

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ՏՆՏԵՍԱԳԻՏԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ԶԱՐՈՒՀԻ ՄԻՔԱՅԵԼԻ ՄԵԼՔՈՒՄՅԱՆ

ՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ ՄԻՋԱՎԱՅՐԻ ԲԱՐԵԼԱՎՄԱՆ ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՍՆՆԴԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ՈԼՈՐՏՈՒՄ (ՀՀ ՆՅՈՒԹԵՐՈՎ)

Ը.00.02 - «Տնտեսության, նրա ոլորտների տնտեսագիտություն և կառավարում» մասնագիտությամբ տնտեսագիտության թեկնածուի գիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ – 2017

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում:

Գիտական ղեկավար՝

տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
Գագիկ Իշխանի Վարդանյան

Պաշտոնական ընդդիմախոսներ՝

տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր
Արարատ Եղիշեի Զաքարյան

տնտեսագիտության թեկնածու, դոցենտ
Կառլեն Գագիկի Խաչատրյան

Առաջարար կազմակերպություն՝

**ՀՀ ԳԱԱ Մ. Քոթանյանի անվան
տնտեսագիտության ինստիտուտ**

Ատենախոսության պաշտպանությունը կայանալու է 2017թ. մարտի 23-ին, ժամը 15³⁰-ին Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանում գործող ՀՀ ԲՈՀ-ի տնտեսագիտության թիվ 014 մասնագիտական խորհրդում:

Հասցեն՝ 0025, ք. Երևան, Նալբանդյան 128:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2017թ. փետրվարի 23-ին:

Մասնագիտական խորհրդի

գիտական քարտուղար,

տնտեսագիտության դոկտոր, պրոֆեսոր



Սուրեն Գևորգյան

Ատենախոսության ընդհանուր բնութագիրը

Հետազոտության թեմայի արդիականությունը: Տնտեսական կյանքի զարգացման ներկա ժամանակահատվածում տնտեսվարող սուբյեկտների միջև մրցակցային ազատ և արդար հարաբերությունների ձևավորումը յուրաքանչյուր պետության կարևոր գերխնդիրներից է: Ուստի, այդ առումով ատենախոսության թեմայի արդիականությունը կասկած չի հարուցում: Միաժամանակ համաշխարհային տնտեսական և ձեռնարկատիրական պրակտիկայում թերևս անհնար է խուսափել մրցակցային հարաբերությունների խաթարման նոր դրսևորումներից և այնպիսի իրավիճակների ձևավորումից, որոնք բացասական ազդեցություն են գործում առևտրային կազմակերպությունների ներդրումային նոր նախագծերի իրականացման գործընթացի վրա, սերմանում անվստահություն ապագայի նկատմամբ: Հատկապես, այդ գործընթացների վրա ազդեցություն են թողնում համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի հետևանքները, երբ տարբեր երկրներում բազմաթիվ ձեռնարկությունների չի հաջողվում շտկել իրավիճակը, դուրս գալ դեպի կայուն տնտեսական և ներդրումային հարթակներ, ձեռք բերել վստահություն ապագայի նկատմամբ: Կարծես թե խաթարվում է տնտեսական ողջամիտ միջոցառումներ և քայլեր կատարելու տրամաբանությունը: Այս իմաստով բացառություն չէ նաև Հայաստանի Հանրապետության տնտեսական միջավայրում ստեղծված իրավիճակը: Ուստի, ատենախոսության թեմայի արդիականությունը հիմնավորված է նաև նրանով, որ աշխատանքում ներկայացվում են ինչպես մրցակցային հարաբերությունների գնահատման նոր՝ տեսական և մեթոդաբանական մոտեցումներ, այնպես էլ տրվում է ՀՀ սննդամթերքի շուկայում առկա մրցակցային հարաբերությունների վերլուծությունը: Սննդամթերքի շուկայի ընտրությունը պայմանավորված է այն հանգամանքով, որ թերևս այս ոլորտում կարելի է հանդիպել հանրապետությունում տնտեսական մրցակցության ներկա վիճակին հարիր տիպային իրավիճակի, որին բնորոշ են շուկայի կենտրոնացման բարձր աստիճանը, արհեստական մենաշնորհների բացակայությունը, արտահանման մեծ ներուժը, հարաբերականորեն կայուն, սակայն անսպասելի զարգացումներով միջավայրի, ինչպես նաև տեղական հումքով աշխատող ձեռնարկությունների առկայությունը: Սակայն նման իրավիճակում առկա են նաև բազմաթիվ չլուծված խնդիրներ, որոնք իրենց լուծումը չեն ստանում տարիներ ի վեր:

Ուստի աշխատանքում ներկայացվում են նաև տեսական և պրակտիկ լուծումներ, տրվում են ներկրման և առևտրական ցանցերի ոլորտների

արհեստական և “վարչական” մենաշնորհների սահուն կազմաքանդման նոր մոտեցումներ:

Վերոնշյալ բոլոր առաջարկվող լուծումներն արդիական են Հայաստանի Հանրապետության կառավարության կողմից իրականացվող արմատական և նոր բնույթի տնտեսական բարեփոխումների ենթատեքստում:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները: Աշխատանքի հիմնական նպատակը նորմատիվ իրավական և վարչարարական նոր մոտեցումների և խաղի նոր կանոնների սահմանման և իրականացման միջոցով Հայաստանի Հանրապետությունում մրցակցային ազատ և արդար հարաբերությունների ձևավորումն է, մրցակցային և ներդրումային միջավայրի արմատական բարելավումը: Այդ նպատակով աշխատանքում առաջարկվել են հետևյալ հիմնական խնդիրները.

- մրցակցային միջավայրի տեսական հիմնախնդիրների նորովի ձևակերպումը և դրանց ամփոփ վերլուծությունը,
- մրցակցային միջավայրի գնահատման տեսական և մեթոդաբանական նոր մոտեցումները,
- մրցակցային միջավայրի ներկա վիճակի վերլուծությունը ՀՀ սննդի արդյունաբերության ոլորտում, մասնավորապես՝ կաթնեղենի, մսեղենի, ձկան և նպարեղենի շրջանառության ոլորտներում,
- մրցակցային հարաբերությունների և մրցակցային միջավայրի կատարելագործման և իրավական կարգավորման բարելավման ուղիները ՀՀ-ում:

Ատենախոսության ուսումնասիրության օբյեկտը և առարկան:

Աշխատանքում հետազոտության օբյեկտ են հանդիսացել ՀՀ սննդի արդյունաբերության ոլորտը, սննդամթերքի մի շարք տեսակների ապրանքային շուկաները, սննդի արտադրության ոլորտի ձեռնարկությունների մրցակցային հարաբերությունները:

Հետազոտության առարկան են հանդիսացել սննդի արդյունաբերության ոլորտում մրցակցային հարաբերությունները, սննդամթերքի ապրանքային շուկաներում մրցակցային իրավիճակի կատարելագործման ուղիները, մրցակցային վիճակի գնահատման տեսական նոր մոտեցումների մշակումը:

