդակից: Ժամանակակից աշխարհում ազգային հարստության ձևավորումը բխում է տեխնոլոգիական նորարարություններից, որն իր հերթին ենթադրում է մտավոր կապիտալի ռացիոնալ օգտագործում, զարգացում և կառավարում որպես մտավոր սեփականություն: Մտավոր կապիտալի կառավարման տեսանկյունից բավականին տպավորիչ է Իսրայելի օրինակը. գյուղատնտեսության ոլորտում երբեմնի առաջատարը, ունենալով սահմանափակ բնական ռեսուրսներ, այսօր համարվում է գիտահետազոտական ոլորտի օրրան: Իսրայելը կարճ ժամանակահատվածի (մոտ 60-70 տարի) ընթացքում կարողացավ գրանցել մեծ հաջողություններ գիտության ոլորտում: Սրան նպաստեցին 1990-ականների սկզբին տեղական կառավարության

որդեգրած արդյունավետ քաղաքականությունը և բարեփոխումները: Կառավարությունը լուրջ քայլերի դիմեց՝ աշխուժացնելու երկրի ներդրումային ոլորտը: Օտարերկրյա ներդրողների համար նորարարությունը շարունակում է մնալ հիմնական գրավական, որը մղում է նրանց կատարել ներդրումներ հենց այստեղ: Կատարվեցին օրենսդրական փոփոխություններ գործարար ոլորտը աշխուժացնելու և զարգացնելու համար: Այս առումով Իսրայելը կարող է գերազանց օրինակ ծառայել բազմաթիվ անցումային երկրների համար: Բացառություն չէ նաև Հայաստանը: Այս երկու երկրներն ունեն բավականին շատ ընդհանուր գծեր, որոնցից են տարածքային փոքրությունը, բնական պաշարների սղությունը, գիտակրթական բարձր մակարդակը, քաղաքական բարդություններ և այլն:

*Առանցքային հասկացություններ.* մտավոր կապիտալ, մարդկային կապիտալ, կազմակերպչական կապիտալ, սպառողական կապիտալ, գիտատեխնիկական և կոնստրուկտորաշինական աշխատանքներ, մտավոր կապիտալի վերաբերյալ հաշվետվություններ:

**“ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ  
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ  
ИЗРАИЛЯ”  
Л.В. ТУМЯН**

**Резюме**

Потенциал роста и рентабельность зависят от уровня развития и эффективного использования нематериальных активов (интеллектуального капитала). В современном мире формирование национального богатства (достояния) исходит из технологических инноваций, которые в свою очередь предполагают рациональное использование, развитие и

дальнейшее управление интеллектуальным капиталом. С этой точки зрения Израиль является наглядным примером. В прошлом являясь лидером в области сельского хозяйства, Израиль сегодня считается колыбелью в области исследований и разработок. Этому способствовали предпринятые меры в виде эффективной политики и реформ. Местное правительство предприняло серьезные шаги для активизации иностранных инвестиций. Инновации до сих пор являются главным магнитом для привлечения инвестиций в Израиль. В законодательстве, регулирующем предпринимательскую деятельность страны, были сделаны соответствующие изменения. Израиль является прекрасным примером для многих стран с переходной экономикой. Армения тоже имеет возможность развиваться по “проторенному” Израилем пути. Есть много общего у этих двух стран: площадь страны, ограниченные природные ресурсы, уровень образования, политические осложнения и т.д.

**Ключевые слова:** интеллектуальный капитал, человеческий капитал, организационный капитал, потребительский капитал, научно-исследовательские работы, отчеты по интеллектуальному капиталу.

## FOOT PLACE FOR DC COUNTRY T&C PRODUCERS IN EU MARKET

A.M. GRIGORYAN

Textiles and clothing have a long history of migration in production. East Asia (including China and India) was the major global producer of textiles in the 17<sup>th</sup> and until mid 18<sup>th</sup> century. This is followed by the Great Britain from the mid to late 18<sup>th</sup> century, and North America from the beginning to the mid 19<sup>th</sup> century. Since the late 1990s, East Asia is resuming its historic role as the world's leading textile manufacturers, and according to some estimates this will intensify in the decades to come.

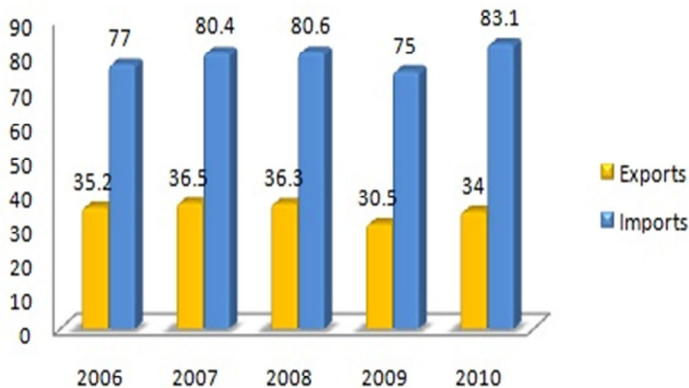
The World Trade Organization (WTO) has taken important steps for development of this sector. In 1995, WTO had adopted Agreement on Textiles and Clothing (ATC), which provided for removal of quotas on textile and clothing among WTO member countries. This agreement was enforced on 1-1-2005 and all the quotas were abolished.

The world clothing and textile industry - encompassing clothing, textiles, footwear and luxury goods - reached almost \$2,560 trillion in 2010. The apparel, luxury goods and accessories portion of the market, which accounts for over 55% of the overall market, is expected to generate \$3,180 billion in 2015, with a yearly growth rate in excess of 4%. According to **IDTechEx**, the apparel market will call for 20 billion FTID tags a year from 2021, at a cost of \$1 billion.

World T&C exports grew by 14.6%, from USD 525 billion in 2009 to USD 602 billion in 2010. The European Union remained the **leading world importer of clothing**. It made up for 44.7 per cent of the clothing and 27.5 per cent of textile of world total imports in 2010. The European Union was followed by the United States of America (graph 1) (5.7).

## Graph 1. The EU-27 textiles and clothing industry

EU-27's Textile&Clothing Trade, million Euros



### Characteristics of the textile and clothing sector

The textile and clothing (T&C) industry comprises:

- the treatment of raw materials
- "Natural" fibres include cotton, wool, silk, flax, jute, etc.
- "Man-made" fibres include fibres coming from transformation of natural polymers, synthetic fibres, and fibres from inorganic materials.
- the production of knitted and woven fabrics finishing activities
- the transformation of those fabrics into products such as:
  - garments, knitted or woven (= the so-called "clothing" industry);
  - carpets and other textile floor covering;
  - home textiles technical or 'industrial' textiles(4.9).

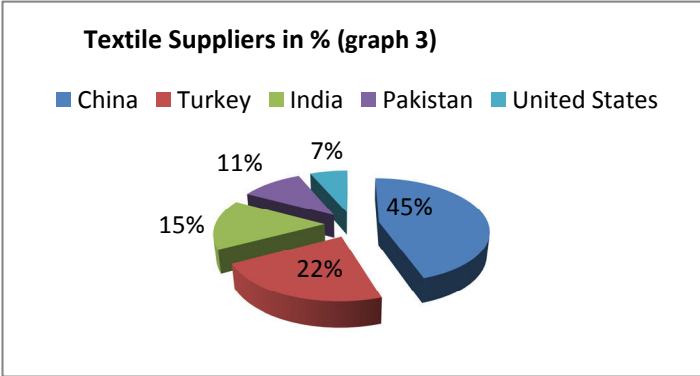
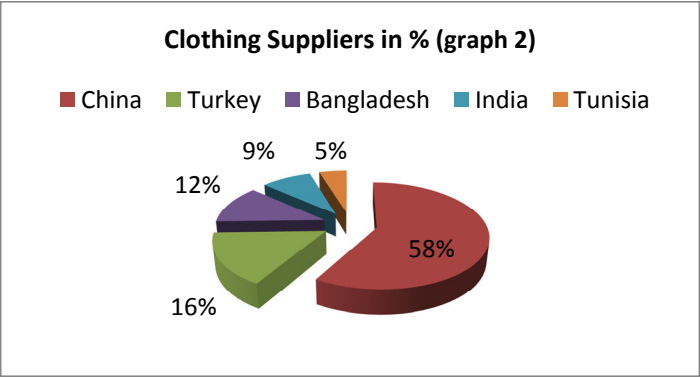
### EU T&C market