Հետազոտության տեսական, տեղեկատվական և մեթոդաբանական հիմքերը: Ատենախոսության համար, որպես տեսական և մեթոդական հիմք, ծառայել են տնտեսագիտության, միկրոէկոնոմիկայի, մրցակցությանը, շուկաներին և ձեռնարկատիրական գործունեությանը նվիրված ինչպես հայրենական, այնպես էլ արտասահմանյան մի շարք

հեղինակների աշխատությունները, նրանց կողմից հրատարակվող հոդվածների, միջազգային բարձր հեղինակություն վայելող կազմակերպությունների վերլուծական նյութերը:

Որպես տեղեկատվական հիմք՝ ծառայել են ՀՀ Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի, ՀՀ Ազգային վիճակագրական ծառայության և այլ պետական լիազոր մարմինների կողմից հրապարակվող տվյալները, սեփական դիտարկումների արդյունքները, շուկայի հետազոտությունները, սպառողների շրջանում իրականացված հարցումների արդյունքները:

Հետազոտության ընթացքում կիրառվել են վիճակագրական վերլուծության, տնտեսամաթեմատիկական մոդելավորման, կոռելացիոն վերլուծության, աղյուսակային և գրաֆիկական վերլուծությունների մեթոդները:

Հետազոտության հիմնական գիտական արդյունքները և նորույթը:

Հետազոտության ընթացքում արձանագրվել են որոշակի արդյունքներ, որոնցից կարող ենք առանձնացնել հետևյալ գիտական նորույթները.

- Սահմանվել է «վարչական մենաշնորհ» հասկացությունը, որը նորմատիվ իրավական ակտերով չսահմանված, սակայն ՀՀ պրակտիկայում գործող ներկրման, գնումների և այլ գործընթացներում առկա մեկ կամ մի քանի կազմակերպությունների համար գործող արտոնությունների արդյունքում ձևավորված մենաշնորհն է:

- Գնահատվել են ՀՀ սննդամթերքի ապրանքային շուկաներ մտնելու և շուկայից դուրս գալու նորմատիվ իրավական ակտերով սահմանված և չսահմանված արգելքներն ու դրանց ազդեցությունը մրցակցային պայմանների և միջավայրի վրա:

- Բացահայտվել են ոչ պաշտոնական մենաշնորհային և օլիգոպոլ ապրանքային շուկաների առաջացման պատճառները և առաջարկվել է դրանց ազատականացումն ապահովող իրավական և վարչարարական հստակ գործիքակազմ,

- Սննդամթերքի օլիգոպոլ և մենաշնորհային շուկաներում գին-սպառում կախվածության և պահանջարկի գնային ճկունության գնահատմամբ՝ բացահայտվել է գների փոփոխության բեռի բաշխման կառուցակարգը սպառողի և արտադրողի միջև, մշակվել է շուկայի մրցակցային միջավայրի գնահատման նոր՝ համալիր ցուցանիշ:

Հետազոտության արդյունքների կիրառումը և գործնական

նշանակությունը: Ատենախոսության հիմնական արդյունքներն ունեն ինչպես տեսական, այնպես էլ գործնական բնույթ: Դրանց տեսական մասը կարող է կիրառվել մրցակցային իրավիճակի գնահատման տեսական

պատկերացումները կատարելագործելու և ընդգրկման աստիճանը մեծացնելու համար, իսկ գործնական մասը՝ տնտեսական մրցակցության ոլորտը կարգավորող օրենքների և իրավական ակտերի մշակման և հակամենաշնորհային քաղաքականության իրականացման արդյունավետության բարձրացման գործում:

Հետազոտության փորձարկումը և հրապարակումները:

Ատենախոսության հիմնական դրույթները զեկուցվել և քննարկվել են Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի ամենամյա գիտական նստաշրջաններում, «Միկրոէկոնոմիկայի և ձեռնարկատիրական գործունեության կազմակերպման» ամբիոնի նիտում: Ատենախոսության հիմնական արդյունքները հրապարակվել են գիտական վեց հոդվածներում:

Ատենախոսության կառուցվածքը և ծավալը: Ատենախոսությունը բաղկացած է առաջաբանից, երեք գլուխներից, եզրակացությունից ու առաջարկություններից, օգտագործված գրականության ցանկից և հավելվածներից:

Ատենախոսության հիմնական բովանդակությունը

Ատենախոսության առաջաբանում հիմնավորված է թեմայի արդիականությունը, ներկայացված են հետազոտության նպատակներն ու խնդիրները, ուսումնասիրության օբյեկտը և առարկան, հետազոտության տեսամեթոդաբանական ու տեղեկատվական հիմքերը, հիմնական գիտական արդյունքներն ու նորոյթը, արդյունքների գործնական նշանակությունը, հետազոտության փորձարկումը և հրապարակումները, ինչպես նաև հետազոտության կառուցվածքը:

Ատենախոսության առաջին՝ «Մրցակցային միջավայրի գնահատման տեսամեթոդաբանական խնդիրները» գլխում մեկնաբանվել են «մրցակցություն» և «մրցակցային միջավայր» հասկացությունների տնտեսագիտական բովանդակությունը, սահմանվել է «վարչական մենաշնորհ» հասկացությունը, ներկայացվել է ապրանքային շուկաների «մրցակցային միջավայր»-ի գնահատման մեթոդաբանությունը, ինչպես նաև մշակվել է շուկայի «մրցակցային միջավայր»-ի գնահատման նոր՝ համալիր ցուցանիշ:

Հաշվի առնելով, որ շուկաների «մրցակցային միջավայր»-ի ձևավորման վրա ազդեցություն են ունենում ինչպես երկրի մակրոտնտեսական ցուցանիշները, այնպես էլ տվյալ շուկայի քանակական և որակական ցուցանիշները՝ մեր կողմից մշակվել է շուկայի «մրցակցային միջավայր»-ի գնահատման՝ մրցակցային միջավայրի վրա ազդող էական գործոնների (տնտեսական, քաղաքական, սոցիալական, ֆինանսական, շուկայի համակենտրոնացման մակարդակ, շուկա մուտքի արգելքներ) հանրագումարը ներկայացնող նոր՝ համալիր ցուցանիշ: Այն կարելի է ներկայացնել հետևյալ բանաձևի միջոցով.

$$M = \sum_{i=1}^n Y_{(i)}, \text{ որտեղ}$$

M–ը շուկայի մրցակցային միջավայրի գնահատման համալիր ցուցանիշն է,

i–ն ցուցանիշի ինդեքսն է,

n–ը ցուցանիշների թիվն է,

Y (i)–ն i-րդ ցուցանիշի բալային գնահատականը:

Պետք է նշել, որ հաճախ մրցակցային միջավայրի իրական գնահատման գործընթացը հակադրության մեջ է մտնում իրավական և իրական ավանդույթային պրակտիկաների տարբերությունների պատճառով: Մասնավորապես, տնտեսագիտության տեսության մեջ սահմանված դրույթները համակողմանիորեն չեն գործում, քանի որ պրակտիկայում առկա են չգրված, հաճախ վարչական ռեսուրսի օգտագործման ուժով ձևավորված այնպիսի բիզնես հարաբերություններ, որոնք խաթարում են առողջ