According to the data from The European Apparel and Textile Confederation, in 2010, the overall size of the textile and

clothing industry in the EU-27 represents a turnover of **172** billion Euros with investments of around **5** billion Euros. Despite the strong effect of the global economic recession, the 127,000 textiles and clothing companies still employ over 1.9 million workers. EU external trade was more dynamic with 34 billion Euros of textile and clothing products exported and 84 billion Euros imported from Third markets in 2010 (see graph 2,( 2.53)).

**Recent trends in the textile and clothing sector: the effects of the economic crisis and developments in import and export trading partners**

Main supplier of clothing is China (58%), followed by Turkey (16%), Bangladesh (12%),India (9%) and Tunisia (5%).China is textile first supplier (45%), followed by Turkey (22%), India(15%), Pakistan(11%) and USA(7%) (Graph 2;3).

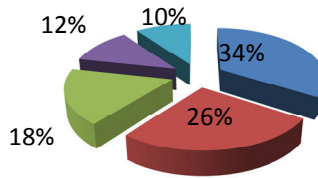


After China, the EU is the world's second largest exporter of textile products with 31% including intra-EU trade. Excluding intra-EU trade, in 2010 the EU exported €33.8 billion worth of textiles and clothing products and continues to dominate global markets for up-market and high quality textiles and clothing (see graph 4;5).



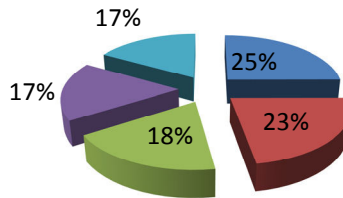
**Clothing customers in % (graph 4)**

■ Switzerland ■ Russia ■ United States ■ Japan ■ Honk Kong



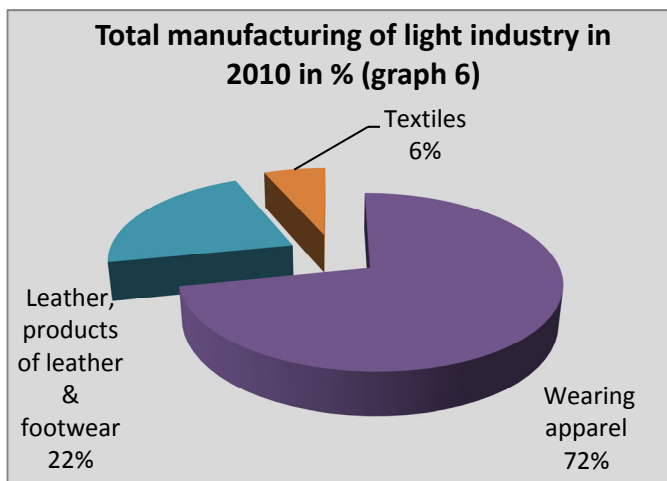
**Textile customers in % (graph 5)**

■ United States ■ Turkey ■ Tunisia ■ China ■ Switzerland



Switzerland is the first export market for clothing (34%), Russia has become the second export market of EU clothing (T/C) products with 26% of total exports, followed by USA (18%), Japan (12%) and Honk Kong (10%). As regards the textiles and clothing external trade performance, about 20% of EU-27 production in value is sold on the external market despite limited access to many third country markets (4.5).

## Short overview of Armenian textile and clothing sector



The light industry is one of the oldest branches of Armenia. The Armenian light industry consists of three major sectors: wearing apparel-clothing (72%), leather, products of leather, footwear (22%) and textile processing (6%) (See graph 6). The number of registered enterprises in the industry was 154 in 2000. Number of organizations in 2005 was 177. It dropped down to 96 in 2009, and 69 in 2010.

Armenia imports raw materials; yarn, cotton, textile, wool, as well as some readymade apparel. Total sum of textile articles, apparel, raw materials imported was 122 559 thousand USD, as to export it equals to the amount 6 751 thousand USD in 2010. About 1 194 tons of textile articles, apparel and raw materials were exported and 15 856 tons imported in 2010.