մրցակցային հարաբերությունները: Դա ակնհայտորեն առկա է նաև Հայաստանի Հանրապետությունում, հատկապես ներկրումների և գնումների ոլորտներում:

Ուստի, մեր կողմից սահմանվել է «վարչական մենաշնորհ» հասկացությունը, որը նորմատիվ իրավական ակտերով չսահմանված, սակայն ՀՀ պրակտիկայում գործող ներկրման, գնումների և այլ գործընթացներում առկա մեկ կամ մի քանի կազմակերպությունների համար գործող արտոնությունների արդյունքում ձևավորված մենաշնորհն է: Մասնավորապես, ՀՀ-ում այդպիսի ոլորտներ են բենզինի, դիզելային վառելիքի, շաքարավազի, բանանի և այլ ցիտրուսային մթերքների ներկրման ոլորտները: Դա է վկայում նաև ՀՀ կառավարության վերջին մի քանի ամիսների՝ նշված ոլորտների ազատականացմանն ուղղված գործունեությունը:

Ատենախոսության երկրորդ՝ «Մրցակցային հարաբերությունների վերլուծությունը ՀՀ-ում» գլխում կատարվել է ՀՀ մրցակցային միջավայրի, երկրի ընդհանուր մրցունակության վերլուծություն: Վերհանվել են սննդի արտադրության մի շարք ոլորտներում շուկայական կառուցվածքի առանձնահատկությունները, բացահայտվել են այդ ոլորտներին բնորոշ հիմնական մրցակցային խնդիրները:

«The World Economic Forum»-ի Global Competitiveness Report զեկույցի 2016թ. տվյալներով ՀՀ-ն աշխարհի 138 երկրների շարքում զբաղեցնում է 79-րդ տեղը՝ ունենալով ընդհանրական 4,1 բալ գնահատական՝ առավելագույն 7 բալային սանդղակում: Մեր թեմայի շրջանակներում զեկույցում հաշվարկվող հարյուրավոր ցուցանիշներից կարևորագույնը ապրանքային շուկաների արդյունավետությունն է, որի գնահատականը կազմում է 4,6 բալ: Այն ձևավորվում է մրցակցային միջավայրի այնպիսի գործոններով, ինչպիսիք են տեղական մրցակցության ինտենսիվությունը՝ 4,8 բալ, շուկայական գերիշխանության առկայությունը՝ 3,9 բալ, հակամենաշնորհային քաղաքականության արդյունավետությունը՝ 3,6 բալ: Միջազգային կազմակերպությունների կողմից տրված գնահատականները փաստում են ՀՀ տնտեսությունում շուկայական կենտրոնացվածության բարձր աստիճանի ու մրցակցային ոչ բարենպաստ միջավայրի առկայությունը: Դրան գումարվում է նաև հակամենաշնորհային ոչ արդյունավետ քաղաքականությունը, ինչը ևս իջեցնում է երկրի ընդհանուր մրցունակության ինդեքսը¹:

Համաձայն մեկ այլ հեղինակավոր կազմակերպության՝ Համաշխարհային բանկի «Doing business» գնահատականների՝

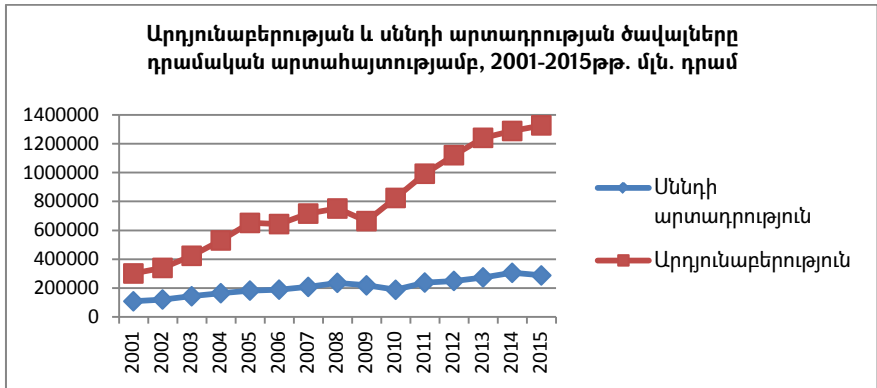
¹ Գլոբալ մրցունակության զեկույց (2016թ.)՝ <http://reports.weforum.org/global-co88mpetitivene88ss-index/country-profiles/#economy=ARM>

ձեռնարկատիրական գործունեության իրականացման դյուրինությամբ 190 երկրների շարքում Հայաստանը զբաղեցնում է 38-րդ տեղը՝ 100 բալանոց սանդղակում ունենալով 73,63 միավոր: Ընդ որում, լավագույն արդյունքներն ապահովվում են ձեռնարկատիրական գործունեություն սկսելով՝ 96.07 բալ, սեփականությունը գրանցելով՝ 87,36 բալ, և արտաքին առևտրի՝ 86,45 բալ ցուցանիշներով:

Անկախացումից հետո ՀՀ սննդի արտադրության ձեռնարկությունները հայտնվեցին ծանր վիճակում: Մի կողմից պատերազմն էր, մյուս կողմից՝ տնտեսական վիթխարի անկումն ու կապերի խզումը: Ձեռնարկություններն իրենց ահռելի հիմնական ֆոնդերով և մեծ հզորություններով մնացին գրեթե դատարկ և ոչ գնողունակ շուկայում: Դա էր հիմնական պատճառը, որ հաճախ սննդի արտադրության պետական ձեռնարկությունների գույքը մասնավորեցումից հետո ուղղակի վաճառվում էր չնչին գներով: Այդպիսի հզորությունները մեր երկրի փոքր շուկայի համար աշխատեցնելը պահանջում էր ահռելի ներդրումներ, իրացման խթանում, արտահանում, ինչն այդ տարիներին գրեթե անհնար էր: Արդյունքում կայացած սննդի արդյունաբերության ոլորտը քայքայվեց:

Սկսած 2000-ական թվականներից մեր տնտեսությունը թևակոխեց տնտեսական երկնիշ տեմպով զարգացման փուլ: Բնական է, որ այս տարիներին սննդի արդյունաբերության ոլորտը ևս աճեց: Իհարկե, արդյունաբերության աճի տեմպն անհամեմատ մեծ էր սննդի արդյունաբերության աճի տեմպից:

Գծապատկեր 1. Սննդի արդյունաբերության զարգացման դինամիկան²



² Գծապատկերը կառուցվել է հեղինակի կողմից՝ հիմք ընդունելով ՀՀ ԱՎԾ տվյալները:

2015թ. արտադրվել է 287 մլրդ դրամի սննդամթերք՝ 2001թ. 108 մլրդ դրամի փոխարեն, իսկ արդյունաբերական արտադրության ծավալը դրամական արտահայտությամբ 2015թ. կազմել է 1,327 մլրդ դրամ՝ 2001թ. 301 մլրդ դրամի դիմաց³: Գծապատկերից 1-ից երևում է, որ ինչպես ողջ արդյունաբերության, այնպես էլ սննդի արդյունաբերության աճը եղել է կայուն: Բացառություն է կազմում 2008-2009թթ. նկատված անկումը, ինչն այդ տարիների համաշխարհային ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի ազդեցության արդյունք է: Ներկայումս սննդի արդյունաբերության ոլորտի շուրջ 1000 ձեռնարկություններում զբաղված են ավելի քան 21 հազար աշխատակիցներ (արդյունաբերության մեջ զբաղվածների 24 տոկոսը), որոնք օգտագործում են արդյունաբերության մեջ օգտագործվող հիմնական ֆոնդերի 10 տոկոսը: Այստեղից կարելի է հետևություն անել, որ ոլորտն աշխատատար է⁴:

«ՏՄՊՊ» կողմից հրապարակած տվյալների վերլուծությունից պարզ է դառնում, որ Հայաստանի սննդամթերքի հիմնական տեսակների ապրանքային շուկաներում կենտրոնացման աստիճանը բարձր է: Գերիշխող դիրք ունեցող տնտեսվարող սուբյեկտներ առկա են ինչպես առաջին անհրաժեշտության ապրանքային շուկաներում, այնպես էլ երկրորդային: Օրինակ, ցորենի այլուրի շուկայում համակենտրոնացման CR₃ ցուցանիշը կազմում է 81,7 տոկոս: Շուկայում գերիշխող դիրք ունեն երկու ընկերություններ՝ «Մանանա Գրեյն»-ը և «Ալեքս Գրիզը»-ը: Ի դեպ, «Ալեքս Գրիզը» ընկերությունը գերիշխող դիրք ունի նաև մի շարք այլ ապրանքային շուկաներում: Այսպես, շաքարավազի շուկայում այս ընկերության մասնաբաժինը կազմում է 99,8 տոկոս, մարգարինի շուկայում՝ 31 տոկոս, հավի մսի շուկայում՝ 77,5 տոկոս, մանկական խյուսերի շուկայում՝ 87,6 տոկոս, մանկական հյութերի շուկայում՝ շուրջ 90 տոկոս, էթիլային սպիրտի շուկայում՝ 99,88 տոկոս, կարագի շուկայում՝ 35 տոկոս, բրնձի շուկայում՝ 33,6 տոկոս, արևածաղկի և եգիպտացորենի բուսական յուղի շուկայում՝ 37,5 տոկոս: Այսինքն, միայն մեկ ընկերություն գերիշխող դիրք է զբաղեցնում շուրջ 10 տարբեր ապրանքային շուկաներում: Բնական է, որ ընկերությունը, իր տեսականու շնորհիվ ունենալով ազդեցության լուրջ լծակներ մանրածախ և մեծածախ առևտրի ոլորտում, կարող է աստիճանաբար կատարյալ վերահսկողություն իրականացնել ողջ մանրածախ առևտրի ոլորտի վրա: Վերջին տարիներին այդ միտումն իրոք նկատվում է: Ընկերությանը պատկանող «Երևան Սիթի» սուպերմարկետների ցանցը աստիճանաբար մեծացնում է մանրածախ առևտրի ոլորտում իր մասնաբաժինը՝ շուկայից դուրս

³ ՀՀ ԱՎՏ պաշտոնական կայք՝ <http://armstat.am/file/article/sv-12a-01-iii-1.2.1.pdf>

⁴ ՀՀ ԱՎՏ տվյալներով կատարված հաշվարկներ:

մղելով փոքր ու միջին առևտրի սուբյեկտներին: Այս փաստն ապացուցում է, որ փոքր շուկաներ ունեցող երկրներում մենաշնորհների առկայության փաստն այդքան էլ արդարացված չէ: Փոքր շուկաներում, իհարկե, անհրաժեշտ է խոշոր արտադրողների և ներկրողների առկայություն՝ մասշտաբի էֆեկտի ապահովման և ծախսերի կրճատման համար, սակայն երբ այն անցնում է առողջ մրցակցության գոյության ապահովման շեմը՝ դառնում է չարիք տնտեսության համար:

Առաջին անհրաժեշտության մյուս ապրանքային շուկաներում ևս առկա է կենտրոնացվածության բարձր մակարդակ: Այսպես, կաթնամթերքի շուկայում շրջանառությունը բաշխված է «Աշտարակ Կաթ»-ի ու «Մարիաննա»-ի միջև: Կաթի շուկայում առաջատարն է «Աշտարակ Կաթ» ընկերությունը՝ 44,5 տոկոս մասնաբաժնով, որին հետևում է «Մարիաննա»-ն՝ 16,7 տոկոս մասնաբաժնով: Թթվասերի շուկայի 50 տոկոսը պատկանում է «Աշտարակ Կաթ»-ին, իսկ մածնի շուկայի 37 տոկոսը՝ «Մարիաննա»-ին: Կաթնաշոռի շուկայի կեսից ավելին ևս պատկանում է «Աշտարակ Կաթ»-ին:

Հավի ձվի շուկան գրեթե հավասարապես բաժանված է «Արաքս թռչնաֆաբրիկա»-ի, «Երևանի թռչնաբուծական ֆաբրիկա»-ի և «Արզնու տոհմային թռչնաֆաբրիկա»-ի միջև, սուրճի շուկան՝ «Կաֆե դյու Բրազիլ»-ի, «Գրանդ Քենդի»-ի և «Կարդինալ Ինթերնեյշնլ»-ի միջև, իսկ կերակրի աղի շուկան գրեթե ամբողջովին պատկանում է «Ավանի աղի կոմբինատ»-ին⁵:

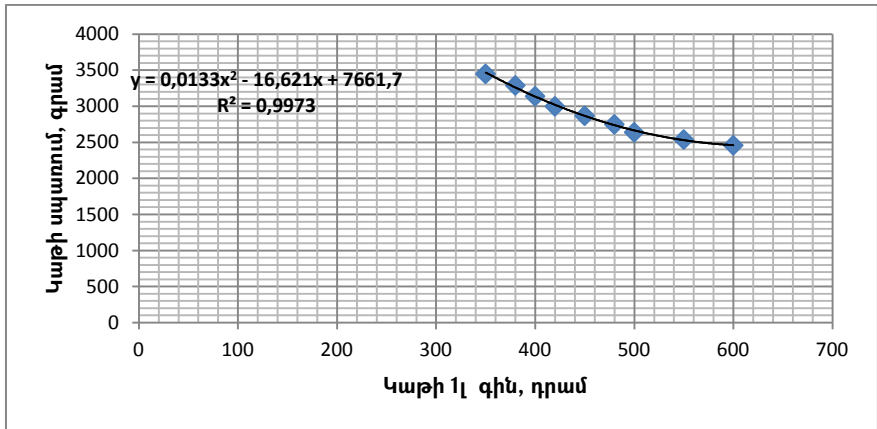
Ատենախոսության երրորդ՝ «Մրցակցային միջավայրի կատարելագործման ուղիները ՀՀ-ում» գլխում բացահայտվել է առաջին անհրաժեշտության երկու ապրանքների համար գին-սպառում կախվածությունը, կառուցվել է պահանջարկի ֆունկցիան, ինչպես նաև ներկայացվել են տնտեսական մրցակցությունը կարգավորող օրենսդրության բարելավման մի շարք ուղիներ, այդ թվում՝ օրենսդրական փոփոխությունների տեսքով:

ՀՀ պարենային հիմնական ապրանքային շուկաներում առկա են մեկ կամ մի քանի գերիշխող դիրք ունեցող ընկերություն: Սակայն գին-սպառում կախվածության բացահայտման համար դիտարկել ենք երկու ապրանքային շուկաներ՝ կաթի և շաքարավազի շուկաները: Իրականացված հարցումները ցույց են տալիս, որ մեր երկրում մեկ շնչի հաշվով կաթի ամսական սպառումը 3լ է, իսկ կաթի միջին գինը շուկայում կազմում է 420 դրամ: Իրականացված հարցումները ցույց են տալիս, որ կաթի գնի 420 դրամից 450 բարձրանալու դեպքում սպառումը 3000 գրամից կնվազի 2870 գրամի, իսկ 420 դրամից 350

⁵ ՀՀ ՏՄՊՊՀ պաշտոնական կայք՝
http://competition.am/uploads/resources/Report_2015.pdf

դրամ իջնելու պարագայում սպառումը կավելանա՝ հասնելով 3450 գրամի: Նույն կերպ, հաշվարկել ենք սպառման ծավալը 350 դրամ, 380 դրամ, 400 դրամ, 420 դրամ, 450 դրամ, 480 դրամ, 500 դրամ, 550 դրամ և 600 դրամ գնի պայմաններում: Ստացված տվյալների հիման վրա կարող ենք փաստել, որ կաթի նկատմամբ պահանջարկի կախվածությունը գնից ունի հետևյալ տեսքը:

Գծապատկեր 2. Կաթի պահանջարկի կախվածությունը գնից⁶



Ինչպես երևում է գծապատկերից, կաթի նկատմամբ պահանջարկի ֆունկցիայի տեսքն է.

$$Q=0.0133*P^2-16.621P+7661.7, \text{ որտեղ}$$

Q-ն կաթի սպառման ամսական ծավալն է մեկ շնչի հաշվով,

P-ն կաթի 1լ գինն է:

Ֆունկցիայի օգնությամբ կարելի է հաշվել նաև գնի նկատմամբ կաթի պահանջարկի ճկունությունը, որը գնային տարբեր միջակայքերում ընդունում է տարբեր արժեքներ: Օրինակ, 430 դրամից 440 դրամ գնի բարձրացման դեպքում կաթի նկատմամբ պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցը կազմում է 0,74՝ բնորոշելով այն որպես ոչ էլաստիկ պահանջարկ ունեցող ապրանք, իսկ մինչև 500 դրամի գնային բարձրացման դեպքում այն ընդունում է 0,61 արժեքը: Ուսումնասիրությունների արդյունքում մեր կողմից նկատվեց որոշակի օրինաչափություն առ այն, որ կաթի գնի բարձրացմանը զուգահեռ դրա նկատմամբ պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցը փոքրանում է՝ մոտենալով 0-ի:

⁶ Գծապատկերը կառուցվել է հեղինակի կողմից՝ հիմք ընդունելով հարցումների արդյունքները:

Երկրորդ ապրանքային շուկան, որի համար անհրաժեշտ ենք համարել կատարել պահանջարկի գնային ճկունության գնահատումը, շաքարավազի շուկան է: Հաշվարկները ցույց են տալիս, որ շաքարավազի 360 դրամ գնի պայմաններում մեկ շնչի հաշվով ամսական սպառումը կազմում է 660 գրամ: Գնի 20 դրամ բարձրացումը հանգեցնում է սպառման նվազման 25 գրամի չափով: Գնից կախված՝ սպառման փոփոխությունը հաշվարկել ենք 400 դրամից մինչև 520 դրամ կետերում՝ ամեն քայլում ավելացնելով գինը 20 դրամով: Ուստի շաքարավազի նկատմամբ պահանջարկի ֆունկցիայի տեսքը կլինի՝

$$Q=0.004 \cdot P^2 - 4,0693P + 1597,2, \text{ որտեղ}$$

Q-ն շաքարավազի սպառման ամսական ծավալն է մեկ շնչի հաշվով,
P-ն շաքարավազի 1կգ գինն է:

Շաքարավազի պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցը ևս գնի փոքր փոփոխության դեպքում ընդունում է 0,61 արժեքը, սակայն գնի կտրուկ բարձրացման դեպքում այն հավասար է 0,3-ի:

Այսպիսի շուկաներում տնտեսվարողի կողմից իրականացված ցանկացած չարաշահման բեռն ընկնում է սպառողի վրա: Ավելին, հարկային բեռը ևս հիմնականում ընկնում է սպառողի վրա: Հետևաբար, այս շուկայում ևս անհրաժեշտ է ցուցաբերել յուրահատուկ մոտեցում:

Ելնելով վերը շարադրվածից՝ առաջարկում ենք, որ բոլոր այն ապրանքային շուկաներում, որտեղ տվյալ ապրանքի պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցը փոքր է 1-ից, և այդ շուկայում առկա է միջին կամ բարձր համակենտրոնացման մակարդակ, ՏՄՊԴՀ-ն իրականացնի ամենամյա հետազոտություն տնտեսվարող սուբյեկտների մոտ՝ պարզելու ինքնարժեքի, շահույթի ու շահութաբերության դաշտի ձևավորման մեխանիզմները: Ավելին, այդ շուկաներում գործող տնտեսվարող սուբյեկտները պետք է եռամսյակային հաշվետվություն ներկայացնեն իրենց ֆինանսական արդյունքների մասին, որպեսզի մրցակցությունը կարգավորող հանձնաժողովին պարզ լինի ցանկացած գնային փոփոխության անհրաժեշտությունն ու հիմնավորված լինելը:

Թվարկված շուկաներում մուտքի խոչընդոտների նվազեցման միջոցով նոր ընկերությունների քանակի ավելացման և դրանով իսկ կենտրոնացվածության մակարդակի նվազեցման ճանապարհով մրցակցային միջավայրի բարելավումը, կարծում ենք, կարելի է ապահովել բացառապես տնտեսական մեթոդների կիրառմամբ: Մասնավորապես, առաջարկվում է այնպիսի մեխանիզմների ներդրում, որոնք կզապեն խոշոր ընկերությունների առաջացումը և նրանց համար հետագա խոշորացումը կդարձնեն պակաս գրավիչ:

Արեւնախոսությունը եզրափակվում է **եզրակացություններով**, որտեղ ամփոփ կերպով ձևակերպվել են կատարված եզրահանգումները, ինչպես նաև առաջարկվել են առկա խնդիրների լուծման հնարավոր եղանակներ.

1. ՀՀ ապրանքային շուկաների մրցակցային միջավայրի ձևավորման և հետագա բարելավման վրա ազդեցություն են ունենում ինչպես տվյալ շուկայում գործող տնտեսվարող սուբյեկտների քանակը, շուկայի համակենտրոնացման մակարդակը, գերիշխող դիրք զբաղեցնող ընկերությունների և շուկա մուտքի արգելքների առկայությունը, այնպես էլ երկրի մակրոտնտեսական ցուցանիշները: ՀՀ ապրանքային շուկաներում մրցակցային միջավայրի համակողմանի գնահատման համար անհրաժեշտ է հաշվի առնել և տվյալ շուկայի մրցակցային միջավայրի վրա ազդող քանակական ու որակական ցուցանիշները, և մակրոտնտեսական գործոնները, որոնց՝ շուկաների մրցակցային միջավայրի վրա ազդեցությունն էական է:

2. Երկրների մրցակցային կարգավիճակը գնահատող Գլոբալ մրցունակության ինդեքսով Հայաստանի Հանրապետությունը 2016 թվականին աշխարհի 138 երկրների շարքում զբաղեցրել է 79-րդ հորիզոնականը՝ ունենալով ընդհանրական 4.1 բալ գնահատական՝ հնարավոր առավելագույն 7 բալից: Ընդ որում, ինդեքսի մեջ ներառված 12 խումբ ցուցանիշներից համեմատաբար ցածր բալային գնահատականներ են ստացել ենթակառուցվածքների, ֆինանսական շուկայի զարգացման, շուկայի չափի, բիզնեսի փոխտրադիցիայի և նորարարությունների ցուցանիշները:

3. Մրցակցային միջավայրի ձևավորման և հետագա բարելավման վրա ուղղակիորեն ազդում է նաև ձեռնարկատիրական գործունեության իրականացման դյուրինության ցուցանիշը: Այս առումով նշենք, որ Համաշխարհային բանկի «Doing business» գնահատականների համաձայն՝ 2016 թվականին 190 երկրների շարքում Հայաստանի Հանրապետությունը զբաղեցրել է 38-րդ տեղը՝ ունենալով 73.63 բալ՝ հնարավոր առավելագույն 100 բալից:

4. ՀՀ սննդի արդյունաբերության հիմնական ապրանքային շուկաներում առկա են գերիշխող դիրք զբաղեցնող ընկերություններ, հետևաբար՝ համակենտրոնացման բարձր մակարդակ: Ընդ որում, միայն մեկ ընկերություն գերիշխում է շուրջ տասը տարբեր ապրանքային շուկաներում, այդ թվում՝ մանրածախ առևտրի ոլորտում:

5. Եթե ՀՀ խոզի մսի և տավարի մսի շուկաներում իրացման գերակշիռ մասը բաժին է ընկնում տեղական արտադրությանը՝ գյուղացիական տնտեսություններին, իսկ ներմուծող ընկերություններն ունեն շուկայական փոքր մասնաբաժիններ, ապա ՀՀ հավի մսի շուկայում ներմուծման և իրացման

առավել մեծ մասնաբաժին ունի «Ալեքս Գրիգ» ՍՊԸ-ն, որի իրացման մասնաբաժինը կազմում է 55 տոկոս, ինչը խոսում է ՀՀ հավի մսի շուկայի կենտրոնացվածության բարձր մակարդակի մասին: Հատկանշական է, որ խոզի և տավարի մսի շուկաներում ներմուծման տեսանկյունից առավել խնդրահարույց գործոններն են խոշոր ֆինանսական ներդրումների պահանջը, մսամթերքի փչացումից կորուստների ռիսկը և ոչ բավարար եկամտաբերության մակարդակը, իսկ հավի մսի դեպքում, ի թիվս նշված գործոնների, ընկերությունների համար մեծագույն խնդիրներից են ներմուծման մաքսատուրքերը:

6. ՀՀ կաթնամթերքի շրջանառության ոլորտում արտադրության և իրացման ցուցանիշներով առկա են գերիշխող դիրք զբաղեցնող ընկերություններ, կենտրոնացվածության մակարդակը բարձր է, մասնավորապես՝ «Աշտարակ-Կաթ» ՓԲ, «Դուստր Մարիաննա» և «Թամարա և Անի» ՍՊ ընկերությունների ընդհանուր մասնաբաժինը իրացման կառուցվածքում կազմել է ավելի քան 80 տոկոս: Հարկ է նշել, որ ոլորտում նոր ընկերությունների հայտնվելուն խոչընդոտող հիմնական գործոններն են շուկաներում գործունեություն իրականացնելու համար անհրաժեշտ մեծ ծավալի ֆինանսական միջոցները, կատարված ներդրումների հետզնման համար պահանջվող համեմատաբար երկար ժամանակահատվածը և շուկաների հագեցվածությունը:

7. Նպարեղենի ոլորտում առկա են բազմաթիվ տնտեսվարող սուբյեկտներ և չկան խոշոր ընկերություններ: Համեմատաբար մեծ իրացման մասնաբաժին ունեն «Ալեքս Գրիգ», «Անուշ Լինի», «Մառանիկ», «Լաքի Իգլ» և «Ինվեստ-ինտորգ» ՍՊ ընկերությունները և վերջիններիս մասնաբաժինն ընդհանուր իրացման մեջ կազմում է 10-20 տոկոս: Ուսումնասիրության արդյունքներից կարելի է եզրակացնել, որ ոլորտը մրցակցային է:

8. Ձկան շրջանառության ոլորտը ևս մրցակցային է, ոլորտում գործում են շուկայական փոքր մասնաբաժինների տիրապետող բազմաթիվ տնտեսվարող սուբյեկտներ, կենտրոնացվածության մակարդակը ցածր է, չկան խոշոր տնտեսվարող սուբյեկտներ, շուկա մուտքի խոչընդոտներ չեն նշմարվում:

9. Ձկան շրջանառության ոլորտում գործում են բազմաթիվ տնտեսվարող սուբյեկտներ, չկան խոշոր ընկերություններ, ոլորտի կենտրոնացվածության մակարդակը ցածր է: Ոլորտում գործող՝ դիտարկված 25 տնտեսվարողների մասնաբաժիններն ընդհանուր իրացման մեջ տատանվում են 0.01-3 տոկոսի սահմաններում:

10. Ապրանքային շուկաներում մրցակցային միջավայրի բարելավման նպատակով առաջարկվում է վերանայել սպիրտային խմիչքների

լիցենզավորման շրջանակներում գանձվող պետական տուրքի վճարման համակարգը: Մասնավորապես նպատակահարմար չէ սահմանել միանվագ վճարման ենթակա խոշոր գումար, այլ ներկայումս տվյալ գործունեության իրականացումից վճարվող գումարները կարող են բաշխվել ընկերությունների միջև՝ մի կողմից ապահովագրելով նշված գործունեության տեսակներից պետական բյուջե ստացվող եկամուտների ներկայիս ծավալները, մյուս կողմից տվյալ բնագավառում հնարավորություն տալով գործունեություն իրականացնել նաև փոքր կամ միջին մեծության ընկերությունների և խորացնել նրանց միջև առկա մրցակցությունը:

11. Մրցակցային միջավայրի բարելավման տեսանկյունից կարևոր է նաև ներմուծման և տեղական արտադրության միջև հավասար մրցակցային պայմանների ստեղծմանը՝ ներմուծվող և արտադրվող ապրանքների հարկման բազաները համադրելի դարձնելու միջոցով:

12. Հաշվի առնելով, որ ՀՀ սննդի արդյունաբերության ապրանքային շուկաներում ընկերությունների կողմից մատնանշված հիմնական խնդիրներից մեկը ֆինանսական միջոցների հասանելիության ցածր մակարդակն է, ուստի կենտրոնացվածության բարձր մակարդակ ունեցող ապրանքային շուկաներում փոքր և միջին բիզնեսի արտադրական հզորությունների ընդլայնման, իրացման ծավալների ավելացման, շուկայում կենտրոնացվածության մակարդակի նվազեցման նպատակով անհրաժեշտ է բարձրացնել փոքր և միջին բիզնեսի համար ֆինանսական միջոցների ներգրավման հասանելիության մակարդակը:

13. Կենտրոնացվածության բարձր մակարդակ ունեցող շուկաներում առաջարկվում է այնպիսի մեխանիզմների ներդրում, որոնք կզսպեն խոշոր ընկերությունների առաջացումը և նրանց համար հետագա խոշորացումը կդարձնեն ոչ գրավիչ: Այդ կապակցությամբ վերը թվարկված շուկաներում կենտրոնացվածության նվազման նպատակով առաջարկվում է խոշոր ընկերությունների, ինչպես նաև առևտրական ցանցերի համար հարկման լրացուցիչ մեխանիզմների ներդրում: Մասնավորապես անհրաժեշտ է սահմանել լրացուցիչ վճար ինչպես որոշակի մակերեսից ավել տարածք զբաղեցնող առևտրի օբյեկտի նկատմամբ, այնպես էլ առևտրային ցանցերի համար՝ կախված առևտրային ցանցում ընդգրկված առևտրի օբյեկտների քանակից:

14. Առաջարկվում է արգելել իրացման շրջանառության խոշոր (օրինակ՝ 115 մլն դրամ և ավելի) ծավալներ ունեցող (ներմուծող կամ արտադրող) տնտեսվարող սուբյեկտներին ունենալու մանրածախ իրացման հնարավորություն, ինչի արդյունքում վերջիններիս պատկանող առևտրի

օբյեկտները կգրկվեն իրենց մրցակիցների համեմատ ապրանքներն ավելի ցածր գներով իրացնելու հնարավորությունից:

15. Պետական գնումների ոլորտում մրցակցային միջավայրի բարելավման նպատակով առաջարկվում է.

- Բոլոր պետական մարմինների և հաստատությունների գնումներն իրականացնել ARMEPS-ի միջոցով, հնարավորինս սեղմ ժամկետներում միավորել www.gnumner.am և ARMEPS համակարգերը՝ ձևավորելով գնումների իրականացման միասնական, թափանցիկ և հասարակության համար բաց էլեկտրոնային հարթակ:

- www.gnumner.am էլեկտրոնային կայքում առկա տեղեկատվությունը դասակարգել ըստ որոշակի չափանիշների (օրինակ՝ ըստ ոլորտների, ապրանքների խմբերի, պատվիրատուների և այլն) և բարելավել որոնման համակարգը:

- www.gnumner.am էլեկտրոնային կայքում տեղադրել բոլոր մրցութային հայտարարությունները:

- Վերահսկել և թույլ չտալ պատվիրատու պետական մարմիններին մրցութային հայտարարություններում ապրանքների նկարագրերում նշել կոնկրետ ֆիրմային անվանում:

- Ստեղծել գնումների ոլորտում վերահսկողություն իրականացնող մեկ միասնական մարմին (օրինակ՝ այդ լիազորությունը վերապահել ՀՀ ֆինանսների նախարարությանը) և ներդնել գնումների օրենսդրությունը խախտելու դեպքում վարչական և քրեական պատասխանատվություն:

16. Մրցակցային միջավայրի ձևավորման վրա ազդեցություն ունեցող կարևորագույն հիմնահարցերից է պետական մարմինների կողմից իրականացվող վարչարարության հավասար կիրարկումն ապրանքային շուկաներում գործող բոլոր ընկերությունների նկատմամբ:

17. Շուկայական համակենտրոնացման բարձր մակարդակ ունեցող պարենային առևձագն երկու շուկաներում գների բարձրացման ազդեցությունը սպառման վրա փոքր է: Ուստի տնտեսվարողի կողմից գնային անհիմն բարձրացման բեռը կրում է սպառողը, իսկ տնտեսվարողը ստանում է լրացուցիչ շահույթ: Կաթի գնի 1 տոկոսանոց բարձրացումը հանգեցնում է մինչև 0,6 տոկոս սպառման անկման, ինչը նշանակում է, որ տնտեսվարող սուբյեկտներն ամեն գնով կցանկանան գին բարձրացնել, թեկուզ միմյանց հետ պայմանավորվելով՝ իրենց շահույթները առավելագույնի հասցնելու համար: Շաքարավազի պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցը ևս գնի փոքր փոփոխության դեպքում ընդունում է 0,61 արժեքը, սակայն գնի կտրուկ բարձրացման դեպքում այն հավասար է 0,3-ի:

18. Ապրանքային շուկաներում, որտեղ տվյալ ապրանքի պահանջարկի գնային ճկունության գործակիցը փոքր է 1-ից, և այդ շուկայում առկա է միջին կամ բարձր համակենտրոնացման մակարդակ, ՏՄՊՊՀ-ն պետք է իրականացնի ամենամյա հետազոտություն տնտեսվարող սուբյեկտների մոտ՝ պարզելու ինքնարժեքի, շահույթի ու շահութաբերության դաշտի ձևավորման մեխանիզմները: Ավելին, այդ շուկաներում գործող տնտեսվարող սուբյեկտները պետք է եռամսյակային հաշվետվություն ներկայացնեն իրենց ֆինանսական արդյունքների մասին, որպեսզի մրցակցությունը կարգավորող հանձնաժողովին պարզ լինի ցանկացած գնային փոփոխության անհրաժեշտությունն ու հիմնավորված լինելը:

Ատենախոսության հիմնական դրույթներն արտացոլվել են հեղինակի հետևյալ հրապարակումներում.

1. Միքայել Մելքումյան, Զարուհի Մելքումյան «ՀՀ Կառավարության 2014-2017 թթ. ծրագրերի կատարման երաշխիքների մասին», ՀՊՏՀ Բանբեր, Երևան 2014 [3], էջ 61-69
2. Զարուհի Մելքումյան «ՀՀ կաթնամթերքի շրջանառության ոլորտի մրցակցային միջավայրի վերլուծությունը», Ֆինանսներ և Էկոնոմիկա 9-10 (181-182) 2015, էջ 99-100
3. Զարուհի Մելքումյան «Մրցակցային միջավայրի բարելավման արդի հիմնախնդիրները ՀՀ-ում» «Գիտելիք, նորաստեղծություն և զարգացում», ՀՊՏՀ 25-րդ գիտաժողովի նյութեր (2015թ. նոյեմբերի 11-13), I, Երևան, Տնտեսագետ 2015, էջ 207-211
4. Զարուհի Մելքումյան, Գայանե Գրիգորյան, Զենֆիրա Թումասյան «Ձեռնարկության շահույթի և շահութաբերության պլանավորման տեսամեթոդաբանական հիմքերը» ՀՊՏՀ Բանբեր, Երևան 2016 [1], էջ 85-95
5. Զարուհի Մելքումյան «Մրցակցային միջավայրի գնահատման տեսամեթոդաբանական հիմքերը» ՀՊՏՀ Բանբեր, Երևան 2016 [2], էջ 89-97
6. Զարուհի Մելքումյան «ՀՀ մսամթերքի շրջանառության ոլորտի մրցակցային միջավայրի վերլուծությունը», Ֆինանսներ և Էկոնոմիկա 7-8 (191-192) 2016, էջ 133-137

МЕЛКУМЯН ЗАРУИ МИКАЕЛОВНА
ПРОБЛЕМЫ УЛУЧШЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В СФЕРЕ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ (ПО МАТЕРИАЛАМ РА)

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.02 – “Экономика, управление хозяйством и его отраслями”.

Защита диссертации состоится 23-го марта 2017 года, в 15³⁰ часов на заседании специализированного совета 014 ВАК РА по экономике, действующего в Армянском государственном экономическом университете по адресу: 0025, г. Ереван, ул. М. Налбандяна 128.

РЕЗЮМЕ

На данном этапе экономического развития главной задачей любого государства является формирование свободных и справедливых конкурентных отношений между экономическими субъектами. Актуальность темы диссертации обосновывается тем, что в работе представлены новые теоретические и методологические подходы оценки конкурентных отношений, а также приведён анализ существующих конкурентных отношений в сфере пищевых продуктов РА. Выбор сферы пищевых продуктов обусловлен тем, что в данной сфере можно встретить типичную ситуацию экономической конкуренции, присущей нашей республике, особенностями которой являются высшая степень концентрации рынка, отсутствие искусственных монополий, высокий потенциал экспорта, наличие предприятий, работающих на отечественном сырье и относительно стабильная среда, но в то же время с неожиданными её развитиями. Но в данной ситуации имеются многочисленные задачи, которые в последние годы не находят должного решения. Следовательно в работе представлены новые подходы теоретических и практических решений для плавного устранения искусственных и “административных” монополий в сфере импорта и торговых сетей. Вышепредложенные решения актуальны в подтексте коренных и новых экономических реформ, осуществляемых правительством РА.

Основной целью работы служит формирование свободных и справедливых конкурентных отношений в РА, с помощью определения и осуществления нормативно-правовых и административно новых подходов и правил игры, а также радикальное улучшение конкурентной и инвестиционной среды. Для достижения указанных целей в работе предложены следующие основные задачи.

➤ новое оформление теоретических проблем конкурентной среды и ее комплексный анализ,

➤ новые теоретические и методологические подходы оценки конкурентной среды,

➤ анализ текущей конкурентной среды в сфере пищевой промышленности РА, в частности на рынках молочной, мясной, рыбной продукции и бакалеи.

➤ пути улучшения правового регулирования и совершенствования конкурентных отношений и конкурентной среды в РА.

При исследовании зафиксированы определённые результаты, из которых в качестве научной новизны можно выделить следующие:

❖ определено понятие "административной монополии", которое не предусмотрено нормативно-правовыми актами, но в то же время это монополия, сформулированная в результате льгот, действующих для одного или нескольких предприятий на практике РА, в частности при процессе импорта, закупок и других сфер.

❖ оценены барьеры входа и выхода на товарные рынки пищевых продуктов РА, предусмотренные или не предусмотренные нормативно-правовыми актами, и их воздействие на конкурентные условия и конкурентную среду.

❖ выявлены причины возникновения неофициальных монопольных и олигопольных товарных рынков и предложен чёткий правовой и административный инструментарий для их либерализации.

❖ на монопольных и олигопольных рынках пищевой продукции с помощью оценки зависимости цена-потребление и ценовой эластичности спроса выявлен механизм распределения бремени ценовых изменений между производителем и потребителем, разработан новый комплексный показатель оценки конкурентной среды рынка.

Основные результаты диссертации носят как теоретический, так и практический характер. Теоретическая часть результатов может применяться для совершенствования теоретических представлений оценки конкурентной ситуации и расширения степени ее охвата, а практическая часть может быть полезной для разработки законов и правовых актов, регулирующих сферу экономической конкуренции, а также для повышения эффективности осуществления антимонопольной политики.

MELKUMYAN ZARUHI MIKAYEL
PROBLEMS OF IMPROVING THE COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE FOOD
INDUSTRY (BASED ON MATERIALS OF RA)

The abstract of the thesis for receiving the degree of Doctor of Economics in the speciality 08.00.02 -“Economics, Management of the Economy and its Branches”.

The defence of the thesis will take place on March 23, 2017 at 15³⁰ o'clock at 014 Council of Economics of SCC RA at Armenian State University of Economics, to: 128 Nalbandyan str., Yerevan, RA, 0025.

RESUME

At current period of economic development the formation of free and fair competitive relations between enterprises is a key priority for every state. The actuality of the subject of dissertation is well-grounded, because there are presented new theoretical and methodological approaches of assessment of competitive relations, as well as the analysis of competitive relations in the food markets of RA is given in the work. The choice of food market depends on the current economic competition's typical situation in that field in the RA: the high level market concentration, the absence of artificial monopolies, great export potential, relatively stable, but unexpected developments in the environment, the availability of local raw materials operating companies. Along these there are multiple unresolved issues, that don't get their solutions for years.

Therefore there are also presented theoretical and practical solutions, as well as new approaches of fluent liquidation of artificial and “administrative” monopolies acting in the import and commercial network spheres are given in the work.

All above mentioned solutions are actual in the context of new and radical economic reforms implementing by the government of RA.

The main goal of the work is formation of free and fair competitive relations in the RA, as well as the radical improvement of competitive and investment environment by defining and implementing regulatory law and administrative new approaches and new rules of the game. For this purpose the following main issues are proposed in the work:

- ❖ new forming and complex analysis of theoretical problems of competitive environment,
- ❖ new theoretical and methodological approaches of assessment of competitive environment,
- ❖ the analysis of current situation of competitive environment in the RA food industry sphere, especially in the dairy, meat, fish and grocery spheres,

❖ the ways of improvement of legal regulation and perfection of competitive environment and competitive relations in the RA.

During the research several results have been recorded of which we can mention the following scientific novelties:

✓ The “administrative monopoly” conception has been defined, which is the monopoly not confined by regulations, but acted in the RA import, state purchases and other processes and formed in the result of priveleges acting for one or several enterprises.

✓ The RA food market entry and exit barriers defined and not defined by regulations and their influence on competitive conditions and competitive environment have been assessed.

✓ The reasons of the emergence of informal monopolistic and oligopolistic product markets have been revealed and exact legal and administrative tools for their liberalization have been proposed.

✓ In monopolistic and oligopolistic food markets the distribution mechanism of price variation burden between producer and consumer has been revealed by assessment of price-consumption dependency and price elasticity of demand in the markets, new complex index for the assessment of competitive environment of a market has been elaborated.

The main results of dissertation have theoretical and practical character, as well. The theoretical part can be used to improve the theoretical model of competitive environment assessment as well as to increase the scope level. The practical part can be useful for elaborating laws and legal acts regulating the sphere of economic competition as well as for improving the efficiency of antimonopoly policy implementation.