### **Outward-processing trade (OPT), subcontracting**

European and Japanese variations in apparel sourcing networks Outward-processing trade (OPT) in the European clothing sector is the practice where companies export fabrics, or parts of garments, to be further processed in a **third country** and

then re-import them as finished garments in an EU country. OPT, which has been regulated within the EU since 1982, is recognized as accelerating the process of delocalization, or the shift of apparel production to low-wage countries.

The main attraction of OPT is **reduced labor costs**, which account for up to 60 per cent of clothing production costs. Now is the time for DC garment producers to get their act together and to find new buyers.

### **OTP, Subcontracting in Armenia**

The Armenian clothing sector has a great potential for rapid development. Currently companies operating in this field export up to 100% of their production. Most of the companies operating in this sector export their production to Canada, USA, Europe, and CIS.

The companies work mainly on subcontracting basis with companies like: Canadian “Yves Marin”, American “Happy Kids”, Italian “Moncler”, “Saris”, Dutch “Liza Text”, German “LEBEK”.

Armenia is competitive in clothing market with its low energy and labor costs (Table 1).

Table 1. Salary and energy costs:

	Armenia	Turkey	Italy
Sector average salary in Euro	133	300	1200
Electricity price in Euro (per kwt/h)	0,04	0,08	0,12

In addition, one of the very important factors is the custom fee for exported production. Armenia doesn't apply any custom fee for exported production. As to Italy or Turkey there is 20% custom fee on exported product. Accordingly Armenia has competitive advantages to attract new cooperation opportunities and develop the sector.

## **Opportunities and threats on the EU market**

### **The impact of the economic crisis**

Despite the economic crisis, the European market still offers opportunities to garment exporters from **developing countries (DCs)**. One of the most important developments is the opening up of the market.

There are possibilities for DCs to take advantage of the opportunities which have arisen on the European market. Product development, marketing strategy, should be worked out for entering EU market. Local T&C producers should join together, create a cluster and operate under one umbrella (3.3).

### **Developing a product strategy for clothing**

The essential factor to appreciate in developing product strategy is the dynamic nature of the market and its interrelationship with other markets.

The total value of garments consists of material (fabrics, trim etc.) + design + production (sewing, finishing etc.) + logistics + marketing. Profits can be obtained wherever value is added to the chain. So the position of the added value in that chain has to be singled out. In the clothing value chain barriers to entry are low, capital requirements are not onerous, and production is labor-intensive (6.9).

**There are four key elements to developing a product strategy:**

1. Features/benefits analysis
2. Unique selling proposition
3. Product development
4. Product packaging

### **How to get a foothold on the European market**

EU market has evolved into a buyers-market; this also means that there are too many producers and not that many buyers. This has made it very difficult for DC garment producers to get a foothold on the European market. The best way to find buyers is to have a sales agent in Europe or even establish a European sales office. Without a sales agent who regularly visits European

companies and shows samples and promotes the company, it is almost impossible to get a foothold on the European market nowadays. Instead of focusing on European countries, it is also a good option to target European retail chains which operate Europe-wide. To lower the costs and risks involved with establishing sales offices in Europe, working together with other local or international garment producers is a smart and proven solution.

### **Working together with local garment producers- Creating clusters**

Establishing a sales office in Europe involves making a huge investment and it is not very realistic for DC garment producers to be able to carry this investment and risk by themselves. However, if one company can work together with other local (garment) producers, it will have a much better chance of succeeding. A good example of such cooperation is Alliance Hangers (<http://www.alliancehangers.com>). A comparable **cluster** of garment producers would help DCs to profile themselves on the European market (7.39).

The economic crisis has opened up the market in the garment industry offering new opportunities for DC garment producers to find new buyers. At the national level, diversifying the T&C sector and developing productive and export capacities of other complementary industrial sectors, call for addressing structural issues, improving the business environment conditions, reducing transaction costs and strengthening the capacity of government. Various programmes can be devised to deal with these areas, as follows:

#### ***Addressing structural factors:***

- Programmes to enhance productivity at factory level; to support entrepreneurship and skills upgrading, especially in material sourcing and design; to stimulate leveraging of new skills, knowledge, technology and markets through linking with foreign partners in global and regional value chains (8.9).

### ***Reducing transaction costs***

- Programmes to address trade facilitation issues such as harmonization of custom procedures and clearances and associated laws and regulations; to build adequate quality infrastructure physical infrastructure and utilities.

### ***Stimulating private sector development and small, medium and micro enterprises (SMMEs)***

- Programmes to support **cluster** development and regional **innovation** systems though stimulating interactive learning and innovation processes in collaboration with research institutes in national and regional innovation systems.
- Programmes to survey SMME sector in terms of its structure, geographical and sectoral concentration, gender balance, and obstacles faced in terms of access to skills, finance, technology and markets.

**Key concepts:** T/C Textile and clothing, DC Developing countries, Agreement on Textiles and Clothing (ATC), SME Small and Medium Enterprises, Subcontracting, Investment, Global Economic Recession, cluster

### **REFERENCES:**

1. Policy Research Working Paper: “The Global Apparel Value Chain, Trade and the Crisis Challenges and Opportunities for Developing Countries”- Gary Gereffi, Stacey Frederick (p.5)
2. Euratex, European Textile and Apparel Confederation- “Activities of the year 2010”, Annual Report (p 53)
3. “Developing a product strategy for apparel survey” by Searce in cooperation with Dhyana van der Pols [www.cbi.eu](http://www.cbi.eu) (15.03.2012)
4. “Statistics on textiles and clothing” [www.Eurostat.com](http://www.Eurostat.com) (25.03.2012)

5. [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2010\\_e/its10\\_merch\\_trade\\_product\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_merch_trade_product_e.htm)(03.04.2012)
6. [http://www.wto.org/english/tratop\\_e/texti\\_e/texti\\_e.htm](http://www.wto.org/english/tratop_e/texti_e/texti_e.htm)(04.04.2012)
7. “The Impact of World Recession on the Textile and Garment Industries of Asia” UNIDO,2009(p.39)
8. <http://www.reportlinker.com/p0149595-summary/Apparel-RFID.html> (22.03.2012)

**МЕСТО НА РЫНКЕ ЕС ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ  
ТЕКСТИЛЯ И ОДЕЖДЫ (ТО) РАЗВИВАЮЩИХСЯ  
СТРАН (РС)  
А.М ГРИГОРЯН**

**Резюме**

Текстиль и одежда имеют длинную историю развития в производстве. Всемирный экспорт текстиля и одежды вырос на 14,6%, от USD 525 млрд. в 2009 году до \$ 602 млрд. в 2010 году. Европейский Союз остается ведущим в мире импортером одежды, который составлял 44,7 % одежды и 27.5 % текстиля в мирового общем объеме импорта в 2010 году. Внешняя торговля ЕС была более динамичной и составляла 34 млрд. евро по экспорту текстильной и швейной продукции и 84 млрд. евро по импорту из третьих рынков в 2010 году.

Европейский рынок открывает возможности для экспортеров одежды из развивающихся стран (РС). Создание кластера для производителей одежды поможет развивающимся найти место на европейском рынке (1.5).

**Ключевые слова:**

ТО -Текстиль и одежда, РС- Развивающиеся страны, МСМП- малые средние и микро предприятия

Субконтрактинг, кластер, инновация, глобальный экономический спад, Третий рынок

**ՋԱՐԳԱՑՈՂ ԵՐԿՐՆԵՐԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԵՎ ՀԱԳՈՒՄՏ  
Տ/Հ ԱՐՏԱԴՐՈՂՆԵՐԻ ԴԻՐՔԸ ԵՄ ՇՈՒԿԱՅՈՒՄ  
Ա.Մ. Գրիգորյան**

**Ամփոփում**

Տեքստիլի և հագուստի արտադրության ոլորտն ունի զարգացման երկար պատմություն: Աշխարհի Տ/Հ արտահանումը աճել է 14.6%-ով՝ 2009թ. 525 մլրդ. ԱՄՆ դոլարից հասնելով 602 մլրդ. 2010 թվականին: ԵՄ-ն պահպանում է իր առաջատար դիրքը հագուստի արտահանման աշխարհում: ԵՄ-ում հագուստի արտահանումը 2010թ. կազմում էր 44.7% համաշխարհային արտահանման բաժնեմասում, իսկ մանածագործությունը՝ 27.5%: ԵՄ-ի արտաքին առևտրաշրջանառությունը 2010թ. առավել քան դինամիկ էր՝ Տ/Հ արտադրանքի արտահանումը կազմել էր 34մլրդ. եվրո, իսկ երրորդ երկրների շուկաներից ներմուծումը կազմել էր 84մլրդ. եվրո:

ԵՄ-ը հնարավորություններ է ընձեռում Ջարգացող Երկրների (ՉԵ) կարի արտադրության արտահանողներին մուտք գործել շուկա: Տեքստիլի և Հագուստի կլաստերների ստեղծումը կնպաստի ՉԵ արտադրողներին իրենց դիրքը գրավել Եվրոպական շուկայում (1.5):

**Առանցքային բառեր**

Տ/Հ-Տեքստիլ և Հագուստ, ՉԵ - Ջարգացող Երկրներ, ՏՀԱՀ - Տեքստիլի և Հագուստի Արտադրության Համաձայնագիր, ՓՄՄՁ – Փոքր, Միջին և Միկրո Ձեռնարկություններ, սուրկոնտրակտինգ (տոլինգ), նորարարարություն, Գլոբալ տնտեսական անկում, կլաստեր:



## ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

### ԻՐԱՎԱԲԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

#### **Հ. Ռ. Պետրոսյան, Ն. Ա. Ավետիսյան**

Հանցանք կատարած անձանց հանձնման ինստիտուտը կանոնակարգող դրույթների իրավահամեմատական վերլուծություն (ըստ ՀՀ քրեական դատավարության գործող օրենսգրքի և նոր օրենսգրքի նախագծի)..... 3

### ՄԱԹԵՄԱՏԻԿԱ

#### **Ա. Օ. Եսայան,**

Ստոխաստիկորեն կախյալ օբյեկտների նկատմամբ վարկածների օպտիմալ տեստավորման դեպքում հուսալիությունների փոխկախվածությունների հաշվարկման մասին ..... 10

### ԻՆՖՈՐՄԱՏԻԿԱ

#### **Վ. Ս. Սողոմոնյան, Տ. Ս. Կոստանյան, Ա. Ս. Մաթևոսյան,**

Բաշխված համակարգի կիրառությունը հեռահաղորդակցման տեխնոլոգիաներում..... 17

#### **Ե. Ծ. Ալավերդյան,**

Քվազիխմբերի հիման վրա գաղտնագրային բուլյան ֆուկցիաների գեներացման արդյունավետության գնահատականը ..... 26

#### **Խ. Ն. Սարգսյան,**

Ավելացված արժեքի հարկի համակարգի մոդելավորում հիերարխիայի վերլուծական մեթոդի օգտագործմամբ ..... 36

<b>Ք. Յու. Բաղդասարյան,</b> Կորպորատիվ ֆինանսավորումը հայկական տարբերակով.....	46
<b>Հ. Չ. Գրիգորյան, Ա. Վ. Պետրոսյան,</b> Պատահական պրոցեսների սինթեզ կանոնիկ ներկայացումների հիման վրա .....	59
<b>Վ. Ս. Սողոմոնյան, Ա. Ս. Մաթևոսյան Տ. Ս. Կոստանյան,</b> Վիրտուալ բևեռագրիչի նախագծում .....	65
<b>Կ. Վ. Պետրոսյան, Ա. Հ. Գրիգորյան, Տ. Ա. Միրջայեղյան</b> Ծրագրային ապահովման ներդրումային նախագծերում ռիսկերի կառավարման հիմնախնդիրները իրական օպցիոնների համատեքստում .....	74
<b>Գ. Լ. Այվազյան,</b> Տարանջատված ռադիոլոկացիոն համակարգերի ինֆորմացիոն հնարավորությունները սովերային ցրման դեպքում.....	86
<b>Կ. Խ. Խաչատրյան,</b> Ձեռնարկությունների նախաներդրումային ռազմավարական ախտորոշումը .....	94

## **ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ**

<b>Ջ. Ա. Թադևոսյան, Գ. Ս. Ժամակոչյան,</b> Ապրանքանիշի դերը և ռեբրենդինգի արդյունավետությունը Հայաստանի Հանրապետության հեռահաղորդակցության շուկայում .....	109
<b>Ջ. Ա. Թադևոսյան, Հ. Ռ. Երիցյան,</b> «Վերագգային կորպորացիաներ» հասկացության մեկնաբանման շուրջ .....	121

<b>Ա. Ա. Մխիթարյան,</b> Բանկերը Հայաստանում որպես շուկայական վերափոխումների խթանիչ .....	138
<b>Ա. Մ. Ավետիսյան, Տ. Ս. Բաղդասարյան,</b> Ֆինանսական հաշվեկշռի կատարելագործումը որպես դրամական միջոցների հոսքերի կառավարման արդիականացման գործիք .....	150
<b>Ա. Հ. Ստեփանյան,</b> Աշխատակիցների արդյունավետության գնահատումը և մոտիվացիան հաճախորդ-բանկ հարաբերությունների համատեքստում .....	162
<b>Ա. Ս. Մատենցյան,</b> Երկրի իմիջը և ազգային բրենդինգի առանձնահատկությունները.....	176
<b>Լ. Ա. Ավետիսյան, Լ. Գ. Սարգսյան,</b> Համաշխարհային զբոսաշրջային շուկային Հայաստանի Հանրապետության ինտեգրման հիմնախնդիրները.....	197
<b>Ե. Գ. Թորոսյան,</b> Շրջակա միջավայրի պահպանության հիմնական խնդիրները .....	212
<b>Լ. Ա. Ավետիսյան, Ա. Ս. Օհաջանով,</b> Ներդրումային հիմնադրամների կայացման հիմնախնդիրները Հայաստանի Հանրապետությունում ....	223
<b>Տ. Ս. Բաղդասարյան,</b> Դրամական հոսքերի կառավարման մեթոդների օպտիմալացման արտերկրների փորձի վերլուծությունը...	236
<b>Տ. Ռ. Սարգսյան,</b> Երևանի մետրոպոլիտենի առավելությունների համեմատական վերլուծությունը և զարգացման հիմնախնդիրները .....	248

**Ա. Ա. Սարգսյան,**  
 Տնտեսության ռազմավարական պլանավորման  
 արդյունավետության բարձրացման  
 հնարավորությունները Հայաստանի  
 Հանրապետությունում..... 263

**Լ. Վ. Թումյան,**  
 «Մտավոր կապիտալի» դրամական ազդեցությունը  
 Իսրայելի օրինակով .....278

**Ա. Մ. Գրիգորյան,**  
 Չարգացող երկրների տեքստիլ և հագուստ Տ/Հ  
 արտադրողների դիրքը ԵՄ շուկայում..... 292

**Խմբագրության հասցեն. Հայաստանի Հանրապետություն, Երևան 0037,  
Դավիթ Անհաղթի 10**

Հեռ. (374 10) 24 00 38  
Ֆաքս (374 10) 24 00 38  
Էլ. փոստ. [segart25@yahoo.com](mailto:segart25@yahoo.com)  
[d.hovhannisyan@eriicta.am](mailto:d.hovhannisyan@eriicta.am)

Համակարգչային ձևավորումը՝ Մ. Գևորգյանի

Սրբագրությունը՝ Ք. Անանյանի, Ն. Գևորգյանի

Ստորագրված է տպագրության 29.10.2012թ.

Ֆորմատ՝ 60x84/16 Թուղթ՝ օֆսեթ: Տպագրական 19 մամուլ: Տպաքանակ՝ 150:

© ԵԱ գիտական հոդվածների ժողովածու, 2012

Եվրոպական կրթական տարածաշրջանային ակադեմիայի հրատարակչություն,  
Երևան 0037, Դավիթ Անհաղթի 10

Տպագրվել է «Պոլիգրաֆիզնես» ՍՊԸ-ի տպարանում:  
Հասցեն՝ ՀՀ ք.Երևան, Ծովակալ Իսակովի 48/2: