

ՌՈՒՍԱՍՏԱՆԻ ԴԱՇՆՈՒԹՅԱՆ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ
ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

ՀԱՅ-ՌՈՒՍԱԿԱՆ ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ

ՏԱՍՆԵՐԵՔԵՐՈՐԴ ՏԱՐԵԿԱՆ ԳԻՏԱԺՈՂՈՎ

3–7 դեկտեմբերի 2018 թ.

Հոդվածների ժողովածու

Երևան
ՀՌՀ հրատարակչություն
2019

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ**

РОССИЙСКО-АРМЯНСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ТРИНАДЦАТАЯ ГОДИЧНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

3–7 декабря 2018 г.

Сборник статей

**Ереван
Издательство РАУ
2019**

УДК 30:009:06

ББК 6/8

Т 676

Печатается по решению Ученого совета и РИС РАУ

Редакционная коллегия:

А.Р. Дарбинян (председатель), П.С. Аветисян (заместитель председателя), Г.З. Саркисян, Э.М. Сандоян, С.С. Аветисян, А.А. Симонян, М.Э. Авакян, К.А. Мирумян, К.С. Акопян, А.С. Берберян, А.К. Егиазарян, М.А. Восканян, А.М. Суварян, А.Г. Тунян, С.Ш. Цагикян, И.Б. Петросян, Н.И. Кеворкова, М.В. Алекян, Е.Г. Маргарян, Л.С. Меликсетян, О.Л. Саркисян, С.Г. Оганесян, А.С. Гамбарян, Г.Э. Галикян.

Тринадцатая годовичная научная конференция (3–7 декабря 2018г.):

Т 676 Сборник научных статей: Социально-гуманитарные науки: Часть I. – Ер.: Изд-во РАУ, 2019. – 540 с.

Сборник печатается по материалам 13-ой Годичной научной конференции, проведенной в Российско-Армянском университете. Статьи публикуются в алфавитном порядке и под авторскую ответственность.

Публикация сборника осуществлена в соответствии с требованиями ВАК РА к сборникам научных трудов.

Сборник зарегистрирован в базе данных РИНЦ.

УДК 30:009:06

ББК 6/8

ISBN 978-9939-67-239-7

© Издательство РАУ, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Дарбинян А.Р. Успех Армении: избавление от догм и трансформация сознания	8
---------------------------------------------------------------------------------------	---

ЭКОНОМИКА

Аветисян Л.А., Мелконян Г.А., Манукян А.А. Современные тенденции и экономические последствия образовательной миграции	10
Агаджанян А.В., Адибекян С.Г. Проблемы и перспективы развития внешней торговли Армении	20
Айрапетян В.Л., Айрапетян Г.Р. Инициатива Китая «Один пояс, один путь»: перспективы для Армении	31
Амроян А.В. Особенности влияния роста ВВП на налоговые поступления в РА	41
Ароян В.В. Анализ состояния и динамики наиболее концентрированных рынков РА и динамики цен	46
Ароян В.В. Торгово-экономические взаимоотношения Грузии и Армении ...	58
Базарбаева Р.Ш. Проблемы и пути развития малых экономик в контексте ЕАЭС	70
Бегларян Т.В. Основные проблемы в привлечении прямых инвестиций в РА.....	81
Бровко Н.А. Цифровая трансформация ЕАЭС: новые компетенции работников и новые профессии	88
Չարդախյան Զ.Ջ., Ավագյան Գ.Ա., Պետրոսյան Գ.Ա. ՀՀ տնտեսության իրական և ֆինանսական հատվածների խզման գնահատումը եմպիրիկ եղանակով	98
Galstyan A., Nashikyan L., Grigoryan E. Financial stability in the republic of Armenia	109
Геворгян Т.А., Франгулян О.Э. Налоговый кодекс РА: плюсы и минусы ...	115
Գրիգորյան Շ.Հ., Ջանջոյան Ա.Ս. Արտաքին և ներքին շուկաներում կարագի գների աճի վրա ազդող գործոնների և հետեվանքների ուսումնասիրություն	126
Карапетян Э.Г., Игитян Т.А. Институциональный анализ причин отставания в развитии экономики Армении: обзор эндогенных факторов замедления экономического роста	136
Չարապետյան Օ.Ջ., Սուրաշյան Ա.Հ., Երանոսյան Վ.Ա. Ֆիսկալ աշակերտությունից գործընթացները ՀՀ-ում	149
Мнацаканян Л.А., Аветисян А.Д. Возможность применения эстонской модели налога на прибыль в Армении	160
Рубенян А.Г. Оценка влияния внедрения ОМС на объем потребления медицинских услуг	174
Саакян Д.А., Варданян А.А. Финансовые показатели интернет-компаний ...	185
Саакян Д.А., Геворгян Л.Г. Влияние электронной почты как инструмента продвижения процесса продаж на принятие решений	196
Саакян Д.А., Манукян Л.А. Применение стратегии голубого океана на рынке образовательных услуг в Армении	206

Сандоян Э.М., Восканян М.А., Галстян А.Г. Оценка ключевых факторов формирования обменного курса в Армении	215
Симонян Р.А. Влияние денежных переводов трудовых мигрантов на экономику стран доноров и реципиентов	227
Տիրապետյան Վ.Բ., Արշակյան Ի.Ս. Մարդկային կապիտալը որպես ՀՀ տնտեսական աճի կարեւոր գործոն	234
Ստեփանյան Ի.Չ. ՀՀ բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների կրթական ծառայությունների շուկայի վիճակի վերլուծություն	245
Тоникян М. Fundamental analysis of high-tech sector Companies	252
Тонян Л.А., Мнацаканян Л.А. Опыт применения нормы обязательного резервирования в развитых странах	260

МЕНЕДЖМЕНТ

Абрамян В.Г. Формирование экономико-математической модели оптимизации производственных затрат в многономенклатурном машиностроительном производстве	275
Бабаян К.Б., Асатрян И.Б. Роль обучения в современном банке	287
Չարրբույան Ս.Գ. Հայաստանի Հանրապետության բարձրագույն ուսումնական հաստատություններում ֆինանսական կառավարման բարեփոխմանն ուղղված՝ վերահսկման և գնահատման համակարգը	297
Гевондян С.Г., Сукиасян А.А. Построение эффективных коммуникаций – основа достижения целей IT проекта	312
Давтян Н.А., Алавердян Э.А. Опыт развития маркетинговой стратегии компании “Amazon” в диджитал сфере	320
Babayan K., Manoukyan I. China now and then: the genesis of chinese management	330
Нагапетян Э.С. Социальное настроение населения как фактор привлечения иностранных инвестиций	338
Ншанян М.А., Каян С.Э. Акселерационный проект как инструмент создания предпринимательской экосистемы	345
Оганян Р.А., Шахназарян Н.А. Совершенствование регулирования авиаперевозок как пути развития индустрии туризма в Республике Армения	355
Ткаченко А.В. Особенности управления рисками в сфере мобильной связи ..	365

ТУРИЗМ

Бахшецян Ж.А. Устойчивый туризм как фактор развития дестинаций	372
Кандилджян М.О., Оганисян С.С. Туристический потенциал Ширакского марза, проблемы и пути решений	382
Момджян М.Б., Осипян Э.Н. Проблемы и перспективы продвижения бренда Армении как туристического направления на международных выставках	390
Сарибегян Л.Б., Назарян М.В. Цифровой маркетинг как современный инструмент развития туристского бизнеса	397

Суварян А.М., Саакян В.А., Габриелян Н.А. Особенности развития спортивного туризма в РА	409
----------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------

РЕКЛАМА

Асриян Э.В., Мелконян Н.А. Брендинг армянской революции	419
Кесоян А.А. Основные тенденции в развитии культуры информационного общества	426
Хачатрян А.Р. Возрастной состав потребителей легкой одежды на локальном рынке города Ереван	431

РУССКИЙ ЯЗЫК

Айрапетян Л.С. Страноведение как важнейшее условие для повышения интереса студентов к русскому языку на филологическом факультете	438
Акопян Л.С. Лексико-семантическое поле концепта «интеллигенция» в зеркальном отражении сборника «Вехи»	448
Арефьева Е.Н. Средства языковой репрезентации концептуальной оппозиции «свой-чужой» в «Летописи о событиях в Твери 1762-1823 гг.» тверского купца Михаила Тюльпина	460
Оганесян Д.Г. Безличные предложения в русском и армянском языках	466
Саркисян И.Р. Типологический анализ связочных средств выражения в русском, армянском и английском языках	474
Тунян С.А. Категория митигации как неотъемлемая часть дипломатической речи	479

ЛИТЕРАТУРА

Авакян А.А. Идиллический топос в структуре романа Л. Улицкой «Медея и ее дети»	485
Айвазян С.С. Метод деконструкции в рассказе В. Сорокина «Настя»	494
Ավարբյան Չ.Չ. Երգիծական և դրերգական Ե. Չարենցի «Երկիր Նաիրի» վեպում	503
Ванескегян К.А. Хронотоп в русском постмодернистском романе	511
Кургинян З.А. Христос как субъект повествования в апокрифическом романе XX века	520
Нагапетян Л.А., Меликсетян Л.С. Мифологические аллюзии в романе Сюзанны Кларк «Джонатан Стрендж и мистер Норрелл»	530

УСПЕХ АРМЕНИИ: ИЗБАВЛЕНИЕ ОТ ДОГМ И ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЗНАНИЯ

А.Р. Дарбинян

Современная армянская ментальность обросла некоторыми догмами, которые мешают прогрессу и процветанию армянского народа.

К примеру, всем известная догма о том, что третья республика Армении – наследник первой республики 1918–1920гг. В результате, в армянском стереотипном мышлении имеется предубеждение против советского прошлого, против Советской республики Армении, ее истории и достижений. В результате, армяне потеряли масштабность и мышления и, что не менее важно, субъектность. Армения, в отличие от России и Украины (которая тоже до сих пор претендует на советские активы и считает себя обязанной за советские долги) отказалась от долгов, активов и наследия СССР. Между тем, успехи советской Армении отрицать нельзя – Арм.ССР была передовой, промышленно развитой республикой с мощнейшим научным потенциалом. На ее территории была построена Атомная электростанция – в то время, когда ни одна страна региона даже не задумывалась об этом. В Турции АЭС нет до сих пор, а Иран запустил свой атомный реактор в Бушере лишь в 2013 году с помощью российских специалистов. Однако догма наследия Первой республики мешает объективному осознанию всех этих исторических реалий и движению вперед.

Еще одной догмой Армении стало безусловное стремление к независимости и суверенитету. Эти понятия в какой-то момент стали краеугольным камнем армянского сознания, на которых должен строиться армянский мир. В этом контексте стремлению к независимости можно противопоставить стремление к социальной свободе. У нас такое стремление есть на ментальном уровне – оно проявляется в приоритете образования, в том, что каждый армянский родитель стремится дать лучшее образование своему ребенку. Однако отмечу, что такого рода стремление все-таки кон-

центрируется на индивидуальной свободе, а не социальной свободе в целом, в то время, как на сегодняшней день для нас актуальной задачей является мыслить как социум. То, что зачастую в современной Армении господствуют феодальные порядки – яркое свидетельство того, что такого рода мышления сейчас в армянском обществе нет. Более того, значительная по своим масштабам эмиграция из Армении – есть, по сути своей, бегство за индивидуальной свободой, в отсутствие свободы социума.

Догмами являются и ряд понятий, зачастую выступающие как опорные для национального идентитета – семья, община, церковь, язык. Однако в результате «семья» превращается в семейственность и клановость, «община» – в замкнутость, «церковь» – в консерватизм и «тормоз» для прогресса. И лишь армянский язык выглядит по-настоящему релевантным опорным понятием. Христианская религиозная философия как выбор, сделанный нашим народом, поставила его в особое положение в регионе, и мире в целом, но если она превращается в догму, мы лишаемся огромного количества армян-нехристиан, к примеру, мусульман-амашенцев. Мы не должны считать христианство национальным идентитетом и ограничиваться им. Нам сейчас по этой причине не хватает реформаторского, даже протестного мышления.

Догмой считается тезис о том, что эмиграция – непереносимое зло, ведь, если когда-то люди из Армении эмигрировали за куском хлеба, то сейчас причина их отъезда все чаще и чаще – стремление к саморазвитию. И это саморазвитие – на пользу армянскому народу, ведь реализованная армянская мечта конкретного человека – часть общего успеха нации.

Еще один тезис – «ассимиляция–плохо», также можно назвать догмой. В условиях империй, в рамках которых существовал армянский народ – Османской, Российской, этот тезис был важен для сохранения армянской нации, однако сейчас, в условиях наличия независимой Армении, он теряет свое значение. Наоборот, армянам полезно выходить из своих национальных общин, из своих «гетто», открываться новым и прогрессивным веяниям, ведь все приобретенное затем может быть частью общеармянской интеллектуальной базы.

Таким образом, основа для успеха Армении и армянского народа – это избавление от догм и трансформация сознания, которая армянам сейчас необходима.

ЭКОНОМИКА

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ МИГРАЦИИ

Л.А. Аветисян¹, Г.А. Мелконян², А.А. Манукян³

larisa.avetisyan@rau.am, georgi.melkonyan@gmail.com

manukyanhakobfizmat@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В настоящее время расширяющиеся глобализационные процессы влекут за собой не только положительные последствия, но и глобальные проблемы. Снижение барьеров на пути перемещения людей наряду с развитием информационных технологий и инфраструктур ведут к усилению миграционных процессов, одним из бурно развивающихся направлений которых является образовательная миграция.

В статье рассматриваются выгоды и издержки образовательной миграции как для страны, экспортирующей образовательные услуги, так и для страны, импортирующей образовательные услуги. Рост численности иностранных студентов в мире увеличивает количество высококвалифицированных работников в той стране, ряды рабочей силы которой пополняет студент, получивший высшее образование, что является залогом экономического роста данной страны.

Ключевые слова: миграция, академическая мобильность, инфляция, экономический дуализм, демография.

В целях изучения особенностей современных тенденций и экономических последствий образовательной миграции прежде всего необходимо определить понятия академической мобильности и образовательной миграции. Очень часто данные явления приравниваются. Однако стоит иметь в

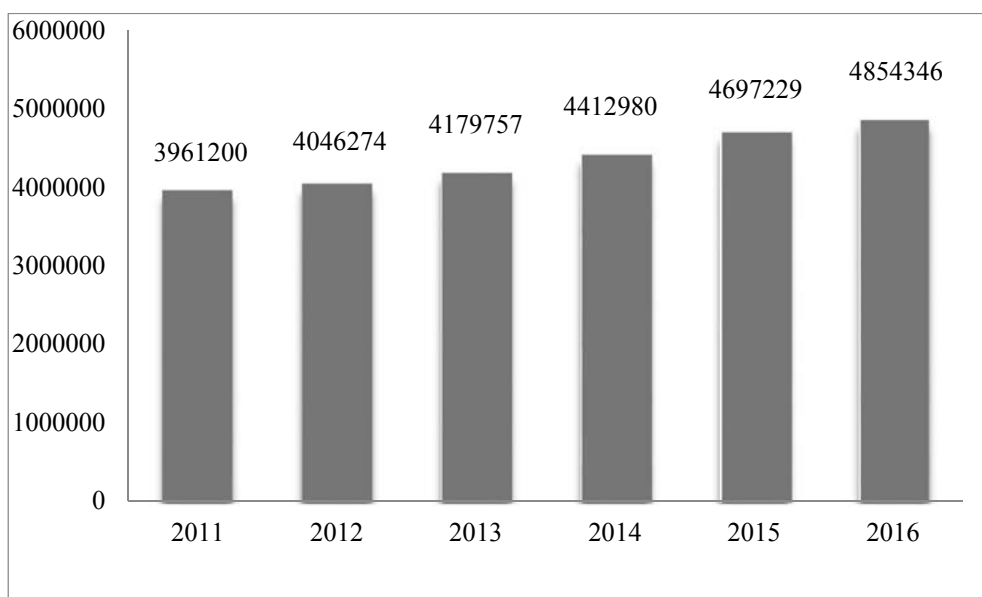
¹ *Старший преподаватель кафедры Экономики и финансов, к.э.н.*

² *Студент третьего курса бакалавриата по направлению «Экономика».*

³ *Студент второго курса бакалавриата по направлению «Экономика».*

виду, что в международной практике учета миграции образовательную миграцию выделяют в отдельную категорию. ЮНЕСКО *определяет академическую мобильность* как «перемещение лиц, допущенных для прохождения конкретной программы обучения в учреждениях высшей школы страны, гражданами которой они не являются» [1]. Принимая во внимание, что, согласно определению ООН, миграцией считается перемещение лиц на срок более трех месяцев, то за исключением случаев академической мобильности на срок менее трех месяцев, речь идет об одном и том же понятии.

Образовательная миграция является неотъемлемой составной частью более широкого феномена интеллектуальной миграции. Понятие «интеллектуальная миграция» описывает миграционные потоки квалифицированных кадров, в том числе и потенциально квалифицированных кадров: студентов, аспирантов, стажеров и т.д., занимающихся научной или учебной деятельностью за пределами собственной страны в течение продолжительного периода времени, а точнее: не менее одного академического года. Это касается как уехавших из страны навсегда, так и вернувшихся в свою страну. Этот феномен в научных кругах называется «интеллектуальная реэмиграция» или же «возвратная миграция».

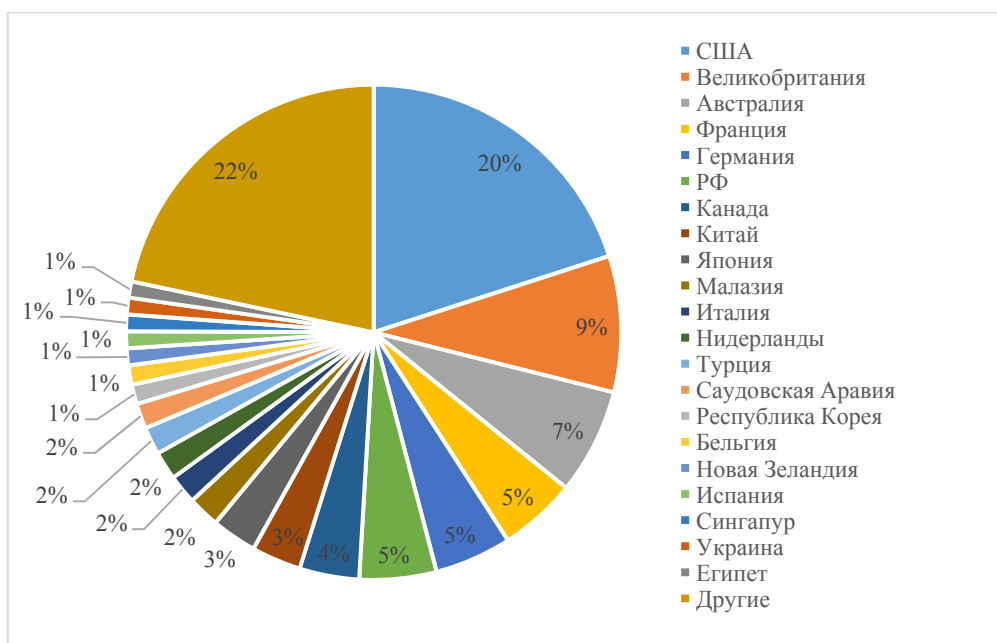


Источник: *Global Migration Data Analysis Centre of International Organization for Migration based on UNESCO 2018*

Рис. 1. Международная мобильность студентов, 2011–2016гг.

По данным исследования «GLOBAL MIGRATION INDICATORS-2018» [2] за промежуток 2011–2016 гг. общее количество иностранных студентов возросло на 23%. Статистика касается студентов, которые пересекли национальную границу с целью получения образования и центр их экономических интересов по сей день находится за границами собственной страны.

Если рассматривать миграционные потоки по странам, то среди стран-получателей лидируют Соединенные штаты Америки (971417 человек или 20,01% от всего количества мигрантов). После США идут Великобритания (432001 человек; 8,9%), Австралия (335512; 6,91%), Франция (245349; 5,05%) и Германия (244575; 5,04%) [3].

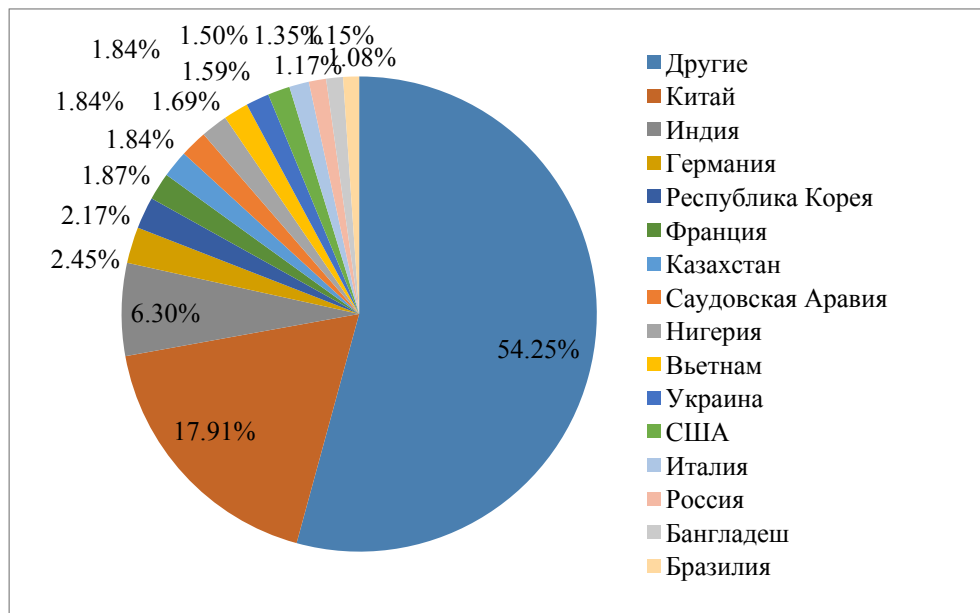


Источник: База данных ЮНЕСКО по мобильности студентов:
<http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow#slideoutmenu>

Рис. 2. Процентное соотношение крупнейших экспортеров образовательных услуг (% от общего количества студентов-мигрантов).

В случае с странами-донорами на первом месте Китай (869387 человек или 17,91% от всего количества иностранных студентов). После Китая

по количеству людей, уехавших из страны с целью получения высшего образования, идут Индия (305970 человек; 6,3%), Германия (119021; 2,45%), Республика Корея (105360; 2,17%) и Франция (90717; 1,87%) [3].



Источник: База данных ЮНЕСКО по мобильности студентов,
<http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow#slideoutmenu>

Рис. 3. Процентное соотношение крупнейших импортеров образовательных услуг (% от общего количества студентов-мигрантов).

Для изучения преимуществ и проблем стран-доноров и стран-получателей лучше всего подходят лидирующие страны по этим критериям: США и Китай.

В США насчитывается более 4 тысяч университетов, которые называются колледжами. По данным ЮНЕСКО, там обучается более 14 миллионов студентов, что составляет 4,75% от общего числа студентов на Земле [4]. В то же время университеты США занимают лидирующие позиции во всевозможных регионах мира, а также в Европе и Японии. Соединенные штаты Америки также являются лидерами по проценту иностранных студентов по отношению к собственным – 23% от общего количества учащихся. Как уже было отмечено, в год в США приезжает 971417 иностранных студентов, среди которых лидирующие места по количеству

имеют Китай (309837), Индия (135733), Республика Корея (60454), Саудовская Аравия (58385) и Канада (28255). США, как и все остальные страны, также импортирует образовательные услуги, но объем последних несоизмерим с объемом экспорта: всего 72830 человек, что является всего лишь 1,04% от общего потока мобильных студентов. Конкретно, в случае Гарвардского университета 11,58%, то есть 776 студентов из 6700, являются гражданами других стран. А если рассматривать весь образовательный комплекс Гарвардского университета, то есть все профессиональные школы и институт вместе, то число иностранных студентов составляет 22,7% (4994 человека из 22000) [5].

В качестве плюсов для США как страны-получателя можно отметить приток денежных средств из других стран за предоставляемые образовательные услуги, а также финансовые средства, которые направлены на обеспечение проживания и питания студентов. Так как иностранные студенты очень часто совмещают работу и учебу, это также является преимуществом для государства. В случае, когда иностранный студент, по окончании обучения, пополняет ряды рабочей силы США, государство получает высококвалифицированных работников. В противоположном случае страна-получатель имеет выгоду в виде проданных образовательных услуг.

Но популярность среди иностранных студентов имеет и свои минусы. Одной из выделяемых проблем является сложность интеграции, вызванная культурными различиями. Студенты, которые являются представителями стран, общество которых религиозно и традиционно, имеют проблемы интеграции и общения с представителями общества других культурных взглядов и воззрений. Такие разногласия в результате могут превратиться в нарушения уголовного кодекса, тем самым, став причиной повышения уровня преступности.

Привлечение большого количества иностранных студентов влечет за собой проблему безработицы и конкуренцию среди местных и иностранных студентов. Так как увеличение количества иностранных студентов влечет за собой повышение уровня престижности университета, последние склонны принимать иностранных студентов за счет местных. Учитывая тот факт, что велика вероятность возвращения иностранного студента на родину, государство теряет высококвалифицированного работника и имеет неквалифицированного гражданина.

Если закончившие американский университет иностранцы решают остаться и предоставлять свои услуги на местном рынке труда, то возникают проблемы для работников-американцев. Дело в том, что иностранцы, особенно представители третьего мира, имеют более низкие социальные и экономические требования к работе и работодатели предпочитают иностранцев по отношению к местным рабочим. Эта проблема связана с теорией двойного рынка Пиоре. Для теории двойного рынка причиной иммиграции считаются структурные потребности современных промышленно развитых экономик. Согласно теории двойного рынка, одной из причин миграции является различие в заработной плате между богатыми и бедными странами. Эта теория рассматривает рынок труда как наличие двух типов работ: «хороших» (высокооплачиваемая работа в верхней профессиональной иерархии) и «плохих» (низкооплачиваемые рабочие места, соответственно, в нижней профессиональной иерархии). Уменьшение занятости на нижнем уровне профессиональной иерархии в странах прибытия является притягивающим фактором для мигрантов, которые готовы работать за более низкую заработную плату. По мнению М. Пиоре, иммиграция обусловлена не выталкивающими факторами (низкая заработная плата и высокая безработица) в странах происхождения, а притягивающими факторами (хроническая и неизбежная потребность в иностранной рабочей силе) в принимающих странах. Этот спрос рабочей силы иммигрантов Пиоре связывал со следующими четырьмя фундаментальными характеристиками индустриально развитых стран: структурная инфляция, мотивационные проблемы, экономический дуализм и демография рабочей силы.

Структурная инфляция: заработные платы не только отображают условия спроса и предложения, они также дают статус и престижсоциальные качества. Заработная плата должна быть увеличена пропорционально по всей иерархии рабочих мест, для того чтобы держать их в соответствии с социальными ожиданиями. Эта проблема и называется структурной инфляцией. Привлечение местных рабочих путем повышения заработной платы во время дефицита рабочей силы считается невыгодным для работодателя. Для работодателя решением данной проблемы является иммиграция рабочих, которые согласны на низкую зарплату.

Мотивационные проблемы более остро проявляются в нижней профессиональной иерархии, чем в верхней, потому что у первых нет высо-

кого статуса и мало возможностей для профессионального роста. Работодатели ищут работников, которые местный уровень рабочих считают средством зарабатывания денег без каких-либо последствий для статуса или престижа. По различным причинам иммигранты соответствуют этим требованиям. Разные уровни жизни между развитыми и развивающимися странами означают, что даже низкая заработная плата за рубежом считается достаточной по сравнению с уровнем родной страны, хотя мигранты и знают, что имеют низкий статус за рубежом.

Экономический дуализм: раздвоение рынка труда характеризует экономику промышленно развитых стран из-за свойственной двойственности между трудом и капиталом. Капитал является фиксированным фактором производства, а труд – переменным. Этот свойственный дуализм между трудом и капиталом создает различия между рабочей силой. Во вторичном секторе существующая низкая заработная плата, нестабильные условия и отсутствие перспектив не устраивают местных работников, которых, наоборот, привлекают первичные, капиталоемкие секторы, где заработная плата выше, рабочие места более безопасны и есть возможность профессионального роста. Из-за этого дефицита спроса во вторичном секторе работодатели принимают на работу иммигрантов.

Демография рабочей силы: проблемы мотивации и структурной инфляции, присущие современной профессиональной иерархии вместе с дуализмом, характерным для рыночной экономики, создают постоянный спрос на работников, которые готовы работать при неблагоприятных условиях, при низкой заработной плате, при большой нестабильности и при небольших шансах для профессионального роста. В прошлом эти требования были выполнены частично с помощью женщин и подростков, но со временем по разным причинам их доля уменьшилась, и увеличился спрос на иммигрантов.

Теория двойного рынка имеет последствия:

1. Поскольку спрос на рабочих – иммигрантов растет из-за структурных потребностей экономики и выражается через методы найма, а не предложений заработной платы, международные различия в заработной плате не являются ни необходимым, ни достаточным условием для миграции рабочей силы. Действительно, работодатели нанимают работников, оставляя зарплату на одном и том же уровне.

2. Низкий уровень заработной платы в принимающих странах не поднимается в ответ на снижение числа работников-мигрантов.

3. Низкий уровень заработной платы, однако, может снизиться при увеличении предложения рабочих-мигрантов.

Если рассматривать проблемы и преимущества со стороны страны-донора, то наилучшим примером является Китай: эта страна лидирует по количеству студентов зарубежом (869387 студентов, из которых 309837 – в США, 112329 – в Австралию, 89318 – в Великобританию, 76537 – в Японию и 60936 студентов – в Канаду, количество иностранных студентов в Китае: 157108). Эти проблемы и преимущества можно кратко определить: увеличение количества профессионалов с международным образованием, получаемые трансферты из других стран за счет соотечественников, не вернувшихся после получения образования. Одновременно с этим у таких стран возникают проблемы: в стране остаются люди с более низким уровнем квалификации, возникает также проблема с переоцениванием международного диплома и созданием неравных условий конкуренции между работниками, получившими образование вне и внутри страны.

Исследование международного опыта показывает, что состояние страны-донора, особенно для такой маленькой страны с недостатком факторов производства, как Армения, чревато углублением зависимости от финансовых переводов из-за границы, присылаемых, в том числе, теми нашими соотечественниками, которые остались после получения высшего образования и нашли более приемлемые условия проживания, чем на родине. Также большая «утечка мозгов» уменьшает шансы Армении на становление страны, производящей высокотехнологические продукты и продукты с большой долей добавленной стоимости.

В последнее время на повестке дня в рамках встреч представителей стран Евразийского Экономического Союза кроме вопросов развития экономического сотрудничества и создания цифровой платформы, объединяющий весь союз, все чаще обсуждаются также вопросы образовательной интеграции, в которых рассматриваются вопросы двухстороннего признания документации ВПО вплоть до создания общей образовательной платформы для всего союза.

С другой стороны, многовекторная внешняя политика Армении позволяет развивать двухсторонние отношения с Евросоюзом, важной частью

которой является улучшение образовательных услуг Армении за счет интеграции опыта лучших европейских университетов в армянские реалии.

В связи с развитием многовекторной внешней политики, Армении необходимо в кратчайшие сроки модернизировать сферу образования, дабы реализовать переход из страны-донора в страну-получателя.

Но негативные последствия сохранения нынешнего состояния не означают, что переход на состояние страны-получателя решат все проблемы. Международный опыт показывает, что эта сфера тоже имеет свои проблемы. Создание международно-принятого образовательного ресурса – процесс очень трудоемкий и состоит не только от подбора высококвалифицированных кадров и создание необходимых сооружений, а также от создания более приемлемых условий пребывания иностранцев, более высокого уровня толерантности к другим культурам, улучшения уровня законности, поднятия уровня предоставляемых услуг, начиная от транспорта до образовательных и медицинских.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Рязанцев С.В., Ткаченко М.Ф.* Мировой рынок труда и международная миграция/ Учебное пособие / М.: ЗАО Изд-во «Экономика», 2010, 303с. С. 156.
2. Global Migration Report 2018 // Key Trends 2018 / Global Migration Data Analysis Centre (GMDAC) International Organization for Migration, 2018, Berlin, Germany, 25с.
3. База данных ЮНЕСКО по мобильности студентов, адрес источника: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow#slideoutmenu>
4. Данные Ассоциации американских университетов и колледжей (Association of American Colleges & Universities), адрес источника: <https://www.aacu.org/>
5. Статистические данные Гарвардского университета, адрес источника: <http://www.hio.harvard.edu/statistics>.

MODERN TRENDS AND ECONOMIC CONSEQUENCES OF EDUCATIONAL MIGRATION

L. Avetisyan, G. Melkonyan, H. Manukyan

ABSTRACT

In modern world, the globalisation processes become more wide scale and are the reason of both global positive effects and global problems. The lowering barriers on the

way of physical movement of people together with development of informational technologies and systems of communication lead to acceleration of migration processes, one the most improving directions of which is educational migration.

The main aim of this article is to explore the specifics of educational migration and academic mobility of students, describe advantages and disadvantages of educational migration as for countries exporting educational services as for importing countries. The main hypothesis of the article is that the permanent rising of amount of foreign students in the exporter country is the major factor of effective economic growth caused by increasing amount of high-qualified workers.

Keywords: migration, academic mobility, inflation, economic dualism, demography.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ АРМЕНИИ

А.В. Агаджанян, С.Г. Адибекян

Российско-Армянский университет

onik1018@yandex.ru, aghajanyanarmine88@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Актуальность исследования заключается в том, что на текущий период времени в Республике Армения зафиксировано отрицательное сальдо торгового баланса, которое приводит к отрицательному сальдо платежного баланса, что, в свою очередь, говорит о неплатежеспособности страны, страна больше импортирует, чем экспортирует. Спрос на товары, производимые в Армении на мировых рынках низкий, и происходит снижение курса национальной валюты.

Ключевые слова: внешняя торговля, внешнеторговая политика, импорт, экспорт.

Развитие внешней торговли Армении является многосторонней проблемой, которая требует адекватных и эффективных методов и концепций, опирающихся на теоретические основы развития мировой торговли.

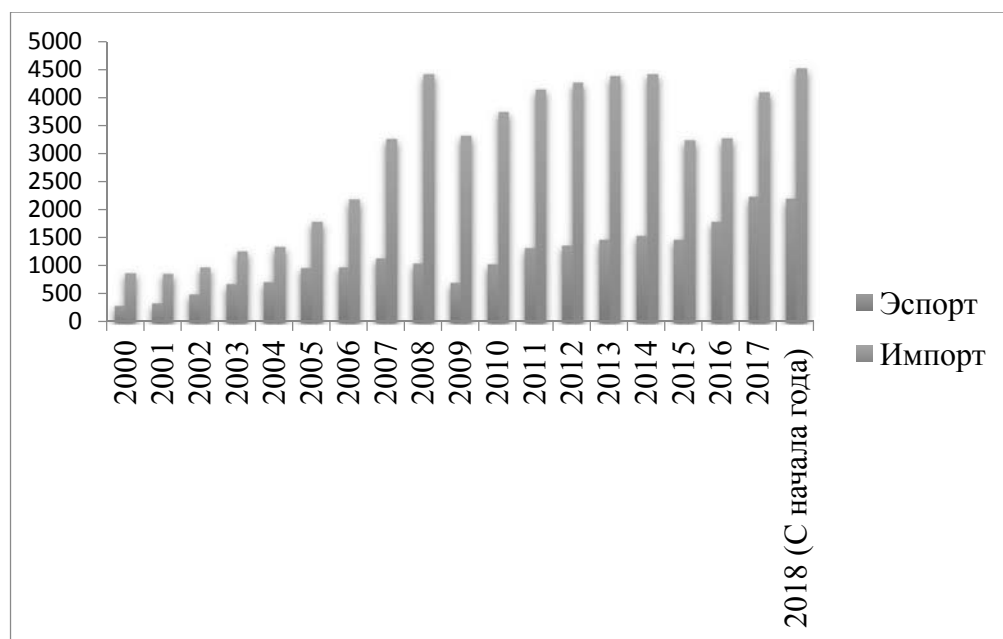
На сегодняшний день экономика Армении нуждается в оценке того, за счет чего расширяется внешнеторговая деятельность страны, чтобы реально оценить свои возможности на мировых рынках. Если знать свои преимущества, то можно обеспечить эффективность отечественных предприятий и обеспечить устойчивость их развития и конкурентоспособность.

Внешнеторговая политика – один из самых главных макроэкономических инструментов, который дает возможность влиять на экономический рост: сдерживать финансовый подъем или, наоборот, ускорять его

движение. В Республике Армения под внешнеторговой политикой подразумевается целенаправленная групповая программа государства по развитию внешнеэкономической работы, что подразумевает под собой внешнюю торговлю государства со странами ближнего зарубежья и увеличения их производительности.

Внешнеэкономическая политика любой страны состоит из двух частей: экспорт (вывоз товара) и импорт (ввоз товара). Сумма этих показателей отражает платежеспособность страны и товарооборот страны.

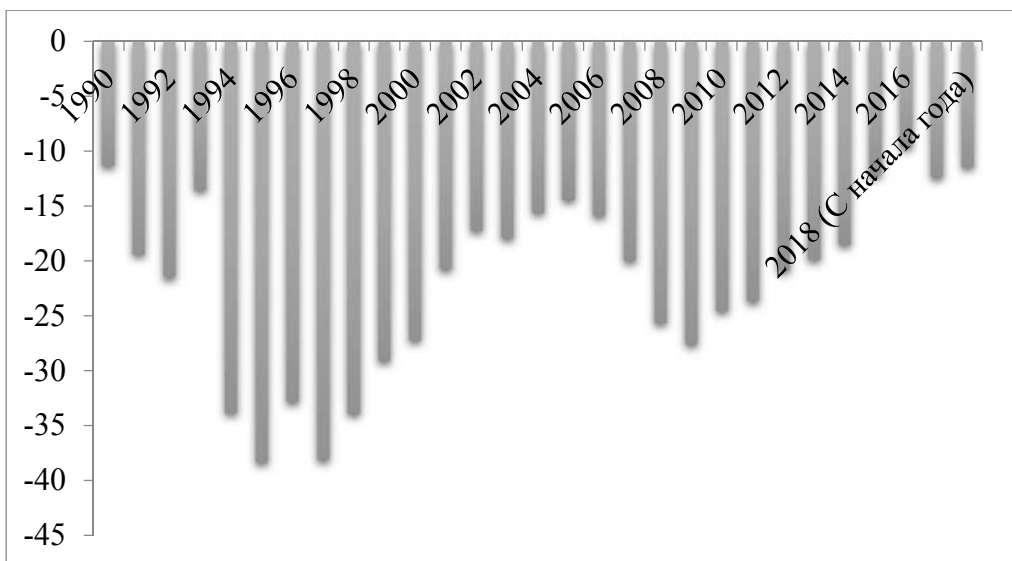
Рассмотрим динамику показателей экспорта и импорта на примере Республики Армения (Рис. 1. С. 5).



Источник: <https://www.armstat.am/ru/?nid=12&id=10004&submit=%D0%9F%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA>

Рис 1. Экспорт и импорт товаров, млн. долларов США.

Данные, представленные на рисунке 1 свидетельствуют о том, что во внешней торговле Республики Армения импорт преобладает над экспортом, и, соответственно, приводит к отрицательному внешнеэкономическому сальдо (рис.3. С.36), и по этой причине экономика Армении сильно зависит от импорта. Страна больше ввозит, чем вывозит.



Источник: <https://www.armstat.am/ru/?nid=12&id=10004&submit=%D0%9F%D0%BE%D0%B8%D1%81%D0%BA>

Рис 2. Торговый баланс, % от ВВП.

По мнению правительства, данные показатели свидетельствуют о положительной динамике внешнеторговой деятельности РА, показатель объемов экспорта из Армении составляет более 2,2 млрд долларов, что является рекордным показателем в истории независимой Армении. Объем импорта сопоставим с показателями 2011–2012 гг., и 2014 год объем импорта составил 4,4 млрд. долл. США, после чего в 2015 и 2016 годах резко сократился.

Правительство РА считает показатели экспорта позитивными и прогнозирует цели по экспорту товаров и услуг до 45% ВВП. Но не все разделяют оптимизм правительства. Ряд экономистов сначала указывают на то, что экспорт увеличился в основном за счет таких товарных групп, как медь, коньяк и сигареты, а это означает, что структура экспорта крайне концентрирована. С другой стороны, они считают динамику импорта быстрее. Отрицательное сальдо внешней торговли увеличилось из-за быстрого роста импорта.

Так как Армения разделена на области, то экспорт и импорт можно рассмотреть по распределению по регионам. Например, доля импортируемых товаров приходится: на город Ереван – 69,9%, на Котайскую область

– 27,4% и 18,1% [1] (Маркосян А., Наджарян Г., Ахвердян Д. Международные торговые отношения. Часть 1. Ереван. 2012. С. 293), т.е., всего только на две области приходится 86,4% экспорта и 88,0% импорта, что говорит о том, что в стране существует проблема справедливого распределения импортируемых и экспортируемых товаров.

Экспортная продукция Армении в большей части в 2000-2008 гг. поставлялась в Европейский союз, но за последние годы поставки заметно сократились, и это связано с неконкурентоспособностью армянских товаров на европейских рынках и ослаблением экономики ЕС (связано с Brexit и другим рядом причин). Такая же ситуация и с РФ. Раньше поставки в Россию были более интенсивными, и это связано с экономическим состоянием Российской Федерации. (Таблица 2. С.6.)

Таблица 1. Партнеры Армении на экспорт/ импорт.

Группа стран	2000	2005	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Экспорт												
ЕС-28	36,9	46,6	54,2	48,1	45,5	37,1	33,4	30,1	29,6	31,2	32,4	31,5
СНГ-12 без РФ	9,6	7,1	11,6	8,4	8,1	9,3	10,3	8,6	10,6	11,2	12,3	13,4
РФ	14,8	12,2	19,7	15,4	16,7	20,2	22,6	19,9	15,2	16,4	17,5	18,6
Прочие регионы	38,7	34,1	14,5	28,1	29,7	33,4	33,7	41,4	44,6	45,6	46,3	47,8
Импорт												
ЕС-28	36,7	33,8	30,7	27,4	28,2	26,4	26,4	25,6	24,0	23,3	21,2	22,3
РФ	15,5	13,5	19,2	22,3	21,5	24,8	23,4	25,4	29,1	33,5	36,8	37,3
СНГ-12 без РФ	4,1	15,5	10,4	9,6	9,1	7,7	7,7	7,1	7,0	6,2	6,0	5,8
Прочие регионы	43,7	37,2	39,7	40,7	41,2	41,1	42,5	41,9	39,9	38,6	37,2	39,4

Источник: http://inecon.org/docs/Vardomsky_Pylin_Ilyina_paper_2016.pdf, стр. 44 [2] Вардомский Л.Б., Пылин А.Г., Ильина М.Ю. // Экономика Армении: идеи, модели и результаты развития под общей ред. Л.Б. Вардомского. С. 123.

Армения в 2014 году вступила в ЕАЭС (Евразийский экономический союз), но, к сожалению, это отрицательно отразилось на экономике государства, так как вступление Республики Армения в ЕАЭС совпало со спадом экономики в странах-участницах. В 2014 г. на долю ЕАЭС-3 (Беларусь, Казахстан и Россия) приходилось 21,0% всего экспорта Армении, в 2015г. – 15,9%. При этом, падение стоимостных показателей армянского экспорта отмечалось во всех странах объединения (наиболее сильное – в Беларуси) и составило 88 млн долл., или 27,1%, что намного превысило общее сокращение экспорта Армении (3,9%) [3]. (Расчеты авторов по данным Национальной статистической службы Республики Армения).

Но уже в первом полугодии 2018 года торговый оборот со странами Евразийского союза вырос на 20,4%. Основным партнером Армении в ЕАЭС является Россия.



Диаграмма 1. Основные статьи по экспорту и импорту Армении [4].

The Observatory of Economic Complexity <https://atlas.media.mit.edu/ru/profile/country/arm/>

В Армении также поменялась товарная структура импорта (в 2018 году по сравнению с 2017 годом).

По диаграммам 1 (С.7) и 2 (С.40) видно, что статьи импорта, которые и ранее преобладали, выросли: машины и оборудования на 81,2%, драгоценные металлы и изделия из них – 40,5%, транспортные средства в 2,2 раза, спад пришелся на химическую продукцию, которая упала на 6,7%.

Отсюда следует, что объёмы внешней торговли 2018 выросли относительно 2017 года.

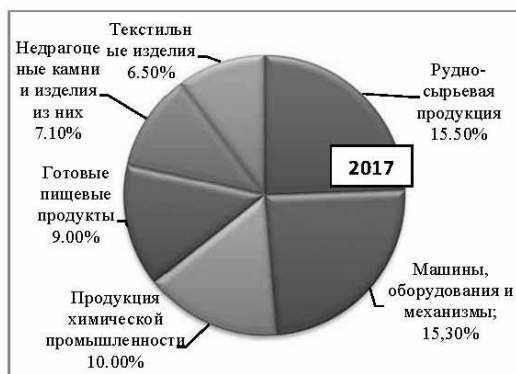


Диаграмма 2. Товарная структура импорта 2017.

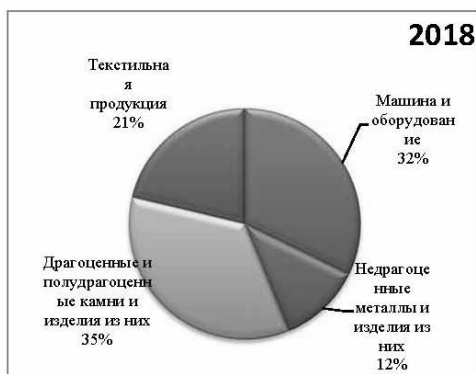


Диаграмма 3. Товарная структура импорта 2018.

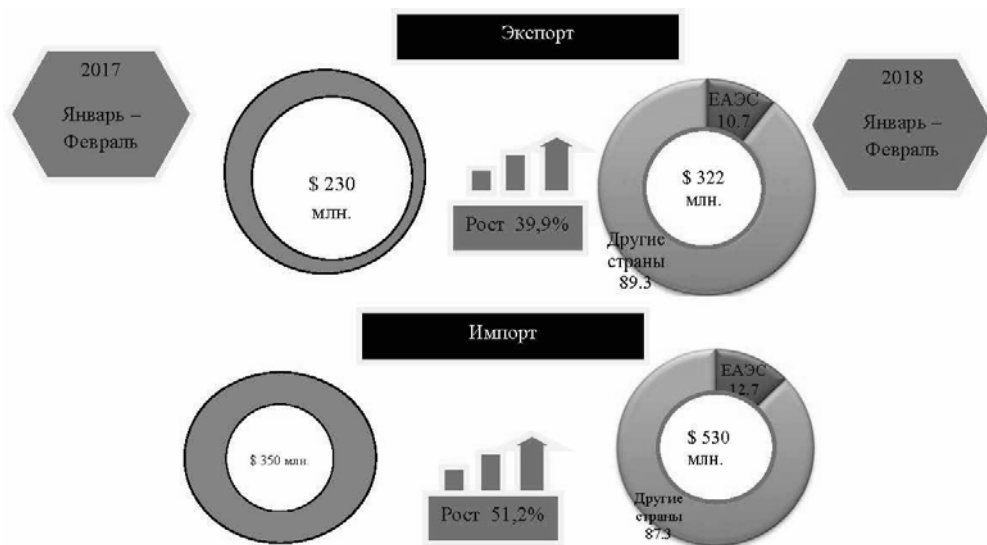


Рисунок 3. Сравнительный анализ внешней торговли Армении 2017 и 2018 года [5]. Разработано автором на основании данных Национальной Статистической службы Армении.

Относительно этих показателей можно заметить, что в минувшие годы стабильно увеличивается экспорт в страны третьего мира (за пределы СНГ и ЕС). Новыми странами-партнерами стал Китай, Иран и Канада.

Отсюда следует, что ранее экспорт республики был разделен между тремя главными странами-реципиентами: ЕС, СНГ и страны третьего мира (Китай, Иран, Канада), а после экономического спада в двух первых интеграциях, возросли поставки в третьи страны.

В импорте страны все гораздо стабильнее, и по сей день, поставки из внешних стран продолжают набирать обороты (Таблица 2 С.8). И так же, как и в экспорте, главным поставщиком-импортером является Российская Федерация.

Таблица 2. Ключевые внешнеторговые партнеры Армении, в %.

Страна	2000	2005	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Россия	15,3	13,9	19,3	20,8	20,3	23,5	23,2	24	24,8	25,3	26,7	27,3
Китай	0,5	1,3	7	9,1	7,7	7,6	7,8	9,8	10,2	11,5	12,3	13,4
Германия	4,2	9,3	8	7,2	7,4	7,3	6,2	7,4	7,3	7,0	7,2	7,4
Иран	9,5	4,8	4,2	5,6	5,9	5,6	5	4,9	5,8	5,7	5,6	5,8
Италия	2,4	2,7	3,4	2,7	3,2	3,1	3,2	3,6	4,2	3,9	3,7	4
Грузия	3	2,8	2,4	2,2	2,2	2,3	2,6	2,6	3,9	2,8	3,1	2,5
США	11,9	6,3	5	4,1	4,5	4,1	3,9	3,7	3,4	4,1	5,2	4,9
Турция	3,5	2	4,9	4,4	4,4	3,8	3,6	3,9	2,9	2,7	2,2	2,5
Ирак	0	0	0	0	0,4	0,9	1,3	1,8	2,8	2,6	2,4	2,5
Украина	1,3	3,1	6,1	5	4,4	4	4,1	3,6	2,8	2,5	2,2	2,3

Источник: http://inecon.org/docs/Vardomsky_Pylin_Pyina_paper_2016.pdf, стр. 45 [6].

Л.Б. Вардомский А.Г. Пылин, М.Ю. Ильина // Экономика Армении: идеи, модели и результаты развития / Под общ. ред. Л.Б. Вардомского.

Одним из важных торговых партнеров для Армении является Грузия, которая имеет сильные связи с главными портами Черного моря, а также через Грузию в Армению поставляются товары из Европейского союза, стран постсоветского пространства. Грузия выступает, «мостом», через который поступают главные ресурсы страны (Рис. 4. С. 9).

Проблемой для развития внешнеторговой деятельности Армении является политика проводимая в старнах – участницах ЕАЭС и странах СНГ – это резкое обесценение национальной валюты по отношению к мировым

валютам, а именно, к доллару и евро, для того, чтобы реорганизовать экспорт.

Таблица 3. Внешнеторговый оборот, млн. долларов США.

Год	Абсолютное значение	по сравнению с тем же периодом прошлого года (%)
2018 (с начала года)	6723,6	119,1
2017	6334,8	125,8
2016	5075.3	107.4
2015	4724.6	79.1
2014	5971.7	101.8
2013	5864.6	104
2012	5641.4	103
2011	5479.6	114.4
2010	4790.0	118.8
2009	4031.3	73.5
2008	5483.3	124.1
2007	4420.1	139.1
2006	3176.7	114.4
2005	2775.6	133.9
2004	2073.6	105.5
2003	1965.1	131.7
2002	1492.4	122.4
2001	1219.2	102.9

Источник: <https://www.armstat.am/ru/?nid=12&id=10001>

Но данная политика может привести как к росту экспорта, так и к макроэкономическим рискам. «Многие страны, имея высокую, порой двухзначную инфляцию, проводят в этих условиях еще и политику агрес-

сивной девальвации своей национальной валюты, что, помимо краткосрочных положительных эффектов, ничего хорошо не сулит в среднесрочной и долгосрочной перспективе», – сказал председатель Союза банков Армении Самвел Чзмачян.

На основании вышеописанных проблем можно сделать вывод, что несмотря на то, что ВТО внесло в экономическую ситуацию Армении положительную динамику: создала условия для увеличения иностранных инвестиций, армянские товары получили большие возможности для внедрения на рынки, в которых они не были ранее. Но с другой стороны, отрицательное сальдо торгового баланса после вступления в ВТО растет. Это значит, что Армения еще не может конкурировать по экспорту с другими странами, относительно мал торговый потенциал, а параллельно растет импорт. Если и дальше продолжать не использовать весь ресурсный потенциал для производства, то отрицательное сальдо торгового баланса только будет увеличиваться.

В Армении средняя ставка импортной пошлины составляет 10% и 0% на сырье и полуфабрикаты. По этой причине, Армения ограничивает импорт готовой продукции и стимулирует импорт сырья и полуфабрикатов. Но в Армении нет таких фабрик и заводов, которые могли бы перерабатывать данную продукцию, поэтому применение 10% ставки к импорту не эффективно. Кроме того, что товар, ввозимый на территорию страны, облагается импортной пошлиной, еще и облагается налогом на добавленную стоимость ставкой в 20%. Получается, что потребитель получает това в несколько раз дороже, чем он стоит в соседних странах.

Из всего сказанного можно сделать вывод, что для решения проблем с внешней торговлей Армении нужно реорганизовать экспорт, но есть ряд факторов сдерживающих этот процесс.

Также, одним из факторов, влияющих на снижение объемов экспорта, является отставание ВВП на душу населения, который и определяет уровень экономического развития. Сотрудничество Армении с ЕС также открывает большие возможности перед производителями и будет развиваться в новом формате, в котором будут сформулированы несколько направлений экономического сотрудничества, включая интернационализацию малых и средних предприятий (МСП) и внешнюю торговлю МСП, то есть содействие торговле между МСП и европейскими МСП (импорт и

экспорт), поддержание и развитие «GSP + режим преференциальной торговли».

Замена импорта на внутреннее производство, безусловно, является одним из приоритетов экономики Армении. До недавнего времени импорт во внешнеторговом балансе страны почти утроился. Сегодня это соотношение почти упало, но остается в повестке дня.

Предпринятые правительством шаги по увеличению экспорта, дают положительный результат. Одним из доказательств этого является резкое увеличение экспорта, зафиксированное в контексте сокращения импорта.

И конечно же диаспора, фактор, который может сыграть ключевую роль в развитии возможностей экономики страны. Для этого самой диаспоре нужно учесть два условия. С одной стороны, она должна воспринимать развитие страны как общенациональную цель и элемент собственной идентичности, как например, в Израиле. С другой стороны новое правительство должно создавать благоприятный климат в стране для привлечения инвесторов, безопасные условия для бизнеса, чтобы и зарубежные предприниматели понимали, что вклады в национальную экономику это не только патриотический долг, но и выгодное сотрудничество.

ЛИТЕРАТУРА

1. Национальная статистическая служба: <https://www.armstat.am>
2. *Маркосян А., Наджарян Г., Ахвердян Д.* Международные торговые отношения Часть 1. Ер., 2012. С. 293
3. *З.Вардомский Л.Б., Пылин А.Г., Ильина М.Ю.* Экономика Армении: идеи, модели и результаты развития / Под общей ред. Л.Б. Вардомского. С. 123.
4. The Observatory of Economic Complexity
<https://atlas.media.mit.edu/ru/profile/country/arm/>
5. *Оганджян Д.В.* Проблемы сырьевой базы пищевой промышленности Республики Армения как факторы, воздействующие на ценовую конкурентоспособность отрасли на международных рынках: www.naukovedenie.ru>
6. *Аветисян А.О.* Взгляд на внешнюю торговлю республики Армения до и после присоединения ВТО. Раздел I. Экономич. науки, 2013. С. 5.

PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE OF ARMENIA

A.V. Aghajanyan, S.G. Adibekyan

ABSTRACT

The relevance of the study lies in the fact that at the moment, in the Republic of Armenia there is a negative trade balance, which leads to a negative balance of payments, which in turn indicates the insolvency of the country that the country imports more than exports. What is the demand for the goods of this country on the world stage -small, and subsequently decreases the exchange rate relative to other currencies.

Keywords: foreign trade, trade policy, imports, exports.

ИНИЦИАТИВА КИТАЯ «ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ»: ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ АРМЕНИИ

В.Л. Айрапетян¹, Г.Р. Айрапетян²

¹*Российско-Армянский университет,*

²*Ереванский государственный университет*

hayrapetyanv@rambler.ru, grigor.hayrapetyan@yahoo.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются основные направления реализации инициативы Китая «Один пояс, один путь». Представлены основные мероприятия, проведенные с момента начала реализации инициативы: подписанные соглашения и конвенции, осуществленные и запланированные инвестиционные проекты и т.д. Анализируется роль Армении в осуществляемых проектах, подписанных соглашениях. Определены основные вызовы и перспективы участия Армении в инициативе «Один пояс, один путь».

Ключевые слова: инициатива «Один пояс, один путь», инвестиции, инфраструктура, участие Армении.

Введение

В 2013 году президент КНР представил инициативу по созданию Экономического пояса шелкового пути и Морского шелкового пути XXI века (“Silk Road Economic Belt and New Maritime Silk Road”), в 2017 году, во время Форума «Пояс и путь для международного сотрудничества», инициатива была переименована в инициативу «Пояс и путь» (“Belt and Road” Initiative). Сегодня Инициатива «Пояс и путь» (ИПП) представляет собой экономическую структуру, разработанную для расширения взаимодействия между Китаем и странами-партнерами на основе античного шелкового пути по суше и по морю, направленную на усиление инфраструктурных, торговых и инвестиционных связей между Китаем и 65 странами.

Страны-участницы совместно составляют: 30% мирового ВВП, 62% населения и 75% разведанных запасов энергетических ресурсов [1].

Цель инициативы «Пояс и путь» – связать различные регионы через строительство инфраструктуры, транспортных и экономических коридоров, соединяя Китай с остальным миром на основе физического, финансового, цифрового и социального взаимодействия. Инициатива «Пояс и путь» открыта для участия всех стран, а также международных и региональных организаций, не имеет географических ограничений: правительство страны должно принять решение – есть ли у них проект, который может быть включен в ИПП [1].

С учетом вышесказанного цель данной статьи заключается в представлении основных направлений реализации Инициативы Китая «Пояс и путь» на глобальном и региональном уровнях, а также определить перспективы участия Армении в этом процессе.

Основная часть

Инициатива «Пояс и путь» включает:

- Экономический пояс Шелкового пути, который связывает Китай с Центральной и Южной Азией, и далее в Европу:
 - от Северо-запада и Северо-востока Китая через Центральную Азию и Россию до Европы и Балтийского моря;
 - от Северо-запада Китая через Центральную Азию и Западную Азию к Персидскому заливу и Средиземному морю;
 - от Юго-запада Китая через Индокитайский полуостров к Индийскому океану.
- Морской Шелковый путь XXI века, который связывает Китай со странами Юго-Восточной Азии, Персидского залива, Северной Африки и Европы:
 - от прибрежных портов Китая, пересекая Южно-китайское море и Малаккский пролив, к Индийскому океану и далее к Европе;
 - от прибрежных портов Китая, пересекая Южно-китайское море в направлении Юга Тихого океана [2;3].

К основным финансовым институтам по реализации Инициативы «Пояс и путь» относятся финансовые институты многостороннего развития, банки, определяющие политику и специальные инвестиционные фонды (Табл. 1).

Таблица 1. Финансовые институты Инициативы «Пояс и путь».

Тип финансового института	Название института	Направление деятельности
Финансовые институты многостороннего развития	Азиатский банк по инвестициям в инфраструктуру (Asian Infrastructure Investment Bank)	региональный многосторонний финансовый институт развития с зарегистрированным капиталом 100 млрд. долл. США; предоставляет кредиты с 2016г. Большинство поддерживаемых проектов вдоль ИПП
	Новый банк развития БРИКС (New Development Bank BRICS)	региональный многосторонний финансовый институт развития с зарегистрированным капиталом 50 млрд. долл. США, который равномерно распределен между 5 странами-участницами БРИКС; финансирует инфраструктурные проекты в странах БРИКС и других развивающихся странах
	Всемирный банк (World Bank)	объединяет АИВ и NDB BRICS при совместном финансировании проектов вдоль ИПП
	Азиатский банк развития (Asian Development Bank)	региональный многосторонний финансовый институт развития, который объединяет АИВ и NDB BRICS при совместном финансировании проектов вдоль ИПП
Банки, определяющие политику	Китайский банк развития (China Development Bank)	реализует экономические дипломатические стратегии Китая; поддерживает китайские компании при расширении международного бизнеса; обеспечивает финансовые услуги, включая консультирование по стратегическому планированию, проектному планированию и развитию сотрудничества между Китаем и странами ИПП

Тип финансового института	Название института	Направление деятельности
	Экспортно-импортный банк Китая (The Export-Import Bank of China)	поддерживает внешнюю торговлю и проекты “go global” китайских компаний
Специальные инвестиционные фонды	Фонд шелкового пути (Silk Road Fund)	создан в дек. 2014г. специально для поддержки ИПП, объем – 40 млрд. долл. США, инвестиции от Государственного валютного управления, Китайской инвестиционной корпорации, Китайского Эксимбанка и Китайского банка развития

В 2017г. состоялся форум по расширению сотрудничества в рамках Инициативы «Пояс и путь», на котором были подписаны 76 соглашений между Китаем и другими странами, а также международными организациями, включающих 270 конкретных результатов, к которым можно отнести:

1. Синергетическое взаимодействие политик развития и стратегий – подписание меморандумов о сотрудничестве в рамках ИПП.

2. Углубленное сотрудничество по инфраструктурным проектам – железнодорожное сообщение, использование водных ресурсов, информационно-коммуникационные технологии, энергетика. В т.ч. соглашение о международных перевозках с Узбекистаном, Турцией и Беларусью, соглашение о сотрудничестве в сфере железнодорожного сообщения между Китаем, Беларусью, Германией, Казахстаном, Монголией, Польшей и Россией.

3. Расширение промышленных инвестиций и торговых связей – соглашения об экономическом и торговом сотрудничестве с 30 странами, включая Армению, Грузию и Азербайджан.

4. Расширение финансового сотрудничества и взаимодействия – включает в т.ч. увеличение Фонда Шелкового пути, развитие сотрудни-

чества с Азиатским банком развития, Азиатским инфраструктурным банком, Европейским инвестиционным банком, ЕБРР, Группой Всемирного банка.

5. Инвестиции с целью повышения уровня жизни и расширения международных обменов. Китайское правительство увеличит помощь развивающимся странам вдоль ИПП по направлениям: продовольствие, сельское хозяйство, образование, спорт. Общий размер помощи на ближайшие три года не менее 60 млрд. юаней. Включает развитие туризма, обмены в сфере высоких технологий и образования, медиатехнологии, деятельность неправительственных организаций, научные исследования [2].

Основные достижения реализации ИПП можно разделить на несколько направлений:

- *Политическое доверие.* Координация политики является существенным предусловием для стран ИПП достигать взаимовыгодных результатов. Было проведено несколько международных конференций; Belt and road forum for international cooperation, G20 Hangzhou Summit, Boao Forum for Asia – необходимые платформы для обменов на высоком уровне между Китаем и другими странами ИПП. За 2013–2018гг. Китай существенно развил дипломатические отношения с 30 странами вдоль дорог ИПП. Между Китаем и 44 странами ИПП были подписаны 88 совместных заявлений и коммюнике.
- *Внешняя торговля.* За 2017г. международный торговый оборот Китая возрос на 7%, а торговый оборот со странами ИПП возрос на 13%. Китай экспортирует в страны ИПП в основном электромеханическую продукцию, а импортирует электрическое оборудование и топливо. 43% торговли между Китаем и странами ИПП приходится на частные предприятия.
- *Инфраструктура.* Китай развивает морские перевозки с более чем 600 портами в 200 странах мира. Также развивается железнодорожное сообщение между Китаем и странами ИПП. В 2017г. объемы экспорта с использованием ж/д транспорта возросли на 34,5%. В гражданской авиации Китай подписал соглашения с 62 странами ИПП, осуществляя прямые полеты в 45 стран.
- *Финансовая система.* Азиатский банк инвестиций в инфраструктуру одобрил инвестиции в проекты на общую сумму 5,3 млрд. долл.

США. Фонд Шелкового пути подписал соглашения по инвестированию 19 проектов – стоимостью в 80 млрд. долл. США, ожидаются инвестиции еще в размере 7 млрд. долл. США. Китайские банки расширяют свое присутствие за рубежом – учреждено 102 отделения в 24 странах (в основном в Сингапуре, Малайзии, Индонезии и Таиланде). Трансграничная межбанковская система платежей в юанях (RMB Cross-border Interbank Payment System) покрывает 165 банков в 40 странах ИПП, включая Россию, Сингапур, Малайзию, Корею и Таиланд.

- *Туризм и обучение за рубежом.* В 2017г. двусторонний поток между Китаем и странами ИПП составил 60 млн. туристов. Количество китайских студентов, обучающихся за рубежом, достигло в 2017г. 600 тыс. человек. Китай учредил 17 национальных культурных центров, 173 Конфуцианских института и 184 Конфуцианских класса в странах ИПП. Китайские туристы могут путешествовать в 29 стран ИПП без виз [10].

К основным инфраструктурным проектам, реализуемым в рамках ИПП в Центральной Азии (к этому региону относится Армения), можно отнести осуществление проектов по строительству и эксплуатации газовых трубопроводов, а также по развитию железнодорожного сообщения. В 2015г. глава Китайской железной дороги представил проект «Высокоскоростная железная дорога Шелкового пути» (“Silk Road High-speed Railway”) в рамках которого должны быть расширено железнодорожное сообщение от запада Китая до Казахстана, Кыргызстана, Узбекистана, Туркменистана и Ирана, линия может включать Турцию и продлиться до Европы. Основные проблемы, с которыми приходится сталкиваться, заключаются в том, что железная дорога проходит по малоразвитым неиндустриализированным территориям, при этом существующие ж/д линии не соответствуют современным стандартам высокоскоростной железной дороги [5].

Основной инфраструктурный проект, реализуемый в Армении, который может иметь значение для ИПП – это инвестиционная программа «Транспортный коридор Север-Юг». Строительство в Армении транспортного коридора «Север-Юг» может стать частью мультимодального транспортного коридора «Персидский залив-Черное море» [6].

Мультимодальная транспортная инфраструктура в современных условиях – это ключевой фактор развития международной торговли и экономического роста, способствующий расширению торговли, привлечению прямых иностранных инвестиций, ускорению индустриализации, повышению эффективности производственных сетей, развитию региональной интеграции, экономическому росту, уменьшению бедности. Развитию транспортной взаимосвязи и многосторонней торговли в рамках ИПП препятствуют два вида барьеров:

- физические барьеры – несоответствующие возможности инфраструктуры и оборудования, скорости и стоимости перевозки товаров или топографические факторы (пустынные и горные регионы);
- мягкие барьеры – правовые и нормативные барьеры, финансирование проектов и безопасность, (негостеприимный) ландшафт и безопасность вдоль торговых путей [7].

Торгово-транспортный коридор представляет собой набор скоординированных мер в сфере транспортной и логистической инфраструктуры и услуг, направленных на развитие торгово-транспортных потоков между центрами экономической активности. Официально торгово-транспортный коридор обычно координируется на национальном или региональном уровнях, реализуется на государственном или частном или государственно-частном уровнях. К основным причинам популярности торгово-транспортных коридоров относятся:

- значимость для стран, не имеющих выхода к морю, в особенности, основного доступа к морским портам для их внешней торговли;
- региональная интеграция улучшает перспективы роста стран с низким и ниже-среднего уровнями дохода, особенно без выхода к морю;
- регулятивные и другие ограничения для развития торговли имеют практическое значение на уровне коридора, что позволяет разработать соответствующие меры;
- коридоры обеспечивают пространственные рамки для организации сотрудничества и взаимодействия между странами и агентствами на государственном и частном уровнях в сфере обеспечения торгово-транспортной инфраструктуры и услуг [8].

С учетом вышесказанного, участие Армении в мультимодальном транспортном коридоре «Персидский залив-Черное море» представляет множество возможностей для экономического развития страны.

Транспортный коридор «Север-Юг» обеспечивает доступ к Черному морю через территории Армении и Грузии, затем к Европейским странам. Реализация проекта приведет к улучшению транспортных коммуникаций Европа-Кавказ-Азия на пересечении Западной Азии и Восточной Европы. Пересекая территорию Армении с севера на юг, коридор выходит на Грузинскую железную дорогу, ведущую к портам Поти и Батуми [9].

Основная цель проекта Транспортный коридор «Север-Юг» – повышение безопасности и комфорта, сокращение времени и финансовых затрат, интеграция возможных необходимых телекоммуникационных и других инфраструктур. К текущим целям проекта относятся:

- содействие взаимодействию с соседними странами;
- расширение и облегчение доступа к внешнему рынку в направлениях Центральной Азии и Европы;
- развитие крупных экономических проектов и расширение экспорта (промышленность, сельское хозяйство, горнодобывающая промышленность, строительство, туризм) и т.д. [9]
- Финансирование проекта осуществляется в виде 5 траншей со стороны международных финансовых институтов:
- Азиатского банка развития:
- транш 1–70,4 млн. долл. США,
- транш 2–179,6 млн. долл. США,
- со-финансирование транша 3–100 млн. долл. США;
- Европейского инвестиционного банка:
- со-финансирование транша 3–60 млн. евро + грант 12 млн. евро,
- транш 5;
- Евразийского банка развития:
- транш 4–150 млн. долл. США;
- Европейского банка реконструкции и развития:
- частичное финансирование в 2012г.

Сегодня реализуется третий транш, а также ведутся переговоры по привлечению других доноров [9].

Основная проблема реализации проекта по строительству транспортного коридора «Север-Юг» – это коррупция, что обусловило низкое качество выполняемых работ, несоответствие срокам и т.д.

Однако следует отметить, что сегодня правительству следует уделить максимум внимания этой проблеме. Участие Армении в международных торговых и инвестиционных потоках имеет ограничения географического и политического происхождения. Положение транзитной страны обеспечит массу преимуществ для развития армянской экономики, которые смогут быть реализованы в довольно скором времени с момента начала работы транспортного коридора «Север-Юг».

ЛИТЕРАТУРА

1. Belt and Road Initiative. Financing for Sustainable Development Goals // <http://www.cn.undp.org/content/china/en/home/belt-and-road.html>
2. Belt and Road Forum for International Cooperation // <https://eng.yidaiyilu.gov.cn/qwyw/rdxw/13698.htm>
3. “One Belt, One Road”: an economic roadmap // The Economist Intelligence Unit, 2016.
4. Development Finance Institutions Jointly Support the Belt and Road Initiative. China Economic Information Service // www.silkroadnews.cn
5. “One Belt, One Road”: an economic roadmap. The Economist Intelligence Unit 2016
6. *Poghosyan, B.*, China's OBOR Initiative – Opportunities for the South Caucasus, *IndraStra Global*, Vol. 04 (2018), Issue No: 7, 0003.
7. *Hui Lu, Charlene Rohr, Marco Hafner, Anna Knack* (2018) China Belt and Road Initiative. Measuring the impact of improving transportation connectivity on trade in the region. Published by the RAND Corporation, Santa Monica, Calif., and Cambridge, UK/
8. *Kunaka, C. and Carruthers, R.* (2014). Trade and Transport Corridor Management Toolkit. World Bank, Washington D.C.
9. Инвестиционная программа «Транспортный коридор Север-Юг» // <http://northsouth.am/en>
10. B&R interconnection witnesses great breakthroughs in 5-year development // <https://eng.yidaiyilu.gov.cn/qwyw/rdxw/69500.htm>

**CHINA'S INITIATIVE "ONE BELT, ONE ROAD":
PERSPECTIVES FOR ARMENIA**

V. Hayrapetyan, G. Hayrapetyan

Russian-Armenian University, Yerevan State University

ABSTRACT

In the article the principal directions of the realization of China's Initiative "One belt, One Road" are considered. The main activities undertaken since the start of the initiative (signed agreements and conventions, realized and planned investment projects, etc.) are presented. The role of Armenia in the ongoing projects and signed agreements is analyzed. The main challenges and perspectives for Armenia's participation in the Initiative "One Belt, One Road" are defined.

Keywords: Initiative "One belt, One Road", investments, infrastructure, Armenia's participation.

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ РОСТА ВВП НА НАЛОГОВЫЕ ПОСТУПЛЕНИЯ В РА

А.В. Амроян

Российско-Армянский университет

armanamroyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

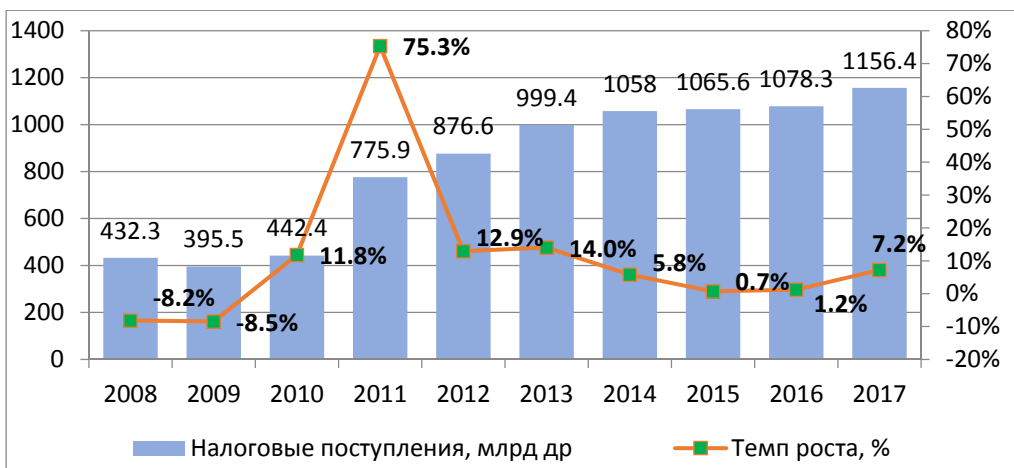
Одними из наиболее интересных экономических исследований являются исследования, посвященные налоговым поступлениям в бюджет и экономическому росту, особенно в контексте их взаимосвязи и влияния ВВП на фискальные притоки. В данной работе будет проанализирован темп роста ВВП Армении и его влияние на налоговые поступления.

Ключевые слова: ВВП, налоговые поступления, темпы роста.

Введение

Взаимосвязь между налоговыми поступлениями и ростом ВВП логична в рамках экономической теории – чем больше валовый внутренний продукт, тем выше сбор налогов (с большего объема производства). Однако на практике важно оценить степень их коррелированности, так как это позволит выявить ту часть роста/спада налоговых поступлений, которая находится вне (теневой сектор, прочие факторы) влияния экономической конъюнктуры.

За последнюю декаду и налоговые поступления, и ВВП, несмотря на две волны кризисов, демонстрируют динамичный рост. Для начала рассмотрим налоговые поступления РА и темпы их роста за последние 10 лет. Как видно на Рис.1, за последнее десятилетие налоговые поступления РА выросли более чем в 2.5 раз – с 432 млрд. драм. в 2008 году до 1156 млрд. драм. в 2017 году.



Источник: Комитет государственных доходов РА, статистические данные по налогам 2008–2017гг.

Рис. 1. Налоговые поступления РА и темпы роста.

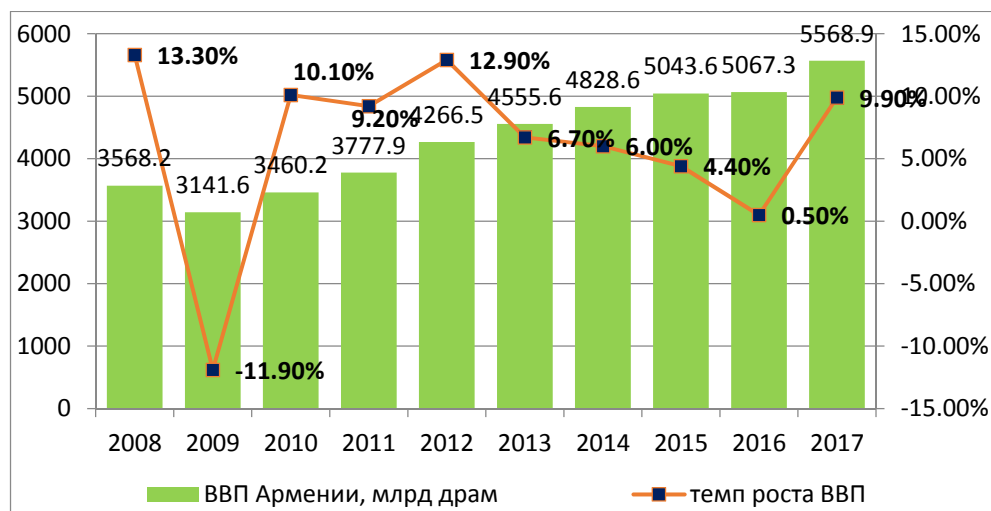
За исключением кризисных 2008 и 2009гг., темпы роста налоговых поступлений положительны – их максимум приходится на 2011 год, когда рост составил 75.3% (благодаря почти троекратному росту НДС). Далее рост сокращается – в 2015 году составляет всего 0.7%, а в 2016 году – 1.2%. В 2017 году, благодаря эффективному налоговому администрированию, темп роста составил рекордные за последние 4 года – 7.2%.

Отметим, что параллельно сокращению темпов роста налоговых поступлений происходил недобор налогов по плану бюджета. В 2014 году фактическая реализация сборов составила 96.4%, в 2015 году – 93.6%, в 2016 году – 95.5% [1]. В 2017 году, в условиях увеличения темпов роста, о чем было отмечено выше, фактические поступления превысили запланированные на 1.9%, что является наивысшим показателем за последние 10 лет. Как видно, улучшение налогового администрирования положительно влияет на динамику фискальных притоков.

На Рис. 2 указан ВВП Армении и темпы роста за последнее десятилетие.

Спад отмечается в 2009 году (вследствие мирового финансового кризиса 2008 года) –11.9%, а в 2014–2016 годах (вследствие обвала курса рубля и его негативных последствий на экономику РА) снижаются темпы

роста, хотя динамика продолжает оставаться положительной. За три года темпы роста снизились, соответственно, на 0.7%, 1.6% и 3.9%. В 2017 году темпы роста ВВП, как и темпы роста налоговых поступлений, возросли – прирост составил 9.9%.



Источник: Национальная статистическая служба РА.

Рис. 2. ВВП Армении и темпы роста, 2008–2017гг.

На Рис. 3 указаны темпы роста налогов и ВВП Армении. Как видно из графика, темпы роста ВВП за последние годы более существенны, чем темпы роста налоговых поступлений. В 2008 году рост ВВП был положительный, в то время, как налоговые поступления продемонстрировали отрицательную динамику – 13.3% экономического роста при 8.2%-ом сокращении налоговых поступлений. Данная динамика является индикатором того, что фискальные притоки являются более гибким сигналом экономической ситуации и быстрее отреагировали на влияние кризиса, чем ВВП, который снизился в следующем году. Индикатором того, как важно правильное налоговое администрирование, является 2011 год, в котором рост налоговых поступлений составил 75.3%, в то время как рост ВВП составил всего 9.2%. За счет эффективного налогового планирования фискальные притоки за декаду увеличились в 2.67 раз, или на 167%, в то время, как ВВП за тот же промежуток вырос всего на 56.1%.



Источник: составлен автором на основе имеющихся данных.

Рис. 3. Темпы роста налогов и ВВП, 2008–2017гг.

Для оценки зависимости двух показателей проведем регрессионный анализ и найдем коэффициент детерминации (R^2). Данный коэффициент является квадратом корреляции, и чем ближе он к 1, тем лучше объяснима связь между переменными. Зависимость считается объяснимой при $R^2 = 0.5$. В Таблице 1 указан коэффициент детерминации, квадрат корреляции и скорректированный коэффициент детерминации. В нашем случае $R^2=0.093$, а скорректированный коэффициент детерминации – отрицательный, что свидетельствует о том, что модель неадекватна, и рост/спад налогов лучше объясняется иными факторами, нежели экономическим ростом.

Табл. 1. Темпы роста налогов и ВВП, 2008–2017гг.

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
<i>1</i>	<i>,306^a</i>	<i>,093</i>	<i>-,020</i>	<i>241.336</i>
<i>a. Predictors: (Constant), VAR00002</i>				

Источник: составлен автором в базе SPSS.

Полученный результат говорит о том, что в Армении налоговые поступления зависят от ряда нефискальных факторов, которые воздействуют на них сильнее, чем фискальные – таких, как налоговое администрирование, налоговые ожидания, прочие неформальные институты. Данный парадокс может иметь как положительные (к примеру, возможность меньшего регресса налоговых поступлений или даже их роста при значительном спаде ВВП), так и отрицательные стороны (затрудняется планирование налоговых поступлений, сложно предугадать размер доходов бюджета). Однако важным выводом анализа является то, что влияние налогового администрирования становится чуть ли не ключевым фактором в развитии налоговой системы и увеличении налоговых поступлений. При модернизации системы налогообложения возможно значительно увеличить темпы роста налоговых притоков в бюджет. Повышение же ее эффективности напрямую зависит от качественных налоговых реформ всех видов основных налогов; внимание данному вопросу будет уделено в следующих исследованиях.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Закон о государственном бюджете РА», 2008–2017гг.
2. <http://taxservice.am>, Комитет государственных доходов РА.
3. <http://armstat.am>, Национальная статистическая служба РА.

FEATURES OF THE EFFECT OF GDP GROWTH ON TAX INCOMES IN RA

A. Amroyan

ABSTRACT

One of the most interesting economic researches are researches on tax revenues and economic growth, especially in the context of their relationship and the impact of GDP on fiscal inflows. In this paper, we will analyze the growth rate of GDP in Armenia and its impact on tax revenues.

Keywords: GDP, tax incomes, growth rate.

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ДИНАМИКИ НАИБОЛЕЕ КОНЦЕНТРИРОВАННЫХ РЫНКОВ РА И ДИНАМИКИ ЦЕН

В.В. Ароян

ФОНД «Национальный Центр по урегулированию Законодательства

haroyanvigen1995@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье осуществлен анализ состояния и динамики наиболее концентрированных рынков РА и динамики цен с целью выявления конкурентоспособности товарного рынка РА в целом. В частности, изучены основные категории товарных рынков РА, рассмотрена динамика изменения количества экономических субъектов на этих рынках в течение определенного временного периода, а также динамика цен на этих рынках. Осуществлен более подробный анализ одного из наиболее концентрированных товарных рынков РА – рынок куриных яиц.

Ключевые слова: концентрация рынка, доминирующие субъекты, уровень цен.

Введение

Одним из основополагающих признаков современной рыночной экономики считается эффективная работа ее институтов и механизмов. В этом плане особо выделяется роль и значение свободной рыночной конкуренции. В условиях рыночной экономики конкуренция является основой функционирования рынка, движущей силой для современного экономического развития страны. Страны с развитой рыночной экономикой всеми возможными способами и средствами поддерживают экономическую конкуренцию. Рассмотрев мировые тенденции развития рыночной экономики, можно заметить, что развитым странам удалось создать рыночную экономику благодаря естественному функционированию экономической конкуренции на внутренних рынках.

Для стран с развивающейся экономикой очень важно наличие свободной рыночной конкуренции. Наличие выявленных признаков несовершенной конкуренции на рынках продовольственных товаров РА делает исследование причин возникновения этого особо **актуальным**, т.к. существование таких явлений по естественным причинам не способствует развитию экономической конкуренции на этих рынках и не ведет к равному распределению рыночных долей между всеми участниками. А это, в свою очередь, приводит к тому, что рыночная конкуренция становится незащищенной и не действует в интересах среднего и малого бизнеса. Ограничение экономической конкуренции, наличие монополий и олигополий в функционирующей экономике страны приводит и к другим, не менее важным, последствиям, а точнее выражаясь – к неконкурентоспособности экономики в целом.

Почти во всех случаях аналогичная ситуация приводит к высокой рыночной концентрации и к рыночной власти отдельных субъектов экономики. Так как экономика Республики Армения находится на стадии становления, исследование таких рыночных проблем, которые приводят к несовершенной конкурентной обстановке в действующей экономике, является вопросом стратегического значения на данном этапе развития экономики страны.

Цели и задачи исследования

Целью исследования является анализ состояния и динамики наиболее концентрированных рынков РА и динамики цен на этих рынках.

Для реализации данной цели в работе поставлены следующие **задачи**:

- Изучение текущего состояния продовольственных товарных рынков РА.
- Рассмотрение динамики изменения уровня цен на продовольственных товарных рынках РА и на мировом рынке.
- Оценка и анализ текущего состояния экономической конкуренции на рынках продовольственных товаров РА.
- Анализ и оценка эффективности и целесообразности той конкурентной модели, которой придерживается Республика Армения.
- Исследование фундаментальных причин неблагоприятной конкурентной обстановки на рынках продовольственных товаров РА.

Объект и предмет исследования

- **Объектом исследования** является ряд рынков продовольственных товаров Республики Армения.
- **Предметом исследования** является анализ состояния и динамики наиболее концентрированных рынков РА и динамики цен на этих рынках.

Методы исследования

Теоретической и методологической основой данного исследования являются положения Закона РА «О защите экономической конкуренции», годовые отчеты и программы деятельности Государственной Комиссии по защите экономической конкуренции РА, а также соответствующие решения комиссий в области конкурентной политики.

В качестве теоретической и методологической основы проведения данного исследования служат классические и современные подходы и теории определения понятия, сущности и роли «экономической конкуренции», «монополии», «олигополии», «рыночной концентрации» и «доминирования».

В данном исследовании применяются такие методы исследования, как индукция и дедукция, анализ и синтез, а также сравнительный анализ.

В качестве информационной базы для осуществления этого анализа использованы данные Национальной статистической службы РА, данные Государственной Комиссии по защите экономической конкуренции РА и Министерства финансов РА, данные Национального центра развития малого и среднего предпринимательства РА.

Анализ состояния и динамики наиболее концентрированных рынков РА

Концентрация рынка представляет собой слияние, объединение или приобретение активов или акций хозяйствующих субъектов. Рынок считается с высокой степенью концентрации, если доля крупнейших трех хозяйствующих субъектов в общем объеме продаж на рынке составляет от 70 до 100%. Считается, что рынок имеет среднюю концентрацию, если такая доля составляет от 45 до 70% и низкая концентрация, если она ниже 45%.

В приведенной ниже таблице представлено количество зарегистрированных в Государственной Комиссии лиц, занимающих доминирующее положение в рассматриваемом периоде и количество товарных (сервисных) рынков, на которых такие компании действовали (см. Табл. 1).

Таблица 1. Количество субъектов, имеющих доминирующее положение и количество соответствующих товарных рынков.

ГОД	ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ, ИМЕЮЩИЕ ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ	ТОВАРНЫЕ РЫНКИ, НА КОТОРЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СУБЪЕКТЫ ИМЕЮТ ДОМИНИРУЮЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ
Зарегистрировано в 2002 году	21	-
Зарегистрировано в 2003 году	10	14
Зарегистрировано в 2004 году	12	38
Зарегистрировано в 2005 году	23	–
На 1-ое июля 2006 года	42	65
На 1-ое января 2007 года	60	84
На 1-ое января 2008 года	71	92
На 1-ое января 2009 года	78	–

Источник: <http://www.competition.am/index.php?menu=332&lng>

Очевидно, что число рынков, «перегруженных» доминирующими хозяйствующими субъектами, больше, чем количество компаний, имеющих доминирующее положение. Причина в том, что хозяйствующий

субъект часто занимает доминирующее положение на более чем одном товарном рынке одновременно.

Законодательные изменения 2011 года устранили требование о предоставлении централизованного реестра хозяйствующих субъектов, имеющих доминирующее положение. Тем не менее, считается, что орган по вопросам конкуренции должен продолжать каким-то образом регистрировать и классифицировать субъектов, имеющих доминирующее положение, с тем, чтобы он мог контролировать их поведение и показатели экономической эффективности. В следующей таблице показаны основные категории товарных рынков, рассмотренных Государственной Комиссией по защите экономической конкуренции РА (см. Табл. 2).

Таблица 2. Основные категории товарных рынков РА.

ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО РЫНКОВ (экономических субъектов)	КОНЦЕНТРАЦИЯ	2004	2007	2011
		46 (1184)	93 (1971)	19 (248)
Из которых, в %	Высокая	67.4	61.3	89.5
	Средняя	21.7	33.3	10.5
	Низкая	10.9	5.4	0
Секторные группировки рынков				
Рынок продовольственных товаров	100%	15 (505)	33 (850)	13 (209)
	Высокая	66.7	69.7	92.3
	Средняя	13.3	24.2	7.7
	Низкая	20	6	–
Топливный рынок		4 (50)	4(19)	–
	Высокая	75	75	
	Средняя	25	25	
	Низкая			
Рынок напитков		4 (89)	6 (140)	–
	Высокая	75	50	
	Средняя	25	33,33	
	Низкая		16,6	
Рынок бытовых товаров		7 (352)	5 (225)	–
	Высокая	14,3	20	
	Средняя	57,1	80	
	Низкая	28,5		

Рынок строительных материалов		7 (162)	6 (70)	4 (25)
	Высокая	71,4	66,7	75
	Средняя	28,6	33,3	25
	Низкая			
Табачный рынок		2 (19)	2 (19)	–
	Высокая	100	100	
	Средняя			
	Низкая			
Рынок транспорта (коммуникаций)		3 (3)	5 (5)	–
	Высокая	100	100	
	Средняя			
	Низкая			
ЕСТЕСТВЕННЫЕ МОНОПОЛИИ		–	6 (10)	1 (3)
	Высокая		100	100
	Средняя			
	Низкая			
Рынок транспортных средств		–	3 (136)	–
	Высокая		100	
	Средняя			
	Низкая			
Рынок бытовой электроники		–	5 (184)	–
	Высокая		40	
	Средняя		60	
	Низкая			
Другие рынки		4 (4)	8 (53)	1 (11)
	Высокая	100	62,5	100
	Средняя		12,5	
	Низкая		25	

Источник: <http://www.competition.am/index.php?menu=332&lng=1>

Рыночная ситуация, представленная здесь в 2004, 2007 и 2011 годах, в значительной степени соответствует трем этапам разработки антимонопольного законодательства РА, представленного ранее. Однако на любом

из этих этапов рыночная концентрация существенно не изменилась: количество рынков с низкой концентрацией оставалось довольно небольшим, а количество рынков с высокой концентрацией оставалось неизменным. В течение рассматриваемого периода низкая концентрация наблюдалась только у 10 (6,3%) из 158 рынков. Напротив, более 66% наблюдаемых рынков имели высокую концентрацию. Как показывает Таблица 2, на рынках естественных монополий, транспорта и связи, табака и транспортных средств существует абсолютная концентрация (100 процентов). За этими рынками последовали другие высококонцентрированные рынки – такие, как рынок пищевых продуктов и топлива.

Анализ состояния рыночной конкуренции на рынке куриных яиц РА

В этом разделе считаем целесообразным проанализировать один из наиболее концентрированных продовольственных рынков в Армении, который выделяется своей олигополистической структурой, нерыночной ценой колебания и искусственным слиянием. Рассмотрим рынок куриных яиц в Армении (см. Табл. 3).

Таблица 3. Уровень концентрации на рынке куриных яиц в Армении с 2003 по 2010 гг.

Имена доминирующих и ведущих хозяйствующих субъектов	Рыночные доли доминирующих и ведущих хозяйствующих субъектов, в %	Количество участников на рынке	Уровень концентрации на рынке, в %	Год
1. “Lusakert Poultry Plant” LLC 2. “Arzni Poultry Farm” JSC 3. “Yerevan Poultry Plant” JSC	1. 39.6 % 2. 30.5 % 3. 23.04%	13	93,14 %	2003
1. “Lusakert Poultry Plant” LLC 2. “Arzni Poultry Farm” JSC 3. “Yerevan Poultry Plant” JSC	1. 42.49% 2. 29.72 % 3. 13.71%	12	85,92 %	2007

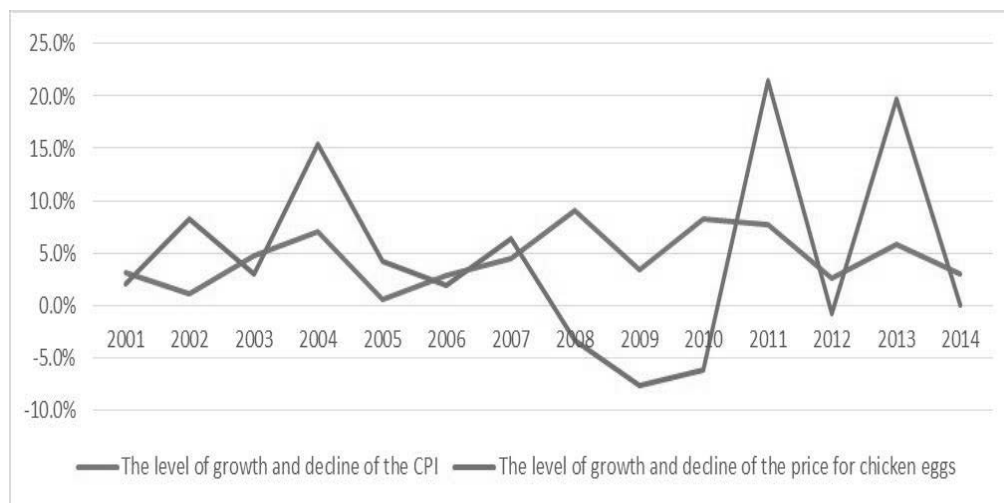
1. "Lusakert Poultry Plant" LLC	1. 26.06%	6	55,22 %	первое полугодие 2010г
2. "Arzni Poultry Farm" JSC 3. "Yerevan Poultry Plant" JSC	Group – 29.16%			
1. "Araks Poultry Factory" CJSC 2. "Yerevan Poultry" JSC	Group – 30%	6	86 %	последний квартал 2010г.
2. "Lusakert Poultry Plant" LLC 3. "Arzni Poultry Farm" JSC	2. 29% 3. 27%			
1. "Araks Poultry Factory" CJSC 2. "Yerevan Poultry" JSC 2. "Lusakert Poultry Plant" LLC 3. "Arzni Poultry Farm" JSC	не определено	5	85,8%	2011
1. "Araks Poultry Factory" CJSC 2. "Yerevan Poultry" JSC 2. "Lusakert Poultry Plant" LLC 3. "Arzni Poultry Farm" JSC	не определено	5	86,2%	2012
1. "Araks Poultry Factory" CJSC 2. "Yerevan Poultry" JSC 2. "Lusakert Poultry Plant" LLC 3. "Arzni Poultry Farm" JSC	не определено	6	91,2%	2013
1. "Araks Poultry Factory" CJSC 2. "Yerevan Poultry" JSC 2. "Lusakert Poultry Plant" LLC 3. "Arzni Poultry Farm" JSC	не определено	5	87%	2014

Источник: таблица составлена на основе данных официальных годовых отчетов и программ деятельности Государственной Комиссии по защите экономической конкуренции РА: www.competition.am

В Таблице представлена конкурентная среда на рынке яиц РА в рассматриваемые годы. Проанализировав представленные выше данные, мы можем заметить определенные явления, которые необходимо принять во время этого анализа. Так, некоторые доминирующие и ведущие хозяйствующие субъекты работают на этом рынке, которые формируя высокий уровень концентрации на рынке. Принимая во внимание наименования и рыночные доли доминирующих субъектов рынка, можно предположить, что этот рынок делится между ними так, как представлено в таблице: основные участники этого рынка разделили и перераспределили рыночные ресурсы между собой. Стоит также отметить, что в течение всех этих лет каких-либо новых крупных участников на рынке не появлялось. На этом рынке есть и другие факторы, которые уменьшают уровень конкуренции, а именно: слияние и консолидация крупных хозяйствующих субъектов. Такие рыночные события в форме слияний и консолидаций крупного бизнеса не приводят к развитию конкуренции на рынке, а способствуют формированию основных участников, которые ограничивают доступ к рынку посредством прямых или косвенных методов, создавая серьезные рыночные барьеры. Такие проявления еще более ослабляют рыночную конкуренцию. В дополнение к этой проблеме наблюдается довольно высокая концентрация на рынке, что является еще одним показателем того, что развитие свободной конкуренции на рынке невозможно, пока это явление носит непрерывный характер. Несмотря на то, что Государственная Комиссия по защите экономической конкуренции РА не изучает структуры рынков на государственной основе, и тем самым не все показатели конкурентной среды могут быть выявлены, но, одновременно, есть определенная информация, содержащаяся в официальных материалах Комиссии, согласно которой рынок куриных яиц в Армении по-прежнему высококонцентрирован. В приведенной выше таблице также заметно, что число участников рынка сократилось в два раза. В качестве основных причин сокращения числа других участников рынка можно упомянуть олигополистическую структуру этого рынка. Такой вывод можно объяснить тем, что с экономической точки зрения неуместно вести предпринимательскую деятельность, когда рынок поглощается олигополистами, и тогда концентрация остается на высоком уровне. Эти признаки указывают на отсутствие реальной конкуренции на этом рынке. В условиях конкурентного рынка

уровень концентрации не должен оставаться на высоком уровне на протяжении 12 лет. Настоящее исследование также показывает, что проявления несовершенной конкуренции естественным образом отразились на средней розничной цене этого продукта (см. Табл.4).

Таблица 4. Сравнение колебаний средней розничной цены на куриные яйца в Армении и ИПЦ, в % с 2001 по 2014гг.



Источник: этот показатель составлен на основе данных Национальной статистической службы РА, разделов: Цены и средние розничные цены основных продуктов питания с 2001 по 2014 год.

Учитывая показатели рынка куриных яиц в Армении, следует также подчеркнуть, что этот рынок сталкивается с внешними факторами на минимальном уровне и действует на основе национального сельского хозяйства и нескольких заводов, которые обеспечивают производство и продажу данного продукта. При наличии этого фактора вполне естественно, что ценовые колебания также напрямую связаны с деятельностью нескольких крупных участников этого рынка. Неестественные колебания цен наблюдались особенно в последние годы, перед рождественскими праздниками. В течение этого периода времени Комиссия неоднократно наказывала крупных экономических субъектов на этом рынке из-за необоснованного повышения цен. Очевидно, что такие явления не могут возникать на конкурентном рынке.

Рассмотрев динамику среднего курса доллара и евро по сравнению с армянским драмом можно сказать, что, несмотря на колебания курса доллара и евро, колебания рыночной цены куриных яиц не были связаны с этим фактором. Конечно, колебания доллара и евро отразились на средней цене этого продукта, но резкое повышение цен в декабре 2010 года и после этого было связано с другой причиной. На этом рынке необоснованные колебания цен происходят из-за искусственных слияний крупных предприятий, что ограничивает уровень рыночной конкуренции и отрицательно сказывается на конкурентной среде этого рынка.

Заключение

Обобщив сделанное выше исследование товарных рынков РА, можно сказать, что в период с 2001–2011 гг. количество товарных рынков в РА с низкой концентрацией оставалось довольно небольшим, а количество рынков с высокой концентрацией оставалось неизменным. В течение рассматриваемого периода низкая концентрация наблюдалась только у 10 (6,3%) из 158 рынков. Напротив, более 66% наблюдаемых рынков имели высокую концентрацию. Рассмотрев подробнее рынок куриных яиц РА, можно сделать следующий вывод:

Доминирующие и ведущие хозяйствующие субъекты **на рынке куриных яиц РА** – такие, как **“AraksPoultry Factory” CJSC**, **“Yerevan Poultry” JSC**, **“Lusakert Poultry Plant” LLC** и **“Arzni Poultry Farm” JSC**, действующие на рынке куриных яиц РА, формируют высокий уровень концентрации на рынке. На этом рынке есть и другие факторы, которые уменьшают уровень конкуренции. Такими факторами являются слияние и консолидация крупных хозяйствующих субъектов рынка, которые не способствуют развитию конкуренции на рынке, а напротив – способствуют формированию основных участников данного рынка, которые ограничивают доступ к рынку посредством прямых или косвенных методов, создавая серьезные рыночные барьеры. Такие рыночные проявления еще более ослабляют конкуренцию на рынке. На рынке куриных яиц РА частые необоснованные колебания цен происходят из-за искусственных слияний крупных предприятий, что ограничивает уровень рыночной конкуренции и отрицательно сказывается на конкурентной среде этого рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Государственная Комиссия по защите экономической конкуренции РА, <http://competition.am>
2. Национальная статистическая служба РА, <http://armstat.am>
3. Министерство Финансов РА, <http://minfin.am>
4. Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН, <http://www.fao.org/home/>
5. Центральный Банк РА, www.cba.am
6. Arka News Agency, www.arka.am
7. Проблемы развития экономической конкуренции на рынках продовольственных товаров (по материалам РА):
http://inecbus.rau.am/uploads/blocks/0/8/804/files/Avtoreferat_Ashota_Yahshibekyana.pdf

ANALYSIS OF THE CONDITION AND DYNAMICS OF THE MOST CONCENTRATED RA MARKETS AND DYNAMICS OF PRICES

V. Haroyan

ABSTRACT

This article analyzes the condition and dynamics of the most concentrated markets of the Republic of Armenia and the dynamics of prices in order to identify the competitiveness of the commodity market as a whole. In particular, the main categories of RA commodity markets were studied, the dynamics of changes in the number of economic entities in these markets during a certain time period, as well as the price dynamics in these markets were considered. A more detailed analysis of one of the most concentrated commodity markets of the Republic of Armenia – the chicken eggs market.

Keywords: market concentration, dominant entities, price level.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ ГРУЗИИ И АРМЕНИИ

В.В. Ароян

Фонд «Национальный Центр по урегулированию Законодательства»

haroyanvigen1995@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье осуществлен анализ состояния торгово-экономических взаимоотношений Грузии и Армении. В частности, изучены результаты региональных расхождений в торгово-экономической политике Армении и Грузии, рассмотрена динамика торгово-экономических взаимоотношений. Осуществлен более подробный анализ структуры взаимной торговли Армении и Грузии, рассмотрены соответствующие изменения в структурах импорта и экспорта Армении и Грузии во взаимной торговле.

Ключевые слова: ЕАЭС, ЕС, импорт, экспорт, реэкспорт.

Введение

Несмотря на тот факт, что Армения и Грузия являются непосредственными соседями и имеют идентичные экономические структуры, в политике по региональной торговле Армения и Грузия действуют по различным путям. Армения присоединилась к Евразийскому Экономическому Союзу (ЕАЭС), членами которого являются Россия, Беларусь, Казахстан и Киргизия, в то время как Грузия в 2014 году подписала «Всестороннее соглашение о свободной торговле (DCFTA)» с Евросоюзом, предоставляющее ей в основном полный тарифный доступ к рынку ЕС. Данные различные региональные ориентации способствуют возникновению сомнений по отношению продолжения свободного режима или же появления новых барьеров в торговле между Арменией и Грузией.

Предметом исследования являются торгово-экономические взаимоотношения Грузии и Армении, **объектом** исследования – существующие проблемы в этих отношениях, источники этих проблем. **Целью** исследования является оценка степени влияния разносторонней региональной торгово-экономической политики Армении и Грузии на их отношения.

Рассмотрим как это расхождение в торговой политике влияет на саму торговлю между Грузией и Арменией. Обе страны осуществляют торговлю на основе межгосударственного договора о взаимной свободной торговле Армении и Грузии, подписанного в 1995г. Свободный транзит через Грузию очень важен для Армении – с целью осуществления торговли со странами, с которыми Армения не имеет общей границы, в частности, с ключевым партнером Армении – Российской Федерацией. Сначала можно было предположить, что членство Армении в ЕАЭС несовместимо с режимом свободной торговли между Арменией и Грузией. Однако в Соглашении ЕАЭС есть явное положение о допустимости договорах свободной торговли стран-участников, подписавших его в период до 2015г. Таким образом, этот пункт в Соглашении ЕАЭС прямым образом относится к соглашению о свободной торговле Армении и Грузии, который был подписан еще в 1995г. Данная сложившаяся необычная ситуация в торговой политике вполне возможна, т.к. другие страны-члены ЕАЭС также, как и Армения, имеют договор о двусторонней свободной торговле с Грузией. Следовательно, по отношению к грузинским товарам не будут предприняты никакие дифференцируемые тарифы на всем пространстве ЕАЭС. Здесь возникает вопрос: могут ли зарубежные товары выйти на рынки ЕС и ЕАЭС беспошлинно через Грузию. На самом деле данное закреплено законодательными положениями, которые определяют критерии товаров, торговля которыми бестарифна. Без тарифов можно торговать только теми товарами, которые были полностью произведены или частично переработаны в Грузии. Торговля товарами, которые не соответствуют раннее указанному критерию, подпадают под соответствующие внешние тарифы ЕС и ЕАЭС. Следовательно, для Грузии возможны режимы одновременной свободной торговли как с Арменией, так и с ЕС без соответствующего режима свободной торговли ЕС-ЕАЭС.

Несмотря на то, что соглашение о свободной взаимной торговле Армении и Грузии остается в силе, факт о наличии различных ориентаций

этих двух стран во внешней торговой политике, тем не менее, привел к определенным последствиям для торговли между Арменией и Грузией. Вышесказанное достаточно обосновано, так как членство Армении в ЕАЭС включает в себя процесс изменения правил и тарифов торговли, который продлится до начала 2020-х годов.

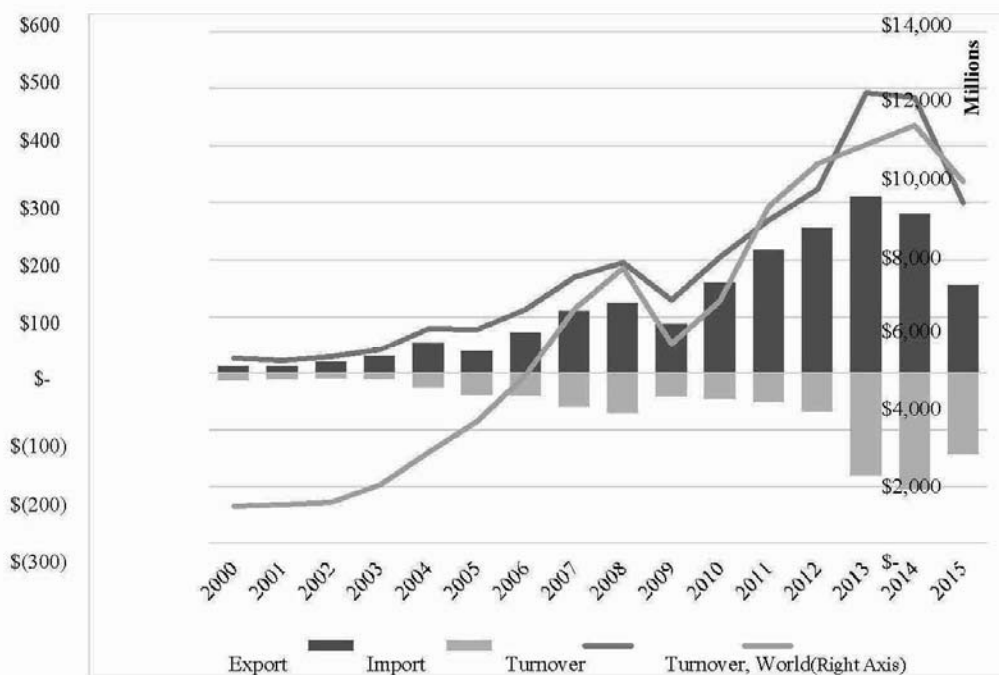
В целом, этот процесс будет включать резкий рост тарифов, применяемых Арменией. Средний уровень тарифов в ЕАЭС намного выше, чем действующий уровень тарифов в Армении. В период с 2014 по 2015гг. средний тариф на импорт со стороны Армении вырос с 4.4% до уровня равного 8.3% ¹. Грузинский экспорт отечественных товаров, однако, является и будет освобожден от этих тарифов, тогда как реэкспорт Грузии был или, в конечном итоге, будет предметом обложения тарифами ЕАЭС. В период с 2014 по 2015гг. объем экспорта из Грузии в Армению значительно сократился. Причина этого всего была связана с сокращением в 2 раза объема реэкспорта поддержанных автомобилей из Грузии в Армению. Возникает вопрос: послужило ли этому всему членство Армении в ЕАЭС. В самом деле, хотя пока не применяются тарифы на реэкспорт автомобилей из Грузии в Армению, однако становится очевидным то, что некоторые налоговые льготы и административные факторы –такие, как, например, меньшее административное бремя на автомобили, импортируемые из стран ЕАЭС, и их более легкая перепродажа делает импорт автомобилей из стран ЕАЭС более конкурентоспособным по сравнению с реэкспортом иномарок из Грузии в Армению.

Дальнейшее воздействие различных торговых ориентаций Армении и Грузии может ожидаться в будущем из-за постепенного принятия Арменией правил ЕАЭС, процесс который будет продолжаться еще до начала 2020-ых гг. В среднесрочной перспективе, точнее в ближайшие 3 года, большая часть реэкспорта из Грузии в Армению останется освобожденной от выплаты тарифов. Только для нескольких видов продуктов будет установлен более высокий уровень тарифов. Кроме того, размер некоторых нетарифных барьеров (НТБ) будет увеличиваться вследствие членства Армении в ЕАЭС.

¹ https://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/Newsletter_11_2016_GET-Georgia.pdf

В перспективе 3-х летнего периода это в основном будет связано с более сложными таможенными процедурами для стран, не являющихся членами ЕАЭС. В долгосрочной перспективе, начиная с 2020 года, устранение тарифных изъятий для реэкспорта приведет к дополнительному негативному влиянию на реэкспорт продукции из Грузии в Армению. Стоит отметить также, что в результате различных экономическо-торговых ориентаций Грузии и Армении эти страны начнут подходить к стандартам и системам безопасности продукции отличными друг от друга методами. В то время как Грузия сходит к системе ЕС, Армения будет применять нормативно-правовые акты ЕАЭС. Это может привести к увеличению расходов на грузинский экспорт продукции в Армению и, наоборот, в результате дополнительных и, возможно, обязательных дорогостоящих проверок стандартов и качеств продукции, особенно в случае экспорта агропродовольственных товаров.

А сейчас рассмотрим общий товарооборот между Грузией и Арменией (см. Рис. 1).



Источник: https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/6940/Armenia-Georgia_Trade.pdf?sequence=1

Рисунок 1. Экспорт, импорт и товарооборот Армении и Грузии.

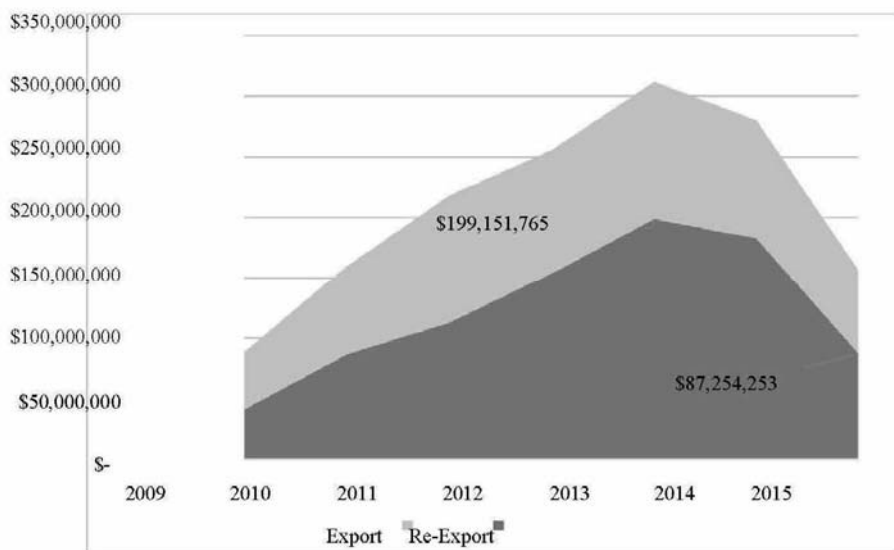
Торговля между Грузией и Арменией начала стремительно расти после осуществления Грузией реформ в области таможенной, налоговой и административной политики. В период грузино-российской войны товарооборот между Грузией и Арменией резко сократился, но вскоре он превзошел свой довоенный уровень и продолжал неуклонно расти до 2014 года. В период с 2014 по 2015 гг. общий торговый оборот снизился, во-первых, из-за резкого снижения экспорта из Грузии в Армению, а затем из-за резкого снижения импорта товаров из Армении в Грузию.

Доля экспорта в Армению в общем объеме экспорта Грузии (включая грузинский реэкспорт) в 2015 году составила 7,2% в сравнении с уровнем 2013 года, равным 10,74%. Посмотрев на нижеуказанный график можно заметить, что произошло резкое снижение грузинского экспорта в Армению после того, как Армения приняла решение вступить в ЕАЭС.

Реэкспорт из Грузии в Армению также резко снизился с 18,13% до 15,40%. Доля импорта из Армении в общем объеме импорта Грузии составила 1,86% в 2015 году по сравнению с уровнем 2013 года, равным 2,25%. Реэкспорт из Грузии в Армению также резко снизился с 18,13% до 15,40%. Доля импорта из Армении в общем объеме импорта Грузии составила 1,86% в 2015 году по сравнению с уровнем 2013 года равного 2,25%.² Реэкспорт всегда был основным компонентом грузинского экспорта в Армению.(см. Рис. 2)

Доля реэкспорта стабильно росла по мере осуществлению таможенных и административных реформ со стороны Грузии. С тех пор, как Армения объявила о своем решении интегрироваться в ЕАЭС, объем реэкспорта начал сокращаться с 199 млн. долларов США в 2013 году до 87 млн. долларов США в 2015 году. Основным реэкспортированным товаром являются транспортные средства и автомобили. После вхождения Армении в ЕАЭС их доля реэкспорта начала сокращаться. В то же время сократился объем экспорта грузинской отечественной продукции из Грузии в Армению. Однако, согласно положениям армяно-грузинского договора о свободной взаимной торговле 1995 года, эти экспортируемые товары были освобождены от любых торговых ограничений.

² https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/6940/Armenia-Georgia_Trade.pdf?sequence=1



Источник: https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/6940/Armenia-Georgia_Trade.pdf?sequence=1

Рисунок 2. Экспорт и реэкспорт из Грузии в Армению.

В структуре реэкспорта из Грузии в Армению преобладающую долю имеет реэкспорт легковых автомобилей. (см. Рис. 3)

Наименование т/с	%-ое изменение	2015	2013
Транспортные средства, двигатель 1500–3000 куб. см	-60.3	28,465,931	71,767,619
Транспортные средства, двигатель, 3000 куб. см	-75.1	8,405,124	33,733,573
Транспортные средства с дизельным двигателем <5 тонн	-33.3	5,072,306	7,600,987
Автомобили, двигатель с искровым зажиганием 1000-1500 куб. см	-61.2	1,756,900	4,525,589

Источник: http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

Рисунок 3. Транспортные средства, реэкспортированные из Грузии в Армению, в долларах США.

Однако доля реэкспорта в структуре грузинского экспорта в Армению резко изменилась в течении 2014 и 2015 годов:

- в 2014г. доля реэкспорта – 68% или же 124 млн. долларов США,
- в 2015г. доля реэкспорта – 45% или же 39 млн. долларов США.

На резкое сокращение экспорта из Грузии в Армению в 2015 году приходится доля сокращения реэкспорта в размере 68% (см. Рис. 4).

Товары	% -ое изменение	2015	2013
Доски, листы, панели, плитки и аналогичные изделия	-39.7	\$ 3,255,452	\$ 5,393,926.00
Доска деревянная	-65.9	\$ 2,214,719	\$ 6,491,912.00
Медикаменты	-51.2	\$ 2,198,626	\$ 4,505,203.00
Кукуруза	-84.6	\$ 1,787,734	\$ 11,600,000.00
Транспортные средства	-46.9	\$ 1,578,978	\$ 2,974,499.00

Источник: http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

Рисунок 4. Основные отечественные товары Грузии, экспортированные в Армению, в долларах США.

В 2015г. в структуре экспорта грузинской отечественной продукции произошли ключевые изменения (см. Рис. 5):

1. Доля химической продукции увеличилась на 8% до уровня, равного 34%;
2. Доля готовой пищи, напитков и сигарет увеличилась от 2% до 20%;
3. Доля овощей сократилась на 7 % до уровня, равного 5%.

	Структура	2014	2015
VI	Продукты химической или смежной промышленности	26%	34%

IV	Готовые пищевые продукты, напитки, табак	18%	20%
XVI	Машины и механическая техника	8%	8%
IX	Древесина и изделия из дерева	10%	8%
II	Овощные продукты	12%	5%
XIII	Изделия из камня, гипса, цемента	6%	5%
XVII	Транспортные средства, самолеты, суда	6%	4%
VII	Пластмассы и изделия из них	4%	4%
V	Минеральные продукты	2%	4%
XV	Базовые металлы и изделия из базы металла	5%	3%
I	Животные, животные продукты	2%	1%
III	Жиры и растительные масла	1%	1%

Источник: http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

Рисунок 5. Структура экспорта грузинской отечественной продукции в Армению.

В 2015г. в структуре реэкспорта Грузии в Армению произошли следующие ключевые изменения (см. Рис. 6):

1. Доля транспортных средств сократилась на 21% до уровня, равного 52%.
2. Доля химических товаров увеличилась до 10%.
3. Доля текстиля увеличилась на 4% до уровня 7%³.

	СТРУКТУРА	2014	2015
XVII	Транспортные средства, самолеты, суда	73%	52%
IV	Готовые пищевые продукты, напитки	2%	11%
VI	Продукты химической или смежной промышленности	4%	10%
XI	Текстиль и текстильные изделия	3%	7%
XVI	Машины и механические приборы	5%	6%
X	Целлюлоза из древесины	0%	3%
II	Овощные продукты	6%	3%

³ http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

VII	Пластмассы и изделия из них, резина	3%	2%
XV	Базовые металлы и изделия из недорогих металлов	1%	1%
XII	Обувь, головные уборы, зонты	1%	1%
XX	Прочие промышленные изделия	1%	1%
V	Минеральные продукты	1%	1%
VIII	Кожа, шкура	0%	1%

Источник: http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

Рисунок 6. Структура экспорта зарубежной продукции из Грузии в Армению.

Categories	Customs Union	Armenia	Categories	Customs Union	Armenia
Animals	12.2	6.7	Chemicals	7.7	0
Fish and fish products	9.99	10	Plastics products	9.8	0
Dairy products	15.64	10	Leather, footwear	9	6.7
Fruit, vegetables, plants	10.8	10	Timber, paper	13.9	0
Tea, coffee	5.63	10	Cotton	10.7	0
Cereals	7.15	0	Textile	11	2
Other plant products	7	3.3	Clothing	13.1	10
Fats, olive oil	10.3	10	Stone, ceramic and glass items	14.9	6.7
Finished products	13.1	6	Pearls	17.8	0
Sugar, confectionery	6.3	10	Metals	9.8	2.5
Beverages, tobacco	22.4	5	Electric machinery	5.4	5
Mineral products (including fuel)	4.7	0	Transport	9.7	10
Pharmaceuticals	7	0	Devices	5	0

Source: Eurasian Development Bank

Рисунок 7. Сравнение импортных тарифов ЕАЭС и Армении, %.

На момент 2013 года, то есть до вступления в ЕАЭС, в Армении действовал режим либеральной торговли и инвестирования. Средний, применяемый тариф в Армении составлял 2,7% и являлся одним из самых низких среди всех членов ВТО. Тарифные характеристики всех государств-членов ЕАЭС должны соответствовать общему тарифу ЕАЭС. Согласно Соглашению о ЕАЭС, Армения обязана постепенно корректировать

свои импортные тарифы к тарифной схеме, действующей на всем пространстве ЕАЭС. Следовательно, Армения, с точки зрения свободной торговли, изменит свой статус либеральной страны на статус протекционистский (см. Рис. 7).

В ниже указанной таблице перечислены товары, импортируемые из Армении грузинскими торговцами (См. Рис. 8).

СТРУКТУРА	%-ое изменение	2015	2013
Медные руды и концентраты	-5,3	94,660,329	100,001,879
Карбоны, бутылки, колбы, банки, горшки, пузырьки и другие контейнеры из стекла	-64,3	5,840,247	16,369,982
Бутылки, колбы и аналогичные изделия из пластмассы	-36,3	3,251,287	5,104,688
Медикаменты	15,7	2,928,809	2,532,332
Сигареты	-38,1	2,281,575	3,688,554

Источник: http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

Рисунок 8. Основные нетто-импортные товары в долларах США.

Наблюдается значительное уменьшение объема торговли для этих товарных групп. Несмотря на отсутствие количественных ограничений на торговлю вообще, с момента вступления Армении в ЕАЭС возникло много двусмысленности в документальных требованиях при торговле между Арменией и Грузией. Возможно, что это и является одной из причин, почему грузинские торговцы воздерживаются от импортирования товаров из Армении в том объеме, сколько они импортировали до 2013 года включительно.

Заключение

Обобщив, можно сказать, что несмотря на то, что соглашение о свободной взаимной торговле Армении и Грузии остается в силе, факт о на-

личии различных ориентаций этих двух стран во внешней их торговой политике, тем не менее, привел к определенным последствиям для торговли между Арменией и Грузией. Вышесказанное достаточно обосновано, так как членство Армении в ЕАЭС включает в себя процесс изменения правил и тарифов торговли, который продлится до начала 2020-х годов. Дальнейшее воздействие различных торговых ориентаций Армении и Грузии может ожидаться в будущем из-за постепенного принятия Арменией правил ЕАЭС, процесс который будет продолжаться еще до начала 2020-ых годов. В трехлетнем будущем временном периоде, это в основном будет связано с более сложными таможенными процедурами для стран, не являющихся членами ЕАЭС. В долгосрочной перспективе, начиная с 2020 года, устранение тарифных изъятий для реэкспорта приведет к дополнительному негативному влиянию на реэкспорт продукции из Грузии в Армению. Стоит отметить также, что в результате различных экономическо-торговых ориентаций Грузии и Армении, эти страны начнут подходить к стандартам и системам безопасности продукции отличными друг от друга методами. В то время как политика Грузии сводится к системе ЕС, Армения будет применять нормативно-правовые акты ЕАЭС. Это может привести к увеличению расходов на грузинский экспорт продукции в Армению и наоборот, в результате дополнительных и, возможно, обязательных дорогостоящих проверок стандартов и качеств продукции, особенно в случае экспорта агропродовольственных товаров.

ЛИТЕРАТУРА

1. German Economic Team Georgien, https://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/Newsletter_11_2016_GET-Georgia.pdf
2. Ministry of Energy of Georgia, http://hydropower.ge/user_upload/9.Regional_Electricity_Market_Review_Aug_2013.pdf
3. THINK-ASIA, https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/6940/Armenia-Georgia_Trade.pdf?sequence=1
4. Ministry of Energy of Armenia, http://www.minenergy.am/storage/files/pages/pg_7791595395722_3.2_Gap_Analysis_Armenia_Final_Eng.pdf
5. German Economic Team Georgien, http://www.get-georgia.de/wp-content/uploads/2016/08/PB_01_2016_en.pdf

TRADE AND ECONOMIC RELATIONS BETWEEN GEORGIA AND ARMENIA

V. Haroyan

ABSTRACT

This article analyzes the condition of trade and economic relations between Georgia and Armenia. In particular, the results of regional discrepancies in the trade and economic policies of Armenia and Georgia were studied, the dynamics of trade and economic relations were examined. A more detailed analysis of the structure of mutual trade between Armenia and Georgia, the corresponding changes in the structures of import and export of Armenia and Georgia in mutual trade were carried out.

Keywords: EEU, EU, import, export, re-export.

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ЭКОНОМИК В КОНТЕКСТЕ ЕАЭС

Р.Ш. Базарбаева

*Кыргызско-Российский (Славянский) университет
им. первого Президента РФ Б.Н. Ельцина
кафедра «Национальная экономика и региональное развитие»*

rahat_b@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Евразийское экономическое пространство характеризуется неравномерностью экономического развития стран-участниц. Статья посвящена рассмотрению проблем и путей развития малых экономик в рамках ЕАЭС, среди которых выделяется отраслевая деформация и низкая конкурентоспособность отечественных производителей. Для повышения экономической безопасности и конкурентоспособности продукции перед Кыргызстаном стоит задача развития и стимулирования промышленной деятельности, трансформация экономики, как изменение основного источника добавленной стоимости и структуры экономики. На основе институционального анализа рассмотрены динамика и структура базового и транзакционного секторов экономики Кыргызской Республики, выделены отрасли-лидеры по производству валовой добавленной стоимости в Кыргызстане. Сделан вывод о необходимости развития промышленности для обеспечения технологической платформы современной экономики. Также уделено внимание необходимости таких экономических реформ в странах-участницах Евразийского экономического союза, которые обеспечили бы синергетический эффект по повышению эффективности экономик в результате объединения усилий всех стран-членов ЕАЭС.

Ключевые слова: интеграция, базовый и транзакционный сектор, валовая добавленная стоимость, промышленная политика, отраслевая структура.

Мировая практика подтверждает тот факт, что в интеграционных объединениях большую выгоду от участия получают более развитые страны в силу большей конкурентоспособности продукции с более высокой долей добавленной стоимости. Задача взаимного ускорения экономического развития всех стран-членов интеграции (достижение синергетического эффекта) возможна в том случае, если ее решение является проблемой не только одной страны, а общей задачей данного объединения. В этой связи, уместно вспомнить арабскую поговорку «Караван идет со скоростью самого медленного верблюда», что подтверждает важность для всех членов интеграционного объединения поддержания малых экономик как с экономической, так и с политической стороны.

Как известно, в 2000г. был подписан Договор об учреждении Евразийского экономического сообщества, в январе 2012г. начало функционировать Евразийское экономическое пространство (ЕЭП), а в 2014г. создан Евразийский экономический союз (ЕАЭС). Кыргызская Республика (КР) вошла в этот Союз в 2015 году.

После распада союзного государства в экономиках стран ЕАЭС произошли глубокие преобразования. Если проанализировать влияние реформ на среду институтов и главные институциональные изменения, то можно отметить изменение государственной роли в экономике; трансформацию института собственности; изменение правовой основы системы хозяйствования и управления; становление рыночной инфраструктуры и предпринимательства. В то же время Евразийское экономическое пространство характеризуется неравномерностью экономического развития: более сильными позициями российской, белорусской и казахстанской экономик по сравнению с экономиками Кыргызстана и Армении.

Евразийский экономический союз объединил страны различные по масштабам и экономическому потенциалу. Если посмотреть на сравнительные данные численности населения и объема экспорта, то можно увидеть, что Кыргызстан и Армения – малые экономики, где удельный вес населения – в пределах 3%, а доля экспорта – 0,5% (см. Табл.1.) [3, 106].

Сравнение среднегодовых темпов прироста ВВП в странах-участниках ЕАЭС, ВВП на душу населения также указывают на то, что в этих странах самые низкие показатели среди стран ЕАЭС. Уровень безработи-

цы в КР – самый высокий среди стран Союза, а по показателю конкурентоспособности национальных экономик в Глобальном индексе конкурентоспособности и рейтинге ведения бизнеса экономика Кыргызстана на 108-м месте из 144 стран.

Таблица 1. Сравнительные данные численности населения и объема экспорта стран ЕАЭС в 2016г.

Страна	Удельный вес населения страны в общей численности населения стран ЕАЭС (%)	Экспорт (млн. долл.)	Удельный вес экспорта страны в общем объеме экспорта стран ЕАЭС (в %)
Россия	80,18	285490	90,29
Казахстан	9,67	3986,78	1,26
Беларусь	5,2	23400	7,4
Кыргызстан	3,29	1544,6	0,488
Армения	1,66	1782,9	0,564
Всего	100	316204,28	100

Для Кыргызстана вхождение в Евразийский экономический союз было связано с проблемами политической и экономической безопасности. Анализ макроэкономических показателей после присоединения КР к ЕАЭС позволяет утверждать, что наметились положительные тенденции экономического роста. Несмотря на то, что членство в ЕАЭС открыло новые возможности для развития экономики, Кыргызстан испытывает и негативное влияние от интеграции. Так, в 2015г. экономика КР особо ощутила влияние геоэкономической ситуации в странах – основных торговых партнерах. Начавшееся в 2014 году понижение цен на нефть на мировом сырьевом рынке, обесценение курса валют за счет укрепления доллара США негативно отразились на экономике КР. По данным Министерства экономики Кыргызской Республики, в 2015г. произошел отток капитала из Кыргызстана, что стало одной из причин ослабления национальной валюты (сома) и укрепления доллара. Кроме того, на экономическое развитие страны все еще продолжают оказывать влияние снижение/замедление

экономического роста в странах – основных торговых партнерах – Российской Федерации и Республике Казахстан, что сказывается на отечественной экономике через каналы торговли и объемы притока денежных переводов в страну.

На развитие промышленности оказывают влияние такие факторы, как неполная загрузка производственных мощностей из-за снижения заказов по причине снижения покупательной способности на основных экспортных рынках республики – Российской Федерации и Республики Казахстан; неконкурентоспособность отечественной продукции; нехватка оборотных средств; неплатежеспособность заказчиков; недостаточный спрос на готовую продукцию внутри страны.

Одной из главных причин отставания в развитии экономики Кыргызстана была и остается отраслевая деформация, которая приводит к дальнейшей импортозависимости экономики КР и снижению производственного потенциала.

Проанализируем отраслевую структуру экономики Кыргызской Республики. Для этого воспользуемся методикой оценки, разработанной российским ученым Г.П. Литвинцевой [2], которая предлагает проследить изменение производства добавленной стоимости (ВДС) по видам экономической деятельности в экономике в целом. Структура экономики рассматривается на основе структуры валового внутреннего продукта (ВВП), валового выпуска (ВВ).

В начале анализа сгруппируем виды экономической деятельности в два сектора: базовый (БАС) и транзакционный (ТАС) [1, с. 85–88]. К последнему отнесем торговлю, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования; операции с недвижимым имуществом, аренду и предоставление услуг потребителям; финансовую деятельность; государственное управление; административную и вспомогательную деятельность; косвенно-измеряемые услуги финансового посредничества; прочую обслуживающую деятельность. Этот сектор экономики связан только с транзакционной деятельностью (не связан с производством). Он обеспечивает передачу прав собственности и их охрану. Все остальные виды деятельности включим в состав базового сектора, к которому относятся промышленность, сельское и лесное хозяйство, строительство, транспорт и связь, социальные и коммунальные услуги, гостиницы и рестораны и др.

Анализ динамики за 2001–2017 гг. в КР (Рис. 1.) показывает тенденцию падения базового сектора, где в большей степени повлияло снижение доли сельского хозяйства в ВВП базового сектора (с 32% в 2005 г. до 16% в 2015 г.). А в 2016 и 2017 гг. происходит небольшой рост БАС, что обусловлено вхождением КР в ЕАЭС и оживлением экономики. Несмотря на положительные сдвиги в темпах роста отраслей базового сектора экономики КР в этот период, имеет место недостаточный уровень конкурентоспособности отечественных производителей. К примеру, произошел спад производства в мукомольной промышленности из-за слабого сбыта местной продукции, снижено производство макаронных изделий из-за высокой конкуренции на рынке с казахстанской, российской продукцией. Снижение показателей по производству пива, дистиллированных алкогольных напитков также являются следствием повышения уровня конкуренции на данном рынке.

Анализ изменения ТАС демонстрирует рост в период с 2001 по 2015 гг. (только в 2011 г. имел место спад с 30,1% до 28,3% в связи с политической нестабильностью и «цветной революцией»). В последние два года анализируемого периода отмечается снижение ТАС экономики с 34% в 2015 г. до 32,0%, что связано с уменьшением операций с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг населению, сокращением финансовой деятельности и финансового посредничества.

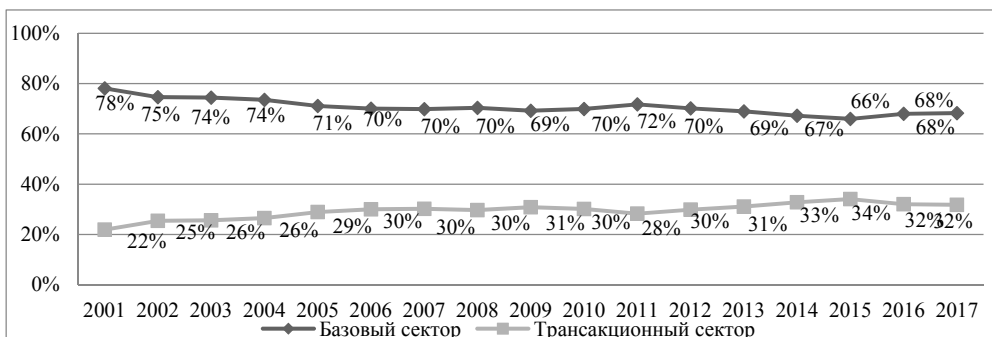


Рис. 1. Динамика производства ВВП в разрезе базового и трансакционного секторов экономики КР в 2001–2017 гг. (тек. цены, % к итогу)¹.

¹Рассчитано автором на основе данных Национального Статистического Комитета КР / Национальные счета Кыргызской Республики за 2001–2017 гг. // <http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-nacionalnye-scheta-kyrgyzskoj-respubliki>

Для стимулирования и развития промышленного сектора экономики КР необходимо формирование эффективных экономических процессов, изменение основного источника добавленной стоимости и структуры экономики. Проследим изменение производства ВДС в двух секторах экономики Кыргызской Республики – базовом секторе (БС) и транзакционном секторе (ТС) (Табл.2., Рис.2.).

Таблица 2. Динамика ВДС в базовом и транзакционном секторах экономики КР с 2004–2016 гг.²

Годы	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
БС	62336,5	63971,9	69732,9	85726,1	114811	123905,4	138185,2
ТС	22460,6	25991,1	29865,2	37013,8	48487,6	55164,7	59601,7
Годы	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
БС	182500,6	188729	212897,4	233804,2	255200,7	281218	
ТС	71920,9	80994,3	92981,9	110958,7	124561,5	132581,2	

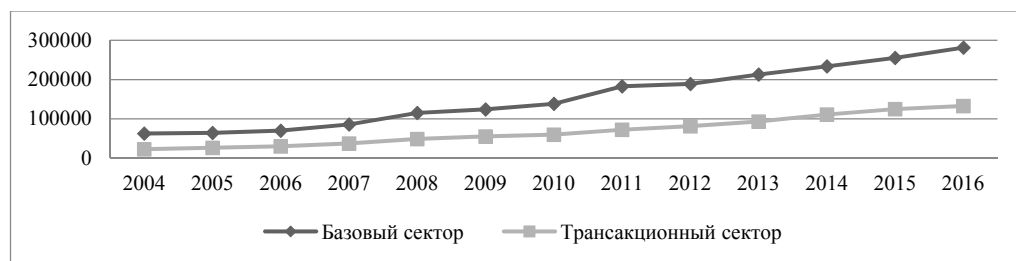


Рисунок 2. Динамика ВДС в двух секторах экономики КР с 2004–2016 гг.

Выделим отрасли-лидеры по производству валовой добавленной стоимости в КР (см.Табл. 3.)

² Рассчитано автором на основе данных Национального Статистического Комитета КР/Национальные счета Кыргызской Республики 2012–2016: Б. Нацстатком Кырг. Респ., 2018. 210 с. ISBN 978-9967-26-641-4; Национальные счета Кыргызской Республики 2004–2008: Б. Нацстатком Кырг. Респ., 2010. 39 с.

Таблица 3. Отрасли-лидеры по производству ВДС в КР³.

2004 г.		2016 г.	
отрасль	% ВДС	отрасль	% ВДС
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	33,27	Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	20,66%
Торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования	17,77%	Обрабатывающая промышленность	17,77%
Обрабатывающая промышленность	17,05%	Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	14,77%
Транспорт и связь	7,13%	Строительство	9,64%

Теперь рассмотрим показатель продуктивности экономики, рассчитываемый по формуле:

$$ПР = Y / X * 100, \text{ где}$$

Y - ВВП,
X - ВО (валовой выпуск)

Г.П. Литвинцева и Н.А. Гахова различают абсолютную продуктивность (объем реального ВВП) и относительную продуктивность (доля ВДС или ВВП в валовом выпуске) [9, с.63].

Как видно из Рис. 3., в Кыргызстане, начиная с 2006г., наблюдается рост реального ВВП, а относительная продуктивность меняется незначительно, оставаясь в пределах 50%. Если проанализировать изменение этого показателя в БАС и ТАС экономики, то можно увидеть (Рис. 4. [4, 5, 6]), что на протяжении многих лет происходит снижение продуктивности в БАС с 78% в 2000г. до 51% в 2016г. В ТАС имеет место повышение с 22% в 2000г. до 32% в 2016г. Для сравнения, в России также «степень продуктивности в ТАС была достаточно высокая, в БАС относительно низкая» [9, с. 65].

³ Составлено автором.

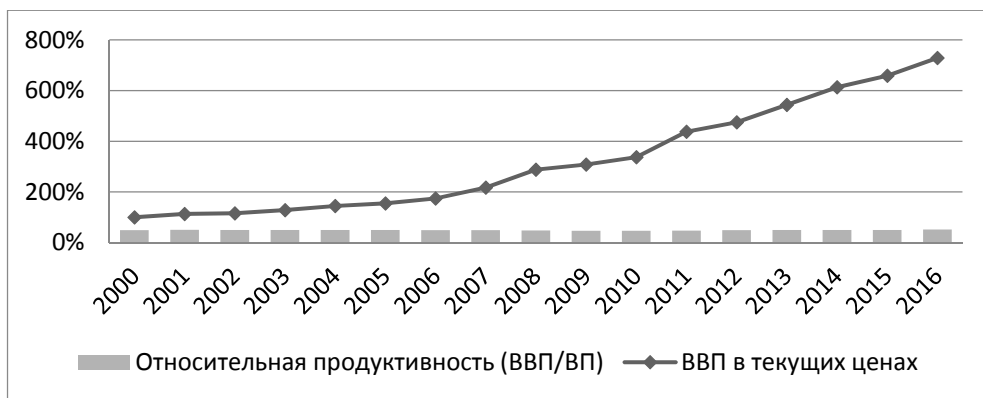


Рис. 3. Динамика производства реального ВВП (2000=100) и его доля в ВВ (в текущих ценах, в % к итогу)⁴.

Иначе говоря, промышленная отрасль в КР, создавая значительную часть добавленной стоимости экономики страны, обеспечивает ее преимущественно за счет сельского хозяйства, обрабатывающего производства, транспорта и связи. В последние годы увеличилась доля ВДС строительства (9,64% в 2016г.).

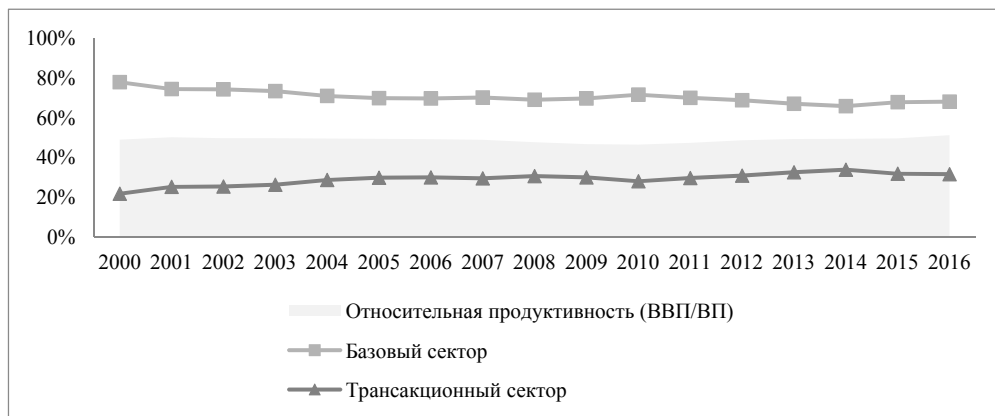


Рис. 4. Динамика относительной продуктивности экономики КР в БС и ТС за период с 2000–2016 гг.⁵

⁴ Рассчитано автором на основе данных Национального Статистического Комитета КР /Национальные счета Кыргызской Республики 2000–2017, Счет производства по видам и секторам экономической деятельности// <http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-nacionalnye-scheta-kyrgyzskoj-respubliki>

⁵ Рассчитано автором на основе данных Национального Статистического Комитета КР/Национальные счета Кыргызской Республики 2000–2017, Счет производства по видам

Таким образом, промышленное производство, являясь главной отраслью экономики КР, должно быть направлено в сторону индустриализации. Снижение доли добавленной стоимости, создаваемой промышленностью, подтверждает тот факт, что без поддержки государства и инновационной политики, невозможно развивать технологическую основу промышленного производства, повысить конкурентоспособность предприятий. Для этого необходима активная государственная политика.

Такая политика должна инициировать и организовывать деятельность, направленную на формирование условий для повышения продуктивности и конкурентоспособности промышленной отрасли. Сегодня для активизации промышленной отрасли важны инструменты регулирования, как на национальном уровне (налоговое и тарифное регулирование, финансовые (бюджетные), инфраструктурные и административно-политические методы регулирования), так и на региональном уровне (промышленные зоны, технопарки, бизнес-инкубаторы, поддержка региональных кластеров, налоговые стимулы и др.).

В новых условиях региональной интеграции особенно актуально улучшение инвестиционной среды, повышающей привлекательность обрабатывающих отраслей, обеспечивающих технологическую платформу отрасли. На это обращено внимание в Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018–2040гг., где указано: «Развитие отраслей промышленности должно ... способствовать развитию в Кыргызстане промышленных технологий и точных наук. Отечественная обрабатывающая промышленность должна быть ориентирована на формирование экспортного потенциала и импортозамещение отдельных товаров. В основе промышленной политики будет локализация иностранных промышленных предприятий, вхождение в межстрановые цепочки добавленной стоимости, создание благоприятных условий для доступа к производственной инфраструктуре. Будет поощряться развитие промышленных зон в различных регионах» [7, с. 40].

Таким образом, преодоление внешних угроз, которые возникают для малых экономик при вхождении в интеграционные объединения, возможно при проведении в этих странах реформ по повышению экономической

и секторам экономической деятельности// <http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-nacionalnye-scheta-kyrgyzskoj-respubliki>

безопасности всех стран-участниц, повышению конкурентоспособности продукции, увеличению доли продукции с высокой добавленной стоимостью. В этом случае ожидаем синергетический эффект от повышения эффективности всего интеграционного объединения. По мнению Дж.А. Мусаевой, «Для более развитых стран-партнеров со всех точек зрения выгоднее поддерживать малые экономики и не дать возможность развиваться в регионе негативным экономическим, а вслед за ними и политическим процессам» [3, с.107].

В этом направлении уже начаты мероприятия. Так, в 2014 году для поддержания интеграционного процесса при вхождении экономики Кыргызстана был создан Российско-Кыргызский фонд развития (РКФР). Средства, выделенные Россией, направлены на финансирование 724 проектов. Республикой Казахстан в рамках подписанного соглашения с Кыргызстаном также оказывается техническая помощь на обустройство и техническое оснащение объектов таможенной инфраструктуры, модернизацию испытательных лабораторий и др. Все это свидетельствует о том, что поддержание малых экономик в рамках регионального объединения объективно необходимо на первых этапах процесса гармонизации к требованиям Союза, а также оправдано будущим синергетическим эффектом от повышения эффективности экономик в результате объединения усилий всех стран-членов ЕАЭС.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Базарбаева Р.Ш.* Институциональные изменения в трансформационных экономиках стран СНГ: противоречия и пути разрешения. Бишкек: НИИ при КЭУ, 2013. 276 с.
2. *Литвинцева Г.П.* Продуктивность экономики и институты на современном этапе развития России. Новосибирск: Наука, 2003. 380 с.
3. *Мусаева Дж.А., Бекболотова С.М.* Парадигма устойчивого развития в условиях глобализации. Бишкек: 2018. 256 с.
4. Национальные счета Кыргызской Республики 2012–2016: Б. Нацстатком Кырг. Респ., 2018. 210 с. // <http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-nacionalnye-scheta-kyrgyzskoj-respubliki>
5. Национальные счета Кыргызской Республики 2004 –2008: Б. Нацстатком Кырг. Респ., 2010. 39 с. // <http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-nacionalnye-scheta-kyrgyzskoj-respubliki>

6. Национальные счета Кыргызской Республики 2008–2012: Б. Нацстатком Кырг. Респ., 2014. 193 с. //http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-nacionalnye-scheta-kyrgyzskoj-respubliki
7. Проект Национальной стратегии развития Кыргызской Республики на 2018–2040 гг. // www.president.kg/sys/media/download/35922/
8. Экономическое развитие стран Евразийской интеграции / Под ред. Г.П. Литвинцевой / Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2017. 395 с.
9. Экономика Сибири в условиях глобальных вызовов XXI века: сборник статей в 6-ти т. Т. 6: Традиции и новации в институциональном развитии регионов. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2018. 117 с.

PROBLEMS AND DEVELOPMENT PATHS OF SMALL ECONOMIES IN THE CONTEXT OF THE EAEU

R.Sh. Bazarbaeva

ABSTRACT

The Eurasian economic space is characterized by uneven economic development of the participating countries. The article is devoted to the consideration of the problems and ways of development of small economies within EAEU, among which the sectoral deformation and the low competitiveness of domestic producers stand out. To improve economic security and competitiveness of products, Kyrgyzstan faces the challenge of developing and stimulating industrial activity, transforming the economy through the change in the main source of value added and the structure of the economy. Based on the institutional analysis, the dynamics and structure of the basic and transactional sectors of the economy of the Kyrgyz Republic were analyzed, the leading sectors in the production of gross value added in Kyrgyzstan were highlighted. It was concluded that there is a need to develop industry to provide the technological platform of the modern economy. Article also draws attention to the need for such economic reforms in the member countries of the Eurasian Economic Union, which would ensure a synergistic effect on improving the efficiency of economies as a result of combining the efforts of all EAEU member countries.

Keywords: integration, basic and transactional sector, gross value added, industrial policy, industrial structure.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ПРЯМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РА

Т.В. Бегларян

Российско-Армянский университет

Институт экономики и бизнеса

tbeblaryan@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Реализация эффективной инвестиционной модели, как инструмента развития экономики, сокращения безработицы и бедности на сегодня является одним из основных направлений политики Правительства Республики Армения. Одним из ключевых факторов реализации эффективной инвестиционной политики является обеспечение эффективных экономических и финансовых механизмов. В данной статье рассмотрены основные финансовые механизмы, влияющие на приток прямых инвестиций в РА.

Ключевые слова: инвестиционная политика, обеспечение эффективных финансовых механизмов, валютный курс, налоговая политика, анти-монопольная политика.

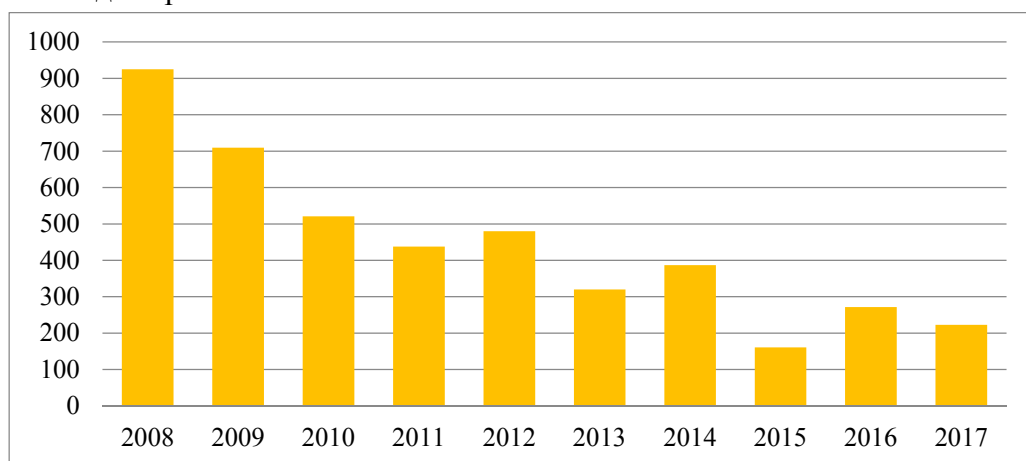
Согласно определению, данному Международным валютным фондом, прямые инвестиции имеют место в тех случаях, когда резидент одной страны осуществляет инвестиции, обеспечивающие ему значительную степень влияния на управление предприятием, которое является резидентом иной страны¹.

Прямые инвестиции являются одним из лучших инструментов повышения экономической активности, сокращения безработицы и снижения уровня бедности. Вне зависимости от уровня экономического развития,

¹ Balance of Payments Index 5th edition – International Monetary Fund.

все страны находятся в сильной конкуренции за привлечение иностранных инвестиций: одни освобождают инвесторов от налогов на первые несколько лет осуществления экономической деятельности, другие предлагают высококвалифицированную и, в то же время, недорогую рабочую силу. Рассмотрим объемы прямых инвестиций, поступивших в Армению за период 2008–2017 гг.

Доминирующая часть инвестиций, которая поступила в экономику РА со дня независимости, направлена на определенные сектора экономики, в частности, телекоммуникацию, горнодобывающую промышленность, энергетику и транспорт. Доминирующая доля прямых иностранных инвестиций приходится на российские инвестиции – почти 41,4% всех ПИИ. Таким образом, с точки зрения источников экономического развития и роли инвестиций в этом процессе, Россия имеет существенное значение для армянской экономики.



*Рис. 1. Объем прямых иностранных инвестиций в РА за 2008–2017 гг.
(млн. долларов).*

Значительное сокращение объемов прямых инвестиций в РА за последние несколько лет можно считать одним из факторов ухудшения экономической ситуации. В целом, начиная с 2009-го года, замечается резкий спад объемов прямых инвестиций. Значительное сокращение объемов инвестиций является следствием не только ухудшения общей экономической ситуации, но и также следствием неблагоприятного инвестицион-

ного климата и высокой концентрации рыночной власти на товарных рынках РА. Рассмотрим основные проблемы, влияющие на приток прямых инвестиций в РА.

Согласно докладу Всемирного Банка, Армения является самой монополизированной экономикой среди стран бывшего СССР и Восточной Европы. Около 20 процентов экономики Армении принадлежит монополии. В случае Армении имеем дело с монополиями, которые находятся под прикрытием государственных органов². Ну а олигополия и монополия вместе владеют около 60 процентов рынка Армении. Показатель инвестиционной конкуренции Армении отстает от других стран в регионе. Несмотря на создание новых антимонопольных законов, согласно глобальному индексу конкурентоспособности, Армения занимает самую слабую позицию среди стран Европы и Центральной Азии в политике антимонопольной конкуренции. Конечно, такая высокая степень концентрации на рынке имеет очень негативное влияние на многие экономические показатели – такие, как безработица, низкая степень экономической развитости и слабый экономический рост.

С точки зрения монополий иностранные инвестиции в Армении не только увеличивают денежную массу в стране, но и способствуют созданию более благоприятной конкурентной среды и, тем самым, сокращению монополизированных рынков. Видным примером монополизированного рынка, который стал сразу же после создания аналога со средствами прямых инвестиций оживляться и развиваться, можно считать телекоммуникационную сферу в Армении. В 1997 году армянская компания-монополист получила эксклюзивные права на предоставление телефонной связи на 15 лет. В будущем в данное соглашение были внесены некоторые изменения и вскоре появилась уже вторая телекоммуникационная компания «Вивасел».

Следующим фактором, который влияет на приток инвестиций, является легкость ведения бизнеса. Глобальный доклад о конкурентоспособности экономики выделил наиболее проблемные факторы для ведения бизнеса в Армении³. В составлении данного доклада рассматриваются такие показатели, как:

² <http://www.worldbank.org/>

³The Global Competitiveness Index, The Global Competitiveness Report.

- Уровень коррупции;
- инфраструктура;
- доступ к финансовым источникам;
- налоговое администрирование и ставки;
- квалификация человеческого капитала;
- валютная политика;
- макроэкономическая стабильность;
- инновационный потенциал;
- размер внутреннего рынка.

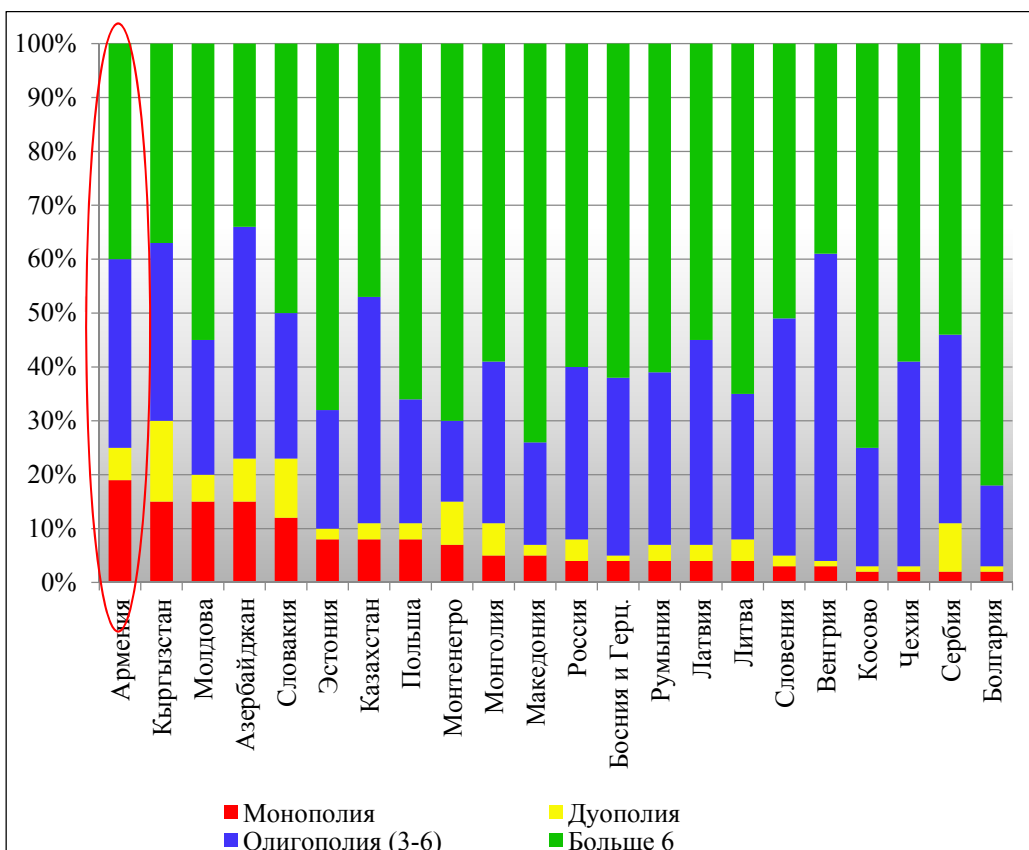


Рис. 2. Виды рыночных структур (в %).

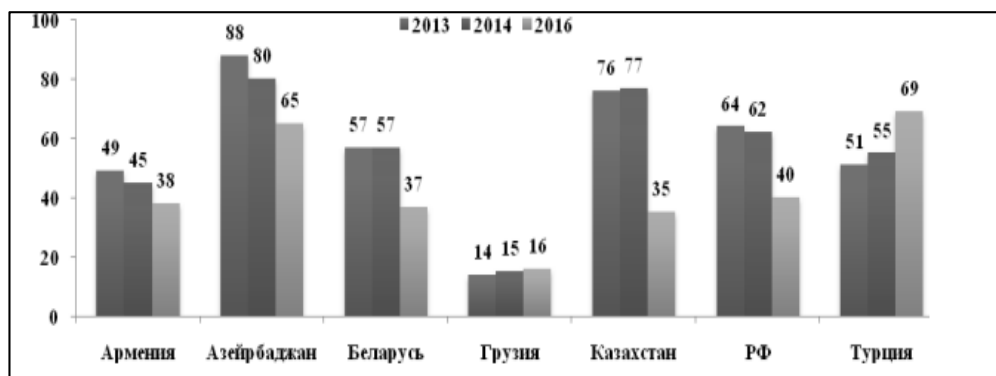


Рис. 3. Индекс глобальной конкурентоспособности стран.

Одним из основных факторов, влияющих на приток прямых инвестиций, является налоговая политика страны. Неэффективное налоговое администрирование порождает теневую экономику. Теневым сектором в экономике Армении занимает существенную долю трудовых ресурсов. Работающие в неформальном секторе на платной основе представляют особый интерес, так как они не платят налоги из своих зарплат. На 2012 год уровень неформальной занятости в Армении составил 52.1%, что составляет примерно 604 тысяч человек⁴.

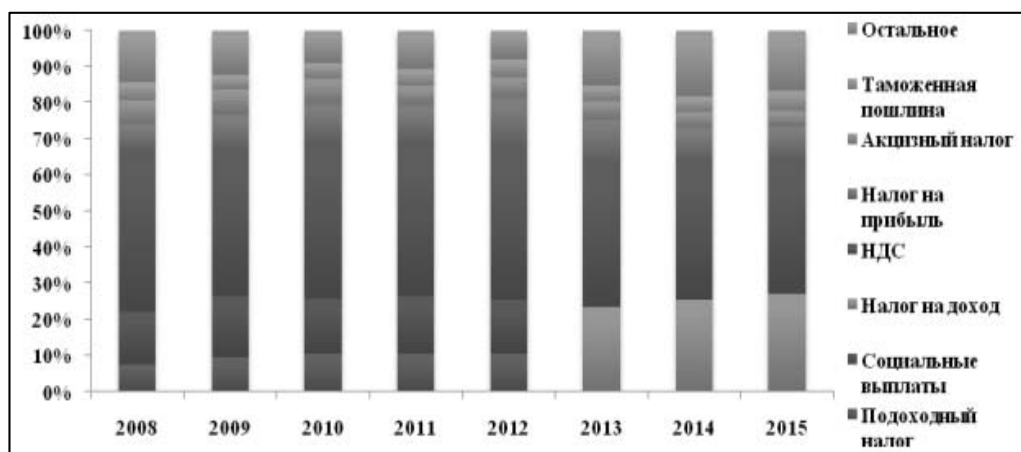


Рис. 4. Структура налоговых доходов государственного бюджета РА.

⁴Доклад Национальной статистической службы РА.

Также за аргумент неэффективной фискальной системы в Армении говорит структура налоговых доходов государственного бюджета. Больше 70% налоговых сборов в Армении составляют косвенные налоги, а это, в свою очередь, означает перенос налогового бремени на домохозяйства, а не на реальный сектор экономики.

Теория валютного пространства, выдвинутая Алибером, гласит о том, что важным фактором, влияющим на выбор места размещения инвестиций, является устойчивость валюты и характер ее изменения⁵. В тех странах, где курс валюты усиливается, наблюдается сокращение объемов инвестиций.

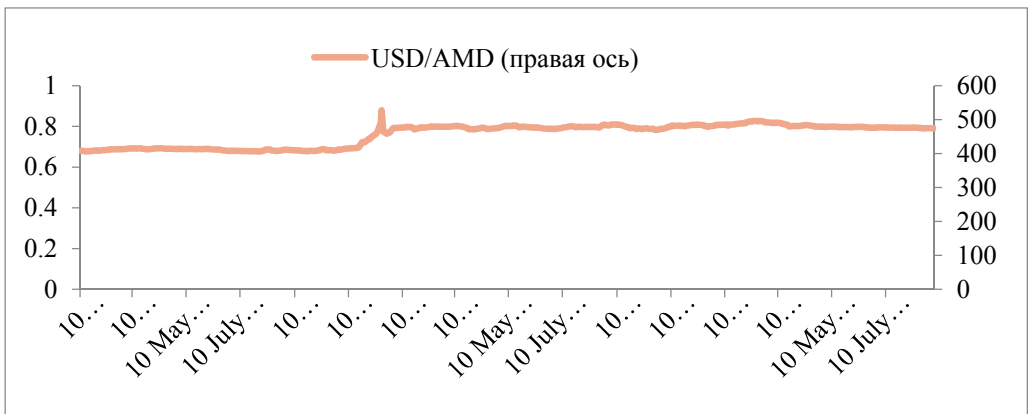


Рис. 5. Курс валюты доллар-драм за период 2014–2016гг.

Центральный Банк РА всегда активно воздействовал на валютный курс и валютный рынок методом валютных интервенций, изменений ставок обязательного резервирования. Самые масштабные валютные интервенции были осуществлены ЦБ РА в период кризисов 2009 и 2014 годов в целях нейтрализации колебаний на валютном рынке. Из-за данной политики ЦБ РА армянский драм за весь этот период обесценился в разы меньше по сравнению с другими странам Евразийского экономического пространства.

⁵Aliber R. A theory of Direct Foreign Investment. In. *Kindelberger C. The International Corporation.*

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Центрального банка Республики Армения, www.cba.am
2. Официальный сайт Национальной статистической службы РА, www.armstat.am
3. The Global Competitiveness Index, The Global Competitiveness Report, www.weforum.org
4. Balance of Payments Index 5th edition – International Monetary Fund, www.imf.org
5. Официальный сайт Всемирного банка, www.worldbank.org

MAIN ISSUES IN ATTRACTING DIRECT INVESTMENTS IN THE RA

T. Beglaryan

ABSTRACT

The implementation of an effective investment model as a tool for developing the economy, reducing unemployment and poverty rate is one of the main lines of action of the Government of the Republic of Armenia. One of the key factors for implementing an effective investment policy is to ensure efficient economic and financial mechanisms. This article discusses the main financial mechanisms affecting the inflow of direct investments in Republic of Armenia.

Keywords: investment policy, ensuring efficient financial mechanisms, exchange rate, tax policy, antimonopoly policy.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЕАЭС: НОВЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ РАБОТНИКОВ И НОВЫЕ ПРОФЕССИИ

Н.А. Бровко

*Кыргызско-Российский (Славянский) Университет
им. первого Президента России Б.Н. Ельцина*

nbrovko@list.ru

АННОТАЦИЯ

Принятие и использование информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) коренным образом изменили наш мир. Массовое принятие цифровых услуг потребителями, предприятиями и правительствами становится источником как социально-экономических выгод, так и угроз. Цифровизация может сыграть ключевую роль в стимулировании экономического роста и занятости. В данной работе рассматриваются возможные последствия цифровизации экономики на появление новых профессий и автоматизацию, частичную или полную, некоторых сегодняшних профессий.

Ключевые слова: цифровизация экономики, широкополосный доступ в Интернет, ИКТ, ЕАЭС, открытое правительство.

Интенсивное развитие цифровых технологий в эпоху четвертой промышленной революции создает вызовы и перед системой образования, обусловленные процессами цифровизации производства и услуг, изменениями в квалификациях и моделях занятости, а также изменениями технологических процессов образования. Цифровая трансформация предполагает смену технологического уклада, изменение основного источника добавленной стоимости, а также изменение институциональной структуры.

Ценности современного цифрового мира – это не только обмен деньгами, но и... «лайки», «добавить в избранное», просмотры страниц, рей-

тинг Klout – рейтинг интернет-влияния, фолловеры (подписчики). Человек, у которого миллион фолловеров, оказывает существенное влияние на свое сообщество, и это может принести прибыль. 25-летний швед Феликс Арвид Ульф Шелберг – один из самых важных «голосов» на планете. Кто такой этот Феликс? Видеоблогер, больше известный как PewDiePie, имеющий 40 миллионов поклонников на YouTube и заработавший в 2014 году свыше 7 млн. долларов за счет размещения рекламы на своей домашней странице. Американец Мэтт Стопера стал интернет-сенсацией в Китае (и все из-за потерянного iPhone).

В современном мире отсутствуют инструменты для определения влияния массового внедрения цифровых технологий и приложений на общество и экономику¹.

Прошедший Форум «Цифровая повестка в эпоху глобализации» – подтверждающее свидетельство происходящих событий и обеспокоенность стран ЕАЭС как совместными усилиями найти механизмы адаптации стран к современным тенденциям, дабы занять определенную нишу в технологической конкурентоспособности стран. Цифровая трансформация признана ключевым фактором достижения темпов экономического роста стран ЕАЭС.

Сложный долгий процесс адаптации, внедрения и продвижения невозможен без координации усилий стран² в создании единой цифровой платформы³. Теперь им необходимо получить аналогичное понимание способов, которыми они смогут поощрять принятие и стимулировать использование цифровых технологий и приложений потребителями, предприятиями и государственными учреждениями.

Современное мировое сообщество сталкивается с новыми вызовами, участие и взаимодействие с которыми неизбежно всех на земном шаре⁴. Цифровизация экономики – процесс, захватывающий молниеносно все

¹Бровко Н.А. Цифровизация экономики стран ЕАЭС: опасения и перспективы [Текст] //Н.А. Бровко // Экономика и управление: проблемы, решения. № 4. Т. 6. 2018. СС. 14–20.

²Бровко Н.А., Борбугулов М.У. Роль экономической интеграции в развитии науки [Текст] // Вестник СИБИТ. №4 (16). 2015. СС. 25–27.

³Бровко Н.А. Цифровизация экономики стран ЕАЭС: опасения и перспективы [Текст] //Н.А. Бровко // Экономика и управление: проблемы, решения. № 4. Т. 6. 2018. СС. 14–20.

⁴Бровко Н.А., Борбугулов М.У. Опыт создания экономики знаний в Южной Корее [Текст] // «Современные технологии управления». №9 (57). 2015. СС. 9–12.

страны мира, связанных не просто с распространением интернет-ресурсов, а уровень развития цифровых технологий в мультипликативном эффекте отражается на конкурентоспособности стран⁵.

При формировании цифрового пространства следует обеспечить цифровую инфраструктуру. Для этого необходим широкополосный доступ в Интернет на территории всего пространства. Это позволит создать новые рабочие места, повысит эффективность взаимодействия между экономическими субъектами. Дополнительный эффект от цифровизации отражается в виде появления новых видов бизнеса и инноваций.

Цифровизация экономики может проходить двумя способами⁶:

- 1) внедрение цифровизации на национальном уровне;
- 2) внедрение цифровизации на региональном уровне.

Согласно данным влияния цифровых инициатив на рост ВВП региона до 2025 года (см. Рис. 1), большое внимание следует уделить проникновению фиксированного широкополосного доступа в интернет (увеличение ВВП на 1,7%), увеличению международной пропускной способности (увеличение ВВП на 0,66%) и стимулированию развития электронной торговли (увеличение ВВП на 0,88%).

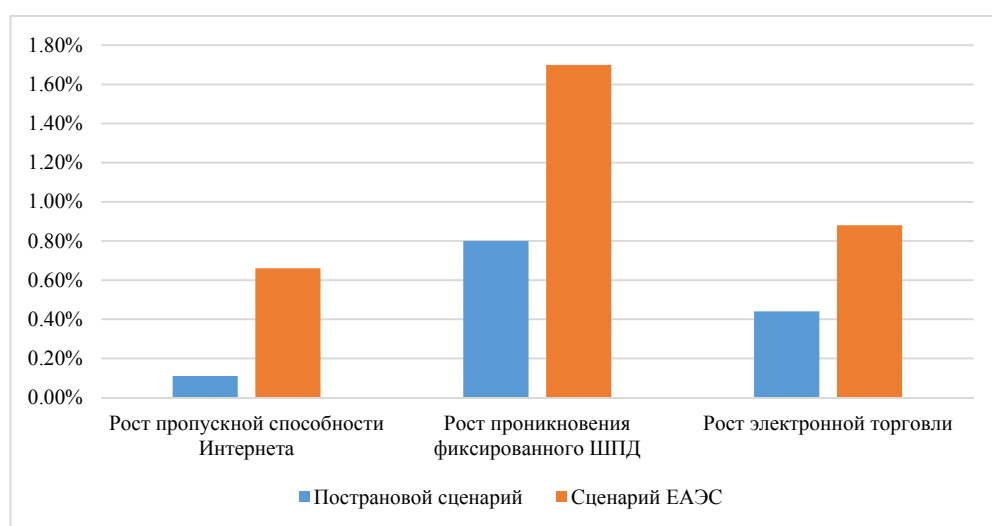
Существует вероятность, что увеличение проникновения фиксированного широкополосного доступа до 30% к 2025 году приведет к созданию от 2 до 4 млн. рабочих мест, из которых 1 миллион будет сформирован в сфере информационно-коммуникационных технологий, что позволит увеличить темпы роста производительности труда до 1,73% к 2025 году.

Широкополосная связь, влияет на рост доходов домашних хозяйств посредством четырех эффектов. Во-первых, для широкополосного развертывания требуется строительство инфраструктуры для предоставления услуги (эффект строительства), дополнительных работников для новых коммерческих офисов оператора и технического персонала для установки и обслуживания новой инфраструктуры. Новый спрос на рабочую силу на

⁵ Форум «Цифровая повестка в эпоху глобализации» [Эл. ресурс]// ИП Zakon.kz. 2018, 02 марта. URL: <https://www.zakon.kz/4901776-forum-tsifrovaya-povestka-v-epohu.html> (дата обращения 03.03.2018).

⁶ Сапожков О. Цифровизация закупок уходит в регионы [Эл. ресурс] /Олег Сапожков //газета «Коммерсантъ». 2017, 30 октября. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3454195> (дата обращения: 03.03.2018).

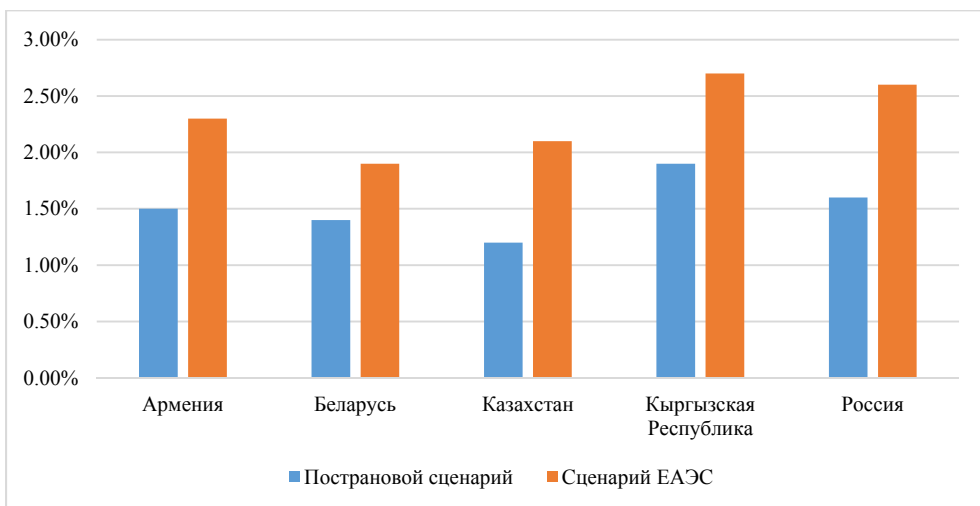
рынке с уровнем безработицы, который уже ниже 5%, приводит к изменению кривой спроса для работников, что приводит к увеличению равновесной заработной платы. Другими словами, при полной занятости дополнительный спрос на работников, как правило, приводит к увеличению компенсации. Кроме того, рост заработной платы по этому каналу может отражать потребность в лучшей компенсации для тех работников, которые, учитывая низкий уровень безработицы, должны получать более высокую заработную плату, чтобы соответствовать или превышать их оговорку о заработной плате.



*Рис. 1. Влияние цифровых инициатив на рост ВВП ЕАЭС, %.
Источник: Цифровая повестка ЕАЭС до 2025 года.*

Эффект широкополосного развертывания больше всего важен для пользователей компьютеров и Интернета. В этом смысле внедрение широкополосной связи позволит работникам с навыками цифровой грамотности передавать свои компьютерные знания потенциальным работодателям, а затем использовать эти навыки на рабочем месте в обмен на более высокую заработную плату.

Не стоит забывать, что из-за роботизации производства и роста эффективности труда многие работники окажутся вне экономики, но положительный эффект от развития цифровой экономики компенсирует потери (см. Рис. 2).



*Рис. 2. Влияние цифровых инициатив на рост занятости ЕАЭС, %.
Источник: Цифровая повестка ЕАЭС до 2025 года.*

В поддержку данного аргумента некоторые секторы, такие как здравоохранение и услуги, продолжают быстро создавать рабочие места. Более того, несмотря на то, что можно было предположить с точки зрения исчезновения некоторых повторяющихся занятий, факт состоит в том, что в Соединенных Штатах по-прежнему насчитывается 3 000 000 кассиров⁷, хотя большой процент, вероятно, будет заменен автоматическими регистрами в течение периода времени, обусловленного принятием сроков внедрения инноваций.

Новые технологии кардинально изменяют характер труда во всех отраслях и профессиях. Фундаментальная неопределенность касается степени замены труда автоматизацией.

В отношении воздействия новых технологий на рынок труда существуют два противоборствующих лагеря: те, кто верит в счастливый конец, когда рабочие, вытесненные технологией, найдут новую работу, а технология даст старт новой эре процветания; и те, кто считает, что технология

⁷ Bureau of Labor Statistics [Эл. ресурс]. 2018. URL: <https://www.bls.gov/opub/ted/2016/retail-salespersons-and-cashiers-were-occupations-with-highest-employment-in-may-2015.htm> (дата обращения: 05.03.2018).

приведет к возникновению прогрессирующего социального и политического «Армагеддона», создав массовую технологическую безработицу⁸.

В качестве примера можно привести сельское хозяйство. В США в начале XIX века люди, занятые в этой сфере, составляли 90% рабочей силы, сегодня их доля на рынке не превышает 2%. И такое резкое сокращение произошло относительно гладко, без особых социальных волнений или эпидемий безработицы. Два исследователя из школы Оксфорд-Мартин – экономист Карл Бенедикт Фрей и эксперт по компьютерному обучению Майкл Осборн – определили количественное значение потенциального воздействия технологических инноваций на безработицу, распределив 702 профессии по степени вероятности их автоматизации, от минимально подверженных риску автоматизации («0» соответствует отсутствию риска) до наиболее подверженных риску («1» соответствует определенному риску замены профессии той или иной компьютерной технологией). Такие профессии, как юристы, финансовые аналитики, врачи, журналисты, бухгалтеры, страховые агенты или библиотекари, могут быть частично или полностью автоматизированы значительно раньше, чем можно предположить. Атлас профессий изменится в скором будущем: 57 профессий исчезнут, однако появятся новые профессии: it-генетики, мультивалютные переводчики, виртуальные адвокаты, космогеологи, киберисследователи.

Как же изменяются ключевые компетенции?

Цифровые: рост требований не только к цифровым навыкам, но и креативности, критическому мышлению, навыкам в области математических наук;

Социально-поведенческие: толерантность, высококультурные способности;

Когнитивные: «эмоциональный» интеллект, самоорганизованность.

Кыргызская Республика – аграрная страна, в связи с этим, в первую очередь, необходимо цифровизировать фермеров, но, к сожалению, в новых государственных программах об этом ничего не сказано.

Страны ЕАЭС обеспокоены вопросом цифрового неравенства в мире, поэтому всеми усилиями пытаются занять определенную нишу в этом

⁸ Шваб К. Четвертая промышленная революция. М.: изд-во «Э», 2017. СС. 48–65.

молниеносном и неизбежном процессе, и то, насколько им это удастся, будет зависеть от качества не только принятых документов, но и их практической скоординированной реализации всеми странами ЕАЭС. Главная задача – ускоренно обучить все население вопросам цифровизации, а самое главное, сделать ставку на молодежь, которая и явится основным источником внедрения и продвижения цифровой экономики. Переход от индивидуальных форм к совместной коллективной работе. Изменения коснутся не только структуры памяти, но и мозга. На пространстве ЕАЭС необходимо использовать сравнительное преимущество в кадрах. На данном этапе население стран ЕАЭС использует интернет только в домашних или социальных целях, но никак не в деловых, из-за отсутствия доверия.

Цифровизация влечет за собой ряд негативных последствий для общества. Может возникнуть огромный разрыв между высококвалифицированной рабочей силой и низкоквалифицированной. Однако возникнет так называемая «удаленная занятость», посредством которой будет осуществляться дистанционный найм. Первым риском является деградация человеческих отношений, вызванная интенсивным цифровым потреблением. Цифровые устройства нарушают способность детей отделяться от своих родителей и создают препятствия на пути во взрослую жизнь.

Второй риск, особенно среди подростков, – это снижение в проведении других мероприятий по сбору знаний, таких как чтение. Кроме того, когда дело доходит до взаимодействия человека, большинство подростков предпочитают текстовые вызовы на своих мобильных телефонах.

Критики отмечают, что из-за «цифровизации» экономики информационная безопасность страны находится в опасности⁹. В связи этим государства проводят реформы укреплению кибербезопасности, что также является поводом для комментариев о тотальной слежке.

Данная критика была учтена инициаторами OGP. Декларация, наряду с такими принципами, как: повышение работы госорганов, повышение безопасности общества и улучшение распределения ресурсов, включает в

⁹Cyber security in the Age of Digital Transformation [Эл.ресурс] // MIT Technology Review Insights. 2017, January 23. URL: <https://www.technologyreview.com/s/603426/cybersecurity-in-the-age-of-digital-transformation/> (дата обращения: 06.03.2018).

себя необходимость отчетности. Правительства «отчитываются перед НПО, которые следят за выполнением заявленных планов¹⁰.

Ожидается, что с присоединением ЕАЭС к ОGP вырастет приток иностранных инвестиций и имидж на международной арене. Но существует риск вмешательства во внутренние дела стран.

На текущий момент странам ЕАЭС рекомендуется следовать национальной программе в рамках «Открытого правительства». При этом не забывать ссылаться на мировой опыт и адаптировать положительные результаты с учетом различия стран.

Руководства стран несут большую ответственность за стимулирование и управление процессов трансформации и цифровизации экономики на благо всего населения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Borbugulov M., Borbugulov E.* The role of information and communication technologies in the economic development: the case of Bangladesh [Текст] // *Alatoo academic studies*. № 2. 2017. PP. 22 –27.
2. Bureau of Labor Statistics [Эл.ресурс]. 2018. URL: <https://www.bls.gov/opub/ted/2016/retail-salespersons-and-cashiers-were-occupations-with-highest-employment-in-may-2015.htm> (дата обращения: 05.03.2018)
3. Cyber security in the Age of Digital Transformation [Эл.ресурс]. // *MIT Technology Review Insights*. 2017, January 23. URL: <https://www.technologyreview.com/s/603426/cybersecurity-in-the-age-of-digital-transformation/> (дата обращения: 06.03.2018).
4. OGP SupportUnit. Кыргызская Республика присоединилась к Партнерству «Открытое правительство» [Электронный ресурс] // *Open Government Partnership*. 2017, 21 November. URL: <https://www.opengovpartnership.org/about/news-and-events/kyrgyz-republic-joins-open-government-partnership-RU/> / (дата обращения: 07.03.2018).
5. *Бренделева Е.А.* Институциональная среда цифровой экономики [Текст] / Е.А. Бренделева // *Экономика и управление: проблемы, решения*. № 11. Т. 5. 2017. СС. 71–76.

¹⁰ OGP Support Unit. Кыргызская Республика присоединилась к Партнерству «Открытое правительство» [Эл. ресурс]// *Open Government Partnership*. 2017, 21 November. URL: <https://www.opengovpartnership.org/about/news-and-events/kyrgyz-republic-joins-open-government-partnership-RU/> (дата обращения: 07.03.2018).

6. *Бровко Н.А., Борбугулов М.У.* Опыт создания экономики знаний в Южной Корее [Текст] // Современные технологии управления. № 9 (57). 2015. СС. 9–12.
7. *Бровко Н.А., Борбугулов М.У.* Роль экономической интеграции в развитии науки [Текст] // Вестник СИБИТ. №4 (16). 2015. СС. 25–27.
8. *Бондал К.* Астана IT-хаб предоставит стартаперам целый спектр льгот. [Эл. ресурс] / Ксения Бондал // ЦДи «Капитал». 2018, 02 февраля. URL: <https://kapital.kz/business/66581/astana-it-hab-predostavit-startaperam-celyj-spektr-lgot.html> (дата обращения: 05.03.2018).
9. Евразийская Экономическая Комиссия. Евразийская экономическая комиссия и Всемирный банк начинают совместную работу по формированию цифрового пространства ЕАЭС. [Эл. ресурс] // Евразийская Экономическая Комиссия. 2016, 18 ноября. URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/18-11-2016-99.aspx> (дата обращения: 04.03.2018).
10. Кыргызстан присоединился к Партнерству «Открытое Правительство» [Эл. ресурс] // ИА «Кабар». 2017, 22 ноября. URL: <http://kabar.kg/news/kyrgyzstan-prisoedinilsia-k-partnerstvu-otkrytoe-pravitel-stvo/> (дата обращения 06.03.2018).
11. Медведев: Страны ЕАЭС должны сблизить подходы в применении криптоактивов [Текст] // ИП EurAsiaDaily. 2018, 2 февраля. URL: <https://eadaily.com/ru/news/2018/02/02/medvedev-strany-eaes-dolzhy-sblizit-podhody-v-primenenii-kriptoaktivov> (дата обращения: 05.03.2018).
12. Международный Финансовый центр «Астана»: официальный сайт. [Эл. ресурс]. URL: http://www.aifc.kz/index_ru.html (дата обращения: 05.03.2018).
13. Министерство экономики Республики Беларусь. Национальная стратегия устойчивого социально- экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [Текст] // Экономический Бюллетень НИЭИ РБ. 2015. №4 (214). СС. 6–99.
14. *Петросян Л.* Программирование в армянских школах: революция в образовании [Эл. ресурс] / Лилит Петросян // Фонд Луис. 2016, 21 декабря. URL: <http://www.luys.am/ru/content/view/Inn-news138> (дата обращения: 04.03.2018).
15. *Сапожков О.* Цифровизация закупок уходит в регионы [Эл. ресурс] / Олег Сапожков // газета «Коммерсантъ». 2017, 30 октября. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3454195> (дата обращения: 03.03.2018).
16. *Сафрончук М.В.* Цифровая поступь революции (четвертая промышленная революция и цифровая трансформация) [Текст] / М.В. Сафрончук // Экономика и управление: проблемы, решения. № 11. Т. 5. 2017. СС. 52–56.
17. Стратегические направления формирования и развития цифрового пространства Евразийского экономического союза в перспективе до 2025 года: проект [Текст] // Евразийская Экономическая Комиссия. 2017. 27с.

18. Форум «Цифровая повестка в эпоху глобализации» [Эл. ресурс] // ИП Zakon.kz. 2018, 02 марта. URL: <https://www.zakon.kz/4901776-forum-tsifrovaya-povestka-v-erohu.html> (дата обращения: 03.03.2018)
19. Цифровая повестка ЕАЭС до 2025 года: доклад эксперта [Текст] // Евразийская Экономическая Комиссия, 2017. 11с.
20. Энергетика и умный город могут стать новыми направлениями для госпрограммы «Цифровая экономика» [Эл. ресурс] // Портал «Энергосовет». 2018, 22 января. URL: <http://www.energsovet.ru/news.php?zag=1516608811> (дата обращения: 04.03.2018).

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE EEU: NEW COMPETENCIES OF EMPLOYEES AND NEW PROFESSIONS

N. Brovko

ABSTRACT

Information and communication technologies (ICTs) have fundamentally changed our world. Mass adoption of digital services by consumers, businesses and governments is a source of socio-economic benefits. Digitalization can play a key role in stimulating economic growth and employment. The article describes possible consequences of the digitalization of the economy on the Eurasian economic area.

Keywords: digitalization of economy, broadband Internet access, ICT, EEA, open government

**ՀՀ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԻՐԱԿԱՆ ԵՎ ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ
ՀԱՏՎԱԾՆԵՐԻ ԽԶՄԱՆ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄԸ ԷՄՊԻՐԻԿ
ԵՂԱՆԱԿՈՎ¹**

Ք.Զ. Վարդանյան², Գ.Ա. Ավագյան², Գ.Ա. Պետրոսյան²

*Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարան
“Հայ-Ռուսական համալսարան*

*knariktereza@gmail.com, avagyangayaneasue@yahoo.com,
garik.petrosyan@rau.am*

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Հոդվածում խնդիր է դրվել էմպիրիկ ուսումնասիրությունների մեթոդով բացահայտելու ֆինանսական և իրական հատվածների ինտեգրման աստիճանը: ՀՀ տնտեսության համար էմպիրիկ ուսումնասիրություններ իրականացնելիս ուղղորդվել ենք մոնետարիստական հայեցակարգին բնորոշ «կրճատված կազմի» [1] մոտեցմամբ՝ ուսումնասիրելով փողի առաջարկի և իրական հատվածի ցուցանիշների միջև առկա կոռելացիոն կապերը: Մասնավորապես, վիճակագրական գնահատման եղանակով իրական և ֆինանսական հատվածների միջնխզումներն ուսումնասիրելու համար դիտարկվել են փողի զանգվածի (M2x) և վարկերի իրական ծավալների ազդեցություններն իրական ՀՆԱ-ի վրա:

Հիմնաբառեր՝ զարգացող շուկաներ, իրական հատված, ֆինանսական հատված, փողի շուկա, տնտեսության հատվածների ինտեգրում, խզում:

Մասնագիտական գրականության մեջ ընդունված է զարգացող երկրների տնտեսությունները բնորոշել որպես «զարգացող շուկաներ» և «սահմանային շուկաներ»², որոնցում իրական և ֆինանսական հատվածների խզումը

¹ Հոդվածը պատրաստվել է ՀՀ ԿԳՆ ԳՊԿ «Գիտական և գիտատեխնիկական գործունեության բազային ֆինանսավորման ենթակառուցվածքի պահպանում և զարգացում» ծրագրի «ՀՀ տնտեսության իրական և ֆինանսական հատվածների արդյունավետ փոխգործակցության հնարավորությունները» թեմայի ֆինանսավորման շրջանակներում:

² Նման դասակարգումը հնարավորություն է ընձեռում երկրները դիտարկել ֆինանսական և հատկապես՝ կապիտալի շուկաների զարգացման մակարդակի տեսանկյունից:

տարբեր դրսևորումներ է ունենում: Եթե զարգացող շուկաներում խզումը դրսևորվում է վարկային շուկայի «գերտաքացմամբ», ապա «սահմանային շուկաներ» ունեցող երկրներում տնտեսության ստվերայնության, ընկերությունների թույլ կորպորատիվ կառավարման մշակույթի և ոչ թափանցիկ հաշվապահական հաշվառման պայմաններում ֆինանսական միջնորդները ճշգրիտ տեղեկատվական ազդակներ չեն ստանում իրական հատվածից, ուստի իրական և ֆինանսական հատվածների միջև խզումը դրսևորվում է ինտեգրման թույլ աստիճանով:

Հայաստանի Հանրապետությունում ձևավորվել է իրավիճակ, երբ, մի կողմից՝ տնտեսությունը ի վիճակի է «վլանել» մեծածավալ ներդրումներ, բարձր է փողի նկատմամբ պահանջարկը, մյուս կողմից՝ բանկերն ունեն զգալի ֆինանսական ռեսուրսներ, սակայն իրական և ֆինանսական հատվածների փոխգործակցությունն արդյունավետ չէ՝ անբավարար, անհամաչափ տեղեկատվության և ֆինանսական համակարգի զարգացման ոչ բավարար մակարդակի պատճառով:

Բանկերը ստիպված են պահպանել ցածր «լներեջ» և ունենալ «խրոնիկ գերիբացվելիություն», ընդ որում՝ իրացվելիության մակարդակը գրեթե կախված չէ տնտեսական պարբերաշրջաններից: Արդյունքում հաճախ բանկային համակարգում առաջանում են իրացվելի միջոցների կուտակումներ, և ակտիվների աճը չի նպաստում տնտեսության զարգացմանը:

Այս մեթոդով կփորձենք պարզ վիճակագրական գնահատմամբ պարզել, թե ինչպիսին է եղել ֆինանսական խորության փոփոխության ազդեցությունը իրական հատվածի ցուցանիշների վրա: Վիճակագրական տվյալները փաստում են, որ փողի զանգվածի արագ աճը ոչ միշտ է «համընկել» բարձր տնտեսական աճի հետ: Ամենամեծ շեղումն արձանագրվել է 2009թ.-ին, երբ 14.2% տնտեսական անկմանը զուգահեռ արձանագրվել է փողի զանգվածի 15.1% աճ:

Ի դեպ դիտարկվող ժամանակահատվածում փողի զանգվածը մշտապես աճել է, նույնիսկ առանձին տարիներին, երբ M₁ և M₂ ագրեգատները նախորդ տարվա դեկտեմբերի նկատմամբ կրճատվել էին: Այսպես, 2008թ. M₁-ի 9.36%, M₂-ի 4.1% կրճատման պայմաններում փողի զանգվածն աճել էր 2.4%-ով, 2009թ. M₁-ի 6.94%, M₂-ի 16.2% կրճատման պայմաններում փողի զանգ-

վածն աճել էր 15.15%-ով, 2014թ. M₁-ի 8.93%, M₂-ի 3.51% կրճատման պայմաններում փողի զանգվածն աճել էր 8.34%-ով: 2003–2017թթ. փողի զանգվածի աճի միջին տեմպը կազմել է 16% [2]:

2007թ. ՀՀ ԿԲ կողմից իրականացված դրամավարկային քաղաքականության արդյունքում փողի զանգվածի մեծածավալ՝ 42.33% աճ է արձանագրվել: Եթե տնտեսական աճի բարձր տեմպերով պայմանավորված 2004–2008թթ. փողի զանգվածի միջին աճը կազմել է 18%, ապա 2009–2017թթ. տնտեսության աճի տեմպի դանդաղման և 2009թ.-ին արձանագրած 14.1% տնտեսական անկման պարագայում փողի զանգվածի միջին աճը կազմել է 14.8%: 2017թ. փողի զանգվածն աճել է նախորդ տարվա նկատմամբ 18.47%-ով: Միտումը պահպանվել է 2018թ., երբ 2018թ. սեպտեմբերի վերջի դրությամբ փողի զանգվածը կազմել է 2 635 483 մլն. դրամ [3]:

Մինչև 2008թ. փողի զանգվածում գերակշռել է բանկային համակարգից դուրս կանխիկ դրամը՝ միջինում մոտ 43%: Իսկ վերջին տարիներին այս ցուցանիշը նվազել է և 2018թ. սեպտեմբերի վերջի դրությամբ կազմել է 17.4%: 2017թ.-ին կազմել 16.6% [4]: Ավանդների տեսակարար կշիռը փողի զանգվածում ցուցաբերել է աճի միտում և 2018թ. կազմել 44.66%՝ արտաժողովային ավանդները և 37.95%՝ դրամով ավանդները:

Եթե մինչև ֆինանսատնտեսական ճգնաժամը փողի բազայի աճի տեմպը եղել է շատ բարձր, 2005–2007թթ. գրանցվելով միջինում մոտ 48% աճ, ապա 2008թ.-ից սկսած աճի տեմպը դանդաղել է՝ 2008թ. և 2009թ. կազմելով համապատասխանաբար 5.2%, և 13.8%: 2010թ. այս ցուցանիշը նվազել է 0.8%-ով, որը կապված էր ԿԲ դրամավարկային քաղաքականության խստացմամբ: 2011թ.-ին նախորդ տարվա նկատմամբ փողի բազան աճել է 164 մլն. դրամով կամ 32%-ով, իսկ 2012–2016թթ. միջին տարեկան աճի տեմպը կազմել է 13.4%, 2017թ.-ին նկատվում է ցուցանիշի նվազում 0.98%-ային կետով:

Փողի բազայում մեծ տեսակարար կշիռ է կազմում ԿԲ-ից դուրս կանխիկ դրամը, որը 2001թ.-ից աստիճանաբար ավելացել է մինչև 2007թ.՝ 2007թ.-ին աճելով 54.4%-ով նախորդ տարվա նկատմամբ: 2008 և 2009թթ. գրանցվեց բացասական աճ՝ համապատասխանաբար -1.6% և -6.9%: 2010թ.-ից սկսած աճի տեմպը կայունացավ, միան 2014–2015թթ. ԿԲ-ից դուրս կանխիկ դրամը նվազեց 2013թ.-ի համեմատ գրեթե 7%-ով, ինչը պայմանավորված էր տնտեսական աճի ցածր տեմպերով և գնաճի տեմպի նվազմամբ 2014թ.-ի սկզբին:

Արդյունքում Կենտրոնական բանկը նվազեցրեց վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը՝ 2014թ.-ի սեպտեմբերին սահմանելով 6.75%:

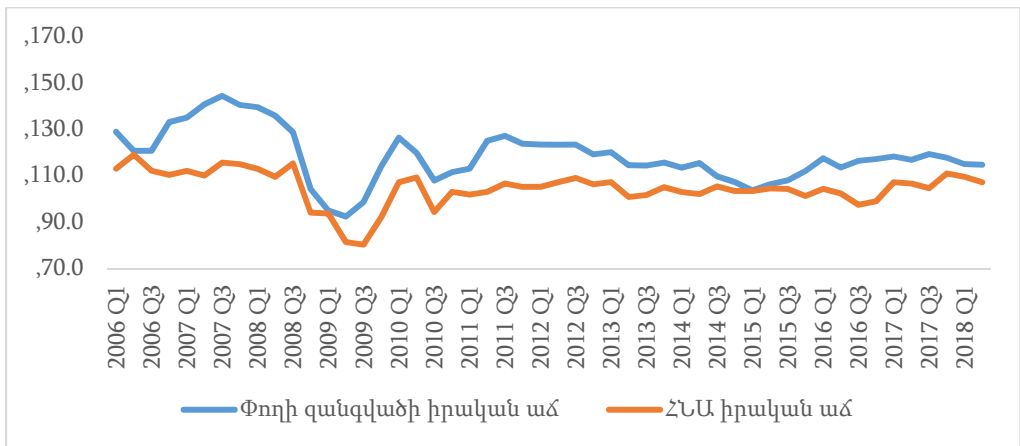
2001թ. սկսած փողի բազայում պարտադիր պահուստները աճել են մինչև 2009թ., 2009թ.-ին արտարժույթով ավանդների դիմաց պարտադիր պահուստները աճեցին գրեթե 2,25 անգամ: 2010թ.-ից աստիճանաբար կայունացավ դիտարկվող ցուցանիշը 2014թ.-ի փետրվարից ՀՀ ԿԲ-ն նվազեցրեց դրամային միջոցների դիմաց պարտադիր պահուստավորման նորմը 4%-ից 2%, իսկ արտարժույթով ներգրաված միջոցների համար պահուստավորման դրույքը 12%-ից բարձրացրեց 24% [5]: Այս քաղաքականության արդյունքում 2014թ.-ին դրամային միջոցների դիմաց պարտադիր պահուստները 2013թ.-ի համեմատ աճեցին 68.1%-ով, իսկ արտարժույթով ներգրաված միջոցների դիմաց պարտադիր պահուստների ծավալը նվազեց 43%-ով:

2015թ.-ին մինչև առաջին եռամսյակի վերջ ՀՀ կենտրոնական բանկը աժույթային շուկան կայունացնելու նպատակով աստիճանաբար նվազեցրեց արտարժույթով ներգրավված միջոցների դիմաց պարտադիր պահուստավորման դրույքը՝ 24%-ից 20%-ի, իսկ գնաճը նպատակային ցուցանիշին (4%) մոտեցնելու նպատակով ՀՀ Կենտրոնական բանկի խորհուրդը բարձրացրեց վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը 3,75%-ային կետով և սահմանեց 10,5% [5]: 2016թ.-ի սեպտեմբերին ՀՀ ԿԲ խորհրդի որոշմամբ արտարժույթով ներգրավված միջոցների դիմաց պարտադիր պահուստավորման դրույքաչափը 20%-ից նվազեցվեց 18%:

2001–2005թթ. տնտեսական աճը խթանելու և գնաճը զսպելու նպատակով՝ ՀՀ ԿԲ-ն իրականացրել է խթանող դրամավարկային քաղաքականություն՝ նվազեցնելով վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը 15%-ից մինչև 3,75%: Մինչև 2008թ. վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը աստիճանաբար բարձրացվել է՝ 2008թ. սահմանվելով 7,75%: ՀՀ ԿԲ-ն 2009թ.-ին ֆինանսական ճգնաժամի պայմաններում կրկին իրականացրել է ընդլայնող դրամավարկային քաղաքականություն տնտեսական աճը խթանելու նպատակով՝ նվազեցնելով վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը 2,25%-ային կետով: Իսկ 2010թ.-ից դրամավարկային պայմանների խստացման արդյունքում այն աստիճանաբար բարձրացվել է՝ սահմանվելով 7,25%, իսկ 2011 և 2012թթ.՝ 8%, քանի որ գործող վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքի միջոցով հնարավոր էր ապահովել նպատակային միջակայքում գտնվող գնաճ:

Վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը 2015թ. -ի դեկտեմբերին սահմանվել է 8,75%: Իսկ 2016թ. -ին գնաճային սպասումների ուժեղացման արդյունքում ԿԲ-ն բարձրացրեց վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը 0,5%-ային կետով, իսկ տարեվերջին դրամավարկային պայմանները թուլացնելու նպատակով այն իջեցրեց 1,5%-ային կետով՝ սահմանելով 6,25%: 2017թ. -ին գնաճի կարգավորման նպատակով ՀՀ ԿԲ խորհուրդը վերաֆինանսավորման տոկոսադրույքը սահմանեց 6% [6]:

Վիճակագրական գնահատման եղանակով իրական և ֆինանսական հատվածների միջև խզումը բացահայտելու և գնահատելու համար դիտարկվել է նախ փողի զանգվածի (M2x) իրական ծավալի ազդեցությունը իրական ՀՆԱ-ի վրա, այնուհետև վարկերի իրական ծավալի ազդեցությունը իրական ՀՆԱ-ի վրա³: Մոդելներում կիրառված տվյալները ներկայացված են ստորև՝ գծապատկերներ 1, 2-ում:

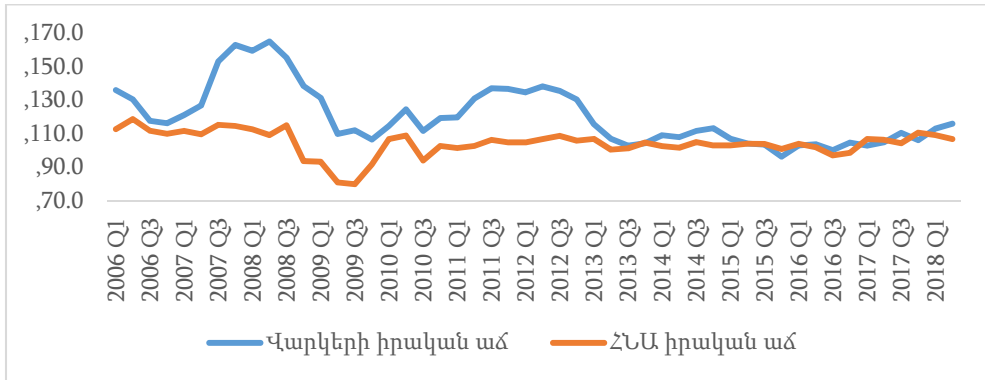


Գծապատկեր 1. Փողի զանգվածի և ՀՆԱ-ի իրական աճերը 2006–2018թթ., (եռամսյակը նախորդ տարվա համապատասխան եռամսյակի նկատմամբ), % [7]:

Իրական և ֆինանսական հատվածների ցուցանիշների միջև կապերը գնահատվել են երկու մոդելների միջոցով: Մոդելների գնահատման ժամանակաշրջանի սկիզբ է ընտրվել է 2006թ. առաջին եռամսյակը, որը կապված

³Վարկերի և փողի զանգվածի անվանական արժեքները իրականի վերածելու համար օգտագործվել է սպառողական գների ինդեքսը: Իրական ՀՆԱ-ի աճի տվյալները վերցվել են ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի ազգային հաշիվների համակարգի տվյալների բազայից:

Է Կենտրոնական բանկի կողմից գնաձի նպատակադրման քաղաքականությանն անցում կատարելու հետ, քանի որ դրանից հետո դրամավարկային քաղաքականության ազդեցությունն իրական հատվածի վրա փոխվել է:



Գծապատկեր 2. Վարկերի ծավալների և ՀՆԱ-ի իրական աճերը 2006–2018թթ., (եռամսյակը նախորդ տարվա համապատասխան եռամսյակի նկատմամբ),% [7]:

Առաջին մոդելը կառուցվել է փողի իրական զանգվածի աճի և իրական ՀՆԱ-ի միջև կապը գնահատելու համար: Այն ունի հետևյալ տեսքը.

$$\Delta GDP_t = C + \beta_1 * \Delta GDP_{t-1} + \beta_2 * \Delta Money + \beta_3 * dum1 + \varepsilon_t$$

Որտեղ՝

ΔGDP_t -ն t-րդ պահին ՀՆԱ-ի իրական աճն է,

ΔGDP_{t-1} -ն t-1-րդ պահին ՀՆԱ-ի իրական աճն է,

$\Delta Money$ -ն t-րդ պահին փողի զանգվածի իրական աճն է,

C, β_1 , β_2 , β_3 -ը մոդելի գործակիցներն են,

ε_t -ը մոդելի պատահական սխալն է (մնացորդը):

dum1 -ը կեղծ փոփոխականն է:

Մոդելի գնահատման համար կիրառվել է փոքրագույն քառակուսիների մեթոդը, որի արդյունքը ներկայացված է ստորև.

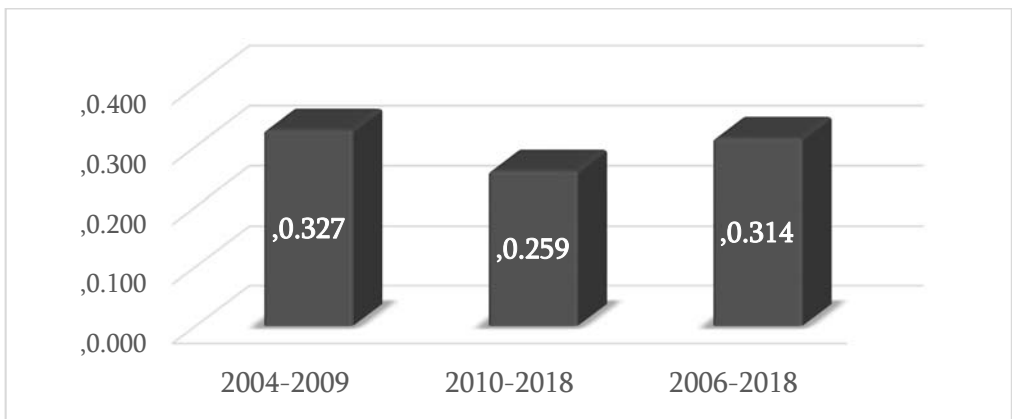
$$\widehat{\Delta GDP}_t = 36.66 + 0.30 * \Delta GDP_{t-1} + 0.31 * \Delta Money - 11.97 * dum1$$

Վերոնշյալ հավասարումից կարող ենք եզրակացնել, որ փողի զանգվածի իրական ծավալի 1 տոկոս աճը հանգեցնում է իրական ՀՆԱ-ի 0,31 տոկոս աճին: Մոդելի գործակիցների նշանակալիությունը բավականին բարձր է

(տես՝ Աղյուսակ 1), իսկ մոդելի մնացորդներն ունեն գրոյական միջին, պատահական բաշխում և հաստատուն վարիացիա, ինչը նշանակում է, որ գնահատված գործակիցները շեղված չեն:

Աղյուսակ 1. Առաջին մոդելի վիճակագրական հատկությունները:

Կախյալ փոփոխականը	ΔGDP	
	Գործակիցը	Նշանակալիությունը
Բացատրող փոփոխականները		
C	36.66453	0.0001
ΔGDP_{t-1}	0.298762	0.0000
$\Delta Money$	0.314023	0.0002
dum1	-11.97316	0.0004
R-squared	0.775550	
Adjusted R-squared	0.760912	
Akaikeinfocriterion	5.535320	
Schwarzcriterion	5.688282	



Գծապատկեր 3. Փողի զանգվածի և ՀՆԱ-ի իրական աճերի միջև կապի փոփոխությունները տարբեր ժամանակահատվածներում:

Գծապատկեր 3-ում ներկայացված է փողի զանգվածի և ՀՆԱ-ի իրական աճերի միջև կապը տարբեր ժամանակահատվածներում: Արդյունքները ստացվել են առաջին մոդելի միջոցով (առանց կեղծ փոփոխականների ներառման): Հատկանշական է, որ փողի զանգվածի իրական աճի ազդեցությունը ՀՆԱ-ի իրական աճի վրա եղել է ավելի բարձր 2004–2009թթ.-ին՝ կազմելով 0,327, ինչը կարող է բացատրվել մինչև 2006թ. Կենտրոնական բանկի փողի ազդեցատների նպատակադրման քաղաքականությամբ: Հետճգնաժամային ժամանակահատվածում այդ ազդեցությունը նվազել է՝ հասնելով 0,259-ի:

Երկրորդ մոդելը ցույց է տալիս վարկերի իրական ծավալի աճի ազդեցությունը իրական ՀՆԱ-ի աճի վրա և ունի հետևյալ տեսքը.

$$\Delta GDP_t = C + \beta_1 * \Delta GDP_{t-1} + \beta_2 * \Delta Loan + \beta_3 * dum1 + \beta_4 * dum2 + \varepsilon_t$$

Որտեղ՝

ΔGDP_t -ն t-րդ պահին ՀՆԱ-ի իրական աճն է,

ΔGDP_{t-1} -ն t-1-րդ պահին ՀՆԱ-ի իրական աճն է,

$\Delta Loan_t$ -ն t-րդ պահին վարկերի իրական աճն է,

C, $\beta_1 - \dots - \beta_4$ – մոդելի գործակիցներն են,

ε_t -ը մոդելի պատահական սխալն է (մնացորդը):

dum1, dum2-ը կեղծ փոփոխականներն են:

Փոքրագույն քառակուսիների մեթոդի կիրառմամբ վերոնշյալ հավասարումը գնահատելու արդյունքում ստանում ենք՝

$$\widehat{\Delta GDP}_t = 54.14 + 0.34 * \widehat{\Delta GDP}_{t-1} + 0.13 * \widehat{\Delta Loan} - 17.8 * dum1 - 15.3 * dum2$$

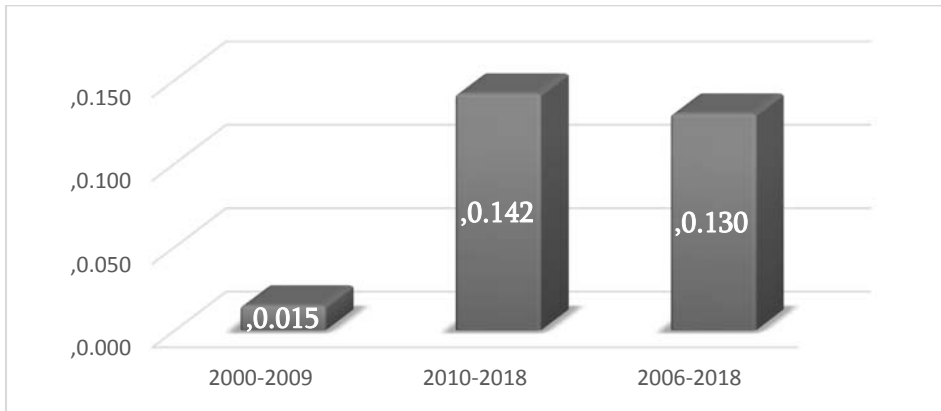
Հավասարումը ցույց է տալիս, որ վարկերի իրական ծավալի 1 տոկոս աճը հանգեցնում է իրական ՀՆԱ-ի 0,13 տոկոս աճին: Մոդելի գործակիցների նշանակալիությունը կրկին բավականին բարձր է (տես՝ Աղյուսակ 2), և գնահատված գործակիցները շեղված չեն: Մոդելում կեղծ փոփոխականները (dum1 – dum2) ներառվել են 2008թ. 4-րդ եռամսյակից մինչև 2009թ. 3-րդ եռամսյակի ազդեցությունները չեզոքացնելու համար՝ հաշվի առնելով այդ ժամանակահատվածում տեղի ունեցած ֆինանսատնտեսական ճգնաժամը:

Աղյուսակ 2. Երկրորդ մոդելի վիճակագրական հատկությունները:

Կախյալ փոփոխականը	ΔGDP	
	Գործակիցը	Նշանակալիությունը
Բացատրող փոփոխականները		
C	54.14007	0.0000
ΔGDP_{t-1}	0.343127	0.0007
$\Delta Loan$	0.129860	0.0002
dum1	-17.79477	0.0000
dum2	-15.25286	0.0000
R-squared	0.793354	
Adjusted R-squared	0.774986	
Akaikeinfocriterion	5.492672	
Schwarzcriterion	5.683875	

Գծապատկեր 4-ում ներկայացված է վարկերի ծավալների և ՀՆԱ-ի իրական աճերի միջև կապի փոփոխությունները տարբեր ժամանակահատվածներում, որը գնահատվել է վերոնշյալ մոդելի միջոցով (առանց կեղծ փոփոխականների ներառման): Վարկերի ծավալների իրական աճի և ՀՆԱ-ի իրական աճի միջև կապը բավականին թույլ է եղել մինչև ճգնաժամային ժամանակահատվածում՝ ունենալով 0.015 կոռելացիայի գործակից: Հենց այդ թույլ կապի պատճառով էլ, պատմական ժամանակահատվածի՝ 2006-2018թթ.-ի գնահատականում մինչև 2006թ. տվյալները չեն ներառվել: Հետճգնաժամային ժամանակահատվածում այն կտրուկ աճել է՝ հասնելով 0.142-ի: Կապն ամենասերտն է եղել հատկապես 2010–2012թթ., որից հետո կտրուկ խզվել է:

Կապը թույլ է նաև փողի զանգվածի աճի տեմպի և տնտեսությունում աշխատանքի իրական արտադրողականության աճի տեմպի միջև: Այս կապի առավելագույն խզումը արձանագրվել է ճգնաժամային 2009թ.-ին, երբ աշխատանքի իրական արտադրողականությունն ընկել է 11,9%-ով:



Գծապատկեր 4. Վարկերի ծավալների և ՀՆԱ-ի իրական աճերի միջև կապի փոփոխությունները տարբեր ժամանակահատվածներում:

Ամփոփելով տնտեսության իրական և ֆինանսական հատվածների՝ էմպիրիկ կապերի կրճատված կազմի մեթոդով ուսումնասիրության արդյունքները, կարող ենք փաստել, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում ՀՀ-ում տնտեսական աճը, ինչպես նաև աշխատանքի արտադրողականության աճի տեմպը թույլ են կոռելացված ֆինանսական խորության մակարդակը բնութագրող ցուցանիշների հետ:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ

1. The Economics of Money, Banking and Finance, 7th edition, F. Mishkin. P. 604
2. ՀՀ Կենտրոնական բանկի դրամավարկային և ֆինանսական վիճակագրություն: <https://www.cba.am/am/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>
3. «Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2018թ., հունվար-սեպտեմբեր» էջ 117, https://www.armstat.am/file/article/sv_09_18a_310.pdf
4. ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն, Հայաստանի Հանրապետության սոցիալ-տնտեսական վիճակը 2017 թվականի հունվար-դեկտեմբերին, Ֆինանսական հատված, դրամավարկային հիմնական ցուցանիշներ: <http://armstat.am/file/doc/99506918.pdf>
5. ՀՀ ԿԲ Ֆինանսական կայունության հաշվետվություն, Հայաստանի ֆինանսական շուկայի կայունությունը, 2014, էջ 28: https://www.cba.am/AM/ppperiodicals/fin_stab_15.pdf
6. ՀՀ ԿԲ Գնաձի հաշվետվություն, 2018, էջ 2 https://www.cba.am/AM/ppperiodicals/Gnach_I_18.pdf

7. ՀՀ ԿԲ, Փողի ազրեգասներ (ամսական), ԴրամաՎարկային և ֆինանսական վիճակագրություն: <https://www.cba.am/am/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>

ЭМПИРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СРЫВА МЕЖДУ РЕАЛЬНЫМИ И ФИНАНСОВЫМИ ОТРАСЛЯМИ ЭКОНОМИКИ АРМЕНИИ

К.Д. Варданян, Г.А. Авагян, Г.А. Петросян

АННОТАЦИЯ

Целью статьи является определение степени интеграции финансового и реального секторов с использованием методов эмпирических исследований. При проведении эмпирических исследований для экономики Армении мы руководствовались подходом «ограниченной формы», присущего монетаристской концепции, изучением существующих корреляционных связей между денежной массой и индексами реального сектора. В частности, был рассмотрен статистический анализ влияния реального объема денег ($M2x$) и реальных объемов кредитов на реальный ВВП для изучения разрывов между реальным и финансовым секторами.

Ключевые слова: растущие рынки, реальный сектор, финансовый сектор, денежный рынок, интеграция секторов экономики, срыв.

EMPIRICAL ASSESSMENT OF DISRUPTIONS BETWEEN REAL AND FINANCIAL SECTORS OF ARMENIAN ECONOMY

K. Vardanyan, G. Avagyan, G. Petrosyan

ABSTRACT

The article aims to identify the degree of integration of financial and real sectors by the method of empirical analysis. When conducting empirical studies for the Armenian economy, we have been guided by the approach of “reduced form” inherent in the monetarist concept, studying the existing correlations between money supply and real sector indicators. Particularly, the statistical analysis of the effects of the real money supply ($M2x$) and the real volumes of loans on real GDP was conducted to examine the disruptions between the real and financial sectors.

Keywords: developing markets, real sector, financial sector, money market, integration of economic sectors, disruption.

FINANCIAL STABILITY IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

A. Galstyan

*Russian-Armenian University
Institute of Economics and Business*

ani.galstyan@rau.am

L. Nashikyan, E. Grigoryan

Swiss UMEF University –ASUE

ABSTRACT

The growing incidences of financial crises and their damage to the economy have led policy makers to sharpen the focus on the financial stability analysis (FSA), crisis prevention and management.

The goal of this paper is to determine the financial stability linking it with macroeconomic indicators for Armenian economy. This research intends to analyze the relationships between the main indicators of the banking sector and the most relevant macroeconomic indicators by establishing and interpreting the indicators that define the financial stability in the Republic of Armenia.

Keywords: Financial stability, banking system.

The topic of this research, “Financial Stability” nowadays is one of the most discussed issues among economic policymakers. Furthermore, the primary goal of the Central Bank of the Republic of Armenia is to ensure the prices stability and financial stability in the country. It is difficult to define or measure the financial stability of a country, as different components of the financial system interconnected among themselves, as well as with the real economy. Unlike financial stability, the definition and measurement of the prices stability are well known among economists. Furthermore, the issue of financial stability

measurement in a country is further hampered by the time and cross-border dimensions of interactions between the components of the financial system. Anyway, the researchers from all over the world have attempted to capture the stipulations of financial stability through various indicators over the past two decades.

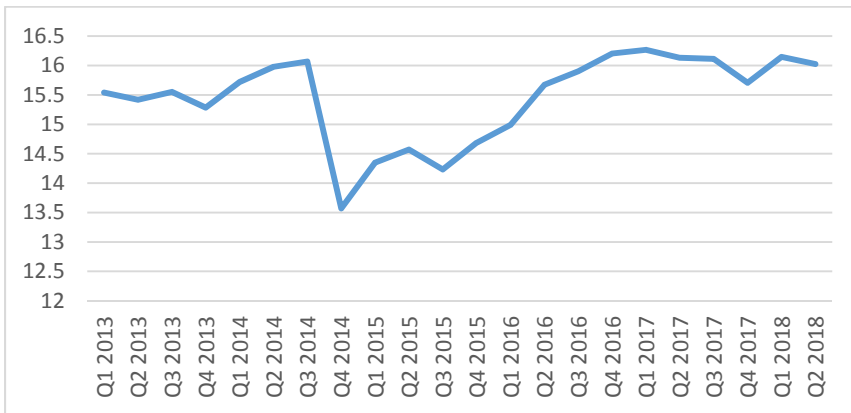
In short, a financial system can be considered stable if there is no excessive volatility, stress or crises. Policymakers and academic researchers have centered their attention on a number of quantitative criteria in order to estimate financial stability. The set of Financial Soundness Indicators developed by the IMF [1] are examples of such indicators, as are the monitoring variables used in Hawkins and Klau [2], Nelson and Perli [3] and Gray et al [4] which focus on market pressures, external vulnerability, and banking system vulnerability.

Post-socialist countries are described by a recession caused by the transition from a centralized economy to a market-based economy and faced various destabilizing issues such as: high levels of inflation, the relative immobility of production factors (primarily labor), inaccurate or obscure interpretation of property rights; dominance of sector unemployment; indication of disparities between the increasing population and income, the existence of a shadow economy.

Major developing countries from Central and Eastern Europe are former communist countries that suffered transition after shifting to a market-based economy and becoming emerging markets. An essential matter during this transition was the foundation of a two-pillar banking system, which would include Central Bank and commercial banks, meanwhile, the reformation means not only banks that perform profit but changes in lending practice as well, which is more important. The difficulty of performing these reforms slowed significantly the creation of independent governance by privatization in state-owned banks. Not long after the transition to a market-based economy, the economies of developing countries suffered from the crisis started in the developed countries, which could be described by low growth rates, high rates of unemployment, poverty, as well as changes in the levels of inequality. The emerging economies were affected by this crisis through several channels. Armenia's state in the context of transition has the properties defined by the circumstances inherited from the centralized economy.

The Central Bank of Armenia defines financial stability, as a condition where the financial system is able to withstand shocks and disruptions so that the system maintains a sufficient level of liquidity, adequately perform transactions and transmissions and facilitates allocation of savings to investment opportunities in the economy. In order to assess the financial stability of the Armenian economy, we have considered the period of the regional economic crisis of 2014– 2015.

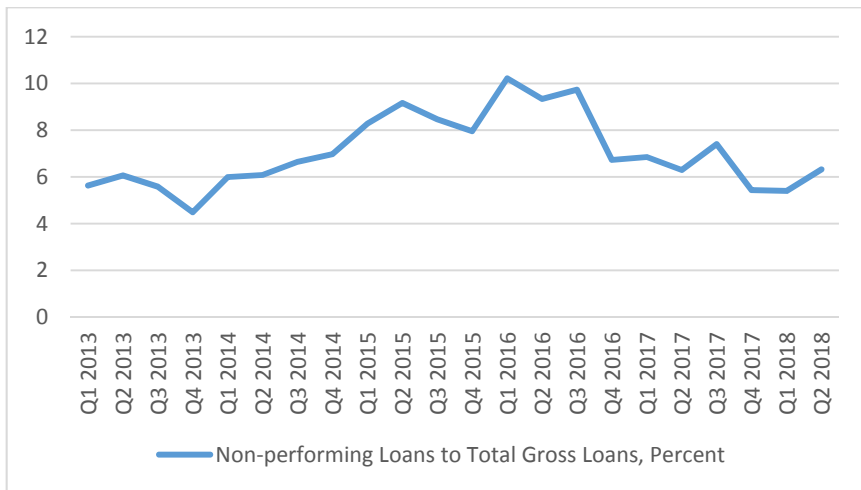
The capital adequacy ratio, also known as the capital-to-asset ratio, is one of the most important indicators of the stability in the financial system. This indicator has begun to increase sharply (figure 1) since 2016, which can be described as recovery after the sharp decline by 2.5 percent points in the 4th quarter of 2014, during the regional crisis. It increased up to 16.2% in quarter 4 2016. As it is evident from figure 1, the recovery period was approximately 4-5 quarters.



Source: IMF database:<http://data.imf.org/fsi>

Figure 1. Capital Adequacy ratio (CAR), Percent, quarterly, 2013–2018.

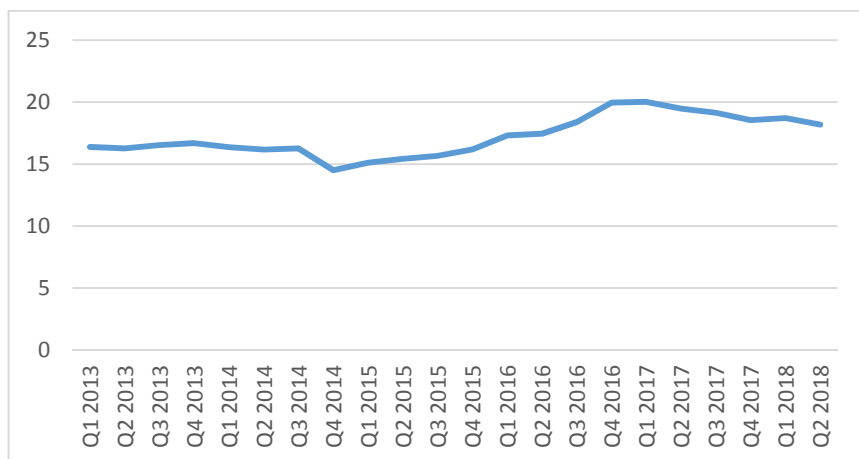
Figure 2 shows that during the crises period of 2014–2015, the share of non-performing loans in the total gross loans increased, but after the recovery period it has returned to its previous low rates in the 4th quarter of 2016.



Source: IMF database: <http://data.imf.org/fsi>

Figure 2. Non-performing Loans to Total Gross Loans ratio, percent, quarterly, 2013–2018.

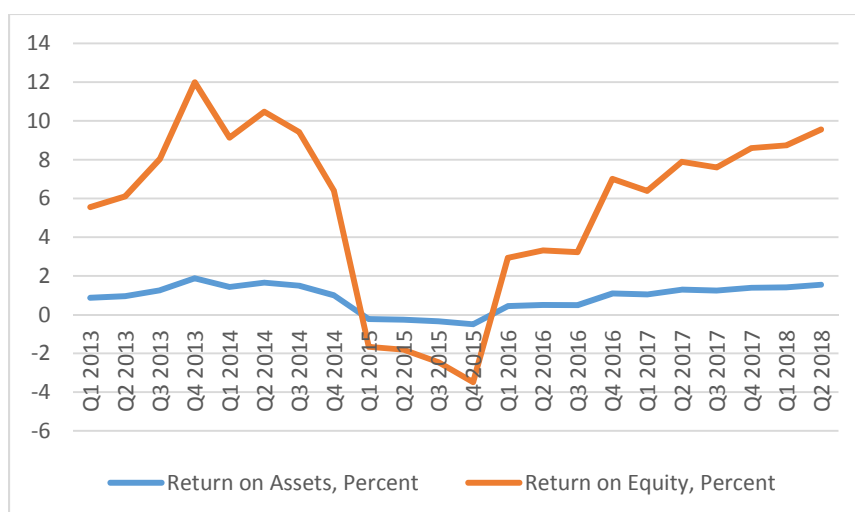
The next indicator is the ratio of regulatory capital to risk weighted assets, which measures the capital adequacy of deposit takers. Capital adequacy and availability ultimately determine the degree of robustness of financial institutions to withstand shocks to their balance sheets. In Armenia this indicator varies around 18% \pm 2% (figure 3), which is higher than the minimum requirement of the CB of Armenia.



Source: IMF database: <http://data.imf.org/fsi>

Figure 3. Regulatory Capital to Risk-Weighted Assets, Percent, quarterly, 2013–2018.

Return on equity (ROE) measures a firm's profitability by showing how much profit it creates with the money invested by the shareholders. As you can see (figure 4) during normal periods the average value of this indicator varies around 9% \pm 2%. During the regional crisis it declined sharply reaching its lowest level of -3.5% in the 4th quarter of 2015. Return on assets (ROA) is an indicator, which shows how profitable a corporation is relative to its total assets. ROA gives a director, investor, or researcher an opinion about the efficiency of a corporation's management at handling its assets in order to generate profits. The ROA in Armenia varies around 1% and again reached its lowest level in the 4th quarter of 2015 (-0.5%).



Source: IMF database: <http://data.imf.org/fsi>

Figure 4. Return on Assets ratio and Return on Equity ratio, Percent, quarterly, 2013–2018.

Thus, we can say that the level of financial stability of the Armenian economy is considerably high, with an average recovery period of one year.

All in all, after the regional crisis of 2014–2015 the financial system of Armenia recorded improvements in profitability ratios and a stronger risk absorption capacity, which proves the short recovery period for all the above discussed indicators.

REFERENCES

1. International Monetary Fund (2006): Financial Soundness Indicators: Compilation Guide, March.
2. *Hawkins J. and M Klau* (2000): Measuring potential vulnerabilities in emerging market economies, BIS Working Papers, no 91, October.
3. *Nelson W.R., Perli R.* (2005): Selected indicators of financial stability, 4-th Joint Central Bank Research Conference on “Risk Measurement and Systemic Risk”, ECB Frankfurt am Main, November.
4. *Gray D.F., Merton R.C. and Bodie Z.* (2007): New framework for measuring and managing macrofinancial risk and financial stability, NBER Working Paper no 13607, November.

ФИНАНСОВАЯ СТАБИЛЬНОСТЬ В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

А.Г. Галстян, Л.А. Нашикян, Э.М. Григорян

Растущие случаи финансовых кризисов и их ущерб экономике привели к тому, что политики заострили внимание на анализе финансовой стабильности (FSA), предотвращении кризисов и управлении ими.

Цель этой статьи – определить финансовую стабильность, связывающую ее с макроэкономическими показателями для экономики Армении. Это исследование намерено проанализировать отношения между основными показателями банковского сектора и наиболее актуальными макроэкономическими показателями путем установления и интерпретации показателей, определяющих финансовую стабильность в Республике Армения.

Ключевые слова: финансовая стабильность, банковская система.

НАЛОГОВЫЙ КОДЕКС РА: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

Т.А. Геворгян¹, О.Э. Франгулян²

¹Российско-Армянский Университет

²ЗАО «Эрнст энд Янг»

gevtigran@gmail.com; hovhannesfrangulyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье осуществлен сравнительный анализ между новым Налоговым кодексом Республики Армения и налоговым законодательством, определение положительных и отрицательных сторон Налогового кодекса. В частности, в статье содержатся точки зрения некоторых депутатов относительно принятия Налогового кодекса Национальным собранием Республики Армения, сравнительный анализ некоторых налоговых ставок до и после принятия Налогового кодекса.

Ключевые слова: налоговый кодекс, налоговое законодательство, подоходный налог, Национальное собрание РА.

Введение

Процесс становления системы налогообложения Республики Армения берет свое начало со дня приобретения Независимости. Становление рыночных отношений и проблемы их дальнейшего развития предполагали создание новой налоговой системы, которая была бы предназначена для развивающихся день ото дня утверждающихся отношений, обеспечить необходимые условия для осуществления широкомасштабных экономических реформ. Практика налогообложения в Армении начала применяться с 1992 года. Именно в этом и в последующем периодах были приняты основные законы налогового законодательства. Развивавшаяся в то время налоговая система была схожа с системой, действующей в странах бывшего СССР. После приобретения Независимости до 1 января 2018г. налоговые отношения в Республике Армения регулировались:

- Налоговым законодательством. Налоговое законодательство состояло из настоящего закона и отдельных законов по конкретным видам налогов.
- Постановлениями Правительства Республики Армения в случаях, определяемых Налоговым законодательством.
- Актами, принятыми Налоговой инспекцией Республики Армения.

Это означает, что налоговые отношения регулировались в основном Налоговым законодательством, которое было принято НС Республики Армения еще в 1997 году, и с тех пор значительных изменений в процентных ставках налогов не наблюдалось. Законами Республики Армения регулировались основные налоги, действующие на территории РА: налог на прибыль, подоходный налог, акцизный налог, налог на добавленную стоимость (НДС), налог на имущество, земельный налог. Законом были установлены также фиксированные платежи или упрощенные налоги, заменяющие вышеперечисленные налоги. Налоговое законодательство устанавливало налоговые льготы. Можно сказать, что недостатком налоговой системы на протяжении долгих лет являлось отсутствие кодификации данной отрасли законодательства. Это обстоятельство значительно усложняло не только применение налоговых законов, но и их понимание. Однако такая проблема решается с принятием нового Налогового кодекса.

Сравнительный анализ между Налоговым кодексом и налоговым законодательством

Национальное собрание Республики Армения 4 октября 2016г. в третьем чтении полностью приняло новый Налоговый кодекс Республики Армения, основные положения которого вступили в силу 1 января 2018г., а некоторые его элементы в 2017г. и до 2020–2021гг. Депутаты оппозиционных в тот момент фракций (депутат от фракции «Армянский национальный конгресс» Грант Багратян, депутат от оппозиционной фракции «Прорывающая Армения» Микаел Мелкумян, руководитель оппозиционной фракции «Армянский национальный конгресс» Левон Зурабян) высказывались против данного кодекса, обуславливая его несопоставимость к нынешним реалиям Республики Армения и дальнейшим возможностям его экономического роста, а также отмечалось его пагубное значение для

малого и среднего бизнеса в Армении¹. Однако 78 голосами «за» и 19 голосами «против» проект нового Налогового кодекса был принят. Таким образом, принятие нового Налогового кодекса означало, что налоговые отношения в Республике Армения ныне регулируются уже кодексом, а не отдельными законами.

Целью данной работы является анализ налоговой политики Республики Армения, выявление ее плюсов и минусов. Только правильно проводимая налоговая политика является залогом благосостояния населения страны и процветания общества в целом. В работе будет сделана попытка соизмерить положительные и отрицательные стороны нового Налогового кодекса Республики Армения, его возможное влияние на экономическое состояние в стране. В работе также будут исследованы новые ставки подоходного налога. В развивающихся странах – таких, как Армения, значительная часть налоговых поступлений бюджета формируется именно за счет поступлений налогов от физических лиц. И в этой связи эта ставка является особой потому, что повышение или снижение ставки может иметь нежелательные социальные последствия. Также будет сделан анализ основных видов налогов, которые платят юридические лица, осуществляющих деятельность на территории РА.

Как уже отмечалось, многие депутаты и экономисты высказывались против принятия Национальным собранием проект нового Налогового кодекса. Сейчас обратимся к позициям депутатов и экономистов более подробно. Одним из противников проекта нового Налогового кодекса является теперь уже бывший депутат парламентской фракции «Армянский национальный конгресс», экс-премьер-министр Армении, д.э.н., проф. Грант Араратович Багратян. Его несогласие с принятием нового Налогового кодекса было вызвано тем, что кодекс не решает никаких текущих экономических проблем в Армении, не способствует развитию экономики. Более того, согласно новому Налоговому кодексу, налоговое бремя на малый и средний бизнес увеличивается, вводится понятие «налогообложение дивидендов», что не только отрицательно влияет на экономику, но еще хуже скажется на инвестициях, осуществляемых на территории РА². А крупные

¹<https://bit.ly/2GyCJOM>

²<http://www.tert.am/ru/news/2016/06/15/bagratyan/2050561>

предпринимательства, согласно Багратяну, получают и еще сохраняют привилегии. Он поспособствует закрытию десятков предприятий малого и среднего бизнеса. Также после принятия в первом чтении Налогового кодекса в июне 2016г., Багратян отмечал, что, по сути, никаких концептуальных решений новый Налоговый кодекс не решает, т.е. налоговая система не станет не лучше, а станет еще хуже, чем она являлась³. И, наконец, согласно другому источнику, бывший депутат Армянского парламента отмечал нежелание правительства внесения поправок в НК, после которого уже поставить данный проект на голосование не представлялось возможным.

Относительно принятия нового Налогового кодекса Республики Армения высказывался также другой депутат от оппозиционной фракции «Армянский национальный конгресс» Никол Пашинян. Выступая в парламенте 14 июня 2016 года, после первого прочтения проекта Налогового кодекса, Пашинян довольно жестко раскритиковал данный проект, характеризуя принятие нового Налогового кодекса «проверкой терпения и стойкости для граждан Армении». Пашинян заметил, что снижение подоходного налога для небогатых граждан не будет ощутимым из-за повышения акцизного налога. Несмотря на то, что около 250 тысяч граждан будут получать заработную плату больше на 98000 драм, повышение цен на такие товары, как водка, сигареты, бензин и заправочный газ будет больше, чем выигрыш граждан от снижения ставки подоходного налога. Уже в январе 2018 года, когда вступили в силу основные ставки нового Налогового кодекса, депутат НС Республики Армения оппозиционной фракции «Елк» («Выход») Никол Пашинян отметил, что причиной подорожания некоторых товарных групп с 1 января 2018 года стал новый Налоговый кодекс, и предложил внести изменения в нем и вернуться к прежним процентным ставкам. В ходе внеочередного заседания Парламента 16 февраля 2018г. Пашинян заявил, что акцизный налог на газ с 1 января 2018 года повысился на 200% (с 8.300 драмов до 25.000 драмов РА, а акцизный налог на бензин на 60% (с 25.000 драмов до 40.000 драмов РА)⁴. Также, по его словам, если дизельное топливо в Москве дорожает на 7.7%, то неприемлемо его подорожание в Армении на 32.3%.

³<https://bit.ly/2rYk4H3>

⁴<https://bit.ly/2s3LL1o>

Согласно мнению главы оппозиционной фракции «Армянский национальный конгресс» Левона Зурабяна, обсуждение законопроекта нового Налогового кодекса не соответствовало демократическим нормам: они не принимали участие в обсуждении законопроекта, и его принятие делалось на скорую руку⁵. По словам Микаела Мелкумяна, истинными мотивами принятия нового Налогового кодекса являлось именно пополнение государственного бюджета.

Теперь обратимся к анализу и некоторому сравнению процентных ставок до и после принятия Национальным собранием нового Налогового кодекса. Первым делом обратим внимание на подоходный налог, определяющий долю доходов физических лиц, уплачиваемых безвозмездно государству. До принятия нового Налогового кодекса ставки подоходного налога в Армении имели следующий вид⁶:

Размер ежемесячного облагаемого дохода:	Сумма налога:
До 120.000 драмов.	24.4% от облагаемого дохода.
От 120.000 до 2.000.000 драмов включительно.	29.280 драмов + 26% от суммы, превышающей 120.000 драмов.
Свыше 2.000.000 драмов.	518.080 драмов + 36% от суммы, превышающей 2.000.000 драмов.

Подоходный налог, согласно закону, выплачивался физическими лицами и индивидуальными предпринимателями, получившими доходы на территории Республики Армения. Согласно новому Налоговому кодексу, плательщиками подоходного налога являются физические лица (резиденты и нерезиденты), получившие доход на территории Республики Армения. Индивидуальные предприниматели и нотариусы ныне от индивидуальной деятельности платят налог на прибыль, ставка которой ниже

⁵<https://armenpress.am/rus/news/862473/ns-v-tretem-chtenii-polnostyu-prinyal-nalogoviyiy-kodeks.html>

⁶www.parliament.am, Закон о подоходном налоге.

процентной ставки подоходного налога и составляет 20%. Они платят подоходный налог только по части личных доходов. Согласно новому Налоговому кодексу, ставки подоходного налога в РА имеют следующий вид⁷:

Размер ежемесячного облагаемого дохода:	Сумма налога:
До 150.000 драмов.	23% от облагаемого дохода.
От 150.000 драмов до 2.000.000 драмов включительно.	34.500 драмов + 28% от суммы, превышающей 150.000 драмов.
Более 2.000.000 драмов.	552.500 драмов + 36% от суммы, превышающей 2.000.000 драмов.

Так, на первый взгляд, может показаться, что новые ставки не сильно отличаются от старых (+/- 2-3 процентных пункта), однако мы можем заметить, что новые процентные ставки обедняют людей, имеющих средние доходы. Увеличивая немного доходы мало получающих граждан, Налоговый кодекс увеличивает бремя для получателей средних доходов. Так, если рассмотрим доходы граждан до и после принятия нового Налогового кодекса, то доходы некоторых граждан увеличатся – ввиду нового Налогового кодекса, а других – уменьшатся. Казалось бы, естественно. Сумма дохода гражданина, который и после нового Налогового кодекса будет получать прежний доход, составляет 279.000 драмов Республики Армения. То есть сумма дохода тех граждан, которые получают меньше 279.000 драмов, увеличатся, а тех, которые получают больше – уменьшатся. С более подробной таблицей разниц доходов, можно ознакомиться ниже:

Сумма дохода:	Сумма дохода после уплаты налогов до 01.01.2018г.	Сумма дохода после уплаты налогов после 01.01.2018г.	Разница:
120.000	90.720	93.900	+3.180
150.000	112.920	115.500	+2.580
180.000	135.120	137.100	+1.980
210.000	157.320	158.700	+1.380

⁷ Налоговый кодекс Республики Армения.

240.000	179.520	180.300	+780
270.000	201.720	201.900	+180
279.000	208.380	208.380	0

Доходы граждан, получающих от 280.000 до 330.000, значительно не изменятся (уменьшатся от 20 до 1.020 драмов).

Сумма дохода:	Сумма дохода после уплаты налогов до 01.01.2018г.	Сумма дохода после уплаты налогов после 01.01.2018г.	Разница:
280.000	209.120	209.100	-20
290.000	216.520	216.300	-220
300.000	223.920	223.500	-420
310.000	231.320	230.700	-620
320.000	238.720	237.900	-820
330.000	246.120	254.100	-1.020

Наконец, граждане, получающие больше, будут платить больше.

Сумма дохода:	Сумма дохода после уплаты налогов до 01.01.2018г.	Сумма дохода после уплаты налогов после 01.01.2018г.	Разница:
400.000	297.920	295.500	-2.420
500.000	371.920	367.500	-4.420
800.000	593.920	583.500	-10.420
1.000.000	741.920	727.500	-14.420
1.500.000	1.111.920	1.087.500	-24.420
2.000.000	1.481.920	1.447.500	-34.420

Обратимся к акцизному налогу. В новом Налоговом кодексе, как уже было отмечено, ставки акцизного налога увеличились. Рассмотрим более детально в виде таблицы. Как убеждаемся, на самые потребляемые товары ставки акцизного налога увеличились, о чем говорили оппозиционеры. На вино и коньяк акцизная ставка не увеличилась.

Код продукции по ТН ВЭД:	Наименование группы товаров:	Единица базы налогообложения:	Ставка акцизного налога до Налогового кодекса (в драмах):	Ставка акцизного налога по Налоговому кодексу (в драмах):	Разница:
2203	Пиво	Стоимость 1 литра без НДС и акцизного налога (таможенная стоимость ⁸ или стоимость приобретения)	70	30%, но не менее 105 драм за литр	Не менее 35 драмов за литр
2204	Вино	ТС	100	10%, но не менее 100 драмов за литр	0, если ТС не превышает 1.000 драмов за литр
2205	Вермут и прочие виноградные вина	ТС	500	50%, но не менее 750 драмов за литр	Не менее 250 драмов за литр
2208	Спиртные напитки	ТС	500	725	-225
2402	Табачная продукция	Максимальная розничная цена табачной продукции, 1.000 штук	5.000	15%, но не ниже 7.275 драмов	Не менее 2.275
2710 12	Бензин	1 тонна	25.000	40.000	-15.000
2710	Дизельное топливо	1 тонна	11.500	13.000	-1.500
2711 11	Сжатый природный газ	1.000 м ³	8.300	25.000	-16.700

⁸ Обозначим “стоимость 1 литра без НДС и акцизного налога, или таможенную стоимость” через ТС.

Раньше, если гражданин РА продавал квартиру или машину, то платил НДС по ставке 20%. В соответствии с новым Налоговым кодексом, теперь от продажи имущества государство будет взимать только 10% налог на доход. Однако, если раньше налог платили в случае продажи более одной квартиры или машины в течение одного календарного года, то сейчас налог платить не надо, если владелец продает ее через 3 или более месяца после покупки, а в случае квартиры – этот срок равен не календарному году, а 12 месяцам.

Что касается плательщиков НДС и налога с оборота, то с июля 2016г. порог НДС повысился с 58,35 млн. драм. до 115 млн. драм. Это означает, что бизнес платит налог с оборота, если его оборот ниже 115 млн. драм. в год, и бизнес платит НДС и налог на прибыль, если годовой оборот превышает 115 млн. драм. Разница состоит в том, что если бизнес платит налог с оборота, то он не должен указывать, от кого приобрел товар. Также можно не беспокоиться тем, как потом от поставщиков получать вычет НДС. Для бизнеса вроде бы удобно, однако для крупных компаний, платящих НДС, не очень уж удобно, так как они не могут вычитывать НДС. Эти крупные компании либо не будут ничего покупать от плательщиков с оборота, либо попросят снизить цену на 20%. Для налоговой службы тоже трудновато работать с такими компаниями, так как товар есть, но сведений о том, откуда этот товар, нет. Новый Налоговый кодекс предусматривает снижение порога НДС из 115 млн. обратно до 58,35 млн. драм. Эта новость не приветствовалась со стороны бизнеса, так как ставки на налог с оборота значительно ниже ставок НДС⁹. Данная поправка вступает в силу с 1 января 2019 года.

В новом Налоговом кодексе введена новость для армянской налоговой системы – налогообложение дивидендов физических лиц. Согласно Налоговому кодексу, дивиденды резидентов – физических лиц (граждан) Республики Армения будут облагаться налогом в размере 5%. Налогообложение дивидендов физических лиц вступает в силу с 1 января 2018 года.

⁹ За исключением доходов от нотариальной деятельности, арендных плат, процентов, роялти, доходов от отчуждения недвижимости и автотранспортных средств (10%), и доходов, полученных от деятельности по организации лотерей (25%), другие виды деятельности облагаются налогом с оборота от 1,5% до 5%, в то время как налог на добавленную стоимость (НДС) облагается от 16,67% до 20%.

Также следует добавить, что, согласно новому Налоговому кодексу, износ основных средств будет рассчитываться по линейному методу (до этого применялся метод уменьшаемого остатка). А сельскохозяйственные компании, которые ныне освобождены от налогов, если занимаются выращиванием продукции, а не переработкой, с 2024 года будут вынуждены платить налог на прибыль, если их оборот превысит 58,35 млн. драм. в год.

Заключение

Как мы убедились в ходе нашего исследования, новый НК подвергался и критике, и одобрению. Нетрудно догадаться, что кодекс имеет как положительные, так и отрицательные, или точнее сказать, недоработанные моменты. Каким бы ни был Налоговый кодекс, его первостепенная задача состоит в установлении консенсуса между гражданами и государством. Новый Налоговый кодекс РА, по мнению многих экспертов и исследователей, имеет больше фискальную составляющую, чем регулирующую. Иными словами, новый Налоговый кодекс был написан больше с целью взимания как можно больше налогов с граждан, чем был приспособлен к экономическим реалиям Республики Армения. Так, ставка подоходного налога для мало получающих граждан (150.000 драм в месяц) была снижена на 1.4%. Эти граждане оказываются в сравнительном выигрыше и, при прочих равных условиях, получают каждый месяц как минимум на 2.580 драмов больше заработной платы. Однако за счет того, что ставка подоходного налога для граждан, получающих средние доходы, увеличилась на 2 процентных пункта, граждане, получающие в месяц 400.000 драмов до уплаты налогов, уже теряют эти 2.580 драмов в месяц. А граждане, получающие от 400.000 до 2.000.000 дохода в месяц, теряют значительно больше, чем выигрывают первые. Таким образом, налицо принцип справедливости – мало получающие платят меньше, больше получающие, соответственно, платят больше. Можно сказать, что это перераспределение доходов осуществляется за счет получателей средних доходов. На первый взгляд, все нормально и никаких рисков тут нет, но на самом деле такая высокая ставка подоходного налога может заставить получателей средних доходов идти в тень. Что касается акцизного налога, то как мы уже убедились, сравнивая старые и новые ставки, за исключением нескольких видов продукции, в новом Налоговом кодексе его ставки повысились. Так как акцизный налог – это косвенный налог, то его воздействие

для граждан отражается в подорожании продукции. Это подорожание с начала 2018 года граждане Армении уже почувствовали, когда подорожали цены на бензин и сжатый природный газ. Нет сомнений, что в натуральном выражении акцизный налог, собранный за 2018 год, будет больше, чем в предыдущем году. Снижение порога НДС тоже фактически увеличит НДС. А раз уж НДС тоже является косвенным налогом, то в этом случае подорожания следует ожидать от тех видов бизнесов, чей годовой оборот превышает 58.35 млн. драм. Налогообложение дивидендов физических лиц тоже сократит доходы граждан в пользу государственного бюджета страны. Вместе с этим в новом Налоговом кодексе есть положительные моменты для индивидуальных предпринимателей. Как уже отмечалось в работе, индивидуальные предприниматели ныне могут платить налог на прибыль вместо подоходного налога.

ЛИТЕРАТУРА

1. Налоговый кодекс Республики Армения,
2. Налоговое законодательство Республики Армения,
3. Официальный сайт Национального собрания РА: www.parliament.am,
4. Газета «Айкакан жаманак».
5. Новостные платформы <https://www.panorama.am>; www.tert.am; <http://ru.1in.am>; <http://newsarmenia.am>.

TAX CODE OF REPUBLIC OF ARMENIA: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

T. Gevorgyan, H. Frangulyan

ABSTRACT

This article represents a comparative analysis between the new Tax code of the Republic of Armenia and tax legislation, determination of positive and negative aspects of the Tax code. Particularly, it contains the opinions of some deputies regarding the adoption of the Tax code by National Assembly of the Republic of Armenia, a comparative analysis of some tax rates before and after the adoption of the Tax code.

Keywords: tax code, tax legislation, personal income tax, National Assembly of RA.

ԱՐՏԱՔԻՆ ԵՎ ՆԵՐՔԻՆ ՇՈՒԿԱՆԵՐՈՒՄ ԿԱՐԱԳԻ ԳՆԵՐԻ
ԱՃԻ ՎՐԱ ԱԶԴՈՂ ԳՈՐԾՈՆՆԵՐԻ ԵՎՀԵՏԵՎԱՆՔՆԵՐԻ
ՈՒՍՈՒՄՆԱՍԻՐՈՒԹՅՈՒՆ

Կ.Հ. Գրիգորյան, Ա.Ս. Ջանջոյան

Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարան

kgrigoryanh@mail.ru, arminejanjoyan@mail.ru

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

ՀՀ բնակչության սպառման կառուցվածքում կարագնունի կարևոր նշանակություն: Կարևորելով կարագի նկատմամբ պահանջարկի բավարարումը, հողվածում բացահայտվել է ՀՀ կարագի շուկայի առկա վիճակը, գների շարժընթացը վերջին տարիներին, գների վրա ազդող հիմնական գործոնները, պատճառները և հետևանքները: Վերլուծվել են կաթի և կարագի արտադրության ծավալների և ներմուծման ծավալների փոփոխությունները՝ կախված ապրանքի նկատմամբ առաջարկից ու պահանջարկից: Կատարվել են ուսումնասիրությունից բխող եզրակացություններ և առաջարկություններ:

Հիմնաբառեր՝ կարագի շուկա, համաշխարհային շուկա, արտադրության ծավալ, միջազգային գին, ներմուծման ծավալ:

Ներածություն

Ինչպես հայտնի է, կաթը և կաթնամթերքը և հատկապես՝ կարագը, ՀՀ բնակչության սպառման կառուցվածքում ունեն կարևոր նշանակություն, զգալի տեսակարար կշիռ և սպիտակուցների համալրման կարևոր աղբյուրն են: Ուստի, կարևորելով կաթի և կաթնամթերքի, ներառյալ՝ կարագի նկատմամբ պահանջարկի բավարարման հիմնախնդիրների ուսումնասիրությունը, անհրաժեշտություն է առաջացել բացահայտել ՀՀ

կարագի շուկայի առկա վիճակը, գների շարժընթացը վերջին տարիներին, գների փոփոխության վրա ազդող հիմնական գործոնները, պատճառները և տնտեսական հետևանքները:

Հասարակությունը չափազանց զգայուն է պարենային ապրանքների թանկացման հարցում, քանի որ տեղական և միջազգային հաշվարկները ցույց են տալիս, որ բնակչության սպառողական ծախսերի մոտ 70 տոկոսը բաժին է ընկնում հենց պարենային ապրանքների ձեռքբերմանը:

Մեթոդներ

Որպեսզի բացահայտենք ՀՀ կարագի շուկայում տիրող վիճակը և հասկանանքայո սննդամթերքի գնի բարձացման հիմնական պատճառները, նախ և առաջ անհրաժեշտ է վերլուծել համաշխարհային շուկայում կաթնամթերքի նկատմամբ առաջարկն ու պահանջարկը:

Սույն ուսումնասիրության համար օգտագործվել են հետազոտության վիճակագրական, դինամիկ վերլուծության և համեմատական մեթոդները, որոնք հնարավորություն են տվել բացահայտել վերջին տարիներին ՀՀ կարագի շուկայում առկա վիճակը:

Արդյունքներ

Քանի որ ՀՀ-ն, բացի կարագի սեփական արտադրությունից, նաև զգալի չափով ներմուծում է այդ մթերքից, ապա միջազգային գների աճը ՀՀ կարագի շուկայի վրա ունենում է մեծ ազդեցություն:

2016թ.-ի 2-րդ կիսամյակից սկսած համաշխարհային շուկայում նկատվել են կարագի ինչպես առաջարկի, այնպես էլ պահանջարկի կտրուկ փոփոխություններ, որոնք առաջացրել են կարագի միջազգային գնի տատանումներ: Հայտնի է նաև, որ Նոր Զելանդիան կարագի միջազգային շուկայում խոշոր արտահանող է: «Ֆոնտերա» ընկերության պաշտոնական տվյալների համաձայն 2016թ.-ի մայիսից մինչև 2017թ.-ի սեպտեմբերն ընկած ժամանակահատվածում կարագի միջազգային գներն աճել են ավելի քան 30%-տոկոսային կետով, մինչդեռ ՀՀ-ում այն բարձրացել է 44-50%-տոկոսային կետով [5], ինչը նշանակալից գնային բարձրացում է:

«Euromonitor» կազմակերպության սննդի արտադրության ոլորտի վերլուծաբան Մորոն ներկայացրել է ԵՄ-ում կաթի արդյունաբերության վերջին մի քանի տարիներին տիրող քառասային վիճակը և նշել, որ 2017թ.-

ին կարագի գնի բարձրացումը կապված է եվրոպական կաթի արտադրության ծավալների մոտ 5 տոկոսային կետով կրճատման հետ [6]:

Այսպիսով, համաշխարհային շուկայում կաթի, հետևաբար նաև՝ կարագի արտադրության ծավալների կրճատումն ունի հիմնարար պատճառներ: Դրանցից մեկը Նոր Զելանդիայում կաթնատվության ցուցանիշների կտրուկ փոփոխությունն է, այսինքն՝ կաթի արտադրության ծավալները կրճատվել են, որն էլ հանգեցրել է կարագի առաջարկի զգալի կրճատման:

Կաթի արտադրության համաշխարհային ծավալների կրճատման հիմնական պատճառներից է նաև ՌԴ դեմ ԵՄ-ի կողմից պատժամիջոցների կիրառումը: ՌԴ-ն, որպես պատասխան քայլ, իր հերթին էմբարգո է սահմանել եվրոպական պարենամթերքի, ներառյալ՝ կարագի ներմուծման նկատմամբ, որն էլ մեծ վնաս է հասցրել եվրոպական մի շարք երկրների տնտեսությանը, մասնավորապես՝ կաթի և կաթնամթերքի արտադրությանը: Քանի որ ՌԴ ներմուծման կառուցվածքում եվրոպական երկրներից կարագի ներկրման ծավալները կազմել են մոտ 24%, ուստի պատժամիջոցների հերթական պատասխանը մեծ վնաս է հասցրել մի շարք արտադրող երկրներին՝ կտրուկ նվազեցնելով կարագի գները:

Պատժամիջոցների կիրառման արդյունքում եվրոպական կաթի վերամշակման մի շարք գործարաններ փակվել են, մասնավորապես՝ «Euromonitor» ընկերության վերլուծաբան Ռ. Մորոյի ներկայացրած տվյալների համաձայն, միայն Մեծ Բրիտանիայում դադարել է աշխատել տասնյակ կաթի և կաթնամթերքի արտադրություններ:

Ինչպես նշեցինք, Նոր Զելանդիան և Ավստրալիան համարվում են աշխարհում կարագի արտահանման առաջատար երկրներ: Սակայն, այդ երկրներում նույնպես արձանագրվել էր 2,48% կարագի գների աճ: Դա բացատրվում էր նրանով, որ այդ երկրներում գնի փոփոխությունը որոշակիորեն կախված է եղել անբարենպաստ կլիմայական պայմաններից՝ անտառային հրդեհներ, չոր և շոգ եղանակ: Նման պայմանները բարդացրել էին վիճակը կարագի շուկայում, որն էլ հանգեցրել էր կաթի արտադրու-

թյան հիմնական ծավալների կրճատմանը, կաթի որակական հատկանիշների (յուղայնության) վատթարացմանը՝ առաջացնելով պահանջարկի մեծացում ու գների աճ:

Դիտարկվող ժամանակահատվածում համաշխարհային շուկայում առաջարկի կրճատմանը զուգահեռ գրանցվել է նաև կարագի նկատմամբ պահանջարկի ավելացում: Հետազոտության արդյունքները վկայում են, որ կարագի նկատմամբ պահանջարկի աճի վրա ազդել են հետևյալ գործոնները:

1. Նախ, կարագի նկատմամբ պահանջարկը կտրուկ ավելացել էր ներքին մեծ շուկա ունեցող Չինաստանում,
2. սպառողական պահանջարկը կարագի նկատմամբ ավելացել էր, երբ սպառողները համոզվել են, որ կարագի օգտագործումը վնասակար չէ սրտի հիվանդությունների համար

Քանի որ Չինաստանում կարագի նկատմամբ պահանջարկը կտրուկ մեծացել է, ուստի ԱՄՆ գյուղնախարարության կանխատեսումներով, մինչև 2017-2018թթ. սպասվում էր Չինաստանի կարագի և կաթի ներմուծման ծավալների ավելացում՝ մոտ 38-40%-ով:

Պետք է նշել, որ Չինաստանը կաթի և կարագի արտադրանքը հիմնականում ներմուծում է Եվրամիությունից և Նոր Զելանդիայից: Ընդ որում, Չինաստանը կաթնամթերքի գլխավոր ներմուծողն է աշխարհում, ներքին արտադրությունը և ներմուծումը աճում են գործնականում հավասարապես, իսկ սպառումը վերջին 5 տարում ավելացել է մոտ երկու անգամ, որը կտրուկ ազդել է Չինաստանի ներմուծման պահանջարկի վրա [6]: Չինաստանում պարենամթերքի, մասնավորապես կարագի նկատմամբ նախապատվությունները կտրուկ մեծացել են հատկապես հյուրանոցներում, ռեստորաններում և հանրային սննդի կազմակերպություններում՝ կապված նաև այդ երկրում գնողունակության բարձրացման հետ: ԱՄՆ գյուղնախարարությունը կանխատեսել էր նաև, որ միջազգային շուկայում կարագի նկատմամբ պահանջարկը մինչև 2017թ.-ի վերջ և 2018թ.-ի սկիզբ կաճի ևս 3%-ով, ինչը հիմնականում տեղի է ունեցել [6]:

Մույն մթերքի երկրորդ խոշոր արտահանողը Եվրամիության անդամ երկրներն են, որտեղ գները նույնպես շարունակում են աճել: Վիլնյուսի ИноСМИ-ն, վկայակոչելով ամերիկյան CNN Money տվյալները, փաստել է, որ կարագի մեծածախ գները Եվրոպայում աճել են գրեթե երկու անգամ, որը կախված է եղել համաշխարհային շուկայում դրա նկատմամբ պահանջարկի մեծացման հետ [6]:

Ըստ «Եվրոստատի» տվյալների, 2016թ.-ի մարտից մինչև 2017թ.-ի մարտը Եվրամիության երկրներում կարագի գնի աճ է արձանագրվել, հատկապես Գերմանիայում՝ 34, Հոլանդիայում՝ 28.5, Դանիայում և Լեհաստանում՝ 22%-ով: Նույն ժամանակահատվածում Ռուսաստանում կարագի գները աճել են մոտ 23-25%-ով: Այդ երկրներում կարագի գնի աճը նույնպես կախված է եղել ներքին շուկայում կաթի արտադրության ծավալի նվազման հետ: Իրականում մեկ տարվա ընթացքում կարագի գինը միջազգային շուկայում բարձրացել է մոտ 2 անգամ: Եթե նախկինում կարագի միջին գինը 1կգ-ի համար միջազգային շուկայում արժեք 2 եվրո, ներկայում այն կազմում է 5.50 եվրո: 2015թ.-ի տվյալներով 1կգ կարագի արժեքը մի շարք երկրներում կազմել էր. ԵՄ-ում՝ 2.85, Նոր Զելանդիայում՝ 2.8, Ֆիլիպիններում՝ 7, Ավստրիայում՝ 8, ԱՄՆ-ում՝ 4, Ղազախստանում՝ 4.9, Հայաստանում՝ 2.5, Լիտվայում՝ 2.49 ԱՄՆ դոլար: 2016թ.-ից մինչ այժմ կարագի գինը միջազգային շուկայում շարունակում է աճել:

2017թ.-ից սկսած կարագի գինը միջազգային շուկայում ավելացել էր մոտ 60 տոկոսով, ինչը պայմանավորված էր 2016 թվականին ԵՄ-ում և Ավստրալիայում կարագի արտադրության ծավալների կրճատմամբ, համապատասխանաբար՝ 5.5 և 18 տոկոսով: Ավստրալիայում կարագի արտադրության ծավալները կրճատվել էին 2016 թվականի երաշտի պատճառով, ինչի արդյունքում՝ կտրուկ նվազել էր անասնազվիաքանակը և կաթի մեջ յուղայնության աստիճանը: ԵՄ-ում կարագի արտադրության ծավալների անկմանը նպաստել էր ԵՄ-ի կարագի շուկայի ազատականացումը և կաթարտադրող տնտեսավարողների սուբսիդավորման և այլ արտոնությունների կրճատումը:

2018թ. Տնտեսական կանխատեսումների համաձայն՝ ԵՄ-ի և Ավստրալիայի կաթի և կարագի արտադրության ծավալները աստիճանաբար

աճում են, ինչը նպաստում է կարագի գնի աստիճանաբար իջեցմանը: Եթե 2018թ.-ի մայիսին կարագի մեկ կգ-ն կազմել էր 5.7 դոլար, ապա ներկայումս այն միջազգային շուկայում վաճառվում է 4 դոլարով:

Չնայած դրան՝ Հայաստանի ներքին շուկայում կարագի գինը, անկախ միջազգային շուկայ իվայրիվերումներից, շարունակում է հարաբերականորեն բարձրմնալ: 2018թ.-ի երկրորդ կիսամյակում Երևանի և այլ քաղաքների խանութներում նկատվել է կարագի գնի թանկացում, մասնավորապես՝ նորգելանդական կարագի մեկ կգ-ը վաճառվում է մոտ 4300-4400, իսկ «Անքոր» և «Վիոլա» տեսակների կարագը՝ 4550–4700 ՀՀ դրամով: Այսինքն՝ ներքին շուկայում կարագի մեկ կգ-ը գերազանցում է 9.4 ԱՄՆ դոլարը՝ միջազգային գնից 5 դոլարով ավելի, որն էլ նպաստում է կարագի սպառման ծավալների նվազմանը [4]:

ՀՀ-ում կարագի գների աճի պատճառները տարբեր են: Ինչպես գիտենք, Հայաստանի կարագի ներքին շուկայում գործում են մեծ թվով ներմուծողներ և արտադրողներ՝ մոտ 28 ընկերություն, սակայն, գերիշխող դիրք ունի «Ալեքս Գրիգ» ընկերությունը, որն իրականացնում է միաժամանակ ներմուծում և մանրածախ վաճառք: Այդ ընկերությունները կարագը ներմուծում են հիմնականում ԵԱՏՄ անդամ երկրներից: Կարագի գնաճը Հայաստանում զգալիորեն պայմանավորված է նաև խոշոր եղջերավոր անասունների գլխաքանակի կրճատմամբ՝ մոտ 11% և իրացված կաթի միջին գնի բարձրացմամբ՝ մոտ 200–230 ՀՀ դրամ: Պետք է նշել, որ կարագ արտադրող տնտեսավարողների համար 230 դրամը համարվում է բարձր գին, ինչը և բացասաբար է անդրադառնում կարագի արտադրության հետագա ծավալների վրա: Արդյունքում սպառողների մի հատվածը կարագը փոխարինում է բուսական յուղով: ՀՀ ներքին շուկայում կարագի գնի բարձրացման վրա ազդում է նաև ապրանքային շուկայում առկա հակամրցակցային համաձայնությունները՝ համատեղ գների սահմանմամբ և շուկայի բաժանմամբ: Գների բարձրացումները բացասական ազդեցություն են թողնում ներմուծման ծավալների վրա:

Ինչպես նշվել է, կարագի տեղական արտադրության համար էական նշանակություն ունի կաթի արտադրության ծավալները: Այսպես, 2017թ.-

ի հունվար-օգոստոս ամիսներին կաթի արտադրության ծավալները կազմել են 360.9 մլն տոննա, իսկ 2018թ.-ի նույն ժամանակահատվածում այն նվազել է 8.4%-ով, կազմելով՝ 332.8 մլնտոննա [2]: Կաթի արտադրության ծավալների նվազումը, սակայն, չիանդրադարձել տեղական կարագի արտադրության ծավալների կրճատման վրա, այլ ընդհակառակը, 2018թ.-ի հունվար-օգոստոս ամիսներին այն ավելացել է 50,0%-ով՝ կազմելով 396.7 տոննա 2017թ.-ի նույն ժամանակահատվածի 199.3 տոննայի դիմաց [2]: 2017թ.-ին տեղական արտադրության կարագի ավելացումը նպաստել է ներմուծման ծավալների կրճատմանը՝ 11.0%-ով՝ կազմելով 4216.9 տոննա 2016թ.-ի 4737.1 տոննայի դիմաց [1]:

Աղյուսակ 1-ի տվյալների միջոցով ներկայացնենք կարագի ներմուծման ծավալները երկիր-ապրանք կտրվածքով 2015–2017թթ.-ին (ըստ ՀՀ ՊԵԿ տվյալների): Աղյուսակ 1-ի տվյալները վկայում են, որ Հայաստանի ներկրող կազմակերպությունները 2017թ.-ին մեծ ծավալներով կարագ են ներմուծել Նոր Զելանդիայից, Լիտվայից և Ֆինլանդիայից: Սակայն, 2017թ.-ին 2016թ.-ի նկատմամբ կարագի ներմուծման ծավալները կտրուկ նվազել են. Գերմանիայից՝ 54.8, Դանիայից՝ 26.9, Նոր Զելանդիայից՝ 24.0, Ֆրանսիայից՝ 15.0 և Ֆինլանդիայից՝ 1.0%-ով:

Ինչպես ենթադրվում է, ներմուծման ծավալների կրճատումը բերում է կարագի պակասուրդի, զների աճի, ինչպես նաև մթերքի նկատմամբ պահանջարկի մեծացման: Այդ նույն ժամանակահատվածում ներմուծման ծավալները 17 անգամ ավելացել են Լիտվայից, Ուկրաինայից՝ 30.7 և Բելառուսից՝ 24.5%-ով: 2017թ.-ին նախորդ տարվա նկատմամբ բոլոր երկրներից ներմուծվող ապրանքի մաքսային արժեքը կտրուկ աճել է Լիտվայից՝ 91.2, Ուկրաինայից՝ 63.9, Բելառուսից՝ 62.6, Ֆինլանդիայից՝ 30.3, Ռուսաստանից՝ 19.6 և Նոր Զելանդիայից՝ 7.2%-ով: Պետք է նշել, որ 2016թ.-ից Ավստրիայից, Ինդոնեզիայից, Միացյալ Թագավորությունից և Նիդեռլանդներից կարագի ներմուծումը դադարեցվել է [3]:

Աղյուսակ 1.

Կարագի ներմուծման ծավալները երկիր-ապրանք կտրվածքով 2015-2017թթ.-ին, հազ. ԱՄՆ դոլլար

Ներմուծվել է (տոննա)	2015		2016		2017	
	միլոնով	դիլոմոմի միլոնով	միլոնով	դիլոմոմի միլոնով	միլոնով	դիլոմոմի միլոնով
Ավստրալիա	119.9	395.8	-		-	-
Բելառուս	27	97.2	205.3	741.9	255.8	1206.6
Գերմանիա	42.9	195.5	41.0	175.5	22.5	131.2
Դանիա	54.3	336	52.6	224.2	14.2	88.2
Ինդոնեզիա	65.7	289.9	-	-	-	-
ՄԹ	81.6	0.5	-	-	-	-
Նոր Զելանդիա	2954.5	10532.5	3084.5	11033.9	2366.2	11829.9
Ուկրաինա	664.1	2304.2	678.1	2309.1	886.8	3785.6
Ռուսաստան	14	43.7	96.2	191	105.1	228.6
Ֆինլանդիա	288.1	1189.5	433.7	1629.9	433.5	2124.3
Ֆրանսիա	150.4	655.9	133.5	554.3	114.3	545.7

Ինչպես նշեցինք, 2017–2018թթ.-ի հունվար-օգոստոս ամիսներին Հայաստանում կարագի ներմուծման և կաթի արտադրության ծավալները նվազել էին, ինչը հանգեցրել է ապրանքի գնի թանկացմանը: Դա էր պատճառը, որ Երևանի և այլ քաղաքների սուպերմարկետներում և խանութներում զգալիորեն աճել է կարագի գինը, իսկ սպառման ծավալները նվազել:

2018թ. հունվար-օգոստոս ամիսներին կարագի ներմուծման ծավալները ՀՀ-ում անընդհատ տատանվել են, մասնավորապես, ամենաբարձր ցուցանիշ արձանագրվել է մայիս ամսին՝ 490.8 հազ.տոննա, այնուհետև այն նվազել է մոտ 37.3%-ով, իսկ օգոստոս ամսին 1.8 անգամ աճել:

Արդյունքների քննարկում

Վերլուծության արդյունքներից պարզ է դառնում, որ ՀՀ-ում կարագի շուկայում տիրող վիճակը պայմանավորված է եղել խոշոր եղջերավոր ա-

նասնագիտական, կաթի արտադրության և կարագի ներմուծման ծավալների նվազմամբ, անբարենպաստ կլիմայական պայմանների և միջազգային շուկայի անկայունությամբ: Թեև միջազգային շուկայում կարագի գինը գնալով նվազում է, սակայն, ՀՀ-ում գրանցվում է հակառակ երևույթը: Սպառողների որոշակի շրջանում տեղի է ունեցել կարագի փոխարինում ավելի էժան այլ սննդամթերքի տեսակներով (սպրեդ, մարգարին, բուսական յուղ և այլն): ՀՀ-ում անհրաժեշտ է նաև որոշակի կարգավորումներ իրականացնել ինչպես տեղական կաթի և կարագի արտադրության, այնպես էլ կարագի շուկայում մրցակցության ապահովման գործում:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, տվյալների բազա 2018թ.
<http://armstatbank.am/pxweb/hy/ArmStatBank/?rxid=002cc9e9-1bc8-4ae6-aaa3-40c0e377450a>
2. ՀՀ վիճակագրական կոմիտե, ՀՀ սոցիալ-տնտեսական վիճակը հունվար-դեկտեմբերին 2017, վիճակագրական ժողովածու, 2018թ.:
3. ՀՀ ՊԵԿ, վիճակագրություն, մաքսային վիճակագրություն՝ ներմուծման վիճակագրություն,
<http://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=csCIImportStatistics>
4. «Կարագի գնի բարձրացման պատճառները: Մենաշնորհների դեմ պայքարի մեխանիզմները» թեմայով, ՀՅԴ Բյուրոյի տնտեսական հետազոտությունների գրասենյակ, «Առավոտ» օրաթերթ, <https://www.aravot.am/2017/12/04/923996/>
5. Կարագի թանկացման հիմնական պատճառն, ըստ ՏՄՊՊՀ մասնագետի, Նոր Զելանդիայում արտադրվող կաթի ծավալների կրճատումն է, 03.10.17, Էլեկտրոնային թերթ Մամուլ Էյ Էմ, <http://mamul.am/am/news/112622>
6. Европе предсказали дефицит сливочного масла, Электр. газета Лента.ру, <https://lenta.ru/news/2017/08/10/butter1/>, 10 августа 2017
7. Milk news տեղեկատվական գործակալության կայք-էջ՝
https://milknews.ru/index/novosti-moloko_12690.html

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ И ПОСЛЕДСТВИЙ ЦЕН НА МАСЛО НА ИНОСТРАННЫХ И ВНУТРЕННИХ РЫНКАХ

К.Г. Григорян, А.С. Джанджоян

АННОТАЦИЯ

Масло в структуре потребления населения Армении имеет большое значение. Подчеркивая спрос на масло, в статье показано текущее состояние рынка масла, колебания цен за последние годы, основные факторы, влияющие на цены, причины и последствия. В зависимости от предложения и спроса на товары проанализированы изменения объемов производства молока и масла и объемы импорта. Были сделаны выводы и рекомендации в исследовании.

Ключевые слова: масло, мировой рынок, объем производства, международная цена, объем импорта.

SURVEY OF FACTORS AND CONSEQUENCES OF BUTTER PRICES IN FOREIGN AND DOMESTIC MARKETS

K. Grigoryan, A. Janjoyan

ABSTRACT

Butter in the structure of consumption of the population of Armenia is of great importance. Highlighting the demand for butter in the article, the article revealed the current state of the butter market, the price fluctuations in recent years, the major factors affecting prices, the causes and consequences. Changes in volumes of milk and butter production and volumes of imports were analyzed depending on supply and demand for goods. Conclusions and recommendations from the study have been made.

Keywords: butter market, world market, production volume, international price, import volume.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРИЧИН ОТСТАВАНИЯ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ АРМЕНИИ: ОБЗОР ЭНДОГЕННЫХ ФАКТОРОВ ЗАМЕДЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Э.Г. Каранетян, Т.А. Игитян

tatevik.igityan94@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье осуществлен институциональный анализ эндогенных факторов Армении с целью выявления основных причин отставания в развитии экономики страны. В частности, изучены инклюзивные институты, которые являются неотъемлемой составляющей для обеспечения роста и развития экономики. Также осуществлен качественный анализ эндогенных факторов на основании мировых рейтингов. В результате проведенного анализа выявлены основные институциональные факторы, замедляющие экономический рост, и предложены возможные пути улучшения положения в мировых рейтингах и обеспечение стабильности экономики в целом.

Ключевые слова: институциональные факторы, инклюзивные институты, монополия, коррупция, Индекс инклюзивного развития.

«Институты – основа экономического поведения»

Торстейн Веблен

Введение

Институциональные факторы являются неотъемлемой частью любой экономики и которые играют важнейшую роль в обеспечении стабильности и экономического роста в стране. Правильное и эффективное функционирование институтов является залогом роста и повышения уровня благосостояния в стране. За основу взята теория инклюзивных и экстративных институтов, которая изучена в работе американских экономистов – Дарона Аджемоглу и Джеймса Робинсона «Почему одни страны

богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты» [1], в которой утверждалось, что эффективное функционирование инклюзивных институтов способствует экономическому росту и процветанию страны, в то время, как экстрактивные институты являются причиной торможения роста, а порой и отставания в развитии страны.

Первый инклюзивный институт, который необходимо рассмотреть, это – **институт защиты конкуренции**, который в нашей стране представлен Государственной комиссией по защите экономической конкуренции.

Конкуренция является краеугольным камнем функционирующего рынка, ключевым институтом для современного экономического развития. Рыночная конкуренция часто превращается в свою противоположность, то есть в монополию, которая ограничивает ценовую конкуренцию и свободный доступ к сектору производства, усиливает поляризацию богатства в обществе, нанося огромный ущерб общественности, а также снижает эффективность общественного производства по отношению к совершенной конкуренции.

Существующие методы экономической политики Республики Армения не обеспечивают ни конкурентоспособности на рынке, ни надлежащих механизмов для регулирования существования и продолжающегося роста монополий. Это привело к злоупотреблению рыночной власти, искажению рынка, отсутствию экономической конкуренции товаров и услуг, которые они предоставляют, и постоянные барьеры выхода на рынок. Сегодня некоторые сектора в экономике страны сильно монополизированы, и это служит препятствием для обеспечения конкуренции и диверсификации на рынке.

Текущая рыночная ситуация экономики Армении показывает следующие основные недостатки постсоветской эволюции и трансформации: игнорирование экономической конкуренции как движущей силы экономики; недооценка важности конкурентной среды; неспособность рассматривать продвижение конкуренции в качестве приоритета экономических реформ; фактическое отсутствие какого-либо государственного регулирования конкуренции [2]. Очевидно, что олигархические монополии играют существенную роль в экономике нашей страны. По сути, именно эти компании являются одними из крупных налогоплательщиков РА. Но из-за неэффективной политики Комиссией по регулированию общественных

услуг данного рода монополии наносят большой ущерб экономике РА, поскольку практически ни одна из этих компаний не платит налоги. Отсутствие справедливой и конкурентной среды в различных секторах экономики, включая рынки товаров первой необходимости – таких, как сахар, пшеница, импорт топлива, – является одним из самых фундаментальных вызовов для армянской экономики. Принимая во внимание тот факт, что Армения является страной, ориентированной на импорт, и который составляет $\frac{3}{4}$ нашей экономики, можно сделать вывод, что существование монополии на импорт требует вмешательства государства, поскольку она препятствует здоровому развитию многих секторов экономики.

Рассмотрим теперь, какие доминирующие субъекты есть на товарных рынках. Основным игроком на товарном рынке в основном является один субъект – «Алекс-Григ». По данным на 2013г., 42,4% отраслевых рынков составляют монополии на импорт. По сути, это означает, что из 158 рынков 67 являются монополизированными компаниями-импортерами, что является губительным фактором для такой маленькой экономики, как наша [3]. Возникает вопрос: какой вред наносят экономике монополии на импорт? Их существование в нашей экономике приводит к ряду негативных последствий, к которым можно отнести отсутствие технологического прогресса и модернизации, почти полное отсутствие инвестиций, препятствие к созданию рабочих мест, а также злоупотребление колебаниями валютного курса.

Самым «красочным» примером такого рода монополий на нашем рынке является монополия на сахар. Хозяйствующий субъект, управляющий этой монополией, хотя и с использованием различных имен, явно имел абсолютно доминирующее положение с момента введения законодательства об экономической конкуренции. Даже топливный рынок считается менее концентрированным, чем рынок сахара. В период 2001–2003гг. на рынке сахара монополистом контролировалось 79–95% всего рынка, в то время как на рынке на тот момент работало два десятка субъектов. До 2014г. данный хозяйствующий субъект контролировал почти 99% рынка [4].

Таким образом, как было сказано выше, рынок импортируемых товаров РА монополизирован, и каждая отрасль принадлежит различным

субъектам. Это явление начало проявляться в РА с 1991г., когда сформировалась олигархическая система управления, которую можно охарактеризовать как сращивание крупного олигархического капитала с государством. Все сводится к тому, что чем сильнее роль олигархов в государственном управлении, тем больше интересы государства начинают служить интересам крупного капитала, и, таким образом, государство шаг за шагом отодвигается на задний план.

Следующим институциональным фактором, который является характерным для нашей страны и оказывающий воздействие на развитие экономики, это **коррупция**.

Коррупция в Армении является эндемической и широко распространенной, пронизывающей все слои общества. Государственное управление, особенно судебная власть, полиция и сектор здравоохранения, являются в особенности чувствительными к коррупции. Эта ситуация отражается на низкой производительности большинства отраслей, оцененных индикаторами управления. Политический кризис, последовавший за выборами 2008г., раскрыл потребность страны в глубоких реформах в структуре управления и вызвал новое политическое желание в изменении правительства. Это привело к волне реформ, осуществляемых с целью модернизации государства – таких, как принятие антикоррупционной стратегии, нового Избирательного Кодекса, нового Закона о государственной службе [5]. Институциональная слабость, присущая всем странам СНГ, искажает функционирование рыночного механизма, вследствие чего мы сталкиваемся с высоким уровнем коррупции и теневой экономики, присущей нашей стране.

Степень коррупции определяется специальным индексом, который носит название «Индекс восприятия коррупции» (Corruption Perception Index, CPI). В него включается 168 стран, коррумпированность определяется по 100-бальной шкале, согласно которой 100 соответствует низкому уровню коррупции, а 0 – высокому [6]. Данные по этому индексу представлены в следующей таблице.

Таблица 1.

Индекс восприятия коррупции (ИВК) в Армении.

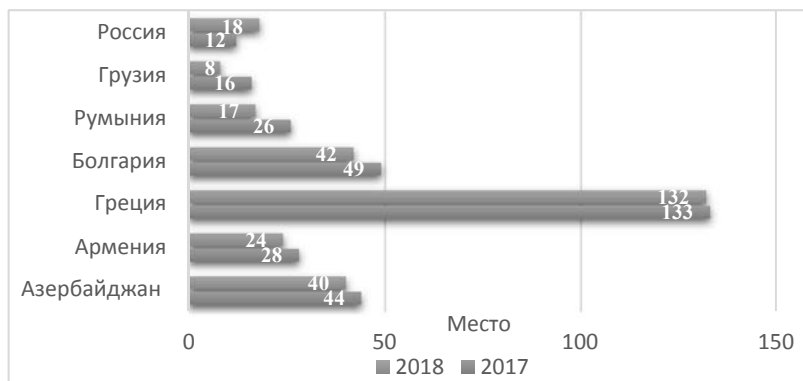
Год	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Место	78	82	88	93	99	109	120	123	129	105	94	94	95	113	107
Балл	3	3,1	2,9	2,9	3	2,9	2,7	2,6	2,6	34	36	37	35	33	35

Источник: Transparency International Anticorruption Center (<http://transparency.am/en>).

Коррупция для нашей страны является одной из самых существенных проблем, которые препятствуют развитию и оздоровлению экономики РА. Вследствие ее возникает недоверие общества к правительству, к самому режиму. Увеличивается миграция населения в поисках более благополучного места проживания, для создания более приемлемых условий для жизни. Основной причиной также является разница уровня заработной платы между Арменией и странами, в которые мигрирует население (в основном – РФ и США). Миграция имеет как положительные, так и отрицательные стороны для нашей экономики. С одной стороны, сокращается спрос внутри страны, т.к. население уходит, но, с другой стороны, увеличиваются частные иностранные трансферты, которые способствуют увеличению уровня того же спроса. А мы, как страна-экспортер рабочей силы, сильно зависим от данных трансфертов, сокращение которых и являлось одной из главных причин экономического кризиса в Армении.

Изучая механизмы воздействия коррупции на экономику, мы видим, что в коррупция приводит к широкому спектру негативных эффектов, что, в свою очередь, провоцирует образование **теневой экономики**. Последняя же, в свою очередь, приводит к тому, что снижаются инвестиции в национальную экономику и происходит отток капитала за рубеж. Все эти факторы приводят к тому, что в стране повышается социальная напряженность, возникают препятствия для проведения необходимых реформ в республике, теряется доверие граждан к государственной власти. А это все в совокупности становится причиной того, что падает престиж страны на мировом уровне, и становится препятствием для создания открытой рыночной экономики, к которой мы стремимся.

Далее рассмотрим такой инклюзивный институт, как **контрактное принуждение**. Рассмотрим, какое место занимает Армения в рейтинге Doing Business по данному показателю (См. Рис. 1).



Источник: *Doing Business Database*

(<http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/enforcing-contracts/reforms>).

Рис. 1. Обеспечение исполнения контрактов, 2017–2018гг.

Из изучаемых в рейтинге 190 стран Армения занимает 24 место, что относительно неплохой результат в сравнении с другими странами. Однако, если рассматривать чуть подробнее, то можно увидеть, что у Армении есть достаточные изъяны в функционировании этого института. Насколько эффективен процесс урегулирования коммерческих споров через суды в Армении? Согласно данным Doing Business, обеспечение исполнения контрактов занимает 570 дней, по цене 16,0% от стоимости иска и требует 49 процедур [7].

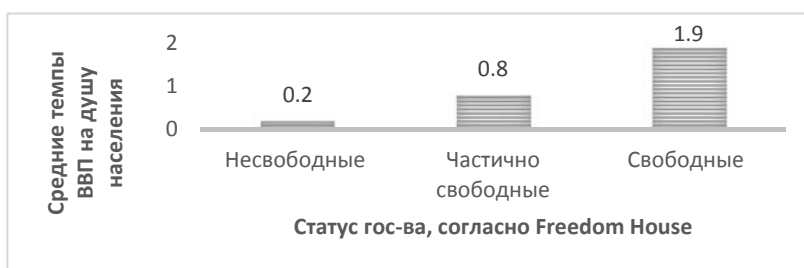
Согласно исследованиям Doing Business, исполнение контракта через суд является самым быстрым в Восточной Европе и Центральной Азии и наименее дорогостоящим и сложным в странах ОЭСР с высоким уровнем дохода [8]. По количеству дней, необходимых для рассмотрения контракта, Армения имеет средний показатель. По количеству процедур у Армении один из самых низких показателей среди изучаемых стран – 49-ти процедур.

В 2018г. Армения значительно улучшила свои позиции в категории обеспечения исполнения контрактов, поднявшись с 28 на 24 место [9]. Ар-

меня сделала обеспечение исполнения контрактов с помощью нового закона, требующего, чтобы дела были назначены судьями случайным образом или через полностью автоматизированную систему в судах по всей стране.

Следующий институт – это защита **гражданских прав и свобод**. С 1998г. *Freedom House* оценивает Армению как «частично свободную». Текущий рейтинг РА – 4.5 (1 – лучший возможный результат, 7 – худший). Согласно отчетам организации, худшая ситуация связана с политическими правами, сравнительно лучшие дела обстоят с гражданскими правами. Организация обращает внимание на политическую зависимость СМИ от власти, на запрет вещания некоторых оппозиционных каналов, а также на судебные иски против оппозиционных газет [10].

Для наглядности рассмотрим следующий рисунок.



Источник: «Политические институты и экономический рост». (http://www.iea.ru/econom_rost.php?id=5).

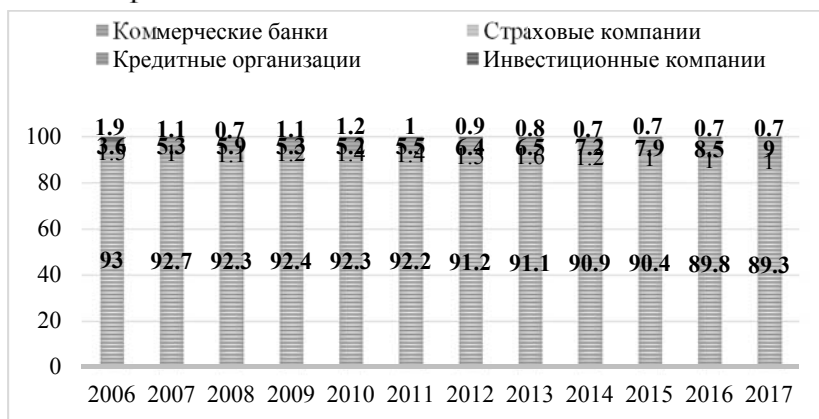
Рис. 2. Политические и гражданские свободы и экономический рост

На Рис. 2 показана связь между политическими и гражданскими свободами и экономическим ростом. Очевидно, что государства, являющиеся «свободными», согласно отчетам Freedom House, зарегистрировали значительно больший темп прироста ВВП на душу населения, нежели «частично свободные» (Армения входит в их число) или «несвободные» страны. Заметим, что организация Freedom House исследует состояние политических и гражданских свобод практически во всех странах мира. Объектом этих исследований становятся: степень развития гражданского общества, религиозная свобода, права женщин, демократическое управление, качество выборов, свобода прессы, свобода Интернета, свобода слова, свобода собраний, свобода ассоциаций, права сексуальных меньшинств и т.д.

На основе всех показателей определяется статус государства. Особое внимание обращается как на положительные, так и на отрицательные значительные сдвиги касательно этих показателей [11].

Следующий немаловажный институт – это **верховенство закона** (Rule of Law). Индекс верховенства закона рассчитывается организацией WorldJustice Project (WJP), однако она не охватывает Армению, поэтому мы рассмотрим показатель этого индекса, согласно данным других организаций. Согласно Transparency International, верховенство закона в Армении оценивается в -0.47 [12] (-2.5 – худший возможный результат, 2.5 – лучший). Естественно, указанные факты имеют соответствующее воздействие на экономику и демографию государства.

Рассмотрим теперь институты финансового посредничества, которые также играют важную роль в развитости экономики нашей страны. Начнем наш анализ с рассмотрения динамики доли финансовых институтов в активах финансовой системы.



Источник: Составлено автором на основе данных ЦБ РА (www.cba.am)

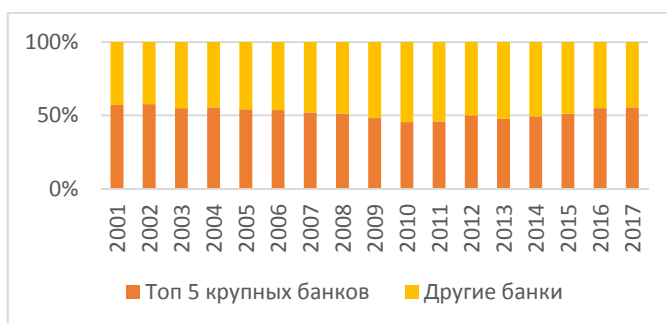
Рис. 3. Доля финансовых институтов в активах финансовой системы (в %), 2006–2017гг.

Изучая структуру распределения активов в финансовой системе Армении, можно прийти к выводу, что у нас очень слабо развиты институты финансового посредничества, что, в свою очередь, приводит к несостоятельности других секторов системы. Исходя из этого, можно выделить основные слабые стороны финансовой системы Армении: неравномерное

развитие; отсутствие «длинных денег»; обособленность от мировой финансовой системы; долларизация банковского сектора; слабая связь с реальным сектором; высокая концентрация рынка; высокий уровень процентной ставки [13].

Одной из самых главных проблем нашей финансовой системы является то, что она развивается однобоко. Подтверждением этому является Рисунок. Как мы видим, по данным ЦБ РА на 2017г., почти 90% всех активов финансовой системы приходится на долю коммерческих банков, 9% приходится на долю кредитных организаций, 0,7% и 1% –на инвестиционные и страховые компании, соответственно.

Кроме того, что более 90% всех активов финансовой системы приходится на долю банков, наблюдается еще и высокая концентрация в банковском секторе – более 50% всех активов приходится на долю 5 крупных банков страны, о чем свидетельствует Рис. 4.



Источник: составлен автором на основе официальных отчетов коммерческих банков

Рис. 4. Доля 5 крупнейших банков в общих активах банковской системы РА в 2001–2017гг.

Как известно, для обеспечения высоких темпов экономического роста необходимо, чтобы страна аккумулировала долгосрочными финансовыми ресурсами. А наиболее эффективными институтами, которыми формируют и в дальнейшем перераспределяют долгосрочные финансовые ресурсы, являются пенсионные фонды, страхование жизни и ипотечные фонды. Рассмотрим некоторые из перечисленных институтов. **Пенсионные фонды** начали развиваться в Армении с 2014г., когда была внедрена

обязательная накопительная система. Внедрение накопительной системы встретило бурное недовольство и протесты со стороны населения. Система подразумевает инвестирование части накопленных средств за рубежом, а часть – в локальный рынок. Несомненно, у данной системы имеется множество недостатков. Но поскольку данная система является нововведением, то оценивать ее деятельность пока что является нецелесообразным.

Следующим институтом финансового посредничества, который обеспечивает «длинные деньги» в экономике, являются **страховые компании**. Как и другие институты финансового посредничества, страхование в Армении не развито. Страховая деятельность в Армении появилась после приобретения Независимости, когда не существовали соответствующие законы и системы, которые регулировали бы страховые компании.

И напоследок, рассмотрим совершенно новый индекс, разработанный членами Всемирного экономического форума в 2017г. – Индекс инклюзивного развития (*Inclusive Development Index – IDI*). Данный индекс является альтернативой ВВП, однако, кроме макроэкономических факторов, он включает в себя ряд институциональных факторов. Предполагается, что IDI оценивает уровень экономического развития намного лучше, чем агрегированный показатель ВВП. Структурно данный индекс состоит из 12 показателей, объединенных в 3 группы: **рост и развитие** (включая рост ВВП, занятости, производительности труда, ожидаемой продолжительности жизни); **инклюзивность** (медианный доход домохозяйств, уровень бедности и неравенства); **преемственность поколений и устойчивость развития** (уровень сбережений, демографической нагрузки, государственного долга и загрязнения окружающей среды). Индекс ранжирует страны на развитые (29 стран) и на развивающиеся (74 страны) [14].

Как можно заметить из Табл. 2, по данным на 2018г., Армения заняла 45 место, значительно уступая своим географическим соседям: Азербайджану, Турции и Грузии, которые заняли 3,16 и 32 места, соответственно. Причем Азербайджану присвоен медленно сокращающийся тренд развития экономики, Турции – медленно растущий, Грузии – развивающийся, а Армении – стабильный тренд.

Таблица 2.

Индекс инклюзивного развития стран, 2018г.

2018 Rankings				TREND							
				● RECEDING	● SLOWLY RECEDING	● STABLE	● SLOWLY ADVANCING	● ADVANCING			
ADVANCED ECONOMIES				EMERGING ECONOMIES							
RANK OVERALL	ECONOMY	OVERALL IDI SCORE	5 YEAR TREND IDI OVERALL (%)	RANK OVERALL	ECONOMY	OVERALL IDI SCORE	5 YEAR TREND IDI OVERALL (%)	RANK OVERALL	ECONOMY	OVERALL IDI SCORE	5 YEAR TREND IDI OVERALL (%)
1	Norway	6.08	-0.77	1	Lithuania	4.86	4.90	40	Sri Lanka	3.79	-0.74
2	Iceland	6.07	12.58	2	Hungary	4.74	8.10	41	Bolivia	3.76	-3.80
3	Luxembourg	6.07	0.15	3	Azerbaijan	4.69	-2.07	42	Mongolia	3.74	3.39
4	Switzerland	6.05	1.92	4	Latvia	4.67	8.60	43	Serbia	3.70	1.28
5	Denmark	5.81	4.76	5	Poland	4.61	3.39	44	Guatemala	3.70	2.83
6	Sweden	5.76	0.48	6	Panama	4.54	4.80	45	Armenia	3.66	0.62
7	Netherlands	5.61	0.43	7	Croatia	4.48	2.89	46	Honduras	3.61	2.03
8	Ireland	5.44	9.28	8	Uruguay	4.46	1.65	47	Pakistan	3.55	7.56
9	Australia	5.36	0.46	9	Chile	4.44	1.76	48	Tanzania	3.43	3.86
10	Austria	5.35	-0.17	10	Romania	4.43	4.21	49	Ukraine	3.42	-6.80
11	Finland	5.33	-2.92	11	Bulgaria	4.41	2.91	50	Jordan	3.40	-3.89
12	Germany	5.27	1.72	12	Costa Rica	4.32	-0.17	51	Kyrgyz Republic	3.36	-2.11
13	New Zealand	5.25	1.04	13	Malaysia	4.30	2.40	52	Ghana	3.34	-1.67
14	Belgium	5.14	0.24	14	Peru	4.29	-1.40	53	Cameroon	3.32	-2.78
15	Czech Republic	5.09	2.88	15	Kazakhstan	4.26	0.35	54	Tajikistan	3.30	8.57
16	Korea, Rep.	5.09	2.20	16	Turkey	4.26	2.48	55	Burundi	3.27	3.48
17	Canada	5.06	0.29	17	Thailand	4.24	1.93	56	Namibia	3.25	1.68
18	France	5.05	-0.55	18	Algeria	4.22	-1.22	57	Rwanda	3.24	-3.31

Источник: *The Inclusive Development Index 2018 | World Economic Forum: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf*

Заключение

Обобщая исследование, можно заключить, что реальное развитие экономики Армении невозможно без осуществления радикальных системных, социальных, политических и правовых реформ. В первую очередь, стране необходима демонополизация как власти, так и экономики. Как было сказано выше, высокая степень монополизации товарных рынков в Армении приводит к тому, что внутренние цены в стране устанавливаются в 2–3 раза выше, чем мировые. Это происходит ввиду того, что у нас крайне монополизирован рынок импорта, и доминирующее положение на рынке принадлежит 1–2 хозяйствующим субъектам. Следующей насущной проблемой экономики Армении является высокая степень коррумпированности страны, что было выявлено в ходе исследования. Поскольку нашей

стране присуща институциональная слабость, то это приводит к искажению рыночного механизма, что, в свою очередь, приводит к разрастанию теневой экономики и коррупции. Институты финансового посредничества также функционируют недостаточно хорошо ввиду того, что финансовая система нашей страны развивается однобоко.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Acemoglu D., James A. Robinson.* Why nations fail: the origins of power, prosperity, and poverty 1st ed: <http://norayr.am/collections/books/Why-Nations-Fail-Daron-Acemoglu.pdf>
2. *Maroukhyan H.* Foundation “Monopolies in Armenia”, PP. 39–40.
3. *Maroukhyan H.* Foundation “Monopolies in Armenia”.
4. Официальный сайт Государственной комиссии по защите экономической конкуренции: <http://competition.am>
5. «Corruption in Armenia», Policy Forum Armenia, October 2013, 73p. (pdf)
6. Transparency International Anticorruption Center: <http://transparency.am/en>
7. Официальный сайт Doing Business: <http://www.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/armenia/enforcing-contracts/>>
8. Enforcing contracts, Doing Business, p.91
9. Doing Business 2018. Equal opportunity for all, International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, <http://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB2018-Full-Report.pdf>
10. Freedom in the World 2015, Armenia: <https://freedomhouse.org/report/freedom-world/2015/armenia#.VUpi2vntmko>.
11. *Freedom in the World* Report. <https://freedomhouse.org/report-types/freedom-world#.VUo-2Pntmko>.
12. Transparency International Anticorruption Center: <http://transparency.am/en>
13. *Восканян М.А.* Проблемы и перспективы формирования институтов финансового посредничества на примере Армении: http://www.eabr.org/general/upload/docs/publication/magazine/no1_2012/n1_2012_7.pdf
14. The Inclusive Development Index 2018 | World Economic Forum, 25p. http://www3.weforum.org/docs/WEF_Forum_IncGrwth_2018.pdf

INSTITUTIONAL ANALYSIS OF LAGGING GROWTH OF ARMENIAN ECONOMY: ENDOGENOUS FACTORS OF GROWTH SLOWDOWN

E. Karapetyan, T. Igityan

ABSTRACT

In this paper an institutional analysis of endogenous factors of Armenia has been carried out, aiming to reveal the main reasons of the country's economic development lag. Particularly, the inclusive institutions have been studied which are the prime constituents, ensuring the economic growth and development. Also, a qualitative analysis of endogenous factors has been performed based upon world rankings. As a result of the conducted analysis the main institutional factors slowing down the economic development have been discovered. Moreover, possible ways of enhancing the position of Armenia in the world rankings and the provision of economic stability in general have been suggested.

Keywords: institutional factors, inclusive institutions, monopoly, corruption, Inclusive Development Index.

ՖԻՍԿԱԼ ԱՊԱԿԵՆՏՐՈՆԱՅՄԱՆ ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ

Ծ.Զ. Կարապետյան¹, Ա.Հ. Մուրադյան², Վ. Ա. Երանոսյան³

Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարան

*karapetyantsovinar@yahoo.com, arphikmuradyan@yahho.com,
vanymany@yahoo.com*

ԱՍՓՈՓՈՒՄ

Հոդվածը նվիրված է ֆիսկալ ապակենտրոնացման խորացման և դրա իրականացման գործընթացների գնահատմանը: Ամփոփվել են ՀՀ համայնքների եկամուտներ/ծախսեր ընդհանուր, ինչպես նաև մեկ շնչին ընկնող համապատասխան ցուցանիշները: Կատարվել է դրանց հարաբերակցության ուսումնասիրություն ու վերլուծություն: Բացահայտվել են առկա անհամաչափությունները: Մարզի օրինակով գնահատվել են առանձին համայնքների շեղումները մեկ շնչին ընկնող միջին ընդհանուր և սեփական եկամուտներից ու ծախսերից:

Հիմնաբառեր` համայնք, անհամաչափություն, եկամուտ, ապակենտրոնացում, բյուջե:

Տնտեսական ինտեգրման գործընթացները, որոնք ընթանում են փոփոխվող միջավայրում, անորոշությունը, տնտեսության բոլոր բնագավառներում տնտեսական հակասությունները և երբեմն` ընդունված որոշումների անհամապատասխանությունը համայնքային շահերին պատճառ են դառնում անհամամասնությունների ձևավորման և ազգային տնտեսության անկայունության: Կարևոր է դառնում տարբերակել բոլոր այդ գործոնները և ուսումնասիրել դրանց ազդեցության շրջանակները:

¹տնտ.գիտ. թեկնածու, դոցենտ, ²տնտ.գիտ. թեկնածու, դոցենտ, ³տնտ.գիտ. թեկնածու, ասիստենտ:

ՏԻՄ-երի լիազորությունների իրականացման օրենսդրորեն սահմանված կարգերի բացակայությունը լուրջ խոչընդոտներ է ստեղծում դրանց իրականացման համար պահանջվող ֆինանսական ռեսուրսների նվազագույն ծավալների որոշման, համայնքների առկա հնարավորությունների և լրացուցիչ պահանջվող ֆինանսական միջոցների ծավալների գնահատման համար: Իսկ ապակենտրոնացման տարբեր ուղղություններով կարգավորման առկայությունը մեծապես կնպաստի ՏԻՄ-երի լիազորությունների լիարժեք և արդյունավետ իրականացմանը, ինչպես նաև համայնքային բյուջեների մուտքային բազայի ընդլայնման բարեփոխումների պլանավորմանը և իրականացմանը: Ֆիսկալ ապակենտրոնացումը դիտարկվում է, որպես բյուջետային եկամուտներ ձևավորելու կամ ծախսեր իրականացնելու կարողությունների փոխանցում կենտրոնական կառավարությունից տեղական ինքնակառավարման մարմիններին: Տնտեսագիտական գրականության մեջ տարածված են ապակենտրոնացման երկու հիմնական մոտեցումներ: Առաջինն այն է, որ տեղական ինքնակառավարման մարմինները առավել մոտ են մատուցվող ծառայությունների շահառուներին: Սա հիմնված է այն ենթադրության վրա, որ տեղական իշխանությունները կունենան տեղական հանրային ապրանքների համար տեղական նախասիրություններն ավելի լավ հասկանալու հնարավորություն: Ըստ որոշ հեղինակների[5] ապակենտրոնացումը կարող է հասցնել կայունացման: Տնտեսագետների այլ խումբ պնդում է, որ ապակենտրոնացումը որևէ կապ չունի վերաբաշխման հետ, քանի որ այն կարող է լինել միայն կենտրոնական մակարդակում [2]: Վերաբաշխման գործառույթի մասին շատ գիտնականներ գտնում են, որ այն պետք է հանձնվի կենտրոնական կառավարությանը: Ավանդական այն տեսակետը, թե տեղական իշխանությունները չեն կարող իրականացնել վերաբաշխման գործառույթներ, բխում է այն հանգամանքից, որ արտադրության գործոնները՝ կապիտալը և աշխատանքը շարժունակ են [3]:

Ըստ երկրորդ մոտեցման հեղինակների, տեղերում մատուցվող ծառայությունները բնակչության կարիքներին մոտեցնելուն և արդյունավետության բարձրացմանը, բնակչության շարժունությանը և տեղական ինքնակառավարման մարմինների միջև մրցակցությանն են նպաստում:

Այս տեսակետի կողմնակիցները զարգացրել են այդ կարծիքը և բացահայտել են կապը ֆիսկալ ապակենտրոնացման մակարդակի և տնտեսական աճի միջև [4]:

ՀՀ ողջ տարածքում տնտեսական աճն ու կայուն մարդկային զարգացումը խոչընդոտվում են ոչ միայն սոցիալական և տնտեսական զարգացման մակարդակների շեղումներով ու անհամաչափություններով, մարզերի բնակլիմայական տարբերություններով, արտադրողական ու բնական ռեսուրսների անհամաչափ բաշխմամբ, այլ նաև ֆիսկալ ապակենտրոնացման թույլ հիմքերով: ՏԻՄ-երին օրենքով վերապահված լիզոնությունների իրականացման համար համապատասխան ֆինանսական միջոցներ հատկացնելու, ֆինանսական ինքնուրույնություն ապահովելու, սեփական ինքնուրույն քաղաքականություն վարելու նպատակով համայնքային բյուջեների մուտքերի և ելքերի ցանկը սահմանված է օրենքով, բյուջեի վարչական և ֆոնդային մասերով առանձին: Համաշխարհային բանկի ապակենտրոնացման ցուցիչները կոչված են ներկայացնելու երկրների քաղաքական, ֆինանսական և վարչական բնույթի համապատասխանությունների ընդհանուր բնութագիրը: Ցուցիչները կարող են օգտագործվել համաշխարհային, տվյալ երկրի և տեղական տնտեսություններում ապակենտրոնացման միտումները արտացոլելու համար: Յուրաքանչյուր չափորոշիչ ունի յուրահատուկ հատկանիշներ, հաջողության հասնելու նպատակներ և պայմաններ: Տեղական բյուջեների ծախսերի տեսակարար կշիռները տվյալ երկրի հանրային ծախսերում և համախառն ներքին արդյունքում (ՀՆԱ-ում) բնութագրում են այդ երկրում իշխանության ապակենտրոնացման աստիճանը: Եվրամիության անդամ երկրներում տեղական ինքնակառավարման միայն տեղական մակարդակի (առանց տարածաշրջանային մակարդակի)՝ տեղական բյուջեների ծախսերի տեսակարար կշիռների միջինը հանրային ծախսերում կազմել է 23.4%, իսկ ՀՆԱ-ում՝ 10.9% [10]: ՀՀ-ում այդ ցուցանիշները համապատասխանաբար կազմում են՝ 8.1% և 2.23 [1]:

Մեր կողմից ՀՀ ֆինանսների նախարարության «Պետական բյուջեի և Համայնքների բյուջեների 2010-2017թթ. ամփոփ հաշվետվությունների» արդյունքների [6] ուսումնասիրությունը վկայում է, որ թեև 2010-2017թթ.

պետական բյուջեի և համայնքային բյուջեների թե եկամուտները, թե ծախսերը (բացառությամբ՝ համայնքային բյուջեների 2017թ. համապատասխան ցուցանիշների), շարունակաբար աճել են, սակայն համայնքային բյուջեի եկամուտներ՝ պետական բյուջեի եկամուտներ հարաբերակցությունը մնացել է գրեթե նույն մակարդակի վրա (2010թ.-ի 10.9 տոկոսից 2017թ.-ին այն կրճատվել է 0,68 տոկոսային կետով՝ կազմելով 10,22 տոկոս): Նմանատիպ ցածր հարաբերակցություն է դրսևորել նաև համայնքային բյուջեի ծախսեր՝ պետական բյուջեի ծախսեր շարժընթացը: Ընդ որում, ծախսերի հարաբերակցության ցուցանիշն էլ ավելի ցածր է, քան եկամուտներինը, և 2016–2017թթ. գրանցել է զգալի անկում (2012թ. առավելագույն՝ 9.69 տոկոսի փոխարեն 2017թ.-ին այն կազմել է 8.27 տոկոս): Նշված հարաբերակցությունը ֆիսկալ ապակենտրոնացման առումով չի կարելի դրական գնահատել:

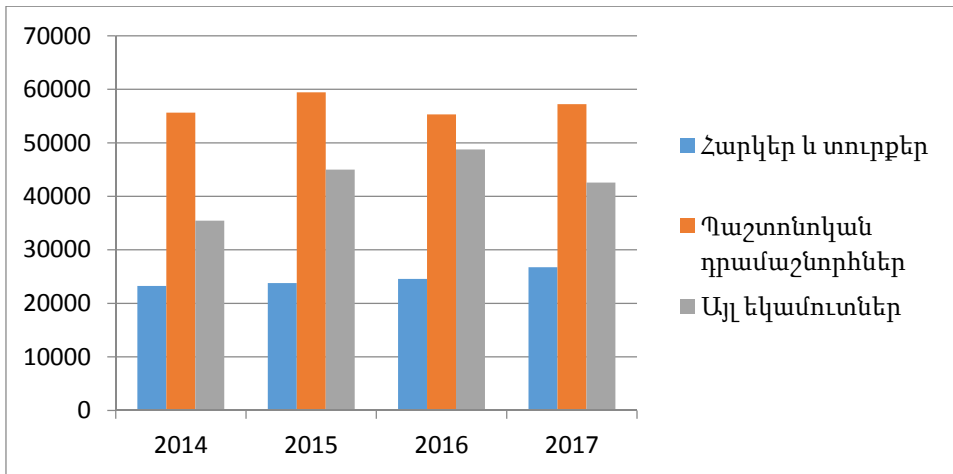
Ֆիսկալ ապակենտրոնացման մակարդակի գնահատման համար վերլուծել ենք նաև ՀՀ համայնքների (ներառյալ՝ Երևանի) բյուջեների փաստացի եկամուտների և ծախսերի շարժընթացը բնակչության մեկ շնչի հաշվով, ինչպես նաև Երևանի բյուջեի փաստացի եկամտի և ծախսերի ու մնացյալ համայնքների մեկ շնչի հաշվով եկամուտների և ծախսերի հարաբերակցությունը [6,7]: Կատարված հաշվարկների արդյունքները փաստում են, որ ՀՀ համայնքների (ներառյալ՝ Երևանի) բյուջեների փաստացի եկամուտը մեկ շնչի հաշվով 2010–2016թթ. շարունակաբար աճել է, մինչդեռ 2017թ.-ին որոշ չափով կրճատվել է: Ընդ որում, 2017թ.-ի կրճատումը տեղի է ունեցել միայն Երևանի բնակչության մեկ շնչին ընկնող եկամտի (2016թ.՝ 71882 դրամի փոխարեն 2017թ.- այն կազմել է 67335 դրամ) կրճատման հաշվին, մինչդեռ մնացյալ համայնքների եկամուտներն աճել են նաև 2017թ.-ին, հասնելով 28513 դրամի: Այդուհանդերձ, դիտարկվող ողջ ժամանակահատվածի ընթացքում Երևանի բնակչության մեկ շնչին ընկնող եկամուտը ՀՀ մյուս համայնքների համապատասխան ցուցանիշին գերազանցել է 2.36-ից (2017թ.) 2.8անգամ (2010թ.): Թեև Երևանի և մյուս համայնքների բնակչության եկամուտների անհամաչափությունը որոշ չափով կրճատվել է, սակայն այն դեռևս բավարար չէ համայնքների

համաչափ զարգացման մասին խոսելու համար: Ընդ որում, այս կրճատման վրա որոշակի ազդեցություն է ունեցել նաև ՀՀ բնակչության թվաքանակի կառուցվածքային փոփոխությունը: Այսպես, թեև վերջին տարիներին ՀՀ բնակչության ընդհանուր թվաքանակը շարունակաբար կրճատվել է, սակայն 2012-2017թթ.-ի ընթացքում Երևանի բնակչության թվաքանակն արձանագրել է աստիճանական աճի միտում, որն ավելի է խորացրել առանց այն էլ քաղաքակենտրոնացման բարձր մակարդակը ՀՀ-ում: Բնականաբար, այլ հավասար պայմաններում, բնակչության թվաքանակի աճը ենթադրում է մեկ շնչին ընկնող եկամուտների և ծախսերի կրճատում: Մեկ շնչի հաշվով ՀՀ համայնքների (ներառյալ՝ Երևանի) փաստացի ծախսերը ևս դրսևորել են նմանատիպ շարժընթաց. 2010–2016թթ. ընթացքում աստիճանաբար աճել են, իսկ 2017թ.-ին՝ կրճատվել: Կրճատումը դարձյալ տեղի է ունեցել Երևանի բնակչության մեկ շնչին ընկնող ծախսերի հաշվին: Այնուամենայնիվ, դիտարկվող ժամանակահատվածի ընթացքում ծախսերն ավելի արագ տեմպերով են աճել (165.2%), քան՝ եկամուտները (163.5%): Երևանի և մյուս համայնքների բնակչության մեկ շնչի հաշվով ծախսերի հարաբերակցությունը ևս զգալի է: Ընդ որում, ծախսերի գծով անհամաչափության ուղղությամբ դրական տեղաշարժը համեմատաբար մեծ է (2010թ.-ի 2.99 անգամից 2017թ.-ին՝ 2.34) քան եկամուտների: Բացի Երևանից, մյուս համայնքների բնակչության մեկ շնչին ընկնող ծախսերը ևս, դիտարկվող ժամանակահատվածում, աճել են ավելի արագ տեմպերով (178.6%), քան եկամուտները (173.7%):

Ֆիսկալ ապակենտրոնացման արդյունքների, համայնքների ինքնավարության ներուժի գնահատման համար կարևոր է նաև համայնքների եկամուտների կազմի և կառուցվածքի ուսումնասիրությունը, հատկապես սեփական եկամուտների մասնաբաժինը՝ ընդհանուր եկամուտներում (տես՝ Գծանկար 1):

ՀՀ համայնքների եկամուտների կազմի և կառուցվածքի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ եկամուտներում ամենամեծ մասնաբաժինն ունեն պաշտոնական դրամաշնորհները (2017թ. 45,2%): Թեև 2016թ.ին դրանց ծավալը որոշ չափով կրճատվել է, սակայն 2017թ.-ին

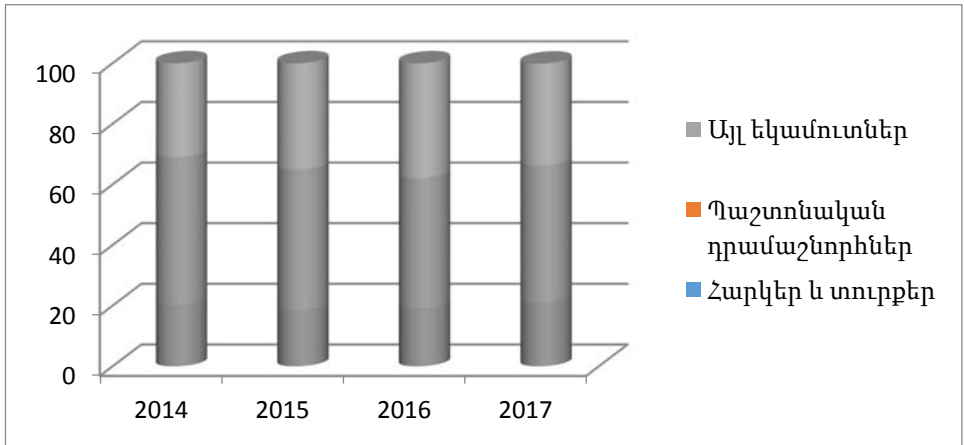
դրանք աճել են և 2014–2017թթ. կտրվածքով, թեկուզ չնչին չափով, այդուհանդերձ՝ աճել են (102,8%): Համայնքների եկամուտների կառուցվածքում այլ եկամուտները զբաղեցնում են երկրորդ տեղը (2017թ.՝ 33,6%):



Գծանկար 1. ՀՀ համայնքների եկամուտների կազմը 2014-2017թթ. (մլն.դրամ):

Այս եկամուտների մեջ ուրույն տեղ ունեն ապրանքների մատակարարումից և ծառայությունների մատուցումից ստացվող գումարները (այլ ծախսերի 72,4%), որոնց գերակշիռ մասը տեղական ինքնակառավարման մարմիններին պատվիրակված լիազորությունների իրականացման ծախսերի ֆինանսավորման համար պետական բյուջեից ստացվող միջոցներն են: Այս եկամուտները ևս 2017թ.-ին զգալիորեն կրճատվել են, սակայն դիտարկվող ժամանակահատվածի կտրվածքով աճել են ավելի քան 120 տոկոսով, ինչի արդյունքում համայնքների եկամուտների կառուցվածքում ապահովվել են որոշ աճ: Համայնքների սեփական եկամուտները, ճնշող մեծամասնությամբ, ապահովվում են տեղական հարկերից և տուրքերից, որոնց մասնաբաժինը համայնքների ընդհանուր եկամուտների մեջ 2014–2017թթ. տատանվել է 18,5–21,1 տոկոսի սահմաններում, ընդ որում, 2017թ.-ին ապահովվել է համեմատաբար ամենաբարձր մա-

կարդակը (տես՝ Գծանկար 2): Համայնքների ինքնավարության մակարդակի բարձրացման առումով նման տեղաշարժը կարելի է գնահատել դրական:



Գծանկար 2. ՀՀ համայնքների եկամուտների կառուցվածքը 2014–2017թթ. (%):

Համայնքների զարգացման անհամաչափության գնահատման նպատակով ուսումնասիրել ենք Տավուշի մարզի համայնքների մեկ շնչին ընկնող եկամուտները և ծախսերը: Իհարկե, մեր հետազոտ ուսումնասիրությունների ընթացքում նպատակ ենք հետապնդում ներառել ՀՀ բոլոր մարզերը, սակայն մեկ հոդվածի շրջանակներում նման վերլուծություն կատարելը շատ ծավալուն կլիներ: Տավուշի մարզի ընտրությունը պայմանավորված է սահմանամերձ համայնքների մեծ թվով, ինչպես նաև համայնքների խոշորացման ծրագրում այս մարզի ընդգրկվածության բարձր մակարդակով: Խոշորացման արդյունքում 2018թ. տվյալներով այս մարզում առկա են 24 համայնքներ, ընդ որում Բերդ համայնքում ներառված են նախկին 17, Նոյեմբերյանում՝ 9, Այրումում՝ 8, Դիլիջանում՝ 7, Կողբում՝ 2 համայնք: Տավուշի մարզպետարանի և ՀՀ տարածքային կառավարման և զարգացման նախարարության տվյալների օգնությամբ [11] կատարված հաշվարկներից ակնհայտ է, որ զգալի տարբերություններ գոյություն ունեն համայնքների մեկ շնչին ընկնող ինչպես եկամուտների, այնպես էլ ծախսերի միջև: Այսպես, մեկ շնչին ընկնող եկամուտների գծով

միջին մարզային ցուցանիշից բարձր մակարդակ են ապահովել ընդամենը 6 համայնք, ընդ որում, խոշորացված Այրում և Կողբ համայնքները 2017թ.-ին դարձյալ զգալիորեն ցածր եկամուտ են ապահովել: Ջարմանալիորեն, մեկ շնչի հաշվով ամենաբարձր եկամուտ գրանցել է բնակչության թվաքանակով ամենափոքր համայնքներից մեկը՝ Դիտավանը (46167 դրամ), որն ի դեպ աչքի է ընկնում նաև սեփական եկամուտների մեծ մասնաբաժնով (ընդհանուր եկամտի շուրջ 60%-ը սեփական եկամուտն է, այն դեպքում, երբ միջին մարզային ցուցանիշը ընդամենը 26% է): Տավուշի մարզի մեկ շնչին ընկնող եկամուտը (24776 դրամ) զգալիորեն տարբերվում է միջին հանրապետական (42569 դրամ), առավել ևս Երևան համայնքի (67335), ինչպես նաև առանց Երևանի՝ մյուս համայնքերի միջին հանրապետական (28513) համապատասխան ցուցանիշից:

Առավել անհամաչափ են Տավուշի մարզի համայնքների մեկ շնչին ընկնող սեփական եկամուտների միջև տարբերությունները: Այս դեպքում արդեն ոչ միայն Կողբ (4695,9), այլև Բերդ (5256 դրամ) և Նոյեմբերյան (6258,1) խոշորացված համայնքների սեփական եկամուտները որոշակիորեն քիչ են միջին մարզայինից (6372 դրամ): Մեկ շնչին ընկնող սեփական եկամուտների շեղումը միջին մարզայինից ըստ համայնքների առավել ակնհայտ է (մեկ շնչին ընկնող միջին մարզային սեփական եկամտի հարաբերությունը ամենափոքր սեփական եկամուտ ունեցող Ազատամուտ համայնքի եկամտին կազմում է շուրջ 3 անգամ), քան ընդհանուր եկամուտների միջին մակարդակից շեղումն է (մեկ շնչին ընկնող միջին մարզային եկամտի հարաբերությունը ամենափոքր եկամուտ ունեցող Ն.Ծաղկավան համայնքի եկամտին կազմում է ընդամենը 1.35 անգամ): Մեկ շնչի հաշվով ամենաշատ և ամենաքիչ եկամուտ ունեցող համայնքների եկամուտների հարաբերակցությունը կազմում է 2.5 անգամ, իսկ սեփական եկամուտների համապատասխան հարաբերակցությունը շուրջ 13 անգամ է: Սա խոսում է այն մասին, որ համայնքները միմյանցից զգալիորեն տարբերվում են սեփական եկամուտների ձևավորման հնարավորություններով և ունակություններով:

Տավուշի մարզի համայնքների մեկ շնչին ընկնող ծախսերի ուսումնասիրությունը ցույց է տալիս, որ, բնականաբար, ընդհանուր եկամուտների անհամաչափությամբ պայմանավորված, անհամաչափ են նաև ծախսերը: Ընդ որում, ծախսերի գծով շեղումը միջին մարզային մակարդակից համեմատաբար փոքր է (մեկ շնչին ընկնող միջին մարզային ծախսի հարաբերությունը ամենափոքր ծախս ունեցող Լուսաձոր համայնքի ծախսին կազմում է շուրջ 2.1 անգամ): Այդուհանդերձ, ծախսերի գծով ևս Տավուշի մարզի ցուցանիշը զգալիորեն ետ է մնում միջին հանրապետական ցուցանիշից: Այսպես, եթե ՀՀ համայնքների մեկ շնչին ընկնող միջին հանրապետական ծախսը կազմում է 41843 դրամ, ապա այն ավելի քան 1.7 անգամ գերազանցում է Տավուշի մարզի համապատասխան ցուցանիշին, իսկ Երևանից մարզը ետ է մնում 2.7 անգամ:

Այսպիսով, մարզի համայնքների զարգացման անհամաչափություններն ակնհայտ են, ինչը լուրջ մտահոգության տեղիք է տալիս: Ամփոփելով, կարող ենք գնահատել, որ դեռևս ֆինանսական ապակենտրոնացումը և համայնքների խոշորացումը նկատելի արդյունքներ չեն գրանցել: Իսկ ցանկալի արդյունքների համար տեղին է հիշել FAO-ի կողմից կատարված եզրակացությունը. Ապակենտրոնացումը արդյունավետ կլինի, եթե տեղական իշխանությունները հնարավորություն ունենան իրենց եկամուտների գերակշիռ մասը ստանալ տեղական մակարդակում: Անհրաժեշտ է կենտրոնական իշխանության կողմից գործառույթների փոխանցումը համաձայնեցնել այդ գործառույթների իրականացման ֆինանսավորման հնարավորությունների հետ: Հակառակ դեպքում ապակենտրոնացումը կարող է հիմնականում ձևական բնույթ կրել և տեղական իշխանությունների ֆինանսավորումը նախկինի նման մեծապես կախված կլինի կենտրոնական իշխանությունների բարի կամքից [8, 9]:

Կատարված վերլուծությունները վկայում են, որ ապակենտրոնացման խորացման հետագա քայլը պետք է լինի ծառայությունների մատուցման վրա կատարվող ծախսերի և ստացված եկամուտների միջև որքան հնարավոր է ամբողջական համաձայնեցման հասնելը: Դա նշանակում է, որ ապակենտրոնացումը պետք է ապահովի գործառույթների

Ֆիսկալապես չեզոք փոխանցում: Ֆիսկալ չեզոքության ապահովումը ենթադրում է իրականացնել տեղական իշխանության մարմիններին փոխանցվող ծառայությունների ամբողջական արժեքի նախնական գնահատում: Այդպիսի գնահատումը տեղական իշխանության մարմիններին փոխանցվող գործառույթների համալիրի և եկամուտների աղբյուրների շուրջ համաձայնության համար հիմք կտա: Ենթակառուցվածքների ֆինանսավորմանը և ապակենտրոնացմանն աջակցելու ամենակարճ ճանապարհը տեղական իշխանության մարմիններին ինչպես ծառայությունների մատուցման գործառույթների, այնպես էլ եկամուտների ստացման հնարավորությունների փոխանցումն է: Սակայն, հաճախ, կենտրոնական իշխանությունները դժկամությամբ են հրաժարվում հիմնական հարկատեսակների վերահսկողությունից, քանի որ այն ենթադրում է պետական բյուջեի եկամուտների որոշակի կորուստ: Իսկ տեղական իշխանության մարմինների մեծ մասն էլ խուսափում են ստանձնել հարկային վարչարարության հիմնական գործառույթները և չեն ցանկանում պարտադրել տեղական հարկերը, քանի որ նրանք չունեն նման հարկերի վարչարարության համապատասխան փորձ: Ֆինանսական ապակենտրոնացման խորացումը ենթադրում է տեղական եկամուտների նոր կայուն աղբյուրների ձևավորման անհրաժեշտություն:

Ներկա իրավիճակի գիտական վերլուծությունը, համապատասխան ցուցանիշների սահմանումը հնարավորություն կտա կառավարությանը ախտորոշել, համեմատել և բարեփոխել ֆիսկալ կարգավորման շրջանակները, ինչպես նաև գնահատել նախկինում իրականացված բարեփոխումների արդյունավետությունը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Տեղական ինքնակառավարումը Հայաստանում (2017թ.) / Խմբ.՝ Վ.Շահբազյան. Տ-300. Եր.: Աստղիկ, 2018. Գիրք 10, 264 էջ:
2. *Brennan G. and Buchanan J.M.*, 1980. *The Power to Tax: Analytical Foundations of a Fiscal Constitution.* London: Cambridge University Press, 278p.
3. *Ebel R.D. and Yilmaz S.*, 2003. *On the Measurement and Impact of Fiscal Decentralisation.* In *Public Finance in Developing and Transitional Countries*, ed Martinez-Vazquez and Alm. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.

4. *Martinez-Vasquez J. and McNab R.* 2003. Fiscal decentralisation, macrostability, and growth. Andrew Young School of Policy Studies, Working Paper. 05-06.
5. *Tanzi V.* 1996: Fiscal Federalism and Decentralisation: A Review of Some Efficiency and Macroeconomic Aspects. PP.301-307.
6. Հայաստանի Հանրապետության Ֆինանսների նախարարություն՝ Պետական բյուջեի և Համայնքների բյուջեների 2010–2017թթ. ամփոփ հաշվետվություններ, <http://www.minfin.am/hy/page/hashvetvutyunner/>
7. Հայաստանի վիճակագրական կոմիտե, Հրապարակումներ ըստ թեմաների՝ 2010–2017թթ., <https://www.armstat.am/am/?nid=81>
8. http://www.fao.org/sd/LTdirect/ltstudies_en.htm
9. http://www.fao.org/sd/IN1_en.htm
10. http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=gov_10a_main&lang=en
11. <http://tavush.mtad.am/about-communities/>, Tavush_ekamut_tarekan2017

ПРОЦЕССЫ ФИСКАЛЬНОЙ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ В АРМЕНИИ

Շ. Կարապետյան, Ա. Մուրադյան, Վ. Երանոսյան

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам углубления фискальной децентрализации и процессу ее осуществления. Суммируются общие доходы / расходы общин РА, а также соответствующие показатели на душу населения. Проведено исследование и анализ их корреляции. Выявлены существующие диспропорции. На примере одного марза оценены отклонения показателей отдельных общин по среднему доходу на душу населения и собственных доходов и расходов.

Ключевые слова: община, неравенство, доход, децентрализация, бюджет.

PROCESSES OF FISCAL DECENTRALIZATION IN ARMENIA

T. Karapetyan, A. Muradyan, V. Eranosyan

ABSTRACT

The article focuses on the fiscal decentralization deepening and its implementation processes. Total revenues / expenditures ratios of the RA communities, as well as the respective per capita indices are summarized. There has been a study and analysis of their correlation. The existing disparities have been revealed. Deviations of individual communities from the average total per capita and its own revenues and expenditures have been assessed with the case of province.

Keywords: community, disproportion, income, decentralization, budget.

ВОЗМОЖНОСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ЭСТОНСКОЙ МОДЕЛИ НАЛОГА НА ПРИБЫЛЬ В АРМЕНИИ

Л.А. Мнацаканян, А.Д. Аветисян

*Российско-Армянский университет
Институт экономики и бизнеса*

mnatsakanyan.lida@gmail.com, aniavetisyan18.95@gmail.com

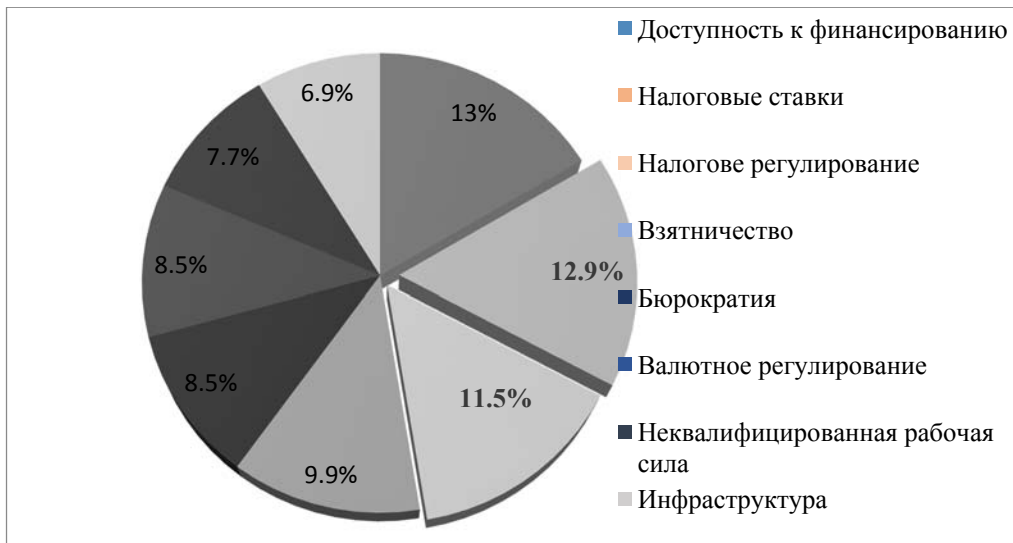
АННОТАЦИЯ

С целью определения целесообразности и возможности применения эстонской модели налога на прибыль в РА, был проведен сравнительный анализ между нашей и эстонской моделями и проведена подробная характеристика ее объектов налогообложения. В итоге, были выведены ключевые различия, основные проблемы, а также выявлены положительные и отрицательные стороны функционирования эстонской модели в случае ее действия в наших реалиях. В заключении, на основе проведенной работы, приводятся все аргументы «за» и «против».

Ключевые слова: налог на прибыль, эстонская налоговая модель, распределенная прибыль, налогооблагаемая база.

Введение

Перед каждым государством стоит задача решения вопроса оптимального уровня налогов, который должен как обеспечивать покрытие государственных расходов, так и не подрывать экономическую активность и заинтересованность в развитии различных сфер экономики. Налог на прибыль является одним из ключевых видов налога, влияющий на поведение компаний, а также на инвестиционный климат в целом. Так, рассмотрев результаты отчета о глобальной конкурентоспособности, видим, что существенную долю по преграде развития бизнеса составляют налоговые ставки и регулирование (График 1).



Источник: <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport>

График 1. Факторы, сдерживающие развитие бизнеса (в %-ах).

Касательно Армении, в последнее время все чаще говорится о необходимости модернизации налоговой системы РА. Исходя из анализа различных налоговых моделей, в данной статье сделана попытка выяснения возможности применения эстонской модели в Армении как одной из самых успешно работающих моделей на сегодняшний день.

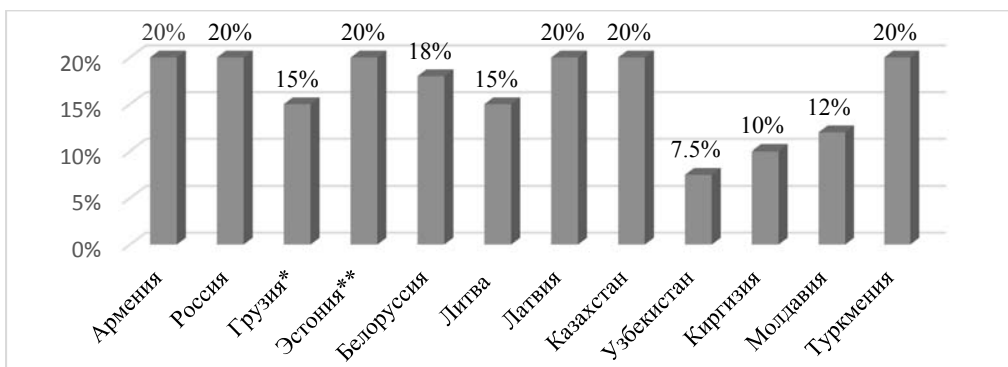
В РА, согласно Налоговому кодексу, налог на прибыль, относящийся к категории прямых налогов является одним из семи налогов. Он рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{облагаемая прибыль} = \text{валовый доход} - \text{вычеты} > 0.$$

Годовая ставка по налогу на прибыль составляет 20%, которая не изменялась с тех пор, как была внедрена¹. Нет никаких аргументаций и пояснений в связи с данным размером ставки. В связи с тем, что расчет довольно неоднозначный, а именно: имеется большой список категорий расходов и потерь, вычитываемых из базы налогообложения, что создает возможности для манипулирования прибылью, тем самым, давая возможность уклонения от уплаты налогов.

¹ Официальный сайт Комитета государственных доходов при Правительстве РА: <http://www.petekamutner.am/Content.aspx?itm=tsTIProfitTax>

Для представления общей картины на графике 2 представлены ставки по странам СНГ. Безусловно, отдельного внимания заслуживает Эстония, где основным налоговым объектом является распределенная прибыль. В 2005 году в Эстонии ставка налога снизилась с 26% до 24%, в 2006 году до 23% и до 20% в 2007 году.



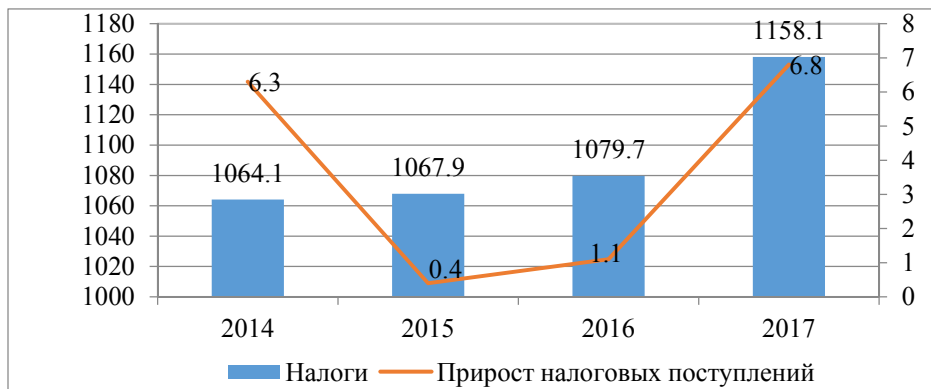
Источник: <https://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>

График 2. Ставки по налогу на прибыль в странах СНГ.

Касательно Армении необходимо отметить тот факт, что в действительности налоговые поступления за последние года возросли (График 3). Налоговые доходы составили 1158.1 млрд. драм. РА, превзойдя прошлогодние результаты за тот же период на 6,8%. Однако для качественного анализа необходимо выяснить причины такого роста, в связи с чем необходимо рассмотрение относительных показателей.

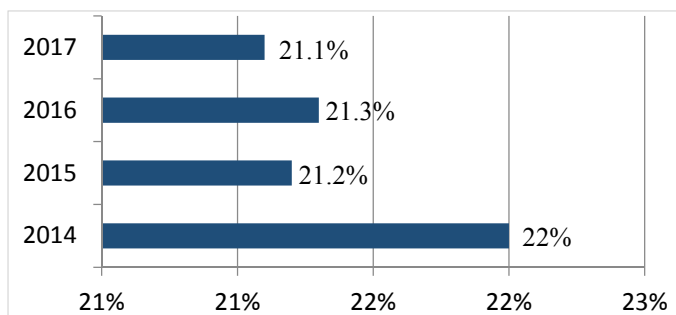
Так, посмотрев налоговые доходы в соотношении с ВВП, никакого роста не увидим (График 4). При рассмотрении соотношения налоги/ВВП по видам налога (График 5) видим, что наибольшую долю составляет НДС, вторым местом идет налог на доход. А налог на прибыль по величине поступлений находится только на третьем месте, являясь при этом наиболее спорным видом налога, а также наиболее затратным. Во-первых, доходы компаний суммируются из разных видов доходов, но использование одних и тех же расчетов для различных видов доходов довольно сложное. Затраты, вычитаемые из дохода, с экономической точки зрения, не всегда

удается правильно оценить. Бесспорно, для стимулирования экономической деятельности в Армении действуют льготы по данному виду налога для тех или иных налогоплательщиков.



Источник: <http://gov.am>

График 3. Динамика налоговых поступлений.

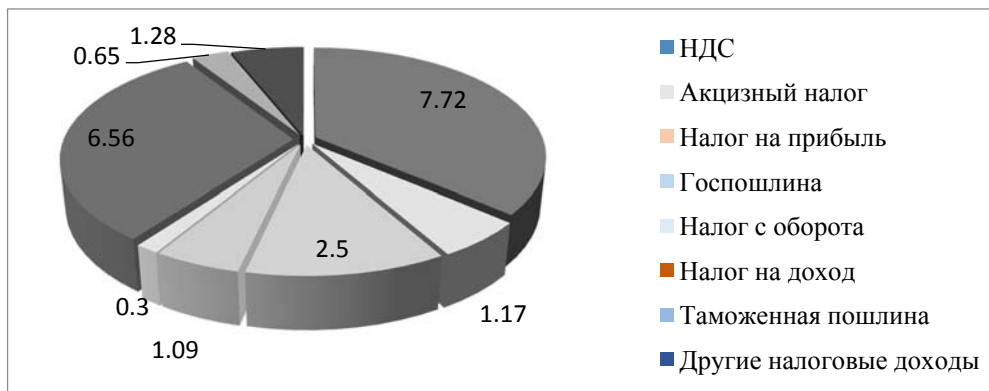


Источник: <http://gov.am>

График 4. Налоги/ВВП.

Однако, учитывая особенности нашей страны, в частности, высокий уровень коррумпированности, наличие блата, преобладание неформальных институтов и пр., – вопрос того, кто получает льготы и каким образом рассчитывается размер льгот, вызывают серьезные вопросы, недовольство и усиливают напряженность среди налогоплательщиков, желание уклонения от уплаты налога. Все это приводит к усложнению определения базы налога на прибыль. При этом, в Армении, помимо налога на прибыль, в случае выплаты дивидендов уплачивается также и налог с дивидендов, тем

самым значительно увеличивая налоговую нагрузку. В итоге, желание избежать уплаты налогов растет, что приводит к искажению экономических данных, тем самым снижая эффективность государственной политики.



Источник: <http://www.armstat.am>

График 5. Показатель налоги/ВВП по видам налогов.

Так же одновременно снизились поступления от налога на прибыль от иностранных инвестиционных компаний, финансовых учреждений, а также других компаний, соответственно, на 6,8%, 50,2%, 0,7%.²

Таким образом, по проанализированным данным можно выделить следующие существенные недостатки налога на прибыль:

Налог на прибыль сдерживает экономический рост.

Корпоративная налоговая система, в первую очередь, влияет на экономический рост за счет воздействия на инвестиции и предпринимательский риск в экономике. Как мы знаем, инвестиции в бизнес включают в себя ряд таких расходов, как инвестиции в материальный капитал и инвестиции в нематериальный капитал (НИОКР). И, безусловно, данные инвестиции, связанные с риском, сегодня требуют предварительного расходования средств в ожидании будущей прибыли. Корпоративные подоходные налоги влияют как на размер, так и на местоположение инвестиций в биз-

² Официальный сайт Комитета государственных доходов при Правительстве РА: http://www.petekamutner.am/Shared/Documents/Publications/th_annual_report2016.pdf

нес. Логично, что корпорации предпочитают инвестировать в проекты с наиболее высокими ставками прибыли после уплаты налогов. Следовательно, различия в корпоративном подоходном налоге в разных странах могут сыграть важную роль в объеме инвестиций в бизнес, осуществляемых в каждой стране. Таким образом, экономический рост может быть усилен за счет налоговой системы со стабильными и постоянными правилами, которые снижают риски для предприятий, осуществляющих долгосрочные инвестиции. Общий анализ корпоративного подоходного налога в различных странах мира (как в промышленно развитых, так и в развивающихся странах) показывает, что корпоративный подоходный налог снижает ВВП, снижает производительность труда, снижает внутренние инвестиции отечественных и иностранных компаний. Так, ОЭСР назвала корпоративный подоходный налог худшим типом налога для экономического роста, поскольку они препятствуют деятельности фирм, которые наиболее важны для роста: инвестиции в капитал и повышения производительности³.

Налог на прибыль сокращает трудовые доходы.

Поскольку корпоративный подоходный налог взимается с корпораций, а не с физических лиц, распространенное неправильное представление состоит в том, что налог несут корпорации. Однако корпорации – это просто юридические лица. Корпоративный налог – это скрытый налог, который каким-то образом падает на отдельных лиц в качестве работников, потребителей и вкладчиков. Об этом очень хорошо были сказано Лора Тайсон: «На протяжении многих лет общепринятая мудрость заключалась в том, что корпоративный подоходный налог был главным образом связан с владельцами капитала в виде более низких доходов. Теперь, имея больше мобильного капитала, работники несут большую нагрузку в виде более низкой заработной платы и производительности, поскольку инвестиции движутся по всему миру в поисках лучшего налогового режима и более высокой прибыли»⁴.

Характеристика эстонской налоговой модели.

Система налогообложения корпоративной прибыли, введенная в 2000 году в Эстонии, действительно, заслуживает внимания. В рамках

³ OECD, Tax Policy Reform and Economic Growth, 2010.

⁴ <https://economix.blogs.nytimes.com/2011/04/08/the-logic-of-cutting-corporate-taxes/>

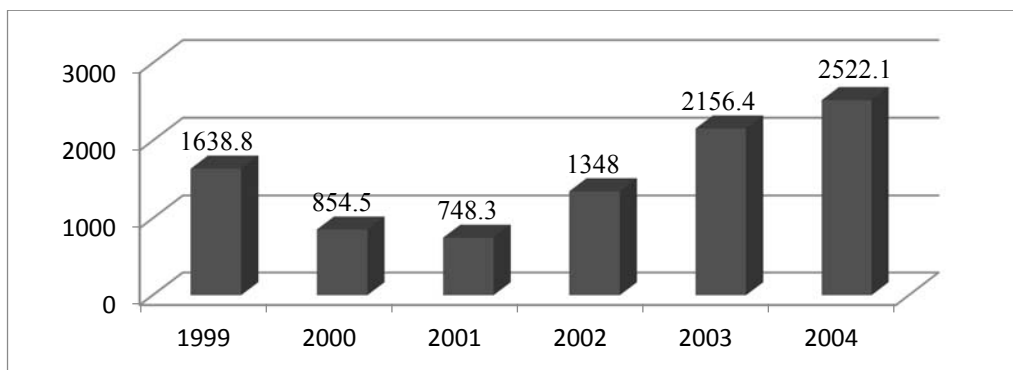
этой системы реинвестированная прибыль не облагается налогом, а налогообложению подлежит только распределенная прибыль. Таким образом, налогообложение смещается с момента получения прибыли до момента распределения прибыли между владельцами капитала. Согласно налоговой модели Эстонии, объектом налогообложения является фактическое осуществление следующих выплат:

- дивиденды и другие виды распределения прибыли (включая разницу между ценами);
- подарки, пожертвования и представительские расходы, превышающие максимальную сумму, определенную в налоговом кодексе;
- расходы и платежи, не связанные с бизнесом;
- бесплатная поставка товаров, услуг и/или перевод средств.

В первую очередь, отметим положительные стороны модели. Так, до введения нулевого налога на реинвестированную прибыль в Эстонии существовали амортизационные отчисления – до 8% для зданий и 40% для оборудования. Поскольку с 2000 года не существует налогообложения прибыли как такового, нет необходимости в амортизационных отчислениях.

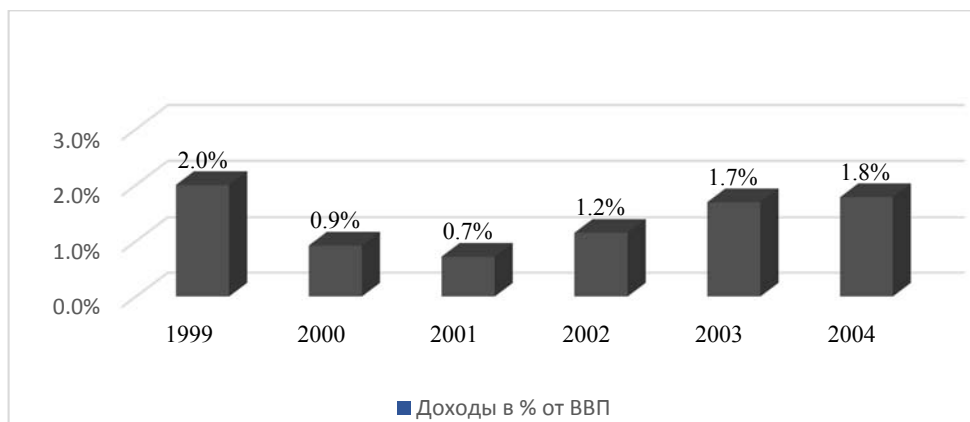
Безусловно, модель необходимо рассматривать в краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном периодах. Так, в первые годы после введения нулевого корпоративного налога на реинвестированную прибыль доходы от этого налога в консолидированном бюджете сократились почти в два раза. В 1999г. доходы составили 1638,8 млн. крон, в 2000 и 2001гг. доходы составили 854,5 и 748,3 млн. крон, соответственно (График 6).

Однако снижение налоговых поступлений оказалось непродолжительным, т.к. уже через три года, в 2004 году, налоговые поступления от корпоративного налога возросли почти в четыре раза и достигли 2522 млн. крон. Такую же тенденцию можно наблюдать в доходах от корпоративного налога в процентах от ВВП (График 7).



Источник: Статистическое управление Эстонии.

График 6. Доходы от корпоративного налога, млн. крон.



Источник: Статистическое управление Эстонии.

График 7. Доходы от корпоративного налога, доля ВВП.

Касательно инвестиций, в 1999 году прямые иностранные инвестиции в Эстонии составили 284 млн. евро. В следующем году, когда был введен нулевой корпоративный налог, они достигли 424 млн. евро, а в 2004 году – 838 млн. евро. В течение пяти лет иностранные инвестиции увеличились в три раза. Наибольший прирост зафиксирован реинвестированной прибылью. В то время, как в 1999 году 46 млн. евро были реинвестированы, в 2004 году, эта сумма достигла 573 млн. евро (увеличился в 12 раз всего за 5 лет). Чистые прямые инвестиции, измеряемые как объем иностранных инвестиций в Эстонии, за вычетом объема эстонских инвестиций

за рубежом, также значительно увеличился. В 1999 год они составили 205 миллионов, а в 2004 году они достигли 621 миллиона (увеличение в 3 раза) (Таблица 1).

Таблица 1. ПИИ, млн. евро.

	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Прямые инвестиции в Эстонии	284.3	424.7	602.7	306.8	822.2	838.0
Уставный капитал	163.1	250.9	232.7	52.5	340.6	296.5
Реинвестированная прибыль	46.1	116.0	247.9	215.4	409.5	573.0
Другие	75.0	50.9	123.1	67.0	94.2	-40.9
Инвестиции за рубежом	-79.2	-66.7	-225.5	-139.9	-137.4	216.5
Прямые инвестиции (нетто)	205.0	358.0	377.2	166.9	685.0	621.5

Источник: ЦБ Эстонии.

А что касается экономического роста, то после введения нулевого корпоративного налога на реинвестированную прибыль экономический рост почти удвоился и достиг 7,22% за период с 2000 по 2004гг. Это свидетельствует о сильном темпе экономического роста в период после введения нулевого корпоративного налога на реинвестированную прибыль. Объяснение этому может быть основано на так называемой «кривой Лаффера», которая показывает, как сокращение налогов может привести к увеличению доходов бюджета из-за динамических эффектов – большего объема инвестиций, производства и налогооблагаемого дохода. Именно к такому выводу и пришло правительство Эстонии в «Национальном отчете по экономической реформе 2004г.». Таким образом, мы видим наглядный пример Эстонии, где более низкие налоги способствуют экономическому росту и увеличению бюджетных доходов государства.

Однако, несмотря на вышеперечисленное, данная модель имеет определенные недостатки. Так, в рамках налогового администрирования наблюдается так называемая «амбивалентная позиция», так как, с одной стороны, налоговое администрирование относительно упрощено в соот-

ветствии с взаимосвязью финансовых и налоговых систем учета, но усложняется из-за ежемесячной декларации с точки зрения интенсивности. Также, помимо того, что модель стимулирует компании экономить финансовые ресурсы от прибыли до ее распределения, но в некоторых случаях – наоборот усугубляет налоговую нагрузку (в отношении контролируемых и аналогичных операций). А в случае малого бизнеса многие компании и вовсе могут оказаться вне зоны пользования преимуществами данной модели в связи с наличием небольших доходов, которые не реинвестируются в связи с надобностью покрытия первичных личных потребностей.

Сравнительный анализ армянской и эстонской налоговых моделей.

Для экономики Армении, которая стремится привлечь иностранные инвестиции, особенно важно провести качественный и количественный анализ эстонской модели, где, как было выявлено выше, результаты влияния модели на инвестиционную деятельность и, в целом, на экономический рост наблюдались в среднесрочном периоде (примерно через 2–3 года). На основе осуществленного анализа мы выделили следующие основные отличительные черты армянской и эстонской модели налога на прибыль:

1. Армянская модель фокусируется, прежде всего, на формировании финансовых результатов бизнеса т.е. на получении прибыли, в то время как эстонская модель фокусируется на распределении финансовых результатов (процессов).
2. Согласно нашему методу, все хозяйствующие субъекты (предприятие-резидент и постоянное учреждение предприятия-нерезидента) являются налогоплательщиками, если они не подлежат освобождению от соответствующего налогообложения, тогда как, согласно эстонской модели, налогообложение не применяется к коммерческим банкам, микрофинансовым организациям, страховым компаниям, ломбардам.
3. Разница между валовым доходом и вычитаемыми расходами является объектом налогообложения в Армении, в связи с чем основное внимание уделяется полному налогообложению доходов и правиль-

ному механизму для вычета расходов, в то время как эстонская модель полностью сосредоточена на механизме налогооблагаемых выплат/ расходов и компенсирующих/вычитаемых средствах.

4. В нашем случае декларация представляется ежегодно, в то время как эстонская модель предусматривает ежемесячную декларацию, основанную на налогооблагаемых выплатах (соответственно, в случае отсутствия налогооблагаемой выплаты нет необходимости представлять декларацию).
5. Наша модель в основном ориентирована на налоговый учет, в то время как эстонская модель взаимосвязана с системами финансового и налогового учета (например, игнорируются постоянные и временные разницы, вызванные амортизацией и другими аналогичными ситуациями).
6. Наша модель использует так называемый «механизм планирования потерь» (продления) в виде вычета потерь прошлых лет из прибыли, которая должна быть получена в последующие годы, которая уже по определению не может быть в эстонской модели.

Для наглядности в приложении представлена таблица, в которой рассматриваемые модели представлены в сравнении.

Таким образом, на основе сравнительного анализа традиционной модели с эстонской моделью и характеристик ее объектов налогообложения мы оценили положительные и отрицательные аспекты функционирования эстонской модели в Армении (Таблица 2).

Таблица 2. Позитивные и негативные стороны налоговой модели Эстонии применительно к Армении.

Позитивные стороны	Негативные стороны
Упрощение налогового администрирования (с точки зрения взаимосвязи финансового и налогового систем учета)	Сложное налоговое администрирование (с точки зрения процедуры ежемесячной декларации)
Поощрение и стимулирование реинвестирования	Снижение операционной ликвидности (ежемесячный отток денежных средств в виде подоходного налога с предприятий)

Экономия финансовых ресурсов от создания прибыли до их распределения	Рост налоговой нагрузки в некоторых случаях
Аннулирование текущих платежей	Отмена механизма реструктуризации потерь
Возможность возмещения корпоративного подоходного налога, уплаченного в предыдущие годы(2008–2016)	«Асимметричное» налогообложение организаций по сравнению с предприятиями

Источник: составлено авторами.

Заключение

В данной статье мы проанализировали текущее состояние и эффективность действующего налога на прибыль в Армении. Показав необходимость в изменениях, мы рассмотрели эстонскую модель налога на прибыль, выявили преимущества и недостатки. Проведя сопоставительный анализ с Эстонией, мы пришли к выводу о возможности применения данной модели с корректировками и изменениями для Армении. В статье были также выявлены ключевые проблемы касательно использования эстонской модели. Однако необходимость в проведении изменений превысила все проблемы и возможные препятствия. Исходя из объективных данных, процесс модернизации налога на прибыль должен быть запущен и заменен налогом на распределенную прибыль.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Сравнение армянской и эстонской налоговых моделей.

Критерий	Армянская модель	Эстонская модель
Акцент на финансовом результате	Получение фин. результатов	Распределение фин. результатов
Налогоплательщик	Каждое предприятие	Каждое предприятие (кроме финансовых учреждений и других хозяйствующих субъектов)
Цели налогообложения	Налогооблагаемая прибыль	Налогооблагаемые расходы

Период предоставления декларации	Каждый год	Каждый месяц
Процентная ставка	20%	20% (20/80)
Ориентированность	На налоговый учет	На взаимосвязь финансовой и налоговой учетов
Планирование убытков (продление)	Разрешается	Нет
Расходы, не подлежащие вычету	Не зачислены в вычеты и таким образом были взяты	Принадлежат к вычитаемым расходам и таким образом взимаются
Льготы/освобождение	Определенные компании	При реинвестировании каждому предприятию
Налогообложение организаций	Предусматривается (в некоторых случаях)	Не как с предприятий (т.е. взимается в соответствии с ранним правилом)

Источник: составлено авторами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Комитета государственных доходов при Правительстве РА: <http://www.petekamutner.am/Content.aspx?itn=tsTIPProfitTax>
2. <https://home.kpmg.com/xx/en/home/services/tax/tax-tools-and-resources/tax-rates-online/corporate-tax-rates-table.html>
3. <http://www.armstat.am>
4. Официальный сайт Комитета государственных доходов при Правительстве РА: http://www.petekamutner.am/Shared/Documents/Publications/th_annual_report2016.pdf
5. OECD, Tax Policy Reform and Economic Growth, 2010.
6. <https://economix.blogs.nytimes.com/2011/04/08/the-logic-of-cutting-corporate-taxes/>
7. <http://gov.am>
8. <http://www3.weforum.org/docs/GCR20172018/05FullReport>
9. Статистическое управление Эстонии.

THE POSSIBILITY OF APPLYING THE ESTONIAN MODEL OF CORPORATE INCOME TAX IN ARMENIA

L. Mnatsakanyan, A. Avetisyan

ABSTRACT

In order to determine the feasibility and applicability of the Estonian system of taxation of corporate profits in Armenia was carried out a comparative analysis between our and Estonian models and a detailed description of the characteristic of objects of the taxation was carried out. As a result, were identified key differences, main problems, and also positive and negative aspects of the functioning of the Estonian model in the case of its action in our realities. In conclusion, based on the paper, all the arguments for and against are given on the basis of which we conclude that it is advisable to replace the corporate income tax with a tax on distributed profits.

Keywords: Corporate income tax, the Estonian tax model, distributed profit, the tax base.

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВНЕДРЕНИЯ ОМС НА ОБЪЕМ ПОТРЕБЛЕНИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

А.Г. Рубенян

Российско-Армянский университет

ani.rubenyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье приведен анализ существующего уровня потребляемых медицинских услуг в Республике Армения. На основе анализа статистических показателей дана оценка влияния внедрения программы ОМС на объем потребления медицинских услуг. Прогнозируемый рост потребления медицинских услуг при внедрении ОМС может достигнуть 72% за 3 года, что приблизительно равно 20% в год.

Ключевые слова: медицинские услуги, потребление, расходы, страхование.

Введение

Вопрос внедрения обязательного медицинского страхования в Армении сегодня стоит актуально, как никогда ранее. Несмотря на то, что показатели состояния здоровья населения в целом хорошие по мировому стандарту, армянская действительность стоит перед серьезной проблемой – высокой долей прямой формы оплаты. 62% прямых платежей (в среднем с 1995 года по 2013гг.) являются угрозой для стабильного развития нации. Эффект преобладания прямых платежей спустя десятки лет ощутим на здоровье нации с большим лагом, кумулятивно отражаясь на здоровье и социальной стабильности. Прямые платежи преобладают, во-первых, по причине того, что базовый пакет не включает широкий спектр услуг, а во-вторых, даже присутствующие в базовой программе услуги не всегда можно получить в качественном виде без неформальных платежей. Деструк-

тивная роль прямой оплаты состоит в следующем: риск разорения, обеднение, откладывание походов к врачу, ухудшение состояния здоровья, что по замкнутому кругу приводит к меньшей трудоспособности, меньшей продуктивности, меньшим доходам. В первую очередь, страхование поможет справиться с финансовыми трудностями, возникающими на пути к получению медицинских услуг.

В контексте внедрения ОМС актуально проведение анализа динамики уровня потребления медицинских услуг. Компонента «потребление» обладает одним из наибольших мультипликативных эффектов в составе совокупного спроса. Это означает, что оценка уровня потребления медицинских услуг важна для оценки влияния внедрения ОМС на экономический рост.

Таким образом, основной задачей данной работы является оценка изменения уровня потребления медицинских услуг. В основе методологии данной работы лежит применение таких подходов, как анализ и сравнение. Обработка базы данных основывалась на статистических и математических методах: описание и оценка показателей, графическое отображение.

Международные исследования, проведенные в данной области, указывают на то, что незастрахованные с меньшей вероятностью обращаются в медицинские учреждения за профилактической и диагностической медицинской помощью. Наблюдается смещение в сторону потребления стационарных медицинских услуг, незастрахованные обращаются в медицинские учреждения в своем большинстве в случае серьезных осложнений¹. Множество исследований, в частности, одно из которых было проведено на основе базы данных американских медицинских центров застрахованных и незастрахованных граждан, была выявлена закономерность большего потребления медицинских услуг со стороны застрахованных². Из сравнительно новых исследований на национальном уровне следует выделить опыт Тайланда. После внедрения ОМС (2013г.) визиты в больницы увеличились на 2%, а визиты в первичное звено – на 13%.³

¹ *Anderson M., Dobkin C., Gross T.* The Effect of Health Insurance Coverage on the Use of Medical Services / *American Economic Journal: Economic Policy* 2012, 4(1): 1–27.

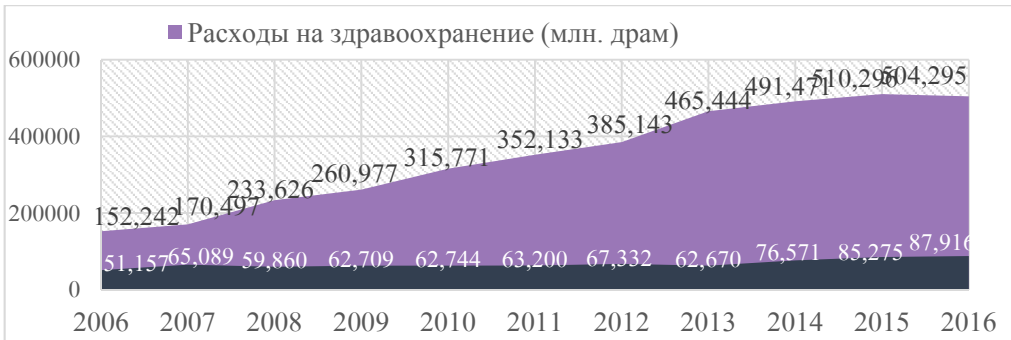
² *Marco A., Castaneda, Meryem S.* The Health Conditions and the Health Care Consumption of the uninsured. *Health Econ Rev.* 2016; 6: 55.

³ *Ghislandi S. Wanwiphang Manachotphong, Viviana M.E. Perego* // *The Impact of Universal Health Coverage on Healthcare Consumption and risky behaviours: evidence from Thailand.*

Несомненно, преобладающее потребление со стороны застрахованных связано стак называемой проблемой “moralhazard”⁴. Однако в случае с Арменией есть косвенные доказательства того, что существует большой объем отложенного спроса на медицинские услуги, в частности, со стороны мало обеспеченных слоев населения. Поэтому на данном этапе проблема “moralhazard” не является решающим фактором на прогнозирующее увеличение потребления медицинских услуг.

Здравоохранение РА и актуальность внедрения ОМС

Проблема адекватного финансирования здравоохранения и выбора оптимального механизма финансирования актуальна в Армении больше всего. Расходы на здравоохранение по отношению к ВВП за 2017 год составили около 9%, как и в 2016 году. Преобладающая доля финансирования, в среднем 81% (Рис. 1), осуществляется посредством частных механизмов, тем самым уменьшая роль государства и увеличивая нагрузку на частный сектор, что характерно для стран, в которых нет национальной схемы страхования. При этом соотношение частных расходов к государственным имеет тенденцию к стабильному росту, как видно из Рис. 1.



Источник: составлено автором на основе данных Национального института здравоохранения РА.

Рисунок 1. Распределение расходов на здравоохранение.

В годовом разрезе расходы на здравоохранение на душу населения составляют порядка 170 000 драмов, из которых, соответственно, около

⁴. Yang Zh., Donna B. Gilleskie, Edward C. Norton. Health Insurance, Medical care and Health Outcomes: A Model of Elderly Health Dynamics. 2007.

140 000 приходится на частный сектор (Рис. 2). Однако здесь решающим фактором является не столько соотношение частных и государственных расходов, сколько сама структура расходов.

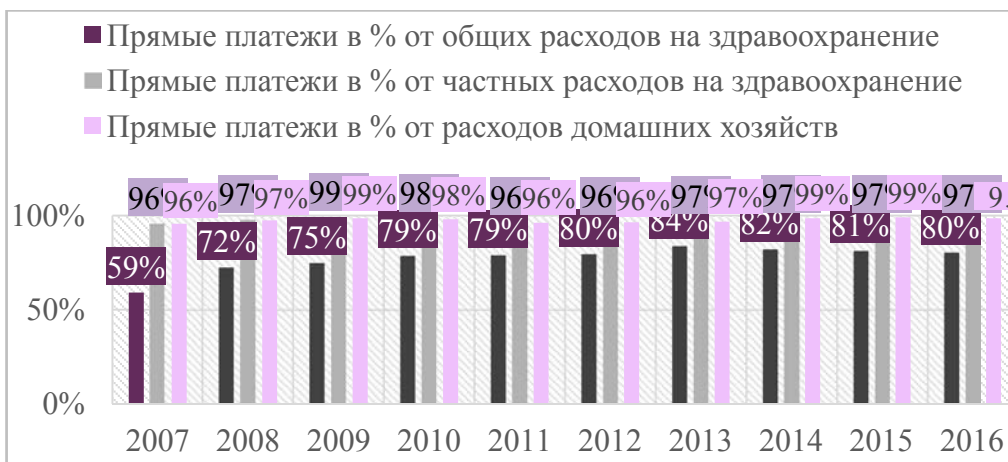


Источник: составлено автором на основе данных Национального института здравоохранения РА.

Рисунок 2. Распределение расходов на здравоохранение на душу населения.

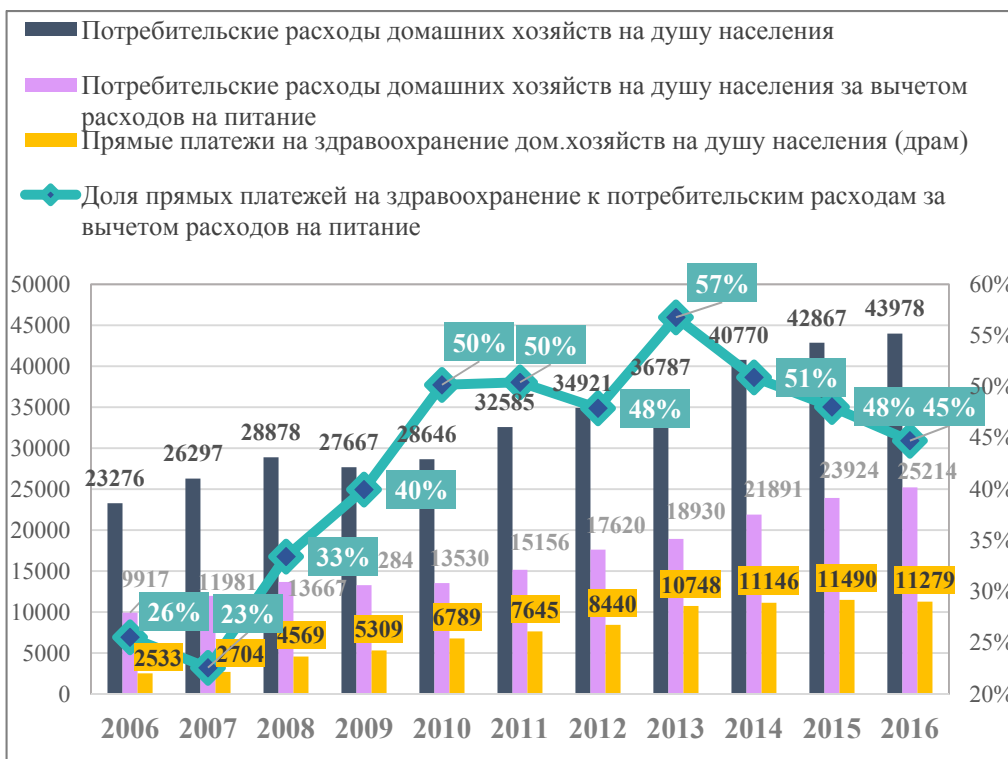
Структура частных расходов на здравоохранение выражен преобладающим большинством прямой формы оплаты услуг (Рис. 3). Так, прямые расходы, являющиеся индикатором неэффективного финансирования, по отношению к общим расходом на здравоохранение составляют в среднем 76%, по отношению к частным расходам, которые, согласно статистическим данным, можно отождествить с расходами домашних хозяйств, прямые расходы достигают в среднем 97%.

Такие показатели указывает на высокую уязвимость населения к личному финансовому банкротству, вызванному отсутствием предоплатной системы оплаты медицинских услуг и сглаживанию расходов во времени. Согласно статистике, доля прямых платежей на здоровье у домашних хозяйств по отношению к потребительским расходам, за вычетом расходов на питание, в среднем составляет 43% (Рис. 4). Таким образом, прямые расходы представляют большую угрозу для благосостояния населения, и актуальность внедрения ОМС.



Источник: составлено автором на основе данных Всемирной организации здравоохранения.

Рисунок 3. Доля прямой формы оплаты в расходах на здравоохранение.



Источник: составлено автором на основе данных Национального института здравоохранения РА.

Рисунок 4. Структура потребительских расходов.

Потребление медицинских услуг

На основе базы данных медицинских учреждений Армении был проведен анализ, в ходе которого отслеживались визиты к врачам застрахованных и незастрахованных граждан за 2 года. Визиты к врачам рассчитывались с поправкой на поставленный диагноз. Также было проведено приблизительное разделение выборки по уровням дохода. На основе этих манипуляций была дана оценка: в общем и целом, обращение в медицинские центры для менее обеспеченных слоев населения увеличилось приблизительно в 2 раза. Если в 2016 году в месячном разрезе из 100 человек в медицинские учреждения обращались 3,2 человека, то, по прогнозным оценкам, в 2019 году этот показатель будет равен 6,5.

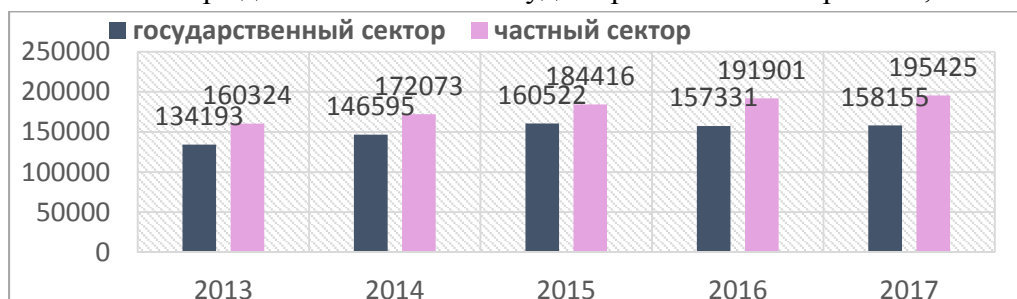
На основе предпосылки того, что аналогичное поведение, вероятно, распространится и на остальную часть малообеспеченного населения, можно сказать, что у людей, входящих в программу «Парос», потребление также увеличится в 2 раза. Эта группа поделена на 3 категории, которые дифференцируются в зависимости от получаемых баллов в программе «Парос». К первой категории относятся люди, с баллами от 30,01 и выше, ко второй категории от 25,01 до 30,00 баллов, к третьей категории – от 20,01 до 25,00 баллов. По данным 2016 года, к первой категории относилось 551 849 человек, ко второй – 40 134, а к третьей – 19 193 человек. МЗ РА велись разработки по включению населения, входящего в программу «Парос», то есть в сумме 611221 людей, в программу социального страхования. Однако эти мероприятия так и не были осуществлены.

Учитывая, что уровень бедности в Армении, согласно данным 2016 года, составляет 31,2%, что в численном значении тождественно 935 563 человек. Если экстраполировать поведение людей, обладающих социальным пакетом в рамках программы «Парос», то можно отметить, что и остальная часть бедных людей, а это 324 342 чел., вероятнее всего будет демонстрировать аналогичное поведение в вопросе посещения медицинских учреждений.

Была также изучена выборка людей, имеющих социальное страхование по программе страхования государственных работников и военных. К этой категории можно отнести порядка 120 000 человек. Анализ данных показал, что в их случае обращения в медицинский центр увеличились по-

рядка в 1,7 раза. Данная закономерность подтверждает тот факт, что уровень дохода имеет отрицательную корреляцию с отложенным спросом на медицинские услуги. Данная закономерность исходит, в том числе, из самой структуры потребления различных слоев населения. Малообеспеченные слои населения обращаются к врачу реже, структура их потребления медицинских услуг смещена в сторону стационарного блока; напротив, в случае с более обеспеченными слоями населения структура потребления смещена в сторону амбулаторного блока, направлена на превентивные меры. Поэтому приобретение страхования увеличивает посещения врачей бедных слоев населения намного больше, чем у более обеспеченных слоев.

Согласно данным национальной статистической службы РА, на 2017 год число занятых равно 1 011 700 человек, из которых 603 300 человек являются рабочими по найму, 12 300 являются работодателями, а остальные, 395 700, относятся к прочим группам занятых. Рассмотрим основной источник дохода наиболее значимой в количественном значении занятых – работников по найму. Рисунок 6 иллюстрирует уровни среднемесячных заработных плат в государственном и частном секторах. Из анализа данных следует, что в частном секторе заработная плата в среднем за исследуемый временной отрезок на порядок выше. Если мы связываем уровень дохода с объемом отложенного спроса, и там существует обратная связь, то можно утверждать, что рост посещений при наличии страхования у работников в частном секторе будет меньше. Если в случае государственных работников и военных посещения увеличились в 1,7 раз, то для работающих в частном секторе данный показатель будет приблизительно равен 1,4.

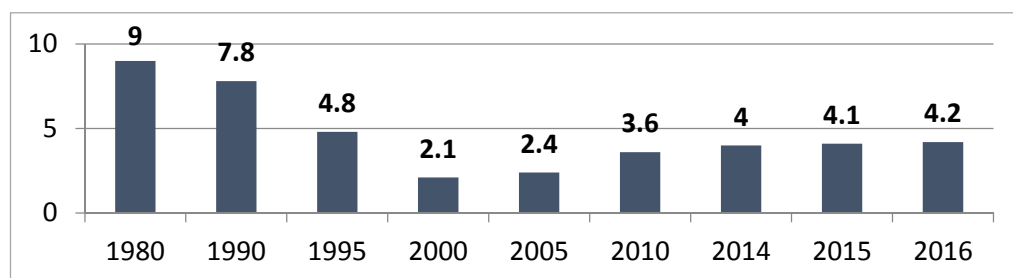


Источник: составлено автором на основе данных Национальной статистической службы РА.

Рисунок 5. Среднемесячная заработная плата

Следует учитывать, что внедрение ОМС не повлияет на увеличение посещения медицинских учреждений у людей, которые уже имеют добровольное медицинское страхование. Согласно оценкам, в Армении частное медицинское страхование имеют порядка 80 000 человек, то есть рост у этих слоев населения составит 1. Посчитав усредненный показатель рассмотренных выше групп населения с соответствующими коэффициентами прогнозируемого роста, получается число 1,72. Это означает, что при внедрении ОМС за 3 года прогнозируемый рост потребления медицинских услуг при прочих равных условиях может составить 72%⁵. Иными словами, это составляет порядка 20% в год. Разработав состав медицинского пакета и посчитав его стоимость, затем умножив его на объем потребления услуг, можно в дальнейшем оценить финансовый эффект на экономику.

Иллюстрация важной роли отложенного спроса и пренебрежение на данном этапе такого фактора как “moralhazard” на результаты исследования можно провести косвенно, взглянув на динамику фактических визитов в медицинские учреждения (Рисунок 6). Данные иллюстрируют факт того, что, по сравнению с показателями Советской Армении, данные визитов на одного человека современной Армении значительно снизились. Конечно, с 2005 года наблюдается рост, однако данные остаются все еще низкими. Для сравнения: в европейских странах коэффициент в среднем равен 6–8.



Источник: составлено автором на основе данных Национального института здравоохранения РА.

Рисунок 6. Среднее количество визитов в первичное звено на 1 человека.

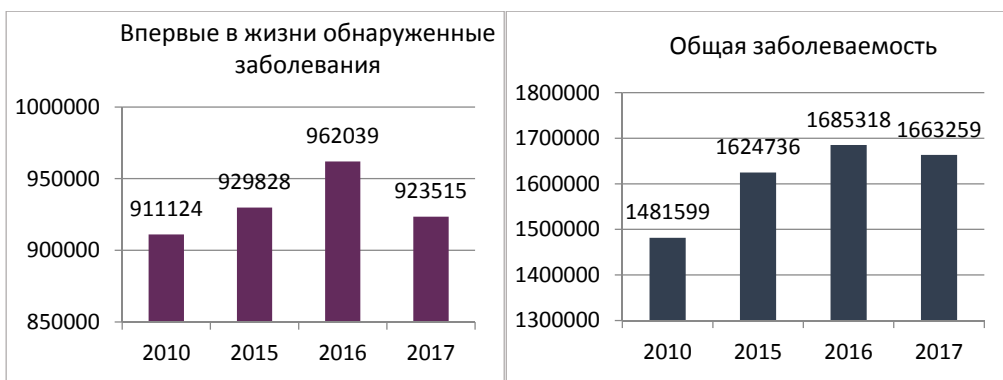
⁵Общее число воздействующих людей при таком расчете будет равно сумме рассмотренных групп, то есть **1 738 863** человек. На данном этапе остальные 1 241 137 людей в расчетах не участвуют из-за сложности оценки. Однако следует отметить, что у этой группы населения вероятнее всего коэффициент не будет меньше 1.

Также для того, чтобы исключить фактор ухудшения заболеваемости, и как следствие, его влияния на количество посещений для нашей выборки, рассмотрим в целом темпы роста посещений и динамику уровня заболеваемости. Из Рис. 7 видно, что темпы роста обращений в стационарное звено и визитов в первичное звено сравнительно стабильны за рассматриваемый период и находятся в интервале от -5% до 10% . Таким образом, не наблюдается общей тенденции значительного увеличения посещаемости медицинских учреждений.



Источник: составлено автором на основе данных Национального института здравоохранения РА.

Рисунок 7. Темпы роста обращений в медицинские учреждения.



Источник: составлено автором на основе данных Национального института здравоохранения РА.

Рисунок 8. Показатели заболеваемости.

Показатели заболеваемости (Рис. 8) также относительно стабильны без резких скачков; за 2017 год даже наблюдается снижение уровня впервые обнаруженных заболеваний. Если сопоставить статистику рисунков 6, 7 и 8, можно предположить, что увеличение потребления медицинских услуг исследуемой выборки по большей части вызвано удовлетворением отложенного спроса после обретения страхования.

Заключение

В Армении расходы населения на здоровье в основном производятся в виде прямой формы оплаты (порядка 97% расходов на здоровье домашних хозяйств, доля прямых платежей на здоровье у домашних хозяйств по отношению к потребительским расходам за вычетом расходов на питание в среднем составляет 43%), что оказывает деструктивную роль: возникает риск личного финансового банкротства и обеднения. Институт страхования поможет справиться с трудностями финансирования здравоохранения. В контексте внедрения ОМС актуально проведение анализа динамики уровня потребления медицинских услуг для дальнейшей оценки влияния на экономический рост.

Международные исследования указывают на большее потребление медицинских услуг со стороны застрахованных по отношению к незастрахованными, вызванное различными факторами. На основе изучаемой выборки пациентов было выявлено увеличение потребления медицинских услуг, отражающееся в увеличении визитов к врачам. Согласно данным, увеличение посещения медицинских учреждений застрахованными увеличилось по сравнению с незастрахованными порядка в 2 раза за 3 года. В ходе анализа исторических показателей визитов к врачам, приходящихся на одного человека, динамики темпов роста посещений амбулаторного и стационарного звена, а также динамики уровня заболеваемости, был сделан вывод, что наблюдаемое увеличение потребления медицинских услуг, вероятнее всего, вызвано отложенным спросом на медицинские услуги, нежели другими факторами. На основе экстраполяции поведения, а также отрицательной корреляции между уровнем дохода и потреблением медицинских услуг, при прочих равных условиях, прогнозируемый рост за 3 года может составить 72%, что равно приблизительно 20% в год.

В дальнейшем, разработав структура медицинского пакета и посчитав его стоимость, а затем умножив его на объем потребления услуг, можно оценить финансовый эффект внедрения ОМС на экономику.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Anderson M., Dobkin C., Gross T.* The Effect of Health Insurance Coverage on the Use of Medical Services. *American Economic Journal: Economic Policy* 2012, 4 (1): 1–27.
2. *Marco A. Castaneda, Saygili M.* The Health Conditions and the Health Care Consumption of the uninsured. *Health Econ Rev.* 2016; 6: 55.
3. *Ghislandi S., Manachotphong W., Perego M.E.* The Impact of Universal Health Coverage on Healthcare Consumption and risky behaviours: evidence from Thailand.
4. *Yang Zh., Gilleskie D.B., Norton Ed. C.* Health Insurance, Medical care and Health Outcomes: A Model of Elderly Health Dynamics. 2007.
5. Всемирная организация здравоохранения: <https://www.who.int/>
6. Национальный институт здравоохранения: <http://nih.am/am>
7. Национальная статистическая служба РА: <https://www.armstat.am/am/>

IMPACT ASSESSMENT OF MANDATORY HEALTH INSURANCE ADOPTION ON MEDICAL SERVICES CONSUMPTION

A. Rubenyan

ABSTRACT

This article reveals an analysis of current level of medical services consumption in Armenia. Based on statistical data, there given an impact assessment of mandatory health insurance adoption on medical services consumption volume. The predicted growth of medical services consumption after adoption of the mandatory medical insurance scheme can reach 72% within 3-year period which is approximately 20% growth per year.

Keywords: medical services, consumption, expenditures, insurance.

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИЙ

Д.А. Саакян, А.А. Варданян

*Российско-Армянский университет,
davit.sahakyan@gmail.com, kiverav0110@gmail.com*

АННОТАЦИЯ

В данной статье были представлены финансовые показатели интернет-компаний, которые важны для всестороннего анализа эффективности информационных проектов, а также было рассмотрено их влияние на финансовый успех компании.

Ключевые слова: пожизненная ценность клиента, стоимость привлечения клиента.

Введение

Измерение финансовых показателей предприятий и их оценка относятся к основным идентификаторам общего успеха предприятий на рынке. Знание финансовых показателей, связанных с динамической средой, где предприятия осуществляют свою деятельность, является ключевым элементом для повышения конкурентоспособности и укрепления позиций на рынке. Хотя использование нефинансовых показателей в последнее время все чаще и чаще поощряется, финансовые показатели позволяют фактически и точно оценивать состояние предприятия на основе его предыдущего опыта.

Целью данной статьи является оценка финансовых показателей предприятий, работающих в секторе ИТ, которые наилучшим образом определяют их эффективность, а результаты деятельности предприятий анализируются с использованием выбранных финансовых показателей.

Оценка финансовой эффективности относится к ключевым видам деятельности каждого предприятия, при этом дается оценка его текущему состоянию, которая сопоставляется с целями компании. Термин «производительность» можно охарактеризовать как способность предприятия оценивать инвестиции, направленные в предпринимательскую деятельность. Это – один из инструментов, который помогает эффективно управлять предприятием. В отличие от прошлых периодов времени, когда оценка финансовых показателей предприятий осуществлялась в основном банковскими учреждениями для предоставления кредитов, в современной среде оценка финансовых показателей предприятий еще больше привлекает их владельцев или другие заинтересованные стороны. Рассмотрение финансовых показателей позволяет оценить эффективность бизнеса с разных точек зрения. На основе этой тенденции изменились также показатели, характеризующие финансовое состояние компаний.

Использование оценок финансовых показателей предприятий характерно, прежде всего, для предприятий с большим числом работников, в основном ориентированных на производство. Эти предприятия должны оценивать свою работу и предоставлять информацию своим инвесторам о прибыльности вложенных средств. Тем не менее, оценка финансовых показателей является ключевым элементом процесса управления не только в предприятиях, ориентированных на производство, но и на других предприятиях, осуществляющих различные виды деятельности. Одним из конкретных примеров являются предприятия, занимающиеся информационными технологиями или программным обеспечением. Эти предприятия включены в сектор услуг. Их предпринимательская деятельность в основном обеспечивает информационный контент и инфраструктуру, позволяющие передавать информацию и услуги, связанные с разработкой, рассрочкой, интеграцией и настройкой программного обеспечения. Поскольку развитие прогрессивных технологий все чаще подчеркивает их использование не только в частной жизни, но и в бизнесе, предприятиях, количество предприятий, которые занимаются этими технологиями, все время увеличивается.

Первые попытки связать финансовые показатели с показателями эффективности ИТ-бизнеса часто ставились под сомнение. Руководители и исследователи часто приходили к выводу, что взаимосвязь между тем, что

делается в ИТ, и тем, что происходит в бизнесе, значительно сложнее, чем первоначально предполагалось. Бизнес-процессы, менеджеры, культура компании, навыки – вот то, что дает основную разницу. Поэтому важна хорошая программа бизнес-показателей, которая учитывает не только инвестиции в ИТ, но и то, как бизнес использует ИТ.

Показатели эффективности

С тех пор, как информационные технологии (ИТ), совокупность информационных и коммуникационных технологий, используемых организацией, начали вносить существенный вклад в корпоративные балансовые отчеты, цель заключалась в том, чтобы понять как затраты на ИТ связаны с ее эффективностью. Первые попытки связать различные показатели вклада в ИТ (например, бюджетные средства, количество ПК, количество проектов) с различными показателями эффективности бизнеса (например, прибыль, производительность, стоимость акций) часто не могли показать отношения на уровне организации. С тех пор исследователи пришли к выводу, что взаимосвязь между тем, что делается в ИТ, и тем, что происходит в бизнесе, значительно сложнее, чем предполагалось в этих исследованиях. На самом деле многие исследователи предполагают, что отношения настолько фильтруются через различные «конверсионные эффекты», что их практически невозможно продемонстрировать. Большинство ИТ-менеджеров согласятся с таким утверждением. Они давно утверждают, что не технологии являются основным средством для достижения эффективности бизнеса, но и другие факторы – такие, как бизнес-процессы, менеджеры, культура компании, а также навыки играют важную роль. Поэтому просто нереально ожидать четкой корреляции между ИТ и эффективностью бизнеса, когда технология успешна, это – командное усилие.

Однако денежные средства, потраченные на ИТ, должны быть в некоторой степени оценены. Таким образом, большинство компаний сконцентрировались на определении «стоимости бизнеса», которую обеспечивают конкретные ИТ-проекты. Сосредоточив внимание на цели, которая важна для бизнеса (например, лучшая информация, более быстрая обработка транзакций, сокращение персонала), а затем, разбив ее на более мелкие проекты, на которые ИТ могут повлиять каким-либо образом, они попытались деконструировать уравнение стоимости и показать конкретно, как ИТ обеспечивает ценность.

Нефинансовый показатель

Хотя финансовые результаты, несомненно, являются важной частью любого измерения успеха бизнеса сегодня, их недостаточно. Компании также признают, что эффективные бизнес-показатели также должны включать нефинансовые показатели – такие, как удовлетворенность сотрудников и клиентов. Такие нефинансовые показатели прогнозируют будущие результаты, они дают организации возможность вносить изменения, которые в конечном итоге влияют на их финансовый успех.

Важной нефинансовой мерой бизнеса является удовлетворенность сотрудников. Это – «опережающий индикатор» удовлетворенности клиентов. Таким образом, удовлетворенность сотрудников за один год тесно связана с удовлетворенностью клиентов и прибыльностью в следующем. Позитивное отношение сотрудников к своей компании и их работе ведет к позитивному поведению в отношении клиентов и, следовательно, к улучшению финансовых показателей. ИТ-менеджеры всегда внимательно следили за уровнем удовлетворенности своих сотрудников, поскольку они тесно связаны с текучестью сотрудников. Тем не менее, они часто упускают связь между удовлетворенностью ИТ-сотрудников и удовлетворенностью клиентов, которая приводит к повышению общей удовлетворенности сотрудников и удовлетворенности внешних клиентов.

Финансовые показатели SaaS

Таким образом, со временем индустрия программного обеспечения превратилась в ряд различных бизнес-моделей, каждая из которых имеет собственный набор показателей производительности. Традиционные компании-разработчики программного обеспечения обычно ориентируют свое бизнес-моделирование на финансовые показатели – такие, как доходы, операционные расходы и прибыль. Доходы и заказы рассматриваются как ключевые показатели для отслеживания текущих и будущих продаж. Эта модель обычно имеет меньше движущихся частей для расчета эффективности бизнеса, и, как следствие, меньше ключевых показателей эффективности (KPI).

В традиционной модели программного обеспечения квартальная производительность может быть нестабильной, и отделы продаж в этих компаниях действуют в зависимости от отчетов о прибылях и убытках (Profit and Loss Statement, P&L). Сбытовая организация обычно владеет

прогнозом выручки, основанном на прогнозировании вероятности закрытия новых продаж.

Бизнес по программному обеспечению с постоянным доходом (или «Программное обеспечение как услуга» (SaaS)) обычно отслеживает ряд финансовых и нефинансовых операционных показателей. Ценный SaaS-бизнес – это быстрорастущий бизнес, который постоянно добавляет и удерживает подписчиков, и этот процесс нелегко охватить традиционными финансовыми показателями.

Движущимися показателями модели SaaS являются: периодические доходы, количество подписчиков, темпы роста, доход на одного клиента, затраты на привлечение новых клиентов, расходы на обслуживание существующих клиентов и стоимость масштабируемой хостинговой платформы.

Доходы SaaS растут медленно, а отток денежных средств намного опережает приток денежных средств на ранних стадиях. Как только SaaS-бизнес создается и развивается, он может очень быстро расти. Имея эффективные системы, обеспечивающие менеджерам хорошую видимость бизнеса, компании могут увеличивать инвестиции в рост, одновременно выявляя слабые места, на которых следует сосредоточиться и повысить производительность. И поскольку в SaaS каждая часть бизнеса зависит от производительности каждой другой части, руководителям необходимо иметь представление об общей картине, как правило, через бизнес-системы, которые отслеживают показатели производительности.

Прогноз в бизнесе основан, главным образом, на периодических доходах, за вычетом некоторого уровня оттока клиентов, а также новых темпов роста, которые можно оценить по прошлым результатам. Если компании известны текущие доходы и исторические показатели оттока, а также показатели новых подписок, то финансовый директор SaaS-компании может прогнозировать квартальные и годовые доходы.

Критические метрики модели роста SaaS.

Наиболее важные показатели для отслеживания с самого начала SaaS-бизнеса делятся на четыре основные категории:

1. Показатели дохода;
2. Показатели клиента;
3. Показатели стоимости, расходов и рентабельности;

4. Наличные средства.

Показатели дохода.

- Ежемесячные контрактные или контрактные ежегодные регулярные доходы (Contracted Monthly or contracted annual recurring revenues, CMRR или CARR);
- Темпы роста доходов;
- Доход на пользователя или подписчика (Revenue per User or Subscriber, RPU) можно рассматривать как месячный или годовой показатель.

Контрактные ежемесячные периодические доходы (CMRR).

Контрактные ежемесячные или годовые периодические доходы (CMRR), как правило, считаются наиболее важными показателями дохода для бизнеса SaaS, поскольку они показывают предсказуемые, повторяющиеся компоненты дохода бизнеса SaaS. Разница между CMRR и ежемесячным периодическим доходом (MRR) заключается в том, что CMRR обычно отслеживает доход, который заключен по контракту на неопределенный срок, в то время как MRR может включать краткосрочные периодические доходы, которые не являются долгосрочными по контракту и, таким образом, могут исказить представление о будущих доходах. Однако CMRR и MRR не определены общепринятыми принципами бухгалтерского учёта (Generally Accepted Accounting Principles, GAAP), поэтому каждая компания может определять эти показатели по своему.

Доход на одного подписчика (RPU) является мерой дохода, получаемого на одного подписчика. Этот показатель позволяет анализировать доходы и рост компании на уровне пользователя и на индивидуальной основе, а также может использоваться для сегментирования прибыли от убыточных клиентов.

Темпы роста доходов.

Частные SaaS-компании демонстрируют в среднем устойчивую тенденцию к увеличению темпов роста доходов. Этот сильный рост обусловлен частично повторяющимся импульсом выручки, но его также можно отнести к увеличению инвестиций в продажи и маркетинг по мере стабилизации денежных потоков, а многие фирмы, финансируемые венчурными компаниями, делают значительные дополнительные инвестиции для

поддержки продаж и расширения маркетинга. Темпы роста выручки продолжают оставаться основными показателями стоимости компании как для государственных, так и для частных компаний SaaS.



Рисунок 1. Темпы роста частных компаний SaaS в зависимости от их годового дохода, электронный ресурс: <https://www.saas-capital.com/blog/2018-growth-benchmarks-for-private-saas-companies/>.

Показатели клиента

- Стоимость приобретения клиента (CAC);
- Пожизненная стоимость клиента (LTV);
- Стоимость обслуживания клиентов;
- Отток клиентов;
- Сегментация клиентов.

Стоимость приобретения клиента (CAC) и пожизненная стоимость клиента (LTV) являются двумя наиболее важными показателями SaaS при определении того, строит ли бизнес SaaS прибыльный бизнес или нет.

LTV – Customer Lifetime Value – пожизненная ценность клиента.

CAC – Customer Acquisition Cost- стоимость привлечения клиента.

LTV – рассчитывается по формуле, как средний доход от клиента, поделенный на показатель оттока клиентов.

CAC – это сумма всех издержек на продажу и маркетинг, поделенная на количество новых приобретенных клиентов.

Первый показатель помогает выяснить, будут ли вложения в долгосрочной перспективе прибыльными, а второй – измерить время до доходности.

Для понятия того, является ли ваш бизнес SaaS жизнеспособным, Дэвид Скок, известный венчурный инвестор, на основе анализа более 300 компаний в своей статье утверждает, что SaaS бизнес должен удовлетворять следующим рекомендациям:

- $LTV > 3 \times CAC$
- Срок окупаемости $CAC < 12$ месяцев

Лучшие SaaS компании имеют отношение LTV к CAC , выше 3, которое иногда достигает 7 или 8. И многие из лучших предприятий SaaS могут восстановить свой CAC через 5–7 месяцев. Однако многие здоровые предприятия SaaS не справляются с рекомендациями в первое время, но с течением времени улучшают свои позиции.

Стоимость содержания клиента

Стоимость содержания клиента обычно включает в себя текущие расходы на проектирование, поддержку, управление учетными записями, обслуживание клиентов и т.д.

Отток клиентов

Компания с высоким уровнем оттока менее ценна, чем компания с длительным сроком службы. Чем выше показатель оттока, тем медленнее рост.

Показатели оттока могут варьироваться в зависимости от группы клиентов, поэтому важно сегментировать клиентов по разным профилям, например, по отрасли, размеру компании, размеру сделки, по длине подписки или другими параметрами.

Исследования показывают, что:

- У начинающих компаний на ранних этапах отток выше, чем у крупных SaaS-компаний;
- SaaS-компании, продающие недорогой продукт, независимо от размера, имеют более высокий уровень оттока, чем компании, продающие более дорогие подписки на программное обеспечение корпоративного типа.

Три применения руководства SaaS

Ценность двух рекомендаций Скока ($LTV > 3 \times CAC$, срок окупаемости $CAC < 12$ месяцев) заключается в том, что они помогают понять, находится ли бизнес в хорошем состоянии, где есть смысл расширять его

или, наоборот, бизнес требует определенных изменений перед дальнейшим расширением.

Другим способом использования этих двух рекомендаций является оценка различных источников привлечения клиентов. Различные исходные источники (например, GoogleAdWords, TV, Radio и т.д.) имеют разные затраты, связанные с ними. Рекомендации помогают понять, имеют ли некоторые из более дорогих вариантов привлечения клиентов финансовый смысл. Если способы привлечения клиентов соответствуют этим рекомендациям, то имеет смысл расширять бизнес. Например, используя второе руководство и работая в обратном направлении, мы можем сказать, что, если нам платят 500 долларов в месяц, мы можем позволить себе потратить до 12 раз эту сумму (т.е. 6000 долларов США) на приобретение клиента. Если мы тратим меньше, вы можете позволить себе выделять больше денежных средств на продажи и маркетинг.

Существует еще один важный способ использования этого типа руководства – сегментация. Компании на ранней стадии часто тестируют свое предложение несколькими различными способами. Очень полезно изучить, какие сегменты показывают самый быстрый возврат или самый высокий уровень LTV, чтобы понять, какой из них будет наиболее выгодным.

На приведенном ниже графике показано первое устойчивое, а затем впечатляющее улучшение модели LTV HubSpot. Здесь CAC – это затраты на приобретение клиентов, MRR – ежемесячный регулярный доход, а Software margin – это деньги, которые они хранят для каждого клиента после учета поддержки и других расходов. Мы приходим к LTV через это уравнение: $(AVGMRR \times \text{Margin}) / MRRChurn$.

Во второй строке этой таблицы видно, как они значительно улучшили свою экономию единиц (отношение LTV: CAC) в течение пяти кварталов. Большим драйвером для этого было снижение ставки MRRChurn с 3,5% до 1,5%. Это значительно увеличило срок службы клиента. Они также смогли поднять свой AVGMRR на одного клиента.

Брэд Коффи, руководитель отдела корпоративного развития компании HubSpot утверждал: «В 2011 и в начале 2012 года мы использовали этот график для руководства многими нашими бизнес-решениями в

HubSpot. Разбив LTV: CAC на свои компоненты, мы могли изучить каждую метрику и понять, на какие рычаги нужно нажимать, чтобы добиться общего улучшения».

Таблица 1: Модель LTV компании HubSpot.

HubSpot	Q1/2011	Q2/2011	Q1/2012	Q4/2011	Q1/20122	Q2/2012
LTV/CAC	1.7	1.9	1.9	2.6	3.5	4.7
CAC	6025	7876	8541	7809	6880	6793
MRR						
CHURN	3.5%	2.7%	2.8%	2.3%	2.0%	1.5%
AVG						
MRR	429	507	548	560	583	577
Software margin	83%	81%	80%	82%	81%	82%
LTV	10074	14964	15919	20325	23775	31806

Выводы

Два аспекта, которые действительно имеют значение при запуске бизнеса программного обеспечения:

1. Приобретение клиентов;
2. Сохранение клиентов.

Незначительное их изменение может привести к улучшению состояния бизнеса. Сохранение клиентов должно быть на первом месте. Если компания не в состоянии удерживать своих клиентов, она не сможет достигнуть более высокого уровня получения прибыли.

Какие вопросы помогают решить финансовые показатели интернет компаний:

- Является ли бизнес финансово жизнеспособным?
- Что хорошо работает и что нужно улучшить?
- На какие показатели стоит уделить больше внимания при управлении бизнесом?
- Имеет ли место расширение бизнеса?
- Как повлияют изменения показателей на денежные потоки?

ЛИТЕРАТУРА

1. Software and SaaS Financial Metrics and Key Benchmarks, 2013:
http://online.intacct.com/rs/intacct/images/wp_sw_metrics_benchmarks.pdf
2. *Скок Д.* SaaS Metrics 2.0 – A Guide to Measuring and Improving what Matters:
<http://www.forentrepreneurs.com/saas-metrics-2/>
3. Evaluation of Financial Performance of Enterprises in IT Sector”, 2015:
https://www.researchgate.net/publication/292138962_Evaluation_of_Financial_Performance_of_Enterprises_in_IT_Sector
4. 2018 Growth Benchmarks for Private SaaS Companies», электронная ссылка:
<https://www.saas-capital.com/blog/2018-growth-benchmarks-for-private-saas-companies/>
5. In Defense Of The Lifetime Value (LTV) Formula:
<https://www.forbes.com/sites/jjcolao/2012/09/13/a-dangerous-seduction-revisited-in-defense-of-the-lifetime-value-ltv-formula/#7d2a4bb94c71>

FINANCIAL METRICS OF INTERNET COMPANIES

D. Sahakyan, A. Vardanyan

ABSTRACT

In this article, we presented the most important financial indicators of internet companies, which are important for a comprehensive analysis of it projects.

Keywords: lifetime value of a client, cost of attracting a client.

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ПОЧТЫ КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЦЕССА ПРОДАЖ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ

Д.А. Саакян¹, Л.Г. Геворгян²

*¹ Российско-Армянский университет, к.ф.-м.н,
доцент кафедры экономики и финансов*

² магистрантка 2 курса МОП «Информационные технологии в экономике»

davit.sahakyan@gmail.com, lin.gevorgyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной научной статье было проанализировано влияние электронной почты на построение наилучшего процесса продаж, и, в конечном итоге, большего объема продаж. В работе исследован международный опыт использования электронных писем, а также их влияние при принятии дальнейших решений. В статье рассматриваются различия между продажами на рынке бизнеса (B2B) и потребительском рынке (B2C) в целом, и сформулировано, что именно представляет собой процесс продаж, как он влияет на психологию продаж и как осуществлять продвижение процесса продаж через электронные письма.

Ключевые слова: электронная почта, процесс продаж, B2B, B2C.

Введение

Электронная почта – мощный канал для получения реальных бизнес-результатов и достижения измеримой рентабельности инвестиций. Тем не менее, оптимизация времени проведения маркетинговых кампаний посредством электронной почты требует большего внимания, чем осознание лучших случаев взаимодействия. Как показывает представляемое исследование, это – сочетание многих факторов, в том числе, знание различий в часовых поясах, ежедневных расположений ваших подписчиков и практик других маркетологов.

Актуальность представленной к рассмотрению темы находит свое отражение в данных статистического анализа¹, которые перечислены ниже:

- 72% потребителей предпочитают электронную почту любым другим средствам коммерческой коммуникации.
- Для каждой из 2–3 компаний email-маркетинг является основным источником дохода. E-mail-маркетинг отвечает за 23% доходов компании, и это цифра постоянно растет.
- В розничной торговле 81% потребителей совершают дополнительные покупки (через Интернет или в магазине) по персонализированной рекламной электронной почте².
- Человек в среднем удаляет 48% писем, которые он получает каждый день, что занимает всего пять минут.
- Подавляющее большинство потенциальных клиентов хотят читать электронные письма в 5 и 6 утра.
- Вот наиболее эффективные слова, которые можно разместить в теме письма: «демонстрация», «соединять», «отмена», «применять», «возможность», «конференция», «платежи» и т.д.
- Согласно анализу Бумеранга, содержащего 300 000 писем, вся строка темы с ограничениями сокращает количество ответов примерно на 30%. Темы с тремя-четырьмя словами получают больше ответов, чем более короткие и более длинные.
- Чем больше вы пишете, тем меньше вероятность получить ответ. Только одно из трех сообщений, длина которых превышает 2500 слов, получает ответ. Однако вы не должны быть слишком краткими: письмо на 25 слов примерно так же эффективно, как и 2000 слов. Что такое «сладкое» пятно? Между 50 и 125 словами – или вокруг длины этого абзаца.
- Предоставляйте не просто информацию – попросите получателя ответить вам тоже. Письма, содержащие от одного до трех вопросов без ответов, на 50% лучше, чем изложенные вопросы с ответами в электронных письмах.

¹Aja Frost, 73 Mind-Blowing Sales Statistics That Will Help You Sell Smarter in 2019, <https://blog.hubspot.com/sales/sales-statistics>

² <https://www.cyberimpact.com/en/email-marketing/>

В последние годы продажи радикально изменились, и продавцы должны постоянно совершенствовать свои действия для удовлетворения потребностей клиентов. Создание списка – это часть работы, в процессе которой мы должны как можно больше узнать о наших потенциальных клиентах, чтобы знать, что добавлять в содержание электронных писем. Но что если мы не знаем, какую информацию искать, помимо простых фактов – таких, как название компании, размер, количество сотрудников и т.д. Как структурировать исследовательский процесс, чтобы получить от него максимальный уровень полезности?

В конце XIX-го века компании начали понимать, что им пришлось изменить структуру своих продаж по причине изменения менталитета, когда количество товаров и услуг было настолько велико, что уже сами клиенты принимали решения по поводу того, кто будет играть доминирующую роль на рынке. Клиенты начали получать больше информации, и продавец должен был учитывать различные потребности каждого клиента. Доступность информации в некоторой части затрудняла продажу для продавцов, так как клиент был готов спорить с продавцом и представлять аргументы против продукта или услуги. Поскольку рынки, а также факторы, которые влияют на процесс принятия решений покупателем, различны, покупатели также действуют разнообразно. В этой связи продавцу важно понять, какие факторы воздействуют на принятие решения со стороны клиента.

Итак, дадим определение процесса продаж. Процесс продаж представляет собой серию упорядоченных и ценностных шагов, приводящих к направленной цели, а конкретно: к продажам. Почти у каждого бизнеса есть свой собственный процесс продаж, который диктует, как управлять операциями продаж. Обычно процесс продаж четко спланирован и используется в повседневной коммерческой деятельности. Процесс продаж представляет собой определенную последовательность шагов, которые вы выполняете, когда направляете потенциальных клиентов к непосредственной контактной точке для покупки. Они гораздо чаще встречаются в B2B (бизнес для бизнеса), чем в B2C (бизнес для клиента), но многие товары B2C с высокой стоимостью (например, недвижимость или автомобили) имеют отдельный процесс продаж.

Именно здесь возникает вопрос о целесообразности использования электронной почты для совершенствования процесса продаж.

Продажа посредством электронной почты – отличный способ, с помощью которого легко найти большое количество потенциальных клиентов с минимальными затратами времени и усилий. Это также гораздо менее конфронтационный способ предложения товаров и услуг компании, чем «холодный звонок». Проблема возникает в том случае, когда электронное письмо, нацеленное на предложение товара покупателю, не представляет интереса для получателя, и тогда, когда получатель может легко проигнорировать или даже удалить данное письмо, даже не прочитав его. Это очевидно и даже ожидаемо, поскольку любой человек, получив электронное письмо, сначала смотрит на его тему, затем решает, что делать дальше.

Процесс продаж начинается, когда вы сначала определяете нового потенциального клиента или же он сам начинает взаимодействовать с вами.

У вас будет другой процесс продаж для каждого предлагаемого вами предложения в рамках существующего канала, поэтому полезно снабжать документами шаги покупок, которые ваш рынок предпочитает брать для каждого предложения в каждой комбинации каналов. На ваши процессы продаж также влияет ваше позиционирование, стратегия бренда и ценообразование. Индивидуальность вашего предложения должна быть очевидна на каждом этапе процесса.

Основные понятия и этапы для создания процессов продаж.

1. Определение того, как осуществляют покупки потенциальные клиенты.

Перечислите шаги, которые, по вашему мнению, будут считаться потенциально возможными с момента их обнаружения, до момента, когда покупатель примет решение. Поговорите с заказчиками или попросите своих представителей по продажам узнать больше. Выясните, какие шаги они предпринимают, что им нужно знать на каждом шаге, и как вы можете эффективно донести эту информацию.

2. Создание собственного процесса.

Для каждого из шагов, которые ваши потенциальные клиенты будут принимать, перечислите:

- Что потенциальный клиент должен изучать;

- Инструменты продаж и литературу, которые вы можете предоставить, чтобы помочь в дальнейшем принятии решения;
- Продолжительность времени, которое требуется потенциальному клиенту на каждом этапе;
- Процент потенциальных покупателей, который переходит от одного шага к следующему (ваш «коэффициент конверсии»).

3. Интеграция вашего процесса в ваш CRM (customer relationship management).

Полезно добавить каждый процесс продаж в ваше программное обеспечение управления взаимоотношениями с клиентами (CRM), чтобы каждая учетная запись всегда была организована. Это позволяет вам запускать отчеты для оценки вашего прогресса и улучшения управления продажами.

4. Результаты и доходы проекта.

Когда у вас есть процесс продаж с коэффициентами конверсии, вы можете быстро генерировать надежные отчеты о расходах и доходах. Например, если на этапе презентации у вас 50 потенциальных клиентов, показатели конверсии могут показать, что 20% станут клиентами. Это означает, что эти 50 потенциальных клиентов должны предоставить 10 новых клиентов. Ваши показатели конверсии также расскажут вам, когда это произойдет, и о том, какой объем дохода будет приносить данная перспектива.

Вы можете использовать аналогичный расчет для результатов проекта новых маркетинговых кампаний. Например, если предполагается вовлечение в кампанию 100 квалифицированных потенциальных клиентов, то вы сможете оценить количество встреч, презентаций и новых клиентов, которые будут сгенерированы в течение действий этой кампании.

5. Улучшение процесса, с целью максимизации дохода.

Когда у вас есть определенный процесс, легче тестировать идеи для улучшения результатов. Например, вы можете:

- Определить места, где перспективы «застревают» в процессе, и попробовать применить новые материалы или сообщения, чтобы помочь им двигаться вперед;
- Измерить, насколько хорошо разные повторы конвертируются на каждом шаге;

- Узнать, как конвертировать и использовать эту информацию в различных маркетинговых кампаниях для улучшения ваших компаний;
- Создать кампании для «прорабатывания» потенциальных клиентов, которые выпадают из процесса в разных местах.

После того, как вы зарегистрировали свой процесс продаж, решите, какие инструменты продаж и литература должны быть применены на каждом этапе.

Вы можете использовать процесс продаж в своем управлении продажами для измерения успеха ваших маркетинговых кампаний. Для многих компаний маркетинговые кампании являются основным методом как общения с рынком для усиления их позиционирования, так и для привлечения клиентов и дальнейшего продвижения продаж. Многие маркетинговые кампании содержат некую всеобъемлющую тему, которую можно использовать в течение длительных периодов времени с помощью нескольких вариантов или разных элементов.

Примером может служить компания «Утка», запущенная американской компанией “Family Life Assurance” в 2000г. В то время как компания была в бизнесе с 1955г., у нее была только 12%-ая степень узнаваемости бренда до начала кампании. Компания прибегла к услугам “Kaplan Thaler Group” для улучшения степени узнаваемости бренда. “Kaplan Thaler Group” создал нового персонажа “Aflac Duck”, который появился в рекламе при участии клиентов, у которых возникли проблемы с запоминанием названия страховой компании. В рекламе «Утка» появилась на заднем плане и сменила имя на «Афлак». В результате продолжительной кампании узнаваемость бренда «Афлак» подскочила с 12% до 90%, а увеличение продаж привело к тому, что «Афлак» стал лидером на рынке дополнительного страхования³.

В то время как большинство компаний малого и среднего бизнеса не могут позволить себе многомиллионные рекламные бюджеты, они могут создавать эффективные и привлекающие к себе кампании с использованием различных средств массовой информации – таких, как:

³ How to structure your marketing activities to achieve better results? 2013 second edition, 102 pages, <http://www.marketingmo.com/wp-content/uploads/2013/12/The-Strategic-Marketing-Process-eBook.pdf>

- Интернет-СМИ, включая интерактивные объявления и баннеры на веб-сайте;
- Печатные СМИ;
- Социальные медиа;
- Гласность;
- Адресная почтовая рассылка;
- Электронный адрес;
- Радио;
- Телевидение;
- Телемаркетинг;
- События и выставки;
- Поисковые системы;
- Наружная реклама.

Истинные маркетинговые кампании – это не просто рекламные объявления. В сложных кампаниях, использующих несколько носителей, используется последовательность сообщений в течение длительного периода времени, поддержка позиционирования, определение опыта бренда и контроль за выполнением и продажей кампании.

Кампании также могут быть простыми – с использованием одного носителя, с одним сообщением и призывом к действию. Вот три примера очень простых кампаний:

1. Создание новых лидов;
2. Перечисление существующих перспектив на выставочном стенде и VIP-прием;
3. Продвижение предложения для особого случая.

Инструменты включают в себя продвижение через процессы электронной почты – такие, как отправка почты, запрос информации, отправка по электронной почте или отправка специального письма для продвижения предложения.

Маркетинг по электронной почте стал основным продуктом для потребителей с середины 1990-х гг. Спустя несколько лет B2B-маркетологи обнаружили ценность электронной почты, которая и стала важным инструментом для бизнеса на всех его этапах.

Электронная почта является более действенным способом управления процессом продаж, нежели реклама, однако она также обладает рядом недостатков. Маркетинг посредством электронной почты B2C для холодных списков приводит к крайне отрицательной реакции клиентов. Социальные медиа уменьшают зависимость людей от электронной почты. Бизнесмены часто по-прежнему получают сотни писем каждый день, поэтому B2B-маркетологам необходимо пройти фильтры спама и дать людям повод для чтения. Вам также потребуется сильное предложение, ценный редакторский контент, соответствующий дизайн и хорошее его выполнение, а также процесс измерения.

И если даже вы можете охватить широкую аудиторию посредством электронной почты, это еще не значит, что вы нуждаетесь в «неактивных получателях». Отправка электронного письма наиболее эффективна, когда вы действительно нацелены на то, чтобы иметь возможность говорить с конкретными клиентами об их конкретных потребностях. Подумайте об этом, что индивидуальное общение – персонализированное, актуальное и своевременное. С другой стороны, поиски через электронную почту – это процесс, который нельзя обрабатывать в пути. Это занимает много времени. Вы не проводите собеседование с вашей перспективой напрямую, но вы можете прочесть всю информацию, которую вы найдете в Интернете. Это могут быть веб-сайт компании, профили в социальных сетях, сайты для просмотра или видео на YouTube. Однако, имея в виду правильные вопросы, вы знаете, что искать⁴.

Кампании, в рамках которых используется продвижение через электронную почту, должны поддерживать вашу стратегию позиционирования и бренда, способствуя тому, что вы хотите доставить и что вы хотите приобрести. При отправке электронного письма необходимо сконцентрироваться на таких элементах, как дизайн электронной почты, копия, частота доставки, СПАМ и отказ от процедуры. По мере того, как вы используете продвижение продаж через электронную почту продолжайте изучать открытые ставки, темы, насыщенность списка и другие способы улучшения позиций своих компаний.

⁴ *Smith J.* How to Apply Selling Techniques to Cold Email Prospecting, <https://blog.woodpecker.co/cold-email/selling-techniques/>

Подытоживая, необходимо отметить некоторые факты из статистики о продвижении продаж через электронную почту⁵:

- Письма имеют лучшие результаты в течение 1 часа после получения. Этот результат относится к случаю, когда 23,63% всех сообщений электронной почты открыты. Но через 24 часа после доставки средняя открытая ставка близка к нулю.
- Почти 40% всех сообщений отправляются между ранним утром с 6 часов утра до полудня. Это может привести к помехам в работе почтовых ящиков и значительно уменьшить результаты от отправляемых писем.
- Сообщения, отправленные ранним днем, имеют больше шансов быть замеченными и, следовательно, достигают лучших результатов: до 10,61% открытых и прочитанных писем и до 2,38% CTR (click-through rate, кликабельность).
- Верхнее время срабатывания подписчиков составляет 8:00–10:00 и 15:00–16:00. со средне открытыми ставками до 6,8% и CTR.
- Открываются только 23% писем, содержащих информацию о продажах.
- 44% получателей электронной почты совершили, по крайней мере, одну покупку в прошлом году на основе рекламного сообщения.
- Добавление слова «Новое» в строку темы может увеличить количество открытых сообщений в электронной почте на 23%.
- 17% американцев создают новый адрес электронной почты каждые шесть месяцев.

Резюмируя, отметим, что важно определить специфичные и конкретные действия, которые будут перемещать ваши перспективы от одного этапа к другому. Если вы не формализуете эти триггеры, ваша команда по продажам может прийти к непониманию того, где что-то происходит, а что нет, а это может привести к неправильной обработке шагов процесса продаж.

⁵ Yonatan R. 56 Sales Statistics You Must Know in 2018 & Beyond, <https://getcrm.com/blog/sales-statistics/>

ЛИТЕРАТУРА

1. How to structure your marketing activities to achieve better results? 2013 second edition, 102 pages, <http://www.marketingmo.com/wp-content/uploads/2013/12/The-Strategic-Marketing-Process-eBook.pdf>
2. *Frost A.* 73 Mind-Blowing Sales Statistics That Will Help You Sell Smarter in 2019, <https://blog.hubspot.com/sales/sales-statistics>
3. *Smith J.* How to Apply Selling Techniques to Cold Email Prospecting, <https://blog.woodpecker.co/cold-email/selling-techniques/>
4. *Yonatan R.* 56 Sales Statistics You Must Know in 2018 & Beyond, <https://getterm.com/blog/sales-statistics/>
5. <https://www.cyberimpact.com/en/email-marketing/>

THE IMPACT OF E-MAIL AS A TOOL TO PROMOTE THE SALES PROCESS IN MAKING DECISIONS

D. Sahakyan, L. Gevorgyan

ABSTRACT

In this article, we investigated the impact of e-mail to build a better sales process, and ultimately conclude more sales. They brought international experience in the use of e-mails, as well as their influence in making further decisions. The article discusses the differences between selling on the business market (B2B) and the consumer market (B2C) as a whole and clearly articulates what the sales process is, how it affects the sales psychology and how to promote the sales process through email

Keywords: prospect, sales process, B2B, B2C.

ПРИМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИИ ГОЛУБОГО ОКЕАНА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В АРМЕНИИ

Д.А. Саакян¹, Л.А. Манукян²

Российско-Армянский университет,

davit.sahakyan@gmail.com, lusinemanukyan95@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье разработана модель создания центра-тренингов, который будет предоставлять образовательные услуги. Модель разработана на основе концепции “Jobs to be done”. В работе также изучена стратегия голубого океана и выявлены перспективы использования данной стратегии для обучения, то есть разработана новая модель представления дистанционных образовательных услуг всем желающим на основе открытия нового рыночного пространства.

Ключевые слова: “Jobs to be done”, стратегия голубого океана, дистанционный курс, образовательный процесс, модель.

Образование сегодня это ключ успеха в будущем. Как сказал К.Аристипп, «Детей надо учить тому, что пригодится им, когда они вырастут». То есть при разработке и внедрении какой-либо образовательной услуги необходимо помнить, что это должно быть востребовано, необходимо обучаться навыкам и умениям, которые будут актуальны по окончании обучения. Технологии и техника образования развиваются очень быстрыми темпами и в результате окончания, к примеру, университета, выпускаются невостребованные специалисты. Поэтому очень важным является самообразование и постоянное саморазвитие.

¹ к.ф.м.н, доцент кафедры экономики и финансов.

² магистрант 2 курса «Информационные технологии в экономике».

Об образовании будущего Митио Каку³ приводит 5 основных тезисов, в числе которых:

- обучение не будет основано на запоминании;
- люди будут образовывать сами себя. Каждый человек будет осознавать, какие именно знания им необходимы;
- дипломы будут ненужны;
- образование перестанет ограничиваться какими-либо временными и пространственными рамками. Возможно, появятся центры сертификации, в которых специалисты будут сдавать квалификационные экзамены, определяющие набор навыков и компетенций;
- Для достижения реальных успехов необходимо будет развивать те способности, которые недоступны роботам: креативность, воображение, инициативу, лидерские качества. Общество постепенно переходит от товарной экономики к интеллектуально-творческой.

Настоящее время – век инноваций, когда необходимо разрабатывать инновационные продукты, чтобы быть более конкурентоспособными, поэтому рекомендуется использовать инновационные методы в образовании для повышения эффективности образовательного процесса, а конкретнее: применить технику “Jobs to be done” (далее: JTBD) для предоставления новых образовательных услуг и для привлечения нового сегмента обучающихся [1]. Это – новая концепция, которая предполагает, что при создании нового товара (услуги) необходимо помнить, что клиенты не покупают товары и услуги; они нанимают различные решения в разное время, чтобы получить широкий спектр выполненных работ. Данная модель была предложена профессором Гарвардской бизнес-школы Клейтоном Кристенсенем и его соавторами в 2007 году. JTBD – методология исследования пользователей, которая погружает в проблемы потребителя и помогает понять его настоящие мотивы, желания и потребности [2].

Ранее нами была опубликована статья: «Генерирование ценностей для открытия нового рыночного пространства в сфере образования», где более подробно описана техника JTBD и представлена разработанная на-

³ Митио Каку – известный американский физик японского происхождения, футуролог, основатель теории струн и один из умнейших людей Америки по версии “The New York Times”.

ми модель создания учебного бизнес- центра, который будет предоставлять дистанционные курсы университетам [3]. В данном же исследовании представлена модель предоставления дистанционных курсов всем желающим.

На основе формулы JTBD, которая была более подробно представлена в нашей предыдущей статье, происходит генерация инноваций в сфере образования, но уже с той точки зрения, когда клиентом будет являться студент, либо любой желающий самообучаться [3].

Формула перехода от “User story” к “Job story” для образовательного процесса выглядит следующим образом:

Job story	
Когда (описание ситуации)	Когда у меня есть время лишь вечером и мне хочется использовать его с пользой, а именно: получить новые знания и совершенствовать навыки.
Я хочу (мотивация)	
Чтобы (результат)	

Сидя дома и изучая какую-либо информацию намного эффективнее, чем в аудитории, потому что никто не отвлекает, не мешает и при этом можно прослушать лекцию в более свободной и комфортной обстановке, можно прослушать несколько раз, если что-то было непонятно.

Концепция Jobs To Be Done = задача + контекст.

В нашем случае, «в любое время, в любом месте создать условия обучения для любого человека».

Основываясь на данной концепции, можно создать модель предложения дистанционных курсов университетам или же напрямую самим студентам [3]. В данной статье рассмотрим случай, когда нашим клиентом будет являться студент, либо любой человек, желающий совершенствоваться и обучаться. Эти 2 модели являются абсолютно разными и это – совсем разные бизнесы. Рассмотрим более подробно предлагаемую модель – **модель создания центра тренингов**, который предлагает дистанционные курсы тренингов.

По данным информационной системы СПЮР, на 15 октября 2018 года в Армении существуют 294 тренинг-центра [4], что говорит о том, что конкуренция на данном рынке высокая, однако, не углубляясь в то, какие

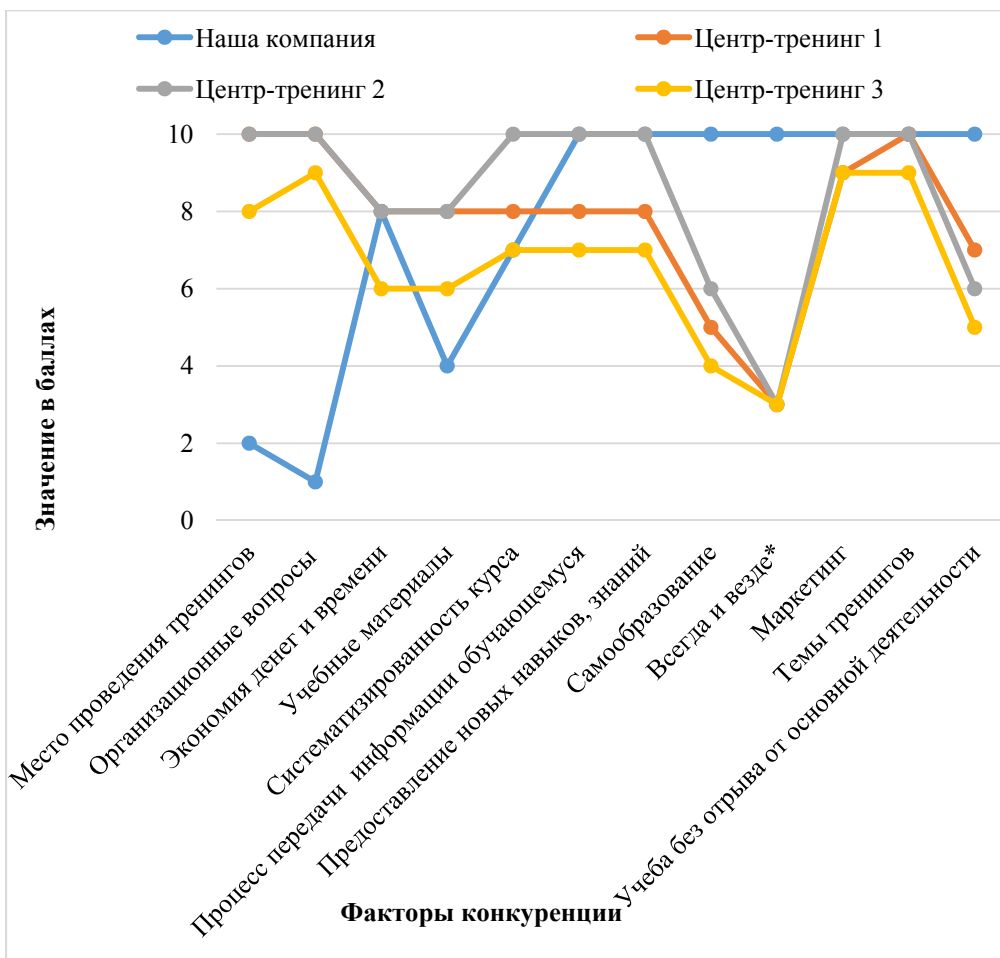
именно услуги предоставляет каждая из данных организаций, можно с помощью стратегии «голубого океана» открыть новое рыночное пространство на рынке образовательных услуг Армении. Стратегия «голубого океана» представляет собой модель, благодаря которой компания выходит из «алого океана» и открывает «голубой океан», то есть открывает новое рыночное пространство, где компания не пытается стать конкурентом всем остальным компаниям, а пытается открыть новую рыночную нишу, основываясь на других факторах ценности – на инновационных ценностях [5].

Под «алым океаном» понимается существующая часть рынка, а «голубой океан», напротив, символизирует неизвестную нам часть рынка. «Голубой океан» представляет собой нетронутые части рынка, которые могут быть открыты при творческом подходе и креативном мышлении и которые дают возможность компаниям расти и получать высокую прибыль. Но нужно отметить, что «голубой океан» может быть открыт и внутри «алого океана».

Далее применим стратегию «голубого океана» для разработки окончательной модели создания тренинг-центра, т.к. необходимо выявить, на каких именно ценностях будет основываться и строиться данная модель. Для начала представим стратегическую канву образовательной отрасли Армении (см. Рис. 1). Стратегическая канва отображает в графической форме необходимую информацию об отрасли. В стратегической канве по горизонтали представлены факторы конкуренции.

Первым фактором конкуренции было представлено место проведения, для предложенной модели акцентировать внимание на месте проведения тренингов не стоит, потому что курсы будут созданы на онлайн-платформе, и все тренинги будут организованы он-лайн. Здесь возникнет более актуальный вопрос: какую именно систему дистанционного обучения использовать? Ответ на данный вопрос был дан в статье «Сравнительный анализ платформ для дистанционного обучения»⁴.

⁴ Манукян Л.А. Сравнительный анализ платформ для дистанционного обучения // сборник научных трудов Тамбовского государственного университета им. Державина.



*Свобода выбора времени для изучения материала.

Рисунок 1. Стратегическая канва образовательной отрасли Армении.

На Рис. 1 представлены некоторые факторы конкуренции, которые были оценены по 10-балльной шкале в сравнении с конкурентами, и, тем самым, получена стратегическая канва отрасли. На следующем рисунке представлена текущая стратегическая канва предложенной модели (см. Рис. 2). На Рис. 2 представлена кривая ценности, которая является главной составляющей стратегической канвы. Данная кривая представляет собой графическое отображение сравнительной эффективности компании с учетом выделенных факторов конкуренции.

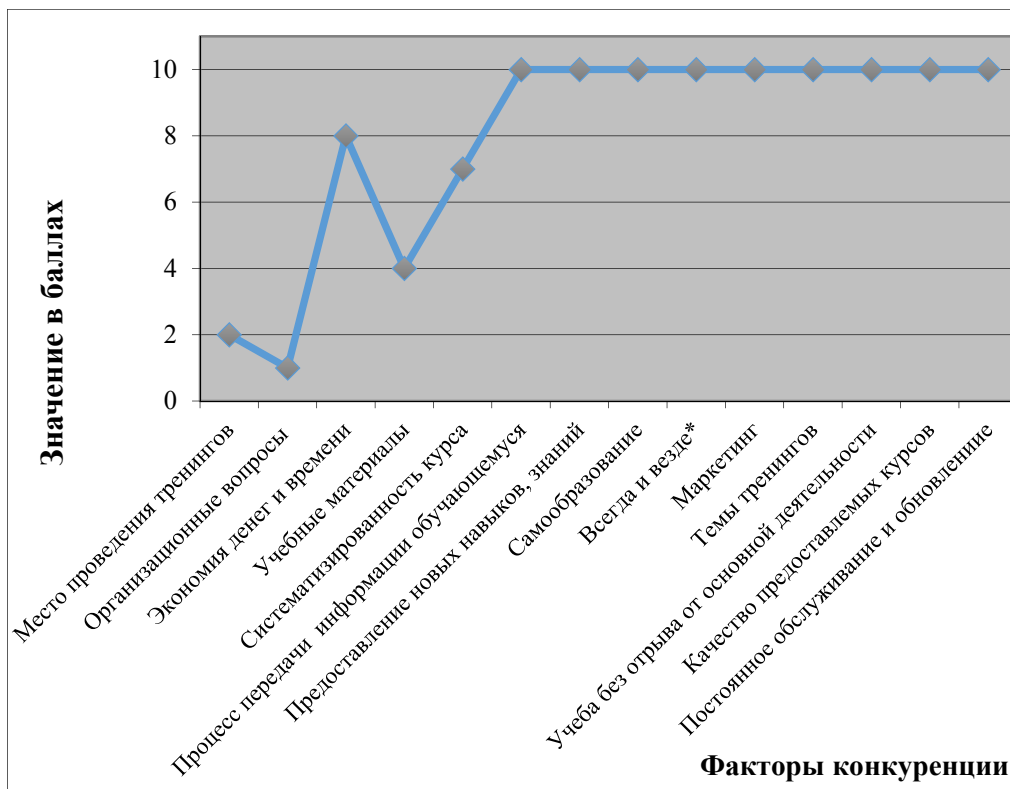


Рисунок 2. Стратегическая канва центра тренингов.

При дистанционной организации обучения акцент не ставится на предоставлении учебных материалов, диктовку лекций и предоставление конспектов в распечатанном варианте, сейчас век электронизации, когда все есть под рукой в электронном варианте, можно дать необходимые ссылки на интересные статьи, на важные материалы и при случае под рукой всегда будет Интернет. В итоге, обучающийся всегда будет иметь актуальную информацию и обучаться по новым техникам.

Центр тренингов позволяет обучаться без отрыва от своей основной деятельности, то есть данная модель позволяет организовывать тренинги с удобным для всех графиком.

По стратегической канве видно, на какие именно факторы конкуренции будет ориентирована предлагаемая модель. Среди всех факторов отметим тот фактор, что курсы будут ориентированы на предоставление курсов, которые будут обеспечивать формирование необходимых компетенций, навыков. На сегодняшний день востребованные следующие навыки:

- Системное мышление;
- Управление проектами;
- Креативность;
- Клиентоориентированность;
- Межотраслевая коммуникация;
- Программирование/Робототехника/Искусственный интеллект.

Также важно, что курсы будут постоянно обновляться.

Далее перейдем к следующему шагу анализа, который является основной составляющей стратегии «голубых океанов» – это модель четырех действий (упразднить-снизить-повысить-создать). Первая часть (упразднить) помогает выявить те факторы, которые долгое время являлись предметом конкуренции и которые сейчас можно упразднить. Вторая часть (снизить) помогает выяснить, какие факторы усложняют конкуренцию и действие каких факторов можно снизить. Третья часть (повысить) выявляет факторы, действие которых необходимо повысить. И, наконец, четвертая часть данной модели (создать) помогает сгенерировать новые источники, ценности для покупателя, сформировать новую систему ценообразования в данной отрасли и создать новый спрос, посредством открытия нового рыночного пространства. В Таблице 1 представлена решетка четырех действий для предложенной модели (см. Табл. 1).

Таблица 1. Решетка «упразднить-снизить-повысить-создать» для предложенной модели⁵.

Упразднить Место проведения тренингов	Снизить 1. Организационные вопросы 2. Необходимую сумму для обучения 3. Необходимое время для обучения
Повысить 1. Систематизированность курса 2. Уровень самообразования 3. Свобода выбора времени	Создать 1. Актуальные темы тренингов 2. Возможность учебы без отрыва от основной деятельности 3. Качественные курсы

⁵ Источник: составлен авторами.

Разъясним нашу решетку четырех действий: необходимо полностью упразднить место проведения тренингов, так как тренинги будут проводиться он-лайн. Далее необходимо снизить организационные вопросы, то есть по максимуму весь процесс должен быть автоматизированным, начиная от регистрации пользователей до выдачи сертификатов слушателям, удачно прошедших курс. Далее необходимо снизить необходимую сумму для прохождения тренинга, то есть по максимуму должна быть установлена минимальная цена на курс, чтобы было доступно для всего населения.

Итак, в работе использована концепция “Jobs to be done” для создания самого продукта с параллельной разработкой стратегии голубого океана, тем самым иметь свою нишу на рынке. Предложена модель создания центра тренингов и выявлены факторы, на которых будет ориентирован данный центр.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Tilda Education: <http://tilda.education/articles-jobs-to-be-done>
2. Официальный сайт компании Intercome, электронный учебник IntercomonJobs-to-be-Done: <https://www.intercom.com/books/jobs-to-be-done>
3. Саакян Д.А., Манукян Л.А. Генерирование ценностей для открытия нового рыночного пространства в сфере образования // сборни XIV Международной научно-практической конференции «Экономика счастья в формате ABLE: искусство, бизнес, право, экономика», г. Екатеринбург.
4. Официальный сайт информационной системы СПЮР: https://www.spyur.am/ru/home/search-1/?company_name=тренинг+центры
5. У Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Пер. с англ. М.: НИРРО. 2005. 272с.
6. Манукян Л.А. Сравнительный анализ платформ для дистанционного обучения // сборник научных трудов Тамбовского государственного университета им. Державина.

APPLICATION OF THE STRATEGY OF THE BLUE OCEAN IN THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES IN ARMENIA

D. Sahakyan, L. Manukyan

ABSTRACT

In this study, has been developed a model for creating training centers, which will provide educational services. The model is based on the concept of “Jobs to be done”. The paper also explored the “Blue Ocean” strategy and identified the prospects for using this strategy0 in the process of learning, i.e., we have developed a new model of presenting distance education services to everyone model’s developing is based on the opening of a new market space.

Keywords: Jobs to be done, blue ocean strategy, distance course, educational process, model.

ОЦЕНКА КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ОБМЕННОГО КУРСА В АРМЕНИИ¹

Э.М. Сандоян, М.А. Восканян, А.Г. Галстян

АННОТАЦИЯ

Выбор политики валютного регулирования в развивающихся странах, как правило, осложняется институциональной несостоятельностью экономики, в том числе значительной концентрацией на товарных рынках, и высокой степенью зависимости национального рынка и финансовой системы от экзогенных факторов и значительного внешнего национального долга. Из опыта многих стран исходит необходимость поиска новых «нестандартных» подходов, позволяющих достичь макроэкономического эффекта в краткосрочный период благодаря пересмотру валютной политики наряду с более долгосрочными мерами по модернизации налогово-бюджетной политики. Решение подобной задачи предполагает осуществление оценки ключевых факторов формирования обменного курса национальной валюты и выработку подхода к валютной политике, способствующей формированию благоприятной макроэкономической среды для ускорения темпов экономического роста в стране. Применительно к Армении следует учесть также необходимость пересмотра валютной политики в контексте усиления конкурентных преимуществ национальной экономики в условиях евразийской экономической интеграции и расширения европейского партнерства.

Ключевые слова: валютная политика, обменный курс, экономический рост.

Постановка проблемы

Реализуемая в Армении валютная политика, особенно в период с 2014г. по настоящее время, имеющая целью обеспечение стабильного курса национальной валюты, невзирая на существенные изменения величин

¹Исследование выполнено в Российско-Армянском университете за счет средств, выделенных в рамках субсидии МОН РФ на финансирование научно-исследовательской деятельности РАУ.

и структуры притока и оттока иностранной валюты, привела к значительной потере экспортного потенциала экономики страны. В частности, по причине «достижения» наиболее стабильного обменного курса армянской национальной валюты по сравнению с валютами стран ЕАЭС в условиях значительной девальвации последних, особенно российского рубля и белорусской валюты, отечественные товары и услуги потеряли свои конкурентные преимущества на общем евразийском рынке, с которым после вхождения Армении в Таможенный союз связывались большие надежды по расширению экспорта из Армении благодаря упрощению таможенных процедур и гармонизации законодательств стран Союза, направленных на развитие межстрановых торговых отношений. Между тем, адекватная валютная политика, основанная на применении режима свободно плавающего валютного курса, могла бы обеспечить существенный рост экспорта в РФ, в том числе в условиях применяемой со стороны Запада по отношению к Российской Федерации политики эмбарго, открыть перед армянскими товарами новые ниши на российском рынке, что, в свою очередь, позволило бы нивелировать негативные (как социальные, так и финансовые) последствия от обесценения валютного курса.

Следует также отметить, что Центральному банку Армении по причине неэффективной денежно-кредитной политики и валютного регулирования не удалось добиться укрепления доверия населения и участников финансового рынка к национальной валюте, о чем свидетельствует высокая степень долларизации сбережений населения и денежной массы, в целом.

И, наконец, сдерживание роста денежного предложения механизмами денежно-кредитной политики и поддержание стабильного курса национальной валюты с использованием беспрецедентно высоких ставок обязательного резервирования банковских валютных обязательств обусловили замедление темпов экономического роста за последние 9 лет, что еще более усугубило негативные для армянской экономики последствия мирового и регионального кризисов 2008–2009 гг. и 2014–2015 гг.

Очевидно, что требуется пересмотр политики валютного регулирования в Армении, а для выработки адекватного подхода следует, прежде всего, оценить ключевые факторы формирования валютного курса.

Ключевые факторы формирования обменного курса в Армении

Существует множество факторов, которые воздействуют на формирование обменного курса национальной валюты. При этом, специфика каждой из стран всегда неповторима и связана исключительно с конкретными условиями экономического развития и потенциала в определенный временной период.

Армения, будучи страной с малой открытой экономикой, безусловно, очень зависит от внешних факторов, в том числе и с точки зрения валютного рынка. При этом, спектр факторов, которые могут иметь воздействие на формирование обменного курса национальной валюты довольно узок. Учитывая достаточно слабые позиции Армении по линии экспорта, который, как правило, является одним из основных каналов притока иностранной валюты в страну, среди остальных значимых каналов притока иностранной валюты можно выделить следующие: прямые иностранные инвестиции, официальные и частные иностранные денежные трансферты.

Как известно, формирование обменного курса происходит в зависимости от валютной структуры денежной массы, изменяющейся от оттока и притока иностранной валюты в страну, а также от операций ЦБ на открытом рынке, в том числе валютных интервенций. На валютную структуру денежных агрегатов влияют также механизмы банковского регулирования, особенно резервные требования к банковским обязательствам и нормирование валютной позиции.

Специфической особенностью экономики Армении является высокая значимость частных иностранных денежных трансфертов, ежегодный объем которых в среднем составляет около 20% к ВВП. Будучи полностью экзогенным фактором, приток частных иностранных трансфертов, в основном зависит от экономической ситуации в странах-донорах и, соответственно, значительно сокращается в их кризисные периоды, отражаясь, соответственно, на валютной структуре денежных агрегатов в Армении, а значит, оказывает сильное воздействие на формирование курса национальной валюты в стране.

При этом денежные трансферты формируют значительную часть доходов и играют немаловажную роль в формировании совокупного платежеспособного спроса населения.



Источник: База данных Центрального Банка РА - <http://www.cba.am/>

Рис. 1. Приток и отток частных иностранных трансфертов в Армении, поквартально в млн. USD.

Из Рис. 1 видно, что до кризисного 2008г. объем денежных переводов в Армению неуклонно рос, что, как известно, наряду с положительными эффектами и благодаря росту доходов населения, проявляется в инфляционном давлении на потребительский рынок и создает ставшие для Армении традиционными риски «голландской болезни». Фактически, в начале 2009 года негативные последствия не заставили себя ждать. Денежные переводы в страну резко сократились, что было обусловлено, в первую очередь, экономическим кризисом в странах донорах.

Снижение располагаемого дохода в мире привело к снижению уровня денежных трансфертов в экономику Армении. Это, в свою очередь, способствовало сокращению доли инвалютной массы в стране, что, несомненно, не могло не отразиться на обменном курсе национальной валюты. И действительно, частные трансферты в 2009 году составили 1 124 млн. долларов² против 1 635 млн. долларов в 2008 году. Такое сокращение притока иностранной валюты привело к нестабильности на денежном рынке

² Источник: Используются данные официального сайта Национальной статистической службы Республики Армения. – www.armstat.am

и вызвало очередной виток инфляционного давления, которое было усилено негативными инфляционными ожиданиями со стороны реального сектора. Еще один период сокращения трансфертов наблюдается в 2014г. и обусловлен, в первую очередь, кризисной ситуацией в России, на которую приходится доминирующая доля иностранных денежных переводов в Армению. Однако динамика частных иностранных денежных трансфертов не всегда последовательно отражается на волатильности обменного курса драма, что также свидетельствует об искусственном характере формирования валютного курса в Армении.

Ведь существенное сокращение или рост притока и оттока частных иностранных денежных трансфертов ввиду их значительных для экономики Армении объемов не может не сказываться на темпах экономического роста, даже если такое влияние происходит косвенно, через каналы располагаемого дохода и сбережений населения, а также является одним из важнейших каналов воздействия на обменный курс драма.

Как известно, состояние платежного баланса имеет непосредственное воздействие на волатильность и величину обменного курса национальной валюты страны. Положительное сальдо платежного баланса ведет к стабилизации валютного курса, и, наоборот, отрицательное сальдо ведет, в том числе, к дестабилизации на валютном рынке. В первую очередь, это касается именно торгового баланса, поскольку экспорт считается наиболее эффективным способом привлечения иностранной валюты в экономику, особенно с точки зрения долгосрочного экономического развития.

На протяжении всего периода независимой государственности экономика Армении является крайне импортозависимой и характеризуется значительным отрицательным сальдо торгового баланса. Примечательно, что наивысшего пика отрицательное сальдо торгового баланса достигло в лучший – докризисный – 2008 год, на который приходится наивысший, вплоть до настоящего времени, показатель ВВП Армении. При этом, на 2008 год приходится также наивысший за 2008–2018гг. объем чистого притока частных иностранных трансфертов и прямых иностранных инвестиций. Таким образом, увеличение доходов населения – благодаря росту притока частных иностранных трансфертов – коррелируется с ростом импорта и, наоборот, сокращение их чистого притока практически прямолинейно отражается на сокращении импорта (так произошло, например, в

кризисные 2009, 2015, 2016 годы). Не вдаваясь в подробные комментарии внешнеторговой специфики армянской экономики, отметим лишь жесткую зависимость торгового баланса от величины чистого притока частных иностранных денежных трансфертов.

Следует отметить, что платежный баланс Армении в значительной степени зависит от России, и не только по линии частных денежных трансфертов. Существенные доли прямых иностранных инвестиций в Армению и экспорта из Армении также приходятся на Россию. Поэтому изменения на валютном рынке России в кризисные годы, в частности, девальвация российского рубля, отражаются на конкурентоспособности как армянского экспорта на российском рынке, так и российских импортных товаров на армянском. Помимо обесценения российской национальной валюты, конкурентоспособность армянских товаров на российском рынке снизилась также по причине сокращения внутрirosсийского потребительского спроса. Многие армянские товаропроизводители приостановили свой экспорт в Россию в 2015–2016гг., другие значительно сократили его с целью не потерять свою нишу на российском товарном рынке.

Таким образом, в условиях, когда Центральный банк России осуществляет откровенно рыночную политику свободно плавающего валютного курса, а в Армении продолжают придерживаться традиционного режима сохранения стабильного валютного курса, невзирая на высокую волатильность чистого притока иностранной валюты, складывается сдерживающая экономический рост макроэкономическая среда. В таких условиях значительно сокращается экспортный потенциал экономики Армении, ориентированный на рынки евразийских стран, в первую очередь РФ.

В те же кризисные периоды и по тем же причинам сократились также прямые российские инвестиции в Армению.

Следует также учесть традиционный канал оттока иностранной валюты – незаконный финансовый отток, формирующийся, как правило, из разницы между ценами реализации конечному покупателю (мировые цены) и ценами поставок через оффшорные организации на экспортируемое из Армении металлическое сырье (цветные металлы)³, по линии которого

³Global Financial Integrity: <http://www.gfintegrity.org/report/illicit-financial-flows-from-developing-countries-2004–2013/>

ежегодно из Армении вытекает иностранной валюты примерно на 11–12% к ВВП.

Важным каналом притока в страну иностранной валюты является внешний долг. В Армении более 50% внешнего национального долга составляет совокупный долг Правительства и ЦБ. При этом, его обслуживание в предстоящие годы представляет значительную тяжесть, особенно для государственного бюджета страны (см. Табл. 1).

Однако, как уже было сказано выше, неэффективная система налогообложения создает существенные риски, связанные с безболезненным возвратом внешнего государственного долга. Очевидно, что в случае сохранения реализуемых в стране налогово-бюджетной и денежно-кредитной политик сложившаяся ситуация по внешнему долгу значительно ограничит возможности осуществления расширительной бюджетной политики и потенциал экономического роста в стране.

Таблица 1.

Выплаты по внешнему долгу РА.

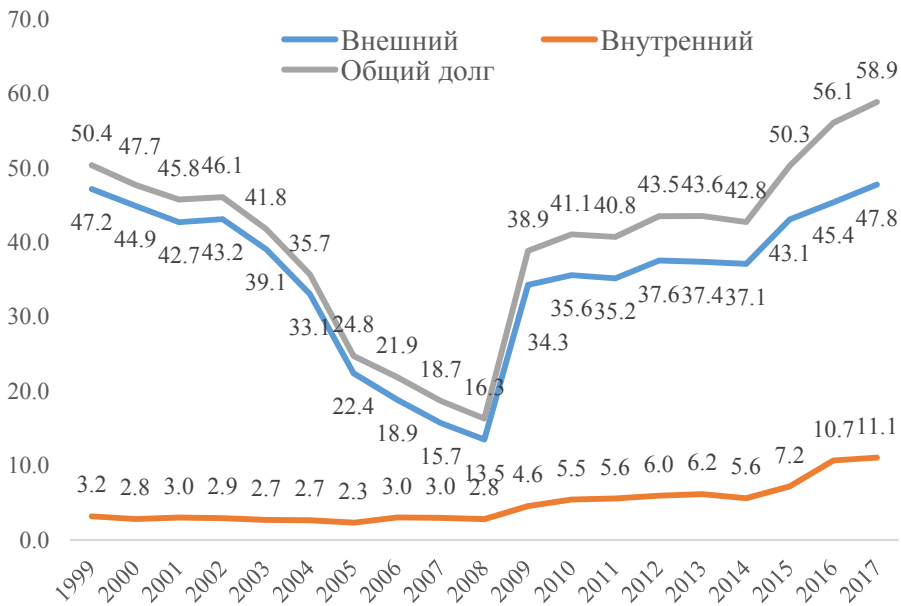
	Возврат внешнего долга		Проценты	
	млрд. драм	% от бюджетных расходов	млрд. драм	% от бюджетных расходов
2018	158.4	11.6	120.3	8.8
2019	185.7	12.4	136.7	9.1
2020	197.3	12	146.6	8.9
2025	486.9	27.1	176.1	9.8

Источник: Министерство Финансов РА, отчет о государственном долге.

Вместе с тем, с точки зрения воздействия на обменный курс национальной валюты, очевидно, что значительное увеличение объемов внешних заимствований после 2008 года должны были отразиться также и на валютной политике.

Из Рис. 2 видно, что, начиная с 2009г. правительство Армении неизменно наращивает привлечение внешних заимствований. Общий государственный долг по состоянию на конец 2017г. приблизился к критическому пределу в 60% к ВВП. Более того, валовый национальный внешний долг также имеет тенденцию к росту, что является существенным каналом притока иностранной валюты в страну. Вместе с тем, в период с января

2015г. по конец июня 2018г. волатильность курса армянского драма варьирует вокруг нуля в пределах 1 процента, что, опять же, свидетельствует о реализации в стране нерыночной политики таргетирования валютного курса «в ручном режиме», невзирая на динамику и тенденции изменения валютной структуры денежных агрегатов.



Источник: Министерство Финансов РА, отчет о государственном долге.

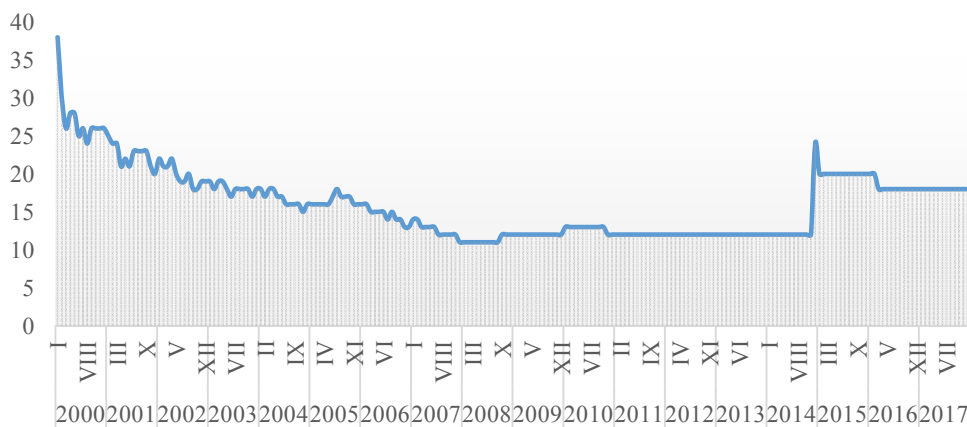
Рис. 2. Государственный долг РА (в % от ВВП).

Немаловажным фактором воздействия на валютный курс в стране является также высокий уровень долларизации в экономике и сбережений населения, в частности. Примечательно, что усилия ЦБ по укреплению обменного курса национальной валюты привели к некоторым положительным результатам в области борьбы с долларизацией. Так, по состоянию на конец 2008г., уровень долларизации денежной массы составил 55,3%.

Однако наступивший мировой финансовый кризис и фактически отсутствие доверия населения к деятельности ЦБ РА и национальной денежной единице привели к тому, что уже в середине 2009г. уровень долларизации денежного предложения в Армении составил 67%. Таким образом,

некорректная политика «денежных властей» привела к значительной потере доверия со стороны населения к национальной валюте. Такая ситуация, ко всему прочему, является существенным препятствием для эффективного осуществления денежно-кредитной политики.

Учитывая специфику монетарного регулирования в Армении, среди факторов, которые имеют существенное воздействие на обменный курс драма следует указать также само валютное и монетарное регулирование, осуществляемое со стороны ЦБ РА.



Источник: База данных Центрального Банка РА - <http://www.cba.am/>

Рис. 3. Норматив резервирования инвалютных банковских обязательств РА.

Ярким примером степени воздействия на валютный рынок со стороны «денежных властей» является политика обязательного резервирования инвалютных банковских обязательств, которая фактически в декабре 2014г. приостановила валютный кризис, возникший под влиянием экзогенных факторов, связанных с шоковой девальвацией российского рубля (см. Рис. 3). Благодаря действию этого норматива с декабря 2014г. и до сих пор банковская система вынужденно замораживает на резервных счетах в ЦБ РА значительную сумму (сконвертированную, согласно требованиям норматива, в армянскую национальную валюту), превышающую по объему 5% ВВП страны⁴, неся валютные и процентные риски перед своими

⁴ База данных Центрального Банка РА:

<https://www.cba.am/am/SitePages/statmonetaryfinancial.aspx>

вкладчиками (17 декабря 2014г. ЦБ РА повысил нормативную ставку обязательного резервирования банковских обязательств в иностранной валюте с 12% до 24%⁵ с условием размещения резервов в ЦБ исключительно в драмах (ранее 6% требовалось резервировать в драмах, остальные 6% – в валюте депозита), что явилось причиной резкого укрепления драма буквально на следующий день. Так, 18 декабря курс доллара упал на 30,2 пункта и зафиксировался на отметке 497 AMD за 1 USD. По драмовым депозитам норма резервирования сохранилась на уровне 2%. Позже, 23 декабря 2014г., ЦБ РА пересмотрел норму резервирования и опустил ставку с 24% до 20%, что действовало вплоть до октября 2016г., когда норму опустили до 18%, действующих по сей день.

Таким образом, наиболее действенным инструментом воздействия на обменный курс драма в кризисной ситуации стал грубый инструмент монетарной политики.

Однако искусственное укрепление обменного курса национальной валюты, которое осуществляется со стороны ЦБ, привело к значительным негативным последствиям. Безусловно, в какой-то степени такая политика обеспечила сдерживание роста денежного предложения и, соответственно, в определенной степени сократила инфляционное давление. Однако ужесточение валютного контроля значительно ослабило экспортный потенциал экономики Армении. Здесь также необходимо упомянуть одно из самых важных условий успешной реализации таргетирования инфляция, а именно: **свободно плавающий валютный курс**. В этом смысле ЦБ РА де-факто реализуя жесткое валютное регулирование, изначально исключает возможность эффективной монетарной политики в режиме таргетирования инфляции.

Неудивительно, что в подобных условиях единственным источником поддержания сбалансированности государственных финансов является наращивание государственного долга, который с 2008г. по конец 2015г. вырос с 16,3% к ВВП до 50,4%⁶, а в конце 2017г. достигло 60% к ВВП

Ранее, особенно в период с конца 2005г. по конец 2014г., наиболее действенным в долгосрочной перспективе инструментом воздействия на

⁵База данных Центрального Банка РА: <https://www.cba.am/am/SitePages/regbanks.aspx>

⁶Министерство Финансов РА:

<http://www.minfin.am/minfin.am/index.php?cat=207&lang=1>

валютный рынок явились валютные интервенции, к которым ЦБ РА периодически прибегал на протяжении всего периода реализации денежно-кредитной политики.

Итак, обобщая вышесказанное, можно заключить, что среди факторов, имеющих непосредственное воздействие на обменный курс драма можно выделить как рыночные каналы, так и механизмы воздействия со стороны «денежных властей», носящих не рыночный характер.

Таким образом, очевидно, что политика поддержания стабильности обменного курса создает глубокие и сложно преодолимые проблемы. Исключительно рыночный курс национальной валюты позволит восстановить паритет конкурентоспособности армянских товаров на российском рынке и улучшить сравнительные преимущества национальных товаропроизводителей на внутреннем рынке, а также задействовать все преимущества, связанные с интеграцией в ЕАЭС⁷. С этой целью необходимо:

1. Пересмотреть проводимую денежно-кредитную политику, придерживаться таргета, соответствующего реальной инфляции в стране с целью стимулирования экономического роста. При этом следует таргетировать значительное отставание инфляции от девальвации драма, что обеспечит стимулирование экспорта, а также повышение реальных доходов трансфертозависимых лиц.

2. Отказаться от политики поддержания стабильности валютного курса нерыночными методами и осуществлять политику свободно плавающего валютного курса и невмешательства (валютные интервенции допускать исключительно с целью выравнивания пиковых скачков и недопущения ажиотажного спроса на валютном рынке), что позволит в краткосрочный период обеспечить защиту финансового рынка Армении от экзогенных рисков и восстановление конкурентоспособности армянских товаров на внешних рынках, в первую очередь, в России. При этом следует осуществить соответствующие расчеты для выявления «цены вопроса», то есть определения объема ресурсов, направляемых на возмещение возможных потерь от роста инфляции под влиянием обесценения курса драма, например, за счет внешнего долга и/или секвестрования государственного бюджета.

⁷ Сандоян Э.М. Перспективы выбора альтернативных подходов к политике валютного регулирования в Армении // «Финансы: теория и практика», № 1, 2017.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Sims, C.A.* (1980). Comparison of Interwar and Postwar Business Cycles: Monetarism Reconsidered.
2. *Bernanke, B.S., & Mihov, I.* (1995). Measuring Monetary Policy
3. *Bernanke, B.S., & Blinder, A.S.* (1992). The federal funds rate and the channels of monetary transmission. *The American Economic Review*, 901–921.
4. *Christiano, L., Eichenbaum, M., & Evans, C.* (1996). The effects of monetary policy shocks: Evidence from the flow of funds, *The review of economics and statistics*, 78. Issue, 1, 16–34.
5. *Hamilton, J.* (1994). *Time series analysis*. Princeton University Press.
6. *Yongtao, Y.* (2011). Exchange rate forecasting model comparison: A case study in North Europe, Uppsala University.
7. Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series With a Unit Root Author s): David A. Dickey and Wayne A. Fuller Source: *Journal of the American Statistical Association*, Vol. 74, No. 366 (Jun., 1979). PP. 427–431.

ASSESSMENT OF KEY FACTORS OF THE FOREIGN EXCHANGE RATE FORMATION IN ARMENIA⁸

E. Sandoyan, M. Voskanyan, A. Galstyan

ABSTRACT

It is usually difficult for developing countries to choose a currency regulation policy because of institutional inadequacy, including a significant level of concentration in commodity markets, and a high degree of dependence of the national market and financial system on exogenous factors and a huge external debt. The experience of many countries shows that there is a need for new “non-standard” approaches that will help achieve macroeconomic effects in a short-term perspective due to revision of a monetary policy along with long-term measures of modernization of fiscal policy. It can be done through the assessment of key factors of foreign exchange rate formation and the development of such an approach to currency policy that will contribute to formation of a favorable macroeconomic environment for accelerating economic growth in the country. With regard to Armenia, one should also consider the need for revision of the currency policy in the context of strengthening the competitive advantages of the national economy in the framework of Eurasian economic integration and broadening European partnership.

Keywords: currency policy, exchange rate, economic growth.

⁸ This work was supported by Russian-Armenian University within the framework of the grant of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation.

ВЛИЯНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПЕРЕВОДОВ ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ НА ЭКОНОМИКУ СТРАН ДОНОРОВ И РЕЦИПИЕНТОВ

Р.А. Симонян

Российско-Армянский университет

ramela.simonian@rau.am

АННОТАЦИЯ

Трудовая миграция в современных условиях стала одним из наиболее распространенных явлений. Как известно, экономика Армении имеет большую зависимость от экономики России. Денежные переводы мигрантов считаются важным фактором, влияющим на экономику, как России, так и Армении. Они являются постоянно растущим внешним источником притока капитала для развивающихся стран. В то время как прямые иностранные инвестиции и потоки капитала на рынках резко сократились в последние годы из-за спада в странах с высоким уровнем дохода, а объемы денежных переводов мигрантов продолжали расти. Объяснению данного феномена и посвящена данная статья.

Ключевые слова: трансферты, миграция, рабочая сила, страны-доноры, страны-реципиенты.

Мы часто слышим, что армянская экономика имеет большую зависимость от экономики России. Денежные переводы мигрантов считаются важным фактором, влияющим на экономику, как России, так и Армении. Доля трансфертов в экономике Армении очень велика. По данным 2015 года данный показатель составляет 20% ВВП страны.

В номинальном выражении этот показатель по данным Всемирного банка составляет 2,3 млрд. долл. США.

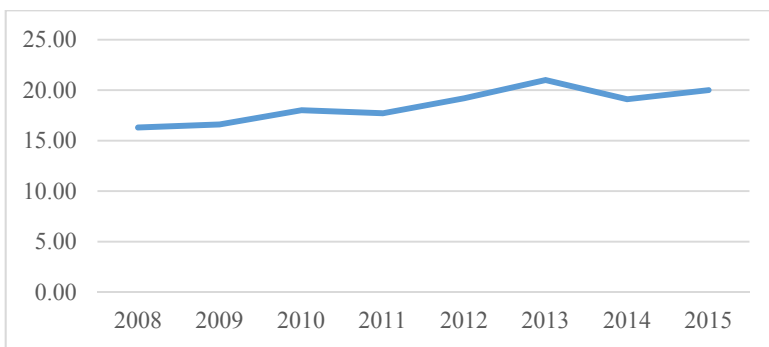


Рисунок 1. Доля частных иностранных трансфертов в ВВП Армении, % [2].

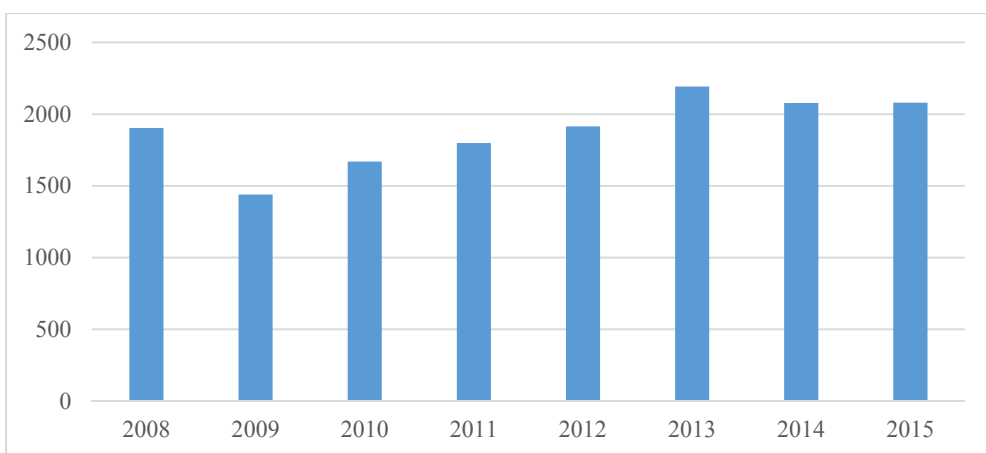


Рисунок 2. Частные иностранные трансферты, поступающие в РА, млрд. долл. США [2].

Уровень потоков трансфертов, высылаемых мигрантами, имеет непосредственную зависимость от их возможностей, т.е. от доходов и экономики от дохода мигрантов, и их мотивации для перевода сбережений на родину.

Экономические последствия денежных переводов для стран-реципиентов

- Распределение доходов и их зависимость от денежных переводов.

Исследование воздействия трансфертов на распределение доходов основывается на принципах равенства и социальной справедливости и последствий для экономики не имеет. В эмпирических оценках, проводимых в большинстве исследований, при воздействии частных денежных

трансфертов на распределение доходов используется коэффициент Джини. Получаемые в ходе исследований эмпирические данные неоднозначны. Таким образом, существует точка зрения о том, что денежные переводы выравнивающим образом влияют на распределение доходов. Другая же точка зрения доказывает, что денежные переводы способствуют росту неравенства.

- Денежные переводы и рост.

Существуют некоторые неоспоримые социальные последствия денежных переводов мигрантов. Во-первых, денежные переводы являются важным источником дохода для многих семей с низким и средним уровнем дохода в развивающихся странах. Во-вторых, денежные переводы обеспечивают приток твердой, конвертируемой валюты, необходимой для импорта дефицитных ресурсов, которые недоступны внутри страны, а также дополнительные сбережения для экономического развития (Ratha, 2003; Taylor, 1999; Quibria, 1997). Но масштабы влияния денежных переводов на развивающиеся принимающие страны предпринимались многими учеными в зависимости от того, как эти деньги были потрачены. Таким образом, значительная часть литературы изучает использование денежных переводов для потребления, приобретения жилья, покупки земли, финансовой экономии и производственных инвестиций. Нет никаких сомнений в том, что расходы на предпринимательские инвестиции оказывают положительное влияние на занятость и рост. Однако другие ученые зафиксировали, что даже диспозиция денежных переводов на потребление и недвижимость может оказывать различные косвенные последствия на экономику. К ним относятся: выпуск других ресурсов для инвестиций и генерация эффектов мультипликатора. Что касается использования денежных переводов мигрантов, то в ранних исследованиях предполагалось, что денежные переводы чаще расходуются на основные потребности в потреблении, здравоохранение и недвижимость. Но будь то из денежных переводов или из других источников, доход тратится в соответствии с иерархией потребностей. Поэтому разумно предположить, что до тех пор, пока развивающиеся страны не достигнут определенного уровня благосостояния, домохозяйства будут по-прежнему демонстрировать такую же картину расходов (Лоуэлл и де ла Гарза, 2000 год) [9].

Недавние исследования показывают, что частные денежные трансферты, даже в том случае, когда они не инвестируются, обладают эффектом мультипликатора. Один доллар, потраченный на удовлетворение конкретных потребностей, может стимулировать продажи, что будет способствовать росту спроса на товары и услуги, стимулируя, тем самым, занятость и выпуск (Lowelland de la Garza, 2000).

Частные денежные трансферты положительным образом влияют не только на экономику стран-доноров мигрантов. Если они формируют спрос, превышающий экономический потенциал для его удовлетворения, и данный спрос приходится на неторгуемые товары, трансферты могут формировать инфляционные эффекты.

- Воздействие денежных переводов на платежный баланс.

Денежные переводы подразумевают дополнение также и к стороне получения платежного баланса.

Денежные переводы компенсируют хронический дефицит платежного баланса, уменьшая дефицит иностранной валюты. Эти переводы могут помочь смягчить часто решающую сдержанность из-за дефицита платежного баланса, связанную с экономическим развитием стран происхождения мигрантов. Они оказывают более позитивное влияние на платежный баланс, чем другие денежные притоки (например, финансовая помощь, прямые инвестиции или займы), поскольку их использование не привязано к конкретным инвестиционным проектам и не является формой задолженности. Кроме того, денежные переводы являются гораздо более стабильным источником притока иностранной валюты, чем другие потоки частного капитала, и для некоторых стран они имеют также антициклический характер (Buchetal, 2002; Buch and Kuckulenz, 2004; Nayyar, 1994; Straubhaar, 1988) [9].

Развивающиеся страны довольно быстро признали данный очевидный и, в некоторой степени оцениваемый, положительный эффект частных денежных трансфертов для платежного баланса, тем самым, были предприняты соответствующие меры с целью увеличения подобного притока иностранной валюты. Однако подобные меры осуществляются с осторожностью, в связи с тем, что денежные переводы, кроме положительных для платежного баланса эффектов в стране проживания, влияют также и на экономическую деятельность. В зависимости от того, каким образом

они будут инвестированы или потрачены, их непосредственное воздействие на инфляцию, производство, импорт будет разным.

В этом отношении важным фактором считается то, насколько вызванный денежными переводами дополнительный спрос за счет расширения внутреннего производства может быть удовлетворен. Гибкость, с которой на дополнительный спрос реагирует внутренний спрос, показывает, будут ли денежные переводы оказывать положительное или отрицательное воздействие на занятость.

Для счета текущих операций к числу негативных последствий трансфертов относят «эффект бумеранга», который происходит, когда частные денежные трансферты в стране, получающей денежные переводы, приводят к росту дефицита импорта и торгового баланса.

Очередной отрицательный эффект обусловлен тем, что трансферты формируют спрос, который превышает производственные возможности экономики.

Тем самым, нам частично удалось рассмотреть воздействие денежных переводов трудовых мигрантов на экономику принимающих стран. Перейдем к рассмотрению воздействия денежных переводов на экономику отправляющих стран.

Влияние частных денежных трансфертов на экономику стран-доноров

К благоприятным последствиям для страны, принимающей трудовые ресурсы, можно отнести следующие:

1. Мигранты для отправления на родину денежных средств довольно активно ищут работу, тем самым, положительно влияя на проблемы занятости с помощью ликвидации дефицита рабочей силы, установившегося в стране, высылающей трудовые ресурсы. В последние годы для России, например, дефицит трудовых ресурсов существенно влияет на замедление темпов экономического роста. В промышленности России в кризисные годы остается свободным каждое пятое рабочее место, и, в основном, данные места заполняются мигрантами, работающими для отправки трансфертов на родину.

2. Мигранты, приезжают в РФ с целью временного проживания, а также заработка денег и последующей их отправкой на родину, не требовательны к рабочим местам, предполагающим выполнение низкоквалифицированных услуг труда. Таким образом, они заполняют рабочие места, которые не занимает местное население.

3. Среди мигрантов часто встречаются работники, не имеющие возможности получить в стране резиденства заработную плату, которая бы соответствовала их квалификации, тем самым, это способствует тому, что мигранты, стремясь за счет своей квалификации в других странах заработать и далее высылать на родину своим семьям больше денег, обеспечивают для высылающих трансферты и принимающих работников стран рабочую силу с высокой квалификацией.

4. Результатом вышеуказанного пункта считается рост экономической ренты рабочей силы, не требующей дополнительных затрат, необходимых для улучшения качества рабочей силы.

5. Также результатом заполнения страны работниками, которые стремятся заработать больше денег для того, чтобы в дальнейшем выслать их на родину, считается рост уровня конкуренции на рынке труда в стране.

6. Также для отправляющей страны очередным положительным эффектом денежных трансфертов считается решение демографической проблемы.

7. К числу положительных эффектов также относится и обеспечение роста ключевых экономических показателей (для государственного бюджета – это рост доходов, а также, например, рост совокупного спроса и прочее).

8. Ключевым эффектом денежных переводов можно считать замедление инфляции, обусловленное у иностранных работников более высокой склонностью к сбережениям.

Но естественным образом страна-донор трансфертов столкнется и с определенными отрицательными последствиями, к числу которых можно отнести следующие:

1. Работники, стремящиеся отправлять на родину больше денег и таким образом соглашаясь выполнять больше работы, в целом на рынке труда и, в частности, в сфере услуг, могут вызвать понижение общего уровня заработных плат.

2. Работники, которые стремятся высылать как можно больший объем денежных средств и таким образом соглашаясь на менее выгодные условия труда, могут повысить уровень социальной напряженности в принимающей стране.

3. Чем выше оказывается объем денежных средств, высылаемых на родину мигранта, тем большее число членов семьи мигранта также стремятся выехать за границу для обеспечения еще большего потока денежных средств и повышения уровня благосостояния домашнего хозяйства, что влечет за собой большой поток мигрантов и наращивает миграционные потоки.

4. В связи с тем, что в основном в странах-донорах трансфертов используется более дешевая рабочая сила, это ведет к внедрению трудосберегающих технологий и сокращению производительности труда [5].

5. Трудовые мигранты большую часть сбережений высылают на родину, что в не способствует увеличению платежеспособного спроса в стране-реципиенте мигрантов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Adams, R.H. Jr.* (2003), *International Migration, Remittances and the Brain Drain: A Study of 24 Labor Exporting Countries*, Policy Research Working Paper No. 3069, World Bank (Poverty Reduction Group), Washington, DC.
2. *Brown R.* (1997) *Estimating Remittance Functions for Pacific Island Migrants*, *World Development*, Vol. 25(4). PP. 613–626.
3. *Chami R., Fullenkamp C. and Jashjah S.* (2003), *Are Immigrant Remittance Flows a Source of Capital for Development*, Working Paper No. 03/189, International Monetary Fund (IMF), Washington, DC.
4. *Быков С.В.* Политика государства // Учебное пособие. Хабаровск, 1997.
5. Доходы и заработная плата: проблемы формирования, распределения, регулирования / Под. ред. Н.А. Волгина. М.: Изд-во «РАГС», 1999. СС. 19–33.
6. Принудительный труд в современной России. Нерегулируемая миграция и торговля людьми. МОТ, М.: Наука. 2004. С. 64.
7. Проблемы незаконной миграции в России: реалии и поиск решений (по итогам социологического обследования). С. 498.
8. *Раковская В.С., Соловьёва Н.Н., Туманова И.А.* Трудовая миграция // *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 3.
9. *Симонян Р.А.* Теоретические основы категории денежных переводов трудовых мигрантов и их влияние на экономику стран-доноров и реципиентов.

ՄԱՐԴԿԱՅԻՆ ԿԱՊԻՏԱԼԸ ՈՐՊԵՍ ՀՀ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ
ԱՃԻ ԿԱՐԵՎՈՐ ԳՈՐԾՈՆ

Վ.Ի. Տիգրանյան, Ի.Ա. Արշակյան

*Հայ-Ռուսական համալսարան,
Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարան
varsh76@mail.ru, iza.arshakyan@gmail.com*

ԱՍՓՈՓՈՒՄ

Վերջին տասնամյակներում ՀՀ տնտեսական զարգացումն ուղեկցվել է մի շարք բացասական գործընթացներով, մասնավորապես՝ բնակչության թվաքանակի նվազմամբ, իրական եկամուտների կրճատմամբ, հիմնական ֆոնդերի մաշվածքով, կրթական և առողջապահական համակարգերի թերացումներով, «ուղեղների արտահոսքով»: Այս համատեքստում հողվածում կարևորվել են «մարդկային կապիտալ» հասկացության ուսումնասիրությունը և մարդկային կապիտալում ներդրումներ անելու անհրաժեշտությունը: Ուստի տրվել են մարդկային կապիտալի սահմանումներ, և մարդկային կապիտալը դիտարկվել է որպես տնտեսական աճի կարևոր գործոն:

Կարևորելով ՀՀ տնտեսությունում տնտեսական աճի ապահովման համար մարդկային կապիտալի կուտակումն ու զարգացումը, ուսումնասիրվել են վերջին տարիներին ՀՀ պետական բյուջեից մասնավորապես կրթության և առողջապահության համար հատկացված ծախսերը:

Հիմնաբառեր՝ մարդկային կապիտալ, տնտեսական աճ, կրթություն, առողջապահություն:

Կայուն և բարձր տեմպերով տնտեսական աճի ապահովումը զարգացող շուկայական տնտեսությունների տնտեսական քաղաքականության առաջնային գերակայություններից է: Վերջին տասնամյակներում

ՀՀ տնտեսական զարգացումն ուղեկցվել է մի շարք բացասական գործընթացներով, մասնավորապես՝ բնակչության թվաքանակի նվազմամբ, իրական եկամուտների կրճատմամբ, հիմնական ֆոնդերի մաշվածքով, կրթական և առողջապահական համակարգերի թերացումներով, «ուղեղների արտահոսքով»: Սա այն պայմաններում, երբ ժամանակակից տնտեսություններում տնտեսական աճնավելի ու ավելի մեծկախվածության մեջ է դրվում կրթության և գիտության զարգացման մակարդակից:

Համաշխարհային տնտեսությունում զարգացած երկրները դեռևս 1960-ականներին ձևավորեցին նորամուծական տնտեսություններ: Այդ ժամանակահատվածում Ֆ. Մախլուպի կողմից գիտական շրջանառության մեջ դրվեց «գիտելիքի տնտեսություն» տերմինը և առանձին երկրների տնտեսական քաղաքականության առաջնային նպատակներից մեկը սկսեց համարվել բնակչության կրթության բարձր որակի և մակարդակի ապահովումը¹:

Դեռևս տնտեսագիտության դասական դպրոցի հիմնադիր Ա. Սմիթը իր «Ազգերի հարստություն» աշխատությունում (1776թ.) անդրադարձ է կատարել մարդկային կապիտալին՝ որպես հասարակության բոլոր անդամների օգտակար ունակությունների ձեռքբերում և դիտարկել այն ոչ միայն որպես առանձին անհատի հարստություն, այլև ազգային հարստության մաս: Ըստ Ա. Սմիթի գիտելիքները, հմտությունները և մարդու գործունեության դրդապատճառները նպաստում են ոչ միայն դրանց «սեփականատիրոջ» անձնական եկամտի աճին, այլև ամբողջ հասարակության առաջընթացին²:

Տնտեսագիտության քեմբրիջյան դպրոցի ներկայացուցիչ նորդասական Ա. Մարշալը դիտարկել է այն պայմանները, որից կախված են հասարակության առողջությունն ու ժողովրդի ֆիզիկական, մտավոր, բարոյական³:

¹ *Machlup F.* The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962. P. 44.

² *Smith A.* The Wealth of Nations. London: G. Routledge, 1776; New York: Modern Library, 1937. P. 63.

³ *Маршал А.* Принципы экономической науки: Книга 4. Факторы производства. Земля, труд, капитал и организация, Глава четвертая. Рост населения, Глава пятая. Здоровье и сила населения. М., 1993.

Հասարակության առողջությունն ու ուժը հիմք են հանդիսանում արտադրողականության համար, որից կախված է նյութական հարստության ստեղծումը: Իր հերթին նյութական հարստության հիմնական նշանակությունը կայանում է նրանում, որ՝ եթե իհարկե այն խելամիտ է օգտագործվում, ավելացնում է հասարակության առողջությունն ու ուժը՝ ֆիզիկական, մտավոր, բարոյական: Ըստ էության Մարշալն ուզում է ասել, որ հասարակության առողջությունն ու ուժը և նյութական հարստությունը առնչվում են միմյանց հետուղիղ համեմատական կապով:

Այսպիսով, կարելի է ասել, որ մարդկային կապիտալի՝ որպես արտադրության գործոն դիտարկումն արվել է գրեթե այն ժամանակ, երբ տնտեսական պատկերացումներն ու գիտելիքները վերածվեցին գիտական տեսության: Իսկ եթե դիտարկենք մարդկային կապիտալում ներդրումներ անելու կարևորության գիտակցման ժամանակահատվածը, ապա կարող ենք անդրադառնալ անտիկ շրջանին:

Այսպես, հայտնի հին հռոմեական հրամանատար և քաղաքական գործիչ Մարկոս Կրասոսի համար եկամուտների աճի կարևոր աղբյուր էր ստրուկների առքուվաճառքը⁴: Գնվում էին երիտասարդ ստրուկներ, որոնց սովորեցնում էին տարբեր գիտություններ, արհեստներ և արվեստներ՝ հետագայում ավելի թանկ գնով վաճառելու և վարձակալության հանձնելու համար: Եթե կիրառենք ժամանակակից տերմինաբանությունը, ապա կարող ենք ասել, որ ստրուկներին կրթելը նշանակալիորեն մեծացնում էր նրանց մարդկային կապիտալը, որը սեփականատիրոջը բերում էր հավելյալ եկամուտ:

Չնայած նրան, որ աշխատուժի որակական կողմը հաշվի է առնվել հասարակության զարգացման տարբեր փուլերում, այնուամենայնիվ, որպես տնտեսագիտական կատեգորիա մարդկային կապիտալը ներմուծվել է միայն 1960-ական թթ. Թ. Շուլցի, Հ. Բեքքերի, Դ. Մինցերի և Մ. Բլաուզի կողմից:

⁴ Кузнецов Ю.А. Человеческий капитал, производительность труда и экономический рост, УДК 330.3:330.42:519.86. С. 3.

Մարդկային կապիտալ հասկացության ընդգրկուն սահմանումն առաջին անգամ տվել է Թեոդոր Շուլցը: Ուսումնասիրելով զարգացվածության ցածր մակարդակ ունեցող երկրների տնտեսությունները նա նկատել է, որ հասարակության կենսամակարդակի բարձրացումը կախված է ոչ միայն նրա ջանքերից, հողից, տեխնիկայից այլ ամենից առաջ գիտելիքներից, որոնք անվանել է մարդկային կապիտալ: Թ.Շուլցը նկատել է, որ մարդկային թե՛ բնածին և թե՛ ձեռքբերովի ունակությունները արժեքավոր են, կարող են զարգացվել համապատասխան ներդրումների միջոցով և ձևավորել մարդկային կապիտալ⁵: Մարդկային կապիտալի ավելի ընդգրկուն սահմանում է ներկայացրել Հարի Բեքքերը, ըստ որի. «Մարդկային կապիտալը ձևավորվում է ի հաշիվ մարդու էությունում ներդրումների, որոնց մեջ մտնում են կրթությունը, արտադրական գործընթացում պատրաստվելը, առողջության պահպանման, գների ու եկամտի մասին տեղեկատվության փնտրման վրա կատարված ծախսերը»⁶:

Նշենք, որ մարդկային կապիտալ հասկացությունը ուսումնասիրվել է նաև հայ տնտեսագետների կողմից, ովքեր ընդլայնել են այս հասկացության շրջանակները:

Այսպես, մարդկային կապիտալի ձևավորման և կուտակման համար պահանջվում է մտավոր ունակությունների և գործնական հմտությունների որոշակի ներուժ, որը զարգացվում է կրթության և գործունեության ընթացքում: Դրա համար կատարվում են ապագայում փոխհատուցվող որոշակի ծախսեր, որոնք կոչվում են ներդրումներ մարդկային կապիտալում և կարող են կապիտալացվել տնտեսական շրջանառության ընթացքում՝ բերելով եկամուտ՝ աշխատավարձի կամ շահույթի ձևով⁷:

Մեկ այլ մոտեցմամբ մարդկային կապիտալը անհատի սեփականությունն է, որը կուտակված ներդրումների հաշվին, որոշակի ժամանակահատվածում օգտագործվելով ազգային տնտեսությունում նպաստում է ապագա եկամուտների ստացմանն ու ազգային հարստության աճին⁸:

⁵*Schultz T.* Investing n People: The Economics of population quality, Berkclely: University of California Press, 1981, P. 27.

⁶*Backer G.* Investment in Human Capital: A Theoretical and Analysis, N. Y. 1964. P. 33.

⁷*Վարդանյան Գ.*, Գիտելիքահենք տնտեսություն, հնարավորություններ և մարտահրավերներ, Եր., Գիտություն, 2008, էջ 60:

⁸*Ղուշյան Հ., Ղանթարյան Ռ.* Մարդկային կապիտալի վերարտադրության պետական կարգավորումը, Եր., «Տնտեսագետ», 2009, էջ 10:

Ուսումնասիրելով տարբեր ժամանակների տնտեսագետների կողմից արված «մարդկային կապիտալ» հասկացության վերաբերյալ սահմանումները կարող ենք եզարկացնել, որ դրանք միմյանց չեն հակասում ու հակադրվում, այլ փորձում են լրացնել մեկը մյուսին:

Ամփոփելով և ընդհանրացնելով կարող ենք ասել, որ մարդկային կապիտալը առանձին մարդկանց մեջ ներպարփակված ոչ նյութական, վերարտադրվող ռեսուրս է, որն իր մեջ ներառում է այն բոլոր ունակությունները, կարողությունները, կրթությունը, գիտելիքները, փորձը, հմտությունները, առողջությունը, որոնց հանրագումարը հարստության այն տեսակն է, որը նպաստում է ինչպես մարդու այնպես էլ երկրի զարգացմանը:

Այսպես, տնտեսական աճի էկզոգեն (մուտքային) մոդելներում արտադրական գործոններ են համարվում ֆիզիկական կապիտալը և աշխատանքը կամ ֆիզիկական աշխատուժը, այսինքն արտադրական գործընթացում ներգրավված աշխատողների քանակը կամ աշխատաժամանակը՝ առանց հաշվի առնելու աշխատուժի որակը: Մինչդեռ ներկայում լայն իմաստ են ձեռք բերել տնտեսական աճի էնդոգեն (ելքային) մոդելները, որոնցում մարդկային կապիտալը տարանջատվում է ֆիզիկականից և դիտարկվում է որպես առանձին գործոն: Այսինքն, տնտեսությունները զարգանում են ոչ միայն ֆիզիկական կապիտալի և ֆիզիկական աշխատուժի աճի հաշվին, այլև մարդկային կապիտալի կուտակման հաշվին:

Տնտեսագիտական գրականության մեջ շրջանառվող տնտեսական աճի էնդոգեն մոդելներում՝ որպես առանձին գործոն, մարդկային կապիտալն առաջին անգամ դիտարկվել է դասական դպրոցի ներկայացուցիչ Ռ.Լուկասի կողմից: Նա ներկայացնում է մարդկային կապիտալի երկվորությունը և առանձնացնում տնտեսական աճի վրա այս գործոնի ազդեցության երկու ուղիներ՝ ներքին և արտաքին: Ըստ ներքին ազդեցության՝ աշխատողների որակավորման բարձրացումը տանում է արտադրության արդյունավետության բարձրացմանը, իսկ ըստ արտաքին ազդեցության՝ մարդկային կապիտալն անդրադառնում է ողջ տնտեսական համակարգի

վրա⁹: Այսինքն, կարող ենք ասել, որ մարդկային կապիտալը գրեթե կատարում է նույն դերը ինչ զիտատեխնիկական առաջընթացը:

Ակնհայտ է, որ կրթված և որակավորված մարդկային կապիտալը նպաստում է տնտեսական զարգացմանը և պայմանավորում է տնտեսությունում քանակական փոփոխություններ: Այս են փաստում տնտեսագետների տեսական և էմպիրիկ ուսումնասիրությունների արդյունքները:

Այսպիսով, մարդկային կապիտալի կուտակումը և զարգացումը պայմանավորված են որոշակի ծախսումներով, իսկ այդ ներդրումային ծախսերը կատարում են ինչպես անհատներն ու կազմակերպությունները, այնպես էլ պետությունը: Կարևորելով ՀՀ տնտեսությունում տնտեսական աճի ապահովման համար մարդկային կապիտալի կուտակումն ու զարգացումը ուսումնասիրենք վերջին տարիներին ՀՀ կառավարության ծախսային քաղաքականության սոցիալական ուղղվածությունը, մասնավորապես պետական բյուջեից կրթության և առողջապահության համար հատկացված ծախսերը:

Ինչպես փաստում են աղյուսակ 1-ի տվյալները դիտարկվող ժամանակահատվածում կրթության ամենաքիչ ֆինանսավորումը իրականացվել է 2015թ.՝ 2014թ. համեմատ կրճատվելով 2,336.8 մլն. ՀՀ դրամով: 2016թ. ցուցանիշը 3,046.1 մլն. ՀՀ դրամով կտրուկ աճել է՝ գրանցելով ամենաբարձր մակարդակը, այնուհետև որոշակի տատանումներով նվազել է հաջորդ տարիներին և 2018թ. 2016թ.-ի ամենաբարձր մակարդակից ցածր է եղել 1,578.2 մլն. ՀՀ դրամով:

Առողջապահության ֆինանսավորումը դիտարկվող ժամանակահատվածում ամենացածրն է եղել 2014թ.: 2015թ.-ից ցուցանիշն աճել է և ամենաբարձր մակարդակն է գրանցել 2016թ.՝ 2015թ. համեմատ ավելանալով 4,123.5 մլն. դրամ: 2017թ.-ից ցուցանիշը նվազել է և 2018թ. ցածր է եղել ամենաբարձր 2016թ.-ից 4,276.7 մլն. ՀՀ դրամով:

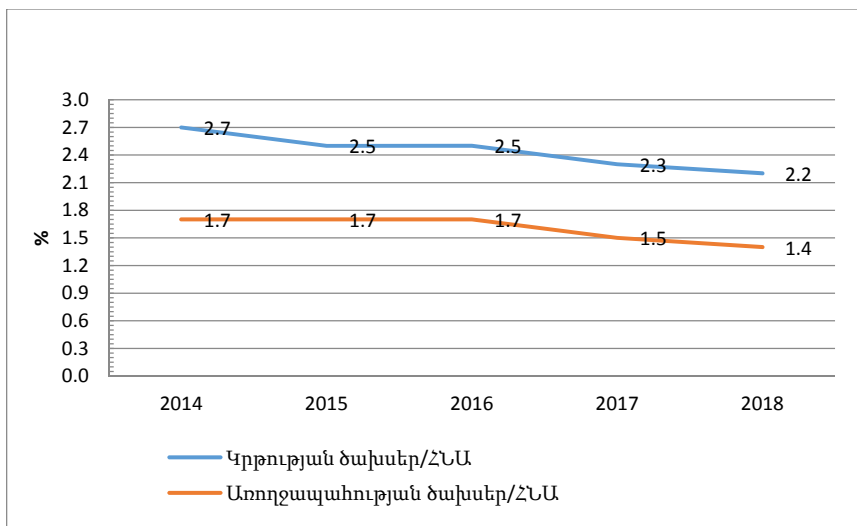
Փաստորեն ՀՀ պետական բյուջեից վերջին տարիներին նվազեցվել է ինչպես կրթության, այնպես էլ առողջապահության ֆինանսավորումը:

⁹Lucas R.E. Jr. On the Mechanics of Economic Development // Journal of Monetary Economics. 1988. Vol. 22. № 1.

Աղյուսակ 1.

2014–2018թթ. ՀՀ պետական բյուջեից կրթության և առողջապահության ֆինանսավորման համար հաստատված ծախսերը(մլն ՀՀ դրամ)¹⁰:

		2014	2015	2016	2017	2018
1	ՀՆԱ	4,828,626.3	5,043,633.2	5,067,293.5	5,568,901.5	5,850,700.0
2	Կրթություն	128,027.6	125,690.8	128,736.9	127,594.2	127,158.7
3	Առողջապահություն	80,728.8	84,227.4	88,350.9	85,880.2	84,074.2



Գծապատկեր 1. ՀՀ պետական բյուջեի կրթության ծախսեր/ՀՆԱ և առողջապահության ծախսեր/ՀՆԱ ցուցանիշների շարժընթացը 2014-2018թթ. (%)¹¹

Մարդկային կապիտալի կուտակմանը և զարգացմանը նպաստող տնտեսական քաղաքականությունը ՀՀ-ում գնահատելու համար հաշ-

¹⁰Տվյալները վերցված են Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջեի մասին 2014, 2015, 2016, 2017, 2018 թթ.օրենքներից և ՀՀ ֆինանսների նախարարության «ՀՀ տնտեսությունը բնութագրող հիմնական մակրոտնտեսական ցուցանիշներ /եռամսյակային/» տվյալների բազայից:

¹¹Գծապատկերը կազմվել է հեղինակների կողմից՝ սույն հոդվածի աղյուսակ 1-ի տվյալների հիման վրա:

վարկվել են նաև 2014-2018թթ. պետական բյուջեի կրթության ծախսեր/ՀՆԱ և պետական բյուջի առողջապահության ծախսեր/ՀՆԱ ցուցանիշները(տես, գծապատկեր 1): Ինչպես երևում է շարժընթացից պետական բյուջեից կրթությանը հատկացված ծախսերը ՀՆԱ-ի նկատմամբ տատանվում են 2,2–2,7%-ի սահմաններում: Ընդ որում 2018թ. նախատեսված ծախսերը կազմում են դիտարկվող ժամանակահատվածում ՀՆԱ-ի ամենացածր 2,2%-ը:

Առողջապահության համար 2014–2018թթ. պետական բյուջեից հատկացված ծախսերը տատանվում են ՀՆԱ-ի 1,4–1,7%-ի սահմաններում: 2018թ. համար պետական բյուջի առողջապահության ծախսեր/ՀՆԱ ցուցանիշը կազմել է 1,4%:

Վերլուծությունները ցույց են տալիս, որ ՀՀ պետական բյուջեից բավարար ներդրումներ չեն արվում մարդկային կապիտալի կուտակման և զարգացման համար: Մասնավորապես կրթության և առողջապահության ոլորտներում արվող համախառն պետական ծախսերը ՀՆԱ-ի նկատմամբ բավականին քիչ են:

Ըստ էության ՀՀ մարդկային կապիտալում ներդրումների հիմնական պատասխանատվությունը դրվում է անհատների վրա: Մա այն պայմաններում, երբ ՀՀ-ում մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ն շարունակում է ցածր մնալ տարածաշրջանի հարևան երկրներից: Ըստ համաշխարհային բանկի տվյալների 2017թ. ՀՀ-ում այն կազմել է 3936.8 ԱՄՆ դոլար¹²: Այս պայմանները բնականաբար անդրադառնում են ՀՀ մարդկային կապիտալի որակի վրա:

Թեև քանակական առումով ՀՀ կրթված մարդկանց պակաս չունի, այնուամենայնիվ տնտեսությունում պահանջվող և ՀՀ կրթական համակարգի կողմից ներկայումս առաջարկվող աշխատուժի որակների միջև գոյություն ունի էական ճեղքվածք¹³:

¹²https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=AM-AZ-RU&name_desc=false. 2017թ. Վրաստանում և Ադրբեջանում մեկ շնչին ընկնող ՀՆԱ-ն համապատասխանաբար կազմել է 4078,3 և 4131.6 ԱՄՆ դոլար:

¹³<https://transparency.am/files/publications/1530091161-0-290157.pdf>:

Այսօր, համաշխարհային տնտեսությունը գտնվում է այսպես կոչված «չորրորդ արդյունաբերական հեղափոխության» փուլում, որն ուղեկցվում է տեխնոլոգիական աննախադեպ որակական փոփոխություններով, որոնց հարմարվելու համար տնտեսության բոլոր սուբյեկտներից պահանջվում է բարձր ճկունություն:

Կարող ենք ասել, որ հետայսու տնտեսական աճի բարձր տեմպերը պայմանավորված են հիմնականում «արդյունաբերական նոր հեղափոխության» դրական արդյունքներով, որոնց կարելի է հասնել մարդկային զարգացման շնորհիվ: Իսկ այդ զարգացման ապահովման հիմնական ուղին սոցիալական ծառայությունների՝ մասնավորապես կրթության և առողջապահության, մատուցման արդյունավետության և մատչելիության բարձրացումն է, որի ապահովման համար անհրաժեշտ է հատկապես սոցիալական ենթակառուցվածքների զարգացմանը նպաստող պետական ֆինանսավորման ավելացում:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ

1. *Վարդանյան Գ.* Գիտելիքահենք տնտեսություն, հնարավորություններ և մարտահրավերներ, Եր., Գիտություն, 2008:
2. *Ղուշյան Հ., Ղանթարյան Ռ.* Մարդկային կապիտալի վերարտադրության պետական կարգավորումը Եր., «Տնտեսագետ», 2009, էջ 10:
3. Հայաստանի Հանրապետության պետական բյուջեի մասին 2014–2018 թթ. օրենքներ:
4. ՀՀ կրթության համակարգի պետական ֆինանսավորման հիմնական խնդիրները, Զեկույց, «Թրանսփարենսի Ինթերնեշնլ հակակոռուպցիոն կենտրոն» ՀԿ, Եր., 2018:
5. *Маршал А.* Принципы экономической науки, Книга 4. Факторы производства. Земля, труд, капиталиорганизация. М., 1993.
6. *Кузнецов Ю.А.* Человеческий капитал, производительность труда и экономический рост, УДК 330.3:330.42:519.86. С. 3.

ՀՀ կրթության համակարգի պետական ֆինանսավորման հիմնական խնդիրները, Զեկույց, Երևան 2018:

7. *Machlup F.* The Production and Distribution of Knowledge in the United States. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1962.
8. *Smith A.* The Wealth of Nations. London: G. Routledge, 1776; New York: Modern Library, 1937.
9. *Schultz T.* Investing n People: The Economics of population quality, Berkeley: University of California Press, 1981.
10. *Backer G.* Investment in Human Capital: A Theoretical and Analysis, N. Y. 1964.
11. *Lucas R. Jr.* On the Mechanics of Economic Development // Journal of Monetary Economics. 1988. Vol. 22. № 1.
12. <https://data.worldbank.org>
13. <https://transparency.am/>
14. <http://www.minfin.am/>
15. <http://www.gov.am/>

HUMAN CAPITAL AS AN IMPORTANT FACTOR OF RA ECONOMIC GROWTH

V. Tigranyan, I. Arshakyan

ABSTRACT

Over the past decades, the economic development of Armenia was accompanied by a number of negative processes, in particular, by reduction of population, real income, depreciation of fixed assets, deficiencies in the education and health care systems, and the leakage of the educated population. At this context in the article were highlighted the importance of studying the concept of “human capital” and the need of investing in human capital. Therefore, human capital definitions have been given and human capital has been viewed as an important factor of economic growth.

Emphasizing the importance of accumulating and developing human capital for ensuring economic growth in the Armenian economy, have been studied the recent years expenditures of the state budget of the Republic of Armenia, aimed particularly at education and health.

Keywords: human capital, economic growth, education, public health.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РА

В.И. Тигранян, И.А. Аршакян

АННОТАЦИЯ

За последние десятилетия экономическое развитие Армении сопровождалось рядом негативных процессов, в частности, сокращением численности населения, реальных доходов, амортизацией основных фондов, недостатками в системах образования и здравоохранения, утечкой образованного населения. В этом контексте в статье подчеркивается важность изучения концепции «человеческого капитала» и необходимость инвестирования в человеческий капитал. Поэтому даны определения человеческого капитала, а сам человеческий капитал рассматривается как важный фактор экономического роста.

Подчеркивая важность накопления и развития человеческого капитала для обеспечения экономического роста в экономике Армении, в последние годы были изучены расходы государственного бюджета РА, направленные, в частности, на образование и здравоохранение.

Ключевые слова: человеческий капитал, экономический рост, образование, здравоохранение.

**ՀՀ ԲԱՐՁՐԱԳՈՒՅՆ ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ
ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԿՐԹԱԿԱՆ ԾԱՌԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ՇՈՒԿԱՅԻ ՎԻՃԱԿԻ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ**

Ի. Կ. Մտեփանյան

Հայ-Ռուսական Համալսարան

ivetastepanyan@gmail.com

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Բարձրագույն կրթության ազդեցությունը մարդկային կապիտալի զարգացման գործում անգնահատելի է: Ներկայումս բարձրագույն կրթության համակարգը վերափոխվում է, ուսանողը օբյեկտից վեր է անցնում սուբյեկտ կատեգորիայի, ով գիտակցված ձևով կատարում է իր ընտրությունը: Հոդվածում ուսումնասիրվում է ՀՀ բարձրագույն կրթական ծառայությունների շուկան սկսած 2009 թվականից: Փորձ է արվում վեր հանել ոլորտում առկա գլոբալ թերությունները և գտնել լուծման հնարավոր ուղիները:

Հիմնաբառեր՝ Մարդկային կապիտալ, բարձրագույն ուսումնական հաստատություն, պետական և ոչ պետական բուհեր, կրթական ծառայություն, վիճակի վերլուծություն:

21-րդ դարում համաշխարհային տնտեսության զարգացման գործում առանցքային դեր ունեն ծառայությունների, գիտության և կրթության ոլորտները: Համաշխարհային բանկի վերլուծության արդյունքներով ԱՄՆ-ի ազգային հարստությունը բաղկացած է 19% հիմնական արտադրական ֆոնդերից, 5% բնական ռեսուրսներից և 76% մարդկային կապիտալից [1]: Ներկա-

յումս արդեն գրեթե բոլոր երկրներում մարդկային կապիտալով է կանխորոշված տնտեսական զարգացման տեմպը և գիտատեխնիկական առաջընթացը: Համապատասխանաբար, մեծանում է նաև կրթական համակարգի դերն ու նշանակությունը որպես մարդկային կապիտալի ստեղծման, կուտակման և որակական զարգացման հիմք:

Կրթության և հատկապես բարձրագույն կրթության ու մարդկային կապիտալի վրա դրա ազդեցության հարցերը վերջին տարիներին ակտիվորեն հետազոտվում և քննարկում են, ինչպես ՀՀ-ում և ԱՊՀ մյուս երկրներում, այնպես էլ դրա սահմաններից դուրս: Առաջ են քաշվում բարձրագույն կրթության զարգացման տարբեր վարկածներ և կանխատեսումներ:

Ներկայումս բարձրագույն կրթության համակարգը վերափոխվում է, ուսանողը օբյեկտից վեր է անվում սուբյեկտ կատեգորիայի, որն էլ իր հերթին գիտակցված ձևով կազմավորում է իր որակական ներուժը:

Մարդկային զարգացման ապահովման քաղաքականության հիմնական գերակայությունը կրթության կայուն զարգացման ապահովումն է՝ կրթական որակի, արդյունավետության և մատչելիության բարձրացման միջոցով: ՀՀ պետական քաղաքականության մեջ կրթությունը գերակայությունների շարքում շարունակում է մնալ որպես ազգային արժեք և երկրի սոցիալ-տնտեսական առաջընթացն ապահովող կարևոր գործոն:

Ներկայումս, ՀՀ բարձրագույն կրթության շուկայում մրցակցության բարձրացման հետևանքով մեծ ուշադրության է արժանանում կրթական հաստատությունների գործունեության պահպանման հիմնահարցը:

Կրթական ծառայությունների շուկայի ուսումնասիրությունը սկսենք բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների վիճակի վերլուծությունից:

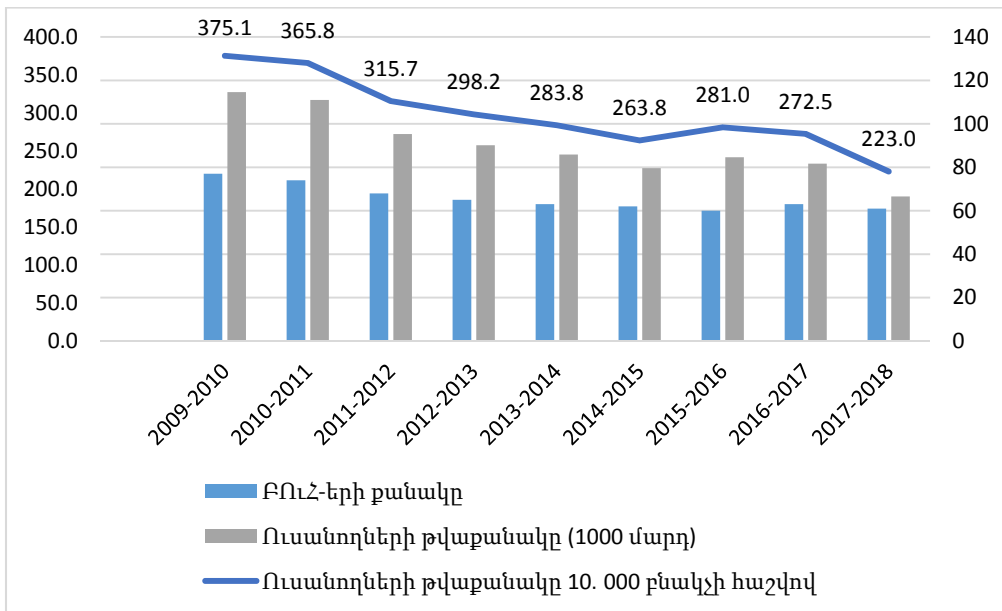
ՀՀ-ում 2017–2018 ուսումնական տարում գործել են 61 բարձրագույն պետական և ոչ պետական ուսումնական հաստատություններ և 12 մասնաճյուղեր, որոնք բարձրագույն կրթության առաջին աստիճանում իրականացրել են մասնագիտական կրթություն բակալավրի ծրագրերով: Այդ հաստատություններ ընդունվել է 15.538, սովորել՝ 78.747, ավարտել՝ 17.787 մարդ:

ՀՀ 33 բարձրագույն պետական և ոչ պետական ուսումնական հաստատություններ ու 9 մասնաճյուղեր և 4 գիտական կազմակերպություններ

բարձրագույն կրթության երկրորդ աստիճանում իրականացրել են մասնագիտական կրթություն մագիստրոսի ծրագրերով: Այդ կազմակերպություններ ընդունվել է 6.192 (կանայք՝ 69.3%), սովորել՝ 11.793 (կանայք՝ 66.9%), ավարտել՝ 4.613 (կանայք՝ 57.5%) մարդ [2]:

Ընդ որում ուսանողների 84%-ը սովորել է ք. Երևանի բուհերում, 5%-ը Շիրակի, 4%-ը Լոռու, իսկ 7%-ը՝ այլ մարզերում:

Ուսումնասիրենք ՀՀ բարձրագույն կրթության ոլորտի հիմնական ցուցանիշները 2009-2017թթ.:



Աղբյուր. Կազմվել և հաշվարկվել է հեղինակի կողմից ըստ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի տվյալների:

Գծանկար 1. ՀՀ բարձրագույն կրթության ոլորտի հիմնական ցուցանիշները (2009–2017թթ.)

Ինչպես երևում է, ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում և՛ բուհերի քանակը, և՛ ուսանողների թվաքանակը կրճատվել են:

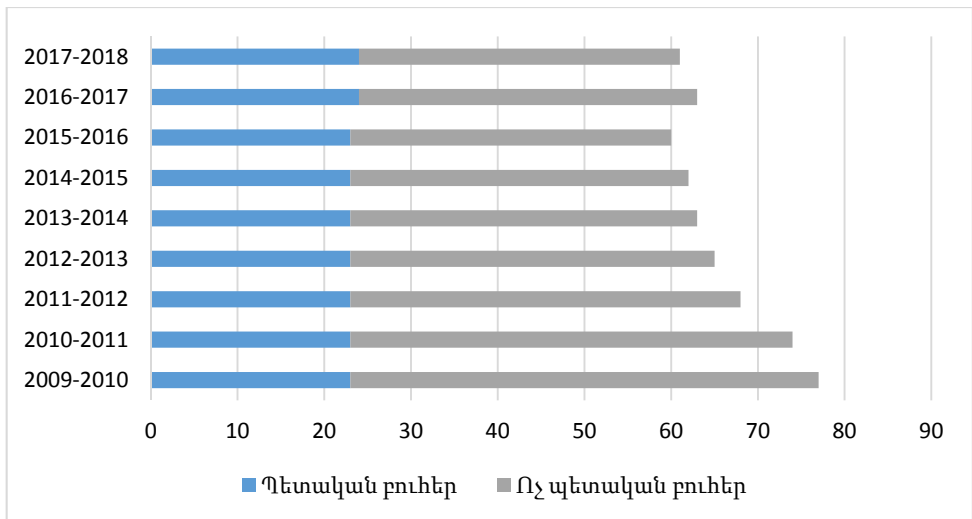
Կտրուկ նվազում նկատվել է 2011–2012 ուսումնական տարում, երբ փակվեցին ոչ պետական 6 բուհեր, ուսանողների թվաքանակը կրճատվեց

14%-ով, իսկ 10.000 բնակչի հաշվով ուսանողների թիվը կազմեց 315,7 մարդ: 2015–2016 ուսումնական տարում նկատվեց դրական աճ, սակայն հաջորդող տարիներին ցուցանիշները նվազեցին և 2017–2018 ուսումնական տարվա դրությամբ ունենք 223 ուսանող 10.000 բնակչի հաշվով:

Ուսումնասիրենք բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների կառուցվածքը:

2017–2018 ուսումնական տարում հանրապետության 24 բարձրագույն պետական ուսումնական հաստատություններ և 12 մասնաճյուղեր բարձրագույն կրթության առաջին աստիճանում իրականացրել են մասնագիտական կրթություն բակալավրի ծրագրերով: Այդ հաստատություններում սովորել է 69 376 ուսանող, որոնց 85.3%-ը՝ վճարովի, 14.7%-ը՝ անվճար ուսուցմամբ:

Իսկ 37 բարձրագույն ոչ պետական ուսումնական հաստատություններ բարձրագույն կրթության առաջին աստիճանում իրականացրել են մասնագիտական կրթություն բակալավրի ծրագրերով: Այդ հաստատություններում ուսանողների թվաքանակը կազմել է 9 371, որոնց 50.1%-ը կանայք են [2]:

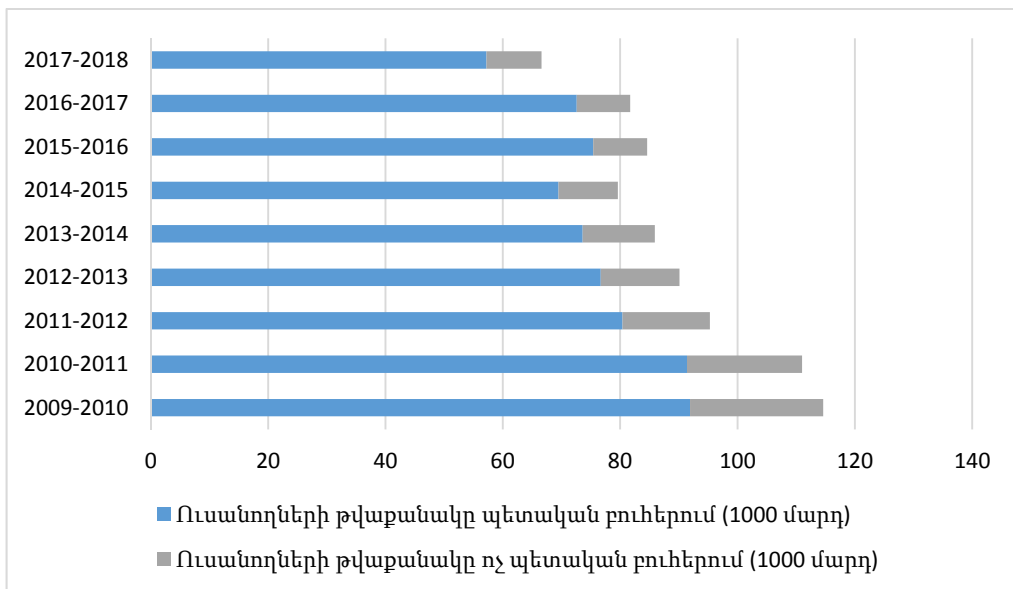


Աղբյուր. Կազմվել և հաշվարկվել է հեղինակի կողմից ըստ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի տվյալների:

Գծանկար 2: Պետական և ոչ պետական բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների քանակը 2009–2018 ուսումնական տարիներին:

Վերլուծելով բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների քանակական կառուցվածքը, պարզ է դառնում, որ բարձրագույն կրթական ծառայությունների շուկայում գերիշխում են ոչ պետական բուհերը: Պետական բուհերի քանակը հիմնականում կայուն է՝ 23–24:

Սկսած 2008 թվականից ՀՀ-ում ակտիվորեն սկսեց զարգանալ ոչ պետական բարձրագույն կրթական համալսարանների համակարգը: 2008–2009 ուսումնական տարում ոչ պետական ուսումնական հաստատությունների թիվը հասավ 87-ի, այնուհետև սկսեց նվազել, և 2017–2018 ուսումնական տարում այն կազմում է 37:



Աղբյուր. Կազմվել և հաշվարկվել է հեղինակի կողմից ըստ ՀՀ վիճակագրական կոմիտեի տվյալների:

Գծանկար 3: Ուսանողների թվաքանակը պետական և ոչ պետական բարձրագույն ուսումնական հաստատություններում 2009–2018 ուսումնական տարիներին:

Այժմ դիտարկենք ուսանողների թվաքանակը պետական և ոչ պետական բուհերում:

Ինչպես նկատում ենք, ուսանողների 85–88%-ը սովորում են պետական բուհերում: Ներկայումս ուսանողների միջին թվաքանակը 1 ոչ պետական

բուհում կազմում է 254 մարդ, իսկ պետական բուհում՝ 2383, շուրջ 9,4 անգամ շատ:

Ամփոփելով կատարված ուսումնասիրությունը, կարող ենք հետևություն կատարել, որ ՀՀ-ում ոչ պետական ուսումնական հաստատությունների համակարգը, ի հակադրություն իր քանակական առավելության, չի կարողացել ամրապնդել իր դիրքերը և կայանալ կրթական ծառայությունների շուկայում: Թերևս համաշխարհային պրակտիկայում նկատվում է հակառակ պատկերը. ոչ պետական բուհերն, ունենալով ազատության և հնարավորությունների առավել մեծ մակարդակ, կարողացել են ավելի գրավիչ դառնալ ուսանողների համար:

Բարձրագույն ուսումնական հաստատությունների խիստ կենտրոնացվածությունը մայրաքաղաք Երևանում տարածաշրջանային ոչ հավասար սոցիալ-տնտեսական զարգացման պատճառներից մեկն է: Անհրաժեշտ է մարզային բուհերում ստեղծել որակապես բարձր գիտահետազոտական միջավայր, որը կգրավի ոլորտի լավագույն մասնագետներին: Նպատակին հասնելու առաջնային քայլը կլինի պրոֆեսորադասախոսական կազմի աշխատանքի վարձատրության և մոտիվացիայի արդյունավետ և խթանող համակարգի ստեղծումը:

Անհրաժեշտ է միանման պրոֆիլ ունեցող բուհերը խոշորացնել, մշակել բուհերի ռազմավարական զարգացման ծրագրեր՝ շեշտը դնելով գիտահետազոտական կենտրոնների ստեղծմանը, ինչը կնպաստի բուհերի սեփական եկամուտների աճին:

Եվ վերջապես, որակյալ կրթական համակարգ ստեղծելու կարևոր նախապայմաններից է բարձր որակավում ունեցող պրոֆեսորադասախոսական կազմը: Այս համատեքստում մեծ կարևորություն է ստանում աշխատանքի վարձատրության և խրախուսման ճիշտ մոդելի ընտրությունը և կիրառումը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ

1. The changing wealth of nations 2018 Building a Sustainable Future, Glenn-Marie Lange, Quentin Wodon, and Kevin Carey, Editors, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29001/9781464810466.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

2. ՀՀ ազգային վիճակագրական կոմիտե, «ՀՀ սոցիալական վիճակը 2017թ.»:

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

И.К. Степанян

АННОТАЦИЯ

Влияние высшего образования на человеческий капитал неоценим. В настоящее время система высшего образования трансформируется, студент выходит за рамки категории предмета и становится субъектом, который делает сознательный выбор. В статье рассматривается рынок высшего образования в Армении с 2009 года. Предпринимается попытка прояснить глобальные недостатки в этом районе и найти пути их решения.

Ключевые слова: человеческий капитал, высшие учебные заведения, государственные и негосударственные вузы, образовательные услуги, ситуационный анализ.

ANALYSIS OF THE CONDITION OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF THE REPUBLIC OF ARMENIA

I. Stepanyan

ABSTRACT

The impact of higher education on human capital is invaluable. At present, the higher education system is being transformed, the student goes beyond the category of the subject and becomes a subject that makes a conscious choice. The article deals with the market of higher education in Armenia since 2009. An attempt is being made to clarify global weaknesses in the area and find ways to solve them.

Keywords. human capital, higher educational institutions, state and non-state universities, educational services, situational analysis.

FUNDAMENTAL ANALYSIS OF HIGH-TECH SECTOR COMPANIES

M. Tonikyan

*Russian-Armenian University,
Institute of Economics and Business, Yerevan, Armenia*

martintonikyan96@gmail.com

ABSTRACT

The high-tech market and big IT companies' financials were investigated by using several models of fundamental analysis. Future cash flows were forecasted and discounted to reveal the share price of one of the biggest high-tech companies in the world. Profit and debt ratios were revealed. It was found out that companies aren't risky and globally have a growth tendency.

Key words: High-tech industry, cash flow, DCF model, P/E, EPS.

From the beginning of 20th century, one of the most efficient ways for economic development of countries is the process of creating and realization of new technologies, used in manufacturing, finance, tourism, etc. In last years High-tech industry has become one of the most important factors, improving country's competitiveness according to much lower transactional costs, comparing with other industries' products. Economic development of each country in 21st century is determined by globalization processes, promoting specialization of every country in the world. It brings us to the situation with higher competitiveness among countries and the growth of cooperation between various participants of international trade.

Therefore, we may say, that creation and implementation of own innovations and development of technologies is a factor, determining the level of economy's development. Research of models and mechanisms of creation and development of companies, working in high-tech industry is essential for

innovations and copying the ways such companies were created and became successful.

It's known that in last 20 years global IT industry faced two serious crises – crisis of dotcoms and global financial crisis, which affected nearly every industry and country in the world. However, during last ten years, this sector is growing, considering the escalating influence of technologies on the world and the amount of moneys which are invested in high-tech. Industry is slightly concentrated, because there are many big companies and startups, which aren't connected to each other. Big companies, such as Apple, Intel or Google have huge amount of financial resources, which are invested in various projects, most of which don't even have prototypes.

Despite the actuality and importance of the problem of researching factors, models and algorithms for development of high-tech industry, in scientific literature there are not many works about the complex investigation of actual situation of problem, model construction for creating successful companies in this sector.

Considering abovementioned facts, we suggested, that international high-tech market is on the stage of long-term growth and in near future the market will continue to escalate, influencing the companies' revenues.

The goal of investigation is researching modern conditions of different companies, working in various sectors of high-tech industry. Object of research is international high-tech industry. Subject of research is condition of different companies and their potential to growth.

Models, based on multipliers

Multipliers, determining the assets' price are used more often, based on market data analysis. Afterwards the most used categories will be shown:

P/E Ratio model, which is also called practical model, is a model, on which fundamental analysis are basing. It's used by various private equity analysts more often than for example model discounting dividend model¹. This ratio is the simplest form of multiplier modeling and the most often used one. Faerber believes that the price of equity is just a multiple of its earnings and may be presented as:

¹Reilly, F. & Brown, K., 2002. Investment Analysis and Portfolio management. 7th Ed. South-Western

$$V_0 = EPS_1 \times P/E \text{ ratio}$$

P – Price of equity

E – Earnings of the company

EPS – the forecasted earnings per share for the next period²

Assumptions, on which model is based:

- The continuing process of making profits. In case of losses, the price of company can't be calculated, using this ratio.

- Developed financial market for effective forecasting of future earning per share.

- Accepting all the above mentioned facts, other book's authors are inclined to the idea, that there are many flaws in models, based on multiplier analysis, comparing to Discounted Dividend model (DDM) :

- Model of discounting dividends is basing on logic, because it's expected that the best way to estimate the present value of equity is to calculate the dividends that are paid by company to its shareholders. Despite this fact, many analysts and investors think, that this model isn't realistic, because it's very hard to calculate future dividends. Models considers, that the analyst knows amounts of paid dividends till eternity, which isn't real. On the other hand, investors also might be interested not only in dividends, but in capital gains, which is also not calculated in DDM model.

- At the same time, model, based on multipliers, is characterized with less objectivity and punctuality. However, it's much easier to use, because the P/E ratio has become the part of investment language.

We may surely say, that models, using dividends have become unusable if company decided to work without paying dividends for some time. That's why the DDM model was changed to a new Free Cash Flow Model³ .

Using the reports of companies about their cash flows, which is calculated with following formula⁴:

²Faerber, E., 2008. All about stocks. 3rd Ed. Mc Grow Hill.

³Bodie, Z., Kan, A. and Marcus, J., 2009. Investments. 8th Ed. McGraw-Hill Irwin.

⁴The same place.

$$\begin{aligned}
 FCFF &= EBIT \times (1 - TaxRate(T_c)) \\
 &+ Depreciation \text{ and Amortization} \\
 &- Change \text{ in Working Capital} \\
 &- Capital Expenditure
 \end{aligned}$$

Having the aim to find the price of company we calculate the net present value of future free cash flows, using appropriate discount rate (WACC – Weighted Average Cost of Capital).

$$\begin{aligned}
 \text{Company's Price} &= \sum_{t=1}^T \frac{FCFF_t}{(1-WACC)^t} + \frac{V_T}{(1-WACC)^T} \\
 V_T &= \frac{FCFF_t + 1}{WACC - g}
 \end{aligned}$$

To find the share's price, the following formula is used:

Price of one share = (Company value + Free money – Debt + Investments)/ number of shares

Assumptions, on which model based:

- The discount rate doesn't change in the model, despite the fact that it highly depends on market and, possibly, changes with time.
- Financial market must be effective to be able to calculate V_T

Penman (1992) wrote, that not many researchers and analysts use the DCF model, it's one of the best ways to determine equity's real price. Copland (1990) agrees with this fact and also implies that DCF model considers all the elements, influencing on the company's value till the last moment. Despite this, Penman research showed, that it's practical use isn't ideal.⁵

After reviewing models and their usability we'll have a look on several big companies – leaders of high tech industry – Amazon, Google, Apple, Intel, AMD and try to analyze their financial statements and make ratio and DCF analysis.

In Table 1 we may see some coefficients of 5 very big and influential companies, working in High-tech industry.

⁵Penman, S.H., 1992. Return to Fundamentals. Journal of Accounting, Auditing & Finance. 7, 4, 465–482.

Copland, T., Koller, T. and Murrin, J., 1990. Valuation: Measuring and managing the value of companies. John Wiley & sons Co. New York.

Table 1. Comparative Ratio Analysis of Amazon, Google, Apple, Intel and AMD.

	AMZN	Google	Apple	Intel	AMD
1. Liquidity ratio					
Current ratio	104,0%	514,0%	127,6%	169,3%	176,4%
Quick ratio	58,2%	121,7%	55,5%	51,9%	106,7%
Cashratio	35,5%	44,3%	20,1%	19,7%	79,7%
2. Profit ratios					
Operating profit margin	2,3%	23,6%	26,8%	28,6%	3,8%
Net profitability	1,7%	11,4%	21,1%	15,3%	0,8%
Gross profit	37,1%	58,9%	38,5%	62,3%	34,2%
Effective tax rate	20,2%	53,4%	24,6%	52,8%	27,5%
ROA	2,8%	6,9%	12,9%	8,1%	1,3%
ROE	12,9%	8,7%	36,9%	14,2%	8,4%
ROI	4,3%	14,9%	18,4%	17,3%	5,7%
3. Debtrratios					
Debt ratio	0,79	0,23	0,64	0,43	0,83
Debt capital ratio	3,74	0,29	1,80	0,77	4,79
Interest coverage ratio	5,49	-	-	-	1,55
4. CashFlowRatios					
Operating cash flow/ sales ratio	10,4%	33,5%	27,7%	35,2%	1,3%
Free cash flow	35,1%	64,5%	80,4%	46,7%	-66,2%
Dividend coverage	-	-	498,1%	435,9%	-
Dividend payout ratio	0,0%	0,0%	26,4%	52,8%	0,0%
Short-term debt coverage	-	-	344,3%	1244,9%	97,1%
Coverage of capital expenditure	154,2%	281,3%	510,8%	187,7%	60,2%
EPS 2017	6,3	18,3	9,5	2,1	0,0
InvestmentValuationratios					
P/BV	24,6	4,6	6,4	3,3	15,2
P/CF	36,9	18,9	13,4	10,3	136,9
P/E	224,3	55,3	17,7	23,8	216,5
Dividend Yield	0,0%	0,0%	1,5%	2,2%	0,0%
Enterprise value multiplier	149,0	22,2	14,0	12,5	48,8

Source: Calculated by author, basing on the data from finance.yahoo.com 1st quarter 2018.

First group of ratios – liquidity ratios showed that companies don't have any problems with it; current assets of all companies are much bigger than current liabilities and liquidity risk is minimal. However, in this case, we have champions too – Google and AMD, other companies are on the same – low level liquidity-risk.

Capital and assets usage ratios (ROE, ROA, ROI) show that the most efficient company is Apple, which is far ahead of its competitors in all cases. AMD has worse situation and is behind other companies, including Intel.

Besides liquidity risk, we have to have a look at solvency risk, which includes long-term liabilities too. We may surely imply, that in this component Google is the best, because Google has the least leverage ratio, debt ratio to all assets and company doesn't have any interest payments. The last is true for both Apple and Intel too. It's related to fact, that these companies have big amounts of liquid assets that might be used instead of taking loans. AMD has the worst results in this component too. Leverage is nearly five and this coefficient shows higher risk than its competitors have. Comparing Amazon to Google and Apple we may see, that the first one has big leverage, but doesn't have any problems with interest coverage.

In 4th group cash flows, including dividends, were calculated. Amazon, Google and AMD don't pay dividends, Apple and Intel don't have any problems with that, because dividend coverage ratio is more than five. The possibility of not being able to pay for short-term debts is nearly zero with 4 of 5 companies. While Amazon and Google just don't have any debts, Apple's and Intel's debts are insignificant comparing to companies' sizes.

AMD just can't cover all short-term debts just with money, generated from operations. It's a sign of being risky and it means that company may be forced to get new debts to cover the previous ones. However, we should also remember that company doesn't have any problems with current liquidity, so the possibility of default is too low.

Further, we may go on with ratios, comparing company value on market with its earnings and book values. Warren Buffet's favorite ratio – P/E ratio shows, that the best company among this five is Apple. We may say, that P/E shows the number of years, that company will need to bring back the current investments in its equity if current tendency continues. Intel is just slightly

behind Apple, staying on the 23,8 level. Amazon and AMD have some problems with that, because number of years is more than 200. It may be a mark of being overvalued or fact, that investors wait the earnings to be multiplied in future.

There are many serious reasons to wait for increase in revenues of both companies. AMD began the manufacturing of new processors – Ryzen series that shows great results in all synthetic tests and which have become very serious competitors to Intel processors. Moreover, AMD is the company, which constructing processors for Playstation 5. From all this, we may say, that the best profit makers are Apple and Intel, while the least risky company is Google, because of very low indexes of liquidity and debt ratios.

Then, we'll proceed to future cash flow analysis of companies. It will help us to understand estimated price of companies better. If in the case of ratio analysis we compared several companies, here we'll have only one company analysis. Probably, the most interesting company at this moment is Amazon, considering the fact that the price of its shares increased for nearly twice in a year.

For evaluating the enterprise value, we need to look at fundamental indexes, influencing future cash flows – revenues, profits etc. So, for Amazon evaluation we used financial statements for several last years and markets' conditions where Amazon works. At the beginning we compared companies, such as Alibaba, Walmart, Costco, Ebay, Netflix, IBM, Microsoft and Oracle, competing with Amazon on different markets.

Afterwards, we also viewed EBITDA, EBIT, companies' revenues and all of this relating to the enterprise values of all these companies. Further, we viewed retail trading and e-commerce, which are among key markets for Amazon now. We have a forecast that the share of Amazon in retail trading in 2021 will be nearly 19% and the size of the market will be nearly 28 trillion dollars. We also wait for 17–20% in e-commerce market, which size will be nearly 5 trillion dollars. On the basis of all this data, we've made a forecast for near 10 year cash flows of company.

To calculate the discount rate for Amazon, WACC was calculated with using Beta-index. WACC was estimated 8,6%. Basing on WACC discount rate for all ten years was calculated, after which we get present value of the

company. After all this we get the price for each share of company equal to 1782,82 dollars.

Considering the fact, that company has great potential to growth, great management and nearly no risks in near future, it's a very good idea to invest in Amazon for long-term.

Using Amazon as an example, we showed, that using DCF model we may show the present value of every share. However, we should not forget, that this model bases on assumptions and forecasting. Each person may have its own forecasts for nearly everything, so the price of shares will be very different.

REFERENCES

1. *Reilly, F. & Brown, K.*, 2002. Investment Analysis and Portfolio management. 7th Ed. South-Western
2. *Faerber, E.*, 2008. All about stocks. 3rd Ed. Mc Grow Hill
3. *Bodie, Z., Kan, A. and Marcus, J.*, 2009. Investments. 8th Ed. McGraw-Hill Irwin
4. *Penman, S.H.*, 1992. Return to Fundamentals. Journal of Accounting, Auditing & Finance. 7, 4, 465–482;
5. *Copeland, T., Koller, T. and Murrin, J.*, 1990. Valuation: Measuring and managing the value of companies. John Wiley & sons Co. New York.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОМПАНИЙ ИНДУСТРИИ ВЫСОКИХ ТЕХНОЛОГИЙ

М.Тоникян

АННОТАЦИЯ

Были рассмотрены рынок высоких технологий и финансовые показатели крупных ИТ-компаний с использованием разных моделей фундаментального анализа. Были спрогнозированы будущие денежные потоки и после их дисконтирования были использованы для нахождения цены акции одной из крупнейших ИТ компаний в мире. Рассматривались мультипликаторы прибыли и долга. Выявилось, что компании не рискованные и имеют тенденцию к росту.

Ключевые слова: Индустрия высоких технологий, денежные потоки, модель DCF, P/E, EPS.

ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ НОРМЫ ОБЯЗАТЕЛЬНОГО РЕЗЕРВИРОВАНИЯ В РАЗВИТЫХ СТРАНАХ

Л.А. Тонян, Л.А. Мнацаканян

*Российско-Армянский Университет
Институт Экономики и Бизнеса*

tonyanlilia@gmail.com, mnatsakanyan.lida@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена изучению опыта применения нормы обязательного резервирования в развитых странах. В статье анализируется применение нормы обязательного резервирования на примере стран ЕС, США, Японии и Китая.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, норма резервирования, центральный банк, развитые страны.

В условиях глобализации в современной финансовой системе существенная доля денежных средств создается коммерческими банками посредством создания кредитных ресурсов. Данный факт приводит к финансовой нестабильности, а также к возникновению периодической экономической цикличности.

Цель: Целью данной статьи является обзор опыта применения нормы обязательного резервирования банковских обязательств в развитых странах.

Введение

В современном мире норма обязательного резервирования применяется практически во всех странах мира. Эффективность применения данного инструмента подтверждается как фундаментальными исследованиями денег и кредита (труды И. Фишера, Пигу, М. Фридмена), так и мировой практикой банковского регулирования.

Существуют разные виды нормирования обязательных резервов, выделим основные из них:

- Единые резервные требования,
- Дифференцирование в зависимости от срока погашения депозита,
- Дифференцирование в зависимости от типа депозита и от размера,
- Дифференцирование по виду валюты, субъектам обязательств.

Большинство развитых стран устанавливают, как правило, нормы резервирования в соответствии с первыми двумя вышеперечисленными критериями. Страны с развивающимися экономиками часто дифференцируют нормы резервирования по валютам в направлении усиления преференций тех средств, которые привлекались в национальной валюте, и целью этого является дедолларизация экономики, что, в свою очередь, приводит к поддержанию устойчивости национальной валюты. Так, распространение резервных требований на обязательства коммерческих банков в иностранной валюте приводит к тому, что обязательные резервы становятся источником сеньоража для ЦБ стран с развивающимися экономиками.

Таблица 1. Варианты установления норм обязательных резервов в отдельных странах.

Страна	Единые	По срокам обязательств	По размеру и типу депозитов	По виду валюты	По срокам обязательств и виду валюты.
ЕС		+	+		
США		+			
Япония		+	+		+
Великобритания	+				
Польша		+			
Бразилия		+			
Китай			+	+	

Источник: Составлен автором на основе данных официальных сайтов национальных ЦБ.

Существуют три основные функции обязательного резервирования в монетарной политике: пруденциальная, монетарного контроля и функция управления ликвидностью.

Пруденциальная функция является исторически самой первой, когда резервирование имело добровольный характер. В период золотого стандарта банки могли удерживать свои резервы (золото) непосредственно у себя в банке или же могли размещать их на неформальной основе в определенных других коммерческих банках в обмен на согласие принимать банкноты последних к платежу. Это укрепляло доверие вкладчиков к банку, и в 1863 году, с принятием закона о национальных банках в США, резервирование стало обязательным, и было сосредоточено исключительно в ФРС.

Сущность данной функции обязательных резервов заключается в том, что они обеспечивают защиту банков от неплатежеспособности и риска несбалансированной ликвидности. Однако стоит отметить, что в настоящее время данная функция достаточно эффективно выполняется определенной комбинацией надзорных и регулирующих мер: нормативами ликвидности и достаточности капитала, доступом к кредитным возможностям Центрального банка, депозитным страхованием и т.д. Помимо этого, пруденциальная роль резервов значительно ослабляется допущением усреднения резервов. На данный момент более 80% ЦБ допускает хотя бы некоторые элементы усреднения резервов¹.

Вторая функция монетарного контроля описывается в терминах двух каналов: денежного мультипликатора, а также влияния резервных требований на спрэд процентных ставок по кредитам и депозитам. Например, если денежные власти таргетируют процентные ставки и обменный курс, они стараются встроить изменения резервных требований в трансмиссионный механизм посредством изменения денежной базы. В данном случае, трансмиссионный канал строится на разнице в процентных ставках по кредитам и по остаткам резервов в ЦБ. И, если плата за резервы ниже рыночной процентной ставки по кредитам, то любое увеличение резервных

¹ Gray S. Central Bank Balances and Reserve Requirements/ Simon Gray/ IMF Working Paper. – February 2011 (WP/11/36). International Monetary Fund, 2011. 55p. // [Эл. ресурс]. URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2011/wp1136.pdf> (дата обращения: 14.12.2012).

требований выступает как определенный налог на финансовое посредничество, тем самым расширяет спред между ставками по кредитам и по депозитам. В свою очередь, это может привести к росту ставок по кредитам и последующему снижению инвестиций. Не исключено, что также может произойти и снижение ставок по депозитам, и это приведет к снижению обменного курса национальной валюты и оттоку капитала, а также снижение ставок по депозитам может вызвать рост потребления. Так, инвестиции и потребление движутся в противоположных направлениях, что, в свою очередь, оказывает неоднозначное общее воздействие на совокупный спрос. Тем самым, существуют определенные проблемы включения в данный механизм манипуляций с нормой резервирования². В связи с этим, в развитых странах значимость инструмента для целей регулирования денежного предложения снижается. Это можно объяснить так же легкой заменяемостью его другими более гибкими, постоянно доступными инструментами и операциями на открытом рынке. В развитых странах норма резервных требований не пересматривается слишком часто, так как денежно-кредитные власти исходят из того, что частые изменения могут способствовать большим издержкам адаптации для депозитных институтов. Так же, важно отметить тот факт, что при частых изменениях инструмент утрачивает свою действенность, т.к. банки часто вынужденно запасаются избыточными резервами. Нормы резервирования банковских обязательств в развитых странах низкие. Так, в Еврозоне с 18 января 2012 года норматив резервирования снизился с 2 до 1%. Остатки на счете обязательных резервов оплачиваются на уровне средней процентной ставки основных операций по рефинансированию. В настоящее время она составляет 0,75%. Ряд стран и вовсе отказался от использования резервных требования в монетарном регулировании, в частности, такие страны, как Австралия, Дания, Канада, Швеция, Новая Зеландия, Мексика, Норвегия, Великобритания.

Для наиболее полного представления особенностей применения резервных требований в качестве инструмента воздействия на экономику рассмотрим подробнее опыт различных стран.

² *Glocker C. Reserve Requirements for Price and Financial Stability: When Are They Effective? / Christian Glocker, Pascal Towbin // International Journal of Central Banking. 2012. March. [Эл. ресурс]. URL: <http://www.ijcb.org/journal/ijcb12q1a4.htm>. (дата обращения: 14.12.12).*

Европейский монетарный союз (ЕМС).

Центральным Банком ЕМС является Европейский Центральный Банк и, начиная с 1999г., именно он осуществляет эмиссию евро и отвечает за проведение ДКП в странах зоны евро. Так, в состав институтов-субъектов резервных требований входят все кредитные организации и их филиалы. Однако филиалы, которые установлены вне пространства Европы, а также кредитные организации, которые решают особые задачи и находятся в стадии реорганизации, освобождены от обязательного резервирования.

Согласно требованиям ЕЦБ, кредитные учреждения стран Евросоюза обязаны держать минимальную сумму резервов на счетах в национальных центральных банках. Данные суммы называются «минимальными», или «необходимыми» запасами. Величина этих «запасов» определяется в зависимости от базы резервирования, которая умножается на определенную ЕЦБ ставку обязательного резервирования. В рамках своей резервной политики ЕЦБ стремится сделать так, чтобы использование нормы резервирования не стало бременем для банковской системы в Еврозоне и не препятствовало эффективному распределению ресурсов. В 1999г. норма резервирования была установлена на уровне 2%, в 2012г. ставка была понижена до 1%, в результате чего на резервы, которые держатся на счетах в Центральном банке, начисляются проценты.

По данным 2015 года, в резервную базу в странах ЕС включаются вклады сроком до двух лет, депозиты «овернайт», долговые ценные бумаги – сроком до двух лет. К обязательствам, для которых установлен нулевой норматив, можно причислять срочные депозиты, срок которых более двух лет, сделки РЕПО, а также долговые ценные бумаги, срок погашения которых составляет более двух лет. Наряду с этим, из базы резервирования исключаются обязательства банков перед ЕЦБ, а также перед национальными ЦБ исключаются и межбанковские депозиты³.

Величина минимальных резервов рассчитывается по данным баланса, предоставляемого банком, и равна произведению базы резервирования и нормы минимальных резервов. Полученный результат уменьшается на

³ *Миранчук Н.* Международный опыт использования минимальных резервных требований.

100000 евро, и данный вычет используется для облегчения нагрузки на мелкие банки. Для мелких банков база резервирования рассчитывается ежеквартально. Что касается крупных банков, то для них база резервирования рассчитывается ежемесячно (по данным баланса на конец месяца).

Одной из особенностей системы обязательного резервирования ЕЦБ можно назвать ее платность. Так, на минимальные резервы начисляются проценты, рассчитываемые, исходя из средневзвешенного значения ставки отсечения по основным операциям рефинансирования за период поддержания минимальных резервных требований. Однако по суммам, которые депонируются сверх установленной нормы, не начисляются проценты. В случае невыполнения или частичного невыполнения резервных требований, по отношению к банкам применяются санкции, – штраф в размере недостающей суммы, который умножается на ставку, выше на 2,5 пр. пункта предельной ставки рефинансирования.

Соединенные Штаты Америки.

В данной стране резервные требования касаются всех депозитных учреждений и финансовых организаций, у которых есть обязательства, входящие в базу резервирования. Так, субъектами резервных требований также являются американские филиалы и представительства иностранных банков, если последние есть часть или аффилированы с иностранным банком с совокупными консолидированными активами в размере более 1 млрд. американских долларов. База резервирования зависит от размера обязательств и от типа депозитов.

В настоящее время ФРС устанавливает нормы минимальных резервов, которые касаются «транзакционных депозитов» для всех депозитных институтов (банков), кроме самых мелких. К транзакционным счетам в основном относят счета до востребования и чековые депозиты. Ставка резервирования находится в зависимости от размера счета.

Согласно законодательству, Резервная Система США вправе устанавливать размер ставки резервирования по «транзакционным депозитам» в пределах 8–14%. При этом, в определенных случаях ФРС имеет право

поднять норму резервирования до 18%. Для неличных вкладов ставка резервирования может быть установлена в пределах 0–9% для банков, размер активов которых превышает определенную величину⁴.

Первоначально банкам-членам ФРС позволялось в качестве своих резервов рассматривать лишь 1/2 имеющихся в наличии кассовых остатков вдобавок к их резервам в Федеральных резервных банках. И только начиная с 1960-х гг., банки-члены имели право в полном объеме включать свои кассовые остатки в расчет обязательных резервов.

Помимо применения минимальных резервных требований, каждый депозит величиной менее 100 тысяч \$ США подлежит страхованию со стороны банков⁵. В отличие от минимальных резервов, которые оказывают воздействие на ликвидность банков и их способность к расширению денежной массы, страхование депозитов снижает вероятность массового изъятия вкладов в случае кризисов, поскольку даже в случае банкротства банков правительство США может вернуть клиентам их деньги.

Однако стоит указать, что система страхования вкладов США не была лишена недостатков и подвергалась существенным изменениям в 1980-е гг. Причем, в настоящее время целесообразность применения системы обязательного страхования вкладов является поводом для дискуссий специалистов.

Отметим, что ФРС США не использует норму обязательного резервирования для осуществления текущего контроля над денежной массой. Изменение нормы резервирования производится в редких случаях, когда ставится цель осуществить существенный сдвиг в сторону расширения или сжатия величины денежного предложения, поскольку данный инструмент является достаточно жестким и оказывает непосредственное воздействие на банковскую систему.

В конце прошлого века ФРС начала принимать меры по снижению резервных требований. Так, в декабре 1990-го года ставка резервирования по неличным срочным вкладам и вкладам в евро была снижена до нуля, в

⁴ *Моисеев С.Р.* Структура, функции и международная практика резервных требований. СС. 56–67.

⁵<https://www.federalreserve.gov/monetarypolicy/reservereq.htm>

1992 году максимальная ставка резервирования по «транзакционным депозитам» была снижена с 12 до 10% (Табл. 1).

Одной из причин принятия таких решений было то, что ряд банков США стали применять более консервативный подход при выдаче кредитов, в результате чего сократилась доступность кредитных ресурсов для заемщиков. А снижение ставок резервирования имело целью снизить издержки банков по привлечению ресурсов и, тем самым, стимулировать рост кредитования экономики.

Учитывая уровень развития банковского сектора США и устойчивость экономики страны, ФРС уже давно пользуется более рыночными инструментами денежно-кредитной политики. В частности, для текущего регулирования рыночной конъюнктуры применяются операции на открытом рынке. А активное применение обязательного резервирования имеет место лишь периоды экономических спадов – как один из элементов стимулирующей макроэкономической политики. То есть нормы обязательного резервирования в США в основном используются для достижения антикризисных целей.

Таблица 2. Норматив обязательного резервирования в ЕС.

Процент	Объем
0%	До 15,2 млн. американских долларов
3%	Свыше 15,2 и до 110,2 млн. американских долларов
10%	Свыше 110,2 млн. американских долларов.
Обязательства в Евро	0

Источник: Составлен авторами на основе данных официальной страницы Федерального резервного Банка США: www.federalreserve.gov

Крупные учреждения сдают отчет еженедельно, в то время как для мелких учреждений данный срок является ежеквартальным.

Резервные требования могут выполняться как в форме денежной наличности, которая находится в кассе и хранилище банка, так и в форме

остатка на депозитных счетах в ФРБ. Так, в случае банка, который является членом ФРС, обязательным является хранение депозита именно в ФРБ, в противном случае банк вправе хранить депозит как в ФРБ, так и в других депозитных учреждениях, который имеет счет в ФРБ. В данной стране поддержание резервных требований осуществляется на усредняемой основе, в результате чего банки могут сглаживать излишки и дефицит краткосрочной ликвидности путем регулирования обязательных резервов. Но данный механизм не так резко выражен, как, например, в Европе, т.к. денежная наличность в банке может использоваться для формирования обязательных резервов. В наше время обязательные резервы состоят на 90% из наличности⁶. ФРБ разрешает переносить часть дефицита или же избытка резервов текущего периода в следующий период, однако сумма данной отсрочки не должна превышать 50.000 американских долларов или же 4% от суммы резервных требований.

Так, с октября 2008 года ФРБ, для устранения неявного налога, который взимается посредством минимальных резервных требований начал выплачивать всем депозитным учреждениям проценты по обязательным резервам. Начиная с июля 2009 года и по сей день, ставка процентного вознаграждения равна 0,25⁷.

За нарушения резервных требований депозитные учреждения выплачивают штраф в размере ставки по первичным кредитам ЦБ, действующий в первый день месяца выявленного дефицита резервов, умноженный на среднедневную величину этого дефицита. То есть **штраф = ставка овернайт + 2% пункта**, т.к. ставка по первичному кредиту привязана к ставке овернайт и превышает ее на 1% пункт.

Мы пришли к выводу о том, минимальные резервные требования в американской системе существенно отличаются от европейской, в первую очередь, из-за более короткого периода резервирования, а во вторую, из-за наличия возможности формирования резервов в виде наличности.

Великобритания. В этой стране участие банков в системе резервирования – добровольное. Банки, которые принимают участие в данной

⁶ Миранчук Н. Международный опыт использования минимальных резервных требований: <http://www.nbrb.by/bv/arch/471.pdf>

⁷Официальный сайт Федерального резервного Банка США: www.federalreserve.gov

системе сами для себя определяют целевую величину резервных требований как минимум за 2 дня до начала каждого периода поддержания резервных требований. Данная сумма должна быть равна установленному лимиту и должна быть кратна 10 млн. фунтов стерлингов. Данный лимит пересматривается всего 2 раза в год, а именно: в мае и в ноябре, а действует с июня и в декабре. Лимит устанавливается не ниже 2,5 млрд. фунтов стерлингов или же в размере 5% от средней величины базы резервирования за 6 месяцев. Формируется база резервирования из обязательств банков, которые номинированы в национальной валюте, исключениями являются обязательства перед Банком Англии по сделкам РЕПО и по депозитам. Период поддержания резервных требований длится от 4 до 5 недель. Резервы сохраняются на корреспондентских счетах банков, которые открыты в Банке Англии. Величина резервных требований может меняться в течение дня: это зависит от потребности банка в ликвидности для осуществления расчетов. Однако это изменение не должно отклоняться +/-1% от целевого значения. На среднее значение резерва за месяц начисляется процент от Банка Англии, однако если значение превышает целевое, процент не начисляется. Процент так же не начисляется, если среднее значение резервных требований ниже заявленного.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Великобритании резервные требования не используются Банком Англии для достижения целей ДКП, а служат лишь дополнительным источником получения прибыли коммерческими банками.

Япония. В данной стране все депозитные учреждения являются субъектами резервных требований. Базой резервирования являются депозиты резидентов как в национальной, так и в иностранной валюте, облигации банков, которые номинированы в национальной валюте, а также обязательства перед резидентами в национальной валюте. Структура нормирования резервных требований в Японии отличается от остальных стран, так, например, для Norinchukin Bank норматив установлен ниже, чем для остальных банков. Данная норма зависит от типа, размера, признака резидентства владельца депозитов, а также от валюты обязательств, однако норма резервирования в целом, низкая и варьируется в пределах 0,5%–1,3%. (Табл.2)

Таблица 3. Норматив обязательного резервирования в Японии.

	Срочные депозиты, %	Другие депозиты, %
50-500 млрд.	0,05	0,1
0,5-1,2 трлн.	0,05	0,8
1,2-2,5 трлн.	0,9	1,3
Более 2,5 трлн.	1,2	1,3

Источник: Составлен авторами на основе данных официального сайта Банка Японии: www.boj.or.jp/en/

Как видно из таблицы, чем выше сумма привлеченных банком депозитов, тем выше норма отчислений в фонд обязательств резервов. Обязательные резервы должны храниться на корреспондентских счетах, открытых в ЦБ. В отличие от Банка Англии, Банк Японии не выплачивает процентный доход. За нарушение отчислений резервных требований банки выплачивают штраф, в размере равной официальной учетной ставке + 3,75% пункта, и данный штраф уплачивается правительством через ЦБ.

Китай. Изменение величины ставки обязательного резервирования по привлеченным депозитам банков является одним из главных инструментов регулирования величины денежного мультипликатора для Народного Банка Китая (НБК). В последние годы НБК активно использует его для сдерживания роста денежных агрегатов. Китай является хорошим примером страны, где резервные требования активно используются в качестве инструмента осуществления политики. Только в 2007 году ставка резервирования была изменена десять раз и более 20 раз в последующие годы⁸.

С 2008 года резервные требования в Китае устанавливаются в зависимости от размеров банка (крупные, средние и мелкие). Также в отдельную категорию выделяются сельские кредитные кооперативы⁹.

⁸R. Nuutilainen L. Weill Reserve requirements and the bank lending channel in China BOFIT Discussion Papers 26, 2015.

⁹Analysis of the Effects of Frequent Increases of the Reserve Requirement Ratio by the People's Bank of China.

Дифференцированные ставки обязательного резервирования, которые введены НБК с 2004г., находятся в зависимости от финансовых показателей банков страны. Данная система, можно сказать, играет роль «встроенного стабилизатора», который ограничивает дальнейшую кредитную экспансию со стороны коммерческих банков, которые осуществляют рискованную кредитную политику. Посредством регулирования степени дифференциации ставок НБК имеет возможность выборочно сдерживать рост объема кредитов в наиболее рискованных отраслях. Таким образом, данный инструмент позволяет НБК решать вопросы управления расширением объемов денежного предложения¹⁰.

Таким образом, Народный банк Китая изменял установленные резервные требования с середины 2000-х гг. гораздо чаще, чем многие другие страны. Данный инструмент является для регулятора гораздо более предпочтительным, чем операции на открытом рынке, имея в виду также активную политику увеличения объема валютных резервов страны. Такой выбор обеспечивает выполнение целей валютной политики Китая.

Система резервных требований Китая стала более сложной в последние годы и часто применяется параллельно с процентными ставками и другими количественными, регулирующими и административными мерами, чтобы изменить направленность политики с макропруденциальных целей на кредитную политику.

С конца 2008г. НБК ввел более формальную двухуровневую систему резервных требований, согласно которой ставка резервирования для 6–7 крупнейших коммерческих банков была установлена на более высоком уровне, чем для остальных. Это помогло облегчить финансовое положение малых банков и перераспределить налоговое бремя обязательных резервов в банковской системе страны. В 2011г. Народный Банк Китая ввел «динамичную» ставку резервирования, которая должна была регулировать предложение кредитных средств в зависимости от экономических циклов¹¹. В соответствии с данной политикой, ставка резервирования для

¹⁰ Особенности денежно-кредитной политики КНР:
<http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=2008/5/10>

¹¹http://www.suomenpankki.fi/bofit_en/tutkimus/tutkimusjulkaisut/dp/Documents/2015/dp2615.pdf

каждого отдельного банка корректируется ежеквартально, а иногда даже ежемесячно, учитывая кредитную политику банка, а также ряд других индикаторов – таких, как коэффициент левериджа и достаточность капитала.

Что касается ставки обязательного резервирования НБК, то с начала 2000-х гг. до второй половины 2011г. она выросла с 6 до более чем 20%. А в последние несколько лет регулятор банковской системы Китая немного снизил ставку резервирования, которая в 2015г. составила 17.5%¹².

Проводимая Народным Банком Китая политика по повышению норм обязательного резервирования противопоставляется общемировой тенденции в последнем десятилетии. Так, повышение ставок банковского резервирования означает, что произойдет рост издержек, возникающих при привлечении депозитов. Это, при прочих равных условиях, может привести к снижению конкурентоспособности национальных кредитных организаций на международном рынке. Это, конечно, стимулирует регуляторов других стран снизить данные нормативы.

Однако Национальный Банк Китая имеет возможность реализации оригинальной политики в этой сфере, что обусловлено низким уровнем ставок депозитов на китайском рынке. Это обеспечивает низкую стоимость привлечения банками средств, даже при условии повышения нормативов резервирования.

Заключение

Обязательное банковское резервирование является важным инструментом ДКП ЦБ большинства зарубежных стран. Данный инструмент используется не только для осуществления текущей корректировки объемов денежной массы, но также для решения ряда других задач. Различия в направлении использования обязательных резервов Центральными банками, в первую очередь, обусловлены сложившейся экономической ситуацией в каждой отдельной стране и с теми задачами, для решения которых предполагается использование данного инструмента.

¹²<http://www.bis.org/publ/work360.pdf>

В нашей статье мы рассмотрели развитие нормы обязательного резервирования стран ЕС, США, Японии и Китая. Мы выявили, что в настоящее время существуют различные модели обязательного резервирования, которые отличаются по многим параметрам: по дифференциации нормативов, по определению базы резервирования, начислению и выплате процентов за средства, которые хранятся в фонде обязательных резервов. Однако анализ политики ряда стран в области резервных требований показывает, что существует несколько основных критериев, на основе которых происходит выбор той или иной ставки резервирования:

1. Степень ликвидности, или срочности, обязательств (депозитов).

2. Валюта обязательств. Применение данного критерия неоднозначно для различных стран. Если одни страны устанавливают более высокую ставку резервирования на валютные депозиты, чем на вклады в национальной валюте, то другие – наоборот.

3. Типы вкладчиков. Например, банковские регуляторы Кореи и Японии применяют более низкие ставки резервирования к валютным вкладам нерезидентов по сравнению с валютными вкладами резидентов.

Относительно развитых стран также можно сказать, что в последние десятилетия резервные требования постепенно утратили свою роль как инструмент банковского регулирования и монетарной политики. С середины 1980-х гг. ряд Центральных банков уменьшил свои нормы резервирования. Канада, Великобритания, Швеция, Австралия, Новая Зеландия вообще отменили резервные требования. Что касается США, как было рассмотрено в работе, ФРС снизила ставки обязательного резервирования вплоть до нуля, оставив только требования к текущим счетам. Снижение привлекательности данного инструмента в последние годы привело к тому, что регуляторы сделали основную ставку на использование требований к капиталу, согласно «Базельским принципам». Кроме этого, в последнее время происходит рост количества стран, в которых регуляторы платят проценты по резервным средствам банков, что несколько снижает нагрузку на финансовую систему.

ЛИТЕРАТУРА

1. The power to create money ‘out of thin air’ – review essay of Geoffrey Ingham’s *Capitalism*. 2013, 30p.
2. *Власов А.* Банковская деятельность на основе частичного резервирования как причина недостатка долгосрочных кредитных ресурсов в экономике. 2011.
3. Charlotte van dixhoorn. Full reserve banking. An analysis of four monetary reform plans. 2013.
4. *Мусеев С.П.* Структура, функции и международная практика резервных требований. «Финансы и кредит», № 17, 2002. СС. 56–67:
http://www.mirkin.ru/_docs/articles03-010.pdf
5. *Hummel J.R.* Reserve Requirements Basel Style: The Liquidity Coverage Ratio, <http://www.cato.org/blog/reserve-requirements-basel-style-liquidity-coverage-ratio>
6. *Carmen V. Hemedes, Lapid D.* A review of issues concerning reserve requirements http://www.bsp.gov.ph/downloads/publications/2005/bsr2005b_02.pdf
7. *Бердышев А.В.* Сущность обязательных резервов и практика их использования в России // Аудит и финансовый анализ. 2008. № 1. СС. 13–18.
8. *Миранчук Н.* Международный опыт использования минимальных резервных требований.
9. *Мусеев С.П.* Структура, функции и международная практика резервных требований. СС. 56–67.
10. Официальный сайт Федерального резервного Банка США:
www.federalreserve.gov
11. *Nuutilainen R.-L.* Weill Reserve requirements and the bank lending channel in China BOFIT Discussion Papers 26. 2015.
12. Analysis of the Effects of Frequent Increases of the Reserve Requirement Ratio by the People’s Bank of China.

EXPERIENCE IN APPLYING THE MANDATORY RULE RESERVATIONS IN DEVELOPED COUNTRIES

L. Tonyan, L. Mnatsakanyan

ABSTRACT

This article is devoted to the survey of the experience of the reserve requirements in the developed countries. The article analyzes the application of the mandatory reserve requirements on the example of the EU, USA, Japan and China.

Keywords: monetary policy, reservation, bank, developed countries.

МЕНЕДЖМЕНТ

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАТРАТ В МНОГОНОМЕНКЛАТУРНОМ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ

В.Г. Абрамян

Российско-Армянский университет

a.vahram@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В экономически развитых странах основой экономики является промышленность. Для развития и повышения конкурентоспособности промышленности необходимо создать развитую отрасль многономенклатурного машиностроительного (станкостроительного) производства, производимые в которой продукции формируют материально-техническую базу промышленных предприятий. Станкостроительная отрасль обеспечивает промышленность необходимыми машинами и технологическими оборудованиями, которые обеспечивают в производстве высокую точность и производительность. Для повышения эффективности и конкурентоспособности станкостроительного производства необходимо сократить уровень производственных затрат, решению которого посвящено данное исследование. По результатам данного исследования создана экономико-математическая модель оптимизации производственных затрат на основе сокращения материальных, трудовых и энергетических ресурсов, которые составляют значительную часть производственных затрат.

Ключевые слова: станкостроение, экономико-математическая модель, производственные затраты.

Введение

Для обеспечения эффективного и динамического развития экономика страны должна иметь соответствующую структуру. В этой структуре

экономики промышленная отрасль, являясь основным источником формирования материально-технической базы в других отраслях экономики, должна иметь свое соответствующее место. Взаимосвязанное и синхронизированное выполнение процессов позволяет формировать в экономике страны соответствующую структуру, которая обеспечивает сбалансированное развитие всех отраслей экономики и способствует решению социально-экономических проблем страны.

Развитие промышленности необходимо обеспечить путем быстрого и опережающего развития машиностроения и, в первую очередь, многономенклатурного машиностроительного производства (станкостроения), так как данная отрасль формирует основные средства промышленных предприятий и создает необходимый машинный парк для осуществления производственно-технологических процессов.

Для решения этих проблем необходимо обеспечить эффективное и конкурентоспособное развитие машиностроительного производства, в первую очередь, станкостроительного производства. С этой целью в производственных организациях необходимо систематизировать и эффективно реализовать все взаимосвязанные процессы, которые выполняются в логистической цепи «НИОКР – снабжение – производство – реализация». Для обоснованного позиционирования на рынке, оперативного реагирования и с целью повышения конкурентоспособности производственная организация, используя инструментарий маркетингового подразделения логистической службы, непрерывно изучает динамически происходящие изменения в рынке, на основе которого формируется необходимая информационная база для разработки и реализации инновационных программ о внедрении в производство новой продукции.

При реализации инновационных программ в производственной организации разрабатываются и выполняются инновационные процессы, связанные с обновлением номенклатуры производимых товаров, внедрением в производство новых технологических процессов и новых методов организации производства.

Станкостроительная отрасль, являясь основным источником обеспечения промышленного производства необходимыми машинами и техно-

логическими оборудованиями, способствует повышению производительности труда в других отраслях экономики, так как повышение производительности и качественных показателей производимых в этой отрасли продукции обеспечивают снижение трудоемкости и повышение качества производимых с их помощью продукции в других отраслях и организациях. Техническое оснащение производства, внедрение новых технологических процессов, применение новых прогрессивных методов организации производства и труда являются основами снижения уровня производственных затрат и повышения эффективности в производственной организации.

Материал и методы

В станкостроительном производстве для повышения уровня эффективности производства ключевое значение имеет обоснованное формирование инфраструктуры основного производства, которая имеет существенное значение для рациональной организации производственных процессов и формирования производственных затрат. Совершенствование инфраструктуры основного производства позволяет повысить уровень эффективности за счет сокращения производственных затрат. В станкостроительном производстве для повышения эффективности ключевое значение имеет фактор эффективного использования материальных, трудовых и энергетических ресурсов, так как удельный вес этих затрат составляет значительную часть производственных затрат.

Результаты проведенного исследования показывают, что в станкостроительном производстве технологическая трудоемкость составляет около 60–65% полной трудоемкости. От величины технологической трудоемкости зависят величины остальных затрат, входящих в состав производственных затрат. Поэтому необходимо, в первую очередь, точно определить величину технологической трудоемкости, так как она является одним из основных факторов для повышения уровня производительности труда и эффективности производства.

Показатели материалоемкости, трудоемкости и энергоемкости, которые определяют уровень эффективности производства, взаимосвязаны,

так как уровень технологической трудоемкости зависит от уровня материалоемкости производства, а энергоемкость производства, в свою очередь, зависит от уровня трудоемкости производства. Поэтому для сокращения уровня производственных затрат и повышения эффективности производства необходимо в производстве использовать такие производственно-технологические процессы, которые позволяют сократить материальные, трудовые и энергетические затраты.

Результаты проведенного исследования показывают, что в станкостроительном производстве производственные затраты в основном обусловлены затратами материальных, трудовых и энергетических ресурсов, которые осуществляются на заготовительной и обрабатывающей стадиях производства, так как на сборочной стадии производства эти затраты существенным образом не меняются в зависимости от применяемых технологических процессов. Технологическая трудоемкость на этих двух стадиях производства составляет около 80% общей технологической трудоемкости производства готовой продукции. На этих стадиях производства величина технологической трудоемкости прямым образом зависит от уровня материалоемкости производства. Рассматриваемые стадии производства являются также энергоемкими, так как основную часть машинного парка производственной организации используют при выполнении производственно-технологических процессов на этих стадиях производства.

Величина технологической трудоемкости на обрабатывающей стадии производства зависит от степени прогрессивности применяемых технологических процессов на заготовительной стадии производства. Применение прогрессивных технологических процессов позволяет повысить точность производимых на заготовительной стадии производства заготовок, в результате которого форма и размеры заготовок приближаются к форме и размерам готовых деталей, что позволяет минимизировать массу снимаемого отхода. Эффективное решение данной проблемы позволяет сократить уровень материалоемкости и трудоемкости производства, что, в свою очередь, способствует сокращению уровня энергетических затрат.

Анализ показывает, что уровень трудоемкости прямым образом зависит от уровня материалоемкости производства, а уровень материалоемкости зависит от точности используемых заготовок. Данное утверждение можно обосновать с помощью видоизменения известной формулы определения трудоемкости на обрабатывающей стадии производства, в результате которого формула приобретает следующий вид:

$$t_{1ij} = \frac{m_{1ij} - m_{ij}}{n_0 Shb} \quad (1),$$

где: в числителе представлена масса удаляемого отхода; представленная в знаменателе величина является постоянной для данного типа заготовки [1].

На основе формулы (1) можно сделать заключение, что величина технологической трудоемкости на обрабатывающей стадии производства прямо пропорциональна массе заготовки (или массе удаляемого отхода).

С целью снижения уровня производственных затрат в станкостроительном производстве необходимо формировать оптимальную взаимозависимость между затратами заготовительной и обрабатывающей стадии производства, которые осуществляются с целью внедрения новых технологических процессов на заготовительной стадии производства и с целью внедрения новых высокопроизводительных и высокоточных технологических оборудований на обрабатывающей стадии производства.

Для сокращения уровня материалоемкости на заготовительной стадии производства необходимо использовать прогрессивные технологические процессы, которые позволяют повысить точность производимых заготовок и минимизировать массу удаляемого отхода. В результате этого сокращается как масса используемых материалов, так и трудоемкость и энергоемкость на обрабатывающей стадии производства.

Проведенное исследование показывает, что величину технологической трудоемкости производства одного машинокомплекта на заготовительной стадии производства можно определить по следующей формуле

$$T_1 = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{N_j} t_{1ij} = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{N_j} A_{ij} \left(\frac{m_{ij}}{K_{ij}^m} \right)^{x_{ij}} K_{1ij} K_{2ij} \quad (2),$$

где: $j = \overline{1, K}$ – возможные варианты технологических процессов получения заготовок; $i = \overline{1, N}$ – количество деталей, входящих в состав производимой продукции, технологические процессы получения заготовок и их дальнейшей обработки, которые осуществляются в данной производственной организации; t_{1ij} – технологическая трудоемкость производства заготовки i -ой детали j -ым технологическим процессом; m_{ij} – чистая масса i -ой детали, заготовку которой получают j -ым технологическим процессом; K_{ij}^m – коэффициент использования материала i -ой детали, заготовку которой получают j -ым технологическим процессом; K_{1ij} – коэффициент, который учитывает влияние объема производства на величину t_{1ij} ; K_{2ij} – коэффициент, который учитывает влияние сложности заготовки на величину t_{1ij} [1, 3].

Результаты проведенного исследования показывают, что величину затрат производства одного машинокомплекта на заготовительной стадии производства можно определить по следующей формуле

$$S_1 = \sum_{j=1}^k \left[A_j^1 \sum_{i=1}^{N_j} \left(\frac{m_{ij}}{K_{ij}^m} \right)^{x_{1j}^1} K_{1ij}^1 K_{2ij}^1 \right] \quad (3),$$

где K_{1ij}^1 – коэффициент, который учитывает влияние объема производства на величину производственных затрат изготовления заготовок, K_{2ij}^1 – коэффициент, который учитывает влияние сложности заготовки на величину производственных затрат изготовления заготовок, A_j^1 – свободный член, который учитывает также цену материала для изготовления заготовки, X_{1j}^1 – показатель степени.

Проведенное исследование показывает, что величину технологической трудоемкости производства одного машинокомплекта на обрабатывающей стадии производства можно определить по следующей формуле

$$T_2 = e^{a_2} \left(\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^{N_j} \frac{m_{ij}}{K_{ij}^m} \right)^{x_2} \left(\sum_{\varphi=1}^t \frac{\sum_{l=1}^b \Theta_{\varphi l}}{N_1} \right)^{y_2} e^{tz_2} K_{III}, \quad (4),$$

где первый составляющий (e^{a_2} , $e=2,71828\dots$) – свободный член, x_2, y_2, z_2 – показатели степени, второй составляющий $\left(\sum_{j=1}^K \sum_{i=1}^{N_j} \frac{m_{ij}}{K_{ij}^m} \right)^{x_2}$ – общая масса заготовок одного машинокомплекта, которые обрабатываются в данной организации, третий составляющий – коэффициент технологической оснащенности на обрабатывающей стадии

$$\left(\sum_{\varphi=1}^t \frac{\sum_{l=1}^b \Theta_{\varphi l}}{N_1} \right)^{y_2}$$

производства, четвертый составляющий e^{tz_2} – показывает влияние времени производства изделия в данной организации (при производстве нового изделия данный коэффициент не учитывается), пятый составляющий K_{III} – коэффициент, который учитывает влияние прогрессивности применяемых технологических процессов [1,3].

Величина технологической трудоемкости на φ -ой группе технологического оборудования на обрабатывающей стадии производства определяется по следующей формуле

$$t_{2\varphi} = T_2 \beta_{\varphi} \quad (5),$$

где β_{φ} – удельный вес технологической трудоемкости обработки φ -ой группе технологического оборудования в общей технологической трудоемкости обработки одного машинокомплекта деталей в данной организации.

Проведенное исследование показывает, что величину затрат производства одного машинокомплекта на обрабатывающей стадии производства можно определить по следующей формуле:

$$S_2 = A_2 \left(\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{N_j} \frac{m_{ij}}{K_{ij}^m} \right)^{x_2} \left(\frac{\sum_{\psi=1}^6 \Theta_{\psi}}{N_1} \right)^{y_2} e^{tz_2} \sum_{\varphi=1}^F S_{\varphi}^1 \beta_{\varphi} \quad (6),$$

где: x_2, y_2, z_2^{np} – показатели степени, t – время производства изделия в данной организации, S_φ^1 – часовые затраты на эксплуатацию φ -ой группы технологического оборудования.

Величина необходимых финансовых ресурсов для приобретения и сдачи в эксплуатацию соответствующих технологических оборудований для внедряемых на заготовительной стадии производства новых технологических процессов определяется по следующей формуле

$$K_1^E = \sum_{j=1}^k \left[U_j \sum_{i=1}^{N_j} \frac{t_{ij} P_{1ij}}{K_{1ij}^b F_{1ij}^0} \right] \quad (7)$$

где U_j – расходы на приобретение и эксплуатацию новых технологических оборудований для реализации j -ого технологического процесса, t_{ij} – технологическая трудоемкость изготовления заготовки i -ой детали j -ым технологическим процессом, P_{1ij} – объем производства заготовки i -ой детали, K_{1ij}^b – коэффициент выполнения нормы времени при производстве заготовки i -ой детали j -ым технологическим процессом, F_{1ij}^0 – эффективный годовой фонд времени использования технологического оборудования при производстве заготовки i -ой детали j -ым технологическим процессом [2].

Величина необходимых финансовых ресурсов для приобретения и сдачи на эксплуатацию соответствующих технологических оборудований для внедряемых на обрабатывающей стадии производства новых прогрессивных технологических процессов определяется по следующей формуле

$$K_2^E = \sum_{\varphi=1}^F \frac{U_{2\varphi} P_{2\varphi} T_{2\varphi}}{K_{2\varphi}^b F_{2\varphi}^0} \quad (8)$$

где $U_{2\varphi}$ – расходы на приобретение и эксплуатацию новых технологических оборудований для выполнения φ -ой технологической операции, $P_{2\varphi}$ – объем производства деталей, которые обрабатываются на φ -ой технологической операции, $T_{2\varphi}$ – величина трудоемкости φ -ой технологической

операции, $K_{2\varphi}^b$ – коэффициент выполнения нормы времени при выполнении φ -ой технологической операции, $F_{2\varphi}^0$ – эффективный годовой фонд времени использования технологического оборудования при выполнении φ -ой технологической операции [2].

Так как в машиностроительном производстве количество деталей, входящих в конструкцию готовой продукции и производящихся в производственной организации, составляет до несколько тысяч штук, то практически не целесообразно определять величину коэффициента использования материала K_{ij}^m для каждой детали. С большой точностью можно считать, что коэффициент использования материала для заготовок, полученных j -ым технологическим способом, можно считать относительно постоянной величиной ($\overline{K_j^m}$).

С учетом данного предположения массу всех заготовок готовой продукции, изготавливаемых в данной организации, можно определить по следующей формуле

$$M_1 = M \sum_{j=1}^k \frac{\alpha_j}{K_j^m} \quad (9),$$

где α_j – отношение массы готовых деталей, заготовки, которых получают j -ым технологическим способом, к массе всех готовых деталей продукции, изготавливаемых в данной производственной организации.

На основе полученных единовременных затрат для заготовительной и обрабатывающей стадии производства (7,8), расчетной времени реализации инновационных процессов (T) и коэффициента дисконтирования (α_t) можно формировать целевую функцию экономико-математической модели оптимизации производственных затрат (10).

В экономико-математической модели ограничениями являются: общая величина технологической трудоемкости для заготовительной и обрабатывающей стадии производства (11), масса используемых материалов (12), общая величина затрат электроэнергии для заготовительной и обрабатывающей стадии производства (13), общая численность рабочих для заготовительной и обрабатывающей стадии производства (14).

Полученные расчетные показатели не должны превышать аналогичные нормативные величины, установленные в данной организации.

Целевая функция экономико-математической модели имеет следующий вид

$$Z = \sum_{t=0}^T \left[\sum_{j=1}^k \left(U_j \sum_{i=1}^{N_j} \frac{t_{1ij} P_{1ij}}{K_{1ij}^b F_{1ij}^0} \right) + \sum_{\varphi=1}^F \frac{U_{2\varphi} P_{2\varphi} T_{2\varphi}}{K_{2\varphi}^b F_{2\varphi}^0} \right] * \alpha_t \rightarrow \min \quad (10).$$

Ограничения экономико-математической модели имеют следующий вид:

- по общей величине технологической трудоемкости для заготовительной и обрабатывающей стадии производства

$$\sum_{j=1}^k \left[A_{1j} \left(M \frac{\alpha_j}{K_j^m} \right)^{x_{1j}} \sum_{i=1}^{N_j} K_{1ij} K_{2ij} \right] + A_2 \left(\sum_{j=1}^k M \frac{\alpha_j}{K_j^m} \right)^{x_2} \left(\frac{\sum_{\psi=1}^b \theta_{\psi}}{N_1} \right)^{y_2} e^{tz_{2\varphi}^{\beta}} \leq T_1^H + T_2^H \quad (11);$$

- по массе используемых материалов

$$\sum_{j=1}^k \frac{M \alpha_j}{K_j^m} \leq M^H \quad (12);$$

- по общей величине затрат электроэнергии для заготовительной и обрабатывающей стадии производства [4]

$$\sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{N_j} t_{1ij} * N_{1ij} * k_{1ij} * a + \sum_{\varphi=1}^{k_2} \sum_{i=1}^{N_{\varphi}} t_{2i\varphi} * N_{2i\varphi} * k_{2i\varphi} * a \leq E_1^H + E_2^H \quad (13);$$

- по общей численности рабочих для заготовительной и обрабатывающей стадии производства

$$\sum_{j=1}^k \frac{\left[A_{1j} \left(M \frac{\alpha_j}{K_j^m} \right)^{x_{1j}} \sum_{i=1}^{N_j} K_{1ij} K_{2ij} \right] P_1}{F_{1j}^p} + \sum_{\varphi=1}^F \frac{A_2 \left(\sum_{j=1}^k M \frac{\alpha_j}{K_j^m} \right)^{x_2} \left(\frac{\sum_{\psi=1}^6 \theta_{\psi}}{N_1} \right)^{y_2} e^{tz_{2\varphi}^{\beta}}}{F_{2\varphi}^p} \leq B_{1j}^H + B_2^H \quad (14).$$

Данную экономико-математическую модель можно успешно применять при реализации инновационных программ на заготовительной и обрабатывающей стадиях многономенклатурного машиностроительного

производства при оценке экономической эффективности и целесообразности внедрения в производство новой продукции и новых технологических процессов. Ее целесообразно применять при проектировании новой производственной организации и новых производственных подразделений, когда возникает необходимость оценить объемы ожидаемых затрат и ожидаемый уровень экономической эффективности деятельности производственной организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абрамян В.Г.* Повышение технологичности выпускаемой продукции как ключевое направление снижения уровня затрат и роста эффективности машиностроительного производства. Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение, 2018, № 2. СС. 8–15.
2. *Абрамян В.Г.* Пути совершенствования жизненного цикла инновационной продукции в многономенклатурном машиностроительном производстве. Экономика знаний в России: от генерации знаний и инноваций к когнитивной индустриализации. Материалы IX Международной научно-практической конференции. Краснодар, 6–7 октября 2017г. СС. 142–149.
3. *Abrahamyan V.G.* Assessment of Needed Volume of Capital Investments in Early Phases of Innovative Product Design in Multi-Nomenclature Mechanical Engineering. International scientific journal. Innovations. Sofia, Bulgaria. 2017, # 2, PP. 76–79.
4. *Abrahamyan V.G.* Reducing the energy intensity of multi-product machinery production through the improvement of the core production infrastructure. Problems of energy efficiency and energy saving. Միջազգային գիտաժողովի նյութեր (3–4 նոյեմբերի 2017թ.). Եր., 2017. Էջ. 11–13.

THE FORMING OF AN ECONOMIC-MATHEMATICAL MODEL FOR OPTIMIZING THE PRODUCTION COSTS OF MULTI-NOMINAL MACHINE TOOL PRODUCTION

V. Abrahamyan

ABSTRACT

The ground of an economy is production in countries with advanced economies. For developing production and competition, the sphere of producing developed, multinomial

machine tool production should be created, where the produced goods form the material and technical base of industrial organizations. The sphere of machine tool building provides the industry with required types of machinery and technological equipment, which provide high level accuracy and productivity in a production. For insuring the productivity of a machine tool production and competition, it is essential to reduce the volume of the expenses of a production. The presented study is devoted to solving this issue.

An economic-mathematical model for optimizing the production costs has been formed as a result of the study, which is based on reducing the costs of material, working and energy resources. These, in turn, form the major part of manufacturing costs.

Keywords: machine tool building, economic mathematical model, productive expenses.

РОЛЬ ОБУЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ БАНКЕ

К.Б. Бабаян, И.Б. Асатрян

Российско-Армянский университет

kpn_babayan@mail.ru, 97irinaas@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В современных условиях экономическое преобразование человеческого капитала является важным процессом, обуславливающим факторы устойчивого развития и экономического роста, в результате чего организации приобретают конкурентные преимущества не только и не столько за счет природных ресурсов, а за счет вооруженного знаниями, информацией человека, который служит источником инноваций. Исходя из данной проблемы, в статье рассматривается роль обучения персонала, исследуются разные модели и способы обучения, а также предлагается модель системы обучения в банке.

Ключевые слова: организационное обучение, развитие, персонал банка, методы, модели обучения.

Введение

В современных организациях актуальной является проблема успешного развития кадров, постоянного улучшения их знаний, профессионализма, навыков и способностей, поскольку от уровня квалификации персонала зависят такие факторы, как доход организации, положение на рынке, общественное мнение и т.д. Этим обусловлена необходимость в качественно другом подходе к организационному обучению в банковской сфере, объединяющем обучение сотрудников, их трудовые функции и самосовершенствование в единый комплексный непрерывный процесс.

Обучение персонала в последний период рассматривается не как способ решения определенных практических задач, а как крупный ресурс

внутриорганизационных изменений. Современная научная концепция профессионального развития персонала ориентирована на стратегию, цели и задачи организации. Концепция обучающейся организации основывается на нескольких важных составляющих, которые обеспечивают процесс обучения: командная структура, сотрудники, которые имеют широкие права, свободный обмен информацией. Самая известная концепция обучающейся организации принадлежит Питеру Сенге [1], подчеркивающему необходимость создания интеллектуальных карт, повышения возможности самосовершенствования личности, совмещения индивидуального и группового обучения, привития практических навыков и умений, а также формирования общего видения и системного мышления. Крупными исследователями в данной области являются также М. Педлер, Р. Реванс, М. Портер и др.

Итак, человек является наиболее ценным ресурсом компании, который требует непрерывного внутрифирменного обучения.

Материал и методы

Сегодня очень быстрыми темпами изменяется внешняя среда банков, включая экономические и политические преобразования, законодательные нормы. В соответствии с этим изменяется и внутренняя среда (реконструкция системы, стратегий, изменение технологических процессов в деятельности и т.д.), что побуждает руководителей к подготовке персонала к работе в иных условиях.

В настоящий период обучение персонала в банках является мощным организационным ресурсом. Сотрудники банка – основные активы, которые обеспечивают высокую эффективность и конкурентоспособность. Цели обучения в банках тесно связаны со стратегическими планами и задачами данного банка. Управление персоналом в банках нацелено на осуществление пяти основных задач [2]:

Организация эффективной работы своих сотрудников;

1. Оптимизация уровней должностей и обеспечение необходимого набора умений и навыков;
2. Формирование правильных навыков и развитие производственной культуры;

3. Управление деятельностью индивидуумов и отделов для достижения институциональных целей;
4. Возможность удовлетворить интересы и нужды собственного коллектива и каждого работника.

Исходя из этого, для достижения эффективных результатов и качественных показателей деятельности банка необходимы обеспечение системных знаний и навыков персонала и, соответственно, серьезная проработка самого процесса обучения, направленного на перспективное развитие.

Труд банковского сотрудника, как специфическая форма труда, имеет множество особенностей, оказывающих большое влияние на систему корпоративного обучения банковского персонала. Успешное формирование системы обучения персонала банка требует учета специфики труда в сфере кредитно-финансовых операций:

1. Высокие квалификационные требования. С одной стороны, в банке существуют традиционные способы и технологии осуществления операций, основанные на здоровом консерватизме, банковской этике и определенных моделях поведения. С другой, – в современном банке не только в числе руководящих, но и рядовых сотрудников необходимы люди, умеющие вовремя проявлять инициативу, мыслить прогрессивно, креативно, принимать нестандартные решения. Постоянные инновации во внешней среде ведут к резкому повышению требований к образовательному и квалификационному уровню работников. В ходе этого необходимо постоянно контролировать уровень квалификации для того, чтобы выявить пробелы в знаниях с учетом развития технологий, изменения нормативной базы.
2. Повышенные требования к информационному обеспечению трудовой деятельности. Персоналу банка в дополнение к имеющемуся у них базовому профессиональному образованию необходимо иметь представление о новинках и изменениях нормативных документов, что оказывает непосредственное влияние на их профессиональную деятельность. Качество поступающей работнику информации ведет к эффективному результату труда, позволяет более точно оценить риски и, соответственно, минимизировать их при принятии ответственных решений.

3. Высокая техническая оснащенность и массовая автоматизация рабочих мест. Автоматизация не только приводит к усложнению содержания деятельности, но и основательно меняет отношение к труду индивида.

Кроме того, специфика банковской деятельности обусловлена направленностью на конечный результат и выполнение стратегии (что важно учитывать, прежде всего, при обучении руководящих работников высшего и среднего звеньев); предполагает практически для всех сотрудников соблюдение жестких стандартов ведения дела, правил и регламентов в действиях, а также высокую клиентоориентированность банка, персональную ответственность и необходимость «исключения просчетов» сотрудников в выполнении всех функций и задач.

В рамках корпоративного обучения в банке возрастает роль обучения корпоративной культуре, помогающей в формировании мировоззрения, ценностной основы, определенных убеждений сотрудников, направленных на приверженность достижению бизнес-целей.

Основными формами обучения в банке являются [3]:

❖ **Внутренние семинары:**

- *Информационно-консультационные.* Направлены на предоставление сотрудникам информации, которая им необходима для выполнения задач бизнеса и должностных обязанностей;
- *Практические.* Отрабатываются практические знания и функциональные навыки, например, навыки использования новых операционных систем;
- *Проблемно-проектные.* Решаются конкретные бизнес-задачи под руководством внутренних или внешних экспертов, например, на тему: «Стимулирование труда сотрудников отдела», «Осуществление международных расчетов в форме импортного аккредитива» и т.д.

- ❖ **Внутренние стажировки,** которые направлены на практическое освоение профессиональных технологий под руководством опытных сотрудников. Например, «Технология проведения бизнес-тренинга» по теме «Эффективные продажи» и т.д.

- ❖ **Внутренние тренинги**, которые направлены на то, чтобы формировать у работников навыки деловой эффективности в работе с клиентами, а также управленческие навыки. Например, «Управление продажами», «Управление сервисом», «Эффективные продажи».
- ❖ **Дистанционное обучение.** Данный вид обучения в банке является способом самостоятельного обучения и является дополнительной формой обучения, которое способствует закреплению пройденного материала, а также подготовке к последующему обучению. Дистанционное обучение представляется в нескольких видах:
 - Электронные курсы, которые являются функциональным видом подготовки персонала, обеспечивая передачу и контроль усвоения информации. К ним относятся программы по адаптации сотрудников различных направлений деятельности;
 - Видеосеминары, направленные на детализацию и контроль за тем, как была усвоена информация, полученная при прохождении электронных курсов и самостоятельной подготовки.
- ❖ **Внешние семинары**, которые направлены на получение информации, необходимой отдельным специалистам по направлениям их деятельности в интересах банка для того, чтобы решить конкретные задачи и активно представиться в определенной сфере. Например, обучение последующим темам: «Обучение “Business Object”», «Стратегическое видение бизнеса», «Управление проектами», «Управление изменениями» и т.д.
- ❖ **Сертификационные программы**, которые направлены на то, чтобы получить право ведения профессиональной деятельности в интересах банка. Например, «Специалист финансового рынка», «Оценочная деятельность», специализированные курсы для кассиров и т.д.
- ❖ **Самостоятельная подготовка** представляет собой способ освоения новых знаний и навыков по различным направлениям, включающих постоянное повышение профессиональной квалификации, соответствующей требованиям к данной должности.
- ❖ **Наставничество** представляет собой метод обучения вновь принятого работника. После принятия на вакантную должность сотрудника, он

работает с куратором, который упорядочивает процесс развития профессиональных компетенций, способы самостоятельного и качественного выполнения задач по занимаемой должности, адаптацию к корпоративной культуре банка, лояльность к бренду и имиджу банка и т.д. Куратор знакомит нового работника с банком, историей его возникновения, структурой, организационной культурой, нормами, правилами, традициями банка.

Выбор тех или иных методов зависит от поставленных задач, от конкретной ситуации, а также от категории сотрудников. Например, для персонала, занятого в области обслуживания клиентов в банке, основными требованиями признаются: [4].

- Гибкость, инициативность и способность реализовать фактор коммерческого подхода при взаимодействии с клиентами в соответствии с банковскими процедурами;
- Умение выработки и поддержания эффективных технологий и процедур, применения собственного творческого потенциала.

Для руководящего состава необходимо развивать, прежде всего, управленческие компетенции, лидерские качества, способность к стратегическому мышлению.

Работники бек-офиса должны легко ориентироваться в изменениях в законодательстве, в организационной деятельности, операциях и внутренних правопорядках банковской системы.

Создание комплексного и дифференцированного типа системы обучения позволяет минимизировать банковские риски, поскольку грамотность и обученность сотрудников позволяет избежать ошибок, которые ведут к финансовым потерям как самого банка, так и его клиентов.

Значительный опыт организации корпоративного обучения, в том числе, в финансово-кредитной сфере, накоплен на предприятиях Японии, США и Западной Европы.

Внутрифирменное обучение имеет ключевое место в японской экономике, известное как «Японская система подготовки кадров». Государственные и муниципальные органы, обеспечивающие профессиональную

подготовку кадров, являются всего лишь вспомогательной основой в системе подготовки кадров. К особенностям данной системы относят такое понятие, как практика пожизненного найма, обеспечивающая возможность непрерывного обучения и совершенствования работника в самой компании. Неординарен и порядок ротации на фирмах Японии. В отличие от Соединенных Штатов, где человек всю свою жизнь может проработать мастером, удовлетворяя себя и компанию, в Японии считается, что длительное пребывание служащего на одной должности приведет к потере интереса к работе, а следовательно, и снижению уровня ответственности. Именно поэтому ротация является нормой и совмещается с повышением, продвижением по службе. Частота ротации может колебаться от 4 до 7 лет. В результате чего каждый работник приобретает 5-6 специальностей, и становится профессионалом широкого профиля.

Соединенные Штаты Америки являются одним из тех стран, где профессиональное обучение является главным аспектом организации деятельности, на которое направлено большое количество финансовых ресурсов. Инвестиции в обучение персонала являются ключевым элементом долгосрочной экономической стратегии компании. Многие исследования показали, что увеличение расходов на обучение привело к увеличению производительности труда на 9%, в том случае, когда при таком же увеличении расходов на техническую оснащенность производительность труда возросла только на 4% [5].

Существует 3 принципа, на которых основано профессиональное обучение в США – активные методы обучения, практическая направленность обучения, непрерывное обучение персонала. Самым эффективным методом обучения в США являются кейсы, которые представляют собой моделирование реальных ситуаций. Данный метод разработали и впервые использовали в Гарвардской бизнес-школе. Другим оптимальным методом обучения персонала считается практика принятия групповых решений, которая формирует у персонала навыки взаимодействия, актуальные в своеобразных ситуациях. Также в США предоставляют возможность обучения вне компании. Здесь развит рынок семинарских и тренинговых услуг, а также профессиональные ассоциации корпоративного обучения, подготовки и совершенствования сотрудников. Равным образом в США

развиты корпоративные университеты и учебные центры профессионального обучения персонала, находящиеся в собственности компании.

Уделяется отдельное внимание обучению и повышению квалификации высших руководящих должностных лиц (руководители, топ-менеджеры). Самым распространенным методом обучения руководителей являются программы MBA (master of business administration). Более 50% американских руководителей имеют степень MBA. Степень MBA предоставляется специальными бизнес-школами. На сегодняшний день их около 300. Такого рода бизнес-школы имеются при университетах (Гарвард, Стэнфорд).

В Европейских странах, несмотря на схожесть многих проблем, взгляды на обучение ощутимо различаются. Если в британских компаниях вопросы профессиональной подготовки и повышения квалификации кадров не являются столь важными (в силу особенностей общественной культуры и специфики рынка капитала), то, например, во Франции обучение персонала в частных организациях является обязательным условием и зачастую инвестируется государством за счет налоговых льгот и грантов. В Дании обучение работников осуществляют частные организации-профсоюзы и консультационные организации, которые предоставляют большой выбор курсов. Центры профессионального обучения и университеты также предоставляют курсы, которые субсидируются правительством. Обучение на рабочем месте добровольное, и организация самостоятельно финансирует его без государственных субсидий) [6].

Подводя итоги, можно сказать, что в современных банках процесс профессионального обучения должен иметь системный характер и состоять из нескольких циклов. Схему проведения процесса обучения можно представить следующим образом (Рис. 1).

Каждый цикл является определенным этапом общего процесса обучения, требующим немалых материальных и временных затрат. Кадровая служба должна обеспечить непрерывное и эффективное выполнение данного процесса, понимая при этом, что тщательная разработка каждого этапа имеет в равной степени важность. Следовательно, если один из элементов будет проработан некачественно, то весь процесс может выполняться недолжным образом.

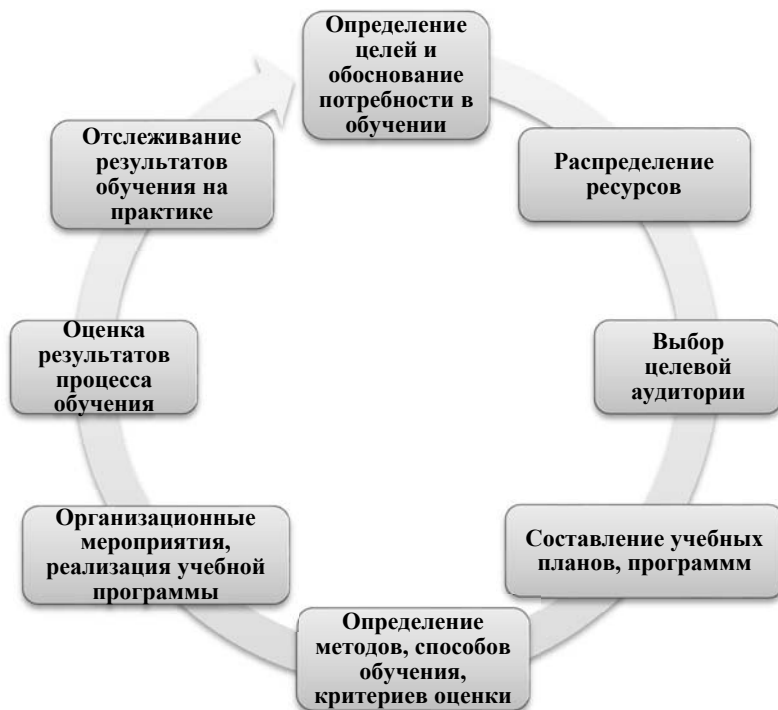


Рисунок 1. Схема модели циклического обучения работников Банка.

Можно сделать вывод, что знания и умения, приобретенные в процессе обучения не только помогают при исполнении должностных обязанностей банковских работников, но и способствуют психологическому удовлетворению своей работой. Все это приводит к росту производительности и личной эффективности работников, отражающихся на увеличении прироста прибыли, что дает возможность банку, в свою очередь, увеличить надбавки к заработной плате. Грамотная работа по организации обучения и повышения квалификации персонала позволяет существенно снизить сопротивление нововведениям, создает у сотрудников позитивное к ним отношение.

Таким образом, успешное функционирование любого современного банка как системы зависит не только от финансовых показателей его деятельности, но и от персонала, который вооружен необходимым квалификационным уровнем и современными знаниями.

ЛИТЕРАТУРА

1. HR-Portal Сообщество и публикации / «Обучающаяся организация». URL: <http://www.hr-portal.ru/blog/obuchayushchayasya-organizaciya>
2. Торн К., Маккей Д. Полное Руководство по тренингу. М.ИНФРА. 2002. С. 150.
3. Поздеев. В.И. «Организация профессионального обучения персонала на предприятии» УДК 658. 2012. СС.105–106.
4. Ситнин А.В., Хенкин Б.Л. Управление банком. Менатеп-Информ. 1995. СС. 28–29.
5. Новиков П.П. Зарубежный опыт организации профессионального обучения персонала в современных условиях // «Региональные проблемы преобразования экономики». 2011. С. 388.
6. Пивоваров С.Э., Максимцев И.Л. Сравнительный менеджмент. Изд. 2-е. С-Пб. Питер. 2008. С. 298.

ROLE OF TRAINING IN A MODERN BANK

K. Babayan, I. Asatryan

ABSTRACT

In modern conditions, the economic transformation of human capital is an important process that determines the factors of sustainable development and economic growth, as a result of which organizations gain substantial competitive advantages and in many respects are able to be successful not only at the expense of natural resources, but also thanks to a person who is armed with knowledge, information and is a source of innovation. Based on this problem, the article examines the role of personnel training, studies different models and ways of training systems, and also suggests a training system model in the bank.

Keywords: organizational training, development, bank staff, methods, training models.

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԲԱՐՁՐԱԳՈՒՅՆ
ՈՒՍՈՒՄՆԱԿԱՆ ՀԱՍՏԱՏՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐՈՒՄ
ՖԻՆԱՆՍԱԿԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՄԱՆ ԲԱՐԵՓՈԽՄԱՆՆ
ՈՒՂՂՎԱԾ՝ ՎԵՐԱՀՄԿՄԱՆ ԵՎ ԳՆԱՀԱՏՄԱՆ ՀԱՄԱԿԱՐԳԸ

Ս. Դ. Վարդումյան

*Երևանի Վ. Բրյուսովի անվ. Պետական լեզվահասարակագիտական
համալսարան*

suren_vard@mail.ru

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Սույն հոդվածում ներկայացված՝ ՀՀ ԲՈԻՀ-երում բյուջետավարման գործառնությունների կատարելագործման համակարգային մեթոդաբանության նպատակն է օժանդակել Հայաստանի բարձրագույն կրթության համակարգի ուսումնական հաստատություններում բյուջետային միջոցների ձևավորման և ծախսման գործընթացների և ընդհանրապես ֆինանսական միջոցների կառավարման արդյունավետության բարձրացմանը: Որպես վերջինիս միջոց առաջարկվում է կիրառության մեջ դնել ԲՈԻՀ-երի գործունեության արդյունքների վերահսկման և գնահատման համակարգ, որը ներառում է դրանց ստորաբաժանումների և պաշտոնատար անձանց կողմից կրթական, գիտահետազոտական, վարչական և այլ աշխատանքների իրականացումն, ինչպես նաև ԲՈԻՀ-երում բյուջետային և այլ միջոցների ձևավորման, կազմման, լրամշակման, ծախսման, հաշվետվությունների վարման, ֆինանսական հոսքերի վերահսկման և գնահատման գործառնությունների ունիֆիկացման և կարգավորման գործառնություններն ու աշխատանքները:

Հիմնաբառեր. արդյունավետ կառավարում, բյուջեի կազմում, արդյունավետության չափանիշներ, արդյունքների վրա հիմնված համակարգ, կատարողականի գնահատման համակարգ, իրականացման վերահսկում:

Դեռևս 2011թ. Երևանում կայացած «Բարձրագույն կրթության ֆինանսավորում» միջազգային համաժողովում ներկայացված ամփոփ առաջարկությունն ունեցել է հետևյալ ձևակերպումը. «Բոլոնիայի գործընթացի շարունակական առաջընթացն ապահովելու համար և ի շահ բոլոր մասնակից պետությունների, և հարգելով նրանց բազմատեսակ մոդելներն ու ազգային իրականությունը, անհրաժեշտ է անդրադառնալ ֆինանսավորման քաղաքականությունում գոյություն ունեցող բացթողումներին»: Համաժողովում նաև հատուկ ընդգծվել է, որ. «Բարձրագույն կրթության եվրոպական տարածքի այս փուլում ակնհայտ է դառնում շեշտված և էական հայտարարություն կատարել Բոլոնիայի գործընթացի շրջանակներում բարձրագույն կրթության ֆինանսավորման համապատասխանության վերաբերյալ. անհրաժեշտ է առաջ անցնել ֆինանսավորման՝ որպես գործընթացի «բաղադրատարրի» երևութական և անորոշ ճանաչումից և փորձել տալ ուղեցույցներ՝ ուղղորդելու հետագա գործնական ջանքերը»: Այս նպատակին հասնելու համար առաջարկվել են հետևյալ երաշխավորությունները.

- **Վերահաստատել պետական պատասխանատվությունը բարձրագույն կրթության /այսուհետ՝ ԲԿ/ նկատմամբ Բոլոնիայի գործընթացի համատեքստում** (ընդ որում՝ պետական պատասխանատվությունը չի ենթադրում, որ ԲԿ ֆինանսավորումը պիտի լինի զուտ պետական, այլ նշանակում է, որ պետությունը պատասխանատվություն է կրում կարգավորող շրջանակի առումով՝ ապահովելու արդյունավետ շարժունություն, բաշխման և ԲԿ ֆինանսական ռեսուրսների համապատասխանություն ավելի լայն քաղաքական նպատակներին և սկզբունքներին);
- **Խրախուսել եվրոպական տարածքի ստեղծումը ԲԿ ֆինանսավորման վերաբերյալ երկխոսություն սկսելու համար** (ընդ որում՝ որակի ապահովման բնագավառում կատարվածի լավ նախադեպը կարող է խրախուսել դրան համանման եվրոպական տարածքի ստեղծումը նաև ԲԿ ֆինանսավորման խիստ առանձնահատուկ մասնագիտական հատվածում արդյունավետ երկխոսելու և փորձի փոխանակման համար, «ֆինանսական կառավարման արդյունավետության ապահովման» եվրոպական չափանիշներով, վերահսկման և գնահատման չափման մեթոդներով, գործիքներով և դրանց կիրառման ուղեցույցներով) [1]:

Համաձայն նույն՝ 2011 թվականին ՀՀ կառավարության կողմից հաստատված «ՀՀ բարձրագույն կրթության ֆինանսավորման ռազմավարության» /այսուհետ՝ Ռազմավարություն՝/ ԲԿ բարեփոխումների հիմնական և խիստ արդիական ուղղություններից մեկը ֆինանսավորման համակարգի բարեփոխումն է, որի նպատակներն են.

- ստեղծել հավասար մրցակցային պայմաններ բուհերի միջև;
- *արդիականացնել և ներդնել բարձրագույն կրթության ֆինանսավորման արդյունավետ մեխանիզմներ (շեղագիր ընդգծումը մերն է՝ Ս.Վ.):*

Սակայն, չնայած այն հանգամանքին, որ վերը նշված նպատակներից երկրորդում հստակ նշված է «**ֆինանսավորման արդյունավետ մեխանիզմների**» ներդրման **անհրաժեշտությունը**, Ռազմավարության «ԲԿ ֆինանսական կառավարման համակարգի բարեփոխում» խորագիրը կրող «Բ» բաժնի չորս ենթաբաժիններից ոչ մեկում, հանիրավի, չեն արձարծված հենց այդպիսի մեխանիզմների, մոդելների և / կամ դրանց չափորոշիչների կամ գործիքակազմերի մշակման, փորձարկման և կիրառման խնդիրներն ու դրանց լուծման անհրաժեշտությունը [2]:

Ինչպես դեռևս 2014թ. հրապարակված իր հոդվածի «Եզրահանգումներում» արդարացիորեն նշել է այն ժամանակ ՀՀ կրթության և գիտության փոխնախարար, ԲԿ ֆինանսավորման ոլորտի հետազոտողներից Կ. Հարությունյանը. «Հայաստանում կրթության, մասնավորապես բարձրագույն կրթության ոլորտի պետական ֆինանսավորումը ցածր է և կրկնում է պետբյուջեի ընդհանուր ծախսերի և ՀՆԱ-ի փոփոխության հետագիծը... Բարձրագույն և հետբուհական կրթության ոլորտի պետական ծախսերը 1996-ի 5,3 մլրդ. դրամից աճել են 1,8 անգամ՝ 2014թ. դառնալով 9,8 մլրդ. դրամ՝ կազմելով կրթության ոլորտի պետական ծախսերի ընդամենը 7,65 %-ը և ՀՆԱ-ի մոտ 0,2%... ՀՆԱ-ում բարձրագույն կրթության ծախսերի բաժնեմասի առումով ՀՀ-ի ցացանիշը 7 անգամ ցածր է Եվրոպական բարձրագույն կրթական տարածքը /ԵԲԿՏ/ կազմող 47 երկրների համապատասխան ցուցանիշից, որը կազմում է միջինում ՀՆԱ-ի 1,4 %-ը: Իսկ նույն հոդվածի «Առաջարկություններ» բաժնի Ա կետում, բացահայտված խնդիրների լուծման նպատակով, հե-

դինական առաջարկում է. «Ավելացնել բուհերին պետական բյուջեից հատկացվող ֆինանսական միջոցների չափը և *վերանայել ֆինանսավորման կառուցակարգերը*» [3] /ընդգծումը մերն է՝ Ս.Վ./:

Եթե հակիրճ արդարադառնանք ՀՀ պետական բյուջեին առնչվող խնդիրներին, ապա համաձայն արդեն ավարտվող՝ 2018թ. բյուջեի, դրա ծախսային մասում, /որը կազմում է 1 տրիլյոն 464 մլրդ. 212 միլիոն 917 հազ. դրամ/ ամբողջ կրթության ոլորտին նախատեսված էր հատկացնել դրա ընդամենը 9%-ը կազմող՝ 126 մլրդ. 963 մլն. 229,8 հազ. դրամ, որում բարձրագույն կրթության բաժինը /ներառյալ բարձրագույն մասնագիտական կրթությունն ու հետբուհական կրթությունը/ կազմում էր 12 մլրդ. 151 մլն. 993,4 հազ.դրամ: Այսինքն կրթությանը հատկացվելիք մասնաբաժնի ընդամենը 10%-ից էլ քիչ, իսկ բյուջեի ողջ ծախսերի ընդամենը 1%-ը [4], որոնք աննախադեպ ցածր հարաբերական ցուցանիշներն են ինչպես Եվրոպական բարձրագույն կրթական տարածքը կազմող երկրների, այնպես և ետխորհրդային տարածքի բոլոր երկրների համեմատությամբ, չնայած այն հանգամանքին, որ կրթության ոլորտն արդեն մի քանի տարի է, ինչ մեր երկրում հռչակված է պետական գերակայություն: Ինչ վերաբերում է պետության կողմից կրթության և մասնավորապես ԲԿ ֆինանսավորման մոտ ապագայում՝ այսինքն 2019թ. սպասումներին, ապա ԱԺ հանձնաժողովներում ընթացող աշնանային քննարկումներին հնչեցվել է, որ նախատեսվում է կրթությանը հատկացվող միջոցների 7% աճ՝ հանրակրթությանը տրամադրելու, իսկ ավելի կոնկրետ՝ դպրոցաշինությանն ուղղելու նպատակով: Բացի այդ, 2019թ. բյուջեի ծախսային մասում կրթության ոլորտին հատկացվող միջոցների ներքին համամասնությունների էական փոփոխություններ՝ բարձրագույն կրթության բաժնի հարաբերական ավելացման առումով առայժմ չի ակնկալվում, չնայած իրավիճակի բավականաչափ անկանխատեսելիությանը, քանի որ, նախ՝ դեռևս նախագծի կարգավիճակում գտնվող 2019թ. պետական բյուջեն ՀՀ վարչապետի կողմից արդեն իսկ որակված է որպես «ինտեգրիոն», ասել է թե՛ նախորդ տարիների համամասնություններն ու միտումները շարունակող/կրկնող: Մյուս կողմից էլ՝ 2019թ. պետական բյուջեի նախագիծը խիստ պայմանականորեն է պատրաստ, իսկ ՀՀ ներկայիս նոր, սակայն շատ առումներով՝ անցումային

Խորհրդարանում քննարկումների արդյունքում մինչև վերջնական հաստատվելն այն կարող է էական փոփոխություններ կրել, քանի որ հնթացս ձևավորվող 2019թ. բյուջեի իրատեսական լինելը եկամուտների մասով կախված է Հարկային նոր օրենսգրքից, որի ընդունումը հրատապ օրակարգային է, սակայն հայտնի չէ, թե երբ կլինի: Հետևաբար, եթե 2019թ. առաջին եռամսյակում ՀՀ կառավարությունն առաջնորդվի 2018թ. բյուջեի համամասնություններով, ապա մինչև 2019թ. երկրորդ կիսամյակը կունենա ընդհանրապես տնտեսության զարգացման, և հատկապես՝ արմատական փոխակերպումներ նախատեսող կրթության ոլորտի ֆինանսավորման էական անորոշություններ: Այսպիսով՝ անշուշտ ճիշտ կլինեն, եթե 2019թ. հունվար ամսին, արդեն նորընտիր Խորհրդարանն արտահերթ նիստերով ընդունեն և Հարկային նոր օրենսգիրքը, և արդեն ոչ թե «իներցիոն», այլ առավել իրատեսական 2019թ. պետական բյուջեն:

Ելնելով վերոբերյալից, ինչպես նաև նկատի առնելով ՀՀ ԲԿ ֆինանսավորման և բարձրագույն կրթության հաստատությունների բյուջեի կազմման գործընթացներում ներկայումս ծառայած բազում հիմնախնդիրները, ձևակերպենք ՀՀ ԲՈՒՀ-երում ֆինանսական համակարգի արդյունավետ գործունեությանը և բյուջեի վարման կատարելագործմանը նպատակաուղղված հետևյալ խնդիրները, որոնք հրատապ կարգով ահրաժեշտ է լուծել.

- ֆինանսական ռեսուրսների կառավարման արդյունավետության բարձրացման նպատակով ընդլայնել և կատարելագործել ԲՈՒՀ-երում ներդրված և ներկայումս գործող՝ բյուջեի կազմման, իրացման և հաշվետվակալության ընթացակարգերը;
- սահմանել հստակ կողմնորոշիչ համամասնություններ ԲՈՒՀ-ի զարգացմանը, աշխատանքի վարձատրությանն և ենթակառուցվածքի պահպանմանն ուղղված միջոցների չափաքանակների միջև՝ ըստ ծախսման ուղղությունների և տարիների;
- սահմանել համակիրառելի չափորոշիչներ ԲՈՒՀ-երում բյուջեի կազմման և իրացման /ծախսերի կատարման/ բոլոր փուլերում արդյունքների վերահսկման և գնահատման համար;

- նպատակաուղղել ԲՈՒՀ-ի ծախսային քաղաքականությունը դրա Ռազմավարական ծրագրով նախատեսված՝ ուսումնակրթական, գիտամեթոդական և գիտահետազոտական ուղղություններով զարգացումների ֆինանսավորմանը, ինչպես նաև ԲՈՒՀ-ի առջև ծառայած և կենսական կարևորություն ունեցող հիմնախնդիրների լուծմանը, իսկ տարեկան հասույթն ուղղել ԲԿ հաստատությունների զարգացմանը և որ ամենակարևորն է՝ աշխատակիցների և ուսանողների խրախուսմանն ու սոցիալական խնդիրների լուծմանը:

ՀՀ ԲՈՒՀ-երում ֆինանսական կառավարման և վարչարարության բարեփոխված համակարգը ենթադրում է.

- ԲՈՒՀ-երի ֆինանսական կառավարման արդյունավետության չափման կատարելագործված գործիքակազմի մշակում և կիրառում;
- Ծրագրային բյուջեի կազմման արդյունավետ մեխանիզմների և ընթացակարգի ներդրում;
- ԲՈՒՀ-երում առկա բյուջետային մոդելը կատարելագործելուն միտված գնահատման գործիքների կիրառում, որոնք կնպաստեն ռեսուրսների առավել արդյունավետ տեղաբաշխման և/կամ վերաբաշխման համար թափանցիկ չափման և վերահսկման համակարգի բարելավմանը:

ԲՈՒՀ-ի ֆինանսական ռեսուրսների նպատակային տեղաբաշխման և արդյունավետ վերաբաշխման համար թափանցիկ չափման գործիք հանդիսացող՝ «Արդյունքների վրա հիմնված վերահսկման և գնահատման համակարգը»

Արդյունքների վրա հիմնված վերահսկումը (այն, ինչ սույն համատեքստում կկոչենք «վերահսկում»)՝ տեղեկատվության հավաքագրման և վերլուծության շարունակական գործընթաց է, որի նպատակն է համեմատել, թե որքանով արդյունավետ է իրականացվում ԲՈՒՀ-ի ֆինանսական կառավարումն ու վարչարարությունը՝ ի դեմս ԲՈՒՀ-ի Ռազմավարական ծրագրով և/կամ որդեգրված քաղաքականությամբ սահմանված և ակնկալվող արդյունքների:

Արդյունքների վրա հիմնված վերահսկումը բաղկացած է.

1. **Իրականացումից**, որն սկսվում է.

- Ծախսերից. ֆինանսական, նյութական, մարդկային (աշխատուժի);

- Գործողությունից. անձնակազմի կատարած աշխատանքն է՝ ծախսերը կարճաժամկետ արդյունքների վերածելու նպատակով;
- Կարճաժամկետ արդյունքներից. արդյունքների անմիջական ազդեցությունն է ԲՈՒՀ-ի մարտավարության վրա:

2. Արդյունքներից

- Երկարաժամկետ արդյունքներից. արդյունքների միջանկյալ ազդեցությունն է ԲՈՒՀ-ի միջնաժամկետ ռազմավարության և ընդհանրապես՝ վարած գիտա-կրթական քաղաքականության վրա
- Նպատակից և/կամ ազդեցությունից. այն է՝ ֆինանսա-տնտեսական գործունեության մեջ երկարատև և կայուն բարելավումն ու զարգացումն է:

Արդյունքների վրա հիմնված գնահատումը. պլանավորված, շարունակական կամ ավարտված աշխատանքի (միջամտության) գնահատումն է՝ բացահայտելու համար դրա համապատասխանությունը, արդյունավետությունը, ազդեցությունը և շարունակականությունը: Այս գործընթացի նպատակն է նաև պարզել և հաշվի առնել բացահայտված թերությունները որոշումներ կայացնելու գործընթացում:

Գործունեության արդյունքի չափումը և գնահատումը. ԲՈՒՀ-ի և/կամ դրա ստորաբաժանման (սուբյեկտի) կողմից հիմնավորված «գնով» որակյալ արդյունք/ծառայություն ապահովելու վերաբերյալ նույն այդ սուբյեկտի տեղեկացված լինելու և դրան համարժեք՝ վերադասին (տվյալ դեպքում՝ ԲՈՒՀ-ի կառավարման խորհրդին և/կամ ռեկտորին) և ի վերջո՝ կառավարման լիազոր մարմնին հաշվետու լինելու ձևն է:

Այստեղ օգտագործված շատ հասկացություններ, ինչպիսիք են. գործունեության /աշխատանքի/ արդյունքը, արդյունքի որակը, արտադրողականությունը, աշխատանքի գնահատումը և արդյունավետությունը՝ զուգահեռաբար օգտագործվում են որպես «գործունեության չափում» կամ «գործունեության գնահատում»:

Արդյունքների վրա հիմնված՝ ֆինանսական կառավարման արդյունավետության վերահսկման և գնահատման մեխանիզմները, չափման գործիքները և փուլերը.

1. **Փուլ առաջին կամ ելակետային՝ Ունակությունների կամ ֆինանսական ռեսուրսների գնահատում /կամ՝ «ինչ վիճակում ենք գտնվում ներկայումս»/ - վերլուծական համակարգ է**, որի նպատակն է վերահսկել և գնահատել ԲՈՒՀ-ի /ստորաբաժանման/ կարողությունը՝ իր կանոնադրական նպատակների իրականացման և շարունակական զարգացման գործընթացների ապահովման տեսակետից:

Ունակությունների կամ ֆինանսական ռեսուրսների գնահատումն անհրաժեշտ է.

- հասկանալու համար, թե ինչն է դրդում արդյունավետ վերահսկել և գնահատել;
- հասկանալու այն ստորաբաժանումների կամ անհատ պաշտոնատարների դերերն ու պարտականությունները, որոնք ընդգրկված են ծրագրերի կատարողականների վերահսկման և գնահատման գործընթացներում;
- բացահայտելու համար ծրագրերի /ինչպես ուսումնական և հետազոտական, այլ նաև նորարարական և գործարար բնույթի/ և դրանց իրականացման ֆինանսական ծախսերի կատարողականները վերահսկելու և գնահատելու ունակությունների հետ կապված խնդիրները:

2. **Փուլ երկրորդ՝ Ֆինանսական կառավարման արդյունավետության վերահսկման և գնահատման արդյունքների հստակեցում. Ինչու՞ ենք շեշտը դնում արդյունքների վրա.**

- Պարզաբանում է իրականացնող կողմի գործողություններից ակնկալվող արդյունքները («Գիտես, ուր ես գնում, մինչ գործընթացը/գործողությունները սկսելը»);
- Արդյունքների հստակ սահմանումը՝ արդյունքների վրա հիմնված ֆինանսական կառավարման արդյունավետության վերահսկման և գնահատման համակարգի կիրառման նախապայմանն է:

Արդյունքների ձևակերպման մշակումը որոշակի խնդիրների սահմանումների վերաձևակերպումն է որպես դրական, ցանկալի արդյունքներ (*որոշակի հանգրվան-Ից - Ղեպի թիրախավորված նպատակ...*)

Օրինակ. - Ից՝ ...Նպաստել ԲՈԻՀ-ի ստորաբաժանումների ջանքերին՝ ուղղված իրենց սեփական արտաբյուջետային միջոցների ձևավորմանը և հավաքագրմանը, խթանել դրանց նախաձեռնությունը ինքնուրույն ֆինանսական միջոցների ձևավորման և տնօրինման գործընթացներում - Դեպի՝ ԲՈԻՀ-ի ստորաբաժանումների գերակշիռ մասը գործում են ինքնաձայնագրային սկզբունքով՝ գերազանցապես նաև իրենց կողմից ձևավորված արտաբյուջետային միջոցների հաշվին:

3. Փուլ երրորդ՝ Վերջնական արդյունքների վերահսկման նպատակով հիմնական կատարողականության ցուցանիշների ընտրություն՝ վերջնական արդյունքի ցուցանիշները նույնը չեն, ինչ վերջնական արդյունքները. յուրաքանչյուր վերջնական արդյունք հաճախ հարկ է լինում վերածել մեկ կամ մի քանի ցուցանիշների; վերջնական արդյունքի ցուցանիշը պահանջում/սահմանում է հատուկ թվային չափում, որը ցույց է տալիս վերջնական արդյունքին հասնելու գործում կոնկրետ արձանագրված և հստակ չափելի առաջընթացը/արդյունքը:

Վերջնական արդյունքի ցուցանիշների ընտրությունը կամ լավ կատարողականության ցուցանիշները.

Լավ կատարողականության ցուցանիշը պետք է լինի.

- *հստակ և ոչ երկակի;*
- *համապատասխանի խնդրին;*
- *լինի մատչելի գնի առումով;*
- *պետք է տրամադրի բավարար հիմք կատարողականության գնահատման համար;*
- *և որ ամենակարևորն է՝ պետք է լինի վերահսկելի:*

Ցուցանիշների սահմանման օրինակ մեկ ոլորտի համար. ԲՈԻՀ-ի տարեկան հասույթն ուղղել առավելապես դրա զարգացմանն ու աշխատակիցների/ուսանողների խրախուսմանն ու սոցիալական խնդիրների լուծմանը հետևյալ համամասնություններով.

Աշխատավարձ և դրան հավասարեցված վճարներ՝ մինչև 50%

Կապիտալ ներդրումներ՝ մինչև 15%

Հիմնական միջոցներ՝ մինչև 14%

Շրջանառու միջոցներ՝ մինչև 15%

Ուսման վարձի գեղչեր և բարեգործություն՝ մինչև 6%:

4. Փուլ չորրորդ՝ Նախնական տվյալների ցուցանիշներ կամ հիմնարար վիճակագրություն /կամ՝ «Որտեղ ենք մենք այսօր»/ նախնական տվյալների ցուցանիշների սահմանումը հետևյալն է. **Կատարողականության նախնական տվյալը տեղեկատվություն է (քանակական կամ որակական), որն անհրաժեշտ և բավարար տվյալների համախումբ է ապահովում վերահսկման սկզբում կամ նախքան նրա սկսելը:**

Նախնական տվյալներն օգտագործվում են.

- Պարզելու համար ցուցանիշների կատարողականության սկզբնական/եղակետային կարգավիճակը;
- Համապատասխան /մշակվող/ Ռազմավարության կամ Ծրագրի նախագծի իրատեսականությունը գնահատելու/կանխատեսելու նպատակով:

5. Փուլ հինգերորդ՝ Բարելավման պլանավորում՝ արդյունքների թիրախների ընտրություն.

Թիրախներ՝ ցուցանիշների չափելի մակարդակներն են, որոնց ԲՈՒՀ-ը և/կամ դրա ստորաբաժանումը նախատեսում/ձգտում է հասնել որոշակի ժամանակի ընթացքում: *Օրինակ՝* վերջին տարիների ընթացքում ԲՈՒՀ-ի բյուջեի նախահաշվի եկամտային մասում ավելի քան 5%-ի են հասել միջազգային համագործակցության շրջանակներում ստացված եկամուտները, որոնք առաջիկա տարիներին կավելանան տարեկան առնվազն 20%-ով, համեմատած ամեն նախորդ տարվա տվյալների հետ, և 2020թ. կկազմեն, օրինակ՝ բյուջեի նախահաշվի եկամտային մասի շուրջ 10%-ը:

Թիրախների սահմանման օրինակ մեկ ոլորտի համար.

Արդյունքներ/նպատակներ – ԲՈՒՀ-ի տարեկան հասույթի գերակշիռ մասն ուղղել առավելապես ԲՈՒՀ-ի զարգացմանն ու աշխատակիցների և ուսանողների սոցիալական խնդիրների լուծմանը հետևյալ համամասնություններով.

- **Ցուցանիշներ.** աշխատավարձ և դրան հավասարեցված վճարներ՝ մինչև 50 %, կապիտալ ներդրումներ՝ մինչև 15%, հիմնական միջոցներ՝ մինչև 14 %, շրջանառու միջոցներ՝ մինչև 15%, ուսման վարձի գեղչեր և բարեգործություն՝ մինչև 6 % ;

- **Թիրախներ.** ԲՈՒՀ-ի առջև ծառայած և կենսական կարևորություն ունեցող խնդիրների լուծում, աշխատակիցների և ուսանողների աշխատանքի, ուսման պայմանների և գրավչության էական բարելավում և շահառուների բարեկեցության շոշափելի աճ:

6. Փուլ վեցերորդ՝ Վերահսկման համակարգի կառուցում՝ արդյունքների վերահսկում.

Արդյունքների վերահսկում.

- Արդյունքների վրա հիմնված վերահսկման համակարգը հետևում է թե՛ իրականացմանը (միջոցներ, միջոցառումներ, գործողություններ, կարճաժամկետ արդյունքներ), և թե՛ արդյունքներին (երկարաժամկետ արդյունք և ազդեցություն);
- Իրականացման վերահսկումը տեղի է ունենում ֆինանսական կառավարման գործիքների օգտագործման միջոցով՝ բյուջեի եկամուտներ, ծախսեր, կապիտալ ներդրումներ և այլն:

Ֆինանսական վերահսկման հիմնական ձևերն են.

- **Իրականացման վերահսկումը** /մեթոդներ և ռազմավարություններ/՝ Ֆինանսական ներդրում – Գործողություն – Կարճաժամկետ արդյունք;
- **Արդյունքների վերահսկումը**՝ Երկարաժամկետ արդյունք և Ազդեցության արձանագրում:

Իրականացման վերահսկման կապը Արդյունքների վերահսկման հետ.

Օրինակ. Մեթոդներ և ռազմավարություններ՝

- բարելավել ռազմավարությամբ նախատեսված այս կամ այն ծրագրերը;
- կատարել որոշակի ցուցանիշների ապահովումը;
- իրականացնել նորարարական կոնկրետ մեթոդների/գործիքակազմի կիրառումը:

7. Փուլ յոթերորդ՝ Գնահատումների նշանակությունը. պլանավորված, ընթացիկ կամ ավարտված միջամտության փաստումն է՝ դրա համապատասխանությունը, արդյունավետությունը, ազդեցությունը և կենսունակությունը բացահայտելու նպատակով: Գնահատման նպատակն է նաև՝ հաշվի առնել քաղված դասերը որոշումներ կայացնելու հետագա գործընթացներում:

Գնահատումը նշանակում է տեղեկատվության ստացում այն մասին, թե.

- **Ռազմավարության մասով.** Արդյոք մենք ճիշտ գործողություններ ենք անում՝
 - ❖ տրամաբանական բացատրություն/հիմնավորում;
 - ❖ փոփոխության հստակ տեսլական;
- **Գործունեության մասով.** Արդյոք այն, ինչ մենք անում ենք, ճիշտ ձևով ենք անում՝
 - ❖ սպասված արդյունքներին հասնելու արդյունավետություն;
 - ❖ ֆինանսական ռեսուրսների օպտիմալացման արդյունավետություն
 - ❖ շահառուների բավարարվածություն;
- **Ուսուցման և/կամ վերապատրաստման մասով.** Արդյոք կան դրանք անելու ավելի լավ եղանակներ՝
 - ❖ Այլընտրանքներ;
 - ❖ լավագույն փորձ;
 - ❖ քաղած դասեր:

8. Փուլ ութերորդ՝ Մտացված տեղեկատվության /բացահայտումների/ արձանագրում. «Եթե չչափենք արդյունքները, չենք կարող տարբերել հաջողությունն անհաջողությունից»:

Տվյալների վերլուծություն և ներկայացում/զեկուցում.

Տեղեկատվություն է տրամադրում ծրագրերի և քաղաքականությունների կարգավիճակի /ավարտուն լինելու/ վերաբերյալ;

- Տրամադրում է հավանական կամ արդեն իսկ ծագած խնդիրների լուծումներ;
 - Հնարավորություններ է ստեղծում բարելավելու (ծրագրի, քաղաքականության) իրականացման ռազմավարությունները;
 - Կարևոր և անփոխարինելի տեղեկատվություն է տրամադրում միտումների և ուղղությունների վերաբերյալ;
 - Օգնում է հաստատել կամ վիճարկել փոփոխության տեսությունը և/կամ պրակտիկան:
- 9. Փուլ իններորդ՝ Մտացված տեղեկությունների /բացահայտումների/ կիրառում.** Արդյունքների բացահայտումների կիրառման 10 հայտանիշները.

1. Հաշվետու է լինում՝ ի պատասխան ծրագրերում նախանշված կարիքների;
2. Օգնում է ձևակերպել/հիմնավորել բյուջեի ծախսերը;
3. Օգնում է կայացնել ֆինանսական և այլ ռեսուրսների /նաև աշխատանքային/ արդյունավետ վերաբաշխման որոշումներ;
4. Նախաձեռնում է խորը ուսումնասիրություններ, թե ինչ կատարողականության խնդիրներ գոյություն ունեն, և ինչ ուղղումներ է անհրաժեշտ կատարել;
5. Օգնում է խրախուսել աշխատակազմին՝ շարունակելու կատարել ծրագրային բարեփոխումներ;
6. Վերահսկում է ստորաբաժանների և դրամաշնորհառուների կատարողականությունը;
7. Տվյալներ է տրամադրում հատուկ, խորը ծրագրային գնահատումների համար;
8. Օգնում է առավել արդյունավետ ծառայություններ տրամադրել;
9. Աջակցում է ռազմավարական և այլ երկարաժամկետ պլանավորմանը (տրամադրելով նախնական տեղեկատվություն և հետագայում էլ հետևելով առաջընթացին);
10. Առավել արդյունավետ է հաղորդակցվում շահառուների և հանրության հետ՝ ավելի մեծ վստահություն ձեռք բերելու նպատակով:

10. Փուլ տասներորդ՝ Վերահսկման և գնահատման համակարգի կայունությունը ԲՈՒՀ-ում /ստորաբաժանումում/.

Վերահսկման և գնահատման համակարգերի կայունացման 6 կարևոր չափորոշիչ /ինդիկատոր/ բաղադրիչներն են.

1. Պահանջարկը;
2. Հստակ դերերը, լիազորությունները և պարտականությունները;
3. Լրակազմ, հավաստի և անընդհատ թարմացվող տեղեկատվությունը;
4. Համարժեք պատասխանատվությունը;
5. Արդյունավետ կատարողականությունը;
6. Մոտիվացնող խրախուսումների համակարգը:

Եզրափակելով՝ ամփոփենք, որ ՀՀ ԲԿ հաստատություններում բյուջետային միջոցների քրոնիկ անբավարարության ախտանիշից հնարավորինս

խուսափելու և առավել շարժուն ու ինքնուրույն արտաբյուջետային միջոցների ձևավորմանն օժանդակելու, մյուս կողմից՝ ֆինանսական անարդյունավետ կառավարման արդյունքում՝ առկա բյուջետային միջոցների փոշիացումից խուսափելու և դրանց հստակ ծրագրա-նպատակային արդյունավետ օգտագործումն ապահովելու համար անհրաժեշտ է, ի վերջո, համապետական ընդգրկմամբ սահմանել և հանրապետության ԲԿ հաստատություններում կիրառության մեջ դնել աշխատանքների /ծրագրերի/ իրականացման գործընթացների վերահսկման ու գնահատման միասնական ու հստակ չափորոշիչներ, և մշակել դրանց համապատասխան գործիքակազմի կիրառման համակիրառելի /ունիվերսալ/ և փոխակերպելի /ադապտիվ/ մեթոդաբանություն, որոնց համակարգային «կյանքի կոչումը» վերջապես հնարավորություն կընձեռի ԲԿ հաստատություններում էապես բարձրացնել ինչպես բյուջետային, այնպես էլ սեփական միջոցների օգտագործման արդյունավետությունը, մասնավորապես, և ֆինանսական կառավարման արդյունավետությունը ԲԿ համակարգում՝ ընդհանրապես:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. «Բարձրագույն կրթության ֆինանսավորում» միջազգային համաժողովի հաշվետվություն: Եր., 2011թ.: էջ 3-4: // armeniaedu.blogspot.com/2011_10_17_archive.html
2. «Հայաստանի Հանրապետության բարձրագույն կրթության ֆինանսավորման ռազմավարություն»: Հավելված 1 ՀՀ կառավարության 2011թ. հունիսի 30-ի նիստի թիվ 25 արձանագրային որոշման, էջ. 18–23: // https://www.e-gov.am/u_files/file/decrees/.../MAR25-45_1-1.pdf
3. *Հարությունյան Կ.* «ՀՀ բուհերի սովորողների ֆինանսական և սոցիալական աջակցության հիմնախնդիրների վերլուծություն և առաջարկություններ», էջ. 71–72: «Հանրային կառավարում» գիտական հանդես 6/2014:

Ինտերնետ-ռեսուրսներ

[/www.gov.am/am/budget/](http://www.gov.am/am/budget/)

**СИСТЕМА КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ, ОСНОВАННАЯ НА РЕЗУЛЬТАТАХ,
НАПРАВЛЕННЫХ НА УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ
ФИНАНСАМИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ
РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ**

С.Д. Вардумян

АННОТАЦИЯ

Цель представленной системной методологии совершенствования процедур бюджетоведения – способствовать повышению эффективности управления финансами и процессами составления и расходования бюджетных средств в ВУЗ-ах Республики Армения посредством внедрения системы контроля и оценки результатов деятельности ВУЗ-ов и осуществления ими образовательных программ, НИР и других работ подразделениями и должностными лицами ВУЗ-ов, а также унификацией и упорядочением процедур разработки, составления, расходования, ведения отчетности, контроля и оценки бюджетных и других финансовых потоков в ВУЗ-ах.

Ключевые слова: эффективное управление, составление бюджета, расходование средств, критерии эффективности, система, основанная на результатах, система оценки выполнения, система контроля реализации.

**MONITORING AND EVALUATION SYSTEM BASED ON RESULTS AIMED
TO IMPROVE FINANCE MANAGEMENT IN HIGHER EDUCATIONAL
INSTITUTIONS OF THE REPUBLIC OF ARMENIA**

S. Vardumyan

ABSTRACT

The main core of the article consists of the methodology of result based on supervision and evaluation of effective financial management and budget formation procedures in Higher Educational Institutions. It includes financial administrative reforms aimed at promoting quality and excellence of the Institutions and at strengthening the quality of job-related activities. The article introduces a system of quantitative-qualitative criteria of management of the evaluation and control processes.

This methodology is important and actual from the aspect of improvement the scientific-practical bases and adjustment of the ways of qualitative changes in financial management/administration systems taking place in nowadays Armenia.

Keywords: higher educational institutions, effective management, budget formation procedures, quantitative-qualitative criteria, result based on system, result based on supervision and evaluation.

ПОСТРОЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ – ОСНОВА ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ ИТ ПРОЕКТА

С.Г. Гевондян, А.А. Сукиасян

Российско-Армянский университет

ghevondyan_sat@yahoo.com, asuqias@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается построение эффективных коммуникаций для ИТ направленных команд с использованием инструментов, применяемых в гибких методологиях ведения проектов. Большое внимание уделяется реальным практикам, которые позволяют настроить команду на продуктивную работу. Также в статье указана важность самообучения членов команды.

Ключевые слова: коммуникации, ИТ проект, достижение целей, роль.

Введение

Актуальность статьи обусловлена тем, что в современном мире расширение разработки программного обеспечения достигло неопишуемых масштабов, таким образом, приоритетом стало обеспечение развития более эффективными способами ведения проектов для доставки новых программных продуктов на рынок при ограниченных ресурсах и в течение небольшого периода времени. Ранее все проекты выполнялись по традиционному методу разработки программного обеспечения “Waterfall” или «Линейной модели». Эта модель имеет недостатки, ядро модели – это последовательное завершение каждого этапа разработки, при котором прогресс проходит от одной фазы к другой по порядку, а при изменении требований вернуться к предыдущим фазам практически невозможно. Для

увеличения гибкости и эффективности разработки было решено сделать акцент на коммуникациях между членами команды проекта, а также заинтересованных лиц.

Сравнительно недавно проектное управление претерпело кардинальные изменения. Появилась методология “Agile”, которая включает в себя множество фреймворков для разработки ИТ продуктов (и не только), таких как: Scrum, Kanban, Lean, XP, Crystal и другие. Для обеспечения гибкости в создании конечного продукта в этих фреймворках бюрократизация должна быть исключена, акцент должен делаться в том числе на коммуникациях. Коммуникация – это основной принцип, позволяющий понять потребности клиентов, заставить команды работать на высоком уровне и создать гибкий и динамичный план проекта.

- Люди и взаимодействие важнее процессов и инструментов;
- Работающий продукт важнее исчерпывающей документации;
- Сотрудничество с заказчиком важнее согласования условий контракта;
- Готовность к изменениям важнее следования первоначальному плану [1].

Эффективное внедрение вышеперечисленных канонов управления невозможно без опытного руководителя проектом, который сможет правильно сформировать команду и развить коммуникацию между ее членами. Рассмотрим же этапы формирования команды.

1. **Формирование** – это этап, на котором происходит начальное формирование команды, а также постановка целей и распределение ролей членов команды. На этом этапе члены команды смутно представляют поставленные цели, задачи, которые предстоит выполнить.
2. **Бурление** – на этом этапе цели становятся четче, и понимание команды увеличивается. В то же время движение отдельных единиц команды может быть разнонаправленно.
3. **Нормализация** – в отличие от предыдущего этапа нормализация предполагает более близкое знакомство членов команды, привыкание друг к другу и движение в одном направлении.
4. **Функционирование** – здесь эффективность команды повышается,

она начинает стремительно приближаться к намеченной цели. Самоорганизация растет.

5. **Расформирование** – этап предполагает расформирование команды, так как поставленные цели достигнуты [2, С. 35].

Функция менеджера заключается в фасилитации для перехода на следующий этап. Затем весь цикл повторяется снова. Приходится все начинать с нуля с вхождением в новый проект. И тогда возникает вопрос: «а с чего вообще правильно начинать?». Ответ – с собственного примера. Менеджера в IT команде можно охарактеризовать множеством определений: «ментор, лидер без власти, лидер-слуга» и т. д. [5, С. 45].

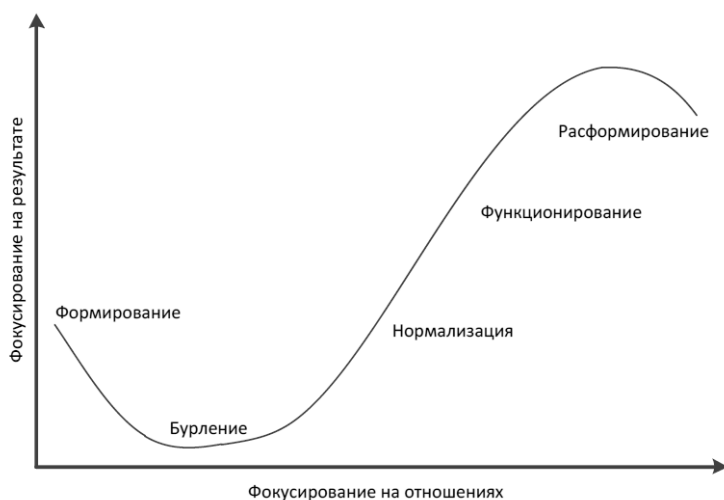


Рисунок 1. Этапы формирования команды.

Таким образом, проект-менеджер в IT является таким же рядовым членом команды ион пользуется самим собой как инструментом влияния, так как больше у него, в принципе, ничего нет.

Быстрому взаимодействию членов команды между собой в ходе прохождения этапов формирования команды также способствует нахождение в Digital Workplace. Digital Workplace (DW) – это все те цифровые инструменты, которые организация предоставляет своим сотрудникам для вы-

полнения работы. Если эти инструменты являются продуктами одной компании, то работать в такой DW будет гораздо удобнее из-за мгновенной интеграции одного инструмента в другой.

На каждом этапе командообразования менеджер проекта имеет некоторые инструменты для увеличения интерактивности команды. Первым таким инструментом является так называемая “Dailymeeting”. Это встреча, которая обычно проводится в одном месте и в одно и то же время каждый день. Она рассчитана на время до 15 минут, в идеале встреча проводится стоя, это помогает сделать дискуссию оживленной, но актуальной. Все члены команды должны присутствовать на ежедневных встречах. Они проводятся не для решения, а выяснения проблем, а также для оглашения краткосрочных результатов со стороны каждого члена разработки. Могут быть приглашены все желающие – команда и заинтересованные стороны, но только участники команды могут вести обсуждение. Во время “Dailymeeting” каждый член команды отвечает на следующие три вопроса:

1. Что я сделал вчера?

2. Что я буду делать сегодня?

3. Существуют ли проблемы на пути к успешному выполнению общей цели?

В совокупности ответы на эти три вопроса называются обновлениями.

Но несмотря на то, что ежедневные встречи – это незаменимая активность, все-таки перед проектом-менеджером встают проблемы. Сотрудники могут опоздать на встречу, не появиться вообще или участвовать в обсуждениях пассивно. Если люди сопротивляются “Dailymeeting”. Это обычно происходит потому, что они не видят в ней значения. Возможно, они считают, что дискуссии не актуальны, или что “Dailymeeting” – это всего лишь способ управления командой [3, С. 10].

Для того чтобы поднять интерес к ежедневным встречам, нужно, чтобы вся команда отчетливо понимала, для чего происходит эта встреча, что она из себя представляет; каждый член команды должен осознать свою незаменимую роль в этих встречах. Кроме того, есть методы, помогающие быстрее формировать лояльность сотрудников, речь идет о введении стимулов и санкций. Стимулы побуждают желание появиться вовремя, а санкции предполагают неблагоприятные последствия для опоздавших.

Каждая конкретная команда уникальна, поэтому стимулы и санкции, работающие для одной команды, могут оказаться неприемлемыми для другой.

Если команда “Agile” направлена, то можно воспользоваться стимулом, который протестировала команда из США. Менеджером одной компании была придумана привлекательная награда для команды: если все приходили вовремя на ежедневную встречу на протяжении всего периода разработки, то по его завершении команда удостоивалась обеда в ресторане, оплаченного компанией. В случае появления на 90% встреч, команде доставался утешительный приз в виде плиток шоколада.

Как это сработало: команда полностью изменила свое поведение. Члены команды стали просматривать электронную доску “Agile” и настраивать дистанционную связь за несколько минут до начала работы для удаленных членов команды. Команда по-дружески поддерживала друг друга, чтобы убедиться, что все придут вовремя.

Команда должна использовать эффективные прямые и косвенные стили общения, которые подходят им лучше всего для выполнения поставленных задач. Кроме того, активное участие в ежедневных встречах и общение между клиентами и членами команды очень важно. Общение лицом к лицу позволяет всем быть информированным, все знают, что нужно делать, кто и какую задачу выполняет, поэтому не производится никакой дублирующей работы. Тесное сотрудничество позволяет членам команды и клиентам лучше понимать друг друга, что в конечном итоге приводит к позитивной рабочей атмосфере. Также налаженное общение может помочь команде лучше справляться с претензиями клиентов.

После внедрения вышеописанного метода самоорганизация команды должна возрасти, но, если внедрение “Agile” методов происходит в крупной компании, этого может не произойти. При таком раскладе следует провести анализ корпоративной культуры в организации и выявить сдерживающие факторы. Интервью с топ-менеджером, а также с сотрудниками будет лучшим решением данной проблемы. После чего станет легче определить кто, где и как работает над продуктом, так как зачастую у IT компании множество продуктов на разных платформах. Это может быть веб платформа, приложение для смарт носителей, IT разработка. В

основном, силы программистов и, например, дизайнеров будут распределены неравномерно. Так получится, что над одним продуктом работает 0.5 программиста в день, а над другим 2,2, что, конечно, не всегда является приемлемым, потому как отдел, в котором работают меньшее количество часов, со временем начнет сильно отставать. Решением будет расставление приоритетов – выбор несколько приоритетных направлений развития, которые являются стратегически важными для компании.

Направления могут быть разными:

- Удовлетворенность клиентов;
- эффективность внутренних процессов;
- разработка конкретного продукта компании;
- совершенствование маркетинга

Далее следует сформировать кросс-функциональную команду для каждого направления. То есть не делить специалистов по платформам разработки, а для каждого отдельного направления; договориться о том, что, несмотря на дедлайны и кризисы в направлениях, команды останутся неизменными, и усиления одной команды за счет другой не произойдет. Такая структура компании будет способствовать повышению самоорганизации команды и осознанию ответственности. Разработчик будет знать, что ответственен за конкретное направление в компании и не будет расплываться. Проект-менеджеры могут работать в нескольких командах одновременно, их следует закрепить только за крупными командами. Далее следует определить требования. Команды должны составлять планы, которые приведут их к четким требованиям и полному пониманию проекта, это позволит значительно повысить производительность. Для того чтобы план проекта считался успешным, требования должны быть выполнены. На основе такого планирования становится легче измерить показатели следующего проекта. В конце концов, в каждом следующем проекте мы получаем преимущество в виде усовершенствованного продукта, а члены команды с каждым разом лучше понимают, как именно следует построить взаимодействие между собой.

И, конечно, даже самый топовый профессионал нуждается в непрерывном повышении квалификации, а компания должна обеспечить возможности для роста. Хорошая организация – это та, которая способствует

культивированию независимости команды, а также ценит различные навыки, которые каждый сотрудник привносит в команду для формирования отличной командной среды. Обучение и подготовка помогают сделать персонал более энергичным и напористым. В то время как тренинги помогают улучшить навыки и повысить производительность, коучинг может помочь улучшить коммуникацию между командой. Разработчикам должна быть предоставлена свобода принимать собственные решения в отношении графика работы, но им рекомендуется работать в команде. Такой паттерн поведения поощряется в самых именитых компаниях мира, таких, как: “Google”, “Bing”, “Microsoft”, “Facebook” и многих других. Более того, разработчики могут и должны сами контролировать свою инженерную инфраструктуру с момента сборки, тестирования и развертывания, воплощая идею самоорганизующейся команды. Все это стало возможным благодаря тому, что команды делают упор на обучении и тренировке друг друга, что позволило всем членам команды лучше выполнять свою работу как самостоятельно, так и в коллаборации.

Резюмируя, можно сделать вывод, что путем внедрения базовых принципов гибкого управления проектами, таких, как “Dailymeeting”, при должном старании команда может быстро научиться строить эффективные коммуникации, которые становятся двигателем разработки качественных продуктов. Дополнительным инструментом для менеджера IT проекта становятся стимулы и санкции, которые способствуют быстрой интеграции новых практик в рабочий процесс. В больших компаниях рабочая структура претерпевает изменения, но методы и практики для усовершенствования коммуникаций остаются прежними. В итоге нельзя не отметить, что важнейшим фактором сохранения качества разработки является повышение квалификации и обучение членов команды друг друга. Конечной целью является формирование самообучающейся команды с высокой коммуникативностью.

ЛИТЕРАТУРА

1. “Agile”– манифест разработки программного обеспечения. 2001. [Эл. ресурс] URL: <http://agilemanifesto.org/iso/ru/manifesto.html>
2. *Вольфсон Б.* Гибкие методологии. 2017. [Эл. ресурс] URL: <https://goo-gl.ru/4KIG318>

3. Скрам Гайд. Исчерпывающее руководство по Скраму: Правила игры. / Сизерленд Дж., Швабер К. 2013. [Эл. ресурс]
4. URL: <https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v1/scrum-guide-rus.pdf>
5. Влияние гибких методологий на управление человеческими ресурсами проектов предприятий. 2017. [Эл. ресурс] URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26631068>
6. Первый среди равных / Майстер Д., Маккена П. 2004. Ермак. АСТ.

BUILDING EFFECTIVE COMMUNICATIONS IS THE BASIS FOR ACHIEVING THE GOALS OF AN IT PROJECT

S. Gevondyan, A. Sukiasyan

ABSTRACT

This article discusses the construction of effective communications for IT-oriented teams, using the tools used in agile methodologies. Much attention is paid to the practice, which leads the team to work more productively. The article also highlights the importance of self-learning of team members.

Keywords: communications, IT project, goal achieving, role.

ОПЫТ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ КОМПАНИИ “AMAZON” В ДИДЖИТАЛ СФЕРЕ

Н.А. Давтян, Э.А. Алавердян

Российско-Армянский университет

emma.emm@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассмотрены история компании “Amazon” и ее бизнес-модель. Представлена маркетинговая стратегия компании, проведен SWOT-анализ. Осуществлен анализ конкурентов и целевой аудитории. Отмечена значимость роли диджитал брендинга “Amazon” в развитии компании. Проанализированы возможности социальных сетей, используемые компанией “Amazon” для продвижения.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, “Amazon”, бренд, маркетинговая стратегия, цифровой брендинг.

Введение

Наступила эпоха диджитал брендов. “Amazon”, “Google”, “Facebook”, “Microsoft”, “Yahoo”, “Walmart”, “eBay”, “PayPal” – каждый человек хоть раз слышал о них, а многие хорошо знакомы с этими брендами и давно являются приверженными потребителями их продуктов. Раньше существовал только один бренд – «физический бренд», который был ограничен временем и пространством. Сегодня в эпоху цифровых технологий получил распространение онлайн бренд, не ограниченный географическим положением, выходящий за пределы пространства и времени. Это виртуальный «диджитал бренд».

С каждым днем все больше компаний начинают свою деятельность в диджитал сфере. Это во многом связано с постоянным ростом числа пользователей сети Интернет, использованием цифровых коммуникаци-

онных технологий. Тем более, что, благодаря Интернету, стираются географические границы, что открывает огромные возможности для диджитал брендов. Поскольку конкуренция в диджитал сфере только возрастает, актуальным становится вопрос профессионального управления брендами в диджитал медиа. Диджитал брендинг – это сложная задача управления, требующая высокого уровня знаний и всестороннего внимания к деталям. Корпоративный веб-сайт, Facebook, Twitter и YouTube и другие социальные сети уже являются стандартными инструментами управления брендами в большинстве компаний. Цифровая среда открывает возможности доступа к рынкам всего мира, потребители рекомендуют любимые продукты друг другу в социальных сетях, расширяется использование смартфонов, планшетов и других средств для коммуникации, растут потребительские покупки через Интернет. И в таких условиях одной из самых инновационных компаний во всем мире стала “Amazon”, крупный интернет-магазин, своими уверенными шагами постепенно поглощающий весь мир.

История развития и анализ деятельности компании “Amazon”

Одной из первых в мире компаний, заметившей и использовавшей потенциал сети Интернет и связавшей свою деятельность с ней, оказалась “Amazon”. Интернет-компания “Amazon” открыла свои виртуальные двери во Всемирную паутину (World Wide Web) в июле 1995 года. Amazon.com, Inc. был зарегистрирован в 1994 году в штате Вашингтон; главные корпоративные офисы расположены в Сиэтле, штат Вашингтон.

Миссия “Amazon” – стать самой клиентоориентированной компанией, где клиенты смогут найти все, что захотят купить в Интернете, и стремиться предлагать своим клиентам самые низкие цены [1]. Компания руководствуется четырьмя принципами: одержимость клиентами, а не ориентация на конкурентов, страсть к изобретательству, приверженность операционному совершенству и перспективное мышление [2]. “Amazon” организовала свою деятельность в трех сегментах: Северная Америка, Международный уровень и Amazon Web Services (“AWS”). Эти сегменты отражают то, как компания оценивает эффективность своего бизнеса и управляет его операциями.

Когда компания “Amazon” была основана Джеффом Безосом, она представляла собой онлайн книжный магазин. Первоначально рост “Amazon” был очень медленным, компания не получала прибыли до 7 лет с основания. Со временем “Amazon” стала широко известна как место для покупки книг, а сама она провозгласила себя как «самый большой в мире книжный магазин». Сегодня “Amazon” превратилась из книжного магазина, основанного в гараже, в крупного онлайн ритейлера, перейдя в сентябре 2018 года по рыночной стоимости границу в 1 триллион долларов [3]. Первичное публичное размещение на фондовой бирже “Amazon” осуществила в 1997 году. График изменения стоимости акций компании с момента создания по сегодняшний день имеет следующую структуру:



График 1. Структура изменения стоимости акций компании “Amazon” 1997–2018 гг. [8].

15 мая 1997 года стоимость одной акции “Amazon” составляла 1,73\$, а 4 сентября 2018 года она достигла своего пика за всю историю, составив 1995\$. Компания смогла сделать это, благодаря силе технологического прогресса. В настоящее время “Amazon” продает продукты в более чем сорока категориях. У них есть все: от книг и электроники до бакалейных товаров. Сегодня “Amazon” – это логистическая платформа, поисковая

система, платформа для интернет-рекламы, а также компания выполняет роли ИТ-платформы и крупнейшего игрока электронной коммерции.

“Amazon” является одним из крупнейших онлайн розничных торговцев. Борьба за место крупнейшего розничного торговца идет между “Amazon”, “Walmart”, “CVS”, “Alibaba” и другими. В 2018 году, по прогнозу eMarketer, “Amazon” захватит 49,1% американского рынка электронной торговли. В прошлом году данный показатель составлял 43,5%. Далее за компанией “Amazon” идут “eBay”, “Apple”, “Walmart” и другие, которые значительно уступают “Amazon” по доле рынка в сфере электронной розничной торговли США. “Amazon” контролирует почти 5% общего розничного рынка США (онлайн и оффлайн) [4].

“Amazon” является самой инновационной компанией в сфере розничной торговли по данным Forbes и занимает 5 место в целом по всем сферам [5]. Компания постоянно внедряет новые технологии и инновационные продукты. Таковой, например, является, Amazon Echo, доставка беспилотным дроном (Amazon Prime Air), магазины без касс и очередей и т.д. Но при этом, важно отметить, что деятельность “Amazon” слишком диверсифицирована. Так, компании принадлежат музыкальный сервис “Amazon Music”, телесериалы “Amazon Studios”, сервис “Prime Video”, сервис онлайн-трансляций видеоигр “Twitch”, виртуальный ассистент “Alexa”, “Amazon Web Services”, “Kindle”, “Amazon Prime”, “Amazon Go” и многое другое. Это приводит к тому, что постоянно расширяется список конкурентов “Amazon”. Так, теперь “Amazon” конкурирует не только с книжными магазинами и розничными гигантами, такими как “WalMart” и “Target Corp” (TGT), но также конкурирует с сетевым телевидением, “Apple Inc.”, “Alphabet Inc.”, продуктовыми магазинами, “Netflix Inc.”, “Oracle Corporation”, “IBM”, “Microsoft Corporation”, “Etsy Inc.” и т.д.

Диджитал маркетинговая стратегия компании “Amazon”

Диджитал брендинг означает бренд-менеджмент в цифровых медиа и технологиях [7]. Используя свои особые возможности, диджитал брендинг стремится повысить значимость бренда и сформировать его в долгосрочной перспективе. Многие бренды не могут использовать уникальные атрибуты цифровых медиа, чтобы эффективно создавать и развивать свой

бренд. Они не создают долгосрочных отношений с потребителями, не предлагают им четкую, полезную добавленную стоимость. Успешный диджитал брендинг должен постоянно и последовательно сочетаться с концепцией бренда. Эффективные диджитал бренды предоставляют потребителям четкое направление – посетители должны найти то, что они ищут.

Диджитал активами, необходимыми для эффективного управления брендом, являются веб-сайты, включая блоги и магазины электронной коммерции, каналы и активы в социальных сетях, ресурсы мультимедийного контента, мобильные активы, включая приложения и мобильные сайты, цифровые базы данных, включая подписчиков электронной почты. Ценность создания и дальнейшего инвестирования в эти активы не может быть недооценена. Эти активы необходимы, чтобы потенциальные клиенты могли находить бренд, читать и просматривать его контент, а затем покупать товары и услуги. Не достаточно просто создать диджитал активы, необходимо постоянно их развивать. Успешные компании требуют многоканальных диджитал маркетинговых стратегий и тактик, в том числе, поисковую оптимизацию (SEO), платную цифровую рекламу (Google Adwords и т.д), маркетинг в области СМИ, рекламную рассылку. Маркетинг больше не может полагаться только на один канал или даже на два канала, поскольку целевая аудитория раскололась и рассеялась по цифровой матрице. Для многоканального маркетинга требуются правильные инструменты и платформы для измерения успеха и неудачи компаний.

Таким образом, на сегодняшний день сложно переоценить роль диджитал брендов. Так, в большинстве интернет-магазинов больше трафика, чем в физических магазинах. И одним из таких магазинов, захвативший не только рынок розничной торговли США, но и всего мира, является “Amazon”. В 2017 году компания потратила около 10 млрд. долларов на маркетинг, что составило 5,8% от всех операционных расходов [2]. Маркетинговая стратегия “Amazon” направлена на увеличение трафика клиентов и повышение их лояльности. Компания направляет клиентов на свои веб-сайты в основном через ряд целевых онлайн маркетинговых каналов, таких, как: спонсируемый поиск компании, партнерская программа Amazon Associates, реклама в социальных сетях и иная онлайн реклама,

телевизионная реклама и другие инициативы. Маркетинговые затраты в значительной степени варьируются в зависимости от роста продаж компании и по мере усиления или уменьшения конкуренции. Рост маркетинговых расходов в 2016 и 2017 годах по сравнению с сопоставимыми периодами предыдущих лет в основном обусловлен увеличением расходов на каналы онлайн-маркетинга.

Amazon Associates является одной из первых онлайн-программ аффилированного маркетинга, которая была запущена в 1996 году. Программа Amazon Associates имеет многолетний опыт разработки решений, помогающих владельцам веб-сайтов и продавцам “Amazon” зарабатывать деньги, рекламируя миллионы продуктов из Amazon.com. Владельцы веб-сайтов и блогеры, являющиеся участниками программы, получают реферальные сборы (до 15%), когда создают ссылки и клиенты, переходя по этим ссылкам, приобретают продукты с Amazon.com.

По результатам исследования основных показателей веб-сайта Amazon.com было выявлено, что по глобальному рейтингу он занимает 14 место, в США – 4, а в категории шоппинг (общие товары) – 1 место (по данным 3 декабря 2018 г.). За последние полгода (май-октябрь) существенных изменений касательно трафика не было. В среднем за месяц количество посещений составляет 2,41 млрд. Среднее время посещения за октябрь – 5:54 минут, а количество страниц, просматриваемых за посещение – 8,5. Основной трафик обеспечивается из США (69,61%), далее идут Индия (2,12%), Великобритания (1,96%), Канада (1,93%), Китая (1,49%) и т.д. Основным ресурсом трафика является прямой поиск (51,33%), далее реферальные ссылки (8,15%), поисковики (30,98%) и социальные сети (5,64%). Из социальных сетей 56,17% трафика обеспечивает YouTube, 23,3% – Facebook, 9,87% – Reddit, 5,1% – Twitter и 1,19% – Pinterest [9]. “Amazon” имеет множество мобильных приложений (Amazon Alexa, Amazon Go, Amazon Shopping, Amazon Key и т.д) как для Google Play Store, так и App Store. Компания имеет страницу на Facebook с 29 млн. подписчиков (на 3 декабря 2018 г.) и на Instagram с 1,6 млн. подписчиков. На YouTube имеется лишь 353 021 подписчиков и 76 656 на Pinterest. На Twitter – 2,9 млн. читателей.

В результате проведенного **SWOT-анализа** по функциональным зонам были выявлены следующие основные **сильные стороны** компании “Amazon”: *гибкая ценовая политика, большая доля рынка, ценность бренда, хорошая репутация у потребителей, широкий ассортимент продукции, рост объема продаж, сотрудничество с ведущими вузами, обучение сотрудников, эффективная организационная структура, лидерство основателя, принципы лидерства, клиентоориентированность, эффективное распределение функций, инновационная деятельность, эффективная логистическая сеть, доставка по большинству стран мира, высокие зарплаты.* Среди **слабых сторон** “Amazon” важно отметить: *жесткие условия работы, напряженные отношения между менеджерами и подчиненными, слабая организационная культура, чрезмерная диверсификация, низкая конкурентоспособность по неключевым сферам деятельности, значения показателя чистой маржи (1,705% по результатам 2017 года [2]) и коэффициента текущей ликвидности (1.08 в сентябре 2018 года [6]).*

Таким образом, можно сделать вывод о том, что “Amazon” имеет больше сильных сторон, чем слабых. Одной из главнейших слабых сторон “Amazon” является низкий показатель чистой маржи. Также основные слабые стороны связаны с кадровой политикой компании, в том числе жесткими условиями труда. Значительной слабой стороной, играющей очень важную роль в дальнейшем развитии компании “Amazon”, является чрезмерная диверсификация. Среди наиболее важнейших сильных сторон компании важно отметить инновационную деятельность “Amazon”, ценность бренда и эффективную логистическую сеть.

По результатам исследования внешней среды посредством **PEST-анализа** были выделены следующие **возможности** для компании “Amazon”: *увеличение числа пользователей Интернетом, развитие ИТ, глобализация, развитие электронной коммерции в Юго-Восточной Азии, Развитие инфраструктуры в странах деятельности компании “Amazon”, рост доверия к онлайн-покупкам.* Помимо возможностей во внешней среде существуют и **угрозы**, в том числе *усиление конкурентов в медиа-сегменте, налоговые изменения, неблагоприятная политика правительства, законодательные изменения в сфере онлайн торговли.*

Таким образом, рынок предоставляет как возможности, так и несет угрозы для компании “Amazon”. Ввиду деятельности в онлайн сфере большим плюсом для компании может быть рост числа пользователей Интернета, а также развитие ИТ, поскольку компания является ориентированной на инновации. Наибольшую угрозу для “Amazon” представляют законодательные изменения, в том числе налоговые.

В результате проведенного SWOT-анализа был сделан вывод о том, что в настоящее время стратегия компании “Amazon” направлена на захват различных сфер деятельности. Безусловно такая стратегия имеет свои положительные стороны, в том числе ввиду того, что направлена на долгосрочное развитие компании, но при этом имеется существенный недостаток, связанный с тем, что, обращая внимание на различные рынки в различных сферах деятельности, “Amazon” сталкивается с риском того, что потеряет из виду свои ключевые факторы успеха, основные бизнес-единицы, которые обеспечивают финансовыми средствами для развития новых продуктов “Amazon”. Компания постепенно отходит от своей миссии, которую она провозгласила годы назад.

Заключение

Итак, изучив историю создания и развития компании “Amazon”, был сделан вывод о том, что в сегодняшние дни, когда люди проводят долгие часы в сети Интернет, цифровой мир раскрыл огромные возможности для развития диджитал брендов, которые три десятка лет назад вовсе и не существовали. Компания “Amazon” сумела вовремя рассмотреть весь потенциал диджитал среды, создав один из самых известных брендов в мире. Благодаря особым лидерским качествам Джеффа Безоса, основателя компании, “Amazon” из простого онлайн магазина стала одним из ведущих розничных торговцев в сети Интернет.

“Amazon” тратит огромные средства на маркетинговую деятельность, стремясь привлечь и завоевать лояльность клиентов. По результатам проведенного исследования маркетинговой деятельности компании “Amazon” в диджитал сфере важно отметить, что по рейтингам веб-сайт компании занимает хорошие позиции, имеет хорошие показатели по тра-

фику и количеству просматриваемых страниц. Прямой поиск как основной ресурс трафика говорит о том, что бренд и веб-сайт компании хорошо известны потребителям. Наличие мобильных приложений также является признаком эффективной диджитал маркетинговой стратегии.

Что касается результатов проведенного SWOT-анализа, то вывод заключается в том, что чрезмерная диверсификация и попытка “Amazon” захватить все сферы, может привести к тому, что компания во всех этих направлениях деятельности потеряет из виду свои основные ключевые компетенции и бизнес-единицы, которые на самом деле имеют конкурентные преимущества.

ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКИ

1. Amazon.com официальный веб-сайт // <https://www.amazon.jobs/en/working/working-amazon>
2. Amazon.com официальный веб-сайт. Annual report 2017. // <https://ir.aboutamazon.com/static-files/917130c5-e6bf-4790-a7bc-cc43ac7fb30a>
3. Bloomberg. Официальный веб-сайт // <https://www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-04/amazon-joins-apple-in-climb-to-1-trillion-market-value>
4. eMarketer Inc. Официальный веб-сайт // <https://retail.emarketer.com/article/amazon-now-has-nearly-50-of-us-ecommerce-market/5b48c542ebd4000b24140992>
5. Forbes.com. Официальный веб-сайт // <https://www.forbes.com/innovative-companies/#2dcdcd65>
6. GuruFocus.com. Официальный веб-сайт // https://www.gurufocus.com/term/current_ratio/AMZN/Current%252BRatio/Amazon.com%2BInc
7. *Herbst D.G., Musiolik Th.H. (2015) Building Strong Digital Brands. 134p. // https://www.researchgate.net/publication/286932866_Building_Strong_Digital_Brands*
8. Investor Network. Официальный веб-сайт // https://www.investornetwork.com/company/C-556E37A4227A1?utm_campaign=in-migration&utm_source=cs
9. SimilarWeb LTD. Официальный веб-сайт // <https://www.similarweb.com/website/amazon.com#pro>

EXPERIENCE OF “AMAZON'S” MARKETING STRATEGY IN DIGITAL SPHERE

N. Davtyan, E. Alaverdyan

ABSTRACT

In this article we discussed the history of “Amazon” and its business model. It is presented a marketing strategy of “Amazon”, performed SWOT-analysis. It's analyzed “Amazon's” competitors and the target audience. There is noted about the important role of “Amazon's” digital branding in the development of the company. There is analyzed the social media opportunities used by “Amazon” for promotion.

Keywords: digital marketing, “Amazon”, brand, marketing strategy, digital branding.

CHINA NOW AND THEN: THE GENESIS OF CHINESE MANAGEMENT

K. Babayan, I. Manoukyan

krrn_babayan@mail.ru, m.ibella.k@gmail.com

ABSTRACT

The following article compiles the historical roots of management in ancient China and formulates the main modern principles of Chinese management. The article reflects the importance of the process of genesis. Although the society of the 21st century is moving towards progress (new technologies are constantly being introduced and developed; tastes, priorities and views are rapidly changing) some ancient mechanisms of governance and cultural traditions are relevant and applicable in management today.

Keywords: Ancient China, Confucianism, Moism, Legalism, modern Chinese management.

Any science is based on the historical experience. The analysis of what happened in the past helps to avoid the mistakes that might happen in future. The History of Management is also based on the genesis – the first beginnings of management appeared in the primitive societies, neighborhood groups and then ancient states. As time passed, the experience of managing the countries (as well as business today) was gradually summarized in treatises and scientific works of different thinkers, philosophers, scientists, analysts. Every country has its own pace of development of these concepts under the influence of various social, economic, cultural, politic and other factors. The history of ancient Chinese society is rich with the development of agriculture, handicraft, trade, money circulation, culture, art – all of these aspects directly and indirectly formed the first political and economic views in the country [1]. Serious social contradictions appeared as a result of the private ownership of land which led

to the property differentiation inside the communities and the rise of affluent segments. In ancient China the idea of Heaven (based on the religious mythology) was able to put an influence on people's minds. That is why proponents of different views connected their concepts with Heaven and interpreted its power in various ways – depending on their program of managing people and government.

The Duke of Zhou is considered to be the author of the ancient Chinese management thought. He was the first to introduce the idea of dynasties, which was highly appreciated and used by ancient Chinese state centuries later. In Zhou's opinion, the leader of the country has to focus himself on absolute justice and honesty. A person is allowed to rule the country until his actions become amoral, dismissive and unfair. As Zhou claimed, there were two theories of management: the management based on force and the management based on honesty. Nowadays these theories are the concepts of the autocratic and the democratic styles of management. In modern China both of these concepts are widely used, and the choice of style depends on the organizations' aims, the levels of professionalism and competence of the staff.

Lao-Tzu was the founder of Daoism (*“Teaching of the way”*). His beliefs are considered to be conservative-utopian, as Lao-Tzu promoted the life of illiterate people in rural regions of China. Dao (*“The way”*) is the source of everything that exists, an endless flow of the appearance and change of phenomena, an infinite cycle of birth and death. Obviously, Dao is stronger than anyone, and a person can do nothing but follow the cycle of Dao. The principles of Daoism put an accent on the fact that only inaction could bring happiness to people. The contemporary harmonizing model of management at many Chinese organizations (its roots come from the holistic development of people) is based on the principle of natural human development. Lao-Tzu (far earlier than Adam Smith) claimed about the state non-interference into the economic and social processes of the country. Lao-Tzu encouraged the government not to develop the people but to make them ignorant. “It’s hard to rule people with deep knowledge”, – Lao-Tzu used to say. In his opinion, there were no effective or ineffective methods of management: depending on the case, any kind of method could serve as a useful thing. Thus, the first ideas of the situational approach,

which are quite fundamental in modern management, were mentioned in ancient times.

Everybody knows about the famous Chinese thinker and philosopher Confucius. He is the former of Confucianism. His views were so instilled in Chinese society that they were formed into the first official political doctrine of ancient China. As Confucius used to say, the one who ruled a country had to be a person above reproach with a sense of duty, an aim towards knowledge and humane behavior. Confucius drew a parallel between the government and a huge family, where the king is the father, the elder brothers – the officials, the younger brothers – the workers. The government's goal is the family's common good. Confucius divided the society into following categories: the “commoners” (the lower classes) who had to obey the “seniors” (the higher classes) [2]. The philosopher thought that the officials had to proclaim values in the society by showing the example of their behavior. That was quite a responsible job, as the officials were the ones who had an ability to put an influence on the perception of people. Confucius encouraged them not to put an aggression on people, as cruelty can frighten for a while, but not persuade. Confucius put a special emphasis on the role of parents: they had to be honored, and their advice had to be thoroughly followed. The philosopher was sure that a family was a miniature model of the society government. If everything is stable in your family – there will be an order in your government. Nowadays we are witnessing the revival of the Chinese family-clan substrate of the society: familial and quasi-familial associations are colossal. In 1985–1992 a big association of people under the surname Zheng was formed in Wenzhou. It includes about 500 thousand people from hundreds of clans [3]. A true leader, as Confucius thought, had to reveal and develop his abilities, to constantly gain knowledge and aim for the new. Only in that case a leader becomes an individual, an ideal individual. Confucius divided people into two categories: “noble people” and “small people”. The noble ones were rich with moral qualities and knowledge. So, the philosopher suggested giving them the highest posts, as people would obey in case they were sure that the government was honest. Although Confucius did not create a detailed scheme of administration, he introduced some new ideas that became a basis for Chinese governmental system. The thinker put an accent on the fact that conflicts between the governors and the governed had to be minimized.

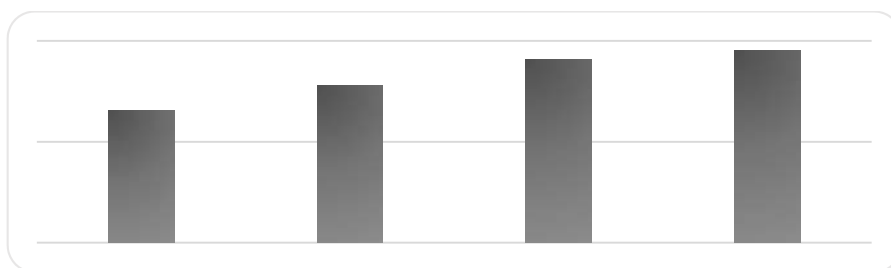
Some clear ethical principles (sincerity, justice, honesty) were necessary to be followed, and contravention of such principles was one of the main reasons of the conflicts. The main ethical principle was: “Do not do to others what you would not want done to you”. It can be considered that these principles became the foundation of modern business ethics and corporate social responsibility, as every organization that wants to tell the world about itself, proclaims its mission, philosophy, slogan and motto – in order to say that it works in an open, honest way. In modern China necessary attention is paid to ethics. China was ranked the 27th according to the Global Competitiveness Report 2017–2018. Among different factors that Global Competitiveness Index consists of Ethical Behavior of Firms (№ 1.17) is taken into account. This factor was given 4.2 out of 7 by the Executive Opinion Survey.

Confucius was sure that the governors had to develop the governed in both: mental and moral aspects – only in this case people will start being ashamed of inappropriate acts. In his opinion the society had to be constructed on the principle of hierarchies, as hierarchical structure ensured the division of labor and responsibilities. One can become a governor only by exploring the past and learning something new. “Silently collect in your heart everything that you see and hear”, – he used to say. Confucius, in contrast to Lao-Tzu, encouraged the educational process of the population. Educated people easily accept new moral standards, they develop culturally and mentally. Today the politics of China is also concentrated on the elimination of illiteracy. According to the World Bank, 97% of Chinese population (ages 15 and above) is considered to be literate (Chart 1). Consequently, it is more likely that an educated specialist will be hired, so the process of staff re-training will become easier.

One of the most famous representatives of Confucianism was a military commander and thinker Sun Tzu – the author of an ancient military treatise “The Art of War”. This treatise can be considered as the modern insight of strategy and strategic management. In his work Sun Tzu tells about strategies that can be used by a military commander to command his army and win battles more effectively. Sun Tzu suggested the introduction of a system of fines for those soldiers who did not respect the rules of the army and a system of encouragement for the ones who completed different tasks. Nowadays many

Chinese organizations work within the carrot & stick system of praises and punishments. For this approach to work without problems it is planned to implement a system of social credits: the life of citizens is totally under control, their steps in real and virtual life are accurately fixed, and the dossier is constantly being updated. Important conclusions are made according to these steps: either a person is given privileges or, on the contrary, tax rates are getting higher and some services become prohibited [4].

Chart 1. China Literacy rate, adult total (% of people ages 15 and above).



Source: World Bank.

Mozi, the founder of Moism, thought that all people were equal slaves of Heaven. The governors had to be the wisest people in the society. Being wise, in his opinion, did not mean being educated or honest – being wise meant having knowledge about how common people used to live [5]. A person could manage a country if he had a wish to serve the lower classes and an ability to do it. The power of a country was on the highest levels if the officials uniformly obeyed the governor – in today’s parlance, initiative was unnecessary: conformism and like-mindedness were appreciated. Mozi dreamt of a system where “people helped each other; the strong helped the weak; the competent educated the incompetent”. Staff re-training is an obligation of many Chinese organizations today. Mentorship – one of the most popular methods of staff re-training provides a coaching of experienced workers over the newcomers in order to show the necessary skills and instill the art of work and corporate values.

Shang Yang, one of the founders of Legalism, was a famous statesman and reformer. Shang Yang was dissatisfied with the fact that people were striving to fun and pleasures. For a long time he worked on reform projects with

the intention of a thorough control of Chinese people. “When the society is weak – the government is strong, and vice versa. That is why Chinese government needs to make people weaker”, – Shang Yang used to say. Practical implementation of his concepts was followed by an increase of despotism, exploitation of people and fear of the governor. In his opinion agriculture and wars were the main programs that China had to carry out and develop. “The wisest governor” was the one who encouraged the population’s engagement in farming and wars of aggression. By saying “parasites” Shang Yang meant goodness, respect for parents, old traditions and customs. He was sure that law had to be the same for all. Law was a source of punishment: mercy and humanism were eliminated. The relationship between the governors and the governed was seen as a confrontation. Hard work and thrift were encouraged, while art and trade were perceived as useless things. A true leader who did not trust anyone had to frighten his subjects by living behind a veil and making decisions based on his own intuition. The positive side of Shang Yang’s reforms was the formation of a centralized state, and the negative side was the despotic regime in China.

Summarizing the historical roots of the formation of Chinese mindset and Chinese art of management, it is worth formulating the main characteristics of modern Chinese management.

- Ancient rules of “the art of power” still exist: distance between the authority and people (in Japan the manager is able to talk with his employees whenever he wants – at the office and outside the office, while in China the manager is considered to be an authoritative person who keeps the distance between himself and others); tight control of the subordinates; total absence of delegation of authority especially during the solution of complicated tasks; lack of informational flows from top to bottom. The art of modern business in China is personalized, and it is based on the concentration of power in the hand of the head of organization. However, the manager has to be an honest person of high moral character, who fatherly cares about the employees. With age, he becomes cleverer and wiser. Chinese managers appreciate the persistence of gaining masterful experience that has been accumulated by the Chinese civilization.

- Tribalism or “the principle of family” is considered to be one of the main principles of Chinese management. There are lots of companies that belong to a family and its closest relatives in China. On one hand, family ties strengthen business, on the other hand they provoke arguments and judicial proceedings. Decisions are often based on gossip or the intuition of the manager, but not on real facts and thorough analysis of the situation. And yet, a warm, friendly climate exists at Chinese organizations. The secret of success also lies in well-established personal relations.
- Chinese companies are usually small and medium-sized enterprises that enable retaining family traditions and responding flexibly to market changes. At the same time many companies try to keep socialistic traditions of management. However, the most successful companies are based on hybrid forms of management that include principles of western management.
- Thus, modern Chinese art of management, which consists of: respect towards natural law; an accent on human relationship and harmonization of a person; self-improvement; contextual and strategic thinking – is based on the ideas and values of Daoism, Confucianism, Moism, Legalism and many other famous concepts of ancient China. It is possible that these ideas have been pulling the country’s economy further during the last 10 years.

Aside from that, it is worth mentioning another reason for a successful growth of the country – the population’s mentality.

- Chinese people are quite persistent and hard-working, and this fact helps them compensate the lack of skills in case there is any.
- The Chinese develop their visual thinking, their culture, ethical behavior and harmonious relations help them accept different problems in a philosophical way and avoid different conflicts even in case of their defeat.
- Although the Chinese do not impose their rules of the game, they have an ability of relying on stratagems – they try to predict the situation in advance and make up various tricky traps for business negotiations.
- Nowadays Chinese organizations are trying to combine the ancient Chinese philosophy of management with modern western theories and concepts – it is worth saying that they succeed.

Study the Past if you want to define the Future. Confucius

ЛИТЕРАТУРА

1. *Иваницкая И.И.* История управленческой мысли. Учебное пособие: сетевое учебное электронное издание. 2015. СС. 50–66.
2. *Костенко Е.П., Михалкина Е.В.* «История менеджмента». Учебное пособие. Рн./Д.: Изд-во Южного федерального университета. 2014. СС. 50–57.
3. *Малявин В.* Китай управляемый. Старый добрый менеджмент. Сер.: «Формы правления». М.: «Европа». 2005. С. 58.
4. *Лейст О.Э.* История политических и правовых учений. Учебник для вузов. М.: «Зерцало». 2004. СС. 19–28.

Интернет-источники

1. *Greenfield A.* China's Dystopian Tech Could Be Contagious // The Atlantic magazine, 14.02.2018 // <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/02/chinas-dangerous-dream-of-urban-control/553097/>
2. The Global Competitiveness Report 2017–2018 // www.worldbank.org

КИТАЙ ВЧЕРА И СЕГОДНЯ: ГЕНЕЗИС КИТАЙСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

И.К. Манукян, К.Б. Бабаян

АННОТАЦИЯ

В представленной статье обобщены исторические корни формирования китайской культуры управления, сформулированы основные черты современного китайского менеджмента. Статья отражает необходимость в понимании важности генезиса. Несмотря на то, что общество XXI в. стремится к прогрессу – непрерывно развиваются и внедряются новые технологии, меняются вкусы, приоритеты, взгляды – есть управленческие механизмы и культурные традиции, заложенные в древности, которые актуальны и применимы в менеджменте сегодня.

Ключевые слова: Древний Китай, конфуцианизм, моизм, легизм, современный китайский менеджмент.

СОЦИАЛЬНОЕ НАСТРОЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

Э.С. Нагапетян

Российско-Армянский университет

enahapet@yandex.ru

АННОТАЦИЯ

Инвестиции являются одним из основных факторов экономического роста страны. Анализируя инвестиционный климат страны, стоит особое внимание уделять проблемам социального настроения. С этой целью в статье анализируются особенности инвестиционного процесса Армении в контексте ожиданий населения.

Ключевые слова: социальное настроение, инвестиционный климат Армении, иностранные инвестиции.

Инвестиции представляют собой важный инструмент для роста и развития экономики любой страны. Экономический рост непосредственно зависит от эффективного использования и роста объемов инвестиционных вложений в приоритетные сферы материального производства и социальные сферы реализуемых инвестиционных ресурсов. Инвестиции определяют конкурентные позиции государств на мировых рынках и создают производственный потенциал на новой научно-технической базе. Привлечение иностранного капитала в виде прямых капиталовложений, портфельных инвестиций и других активов играет далеко не последнюю роль для многих государств.

Таким образом, актуальность темы обуславливается необходимостью обеспечения высокой инвестиционной активности страны для ее развития.

На сегодняшний день вопрос инвестиционной привлекательности Армении стоит довольно остро, требует постоянного мониторинга и анализа, так как в современной Армении одной из ключевых экономических проблем является привлечение и стимулирование вложений в экономику, и во всем мире происходит острая конкурентная борьба между странами за привлечение иностранных инвестиций.

Согласно данным Всемирного банка, чистый приток прямых иностранных инвестиций в Армению не высок и имеет негативную тенденцию.



Рисунок 1. Чистый приток прямых иностранных инвестиций в Армению по данным Всемирного банка [1].

Основными причинами столь низкого уровня заинтересованности иностранных инвесторов армянской экономической средой и желания вкладывать свои ресурсы в экономику Армении являются неблагоприятные условия ведения бизнеса в стране. Согласно одному из самых популярных исследований группы Всемирного банка – ежегодному рейтингу легкости ведения бизнеса *Doing business*, в 2018 году Армения занимает 47 место среди 130 стран [2]. Согласно этому исследованию, Армения имеет большой потенциал для привлечения инвестиций, однако существуют немало проблем относительно конкурентоспособности страны. Об этом свидетельствует глобальное исследование по показателю экономической конкурентоспособности по версии Всемирного экономического форума

(World Economic Forum). По индексу глобальной конкурентоспособности 2018 года (The Global Competitiveness Index) Армения занимает 73 место из 137 стран [3].

Индекс был определен на основе 98 показателей и 12 «столпов» конкурентоспособности, а именно:

- качество институтов;
- инфраструктура;
- информационные и коммуникационные технологии;
- макроэкономическая стабильность;
- здоровье населения;
- образование;
- потребительский рынок;
- рынок труда;
- финансовая система;
- размер внутреннего рынка;
- динамика развития бизнеса;
- инновационный потенциал.

Как видно на рисунке 2, наиболее проблемными факторами, препятствующими ведению бизнеса в Армении являются:

- Доступ к финансированию;
- Налоговые ставки;
- Налоговое регулирование;
- Коррупция;
- Неэффективная правительственная бюрократия;
- Валютное регулирование;
- Неадекватная квалификация рабочей силы;
- Инфраструктура.

Анализируя инвестиционный климат страны, стоит особое внимание уделять проблемам социального настроения. Этот фактор часто является определяющим ключевых особенностей и направленности инвестиционного процесса в стране.



Рисунок 2. Наиболее проблемные факторы, препятствующие ведению бизнеса [4].

Стоит отметить, что теоретическое изучение феномена «социальное настроение» и разработка практической методики его замера являются относительно новыми для науки. В научной литературе термин «социальное настроение» представляется как целостная форма восприятия людьми их жизни в общественном и личном плане. По мнению авторов, социальное настроение представляет собой явление, которое приводит другие измерения общественного сознания к готовности действовать во имя достижения (или отвержения) предпочитаемых (или отрицаемых) личных и социальных целей. Роль социального настроения в детерминации индивидуальной и коллективной форм поведения особенно возрастает на этапе общественных трансформаций, когда эмоции зачастую преобладают над разумом и, соответственно, увеличивается вероятность ситуативных, волевых и даже случайных поступков людей [5].

Уже много лет во всем мире ведущие исследовательские организации проводят различные анализы общественного мнения с целью определения индексов социальных настроений.

Одним из самых известных таких индексов является международный исследовательский проект программы «Сеть решений устойчивого развития» при Организации Объединённых Наций (UN Sustainable Development Solutions Network) – ежегодный Рейтинг стран мира по уровню счастья (World Happiness Report), который проводится действующим при Колумбийском университете исследовательским центром «Институт Земли» с 2012 года [6]. Согласно этому исследованию, в 2018 году Армения занимает 129 место среди 156 стран мира.

Стоит отметить, что есть множество других индексов, определяющих социальное настроение общества относительно определенных факторов; наиболее известные из них:

- Глобальный индекс миролюбия (Global Peace Index) – комплексный показатель, который характеризует миролюбие стран мира, измеряя уровень насилия внутри государства и уровень агрессивности его внешней политики. Показывает, какие из государств можно считать наиболее безопасными (и наоборот – опасными) для жизни человека. Рассчитан по методике организации The Economist Intelligence Unit (аналитическое подразделение британского журнала Economist). Армения по данному рейтингу занимает 120 место среди 163 стран [7].
- Индекс демократии стран мира (The Democracy Index) – глобальное исследование стран мира по показателю уровня демократии. Рассчитан по методике британского исследовательского центра The Economist Intelligence Unit (аналитическое подразделение британского журнала Economist), основанной на комбинации экспертных оценок и результатов опросов общественного мнения из соответствующих стран. Армения по данному рейтингу занимает 120 место среди 167 стран [8].
- Глобальный индекс терроризма (Global Terrorism Index) – комплексное исследование, которое измеряет уровень террористической активности в странах мира и показывает, какие из государств и в каких масштабах сталкиваются с террористической угрозой. Индекс разработан международной группой экспертов под эгидой Института экономики и мира (The Institute for Economics and Peace) Сиднейского

университета, Австралия. По данным исследования 2017 года Армения занимает 75 место среди 134 стран [9].

- Индекс восприятия коррупции (The Corruption Perceptions Index) – это глобальное исследование стран мира по показателю распространённости коррупции в государственном секторе. Рассчитан по методике международной неправительственной организации Transparency International, основанной на комбинации общедоступных статистических данных и результатов глобального опроса. В рейтинге 2017 года Армения занимает 107 место из 180 стран [10].

Кроме этого, есть также множество локальных аналитических организаций, исследующих социальное самочувствие, таких, как: Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), Лавада центр, Фонд «Общественное мнение» в России и Статистический комитет РА в Армении. Такие организации разрабатывают различные индексы, более или менее комплексно отражающие ситуацию в стране с точки зрения ее субъективного восприятия населением. Эти индексы позволяют лучше понять социально-экономический фон страны, что необходимо при реализации многих инвестиционных проектов.

Можно сказать, что для инвесторов информация о социальном самочувствии представляет собой особенную важность. Человеку, который собирается вкладывать ресурсы в определенный рынок, необходимо понимать преобладающие на рынке настроения, восприятие жителями страны экономической ситуации, личных финансов и их желание тратить деньги на товары и услуги. Инвесторы постоянно пытаются предсказывать действия других и на основании выводов решить, что делать самим.

Для прогнозирования уровня доверия потребителей, экономической активности населения, структуры ожидаемых потребительских расходов и направления развития экономики в целом аналитики и инвесторы анализируют сотни экономических показателей, однако нередко страхи и надежды толпы, оказывается, влияют на рынок намного сильнее. Рынки всегда были и будут восприимчивы к ударам, однако понимание преобладающих настроений населения поможет оценить силу и направление рыночных колебаний.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что инвесторам очень важен фактор социального настроения, и, кроме прочих экономических индикаторов, они также должны рассматривать и мнение населения как показатель, влияющий на инвестиционную среду страны.

В связи с этим, возникает необходимость регулярного исследования отношения и ожидания населения к различным экономическим и социальным явлениям с более детальными и достоверными результатами.

ЛИТЕРАТУРА

1. International Monetary Fund, Balance of Payments database, supplemented by data from the United Nations Conference on Trade and Development and official national sources.
2. A World Bank Group Flagship Report “Doing Business 2018”.
3. The Global Competitiveness Report 2017/2018.
4. Всемирный экономический форум, опрос по обзору мнений 2017 года.
5. «Социальное настроение». М., 1996. / Монография Тощенко Ж.Т. и Харченко С.В.

Интернет-источники

1. www.worldhappiness.report
2. www.visionofhumanity.org
3. www.eiu.com
4. cpi.transparency.org

SOCIAL ATTITUDE OF THE POPULATION AS A FACTOR OF ATTRACTING FOREIGN INVESTMENT

E. Nahapetyan

ABSTRACT

Investments are one of the main factors for the economic growth of a country. When analyzing the investment climate of a country it is important to pay specific attention at the issues of social attitude. To this end, the article analyzes the features of the investment process in Armenia in the context of social expectations.

Keywords: social mood, investment climate of Armenia, foreign investments.

АКСЕЛЕРАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЭКОСИСТЕМЫ

М.А. Ншанян, С.Э. Кеян

*Российско-Армянский университет
Фонд Развития Высоких Технологий и Предпринимательства «Каталист»
mnshanyan@yahoo.com, sus.keyan@gmail.com.*

АННОТАЦИЯ

В статье представлена актуальность развития предпринимательства и инструменты построения стартап экосистемы в развивающихся странах. Выделены факторы развития предпринимательских экосистем и необходимость акселерационных проектов как основных составляющих самой экосистемы. Отдельное внимание уделяется стартап экосистеме Армении и анализу имеющихся базисов и возможностей развития.

Ключевые слова: стартап экосистема, предпринимательство, акселерационный проект.

Бархатная революция в Армении дала толчок росту технологических стартапов и привлечению большого числа заинтересованных инвесторов в нашу страну. Параллельно с позитивным изменением настроений в стране, в диаспоре растет интерес к сотрудничеству с Арменией не только по культурным или туристическим причинам, но и как к обществу и экономике для постоянных инвестиций, роста и вдохновения.

Инновации становятся все более и более важными для успеха предприятия из-за растущей конкурентоспособности глобализированной экономики. Развитие новых технологий, продуктов и услуг предлагает эффективные средства для дифференциации от конкурентов.

Инновации можно увидеть в продуктах и услугах, предлагаемых стартапами по всему миру, которые предлагают решение проблемы в 10 раз лучше до сих пор существовавших решений. Предпринимательские навыки в данном случае играют важное значение; и развитость стартап экосистемы может позволить достичь поставленных целей наиболее эффективным образом. Стартап экосистема тем сильнее и лучше, чем больше менторов, инвесторов и проектов она предлагает. Что является самым важным – экосистема не развивается, если нет соответствующей поддержки на каждом определенном этапе / уровне развития проекта.

Все участники экосистемы являются поддерживающим звеном, прямо или косвенно оказывая влияние на развитие идей / проектов / стартапов. И тем самым важное значение приобретает анализ окружения проекта для определения стратегий взаимоотношения с ними, в чем и заключается актуальность данной исследовательской работы (более подробно все звенья стартап-экосистемы Армении изложены автором в статье **“Armenian startup ecosystem and role of accelerators in the development of the ecosystem”**, опубликованной в Минском сборнике статей **«Современный Менеджмент: проблемы, исследования, перспективы»**).

Помимо самих стартапов, в инновационную систему входят институты, призванные оказывать им поддержку. При разнообразии институтов поддержки стартап-компаний на ранней (посевной) стадии развития в данный момент особенно выделяются акселераторы – учреждения, которые занимаются образовательной, инвестиционной и менторской поддержкой, а также предоставляют другие возможности для развития бизнеса.

В связи с популярностью стартап-акселераторов в зарубежной практике были попытки перенесения бизнес-модели американского акселератора Y-combinator во многие развивающиеся экосистемы. Данная бизнес-модель заключается в предоставлении резидентам двух раундов инвестирования и выборе на конкурсной основе 20–30 стартапов, которые станут резидентами программы акселерации. Развитие инновационной сферы Армении имеет свою специфику и существенно отличается от уровня развития инновационной сферы в США и других развитых странах, что необходимо учитывать при применении зарубежных практик в создании стартап-акселераторов. В государственном секторе ведущих зарубежных

стран акселераторы получили распространение как инструмент политики стимулирования регионального развития и предпринимательства, способствующий созданию рабочих мест и стимулированию экономического роста.

В общепринятом определении, сформулированном Государственным фондом фондов – Институтом развития Российской Федерации (АО Российская венчурная компания (АО «РВК»)), **бизнес-акселератор** – организация, проводящая краткосрочные (как правило, 3–6 мес.) акселерационные программы для проектов на ранней стадии, которые направлены на ускоренное развитие проектов, в том числе, создание прототипа, получение патента или проверку жизнеспособности на рынке предложенной стартапом идеи. Они могут быть как коммерческими, так и некоммерческими структурами [1].

В качестве основных признаков акселератора можно выделить:

- поддержка разработки проектов на ранней стадии развития (отсутствие готового продукта, формирование идеи и бизнес-модели);
- поддержка разработки проекта на стадии создания образца продукта (MVP);
- одновременное инвестирование в несколько стартапов на ранней или продвинутой стадии развития, которые находятся в одном наборе;
- содействие коммерциализации продукта, разрабатываемого стартапом в сжатые сроки акселерационной программы;
- акцент на образовательной функции, обучение необходимым компетенциям и знаниям;
- предоставление проектам необходимой инфраструктуры.

В последнее время число акселерационных программ быстро растет в США, в Европе, Израиле и в развивающихся экосистемах. Эти программы отличаются высоким качеством наставников и начинающих команд, с которыми они работают, и ценностью, которую они добавляют к компаниям. Спрос на акселерационные программы опережает предложение. Ограничения на их рост включают в себя высокопоставленных наставников, возможности для приобретения крупными компаниями.

Акселераторы начали создаваться в последние шесть лет как новый метод инкубации технологических стартапов, основанный инвесторами и успешными техническими предпринимателями. За последние несколько лет акселераторы и программы, которые они используют, стали ключевыми игроками в стартап экосистемах, помогая тысячам предпринимателей строить и развивать инновационные предприятия в сегодняшней «новой экономике». Акселераторы стали намного больше, чем простые поставщики бизнес-услуг или инвестиционные транспортные средства, вместо этого они стали бесценными операторами в государственной и частной сферах. Они объединяют предпринимателей, инвесторов, государственные структуры и корпорации с общей целью – *помочь инновационным предприятиям быстро укорениться*. Директивные органы и другие участники стартового сообщества должны понимать существенную роль акселераторов в стартап экосистеме, поскольку надлежащая стимуляция акселераторов может эффективно способствовать культивированию и перекрестному опыту стартапов.

Анализируя образцы акселераторов в проведенных исследованиях, мы определили пять важных компонентов, которые формируют структуру и конструкцию акселератора. Каждый акселератор широко варьируется в своей модели в зависимости от их подхода к каждому из выделенных составляющих. Рассмотрим компоненты в нижеприведенной таблице:

Таблица 1. Основные составляющие акселераторов.

1. Стратегический фокус	2. Программа	3. Финансирование	4. Процесс отбора	5. Связь с выпускниками
Секторный фокус (диверсифицированный или специализированный)	Стандартизированный учебный план	Финансирование акселератора	Критерии отбора	Взаимодействие с выпускниками
Географический фокус (локальный или глобальный)	Набор для наставничества	Финансирование стартапов	Процессы отбора	

Приведем некоторую статистическую информацию по акселераторам по всему миру.

- US\$206,740,005 было инвестировано в 11,305 со стороны 579 акселерационных программ.
- 64,5% акселераторов по всему миру являются некоммерческими предприятиями – в 2015 году их число составляло 66%.

Акселераторы стремятся повысить уровень предпринимательства в своих сообществах (экосистемах). Они также могут сосредоточиться на предоставлении новых возможностей для групп меньшинств или в целях повышения экономической активности в данном регионе. Эти программы могут финансироваться в частном порядке или публично. Как правило, эти проекты не принимают доли в бизнесе и предлагают бесплатную поддержку.

С 1950-х годов Армения сохранила огромный потенциал для развития технологий, и рассматривается как центр разработки программного обеспечения, промышленных вычислений, электроники и производства полупроводников. Правительство активно поддерживает техническое предпринимательство с технологическими стартапами, получающими привлекательные налоговые льготы (*0% – налог на прибыль, 10% - налоги на заработную плату*). Небольшие размеры местной экономики не оставляют иного выбора для местных стартапов как ориентацию на мировые рынки с 1-го дня [2].

Инновационная система при условии ее эффективного функционирования способна вносить значительный вклад в экономику страны и способствовать ее развитию. За последний год инновационная инфраструктура Армении достигла уровня с относительно равномерно развивающимися элементами. Рассмотрим вкратце основные ее элементы. В технологических центрах Армении активно организуются мероприятия, направленные на рост осведомленности студентов и вовлечения их в стартап-экосистему; таковыми являются Blockathon, Nachathon, Startup Boost Weekend и проч. Следующим шагом для команд, созданных на этих площадках, являются инкубаторы с целью развития идеи: EPIC Incubator (AUA), Beeline Incubator, ANEL Incubator и другие инкубаторы, функционирующие в университетах. Наиболее активно развивается такой элемент инновационной

инфраструктуры, как стартап-акселераторы, сочетающие в себе сразу несколько форм поддержки инновационных проектов.

Акселерационный проект предоставляет участвующим стартапам всеобъемлющий обзор индустрии акселерации, тенденций, а также дает общие характеристики глобальных экосистем акселерации; обеспечивает навыками и средствами продуктивной коммуникации с различными группами заинтересованных; помогает лучше понять внутренние, внешние процессы стартапа и на каких действиях сосредоточиться на каждом этапе стартапа; к концу программы иметь презентабельные стартап команды, обладающие знаниями предпринимательства и навыками продажи; обеспечивает руководство для участвующих стартапов при входе в глобальные акселераторы для будущего роста; вносит позитивные культурные изменения в стартап-экосистему Армении. Касательно акселерационных проектов стоит отметить пре-акселератор, запущенный в ноябре 2017, Armenia Startup Academy [3] – проект Фонда Предпринимательства и Высших Технологий «Каталист», реализуемый в рамках проекта поддержки малого и среднего бизнеса (EU-SMEDA), который финансируется совместно Европейским Союзом и Федеральным министерством экономического сотрудничества и развития (BMZ) Германии и осуществляется через GIZ в рамках Программы Южного Кавказа. Данный проект длится 12 недель и имеет 4 основных модуля и демонстрационный день в конце программы. Процесс вступления в пре-акселератор состоит из трех основных этапов:

1. Прием заявок (Call for Application);
2. Отбор краткого списка соответствующих минимальным требованиям стартапов (Shortlisting). Процесс составления краткого списка основан на четырех основных критериях: послужной список членов группы (25%), взаимодополняемость состава команды (бизнес, технология, другое по мере необходимости) (25%), потенциал масштабируемости (35%), «зрелость» стартапа (15%);
3. Интервью с кандидатами (Interviewing shortlisted candidates). Интервью включает основные вопросы, касающиеся вышеперечисленных критериев. По завершении интервью с кандидатами, отобранными по списку, они могут быть дополнительно приглашены

для проведения технической Due Diligence (Duediligence – это исследование или аудит потенциального инвестирования или продукта для подтверждения всех фактов, таких, как обзор всех финансовых отчетов, плюс все, что считается материальным [4]).

Armenia Startup Academy на момент текущего исследования завершил 3-ий поток (Fall 2018 Batch) акселерации, и число выпущенных команд составляет 12. За данные 3 потока, в пре-акселераторе участвовало более 120 предпринимателей, 52 компаний, из которых 9 далее получили финансирование EU-STEP (Общая цель программы – помочь стартап-командам, новаторам, ученым, инженерам, исследователям и предпринимателям вывести свою продукцию на рынок, создать новые предприятия и содействовать инновациям и предпринимательству в Армении.) EU-IMG (проект направлен на стимулирование темпов освоения технологий и коммерциализации исследовательских идей, а также на развитие сотрудничества между наукой и частным сектором, особенно армянским малым и средним бизнесом) в общей сумме €200,000; стартапами было также получено инвестиций в размере €200,000 от венчурных фондов и ангелов-инвесторов; €100,000 было получено от других грантов. На демонстрационный день проекта организаторы приглашают инвесторов, представителей правительства, инкубаторы и других заинтересованных сторон. В процессе проекта стартапы получают возможность консультации с лидерами определенной индустрии и так называемое наставничество, в течение всей программы были вовлечены более 60 менторов со всего мира.

Как выше отмечено, стартапы имеют возможность получения инвестиций на Армянском рынке. Таковыми являются:

- EU-STEP Grant (Сумма грантов варьируется от €7,000 до €15,000); EU-IMG Grant (Сумма грантов варьируется от €30,000 до €50,000);
- Smart Gate VC (\$50,000 – \$100,000). За 2018 год данный венчурный фонд осуществил 7 инвестиций в высокотехнологические стартапы;
- Granatus Ventures (\$100,000 – \$200,000). Фонд закрыл 3 сделки и соинвестировал в ряд компаний за прошлый год;
- HIVE Ventures участвовали в инвестициях 5 армянских стартапов за 2018 год;

- Science and Technology Angel Network, Business Angel Network of Armenia, Angel Investor Club of Armenia.

Следует отметить, что новое правительство Армении активно готовит концепцию Национального венчурного фонда (National Venture Fund) – фонда фондов / соинвестирования для поддержки передовых технологий в Армении [5].

Для более наглядного представления развития экосистемы и осуществляемых в некоторые из ее стартапов инвестиций, рассмотрим таблицу 2.

Таблица 2. Структура инвестиций в армянские стартапы на 2018 год.

Render Chain Internet of Cows Breedge EasyDMarc Exppeer Technologies Forge Fiction Triple E Defect Forestguard Smartlock, ит.д.	Himnark 365 Stories WireStock <u>Hirebee</u>	Embry Tech Supperannotate AI Facehub SnarkAI	2Hz Xcloud Networks Grovf	Sololearn (5,6 млн.) Teamable (5 млн.) ServiceTitan (165 млн.)
STEP grant	IMG grant	Pre-Seed Investment	Seed Investment	Series A, B, C
до \$15,000	до \$50,000	\$50,000- \$100,00	\$100,000- \$200,00	\$200,00 и >

Выделенные стартапы являются выпускниками акселератора Armenia Startup Academy. Как видно в данной таблице, в Армении существуют стартапы разного уровня развития, а также существует и привлекается достаточно большой фонд инвестиций. Помимо существующих в Армении инвесторов, в сделках принимали участие известные иностранные венчурные фонды, такие, как Sequoia, True Ventures, Foundation Capital, Learn Capital, Naspers, Baidu Ventures, YCombinator, Sierra Ventures, Shanda Group, Sutter Hill Ventures.

Когда Брэд Фелд помог основать Techstars в 2006 году в Боулдере, он разработал план создания сообществ стартапов (стартап-экосистем) под названием «The Boulder Thesis». Он четко определяет определенное видение устойчивого сообщества предпринимателей и дает основные идеи:

- Предприниматели должны возглавить стартап-сообщество. Те, кто запускает компании, должны также посвящать свое время и усилия, чтобы помочь другим создавать компании;
- Лидеры должны иметь долгосрочные обязательства;
- Чем больше людей в сообществе, тем больше идей, тем больше талантов и тем больше возможностей для успеха;
- Экосистема должна иметь постоянный поток мероприятий, которые затрагивают всех предпринимателей. Hackathons, Startup Weekends и другие мероприятия необходимы, чтобы поддерживать жизнедеятельность в сети.

Исследование и выделение ключевых аспектов создания акселератора является первым шагом к построению конкурентоспособной экосистемы, а также является основанием для дальнейших исследований касательно взаимоотношений с заинтересованными сторонами и непосредственно игроками данной сферы.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы. Армения является прогрессивной страной с активно развивающейся стартап-экосистемой и способной привлекать на рынок иностранный венчурный капитал. Начиная с 2014 года, в Армянские компании было осуществлено внедрений в размере *114 миллионов долларов со стороны венчурных фондов и грантов*. Только за последний год было осуществлено более 20 инвестиционных раундов, что свидетельствует об активном росте интереса со стороны инвесторов. С целью получения инвестиций со стороны венчурных фондов стартап должен достигнуть определенного уровня развития, который может предоставить ему такой проект, как акселерация. Акселерационная программа предоставляет возможность приобрести необходимые практические знания, получить возможность сотрудничества с различными профессионалами в определенной сфере, войти в сообщество выпускников и иметь различные возможности использования продуктов / услуг мировых компаний за низкие цены. В течение 2018 года команда

акселератора приобрела возможности использования различных международных продуктов в совокупности на сумму более 600 млн. долларов, что дает возможность стартапам бесплатно или за очень низкие цены развивать свой продукт / услугу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Практическое руководство по запуску корпоративных акселераторов. М., 2016. Систем. требования:
URL: http://www.rvc.ru/upload/iblock/a4c/o2_rvc_accl_practice_guide.pdf (дата обращения: 11.04.2017).
2. «Стартап экосистема Армении: открытые секреты, большие возможности»: статья, опубликованная командой венчурного фонда Smart Gate VC: <https://www.smartgate.vc/single-post/2017/10/12/Armenian-startup-ecosystem-open-secrets-big-opportunities>
3. Официальный сайт: Armenia Startup Academy пре-акселератора: <https://www.startupacademy.am/>
4. Определение DueDiligence: <https://www.investopedia.com/terms/d/duediligence.asp>
5. Интервью первого заместителя министра транспорта, связи и информационных технологий РА Акопа Аршакяна: <https://news.am/eng/news/466719.html>

ACCELERATION PROJECT AS A TOOL FOR BUILDING AN ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEM

M. Nshanyan, S. Keyan

ABSTRACT

The article shows the importance of entrepreneurship development and tools of creating / building a startup ecosystem in developing countries. The article highlights factors affecting the development of entrepreneurial ecosystems and the necessity of acceleration projects as main components of the ecosystem. Special attention is paid to the Armenian startup ecosystem and to analyzing the current basis and possibilities for further development.

Keywords: startup ecosystem, entrepreneurship, acceleration project.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ АВИАПЕРЕВОЗОК КАК ПУТИ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ АРМЕНИЯ

Р.А. Оганян, Н.А. Шахназарян

Российско-Армянский университет

rita.ohanyan27@gmail.com, nelly.shahnazaryan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Индустрия туризма является одним из наиболее приоритетных направлений развития экономики РА. Однако часто возникает вопрос трудодоступности РА из-за ряда причин, таких, как узкая география полетов и высокие тарифы на билеты. Для формирования и развития туризма в любом регионе необходимо проведение соответствующей авиационной инфраструктуры, так как воздушный транспорт является основным способом направления туристического потока в РА.

В данной статье рассмотрена взаимосвязь индустрии туризма с авиаперевозками, выявлены основные проблемы контроля и координации данных отраслей и предложены практические предложения, направленные на решение упомянутых вопросов.

Ключевые слова: индустрия туризма, регулирование авиаперевозок, политика «Открытое небо», пассажиропоток, лоукост авиакомпаний.

В современном мире туризм является перспективной и интенсивно развивающейся отраслью экономики, взаимосвязанной со многими сферами человеческой деятельности. Только за прошлый год туризм внес \$7,6 триллиона в мировой ВВП, а за первые 9 месяцев текущего года туристический поток показал рост в 5% по сравнению с аналогичным периодом 2017 года [1, 2]. Однако для формирования и развития туризма в любом

регионе необходимо создание соответствующей авиационной инфраструктуры.

Авиатранспорт и туризм взаимосвязаны и стимулируют развитие друг друга. Именно индустрия туризма формирует основной спрос на авиоперевозки, а авиакомпании открывают новые направления в те регионы, на которые есть туристический спрос. На сегодняшний день воздушный транспорт является основным способом направления туристического потока в РА.

Первый пассажирский авиарейс из Тбилиси в Ереван в 30-х гг. прошлого века послужил началом для формирования гражданской авиации Армении. В 1961 году был сконструирован международный аэропорт «Звартноц» (код IATA-EVN, код ICAO-UDYZ), а в 2011 году был открыт новый терминал, соответствующий международным стандартам, с пропускной способностью в 3,5 млн. пассажиров в год. Взлетная полоса и техническая оснащенность позволяет аэропорту принимать крупнейшие типы воздушных судов, таких как Ан-225, Airbus A340, Boeing 747 и Airbus A380.

В настоящий момент услугами аэропорта пользуется около 30 авиакомпаний, среди них такие крупные компании, как: Air France, Qatar Airlines, Middle East Airlines, Aeroflot-Russian Airlines, Austrian Airlines, Lot Polish Airlines.

Помимо основного аэропорта в городе Ереван, в РА действует международный аэропорт «Ширак» (код IATA-LWN, код ICAO-UDSG) в городе Гюмри. Функционирование второго аэропорта является ключевым фактором развития региона. «Ширак» был освобожден от налога на воздух в размере 10000 драм с целью сделать его более привлекательным для бюджетных авиаперевозчиков. В ноябре 2016 года российский лоу-костер «Победа», дочерняя компания «Аэрофлота», объявил об осуществлении полетов в аэропорт Гюмри.

Тариф на авиабилеты LWN-VKO-LWN значительно ниже, чем у регулярных рейсов из Еревана. Изучив цены low-cost перевозчика, можно определить, что в разное время стоимость билета VKO-LWN-VKO варьируется от 31000 до 125000 AMD.

Помимо относительно низких тарифов на перелет, авиакомпания совместно с местной транспортной компанией организует шаттлы из аэропорта «Ширак» в Ереван и обратно, что значительно облегчает передвижение туристов между двумя городами.

Главным органом, регулирующим гражданскую авиацию РА, является Главное управление гражданской авиации, в функции которого входят также выдача лицензий местным авиакомпаниям на выполнение рейсов, обеспечение безопасности авиаперевозок и т.д. Некоторым авиакомпаниям в Республике Армения ГУГАРА выдали сертификат эксплуатанта АОС – Air Operator Certificates на осуществление регулярных и нерегулярных рейсов. Среди них: Aircompany “Armenia” LLC, “Atlantis European Airways” LLC и др. ГУГА сотрудничает со многими международными авиационными организациями, такими как: ICAO, ECAC, EASA, МАК, EUROCONTROL, IATA. Именно ГУГА удалось привлечь бюджетного перевозчика в РА.

Армения имеет специфический национальный авиационный рынок. Это объясняется следующими причинами:

- Первое – географическое положение страны. Армения находится на стыке Европы и Азии, что дает потенциал для развития транзитного пункта (хаба) из стран Азии в страны Европы при ведении конкурентной и гибкой ценовой политики в аэропорту «Звартноц». Тем временем аэропорты Дубая, Катара и Стамбула уже частично взяли на себя основной поток транзитных рейсов.
- Во-вторых, в силу ряда исторических обстоятельств, в мире сформировалась огромная армянская диаспора, обеспечивающая значительный процент пассажиропотока.
- В-третьих, из-за сложившихся в стране неблагоприятных экономических условий наблюдается высокий уровень миграции, который также увеличивает пассажирооборот.

Пассажиропоток в обоих аэропортах Армении в период с января по сентябрь 2018 года составил 2,152 млн. чел, что на 11.9% превышает показатель за аналогичный период прошлого года. Более подробная статистика представлена в Таблице 1 [3].

Таблица 1. Изменение пассажиропотока в аэропорту «Звартноц».

Год	Пассажиропоток	Изменение
2010	1,612 016	+21%
2011	1,600 892	-0,7%
2012	1,691 815	+6%
2013	1,691 715	-0,1%
2014	2,045 058	+21%
2015	1,726 545	-15,5%
2016	2,105 540	+10,4%
2017	2, 488 250	+15,3%

Ссылаясь на статистические данные ГУГАРА последних 7 лет, представленные в Таблице 1, можно отметить, что рынок авиаперевозок РА отличается нестабильным ростом, сопровождаемым резкими спадами и подъемами в объеме перевозок. Частично эту ситуацию можно объяснить путем высоких тарифов на авиабилеты.

Цены на авиабилеты формируются из следующих показателей[4]:

- Расходы на топливо – 26%
- Обслуживание пассажиров, багажа и воздушного судна в аэропорту – 26%
- Лизинг, техническое обслуживание, страхование – 16%
- Оплата труда – 10%
- Амортизация – 8%
- Государственные и аэропортовые таксы – 5%
- Прочие расходы – 9%

Авиационное топливо – основная составляющая стоимости авиабилета. Наиболее востребованным на авиационном рынке является топливо для реактивных двигателей Jet A-1, к которому применимы строгие требования по качеству. К примеру, стоимость 1 тонны данного топлива в аэропорту «Звартноц» на 2018 год составляет 850\$. На протяжении долгого времени авиационное топливо в аэропорту «Звартноц» варьировалось от

1100 до 1300 долларов за 1 тонну, что делало его непривлекательным для лоу-кост, а также многих традиционных авиакомпаний. Однако аэропортовые власти пришли к решению снизить стоимость топлива для реактивных двигателей Jet A-1. Одной из причин являлось увеличение объема годового расхода топлива в РА (40000 л.). Несмотря на это, стоимость топлива в аэропорту «Звартноц» одна из самых высоких среди стран СНГ.

Современное воздушное судно имеет высокую начальную стоимость. Новое среднемагистральное воздушное судно стоит около 70 миллионов\$. К примеру, стоимость нового А320 составляет \$96 млн, а широкофюзеляжный самолет стоит более 200 миллионов долларов (А330 \$228 млн).

Не все авиакомпании имеют возможность приобрести такие дорогостоящие самолеты. Как правило, они обращаются к лизинговым компаниям и банкам, в результате чего применяются различные финансовые инструменты и взаимовыгодные формы сотрудничества.

Существуют различные нормативные акты и кодексы, регулирующие лизинг воздушных судов. В отличие от других стран в Армении так и не был принят Воздушный Кодекс и основным правовым актом, регулирующим воздушное сообщение на территории Армении является Закон Республики Армения об авиации от 16 апреля 1997 года. Однако, в связи с необходимостью совершенствования данного Закона, 7 апреля 2007 года были внесены некоторые изменения, в соответствии с которыми в настоящее время заключаются договора с правительствами стран на использование воздушного пространства РА. Лизинг самолетов в Армении регулируется Гражданским кодексом, а также Чикагской Конвенцией (7 декабря 1944 г). Основной правовой проблемой лизинга воздушных судов в Армении является отсутствие закона о лизинге воздушных судов, а также нормативных правовых актов, которые бы регулировали правовые отношения в сфере лизинга воздушного судна.

Еще одной проблемой для Армении является тот факт, что РА полностью не присоединилась к Кейптаунской Конвенции о международных гарантиях в отношении воздушного судна ИКАО. Результатом является

тот факт, что воздушные суда, передаваемые в лизинг армянским перевозчикам, как правило, имеют более высокую стоимость, в сравнении с перевозчиками стран, присоединившихся к Конвенции.

Исходя из вышеперечисленного, нормативно-правовая база, регулирующая лизинговые отношения в Армении, нуждается в усовершенствовании.

Основная проблематика рынка гражданской авиации РА заключается в проведении непротекционистской политики, т.е. государство не поддерживает здешних перевозчиков. Локальные перевозчики необходимы для балансирования цен на рынке, так как посредством здоровой конкуренции возникает наиболее низкая цена на рынке.

Основным фактором, мешающим развитию локальных авиакомпаний, является политика «Открытое небо» (OSA) от 23 октября 2013г., что предполагает либерализацию рынка авиаперевозок. В сущности, OSA устанавливает зону свободной торговли для авиационной промышленности. Политика «открытого неба» предоставляет возможность появления множества традиционных и бюджетных перевозчиков.

Несмотря на вышеуказанные преимущества и большие ожидания от принятия данного закона, OSA оказала больше негативного влияния на авиацию РА, нежели положительного.

Политика «открытого неба» не предполагает паритетные отношения. Рейсы зарубежных авиакомпаний не регулируются Управлением гражданской авиации РА. Они могут выполнять свободные рейсы внутри единого воздушного пространства по заявке и согласованию рейсов с аэропортом назначения, коим является международный аэропорт «Звартноц». Соответственно, зарубежные компании могут осуществлять полеты в Армению с такой частотой, с которой сами желают. Однако для местных перевозчиков имеется значительный риск неутверждения большого количества слота и рейсов с противоположной стороны.

При анализе расписания полетов заметно, что основную часть воздушного трафика из аэропорта «Звартноц» обеспечивают российские авиаперевозчики, что, естественным образом, является большим барьером вступления в отрасль для местных авиаперевозчиков. Именно это и предс-

твляет серьезнейшую опасность для нашего национального авиационного рынка, и заключения будущих соглашений об «открытом небе» должны быть предварительно исследованы на степень возможного отрицательного влияния на наш рынок.

Некоторое время в Армении действовало несколько локальных перевозчиков, таких, как: «Армянские авиалинии», «Армавиа», «Эйр Армения», «Гарон Авиа». С середины июля 2016 г. а/к «Армения» начала осуществлять чартерные рейсы, впоследствии позволившие перевозчику укрепиться на рынке и открыть регулярные рейсы по ключевым направлениям: Москва, Барселона, Тель-Авив, Кельн, Лион, Багдад, Бейрут и другие. Однако с октября 2017 г. а/к прекратила полеты в Москву, причиной чего, естественным образом, послужило вытеснение с данного, наиболее востребованного направления российскими авиаперевозчиками.

Говоря о регулировании авиаперевозок, необходимо отметить высокий процент государственных и аэропортовых такс.

Существуют различные аэропортовые таксы и сборы: сборы за обслуживание пассажиров, таможенная инспекция, обеспечение безопасности полетов, взлет и посадка и т.д. А также сборы, устанавливаемые со стороны авиакомпании, например, топливный сбор находится в прямой зависимости от стоимости авиационного керосина, установленного в базовом аэропорту авиакомпании. В зависимости от маршрута и места оформления авиабилета все таксы, сборы и надбавки бывают двух видов – те, которые применяются при вылете, и те, которые применяются при прибытии. Все таксы и сборы в системе бронирования имеют международное обозначение – двухзначный код. Например, такса, взимаемая с пассажиров, вылетающих из EVN – 10000 отображается как такса AM, топливный сбор обозначается кодом YR, либо YQ.

Зачастую в стоимости билетов эконом класса доля такс составляет более 50% от стоимости билета. К примеру, стоимость билета EVN-DME-EVN на 30.12–07.12 составляет 107833 AMD. Из них 52373 AMD – это тариф а/к, а 55460 AMD (51,4%) – аэропортовые таксы и сборы.

Необходимо привлекать как можно больше лоу-кост перевозчиков на наш рынок воздушных перевозок путем снижения цен на: топливо, слот, наземное обслуживание (aircraft ground handling) и аэропортовые

сборы. Низкобюджетные перевозчики стимулируют перевозки (пассажиропоток лоу-костеров растет ровно в два раза быстрее, по сравнению с другими перевозчиками).

По данным ВТО в 2017 году Армении посетило 1,494 млн. туристов, доля туризма в ВВП Армении на 2017 год составляет 14.3% [5]. Однако 79,9% туристов составляют представители армянской диаспоры, целью визита которых является посещение родственников и этнические корни. Представители диаспоры не проживают в отелях, не приобретают экскурсионные туры, соответственно приносят минимум прибыли в государственный бюджет. Именно поэтому РА необходимо сосредоточиться на увеличении потока иностранных туристов, что прямым образом зависит от географии полетов из аэропорта «Звартноц». На данный момент прямых рейсов в Армению из европейских стран достаточно мало, а время рейса зачастую ночное.

Исходя из вышеизложенного, предлагаются следующие практические предложения.

Государство должно вмешиваться и регулировать ситуацию на воздушном рынке прямым образом:

- Снижение цен на аэропортовое обслуживание, топливо, аэропортовые таксы и сборы.
- Предоставление дополнительных льгот локальным перевозчикам при политике «Открытое небо».
- Формирование паритетных отношений между местными и зарубежными авиакомпаниями.
- Выделение социально значимых маршрутов и введение конкуренции на рынке путем создания альтернативных авиаперевозчиков.
- Выявление четких законов регулировки гражданской авиации.

В завершении необходимо отметить, что в гражданской авиации не бывает саморегулирования рынка. Авиаационный рынок очень хрупкая отрасль, требующая жесткого и четкого контроля, опирающегося на четко сформулированное и адаптированное под конкретный рынок законодательство.

В целом, рынок авиаперевозок в Армении показывает нестабильный циклический рост, сильно зависящий от внешних факторов. География полетов постепенно расширяется. С 1 октября 2018 года новая российская а/к «Азимут», базирующаяся в аэропорту «Платов», начала осуществлять полеты по направлениям Ростов-на-Дону- Ереван–Ростов-на-Дону и Ставрополь–Ереван–Ставрополь, а а/к «Уральские авиалинии» с декабря 2018г. открывает направление Волгоград–Ереван–Волгоград. Высокий спрос имеют направления Бейрут–Ереван–Бейрут, Багдад–Ереван–Багдад и Тель-Авив–Ереван–Тель-Авив. Помимо этого, есть перспектива развития малой авиации посредством внутренних перелетов между городами Ереван и Капан.

Результаты исследования подтвердили факт, что Армения имеет большой потенциал для развития воздушных перевозок и индустрии туризма. Расширение географии полетов и рост спроса на разные направления создают предпосылки для вступления в отрасль местных и иностранных перевозчиков, что, в свою очередь, приведет кросту туристического потока.

ЛИТЕРАТУРА

1. Уланов Н. Дорогая жизнь: из чего складывается цена на авиабилет /новостной телеканал РБК // <http://www.rbc.ru/opinions/economics/02/09/2015/>
2. Авиационная статистика [Эл. ресурс] / Официальный сайт ГУГА: URL: <http://aviation.am/index.php/en/statistics/262>
3. The Statistics Portal/Мировой туристический поток [Эл. ресурс] / URL: <http://www.statista.com/statistics/273694/international-tourist-arrivals-by-region-of-origin-worldwide/>
4. International tourist arrivals grow 5pc. [Эл. ресурс] / Trade Arabia business news information // http://www.tradearabia.com/news/TTN_348200.html
5. Ежегодный отчет ВТО/UNWTO Tourism Highlights. 2017. 8с.

THE IMPROVEMENT OF AIR TRANSPORTATION REGULATIONS AS THE DEVELOPMENT WAY OF TOURISM INDUSTRY IN ARMENIA

R. Ohanyan, N. Shahnazaryan

ABSTRACT

The tourism industry is one of the leading areas of development in the Armenian economy. However, underdeveloped infrastructure and high transportation tariffs create barriers for potential tourists. It is necessary to provide adequate infrastructure to increase tourism, as air transportation is the main source of tourist flow to Armenia.

This article considers the relationship between the tourism industry and air transportation, discloses the main problems in control and coordination between the said industries, and suggests appropriate proposals for implementation.

Keywords: tourism industry, air transportation regulations, “open skies” policy, passenger flow, low-cost airlines.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СФЕРЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

А.В. Ткаченко

Российско-Армянский университет

tkanjela@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены понятие риска, их классификация, основные направления и методы управления, в частности, в сфере мобильной связи. Поиск рациональных решений в области управления рисками в данной сфере остается одной из важнейших задач эффективного функционирования и развития инновационной деятельности.

В статье также представлены этапы развития сетей мобильной связи, лидеры по использованию мобильных сетей. Отдельно рассмотрена Армения и положение операторов мобильной связи в СНГ.

Ключевые слова: управление, риски, инновации, мобильная связь.

Введение

Переход к рыночной экономике заставил менеджеров и предпринимателей прибегнуть к смелым и решительным действиям, связанным с риском. Брать риск и управлять им – это неотъемлемая часть искусства управления. Умение манипулировать риском особенно ценно при внедрении инноваций в компании, так как не известны последствия сделанных шагов. Чаще всего риск воспринимается с отрицательной стороны его реализации, и это заставляет людей очень серьезно задумываться над проблемой управления рисками. Тем более, что с развитием человечества количество рисков увеличивается, а вместе с ними и отрицательные последствия. Но не рисковать – значит не пробовать новое и оставаться на

одном и том же уровне развития, что равносильно проигрышу. Поэтому стоит серьезно подходить к оценке риска и действовать.

Материал

Термин риск подразумевает «измеримую неопределенность» или «вероятностную (стохастическую) определенность», когда известно распределение случайной величины моделируемой рискованной ситуации. «Неопределенность» описывает ситуацию, исход которой не определен и вероятности не известны, иными словами, существует «неизмеримая определенность». «Неопределенность должна быть принята радикально отличным образом от риска, что никогда не было сделано» [1]. Неопределенность не поддается количественному измерению, и его объемы выявить тоже невозможно. Поскольку риск можно измерить, понять его объем, и что мы получим в конце, от него легче и застраховаться.

Риски имеют свою классификацию и распределения по отдельным группам. Каждая классификация и группа имеет свой особый подход к решению. Условно риски можно подразделить на 3 категории:

- По источнику возникновения;
- По причине появления;
- По отношению к страхованию.

Риск связан с неопределенностью при разработке управленческих решений. Если неопределенность нулевая, то и риск нулевой. Если неопределенность имеет низкий уровень, то и результат принятия риска чаще всего получится положительным. Средний и высокие уровни неопределенности ведут к отрицательному выходу риска. А сверхвысокий уровень риска не оставляет шансы на положительный результат.

$$\text{Риск} = \text{Вероятность происшествия} * \text{понесенные утраты}$$

Целями управления риска являются:

- Идентификация возможных рисков;
- Устранение или локализация риска;
- Обеспечение рациональной основы для принятия более обоснованных решений в отношении всех рисков;
- Планирование.

Индустрия мобильной связи наполнена различными видами рисков, и они могут быть настолько критичны, что приведут к срывам проектов и убыткам компании. Чтобы предотвратить неблагоприятные последствия, компания должна управлять рисками, или, иначе говоря, иметь систему риск-менеджмента. Риск-менеджмент – это наука и искусство управления риском инвестиционной деятельности, основанные на долгосрочном прогнозировании, стратегическом планировании, выработке обоснованной концепции и программы, адаптированной к неопределенности системы предпринимательства, позволяющей не допускать или уменьшить неблагоприятное воздействие на результаты воспроизводства стохастических факторов и главное – получать в конечном счете доход [2].

Целью риск-менеджмента в сфере мобильной связи является повышение вероятности реализации проектов по инновациям с получением прибыли, несмотря на существующие риски. То есть следует принимать решения по внедрению инноваций, реализация которых не является высокорискованной, оценивать наличие и масштаб рисков в данных проектах, вести постоянный мониторинг ситуации, хеджировать выявленные и прогнозируемые риски, а также подготовить рабочий персонал для минимизации внутренних рисков. Каждый сотрудник является управляющим рисками на микроуровне.

Метод лимитирования позволит ограничить сумму вложений капитала в проекты. Немаловажным будет распределение риска. Сущность метода заключается в передаче полномочий тем звеньям, которые лучше могут справиться с данным видом риска. Например, при переходе от одного поколения связи к другому предпочтительнее будет отдать работу по установке и проведению оборудования специализированной компании, если данный отдел не присутствует в компании. Также следует позаботиться о надежности партнера по осуществлению проекта.

Метод резервирования обеспечивает надежность функционирования системы за счет формирования резерва, из которого возмещается ущерб из-за одного из элементов системы. Величина резерва должна быть равной или превышающей величину возможных потерь, однако затраты на содержание резервов не должны превышать издержки, связанные с восстановлением отказа системы [3].

Для оценки рисков следует прибегнуть к трем группам методов оценки рисков: количественные методы, качественные методы и метод экспертной оценки.

Из количественных методов наиболее подходящими являются: статистический метод, метод проверки устойчивости или иначе расчета критических точек, метод сценариев и имитационное моделирование.

Среди методов качественной оценки больше всего применяются те, которые позволяют найти вероятность наступления неблагоприятных событий. Например, метод дерева событий, который дает картину физических процессов, приводящих к критическим состояниям. Следующим методом является метод «события-последствия». Метод деревьев отказов применяется для минимизации рисков, связанных с оборудованием и технологиями.

При экспертном методе список экспертов можно расширить включением страховых компаний, банковских учреждений, которые производят систематическую качественную и количественную оценку рисков своих клиентов и могут предоставлять необходимую информацию.

Какую бы инновацию не осуществляла компания, лучше всего после ее внедрения активно подключать маркетинг с целью информирования имеющихся клиентов и привлечения новых пользователей.

Инновации в сфере мобильной связи могут затрагивать следующие области: технологические, социальные, организационно-управленческие, экономические, информационные, маркетинговые, а также экологические. Когда компания вносит нововведения, это всегда сопряжено с риском, так как не ясно, как на это отреагирует рынок.

Для того чтобы представить глобальные инновации в сфере мобильной связи, представим этапы развития поколений сетей.

- 1G – 1980-ые. Была аналоговая передача речи. Связь была дорогой и не популярной.
- 2G – 1990-ые. Цифровая передача речи. SMS.
- 3G – 2000-ые. Пакетная передача цифровых данных. Голосовые и видео-звонки через интернет, прослушивание музыки и просмотр видео в интернете. Передача данных – 3,6 Мбит/с.
- 4G – 2010-ые. Больше покрытие, передача данных 1 Гбит/с.

На данный момент самой распространенной является сеть 4G. Страны-лидеры по использованию представлены ниже (График 1).

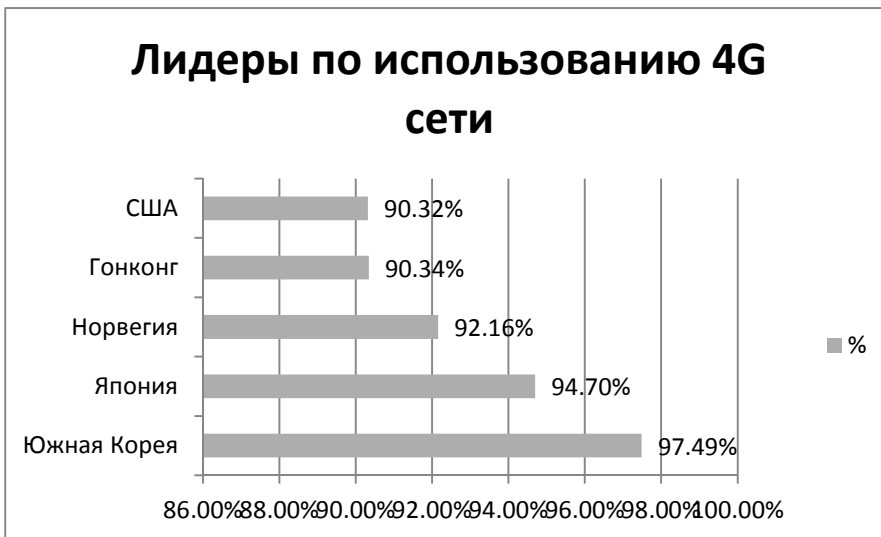


График 1. Страны-лидеры по пользованию 4G сетью [3].

Возможности для развития в индустрии мобильной связи связаны со следующим поколением беспроводной связи (5G). Доказано, что на сегодняшний день объем обмена данными растет неуклонно, и операторы мобильной связи должны быть способны обеспечивать передачу данных информационных массивов. Например, объем данных, потребляемый поколением Z к 2020 году, будет измеряться зетабайтами. Учитывая это, многие компании работают в направлении перехода от сетей 4G к 5G. 5G сеть позволит передавать большие объемы данных беспроводными технологиями, обеспечит большую скорость и непрерывность связи. 1 октября 2018г. первой компания Verizon запустила сеть 5G в США.

По данным 2016 года в Армении 70% населения является активными пользователями интернета (2,13 млн. людей). 23% населения являются активными пользователями мобильного интернета, а подписки пользования мобильным интернетом составляют 3,66 млн. с учетом того, что один и тот же человек может иметь несколько мобильных устройств.

В РА лидером в сфере мобильной связи является Viva Cell MTS, на втором месте находится Ucom, а на третьем Beeline. Покрываемость РА составляет 90%.

На данный момент в мире, особенно на территории СНГ, существует следующая проблема – операторы не успевают генерировать достаточный объем финансовых средств для покупки / разработки и внедрения инновационных технологий. Каждый из операторов борется за своих клиентов, предлагая всевозможные акции и нововведения, а также должен иметь возможность реализации новых технологий. Также операторы не уверены, что затраты на внедрение новых технологий себя окупят. Но, учитывая растущие потребности клиентов, операторы должны идти в ногу со временем и отвечать на их запросы, чтобы оставаться в игре. Те услуги, которые операторы связи продают, должны монетизироваться. Политика удержания клиентов сдерживает создание стоимости. Так как технологии развиваются ежесекундно, то жизненный цикл технологических услуг сокращается, и порой инвестиции не вполне успевают окупиться. Технический прогресс без риска происходить не может, поскольку затраты и результаты растянуты во времени и только в некоторых случаях они могут быть предвидены. Развитие и продвижение в любой сфере, в частности, в сфере мобильной связи не могут быть выполнены без инновационного процесса, который всегда сопровождается риском и, следовательно, важным является выявление рисков, их тщательная оценка и создание системы риск-менеджмента для их постоянного мониторинга.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Knight F.H.* Risk, Uncertainty and Profit. New York. Hart, Schaffner and Marx. 1921. P. 19.
2. *Ермасова Н.Б.* Риск-менеджмент организации. М.: Альфа-Пресс. 2005. С. 117.

Интернет-источники

1. <https://www.statista.com/statistics/635841/4g-time-availability-by-country-worldwide/>
2. <http://investobserver.info/metody-upravleniya-innovacionnymi-riskami/>

FEATURES OF RISK MANAGEMENT IN THE FIELD OF MOBILE SERVICES

A. Tkachenko

ABSTRACT

The article discusses the concept of risk, their classification, the main directions and methods of management, particularly in the field of mobile communications.

The search for rational decisions in the field of risk management is one of the most important tasks of effective functioning and development of innovative process.

The article also presents the stages of development of mobile networks, the situation on the leaders of the use of mobile networks. Also we analyzed situation with mobile companies in Armenia and CIS.

Keywords: management, risks, innovations, mobile services.

УСТОЙЧИВЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ДЕСТИНАЦИЙ

Ж.А. Бахшецян

Российско-Армянский Университет

zhanna.bakhshetsyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

Сфера туризма является одним из быстро развивающихся секторов мировой экономики. На протяжении последних десятилетий количество международных туристических посещений значительно увеличилось. С каждым годом в мире все чаще появляются новые туристские предложения, популярные направления и дестинации, которые привлекают достаточно большое число туристов.

Сегодня актуальным направлением в туризме считается устойчивый туризм, целью которого должны быть сбалансированность и устойчивость развития туристских дестинаций. В данной статье будут рассмотрены основные предпосылки и тенденции развития устойчивого туризма и его влияние на дестинации.

Ключевые слова: устойчивый туризм, дестинация, управление дестинацией, устойчивое развитие.

Сфера туризма представляет собой огромную индустрию, которая сегодня является одной из важнейших частей в экономике большинства стран и имеет особое влияние на различные сферы деятельности, такие как социальная, экономическая, экологическая, культурная и т.д. Тем самым, сфера туризма является уникальной отраслью, которая прямо и косвенно воздействует на экономику региона и на его социальную политику, культуру, традиции, образ жизни, здоровье нации и природную среду. Для многих развивающихся стран именно сфера туризма является способом

обеспечения экономического роста и активности, трудоустройства населения, благоприятного уровня жизни населения.

Согласно данным Всемирного совета по путешествиям и туризму (World Travel & Tourism Council (WTTC)) сфера туризма в 2018 году внесла 8.8 трлн. долларов США в мировую экономику, что соответствует 10,4% мирового ВВП. Индустрия туризма уже 8 раз опережает общий рост экономики за последние годы, составив 3,9% в 2018 году, что быстрее, чем рост мировой экономики в 3,2%. Во всем мире более 319 млн. человек работают в индустрии туризма и путешествий, и с каждым годом общее число занятых в этой сфере все время растет. Сегодня 10% от общего числа занятых людей во всем мире составляют работники индустрии туризма. Согласно прогнозам, в течение следующих 10 лет в сфере путешествий и туризма будет создано 100 миллионов дополнительных рабочих мест: каждая 4 новая работа будет создана сектором в течение следующего десятилетия [1].

В различных документах ООН и Всемирной туристской организации (ЮНВТО) достаточное внимание уделяется индустрии туризма и путешествий. В последнем документе под названием «Повестка дня по устойчивому развитию в период до 2030 года» особое место занимают проблемы туризма, которые представлены в Целях устойчивого развития под номерами 8, 12, 14 с отдельными задачами и пунктами 8.4, 8.9, 12.8, 12.8b, 14.7, охватывающие современные проблемы данной сферы (см. таб. 1.) [2].

Таблица 1. Основные цели и задачи устойчивого развития.

Цели и задачи устойчивого развития	
Цель 8. Содействие неуклонному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и производительной занятости и достойной работе для всех.	Задача 8.4. На протяжении всего срока до конца 2030 года постепенно повышать глобальную эффективность использования ресурсов в системах потребления и производства и стремиться к тому, чтобы экономический рост не сопровождался ухудшением состояния окружающей среды, как это предусматривается Десятилетней стратегией действий по переходу к использованию рациональных моделей потребления и производства,

	<p>причем первыми этим должны заняться развитые страны.</p> <p>Задача 8.9. К 2030 году обеспечить разработку и осуществление стратегий поощрения устойчивого туризма, который способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции.</p>
<p>Цель 12. Обеспечение рациональных моделей потребления и производства</p>	<p>Задача 12.8. К 2030 году обеспечить, чтобы люди во всем мире располагали соответствующей информацией и сведениями об устойчивом развитии и образе жизни в гармонии с природой.</p> <p>12.8.b Разрабатывать и внедрять инструменты мониторинга влияния, оказываемого на устойчивое развитие устойчивым туризмом, который способствует созданию рабочих мест, развитию местной культуры и производству местной продукции.</p>
<p>Цель 14. Сохранение и рациональное использование океанов, морей и морских ресурсов в интересах устойчивого развития.</p>	<p>Задача 14.7. К 2030 году повысить экономические выгоды, получаемые малыми островными развивающимися государствами и наименее развитыми странами от экологически рационального использования морских ресурсов, в том числе, благодаря экологически рациональной организации рыбного хозяйства, аквакультуры и туризма.</p>

Кроме предложенных и выделенных ООН основных целей для развития туризма, на наш взгляд, к данному списку, можно добавить также следующие дополнительно-косвенные задачи из документа «Повестка дня по устойчивому развитию в период до 2030 года» для полноценного и системного представления проблем сферы туризма (см. табл. 2) [3].

Исходя из таблиц 1 и 2, следует, что в программе ООН представлены новейшие направления развития – «устойчивый туризм» и «устойчивое развитие туризма», под которыми понимается процесс развития, происходящий без нанесения ущерба туристическим ресурсам и дестинациям, природе и экологии.

Таблица 2. Дополнительно-косвенные цели и задачи устойчивого развития туризма.

Цели	Задачи
<p>Цель 9. Создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям</p>	<p>Задача 9.1. Развивать качественную, надежную, устойчивую и стойкую инфраструктуру, включая региональную и трансграничную инфраструктуру, в целях поддержки экономического развития и благополучия людей, уделяя особое внимание обеспечению недорогого и равноправного доступа для всех.</p> <p>Задача 9.5 Активизировать научные исследования, наращивать технологический потенциал промышленных секторов во всех странах, особенно развивающихся странах, в том числе путем стимулирования к 2030 году инновационной деятельности и значительного увеличения числа работников в сфере НИ-ОКР в расчете на 1 млн. человек, а также государственных и частных расходов на НИОКР.</p> <p>9.a Содействовать развитию экологически устойчивой и стойкой инфраструктуры в развивающихся странах за счет увеличения финансовой, технологической и технической поддержки африканских стран, наименее развитых стран, развивающихся стран, не имеющих выхода к морю, и малых островных развивающихся государств.</p>
<p>Цель 11. Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и экологической устойчивости городов и населенных пунктов</p>	<p>Задача 11.4. Активизировать усилия по защите и сохранению всемирного культурного и природного наследия. 11.a. Поддерживать позитивные экономические, социальные и экологические связи между городскими, пригородными и сельскими районами на основе повышения качества планирования национального и регионального развития.</p>
<p>Цель 15. Защита и восстановление экосистем суши и содействие их рациональному использованию, рацио-</p>	<p>Задача 15.4. К 2030 году обеспечить сохранение горных экосистем, в том числе их биоразнообразия, для того чтобы повысить их способность давать блага, необходимые для устойчивого развития.</p>

<p>нальное лесопользование, борьба с опустыниванием, прекращение и обращение вспять процесса деградации земель и прекращение процесса утраты биоразнообразия</p>	<p>Задача 15.5. Незамедлительно принять значимые меры по сдерживанию деградации природных сред обитания, остановить утрату биологического разнообразия и к 2020 году обеспечить сохранение и предотвращение исчезновения видов, находящихся под угрозой вымирания.</p> <p>Задача 15.9/ 15.a. Мобилизовать и значительно увеличить финансовые ресурсы из всех источников в целях сохранения и рационального использования биологического разнообразия и экосистем.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Всемирная туристская организация выделяет 12 приоритетных целей устойчивого развития туризма:

1. Экономическая жизнеспособность – гарантированная жизнеспособность и конкурентоспособность туристских дестинаций и предприятий с учетом обеспечения выгоды на долгосрочной основе.

2. Местное процветание – максимизация вклада и роли туризма в развитии дестинаций, включая сохранение баланса и пропорций туристской нагрузки на регион.

3. Качество занятости – увеличение количества и качества местных рабочих мест, созданных и поддерживаемых туризмом, включая уровень оплаты труда, условия обслуживания и доступности для всех без дискриминации по половым, расовым признакам, по инвалидности или другим причинам.

4. Социальная справедливость – добиваться широкого распространения принципа распределения экономических и социальных выгод с туризма во всех принимающих сообществах, включая улучшающиеся возможности, доход и услуги, доступные бедным.

5. Доступный туризм – обеспечение безопасного и комфортного туризма для всех посетителей независимо от пола, расы, физических возможностей и т.д.

6. Местный контроль – привлечение местных сообществ к планированию и принятию решений об управлении и будущего устойчивого развития туризма в регионе.

7. Благополучие общества – поддержание повышения качества жизни в местных сообществах, включая социальные структуры и доступ к ресурсам, удобствам, избегая любой формы социальной деградации или эксплуатации.

8. Культурное богатство – уважение и приумножение исторического наследия, подлинной культуры, традиций и особенностей принимающих общин и регионов.

9. Физическая целостность – сохранение и улучшение как городских, так и природных ландшафтов, не допуская их визуального или физическое разрушения.

10. Биологическое разнообразие – поддержание и сохранение природных территорий, сред обитания и дикой природы, минимизируя ущерб и наносимый вред.

11. Эффективность ресурса – минимизирование использования недостаточных и невозобновляемых ресурсов в развитии туризма и туристской деятельности.

12. Экологическая чистота – минимизирование производства отходов и загрязнения воздуха, воды и земли туристскими предприятиями и посетителями.

Под термином «устойчивый туризм» подразумеваются несколько видов туризма, которые имеют похожие смысловые значения с данным понятием, например:

- Ответственный туризм (responsible tourism);
- Мягкий туризм;
- Альтернативный туризм;
- Природно-ориентированный туризм (эко-, агро-, сельский, деревенский, зеленый).

В 2017 году «Устойчивый туризм» был объявлен приоритетным направлением в интересах концепции устойчивого развития и, на наш взгляд, это подтверждает и обосновывает актуальность проведения различных исследований в этой области.

Основные принципы устойчивого туризма [4]:

- путешествия и туризм должны помочь людям в достижении гармонии с природой;

- путешествия и туризм должны внести свой вклад в сохранение, защиту и восстановление экосистем;
- путешествия и туризм должны основываться на жизнеспособных моделях производства и потребления;
- политика протекционизма в торговле путешествиями и туристическими услугами должна быть частично или полностью изменена;
- защита окружающей среды должна составлять неотъемлемую часть процесса развития туризма;
- проблемы развития туризма должны решаться с участием заинтересованных граждан (местных жителей), с планированием решений, принимаемых на местном уровне;
- государства должны предупреждать друг друга относительно естественных бедствий, которые могут затрагивать непосредственно туристов или туристические сферы;
- путешествия и туризм должны способствовать созданию рабочих мест для женщин и местных жителей;
- развитие туризма должно обеспечивать и поддерживать культуру и интересы местных народов;
- индустрия туризма и путешествий должна базироваться на международном праве в сфере защиты окружающей среды.

Всемирная туристская организация (ЮНВТО) определяет устойчивый туризм как «туризм, который полностью учитывает его нынешние и будущие экономические, социальные и экологические последствия, удовлетворяя потребности посетителей, промышленности, окружающей среды и принимающих общин (дестинаций)».

В современной научной литературе и в трудах различных зарубежных и российских ученых термин «дестинация» используется сравнительно недавно и встречается с различными интерпретациями и похожими определениями, такие как «туристский регион», «туристский район», «рекреационный регион», «рекреационный район» [5, 6].

На проблематику данной темы обратили внимание Н. Лейпер, С. Купер, Р. Батлер, Ф. Котлер, Т. Биегер, М.А. Морозов, С.С. Николаев,

М.Б. Биржаков, А.И. Зорин, Т.А. Себекина, А.К. Гергишан, А.И. Тарасенок, которые определили и раскрыли термин дестинация [7, 8–10].

Само слово «дестинация» в переводе с английского “destination”, означает цель путешествия, место назначения и пункт назначения, которое имеет определенные географические границы.

Согласно определению Всемирной туристической организации (ВТО), дестинация является физическим пространством, где посетитель проводит время, по крайней мере, с одной ночевкой. Дестинация включает в себя туристские продукты, то есть услуги и аттракции и туристские ресурсы в пределах одного дня путешествия. Данное пространство имеет физические и административные границы, которое определяет способ его управления и его рыночную конкурентоспособность.

Дестинация – географическая территория, которая обладает достопримечательностями и является привлекательной для туристов. Для того чтобы местность или географическую территорию назвать туристской дестинацией, она должна отвечать следующим основным требованиям:

- наличие определенного набора услуг и удобств, которые необходимы для принятия туристов – размещение, питание, развлечения и т.д.;
- наличие достопримечательностей, как природных, так и культурных памятников;
- доступность – инфраструктурные, информационные и коммуникационные системы.

Развитие дестинации предполагает определенную структуру управления сферой туризма на данной туристской территории.

В качестве индикаторов развития устойчивого туризма в дестинациях, наиболее часто используются следующие:

- рост количества туристов;
- доля туристов, которые остаются в дестинации на ночь;
- изменение количества конкурирующих дестинаций;
- средние расходы туристов;
- доля дестинации на рынке аналогичных туристических услуг;
- интенсивность и способ пропаганды и др.

По степени развития дестинаций различают реальную и перспективную виды. По степени нагрузки классифицируются на:

- слабо нагруженная;
- оптимально нагруженная;
- максимально нагруженная;
- перегруженная.

Таким образом, необходимым требованием развития туристских дестинаций является системное управление всеми выше перечисленными принципами и индикаторами, которые должны быть направлены на сохранение окружающей среды, экономическим и социально-культурным аспектам развития туризма. Между всеми этими аспектами должен быть установлен определенный баланс, чтобы обеспечить и гарантировать долгосрочное развитие дестинации и ее устойчивость.

На наш взгляд, устойчивый туризм как новейшее направление будет способствовать реализации принципов концепции устойчивого развития и обеспечит долгосрочную эффективность в организации и управлении туристскими дестинациями.

Считаем, что развитие сферы туризма, благодаря устойчивому туризму, будет способствовать повышению уровня осведомленности и информированности об окружающей среде, ее сохранению и защите, уважению к дикой природе, флоре и фауне, биоразнообразию, экосистемам, культурному разнообразию и улучшению благосостояния местных общин и средств к их существованию, тем самым поддерживая местную экономику и человеческую, природную среду в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism Economic Impact 2019 – March 2019. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2019/world2019.pdf>
2. Преобразование нашего мира: Повестка Дня в области устойчивого развития на период до 2030 года. Ер., 2016.
3. Официальный интернет-сайт ООН. Цели устойчивого развития <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/sustainable-development-goals/>

4. *Шимова О.С.* Устойчивый туризм. Мн.: РИПО. 2014. 158 с.
http://tempus.bseu.by/files_new1/09_2111_ustoich_turism.pdf
5. *Биржаков М.Б.* Правовое регулирование туристской деятельности. С-Пб.: НП Изд. «Невский Фонд». 2011. 522с.
6. *Тарасенок А.И.* Геоэкономический механизм обеспечения конкурентоспособности туристической дестинации. Мн. РИПО. 2014. 144с.
7. *Cooper C., Fletcher J., Gilbert D. & Wanhill S.* Tourism: principles and practice. London. Pitman. 1993. С. 85.
8. *Bieger, T.* Destinations Management. Oldenburg, München und Wien. 2008.
9. *Butler R.W.* The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution: Implication for Management of Resources / R.W. Butler // Canadian Geographer. 1980. Vol. 24, № 1. PP. 5–12.
10. *Leiper N.* The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry // Annals of Tourism Research. 1973. № 6 (4). PP. 390–407.

SUSTAINABLE TOURISM AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF DESTINATIONS

Zh. Bakhshetsyan

ABSTRACT

Today, tourism is considered to be one of the fastest growing sectors of the global world economy. The number of international tourist visits has increased significantly over the past decades. Every year new tourism offers, popular directions and destinations are increasingly appearing in the world, which attract a large number of tourists.

Today, sustainable tourism is one of the actual directions in tourism, which aim should be the balance and sustainable development of tourism destinations. This article is discusses the basic prerequisites for tourism development, sustainable tourism trends and their impact on destinations.

Keywords: sustainable tourism, destination, destination management, sustainable development.

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ШИРАКСКОГО МАРЗА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЙ

М.О. Кандилдзян¹, С.С. Оганисян²

¹Российско-Армянский университет

²Институт экономики и бизнеса

hovhannes.kandiljyan@hotmail.com, susanna_hovhannisyan_95@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье проводится комплексная оценка туристического потенциала марза Ширак, позволяющая выявить роль и значение туристических ресурсов в организации определенных видов туризма. Были изучены современные проблемы, которые являются барьером развития туризма в данном регионе. В ходе работы был проведен опрос и представлены результаты, которые послужили основой для проведения работы. Сделаны соответствующие выводы и предложения.

Ключевые слова: Дестинация, туристический потенциал, инфраструктура, туристические маршруты.

Ширак – один из тех регионов Армянского нагорья, где человек проживал еще с эпохи каменного века. Различные археологические раскопки – поселения, руины разрушенных крепостей, некрополи, различные приборы – были найдены в этой местности еще в 1860–1970 гг. Еще в 1875 году в Александрополе (Гюмри), на территории под названием «Могила солдата» были найдены предметы из бронзы, принадлежащие к третьему тысячелетию до н.э., по всей территории города были найдены археологические памятники, принадлежащие периоду, начиная с третьего тысячелетия до позднего Средневековья, свидетельствующие о наличии древнейшего поселения. Ширак внес свой вклад в экономическую, политическую

и культурную жизнь армянского народа. В эпоху правления династии Багратидов (IX–XII вв.) еще более увеличивается роль Ширака в культуре Армении. Именно в эту эпоху были сооружены такие неповторимые памятники культовой архитектуры, как Ереруйкская базилика, Аричский и Мармашенский монастырские комплексы, церкви Гюмри и Артика, а также шедевры архитектуры исторического Ширака, каждая из которых занимает свое почетное место в ряде памятников средневекового зодчества.

Марз интересен также гражданской архитектурой, более ярко выраженной в городах, в частности, Александрополь-Гюмри, получивший особый колорит. Он ярко выражен городской застройкой и архитектурой жилых домов. Особое место занимают музеи, которые охватывают историческое ядро города. Это придает городу особый колорит и выделяется своим неповторимым обликом, что является главной целью посещения туристов в Ширак [3, 24].

На севере региона сохранилось много природных памятников еще с давних времен. Природные памятники преобладают в основном на севере региона, а на юге в основном много рукотворных памятников. Известно, что именно наличие природных и рукотворных ресурсов влияют на развитие туризма, так как в марзе их много, сначала перечислим природные ресурсы и их влияние на развития туризма в марзе Ширак.

1) Река Ахурян. Ахурянское водохранилище. Развитие рыболовства, экотуризма

2) Озеро Арпи. Способствует развитию экотуризма, агротуризма, рыболовства.

3) Водопад Трчкан. Развитие экотуризма, джиптуры.

4) Лесанасевере. Лечебный туризм (выше 2000 м). Наличие альпийской и субальпийской зоны.

5) Ашоцк, Крашен, Сепасар, Ацик. Зимний туризм, лыжный, сноуборд. Большой популярностью пользуется горнолыжный комплекс Ашоцк, который уже соревнуется с Цахкадзором.

6) Наличие сильных ветров в марзе. Развитие кайтинга. Кайтинг – вид спорта, во время которого катаются на кайте (воздушный змей, доска).

7) Джаджурский перевал. Развитие экотуризма.

8) Наличие лечебных трав, природа также способствует развитию лечебного и экотуризма. Здесь можно развить медицинский туризм не только при помощи высотных местностей и минеральных вод, но также при помощи лечебных трав. В марзе имеется много видов трав.

9) Национальный парк «озеро Арпи». Данный парк играет огромную роль во всей стране. В национальном парке созданы все условия для туристов, чтобы полезно и с удовольствием провести время.

Кроме природных, на территории сохранились также рукотворные памятники:

1) **Монастырский комплекс Арич**. Памятник монастыря Арич расположен на скалистом мысу у подножия западного склона г. Арагац. Здесь же, в одноименном селении, известном со II в. до н.э., сохранились руины древнейших укреплений. На сельском кладбище остались также руины небольшой однефной базилики V в. и интересные надгробья V–VII вв. с орнаментированными стелами, которые сейчас экспонируются в историческом музее Армении [4, 12].

2) **Монастырский комплекс Мармашен**. На трассе, в долине реки Ахурян, немного ниже основного плато, расположились памятники монастыря Мармашен. Изначально данное село было расположено на левом берегу рек Ахурян, позже оно было перенесено на юго-восток. В свое время его, несомненно, окружали сады с ажурным рисунком, которые хорошо гармонировали с изысканным рисунком украшенных декором монастырских стен.

3) **Ереруйкская базилика** – одно из наиболее древних церковных сооружений Армении, расположенное близ села Пемзашен Анийского района. Раньше здесь было поселение, которое имело название «Ереруйк», отсюда название самой базилики. Ереруйк – прямоугольное монументальное сооружение IV–V вв., возведенное на внушительном ступенчатом основании, представляет собой трехнефную базилику раннехристианского периода. В данный момент она находится под государственной охраной, а также стоит в очереди для приобретения статуса культурного памятника, охраняемого со стороны ЮНЕСКО [7].

Особой дестинацией является сам Гюмри. Город Гюмри является городом искусств, ремесла и культуры. Это не просто название, которое получил город, а это звание, которое было заслужено в течение многих веков. Ремесло и искусство всегда были на высоком уровне, именно поэтому Гюмри отличается своей уникальной архитектурой. Основные существующие памятники и церкви: Церковь Сурб Аствацацин (Св. Богородицы) или церковь «Семи Страстей», Церковь Сурб Аменапркич (Св. Спасителя), Католическая церковь, Церковь Сурб Григор Лусаворич, Церковь патриарха Святого Михаила, дома-музеи Аветика Исаакяна, Ованеса Шираза, Меркурова, музей Мгера Мкртчяна, Этнографический музей народной архитектуры и быта Гюмри, Музей сестер-художниц Асламазян, Историко-архитектурный музей-заповедник «Кумайри».

В Гюмри посредством Министерства культуры решили открыть самый крупный в Армении Геологический музей, что будет способствовать потоку туристов.

Был составлен SWOT-анализ региона на основе опроса, в котором участвовало около 70 человек:

Сильные стороны инфраструктуры марза Ширак:

- Наличие историко-культурных и природных ресурсов;
- Наличие объектов размещения и питания;
- Наличие аэропорта;
- Гостеприимный народ;
- Появление различных мастерских;
- Наличие музеев.

Слабые стороны:

- Дороги во многих частях марза и вторичных улиц Гюмри в плохом состоянии;
- Отсутствие туалетов в городах и на дорогах;
- Отсутствие объектов размещения и магазинов в большинстве селах марза Ширак;
- Медленное обслуживание в ресторанах;
- Полуразрушенные здания после землетрясения;
- Отсутствие отопления в музеях города Гюмри;

- Малое количество туристических компаний;
- Потребность в высококвалифицированном персонале.

Возможности:

- Строительство новой дороги Север-Юг;
- Создание геологического музея;
- Снижение цен на билеты самолетов;
- Увеличение платежеспособного спроса за счет повышения уровня жизни населения;
- Повышение уровня обслуживания;
- Создание рекламы;
- Новые направления в Европу через аэропорт Ширак.

Угрозы:

- Экономический спад;
- Неблагоприятные изменения климата;
- Сейсмичная зона.

Был составлен опрос. Опросе участвовали около 70 человек, 18–70 лет, в основном студенты, преподаватели люди различных профессий. Основные вопросы задавались насчет частоты посещения региона, недостатков и предложений для развития туризма региона. Результаты опроса наглядно можно увидеть ниже:

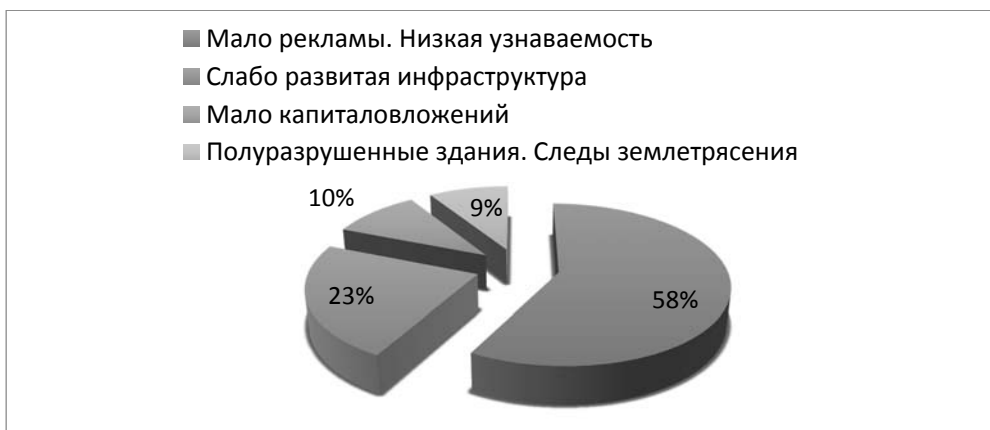


Рисунок 1. Результаты опроса: «Основные проблемы развития туризма в марзе Ширак».

Действующие туры. Предлагается продвижение:

1. Лыжный туры в Ашоцке;
2. Гюмри-площадка для съемок;
3. Арт-Тур-Гюмри;
4. Архитек-Тур-Гюмри;
5. Алекпол и его люди (Гюмри).

Предлагаемые новые туры:

Тур1: Ереван (Другая местность)–Гюмри–село Джаджур–водопад Трчкан–Ереван (Другая местность).

Тур2: Ереван (Или же прямо из Гюмри)–Гюмри-Оз. Арпи–Национальный парк «Озеро Арпи»–Село Дарик (двухдневный тур).

Тур3: Город Гюмри (фестиваль дудука и фольклорный тур)–Монастырь Мармашен–село Цак Кар

Тур4: Католический тур в Гюмри: посещение католической церкви, католических зданий и мероприятий

Тур 5: Джиптур к водопаду Трчкан.

Реализация данных туров может происходить со стороны гюмрийских туроператоров или туроператоров всей Армении, также по принципу партнерства.

При разработке новых маршрутов необходимо:

- Учитывать спрос потребителей;
- Изучить рынок;
- Расчитать маршрут;
- Следить за прохождением тура;
- Обеспечивать безопасность туристов;
- Предоставить туристам всю необходимую информацию

Продела в такую работу, стало ясно, что Ширакский марз обладает высоким потенциалом для развития туризма. Однако здесь нужно решить некоторые проблемы – такие, как состояние дорог, инфраструктура, квалификация кадров, а также необходимо проинформировать туристов о такой местности, т.е. необходима профессиональная реклама, хороший маркетинг. Здесь необходима как поддержка государства, так и различных туристических организаций. Решив эти проблемы и развивая туризм, можно также улучшить состояние экономики в данном марзе.

Обобщив все вышесказанное, мы пришли к выводу, что:

- При изучении региона и после анализа стало ясно, что имеется огромный туристический потенциал (ресурсы), о которых известно немногим.
- В регионе плохо развита транспортная и туристская инфраструктура.
- Необходима государственная поддержка для развития туризма в регионе: капиталовложения, инвестиции, профессиональное образование, маркетинг и реклама.
- Использование туристического потенциала региона Ширак улучшит благосостояние местного населения, пострадавшего от страшного землетрясения, а также станет источником дохода в местный бюджет.

Предложения:

- Облагородить транспортно-дорожную инфраструктуру, создать больше объектов размещения и питания во всем регионе.
- Развитие и продвижение новых маршрутов.
- Предоставление буклетов и рекламных проспектов в аэропорту.
- Повышение квалификации обслуживающего персонала.
- Агрессивная маркетинговая политика должна быть направлена на повышение узнаваемости на международном туристическом рынке, в частности, посредством рекламы, СМИ и образования.
- Создать исторический или этнографический парк.
- Важна поддержка государства и заинтересованность местных туроператоров.

Придя к окончательному выводу, необходимо отметить, что при грамотном урегулировании туристической индустрии в регионе Ширак, все вопросы возможно решить в ближайшем будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Багдасарян А.Б.* Физическая география Армянской ССР, Ер., 1971.
2. *Безруков Ю.Ф.* Рекреационные ресурсы и курортология, Симферополь, 1998.
3. *Габриелян Г.К.* Ленинакан, Ер., 1984 (на арм.яз.).
4. *Егиазарян Х.* Исторические памятники Ширакской долины, Ер., 1975.

5. Официальный сайт города Гюмри [Эл. источник]: URL: www.gyumri.am
6. Lake Arpi National Park [Эл. источник]: URL: www.lakearpipark.am
7. Официальный сайт ЮНЕСКО [Эл. источник]: URL: whc.unesco.org.

TOURISM POTENTIAL OF THE SHIRAK REGION: CHALLENGES AND SOLUTIONS

O. Kandiljyan¹, S. Hovhannisyan²

ABSTRACT

The article provides a comprehensive assessment of the tourism potential of the Shirak region, which makes it possible to identify the role and importance of tourism resources in the organization of certain types of tourism. The modern problems that are a barrier to the development of tourism in the region were studied. In the course of the work, a survey was conducted and the results of the survey were presented, which served as the basis for the work. The corresponding conclusions and suggestions are made.

Keywords: Destination, tourism potential, infrastructure, tourism routes.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА АРМЕНИИ КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ВЫСТАВКАХ

М.Б. Момджян, Э.Н. Осипян

Российско-Армянский университет

mmomjyan@mail.ru, osipovaeliza.promexpo@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматриваются проблемы и перспективы продвижения Армении как государства туристического направления на международных выставках. Были выявлены и проанализированы такие факторы, как недостаточная информированность и узнаваемость, которая препятствует продвижению Армении как страны туристического направления.

Ключевые слова: турпродукт, туристическая дестинация, международные выставки.

Введение

Туризм для многих стран является одной из прибыльных и динамично развивающейся отраслей. Согласно Закону РА «О туризме и туристической деятельности» 2003 года, сфера туризма признана приоритетной отраслью экономики, учитывая потенциал мультипликационного эффекта отрасли туризма. С учетом того, что туризм в Армении – динамично развивающаяся отрасль, он имеет все предпосылки для продвижения и выхода на международный рынок туристической индустрии. В зависимости от того, как функционально используются те или иные туристские ресурсы стран, формируются и развиваются различные виды туризма. Ресурсный анализ туристского потенциала Армении показывает, что Армения при эффективном использовании возможностей специализированных выставок имеет потенциал ресурсов для туристов, посещающих Армению с деловыми, служебными целями.

Мы очень часто слышим, что Армения является «музеем под открытым небом», с великим и уникальным культурным наследием, а также с разнообразием типов климата.

Одним из главных направлений госполитики в области туризма РА является продвижение имиджа Республики Армения как благоприятной страны для туризма. Одним из инструментов реализации этой цели – участие в международных туристических выставках.

Актуальность темы обусловлена необходимостью повышения узнаваемости РА на международном туристическом рынке.

Цель участия в международных туристических выставках для государства – это продвижение и повышение узнаваемости путем: демонстрации сильных сторон, потенциала, повышения конкурентоспособности и перспективные направления развития сферы.

Для представителей туристического бизнеса участие в международных туристических выставках обеспечивает: создание универсальной бизнес-платформы для профессионалов, работающих в одной сфере, и приобретение новых партнеров и клиентов.

Ежегодная программа развития туризма в Армении затрагивает проблему участия в международных туристических выставках. Одна из 11 задач программы – совершенствование имиджа Армении как привлекательной для туризма страны, а также диверсификация турпродукта РА и ее рынков, активизация рекламно-информационной деятельности. Одновременно одно из шести направлений программы – обеспечение участия Армении в международных туристических выставках. С этой целью необходимо при разработке тур-бренда Армении учитывать также потенциал других сфер экономики и социальной среды, которые также способствуют улучшению турпотока в РА.

Важно отметить, что в последние годы была проведена немалая работа в области продвижения туризма Армении в туристическом секторе в виде благоприятной и привлекательной страны. А именно: Армения как сфера туристического направления была представлена на следующих международных престижных туристических выставках (Табл.1).

Таблица 1. Справка об участии РА на международных туристических выставках за 2015–2017гг.

Наименование выставки	2015г.	2016г.	2017г.
МАДРИД “FITUR” “”	+	+	
БЕРЛИН “ITB”	+	+	+
ПАРИЖ “TOPRESA”	+		
МОСКВА “ОТДЫХ LEISURE”			+
РИМИНИ “TTGINCONTRI”	+		
ТЕГЕРАН “TITE”			+
МОСКВА “MITT”	+	+	
ДУБАЙ “ATM”		+	
АСТАНА “FUTUREENERGY”			+
CIS and Georgia Online Workshop			+

Вышеуказанное участие РА на международных туристических выставках за 2015–2017гг. было организовано при лимитированном государственном содействии из госбюджета РА.

Бюджет, предусмотренный в годовой программе развития туризма РА, представлен в нижеприведенной таблице (Табл. 2).

Таблица 2. Бюджет, предусмотренный в годовой программе развития туризма РА (млн. драм.).

	Число предусмотренных/фактических выставок	Бюджет туризма	Бюджет выставок
2015г.	8/5	188,400	21, 000
2016г.	5/4	188,400	28,000
2017г.	3/3	98, 000	15,500

Для эффективного продвижения бренда Армении и использования лимитированных средств нужно четкое формулирование особенностей туристических ресурсов РА и разработка путей совершенствования участия в международных туристических выставках.

В связи с этим нужно решать следующие задачи:

- описание и детализация потенциала туристического продукта РА;
- разработка основных векторов и мероприятий по совершенствованию участия РА в туристических выставках;
- применение инновационных решений (ИТ-технологий и приложений) при представлении РА на международных выставках.

Армения обладает природными туристскими ресурсами в различных природных зонах, а также богата историческими и культурными ценностями, что при грамотной организации туристического бизнеса и ее эффективном продвижении может привлечь как армянских, так и зарубежных туристов и инвесторов. Цель нашей работы – разработка основных векторов и мероприятий по усовершенствованию участия Армении в международных туристических выставках и продвижения страны с использованием возможностей других сфер экономики. С этой целью необходимо рассмотрение туристского потенциала Армении как с культурно-исторической точки зрения, так и с экономической точки зрения. Основными задачами нашего исследования являются определение потенциала тех сфер экономики и социально-культурной среды, в той или иной мере влияющих на развитие туризма на территории РА, а также выявление особенностей, присущих турресурсам Армении, которые могут привлечь внимание потенциальных туристов, а в дальнейшем положительно сказаться на развитии туристической индустрии в стране.

Специфика потенциала туристического продукта РА связана с:

- Уникальным культурным и историческим наследием (в том числе частью материального (Монастырь Ахпат, Монастырь Санаин, Эчмиадзинский кафедральный собор, Церковь Святой Рипсима, Церковь Святой Гаяне, Археологический памятник Звартноц, Монастырь Гегард, Верховья реки Азат) и нематериального наследия (Му-

зыка армянского дудука, Армянские хачкары, Лаваш, Кочари – традиционный танец) UNESCO), а также с разнообразием типов климата и с предоставленными природными возможностями;

- возможностями использования человеческого капитала/потенциала сферы ИТ РА в туристских целях;
- возможностями использования имиджа шахматной страны в туристских целях;
- возможностями предоставления более качественных и доступных медицинских услуг в туристских целях.

Уникальные природные ресурсы и культурное наследие, которыми обладает наша страна, не могут рассматриваться в качестве единственного и достаточного условия для обеспечения успешного развития туризма в стране, так как представляют лишь один из элементов туристского предложения.

На выставках необходимо акцентировать сильные стороны и достижения страны – с учетом следующих перспективных направлений для развития туризма в РА:

- Для продвижения имиджа РА как первой страны, принявшей христианство на государственном уровне, предлагаем привлечь представителей Армянской Апостольской церкви, для представления истории принятия христианства в РА на международных туристических выставках.
- С целью развития нового потенциального направления – учебного туризма в РА, необходимо стимулировать продвижение имиджа РА с применением возможностей достижений сферы ИТ и шахмат в туристических целях.
- На базе ТУМО и других технопарков организовать курсы роботостроения и других обучающих программ для целевых групп туристов (детей и студентов). С применением армянского опыта и методики преподавания, организовать обучающие курсы по шахматам для целевых групп туристов (детей), который может привести к мультипликационному эффекту.
- Потенциал и продвижение медицинского туризма РА может быть представлен на международных туристических выставках за счет

доступных медицинских услуг в следующих направлениях медицины РА: стоматология, пластическая хирургия (ринопластика), кардиология и спелеотерапия.

В Армению приезжают туристы из разных стран, и у каждого есть свой интерес. Цель их поездок бывает разной – посмотреть новые страны, познакомиться с культурой, расширить свой кругозор. Вместе с этим можно предложить конкретные услуги в медицине – с учетом того, что предлагаемые услуги и их стоимость находятся в хорошем соотношении качества и цены.

В этой области мы хотели бы особое внимание уделить спелеотерапии. Армения богата природными, лечебно-оздоровительными ресурсами. Наряду с уникальными пищевыми и лечебно-минеральными источниками, горно-климатическими здравницами, недра Араратской долины содержат мощные пласты пищевой соли, которая неповторима своими лечебными качествами.

С мая 1987г. больные, страдающие бронхиальной астмой, респираторными и некоторыми иными заболеваниями, восстанавливают свое здоровье в Республиканском Спелеотерапевтическом Центре. Эта своеобразная лечебница расположена в рукотворной пещере, на глубине 235 м от поверхности земли. Здесь на 4000 кв.м полезной площади расположены лечебно-диагностические кабинеты, спортивный зал, галереи для прогулок, ниши для отдыха и сна. Лечебница находится в столице Армении – Ереване.

Учитывая выше перечисленное и с целью повышения эффективности участия РА в международных туристических выставках, предлагаем: пересмотреть бюджетные затраты и привлечение бенефициарие (медицинские компании и учебные заведения) активно использовать online платформы (выставки) для продвижения РА, применять IT-приложения при представлении туристического продукта РА на выставках.

ЛИТЕРАТУРА

1. <http://www.mineconomy.am/hy/89>
2. https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_объектов_всемирного_наследия_ЮНЕСКО_в_Армении
3. <http://www.armsalt.am/>

PROBLEMS AND PROSPECTS OF PROMOTING ARMENIA AS A TOURISM DESTINATION IN THE INTERNATIONAL EXHIBITIONS

M. Momjyan, E. Osipyanyan

ABSTRACT

In this article the problems and perspectives of participation of Armenia at international exhibitions, branding of Armenian tourism products, diversification and new tourism products processing basics are discussed.

Keywords: Tourism product, tourism destination, international exhibitions.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА

Л.Б. Сарибегян, М.В. Назарян

*Российско-Армянский университет
Институт Экономики и Бизнеса РАУ*

lusia379@mail.ru, nazaryan.mariam@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье приведены основные инструменты цифрового маркетинга, выявлены их роль, значение, а также влияние на развитие туристского бизнеса. Рассмотрены вопросы теории и практики цифрового маркетинга, связанные с решением проблем туристского бизнеса. Приведены доказательства того, что использование цифровых маркетинговых технологий является необходимым условием успешного развития туристских компаний. Изучены основные инструменты цифрового маркетинга, используемые со стороны ведущих туристских компаний РА, предоставляющих услуги въездного туризма. А также выявлены основные преимущества и недостатки внедрения современных цифровых маркетинговых технологий в деятельности данных туристских компаний.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, туризм, туристская компания, маркетинг социальных медиа, оптимизация поисковых систем.

Введение

Туризм в РА является приоритетным направлением, несмотря на медленные темпы развития туристического бизнеса и инфраструктуры, а также постоянно изменяющиеся внешние факторы (экологические, политические и т.д.). По данным 2018г., за период с января по сентябрь число туристов, посетивших страну с познавательными, деловыми, рекреационными и другими целями составило 1 275 000 человек [1].

Среди основных проблем, которые стоят на пути развития туризма в РА, выделяется низкий уровень информированности иностранцев о культурно- исторических, рекреационных, экстремальных и других туристских ресурсах страны. Это говорит о том, что маркетинговая политика страны недостаточно результативна и нуждается во внедрении современных технологий, которые дают возможность наиболее быстро и эффективно распространять информацию для конкретных целевых аудиторий.

Как следствие, одним из направлений решения, стоящих перед туристским бизнесом РА проблем, является разработка и внедрение современных маркетинговых технологий, одним из которых является цифровой маркетинг. Появление и развитие сети Интернет, а также совершенствование информационных технологий и принципов их взаимодействия стало тем толчком к разработке и внедрению совершенно новой для бизнеса РА технологии цифрового маркетинга. Высокий уровень распространенности цифрового маркетинга за рубежом свидетельствует о том, что в XXI веке эффективное построение туристского бизнеса с ориентацией на долгосрочное устойчивое развитие – как на внутреннем, так и внешнем рынке невозможно без разработки и интеграции системы цифрового маркетинга в бизнес.

Таким образом, анализ ключевых понятий цифрового маркетинга и проблем его адаптации на рынке туристских услуг РА, является очень актуальным. Цель данной статьи – анализ основных инструментов цифрового маркетинга, которые дают возможность разработки и реализации цифровых маркетинговых стратегий, ориентированных на развитие туристского бизнеса, разработку новых цифровых бизнес-моделей продвижения туристского продукта, а также формирование конкурентных преимуществ для повышения эффективности деятельности туристских компаний.

Предпосылки для формирования современного понятия цифрового маркетинга

Понятие «цифровой маркетинг» стало использоваться с 1990-х годов, а в XXI веке данное понятие довольно-таки усложнилось, так как выросло количество инструментов, используемых в данной деятельности [2].

Быстроразвивающаяся сфера цифровых технологий привела к появлению новых возможностей для маркетинга и рекламы. Стали с бешеной скоростью развиваться и распространяться мобильные устройства, имеющие доступ к цифровым каналам, что стало приводить к активному развитию цифровой рекламы. На данный момент компании начинают использовать в своей деятельности такое понятие, как анализ поведения онлайн-пользователей (потенциальных потребителей) для того, чтобы разрабатывать рекламу в соответствии с быстро меняющимися потребностями целевой аудитории.

Переход традиционного маркетинга в цифровое пространство позволяет более эффективно использовать рыночные стратегии сегментации рынка, осуществлять точное таргетирование целевой аудитории, диверсифицировать и позиционировать товары. Цифровой маркетинг предполагает использование индивидуального подхода в деятельности, то есть компании необходимо знать все о потребностях, предпочтениях, интересах и других аспектах жизни потенциального клиента. Цифровой маркетинг – это совокупность цифровых каналов, через которые осуществляется продвижение самой компании или ее продукта [3].

Большинство людей используют гаджеты в повседневной жизни, пользуются определенными социальными сетями или приложениями для поиска и передачи информации. И никто не задумывается о том, сколько информации о нем может собрать любая компания, лишь изучив его страничку в Интернете. А, тем самым, компании, получив данную информацию, могут использовать ее себе во благо: зная спектр интересов потенциального потребителя, изучив историю его поиска в Интернете, компания может выбрать целевую аудиторию с учетом этих данных, осуществить рекламу, акцентируя внимание именно данных пользователей Сети, зацепить их соответствующими, интересными им подходами к представлению продукта.

Таким образом, цифровой маркетинг дает возможность адаптировать услуги компаний под потребности клиентов, тем самым получая максимальную отдачу от них.

Влияние цифрового маркетинга на эффективность деятельности предприятий туристского бизнеса

Степень успешности туристских организаций, как и любых других, зависит от эффективности маркетинговых коммуникаций, благодаря которым возможна связь между производителем (туроператором) и потребителем (туристом) туристических услуг [4].

Цифровой маркетинг в сфере туризма предполагает комплекс работ по разработке, поддержанию и развитию отношений с потребителями туристских услуг, путем разработки и реализации стратегий в режиме онлайн, нацеленных на удовлетворение потребностей потребителей [5].

Интернет является наиболее перспективным инструментом для продвижения туристического продукта, так как с каждым годом число пользователей Интернета непрерывно растет, а, следовательно, расширяется потенциальная аудитория. И, несмотря на то, что стоимость осуществления рекламной кампании в Интернете высока, она является самым эффективным способом передачи информации.

Туристические онлайн-ресурсы приобретают вид электронной визитной карточки той или иной туристской компании. В сети Интернет есть множество информационных проектов, которые имеют цель – передавать информацию об основных вопросах туристической отрасли. Благодаря тому, что у каждого из данных ресурсов есть взаимные ссылки на другие информационные сайты, у потребителя появляется возможность получения информации одновременно с различных сайтов, а для компаний плюс в том, что у них появляется возможность взаимного продвижения в Интернете.

Основные инструменты цифрового маркетинга и их роль в туристской индустрии

Для успешной деятельности и повышения эффективности продаж компании используют различные инструменты маркетинга – методы установления взаимоотношений между потребителем и компанией, или комплекс мероприятий, нацеленных на обеспечение воздействия на участников рынка.

К основным инструментам цифрового маркетинга относятся:

- Контентная реклама – процесс заполнения определенного медиапространства соответствующей информацией (статьи, блоги, инфографика) о продукции для акцентировки внимания целевого сегмента [6].
- SMM (Social Media Marketing) – привлечение внимания определенного сегмента через социальные сети.
- Landing page (вэб-сайт) – инструмент описания преимуществ товара, который дает возможность потребителю сразу принять решение о приобретении товара после ознакомления с его описанием.
- SEO (оптимизация поисковых систем) – деятельность по получению трафика от результатов поиска в поисковых системах.
- Поддержка пользователей – оказание услуг потребителям до, в течение и после покупки продукции (система отзывов).
- Контекстная реклама – появление рекламных объявлений (ссылок), на сайтах с соответствующей тематикой [7].
- Баннерная реклама – наглядное изображение рекламы, расположенной в какой-либо части интернет страницы, а также визуализация рекламы на внешних баннерах.

С целью изучения данных инструментов на практике исследуем деятельность цифрового маркетинга крупных туристских операторов РА, занимающихся въездным туризмом, среди которых выделяются “Hyur Service”, “One Way Tour” и “Barev Armenia”.

Туристская компания “HyurService”, занимая лидирующее положение на рынке, помимо предоставления непосредственной информации о своей деятельности, позиционирует свой сайт как путеводитель для туристов, так как представляет интересную и познавательную информацию на семи языках, что выделяет ее среди конкурентов (контентная реклама). Помимо этого, на сайте представлена полная картина оказываемых компанией услуг, которые классифицированы по ценовой категории, наличие полной информации о турах, их прайс-листы, возможность заполнения формы для отправки сообщения фирме для бронирования туров или получения другой информации, интересные факты о посещаемых туристами местах.

Немаловажным фактом является наличие на сайте полной информации о местонахождении компании, ее контакты, фотографии агентств, наличие карты со схемой проезда. Также особого внимания требует наличие системы отзывов, с помощью которых туристы могут делиться впечатлениями от проведенных с компанией дней в РА с выражением особой благодарности конкретным работникам-организаторам их туров. На сайте приведена информация обо всех сотрудниках компании, с указанием их должностей. Помимо вышеперечисленных преимуществ компания с помощью своего сайта дает возможность туристам задавать вопросы, на которые они получают ответы за короткий промежуток времени.

Компания выделяется наличием на сайте информации о корпоративных клиентах, которые представлены организациями различных сфер деятельности, что дает возможность потенциальным потребителям представить масштабы деятельности компании.

Если же рассматривать визуальную составляющую сайта, то здесь можно выделить наличие баннеров со специальными предложениями (баннерная и контекстная реклама), которые имеют интересный и привлекательный вид, отличающийся от общего фона сайта, а также дающие возможность быстро перейти на соответствующий ресурс компании для получения более подробной информации. Но, в то же время, нет яркого, привлекающего внимание интерфейса с наглядным представлением услуг компании и основных достопримечательностей, то есть сайт носит более официальный, строгий стиль, что немного странно для сферы туризма, но может быть объяснено наличием известности компании (бренда) как в РА, так и за ее пределами.

Сайт компании также выделяется наличием карты РА, позволяющей осуществить виртуальный тур по стране. Здесь же необходимо отметить наличие отдельного блока с ответами на часто задаваемые вопросы, информацией об обязательствах двух сторон (компании и потребителя), а также возможностью самостоятельно составить тур и, заполнив всю информацию, отправить на рассмотрение фирме. Еще одним достижением фирмы в использовании цифрового маркетинга, является активное развитие инструмента SEO, который помогает поднимать уровень узнаваемости

ти: турист, используя ключевые слова (туризм в Армении, въездные туроператоры РА), в первых строках результатов поиска увидит именно туристскую компанию «Нур Service».

Таким образом, для осуществления своей деятельности в социальных сетях компания, в основном, использует Фейсбук и Инстаграм: обеспечение наличия на страничках обновленной информации о туризме РА (видео, фото, информация о достопримечательностях Армении), а также предоставление информации об услугах фирмы, ценовой категории, специальных предложениях. Что же касается баннерной рекламы, то компания выделяется своей баннерной маркетинговой деятельностью, используя внешние баннеры, которые представляют информацию об услугах, ценах и специальных предложениях фирмы.

При всем этом у веб-сайта турфирмы есть недостатки, которые мешают ей идти в ногу со временем. В частности, слишком малое количество задействованных в продвижении продукции компании социальных сетей (SMM), отсутствие возможности онлайн оплаты тура, непосредственной обратной связи с агентством для иностранцев (нет интерактивности с потребителями), то есть нет виртуального робота, который сможет в режиме онлайн давать ответы на интересующие туриста вопросы.

Туристская организация «OneWayTour» набирает обороты на рынке въездного туризма РА. Одним из основных инструментов цифрового маркетинга фирмы является веб-сайт, который выделяется своим интересным ярким интерфейсом с наглядным представлением услуг компании и основных достопримечательностей, с наличием анимации в соответствии с сезоном и тематикой времени года. Также выделяется наличие отдельного окна на сайте с пометкой контактов отделов компании, информации о курсе валют (курс валют тех стран, откуда бывают большие потоки туристов), при этом основные курсы валют отмечены наверху сайта, а менее важные внизу, также есть место для поиска на сайте.

Интересным и оригинальным является наличие на сайте информации о компании (причины выбора именно ее услуг, перечисление ценностей, информация о сотрудничестве, подарочных картах, вакансиях), благотворительной деятельности (призыв к добродетели). Также сайт отличается тем, что содержит сведения о проводимых конкурсах, с указанием

правил участия, фотографиями участников-победителей. Использование видео-контента, представляющего РА с различных точек зрения, а также возможность оформления подписки на новости от компании, являются преимуществами перед конкурентами.

Туристская фирма помимо этого на своем сайте распространяет информацию с интересными, малоизвестными фактами об Армении (блог), с выделением фотографий и отзывов туристов, путешествующих по данным местам. С помощью сайта туристы могут ознакомиться с турами, предлагаемыми компанией, и их прайс-листами, получить интересующую информацию о стране, которую собираются посетить, а также, в случае необходимости, воспользоваться возможностью связаться с компанией через скайп или эл. почту.

В структуре сайта выделяется разграничение такого отдела, как коллектив, с указанием профессионалов и новичков, а также фотографий с проведенных компанией тренингов (курсы для новичков в сфере туроперейтинга), которые представлены в отдельном разделе. Отличительной чертой является наличие на сайте баннеров со специальными предложениями (баннерная онлайн реклама), которые дают возможность с помощью одного клика перейти на соответствующий ресурс компании для получения более подробной информации.

Также маркетинговая деятельность фирмы не ограничивается рамками лишь собственного сайта, в различных социальных сетях она осуществляет рекламу, представляет информацию о фирме, ее услугах, ценах на услуги и местах Армении, новостях о туристской сфере страны (активное использование SMM инструмента цифрового маркетинга). Компания с помощью социальных сетей также организывает различные конкурсы, в основном, для развития внутреннего туризма, с соответствующими призами, представленными туристскими услугами или скидками на них. В основном, рекламная политика компании очень активна и популярна, как среди местных жителей, так и иностранцев, в таких социальных сетях как Фейсбук и Инстаграм. Но также активно осуществляется проникновение деятельности в русскоязычное пространство (Вконтакте и Одноклассники), а для привлечения иностранцев используются Youtube, Linkedin, Twitter.

Несмотря на большое количество плюсов цифровой маркетинговой деятельности туристской фирмы “One Way Tour”, остановимся также на некоторых ее недостатках. В частности: наличие малого количества языков на сайте, отсутствие возможности оплаты тура в режиме онлайн и непосредственной обратной связи с клиентами, то есть, нет интерактивности. Кроме этого, недостатком является слабый уровень использования такого элемента цифрового маркетинга, как SEO, то есть при поиске информации об РА и, в целом, информационной составляющей туристской сферы Армении, данная туристская организация не имеет высоких положений по результатам поиска, даже при использовании ключевых слов.

Туристская организация “BarevArmenia”, несмотря на осуществление своей деятельности на рынке туристских услуг РА и РФ, акцентирующей внимание на въездных туристах, является популярной больше на территории РФ. Главный офис компании находится в РА, но также есть филиалы на территории РФ, которые позволяют привлекать российских туристов наиболее современными и эффективными средствами.

В вопросе использования цифрового маркетинга компания не остается позади, а наоборот, использует его элементы в подавляющем большинстве. На ярком и привлекательном для глаз туриста сайте компании можно встретить информацию как об Армении в целом, так и об отдельных аспектах туристской деятельности страны и компании (контентная и контекстная реклама). Данная информация, в частности, содержит описание предлагаемых компанией услуг, разделение их по видам, местам и назначениям, их стоимости, возможности приобретения и заказа туров онлайн, а также самостоятельного составления турпакета.

На сайте туристской компании также существует отдел отзывов, в которых клиенты делятся своими мнениями и впечатлениями от проведенного в Армении времени, приведены контакты туроператора, как на территории РА, так и РФ – с указанием мест размещения агентств на карте.

Помимо этого, сайт выделяется возможностью онлайн звонка, наличием информации о возможностях становления партнером компании, инструкций для туристов, ответов на часто задаваемые вопросы, туристским блогом об РА и ее достопримечательностях (поддержка пользователей). Сайт компании отличается тем, что на нем приведено конкретное

описание всех услуг с фотографиями (транспорт, отели, рестораны). Также представлена информация об условиях осуществления бронирования туров, онлайн карта Армении, карта самого сайта фирмы, с возможностью быстрого перехода из одного отдела в другой, оформления подписки на рассылку, информация об условиях пересечения границы РА и Арцаха и получения визы.

Как ни странно, одним из самых неожиданных элементов сайта является наличие надписи о защищенности авторским правом товарного знака компании и всего контента сайта, что встречается очень редко на сайтах туристских компаний, особенно на территории РА. Более того есть отдел «конфиденциальность», который содержит информацию об условиях использования онлайн-писем туристов, получаемых компанией.

Что важно, так это возможность на сайте компании заказать обратный звонок, то есть, если турист не может дозвониться до компании в режиме онлайн или оффлайн, то он может просто, заполнив свои данные, заказать обратный звонок от туроператора, что является очень удобным вариантом для занятых людей.

Туристская компания также осуществляет свою маркетинговую политику в цифровом формате в различных социальных сетях, из которых наиболее популярны Фейсбук, Твиттер, Вконтакте и Инстаграм (инструмент SMM). С помощью данных сетей компания привлекает внимание туристов, распространяя информацию об предоставляемых услугах, ценах, общей информацией об РА. Что же касается использования SEO элемента цифрового маркетинга, то компания является лидером среди рассмотренных туристских операторов РА. Благодаря активному использованию данного инструмента, компания при использовании ключевых слов и осуществлении поиска в Интернете появляется одной из первых в ряде полученных результатов поиска, что является показателем успешной и эффективной политики цифрового маркетинга. Тем не менее, среди большого количества достоинств, деятельность туристской компании в цифровом пространстве имеет ряд недостатков: отсутствие яркого дизайна сайта, возможности оплаты тура онлайн, предоставления информации потребителям различных сегментов (языковой барьер).

Заключение

В настоящее время эффективную деятельность туристских компаний нельзя представить без использования элементов маркетинга. Так как мировой рынок туристских услуг находится под влиянием постоянных изменений, с одной стороны, требований рынка, с другой – потребителей, появляется необходимость постоянного обновления маркетинговых ресурсов для обеспечения жизнедеятельности компании в будущем. В связи с развитием высоких технологий и их активного использования в деятельности компаний для привлечения больших масс потребителей, внедрение технологий цифрового маркетинга является необходимым условием развития, продвижения, увеличения степени конкурентоспособности, снижения уровня затрат, а также получения положительных показателей деятельности.

Среди ключевых особенностей цифрового маркетинга в туристском бизнесе выделяется набор инструментов, которые наиболее популярны и эффективны для данной сферы деятельности. Среди них основными являются: контентная реклама, SMM, веб-сайт, SEO, поддержка пользователей, контекстная реклама, баннерная реклама.

При этом каждая из рассмотренных туристских компаний РА, использует определенный набор инструментов цифрового маркетинга, который считает наиболее благоприятным для осуществления успешной деятельности. В свою очередь, данные инструменты не всегда помогают компаниям достигнуть желаемых результатов, так как, с одной стороны, они не соответствуют масштабам, возможностям, а также целям туристских фирм, а с другой – существует необходимость постоянного обновления цифровых каналов распространения продукции, в соответствии с изменениями потребностей клиентов и постоянно меняющимися требованиями рынка. Так, к примеру, среди туристских компаний есть общий недостаток – отсутствие возможности онлайн оплаты тура, интерактивности с клиентом, а также постоянное следование за тенденциями смены потребностей среди потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальный сайт Национального комитета Армении по туризму [Эл. ресурс]. URL: <http://www.minesconomy.am/hy/89> (дата обращения 03.11.2018).
2. *Вертайм К., Фенвик Я.* Цифровой маркетинг. М.: Альпина Паблишер, Юрайт, СС. 21–25, 2010.
3. *Кеглер Т., Доулинг П., Тейлор Б., Тестерман Д.* Реклама и маркетинг в Интернете. Пер. с англ. М.: Альпина Паблишер, СС. 32–33, 2003.
4. *Волков С.Н.* Туризм и Информатизация общества. М.: Финансы и статистика, СС. 15–16, 2002.
5. *Тягунова Н.М., Спорыш А.А.* Маркетинговое исследование рынка туристических услуг. – М.: МУПК, СС. 56–57, 2006.
6. *Морозов М.А.* Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника / М.А. Морозов, Н.С. Морозова. М.: Изд. центр «Академия», СС. 105–107, 2002.
7. *Рябинина Т.Н., Бакиаева В.Е., Агамирова Е.В.* Электронный маркетинг в туризме // Научное сообщество студентов XXI столетия. XXXVIII междунар. студ. науч.-практ. конф. URL: [http://sibac.info/archive/economy/1\(38\).pdf](http://sibac.info/archive/economy/1(38).pdf) (дата обращения: 05.11.2018).
8. Официальный сайт туристской организации “Hyur Service” [Эл. ресурс]. URL: <https://www.hyurservice.com/eng/> (дата обращения: 07.11.2018).
9. Официальный сайт туристской организации “One Way Tour” [Эл. ресурс]. URL: <http://onewaytour.com/> (дата обращения: 09.11.2018).
10. Официальный сайт туристской организации “Barev Armenia” [Эл. ресурс]. URL: <https://barevarmenia.ru/> (дата обращения: 11.11.2018).

DIGITAL MARKETING AS A MODERN TOOL OF THE TOURISM BUSINESS DEVELOPMENT

L. Saribegyan, M. Nazaryan

ABSTRACT

In this article are given the main tools of digital marketing, their role, importance, and also is revealed influence on development of tourism business. There are considered the issues of theory and practice of digital marketing, related to the solvable problems of the tourism business. The work is provided with the evidence, that the use of digital marketing technologies is an indispensable condition for the successful development of tourism companies. Are studied the main digital marketing tools, used by the leading tourism companies of the Republic of Armenia, which provide inbound tourism services. And also are revealed the main advantages and disadvantages of use of modern digital marketing technologies in the activities of these tourism companies.

Keywords: digital marketing, tourism, tourism company, social media marketing, search engine optimization.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В РА

А.М. Суварян¹, В.А. Саакян¹, Н.А. Габриелян¹

¹Российско-Армянский университет

*arzik.suvaryan@rau.am, valentina.sahakyan@rau.am,
narekgabrielyan998@gmail.com*

АННОТАЦИЯ

Спортивный туризм – новый современный способ путешествия. С улучшением социально-экономического развития и уровня жизни людей люди все больше стали заинтересованы в физической подготовке, поэтому спортивный туризм, который наполнен персонализацией, постепенно тег. В данной статье анализируется состояние и возможности развития спортивного туризма в РА и предлагаются определенные меры для решения проблем развития.

Ключевые слова: туризм, спорт, спортивный туризм, виды спортивного туризма.

Спортивный туризм не только полезен для здоровья, но и приносит духовное обогащение. Путешествуя по «нетронутым» участкам планеты, проникаешься любовью и уважением к окружающей природе, чувствуешь принадлежность к ней. Длительные экстремальные путешествия духовно развивают личность, пробуждая древние инстинкты и чувства. Мир цивилизации остается позади, и главной задачей туриста становится борьба со стихией.

Армения имеет широкие возможности для развития спортивного туризма, учитывая ее географическое положение, природные богатства и инфраструктуру: альпинизм, дайвинг, рафтинг, кайтсерфинг, автотуризм,

полеты на воздушных шарах, велотуризм, каньонинг, горные лыжи, сноуборд.

В последние годы в Армении активно развивается индивидуальный и экстремальный туризм. Чтобы объединить эти два понятия и провести крупное региональное мероприятие, мы должны сосредоточиться на наших горных и водных ресурсах и организовать мероприятия, представляющие большой интерес, которые впоследствии станут ежегодной традицией и новым брендом, представляющим Армению на международной арене.

Сегодня частный сектор в основном занимается спортивным туризмом. По официальным данным, более 90 компаний в Республике Армения проводят спортивные туры как для индивидуальных туристов, так и групп. Примеры включают: приключение, скалолазание, альпинизм, туризм, туризм, спелео, велоспорт, катание на горных велосипедах, катание на лыжах, зимние виды спорта [1].

Во всех регионах Армении развиты или имеют возможности для развития следующие виды спортивного туризма:

- Лори – походы, экстремальный виды спорта, альпинизм;
- Тавуш – пешие походы и треккинг, горные походы и альпинизм, экстремальные виды спорта, “Zipline”;
- Вайоцзор – горнолыжный спорт, пешие походы и треккинг;
- Котайк – пешие походы и треккинг, горные походы и альпинизм, горнолыжный спорт, конные походы;
- Гехаркуник – пешие походы и треккинг, горные походы и альпинизм, горнолыжный спорт, конные походы;
- Сюник – пешие походы и треккинг, альпинизм;
- Арагацотн – пешие походы и треккинг, горные походы и альпинизм, горнолыжный спорт;
- Армавир – пешие походы;
- Арарат – пешие походы и треккинг;
- Ширак – пешие походы и треккинг, горные походы и альпинизм, горнолыжный спорт, конные походы.

Одним из самых ранних видов спортивного туризма в Армении является парапланеризм, который начал свою деятельность в 1996 году в составе клуба «Малая авиация Армении», затем в 2008 году была открыта Федерация Парапланерного Спорта. Летные места настолько разнообразны – так, что туристы заодно смогут насладиться уникальными красотами природы. На сегодня ведущим экспертом в этой области является организация “Sky Club”. Их высококвалифицированная и профессиональная команда предлагает следующие маршруты для парапланеризма: Тегенис, Апаран, гора Атис, Гутан, Веди и Севан (деревня Цовагюх). Каждое из перечисленных мест имеет свои преимущества и, в зависимости от сезона, погодных условий и других факторов, места для полета может изменяться. Согласно их собственной статистике, за 2016 год было обслужено около 800–900 посетителей, из которых 70% туристы были из других стран, и 30% – жители Армении. Именно “Sky Club” в 2016 году организовал BASE-Jump фестиваль, где собралось более 100 профессиональных BASE-джамперов со всего мира, чтобы выполнить уникальные прыжки прямо из кабины канатной дороги «Крылья Татева». Прыжки совершались с высоты 320 метров вниз к «Чертовому мосту» [2].

Также хотелось бы отдельно отметить “Yell Extreme Park”, который приобрел очень большую популярность за несколько лет существования, превратив Енокаван в новый центр экстремального туризма. “Yell Extreme Park” богат не только своей великолепной природой, но и разнообразием предлагаемых продуктов экстремального туризма: зиплайн, скалолазание, веревочный парк, парапланеризм, зорбинг, пейнтбол, конные походы, внедорожные туры “Off-road”, Виа Феррата.

В 2016 году парк посетили примерно 4930 жителей Армении (85%) и 870 туристов (15%). Из общего числа туристов, посетивших парк, 70% были представителями других национальностей (609 человек) и 30% – представителями диаспоры (261 человек), всего 5800 посетителей [3]

Одним из крупномасштабных международных соревнований, проводимых на территории РА, являются «Панармянские игры» – это сложные соревнования по индивидуальным и командным видам спорта среди спортсменов Республики Армения и спортсменов армянского происхож-

дения из других стран. Они проводятся в Ереване с 1999 года, и проводятся раз в четыре года. Атлеты из разных уголков мира представляют города, из которых они приехали. В игры входят: футбол, мини-футбол, баскетбол, волейбол, плавание, бадминтон, теннис, настольный теннис, шахматы и легкая атлетика. Эти игры проводились 5 раз летом и 1 раз зимой. Ниже представлены данные касательно летних «Панармянских игр» (Табл. 1).

Таблица 3. Статистические данные о 5 летних Панармянских играх.

Игры	Кол-во стран-участниц	Кол-во городов участников	Кол-во видов спорта	Кол-во участников	Участники	
					Из Армении	Из других стран
I	23	63	7	1141	529	612
II	27	82	9	1419	464	955
III	28	82	10	1559	423	1136
IV	28	94	10	1576	425	1151
V	33	125	10	3244	1372	1872

Из данной таблицы видно, что количество молодых участников панармянских игр с каждым разом увеличивается, и во время 5-х игр эта цифра достигла 3244 человек, из которых 1872 были из других стран [4]. Ниже представлены данные касательно зимних «Панармянских игр» (Табл. 2).

Из данной таблицы видно, что, по сравнению с летними играми, зимние игры пока отстают по степени развитости. Здесь использовались только 4 вида спорта по сравнению с 10-ю в последних летних играх.

Таблица 4. Статистические данные о зимних Панармянских играх.

Игры	Кол-во стран-участниц	Кол-во городов-участников	Кол-во видов спорта	Кол-во участников	Участники	
					Из Армении	Из других стран
I	11	22	4	401	193	208

В Армении огромную популярность набирает также “Off-Road” – вид активного отдыха и спорта, подразумевающий преодоление бездорожья на полноприводном автомобиле (внедорожнике). В Армении развитием “Off-Road” занимается клуб “4x4 Off Road” при поддержке Министерства спорта и по делам молодежи РА, который ежегодно организует международные соревнования “Multi Force” с участием более 200 спортсменов из 5 стран. Статистика 2018 года показывает, что по итогам двух соревнований:

- 18 марта – «ICE AGE-2018 Джип Триал» (Цахкадзор), в котором приняли участие более 35 участников из Армении, Грузии и Ирана.
- 21–23 сентября “Armenian Extreme Fest” (Иджеван), в котором в рамках гонки “Multi Force–2018”, которая является самой крупной в регионе, приняли участие около 200 гонщиков из Армении, Грузии, России, Ирана, Белоруссии и Кувейта [5].

Анализируя современное состояние спортивного туризма в Армении, можно сделать следующие выводы [6]:

- Территория Армении, составляющая лишь малую часть (10%) обширного Армянского нагорья, имеет сложное геологическое строение и разнообразный рельеф. Самая высокая точка горы Арагац находится на высоте 4909 м над уровнем моря, а самая низкая точка находится на юго-востоке Армении – на 375 м в долине Аракс. Разница между абсолютными высотами этих двух точек составляет более 3700 метров. Только 18% всей территории Армении составляют равнины, остальные 82% – горы. Разнообразный рельеф страны дает возможность развитию альпинизма, горнолыжного спорта, пеших походов и трекинга в Гехаркунике, Тавуше, Котайке, Лори и Шираке.

- Леса составляют 11% всей территории Армении. Они не распространены по всей стране, 62% всех лесов находятся на севере, 36% – на юго-востоке, и только 2% находятся в центральной части страны.
- В настоящее время в Армении зарегистрированы и действуют 4 национальных парка и 3 государственных заповедника (наибольший из них – Дилижан, Шикахог и Хосров), 26 заповедников и 5 ботанических садов. Наличие различных факторов дает возможность развивать ряд видов спортивного туризма: кемпинг, охота, конные и пешие походы и т.д.
- Речная сеть Армении довольно плотная и неравномерно распределена по всей стране:

Реки имеют неустойчивый режим течения и большие колебания уровня воды. Все реки в Армении – горные. Почти все реки образованы на высоких холмах со значительным наклоном волны и высокой скоростью потока. Они проходят через узкие и глубокие ущелья и создают водопады во многих местах. Самые известные водопады – Джермук (Арпа), Шекин (приход Воротан) и Трчкан (приток Памбака). В Армении более 380 рек, средняя длина которых имеет более 10 км. Из-за больших склонов и скоростей реки Армения не судоходна, но богата водными ресурсами. Поэтому такие реки подходят для развития водного туризма.

На горных реках Армении Воротан (Сюникский марз), Дебед (Лорийский марз), Раздан (Котайкский марз), целесообразно развивать экстремальный туризм, каякинг, рафтинг.

Относительно большие озера (Севан, Арпи, озеро Парз и крупные водохранилища) позволяют развивать множество форм спортивного туризма (кайтсерфинг, дайвинг, каякинг, вейкбординг, водные лыжи, сапсерфинг).

Введение четких определений терминов «спортивный туризм» и «спортивно-туристская деятельность» в правовую, научную, учебную и иную литературу позволило бы не только создать более благоприятную почву для развития спортивно-туристской деятельности в нашей стране, но и увеличить ее туристский потенциал.

Тем не менее, вышеизложенная проблема не является единственной в развитии спортивно-туристской деятельности, существуют и другие. К

проблемам развития спортивно-туристской деятельности в Армении можно отнести:

- Инфраструктуры, предназначенные для спортивного туризма, недостаточно развиты, особенно в регионах страны, где нет средств размещения и объектов для активного туризма соответствующих международным стандартам.

- отсутствие эффективных управленческих, организационных и финансовых систем в области спорта;

- отсутствие механизмов взаимодействия между государственным, частным и гражданским обществом;

- низкий уровень состояния транспортной инфраструктуры;

- отсутствие квалифицированного персонала в области спортивного туризма;

- отсутствие специализированных школ, специальных учебных программ, профессиональных стандартов и норм безопасности в области спортивного туризма;

- отсутствуют специализированные школы, специальные учебные программы, профессиональные стандарты и нормы безопасности;

- в соответствующих университетах и колледжах Республики нет подходящих программ подготовки и переподготовки кадров в области спортивного туризма;

- нет четких механизмов страхования внутреннего туризма и они не определены в законодательстве страны;

- в крупных туристических центрах (Цахкадзор, Севанский бассейн, Джермук, Ширакский марз, Сюник) важна финансовая поддержка государства и активное участие частного сектора в развитии инфраструктуры туризма и спортивного туризма;

- в республике отсутствует упорядоченная рекламная система развития спортивной гимнастики;

- необходимо выявить всевозможные резервы в рамках взаимодействия государственных и муниципальных органов управления, а также частного сектора и общественных организаций, и обеспечить развитие

спортивного туризма во всех регионах республики, увеличивая, в частности, ответственность общин.

Для эффективного развития спортивного туризма в Армении необходимо:

- создать соответствующие условия для внедрения систем здравоохранения и туризма, соответствующих международным стандартам, для иностранных граждан, которые участвуют в спортивных мероприятиях как в стране, так и за рубежом;
- создать максимальные условия для проведения совместных спортивных и туристических мероприятий для представителей Армении и Диаспоры;
- создать систему участия в спортивных и туристических мероприятиях для всех граждан Армении, предоставляя им необходимые условия для их духовного и физического развития;
- превратить спортивный туризм в эффективную сферу как для широкомасштабных деловых инвестиций, так и для создания новых рабочих мест;
- сформировать основные стратегические направления для создания, расширения, развития и пересмотра инфраструктур, необходимых для развития спортивного туризма.

Подводя итог по всему вышесказанному, можно заключить, что для развития спортивно-туристской деятельности в РА, необходимо разработать стратегию развития спортивного туризма, охватывающая столицу и все марзы. Для решения проблем развития необходимо принять определенные меры:

- Определить основные положения состояния развития спортивного туризма, уточнить сферу деятельности государственных органов и бизнес-среды для развития этой сферы.
- Инвентаризировать все инфраструктуры во всех марзах РА по общинам, созданные в определенном времени и служащие спортивному туризму по отрасли, названию, состоянию и т.д.
- Создать специальную карту, соответствующую всем доступным природным ресурсам (рекам, озерам, лесам, горным хребтам и т.д.) в РА, указав потенциал, возможности, преимущества каждого из них.

- Определить условия для развития конкретных видов спортивного туризма по марзам, общинам, с учетом искусственных и природных ресурсов.

- При поддержке вузов и научно-исследовательских центров РА осуществить исследования для оценки хода осуществления стратегии спортивного туризма и определения объема необходимых капитальных инвестиций;

- Составить список соответствующих профессий на основе всестороннего обзора спортивного туризма и обеспечить подготовку специалистов на всех уровнях образования в Республике Армения (колледж, бакалавриат, магистратура).

- Разработать программу развития спортивного туризма (в Ереване и во всех регионах), при этом обосновывая создание необходимой инфраструктуры.

- Определить те конкретные области и направления, для развития которых необходима поддержка со стороны государства, и те, развитие которых обеспечивал частный сектор.

- Сформировать необходимые организационно-правовые основы для развития спортивного туризма, создания соответствующих организационных форм (федерации, клубы и т.д.), определения безопасности их специфических видов, сертификации и других организационно-правовых нормативов, учитывая требования международных соответствующих стандартов;

- Разработать «дорожную карту» для инфраструктур спортивного туризма во всех марзах и общинах, определить объемы их финансирования и время эксплуатации. Для инфраструктур в марзах важно, чтобы лидеры бизнеса, созданных в данных марзах, несли особую ответственность за лидеров марза, поскольку развитие спортивного туризма является важной социальной задачей.

Спортивный туризм, наряду с решением важных социальных и политических вопросов, играет важную роль в реализации масштабных инвестиций в страну, развитии бизнеса и, следовательно, роста ВВП страны. Важнейшей задачей успешного развития спортивного туризма в РА является

ся создание устойчивого саморазвивающегося организационно-экономического и оздоровительного механизма, способную предоставлять эффективные оздоровительные и сервисные услуги.

ЛИТЕРАТУРА

1. Официальная статистика Министерства спорта и по делам молодежи РА, 2017.
2. Официальная статистика Sky Club, 2017
3. Официальная статистика Yell Extreme Park, 2017.
4. Официальная статистика Министерства спорта и по делам молодежи РА, 2017.
5. Официальная статистика клуба «4x4 Off Road», 2018.
6. Официальный сайт «Статистический комитет Республики Армения»
<https://www.armstat.am/en/>

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF SPORTS TOURISM IN ARMENIA

A. Suvaryan¹, V. Sahakyan¹, N. Gabrielyan¹

ABSTRACT

Sports tourism is a new modern way of travelling. With improvement of the social and economic development and people's standards of living, their interest in physical fitness is increasing, so sports tourism, which is full of personalization is slowly rising. This article is about analysis of condition and opportunities of sports tourism development in RA, there is also suggestions of certain arrangements for solving its problems.

Keywords: Tourism, sport, sports tourism, sports tourism types.

РЕКЛАМА

БРЕНДИНГ АРМЯНСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ

Э.В. Асриян¹, Н.А. Мелконян²

¹Российско-Армянский университет

²Ереванский государственный университет

elina.asriyan@rau.am, nvard.melkonyan@ysu.am

АННОТАЦИЯ

В статье анализируются особенности брендинга армянской бархатной революции. В процессе брендинга армянской бархатной революции было поставлено несколько важных задач – акции неповиновения сделать узнаваемыми как революционные действия, представить бархатную революцию как продолжение и итог протестных акций, которые проводились в стране на протяжении последних десяти лет и последняя задача касалась необходимости объединить разные социальные сегменты вокруг общей идеи.

Ключевые слова: бренд, брендинг, революция, нейминг, мирное неповиновение.

«Цветные» революции, безусловно, имеют свои отличительные характеристики, однако если до развития информационной эпохи они разывались по своему специфическому сценарию, то сегодня процессы планирования и реализации революций отличаются системным использованием технологий, заимствованных из корпоративного маркетинга и брендинга. На сегодняшний день в политическом маркетинге формирование бренда революции является достаточно востребованной технологией [1]. Конструирование политического бренда является постоянным процессом, и, если бренд исчезает из поля зрения общества, то он фактически перестает

существовать. Поэтому важную роль играют не только технологии формирования бренда, но и долгосрочные стратегии управления им [2, с. 3].

В качестве основного инструмента решения поставленной задачи политический бренд должен соответствовать ожиданиям, представлениям и потребностям публики, обеспечивая при этом эффективную симметричную коммуникацию. Сила бренда, его эффективность и востребованность взаимосвязана с особенностями восприятия последователей. То есть при формировании и продвижении политического бренда наиболее важным становятся принципы и возможности его грамотного позиционирования.

Основным элементом процесса формирования бренд-идентичности является нейминг (от англ. naming) или выбор имени (brand name). Название, подобранное для революционных действий, с одной стороны, должно быть легко запоминающимся, легко воспроизводимым, должно формировать отношение и настрой, соответствовать подобным политическим действиям, обеспечивая их узнаваемость именно в качестве революционных, с другой стороны, подчеркивать отличительные особенности именно данной политической акции.

Совершенную в Армении в апреле этого года революцию назвали «бархатной» (velvet revolution), тем самым актуализируя ссылки на революции 1989 года в Польше, Болгарии, Чехословакии, которые в результате привели к изменению политического строя и к закату истории [3, сс. 38–45].

Функционально название позволяет категоризировать явление. В данном случае понятие «бархатная» заимствованно из методологии свершения революций Дж. Шарпа [4, сс. 76–77], в которой важным элементом является идея толерантности, а «бархат» ассоциируется с применением мягкой силы и пассионарным неповиновением. «Бархатная» характеристика армянской революции подчеркивала ее отличительную особенность от классических революций: бескровный сценарий, не подразумевающий применения силы, реализуемый в массовых акциях неповиновения и, как писало большинство армянских и иностранных СМИ, «без единого разбитого стекла».

Эпитет «бархатная» был конкретным посылом для международного и локального сообщества. Отсутствие нового собственного наименования в некотором смысле дистанцировало, обособляло армянскую революцию

от произошедших на постсоветском пространстве так называемых «цветных» революций¹. Интересен тот факт, что участники революционных действий, детально продумавшие весь брендинг, не предложили конкретного названия для данных акций гражданского неповиновения. Возможно, это было обусловлено стремлением избежать нежелательных ассоциаций с «цветными» революциями на постсоветском пространстве, основной целью которых было изменение геополитического вектора и противопоставление России (Украина – «Оранжевая революция», 2004г., Грузия – «Революция роз», 2003, Киргизия – «Революция тюльпанов», 2005г.).

Уже после смены власти в СМИ периодически стали появляться разнообразные новые попытки наименования революции: ее называли «белой», пытаясь подчеркнуть ее мирную сущность и противопоставить понятию «цветной» (здесь «белый» равнозначен «бесцветный»), революция «рюкзачков», «открытых ладоней», «лайвов» (англ. live – живой²) и т.д.

В процессе брендинга «бархатной» революции выбор и применение символов служили реализации следующих задач:

1. Обеспечение узнаваемости соответствующих политических действий в качестве именно революции при помощи явного и латентного ассоциирования с подобными акциями.

2. Представление «бархатной» революции как продолжение и производная гражданских протестных акций, прошедших в Армении в течение последнего десятилетия – с целью консолидации всего протестного потенциала в стране.

¹Символика и наименование «цветных революций» и попыток их проведения поддается классификации: по цвету (оранжевый, фиолетовый, голубой, розовый, желто-оранжевый, сиреневый, зеленый, белый); по объектам растительного мира (роза, каштан, кедр, тюльпан, лимон, дыня, нарцисс, василек, кактус, абрикос, подснежник, жасмин, финик, лотос); по объектам окружающего мира (бульдозер, кирпич, кафель, булыжник, голод, багет, горчица, снег, джинсы, кашемир, молодежь, курорт, пирамида, Фейсбук, Твиттер). Классификация М.Будиной, см.: «Символы цветных революций в составе их именовании» // Концепт. 2014. № 8.

²Пер. live – переводится с английского как «живой». Этим словом на телевидении и радио, а сейчас преимущественно в социальных сетях обозначаются прямые включения и прямые эфиры с места событий.

3. Интеграция и мобилизация различных сегментов общества, разных социальных групп вокруг единой идеи.

Основной функцией бренда является идентификация, т.е. необходимо чтобы предмет, явление были не только особенными, но и узнаваемыми в рамках конкретной категории. Политические акции апреля-мая 2018 года в Армении могли быть восприняты в качестве революции, либо при условии ассоциирования с уже существующим определенным эмпирическим опытом, либо – в воспроизведении конкретных узнаваемых элементов уже имевших место революций. К узнаваемым элементам можно отнести:

1. *Озвучивание проблемы легитимности действующей власти.* Современные революции обычно происходят после выборов, вопрос легитимности которых становится своеобразным катализатором для мобилизации социума [7, сс. 144–147]. Это та самая причина, по которой такого рода революции часто называют «электоральными». В Армении «бархатная» революция произошла после того, как бывший президент РА Серж Саргсян был избран Национальным Собранием премьер-министром (по сути, на третий срок), хотя следует отметить, что предпосылки для революции намечались значительно раньше. Вопрос легитимности избрания С. Саргсяна поднимался оппозицией и после выборов 2008-го и 2013-го гг.
2. *Мирный характер протеста.* Мирная сущность армянской революции, полностью соответствующая полученному в дальнейшем определению «революция мира и любви», стала основным узнаваемым элементом, объединяющим все революции, произошедшие на постсоветском пространстве. Одним из первых примеров мирных протестов были революции в прибалтийских странах в 80-ые годы. Только мирным и ненасильственным образом было возможно противостоять военной мощи СССР.
3. *Акции мирного неповиновения.* Живые цепи из держащихся за руки людей, перекрывание дорог, демонстрации и забастовки – все эти кажущиеся спонтанными проявления стали, по сути, объединяющими символами.
4. *Превалирование визуальной коммуникации.* Карикатуры, демотиваторы, распространяемые в социальных сетях, фотографии, постеры,

различные инсталляции и коллажи также характерны для современных революций. Обычно на визуальных материалах изображаются представители различных социальных групп: разного пола, возраста и занятий. К примеру, одна из самых ярких и запомнившихся фотографий этих дней – фотография мам, перекрывших улицу с детьми в колясках, или фото улицы, закрытой детскими игрушками, велосипедами и машинками.

Распространялись изображения с акций и митингов, где основной акцент ставился именно на количестве участников. Зафиксированный дронами огромный национальный флаг, который несли над головами участники шествия, стал одним из самых впечатляющих изображений.

5. *Вовлечение молодежи.* Это является одним из важнейших элементов, обеспечившим узнаваемость революции как таковой по аналогии с событиями в Чехословакии, Украине и т.д. Предпосылкой к «Бархатной» революции в Чехословакии считается разрешенный правительством студенческий митинг 17-го ноября 1989 года, который закончился столкновением с полицией и массовыми арестами митингующих. 20-го ноября студенты Чехословакии объявили о забастовке. Фактически, начало армянской революции также ознаменовалось активным вовлечением студентов. 13 апреля 2018-го года студенты ЕГУ и ряда других ВУЗов Армении объявили о том, что поддерживают мирный протест НиколаПашиняна, вернувшегося из Гюмри, и начались акции неповиновения.

Следующая проблема бренд-коммуникаций – представить «бархатную» революцию как естественное развитие и разрешение различного рода протестных движений последних лет. Во время митингов и шествий постоянно звучали лозунги («Мы – хозяева нашей страны», «Полицейский – наш»), унаследованные с прошедших в течение последних лет общественных движений («Электрик Ереван», «Я – против», экологические протестные акции). Движение 2018-го года кардинально отличалось от всех других протестных движений, произошедших в Армении за последние годы, тем, что не было обещаний и программ, чисел и аргументов, политических заявок и предложений. По сути, единственной консолидирующей

идеей, способной объединить граждан-участников предыдущих протестных движений, был протест против действующих властей. Особенно значимым являлся тот факт, что четко было осознано: люди выходят на улицу в основном не ради, а – против. Лозунг «сделай шаг, откажи Сержу» стал основным посылом, который был понятен и близок для всех участникам революционных действий, а также актуализировал миф о противостоянии анти-героя и героя-спасителя.

Можно сделать вывод, что эффективность и востребованность бренда «бархатной» революции была обусловлена тем:

1. Что были учтены социально-психологические особенности личностного восприятия;
2. Революция представлялась единственно возможным решением огромного количества политических проблем, что эффективно коммуницировалось в ключевых сообщениях;
3. Соответствием потребностям, социальным ожиданиям и видению будущего целевых аудиторий и обеспечением с ними эффективных симметричных коммуникаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Юраков М.* Брендинг «цветных революций»: <http://www.politonline.ru/comments/22881415.html>
2. *Казимирчик Л.* Политический бренд как инструмент современной публичной политики на федеральном и региональном уровнях, автореферат диссертации: <http://cheloveknauka.com/politicheskiy-brend-kak-instrument-sovremennoy-publichnoy-politiki-na-federalnom-i-regionalnom-urovnyah#ixzz5EkfQSdz5>. С. 3
3. *Фукуяма Ф.* Конец истории и Последний человек. М., 2004. СС. 38–45.
4. *Шарп Д.* От диктатуры к демократии: Стратегия и тактика освобождения. М., 2005. СС. 76–77.
5. *Мелконян Н.А.* Политический ПР и имиджмейкинг. Ер., 2012. СС. 36–40 (арм.)
6. *Почепцов Г.Г.* Имиджеология. Рефл-бук, Ваклер. 2002. С. 52.
7. *Ситнова С.И.* Сравнительный анализ «цветных революций» в странах постсоветского пространства, «Власть», 05, 2011. СС. 144–147: <https://cyberleninka.ru/article/v/sravnitelnyy-analiz-tsvetnyh-revoljutsiy-v-stranah-postsovetskogo-prostranstva>

8. *Edelman M.* Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence, N.Y., Academic Press, 1971.
9. *Асриян Э.В.* Особенности восприятия визуальной информации в учебном процессе, Развитие личности в контексте стандартизации образования: обновление смыслов, Сборник научных статей по итогам проведения международного круглого стола. 2017, 1. СС. 145–150.

THE BRANDING OF ARMENIAN REVOLUTION

E. Asriyan, N. Melkonyan

ABSTRACT

Today any revolution which is taking place in different parts of the world has its own peculiarities. In the process of branding the Armenian velvet revolution, several important tasks were set: to make actions of disobedience and protests recognizable as revolutionary actions, to present the velvet revolution as a continuation and result of protest actions that were taking place in the country over the past ten years, and the last task concerned the need to unite different social segments around a common idea.

Keywords: brand, branding, revolution, naming, peaceful disobedience.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ КУЛЬТУРЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА

А.А. Кесоян

Российско-Армянский университет

h.kesoyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются концепция «информационного общества», воздействие личностных факторов на процесс развития культуры информационного общества. Анализируется символический характер деятельности в информационном обществе.

Ключевые слова: культура, информационное общество, символический характер, информационные потоки, система ценностей.

Формирование информационного общества – сложный и противоречивый социально-исторический процесс. Он начал формироваться во второй половине XX века, когда случился первый «информационный взрыв» в истории человечества и роль и значение информационных потоков резко изменились. Для освоения таких информационных потоков, а также их поддержания и использования, необходимы специальные ресурсы. Основываясь на трех этапах социального развития, теоретики информационного общества (Д. Белл, Э. Тауплер, А. Турен и другие) выделяют три основных типа общества: доиндустриальный, основанный на отношениях человека и природы, индустриальный, основой которой является человек – трансформированная природа, постиндустриальный, основанный на человеческих отношениях. Конечно, существуют генетические связи между этими типами, поскольку они являются результатом исторических и культурных переходов и выражают суть созданной социокультурной реальности. В информационном обществе информация становится доминирующей

ценностью и стратегическим ресурсом, поскольку ее создание, развитие и передача являются решающим источником производительности и власти [1; 7]. Все критические моменты в развитии общества связаны с появлением новых путей и средств обмена информацией, расширения информационных полей и изменения их механизмов, в результате чего меняется социально-культурная система восприятия информации. Образ мира создается в результате координации и регулирования накопленной информации [5].

Таким образом, информация является важным фактором в управлении социальным развитием, а ее роль в развитии общества обусловлена информационной потребностью человека.

Главная особенность информационного общества заключается в том, что большая часть населения занимается информационной деятельностью. Информация становится одним из основных результатов продукта и одной из основных социальных ценностей и становится основным фактором в укреплении связей с общественностью.

Одной из особенностей информационного общества является то, что информация становится основным продуктом производства и основным результатом. Меняются не только условия существования, но и сама среда изменяется, потому что это совершенно новое, виртуальное измерение для существования. «Политическая культура, стереотипы социально-культурных форм поведения изменяются, в результате чего формируются новые формы поведения» [4; с. 274].

Социальное обогащение современного человека, расширение времени и пространство, внутренний опыт имеют много новых возможностей для общения в развитии социальных процессов. Возникает проблема формирования сознания нового поколения так, чтобы оно могло решить две основные проблемы. Во-первых, легко адаптироваться к окружающей среде, а во-вторых, сохранить и передать опыт из поколения в поколение [4].

Одной из основных целей информационного общества является разработка соответствующих категорий и положений, отражающих новое общество и изучение изменений в мировоззрении. Как отмечает Э. Тоффлер: «В нашей жизни рождается новый тип цивилизации, и слепые люди везде пытаются игнорировать его. Эта новая цивилизация приносит с собой но-

вый стиль семейной жизни, изменения в том, как мы живем, новая экономика, новые политические конфликты, и, кроме того, все сознание меняется». Речь идет о появлении новых форм влияния на людей, которые своим влиянием создают новые изменения в сознании человека. «Информационные ресурсы изолируют людей, традиционные прямые контакты, собрания, которые заменяются компьютерами. Человек воображает реальность не по личному восприятию, а по реальности, сформированной информационными средствами» [6].

Характерно, что возникновение новых методов манипуляции сознанием, эмоциями, восприятием, выбором и интересами американским военным аналитиком Т. Томасом называется в одном ряду с такими угрозами, порождаемыми научно-техническим развитием, как открытость для всех, в том числе, террористов, информации любого уровня и любых объемов, а также отсутствие легитимированных международным сообществом адекватных способов защиты от информационных технологий [5].

Характерно, что существуя как самостоятельные теоретические построения, концепции информационного общества и постмодернистские концепции свой толковательный потенциал обращали на одни и те же социальные и культурные процессы. Принципиальной особенностью подобных ценностей, как отмечали теоретики постмодернизма, является их символическая природа, связанная со статусными аспектами, а характерной особенностью обмена – не экономический, а символический характер.

Потребление же Бодрийяр трактует исключительно как деятельность систематического манипулирования знаками, составляющих более или менее связный дискурс, но отнюдь не как материальный процесс. Возникающие при этом символические отношения порождают и новый тип потребления, которому в наибольшей степени соответствует французский термин *consommation* – истребление (в противовес более привычному – *consumation* – потребление). Если *consumation* означает включение в систему эквивалентного обмена, то *consommation* предполагает «завершение», «исполнение», «осуществление», «доведение до конца»[2].

Именно как влияние на способность людей принимать решения, оказывая эффективное психологическое давление на сознание, как передачу и создание фиктивных сообщений, направленных как на индивидуальное

сознание, так и на массовое, понимают информационную войну представители так называемой школы Максвелла: О. Йенсен, Р. Шафрански, Д. Стейн. Особое значение в развитии и оформлении стратегической теории информационной войны, разворачивающейся в инфосфере, имеет такой универсальный механизм манипуляции, как массовая культура [7].

Существование человека в обществе высоких технологий становится возможным только путем изменения и обновления прошлой системы ценностей и поддержания основных элементов, которые перешли из поколения в поколение. С одной стороны, информация формирует материальную среду жизни человека, действуя как технология, программное обеспечение итд., а с другой стороны – основные средства межличностных отношений. То есть информация одновременно определяет существование человека и общественную жизнь. Антропологический кризис – это проблема века. «Сегодня нет определения того, кем должен быть нормальный человек, какими качествами он должен обладать». Испанский философ Хосе Ортега-И-Гассет связывает с технической разработкой разрушительные изменения в массовых общественных процессах. Духовные и культурные источники поднимались вверх из глубин образования [2].

В заключение отметим, что культура информационного общества по сравнению с культурой общества индустриального, обладает целым рядом особенностей – сетевым принципом функционирования и распространения, виртуальным характером, кратковременной, спонтанной, «липовой» формой подачи информации. В границах данной культуры объективно изменяется значение и роль личности, активность которой мотивируется не внешними побудительными стимулами деятельности, а, по преимуществу, внутренними. Более того, само становление этой системы оказывается обусловленным не только материальным прогрессом, но и изменением ценностных ориентаций личности, настроенной на творчество, развитие и самосовершенствование.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. М., 1999. С. LXXXVI–CXLIV.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М., 2000. С. 113.

3. *Буряк В.В.* Глобальное гражданское общество и сетевые революции / Виктор Буряк. Симферополь: ДИАЙПИ, 2011. 152с.
4. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура//http://polbu.ru/kastels_informepoch/
5. *Мальковская И.А.* Знак коммуникации. Дискурсивные матрицы. М., 2004. С. 39.
6. *Рашковский Е.Б.* Многозначный феномен идентичности: архаика, модерн, пост-модерн... «Вопросы философии», М., Наука, 2011, № 6. С. 36; *Тоффлер Э.* Мета-морфозы власти. М., АСТ, 2001. С. 22.
7. *Терин В.П.* Государство-идеология- управленческие культуры и глобальная информатизация / Проблемы формирования государственных политик в России // Материалы Всероссийской научной конференции. Москва, 31 мая, 2006г.

THE MAIN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE CULTURE OF THE INFORMATION SOCIETY

Н. Kesoyan

ABSTRACT

In the article the conception of “information society” is being considered, as well as the impact of personal factors on the process of information society culture. Analyzes the symbolical character of activity in information society.

Keywords: culture, information society, symbolical character, information flows, value system.

ВОЗРАСТНОЙ СОСТАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЛЕГКОЙ ОДЕЖДЫ НА ЛОКАЛЬНОМ РЫНКЕ ГОРОДА ЕРЕВАН

А.Р. Хачатрян

Российско-Армянский университет

gotoh@rambler.ru

АННОТАЦИЯ

В данном «пилотном» исследовании нами был изучен возрастной состав потребителей брючных изделий на локальном рынке города Ереван. Исследование показало равномерное распределение разных моделей данной товарной группы среди потребителей в возрасте 15–77 лет, что указывает на неэффективность сегментирования рынка на основе возраста. Результаты анализа показывают характерные признаки *агрегированного рынка*.

Ключевые слова: возрастной состав, локальный рынок, брючные изделия сегментирование рынка, агрегированный рынок.

Введение

В научной, популярной и научно-популярной литературе по маркетингу, рекламе, торговле непрерывно говорится о необходимости сегментирования рынка, таргетированной рекламы, определения целевой аудитории. Однако практических исследований в этом направлении, на которые могут ориентироваться маркетологи и рекламщики – очень мало. На нехватку конкретных исследований указывали американские исследователи Д.Б. Валентайн и Т.Л. Пауэрс (Dawn B. Valentine, Thomas L. Powers) [1]. Если для такого развитого, традиционного рынка, как рынок США, наблюдается нехватка практических исследований, то говорить о молодых локальных рынках и не приходится. Поиск данных, например, о возрастном составе потребителей какого-либо товара в городе Ереван, не приводит к удовлетворительному результату. Не дает результата и прямой опрос ра-

ботников торговли (менеджеры, продавцы, хозяева бутиков и т.д.). Не приводя конкретных цифр, скажем лишь, что на простой вопрос, заданный вышеуказанным работникам: «Какого возраста клиенты покупают этот товар?», звучал простой ответ: «Все покупают».

Имея в виду вышесказанное, мы посчитали целесообразным проведение «пилотного» исследования возрастного состава потребителей такого товара, для которого возраст потребителя должен быть значимым. В качестве такого товара были выбраны мужские брючные изделия, имеющие широкий спектр моделей – от классических брюк до пляжных шорт.

Метод исследования: стандартизированная техника *невключенного наблюдения* [2]. Наблюдение проводилось в мае – июле 2018 года, четыре раза в неделю, в 10.00 – 12.00 и 18.00 – 20.00 на улицах и площадях города Ереван (пр. Аршакуняц, пр. Комитаса, пр. Маршала Баграмяна, пр. Месропа Маштоца, пр. Мясникяна, ул. Айвазовского, ул. Ваграма Папазяна, ул. Корюна, ул. Ростовян, ул. Сарьяна, ул. Теряна, ул. Ханджяна, ул. Чаренца, пл. Гарегина Нжде, пл. Республики, пл. Франции). **Наблюдались** мужчины старше 15 лет. Возраст наблюдаемых определялся прямым опросом. Отказавшиеся назвать свой возраст исключались из выборки.

Предметом исследования были количественные характеристики брючных изделий, надетых наблюдаемыми субъектами. Фиксировались три группы товаров: классические брюки, джинсы, шорты (короткие брюки включены в группу шорты). Результаты наблюдения записывались в дневник наблюдателя. Для шорт проводилось дополнительное деление по моделям: пляжные шорты, шорты-карго, бриджи, бермуды и т.д.

Результаты наблюдений представлены графиками и таблицами.

Всего в эксперименте наблюдалось 1500 человек. 82 человека отказались указывать свой возраст, и были исключены из выборки. Таким образом, число наблюдаемых составило 1418 человек. На Рис. 1 показано распределение опрошенных по возрасту.

Чтобы убедиться в репрезентативности данной выборки мы сгруппировали участников в группы возрастных интервалов – в соответствии с делением, предложенным в *The world factbook – CIA* [3] и сравнили данные нашего опыта с данными по Армении указанной организации (CIA). Результаты приведены в Табл. 1.

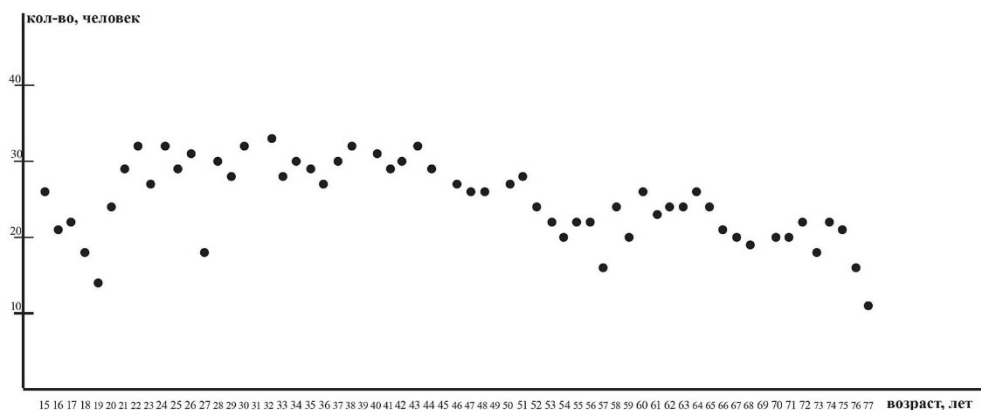


Рисунок 1. Распределение по возрасту опрошенных потребителей мужской одежды (брючные изделия).

Таблица 1. Репрезентативность выборки участников опроса.

Возраст	Данные The world factbook CIA	Данные опытной выборки
0-14 лет	19,1	-
15-24 лет	15,2%	17,5%
25-54 лет	43,5%	51%
55-64 лет	11,7%	14,7%
65 лет и старше	10,5%	16,8%

Учитывая то, что в нашей выборке отсутствует возрастной интервал 0–14 лет и, введя соответствующий поправочный коэффициент (0.81), получим: 14,2%, 41,3%, 11,9% и 13,6, соответственно. Эти цифры достаточно хорошо согласуются с данными The world factbook и позволяют утверждать, что наша выборка удовлетворяет требованиям репрезентативности. Некоторый «провал» в точках 19, 27 и 57 лет существенно не влияет на общую картину, так как их вклад в медиану групп, содержащих 247, 728 и 209 человек, не превышает 0,04%.

На Рис. 2 представлены результаты по возрастному составу потребителей джинсов (голубые точки) и потребителей шортов (красные точки). Для сравнения повторены данные Рис. 1. Данные по классическим брюкам не приведены на рисунке, так как они получаются простым вычитанием значений для джинсов и шортов – из общего числа участников опыта. Третья кривая нагромадила бы рисунок – вызывая неудобство для восприятия.

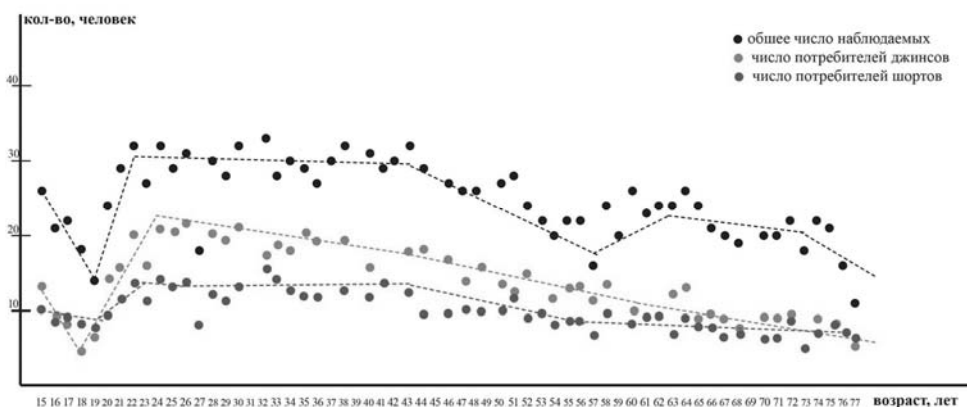


Рисунок 2. Сравнение распределений по возрасту потребителей джинсов и шортов с распределением по возрасту участников опроса.

Из Рис. 2 видно, что распределения по возрасту потребителей брючных изделий имеют схожий характер. Несколько отличается распределение потребителей шортов для группы 15–24 годов. Однако с учетом доверительных интервалов для приведенных выборок это отличие можно считать несущественным. В основном наблюдается равномерное распределение по всему диапазону возрастов – от 15 до 77 лет.

Процентное соотношение потребителей джинсов, шортов и классических брюк приведено в Табл. 2. Для групп 15–24, 25–54 и 55–64 проценты достаточно близки и свидетельствуют о том, что больше половины потребителей в этих группах предпочитают носить джинсы. Порядка 40% потребителей отдает предпочтение шортам. В группе старше 65 лет наблюдается увеличение количества потребителей классических брюк (почти

в три раза по отношению к группе 15–24 года), однако, с учетом малочисленности групп 15–24 и старше 65, абсолютная разница составляет всего 25 человек. Число слишком маленькое для каких-либо строгих выводов. Мы можем лишь говорить о некоторой тенденции предпочтения классических брюк в группе пожилого возраста. Несмотря на это отличие, приоритет джинсовых изделий неоспорим, а шорты находятся на втором месте. Если джинсовые изделия являются достаточно давней и привычной группой товара для локального рынка Еревана, то шорты, особенно для людей пожилого возраста, представляются новой тенденцией.

Наше исследование имеет чисто эмпирический, количественный характер и не ставит задачи анализа мотивационных аспектов, однако практическое отсутствие общего стиля у потребителей шортов (шорты носятся в комплекте с блузами, сорочками с коротким рукавом, майками, футболками, банными тапочками, кроссовками, туфлями на толстой подошве, носками и т.д.) разрешает предположить отсутствие общих мотивационных стимулов для всей группы потребителей.

Таблица 2. Процентное соотношение потребителей разных типов брючных изделий для возрастных групп.

Товар \ Возраст	15-24 лет	25-54 лет	55-64 лет	65 лет и старше
Джинсы	52%	53%	50%	46%
Шорты	42%	40%	38%	37%
Классические брюки	6%	7%	12%	17%

Поскольку большое количество потребителей шортов было несколько неожиданным, то было решено проанализировать возрастной состав потребителей этой группы товара по отдельным моделям: пляжные шорты, брюки-гаучо, бермуды, бриджи, шорты карго. Результаты приведены в Табл. 3.

Таблица 3. Процентное соотношение потребителей разных моделей шортов для возрастных групп.

Шорты \ Возраст	15-24 лет	25-54 лет	55-64 лет	65 лет и старше
Пляжные Шорты	51%	52%	50%	58%
Брюки-гаучо	30%	35%	38%	36%
Бермуды	5%	4%	–	–
Бриджи	2%	7%	8%	6%
Шорты-карго	12%	2%	4%	–

Из таблицы видно, что шорты карго (шорты с крупными накладными карманами, которых должно быть минимум четыре) отсутствуют в группе 65 лет и старше. У этой группы не пользуются успехом и бермуды. Бермуды не встречаются и у потребителей возрастной группы 55–64 года. Наибольшей популярностью у всех групп пользуются пляжные шорты. Больше всего пляжных шортов (не в абсолютных цифрах, а в процентном отношении к данной группе) носят потребители группы 65 лет и старше – 58%. И хотя 75-летние старички в цветастых пляжных шортах в городе, где нет ни одного пляжа, смотрятся несколько нелепо, факт остается фактом – данный тип изделия пользуется успехом у потребителей данной возрастной группы.

Возможно, что особая популярность этой модели шортов связана с климатическими условиями города в летнее время. Если это так, то потребители введены в частичное заблуждение: дело в том, что на самом деле при температурах воздуха выше 37-ми градусов закрытая свободная одежда защищает намного эффективнее, чем одежда, частично прикрывающая тело [4]. Светлые, свободные, длинные брюки защищают намного эффективнее, однако таких брюк практически нет на локальном рынке.

Таким образом, можно предположить, что психографическое сегментирование рынка [5] мужской одежды на основе возраста для локального рынка города Ереван, не может быть показательным. На самом деле,

анализ этого рынка показывает характерные признаки *агрегированного рынка*. Результаты исследования говорят о необходимости более детального изучения локального рынка для разных групп товаров, для описания общей картины локального рынка.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Dawn B. Valentine, Thomas L. Powers*. Generation Y values and lifestyle segments // *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 30 Issue: 7, 2013, PP. 597–606.
2. *Encyclopedia of Case Study Research*. Edited by: *Albert J. Mills, Gabrielle Durepos & Elden Wiebe*, SAGE Publications, 2010.
3. *The world factbook – CIA*. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/>
4. *Эшкрофт Ф.* На грани возможного: Наука выживания. 4-е изд. М.: Альпина нон-фикшн, 2016.
5. *US Framework and VALS™ Types*:
<http://www.strategicbusinessinsights.com/vals/ustypes.shtml>

THE AGE STRUCTURE OF LIGHT CLOTHING CONSUMERS IN THE LOCAL MARKET OF YEREVAN CITY

H. Khachatryan

ABSTRACT

In this “pilot” study, the age composition of consumers of trouser products in the local market of Yerevan was studied. The study shows a uniform distribution of different models of this product group among consumers aged 15–77 years, which indicates the inefficiency of market segmentation based on age. The results of the analysis show the characteristic features of the aggregated market.

Keywords: age composition, local market, pant products, market segmentation, aggregated market.

РУССКИЙ ЯЗЫК

СТРАНОВЕДЕНИЕ КАК ВАЖНЕЙШЕЕ УСЛОВИЕ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ИНТЕРЕСА СТУДЕНТОВ К РУССКОМУ ЯЗЫКУ НА ФИЛОЛОГИЧЕСКОМ ФАКУЛЬТЕТЕ

Л.С. Айрапетян

Арцахский Государственный университет

liana.liana.hayrapetyan@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В данной статье рассматривается роль лингвострановедческого аспекта в преподавании русского языка в вузе. Основной целью обучения русскому языку студентов-армян в условиях глобальной информатизации общества должно стать воспитание личности, способной и желающей участвовать в межкультурной коммуникации на изучаемом языке. Процесс усвоения неродного языка должен быть тесно связан с усвоением иноязычной культуры в познавательном, развивающем, воспитательном и обучающем аспектах. Владение изучаемым языком во всех видах речевой деятельности должно осуществляться через культуру, а культура народа должна усваиваться через его язык.

Ключевые слова: лингвострановедение, коммуникативная компетенция, реалии, культура, уровень обучения.

Сегодня, в условиях интенсивно развивающегося процесса мировой интеграции, выдвигаются новые требования к человеческой личности, главным среди которых является способность к межкультурной коммуникации и социокультурной адаптации. Отсюда – задача подготовки компетентного, всесторонне образованного специалиста, способного быстро и адекватно реагировать на изменение условий труда и жизнедеятельности,

и в связи с этим – необходимость пересмотра конкретного содержания образования, его отбора и возможности интеграции в учебные программы.

Как известно, русский язык является важнейшим средством межкультурного общения, без которого невозможно существование и развитие нашего общества. Происходящие сегодня изменения в общественных отношениях требуют повышения социокультурной компетенции студентов Армении, НКР, совершенствования их языковой подготовки, т.е. способности и готовности осуществлять межличностное и межкультурное общение с носителем русского языка.

Любая форма коммуникации связана с культурологическими особенностями представителей различных национальных культур, а культурные различия неизбежно оказывают свое влияние на результаты коммуникации, приводя к сбоям в процессе общения. Воспитание толерантного отношения к чужой культуре, преодоление кросс-культурных различий, затрудняющих общение и понимание между представителями различных культур, становится важным условием воспитания полноценной личности в современном мире.

Перед нами – преподавателями остро стоит вопрос, как сохранить интерес у студентов к русскому языку, с учетом сложившейся образовательной политики в нашей стране. Этот вопрос беспокоит многих учителей, преподавателей русского языка и широко обсуждается в методической литературе последних лет. В тоже время, изучение языка – это долгая и кропотливая работа, которая требует особого терпения и упорства. Поэтому на протяжении всего процесса обучения достаточно сложно поддерживать интерес к изучению языка. На наш взгляд, именно использование такой дисциплины как страноведение способно повысить интерес студентов к изучению русского языка, потому, что преподавание языка без опоры на культуру страны вызывает трудности. Страноведение ставит перед собой следующие основные цели:

- получение коммуникативных и речевых навыков;
- знакомство с традициями, особенностями культуры, истории, географии и политики страны изучаемого языка;
- формирование личности и воспитание уважительного отношения к иноязычной стране и ее языку.

Сегодня урок русского языка может представляться механическим процессом заучивания новых слов и грамматических правил. Уроки страноведения вызывают у студентов особый интерес, ибо они одновременно с изучением языка знакомят студентов с элементами русской культуры, географией страны, историей народа, его традициями и специфическими особенностями менталитета, зафиксированным в быту (национальные праздники, приметы) и в языке (фразеологизмы, пословицы, поговорки, сказки). Совокупность данных сведений называют страноведением. Этот термин впервые появился в 80-е гг. XIX в., а методика преподавания этих сведений при изучении иностранного языка называется лингвострановедением.

Наибольший вклад в работу над этой проблемой внесли такие ученые лингвисты, как: В.Г. Костомаров, Е.М. Верещагин и их последователи.

Итак, лингвострановедение – это аспект преподавания русского языка иностранцам, в котором с целью обеспечения коммуникативности обучения и для решения общеобразовательных и гуманистических задач лингводидактически реализуется кумулятивная функция языка и проводится аккультурация адресата, причем методика преподавания имеет филологическую природу – ознакомление проводится посредством русского языка и в процессе его изучения [1].

При изучении русского языка студенты сталкиваются с целым рядом фактов, относящихся не к области лексики, грамматики, фонетики или стилистики, а, скорее, к сферам социальной, бытовой или исторической. Правильное употребление или понимание некоторых слов или фраз предполагает иногда знание их происхождения, ситуаций, в которых их можно использовать, или элементарных сведений из истории, литературы, политической реальности страны изучаемого языка. То есть, наряду с овладением русским языком происходит усвоение культурологических знаний и формирование способности понимать ментальность носителей другого языка. Знакомство с культурой изучаемого языка происходит путем сравнения и постоянной оценки имевшихся ранее знаний и понятий с вновь полученными, со знаниями и понятиями о своей стране.

Основная часть заданий страноведческого характера должна предназначаться для самостоятельной работы дома. Главным критерием при

отборе материала должна быть информативность. Тексты должны заинтересовать студентов и, таким образом, развивать их познавательные способности. Решение проблемы работы со страноведческим аспектом заключается в целенаправленной и последовательной разработке методических указаний для преподавателя с подробным разъяснением приемов работы над лингвострановедческим материалом, а также серий упражнений с учетом специфики данного материала.

Новые учебники русского языка (для армянских школ) насыщены страноведческой информацией. Тексты, рассказывающие о столице России, о ее традициях и праздниках и т.п. расширяют кругозор учащегося и одновременно служат средством обучения языку. Изучение культуры другого народа посредством языка – один из значительных аспектов диалога культур в современном мире. Достижение культурологической аутентичности учебных текстов позволяет эффективно осуществлять две важнейшие задачи, стоящие перед учителем русского языка, обучение языку и обучение культуре [2].

В этом году в АрГУ на филологическом факультете впервые был введен предмет «Страноведение России». Среди множества учебных дисциплин «Страноведение России» занимает особое место. Нами используется учебное пособие под редакцией О.А. Казаковой и С.В. Малервейн. Целью нашей работы в рамках данной дисциплины является совершенствование у студентов страноведческой и лингвострановедческой компетенции, формирование системы представлений о русской национальной культуре. Данный курс обеспечивает эффективную межкультурную коммуникацию на русском языке. Пособие состоит из восьми разделов, в которых представлены следующие темы: географическое положение, государственное устройство, экономика и население страны изучаемого языка, религии в России, культурное наследие, национальные традиции России, русский национальный характер. В каждый раздел включены информационный блок, задания и справочная информация. Информационный блок представляет собой адаптированный текст по теме дисциплины, рассказывающий об особенностях страны изучаемого языка. Подраздел «Задания» содержит вопросы для самоконтроля по тексту информационного блока и

творческие задания по теме. Справочная информация включает пословицы и поговорки, связанные с изучаемой темой, а также лексический материал, который студенты должны знать в рамках данной темы [3].

На занятиях мы знакомим студентов с традициями, обычаями русского народа и сопоставляем их с традициями нашей страны. При этом убеждаемся, что системы ценностей не сильно отличаются у всех людей вне зависимости от страны проживания. В качестве речевых заданий обсуждаем последние новости, происходящие в Армении, Арцахе, России. Таким образом, мы создаем условия для привития толерантного отношения к представителям различных культур, формирования навыков межкультурной коммуникации.

Можно также широко применять ролевые игры, соответствующие тематике «Путешествие в Москву, или в северную столицу России». Например, группа студентов знакомится с жизнью сверстников в России, они рассказывают о своей стране и помогают составить наиболее интересный маршрут. Особый интерес вызывают задания, связанные с ознакомлением некоторых страноведческих реалий, которые представлены в пословицах, поговорках, фразеологизмах. Немаловажное значение в изучении русского языка играет использование интернет-ресурсов на уроках.

Кроме того, следует помнить, что общение на русском языке – это межкультурное взаимодействие. Но самое главное, нужно донести до студента, что чужая культура не хуже, но и не лучше нашей, она просто другая, и нужно с уважением относиться к разным культурам, но при этом, любить свою страну, уважать свою историю и культуру. Основным методом работы с данными текстами является метод сопоставления.

1. Давайте побеседуем:

2. Прочитайте и озаглавьте текст.

а) Ознакомьтесь с содержанием текста. Выпишите названия русских сувениров и попытайтесь найти к ним эквивалент в армянском языке. Ответьте, как называются слова, не переводимые на другой язык:

б) В чем секрет успеха и долголетия матрешки?

в) Почему матрешка является символом России за рубежом?

г) Какие вам еще известны символы России?

д) *Есть ли у армянского народа аналогичные национальные куклы или символы?*

В художественном творчестве каждого народа выражаются его мысли и чувства, его представление о мире. Из века в век, из поколения в поколение передаётся мастерство народных умельцев. «Мастер – «золотые руки», – говорят о тех, кто рождает красоту.

Любимым материалом русских было дерево: из него строили дома, делали орудия труда, изготавливали предметы домашнего обихода. Деревянная посуда – одно из самых интересных направлений народного творчества. Посуда русских разнообразна: тут и *ковши*, и *миски*, и резные *деревянные ложки, ставцы, ендова, кубки, солонки-утицы, турса*. Особенно славится промысел села *Хохлома* в Нижегородской области. Хохломская посуда знаменита не только своим редким для посуды золотым цветом, но и удивительным орнаментом – «травкой» и «кудриной».

Символом национальной русской культуры считается *самовар*. Самовар в древности сильно выручал чаевника: воду в нём можно было вскипятить быстро и с небольшим количеством угля. Заимствованный у кочевых народов, русский самовар прожил долгую жизнь, и всякое время переделывало его на свой лад (стиль). С конца 18 века производство самоваров освоили заводы города Тулы, который стал центром изготовления самоваров. У русских даже родилась поговорка: «В Тулу со своим самоваром не ездят».

Наверное, нет иностранца, который, уезжая из чужой страны, не вез бы с собою сувенира. Лучшим русским сувениром считают *матрёшку*, которая не только уезжает в разные страны, но даже побывала в космосе. Образ матрёшки выражает обобщённо черты русской красоты: круглое лицо, яркий румянец, чёрные брови, маленький рот. Кроме того, матрёшка – игрушка с секретом, сюрприз: внутри одной матрёшки скрывается много других. Чем больше матрёшек, тем больше радости. Эта русская кукла-игрушка всем очень нравится, она завоевала много призов на международных выставках и стала посланницей русской культуры.

Название игрушки произошло от уменьшительной формы русского крестьянского имени Матрёна (*отитальянского Матрона – женщины*,

мать семейства). Игрушка была забавная: она разнималась на две половины, а внутри неё была ещё меньшая матрёшка и т.д. Свое первое путешествие за границу матрешка совершила в 1900 году – на Всемирную выставку в Париж и сразу завоевала всеобщую симпатию.

Русская деревянная кукла «матрёшка» представляет собой изображение девочки или женщины в русской национальной одежде – в сарафане, с платочком на голове. Её одежду украшают яркие цветы, в руках она держит корзинку, птицу или букет цветов. Она легко разнимается на две половинки, а внутри находится другая матрёшка меньшего размера, внутри неё ещё одна, за ней другая, и, кажется, нет конца забавной выдумке. Одна игрушка обычно состоит из 3–24 кукол, а иногда – из 60 и более. Все куклы, которые составляют одну матрёшку, похожи, но отличаются друг от друга какой-нибудь деталью. Матрёшка является одним из самых популярных русских сувениров.

Сейчас матрёшки делают в различных мастерских.

Сначала подбирают подходящий вид древесины. Из-за мягкости в основном выбирают **липу**, реже **ольху** или **берёзу**. Деревья обычно срубают ранней весной, снимают кору, но не полностью, чтобы во время сушки древесина не давала трещин. Затем брёвна складывают и сушат в течение нескольких лет в хорошо вентилируемом месте.

К обработке древесины необходимо приступать тогда, когда она не сухая, но и не сырая. Каждая заготовка проходит более десятка операций. Самую маленькую куклу – неразборную делают первой. Когда матрешка готова, приступают к следующей фигурке, в которую войдёт первая. Заготовка необходимой высоты обрабатывается и разрезается на верхнюю и нижнюю части. Первой делается нижняя часть. Затем удаляют древесину изнутри обеих частей второй куклы так, чтобы меньшая кукла плотно вставлялась внутрь. Потом процесс повторяется для куклы большего размера, в которую войдут две предыдущие и т.д. Количество кукол может быть различным.

В заключение процесса каждую куклу покрывают масляным лаком. После окончательной сушки и полировки художник приступает к раскрас-

ке. В качестве красок используется акварель, гуашь, темпера, реже масляные краски. Несмотря на разнообразие красок, мастера по-прежнему отдают предпочтение гуаши.

В нескольких городах работают музеи матрёшки: в Москве – в Леонтьевском переулке, в Нижнем Новгороде, в Нолинске, Калязине, Вознесенском и в Сергиевом Посаде.

Матрёшка – это русская красавица, сувенир, известный во всем мире. Хотя эта игрушка создавалась для детей, взрослые довольно трепетно относятся к матрёшкам и чаще покупают для себя, для души. Сейчас она – не просто народная игрушка, матрёшка стала традиционным сувениром России и хранительницей исконной русской культуры [4].

3. Ответьте на вопросы:

1. Из чего сделаны матрешки?
2. Кто создал первую матрешку?
3. Почему деревянных кукол называли матрешками?
4. Почему матрешку полюбили и дети, и взрослые?
5. Что вы знаете о русском городе Тула?
6. Что означает устойчивое выражение «ездить в Тулу со своим самоваром?»
7. Прочитайте и прокомментируйте пословицы и поговорки русского и других народов о чае и чаепитии.
 - ❖ В хорошей посуде и чай вкуснее (японская)
 - ❖ Выпьешь чаю – прибавятся силы (китайская)
 - ❖ Самовар кипит – уходить не велит (русская)
 - ❖ Выпей чайку – позабудешь тоску (русская)
 - ❖ Чай пить – не дрова рубить (русская)
 - ❖ Печка – матушка, да самовар – батюшка (русская)

4. Составьте предложения со следующими словами и выражениями: круглолицая, цветастый платок, сарафан, дородный, сувенир, русская культура, традиция, складировать.

5. Вспомните, какие сувениры являются самыми популярными в нашей национальной культуре. Опишите их с помощью различных типов комментария.

6. Подготовьте презентацию по данной теме.

В процессе работы мы столкнулись со слабыми знаниями в вопросах отечественной и русской истории и культуры, со слабой заинтересованностью в происходящих событиях в стране и во всем мире. Однако нами было выявлено, что информация, полученная в ходе работы, заинтересовала студентов и произвела на них положительное впечатление. На занятиях мы также виртуально путешествовали по Золотому Кольцу России, ознакомились со многими историческими памятниками. При этом студенты вобрали в себя много познавательной информации о самой России, ознакомились с новым лексическим материалом, с народной мудростью. У студентов появилось желание посетить Петербург в период белых ночей, увидеть, как разводят мосты, побывать в известных музеях. На занятии нами проводились творческие задания, которые способствовали всестороннему развитию студентов.

Таким образом, мы пришли к выводу, что лингвострановедческий материал является сильным рычагом для создания и поддержания интереса к изучению русского языка. Оно способствует развитию творческого потенциала студентов, расширению языковых знаний, а также представляет собой действенный источник мотивации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Верещагин Е.М., Костомаров В.Г.* Язык и культура. Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного. М. 1990. С. 37.
2. *Сериков О.И.* Использование лингвострановедческого материала на уроках иностранного языка. // Oiserikov.3dn.ru/index/quotvlijanielingvostranovedcheskogo.na/0-27 //
3. *Казакова О.А., Малервейн С.В.* Учебное пособие «Страноведение России». Томск. 2013.
4. *Айрапетян Л.С.* Пособие по русскому языку для студентов гуманитарных факультетов. 2016.

Интернет-источники

1. // <https://www.twirpx.com> //
2. // <http://matreshkina.ru/stati/details/?id=330> //

**REGIONAL GEOGRAPHY AS THE MOST IMPORTANT CONDITION
FOR INCREASING INTEREST IN PHILOLOGY STUDENTS
TO RUSSIAN LANGUAGE**

L. Hayrapetyan

ABSTRACT

In this article, we observe the role of culture-oriented linguistics aspect while teaching Russian in universities. The main goal of learning Russian for Armenian students in the conditions of global informatization of society must become raising personality that wants and is able to participate in the international communication of the studied language. The process of learning of foreign language must be closely connected to the learning about foreign culture in cognitive, developing, educating, and teaching aspects. Mastering the language should be done by learning the culture and mastering the culture should be done by learning its language.

Keywords: Culture-oriented linguistics, communicative competence, realities, culture, level of education.

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ КОНЦЕПТА «ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ» В ЗЕРКАЛЬНОМ ОТРАЖЕНИИ СБОРНИКА «ВЕХИ»

Л.С. Акопян

Российско-Армянский университет

lastochka3579@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье исследуется историко-культурный пласт концепта «интеллигенция» в начале XX века. Исследование базируется на изучении дискурсивного материала сборника статей «Вехи», способов языковой экспликации концепта «интеллигенция» в трудах русских философов с последующим выведением высокочастотных лексем, наполняющих ассоциативное поле концепта «интеллигенция», в изречениях авторов-носителей языка как фрагмента языковой картины мира.

Ключевые слова: интеллигенция, концепт, дискурс, языковая экспликация, высокочастотные лексемы, концептуальное поле, языковая картина мира.

Концепт «интеллигенция», влившись однажды в русское языковое и социокультурное пространство, надолго закрепил в нем свою прочную позицию. Рассуждая сегодня о феномене русской интеллигенции, ей приписывают разную содержательную значимость и вес как ключевой фигуре, понятию в социальном значении, в русском историческом развитии.

Анализу лингвокультурного концепта «интеллигенция» в исторической перспективе, выявлению способов отражения субъективной ментальности отдельных представителей русской языковой картины мира бу-

дет посвящена данная статья. В частности, будет рассматриваться переходный период XIX–XX вв., для которого характерна политическая разногласия, отразившаяся не только на общественно-политической жизни России, но и несшая на себе определенный культурологический отпечаток. В размышлениях и творческом поиске находились люди искусства, ученые, писатели, публицисты. Характерным для этого периода является переосмысление отношения к Богу и церкви, к непреходящим ценностям.

Именно в этот период, один из самых сложных для российского общества, в 1909 г., был опубликован сборник статей «Вехи», в котором давалась новая оценка значению интеллигенции в обществе, ее духовным ценностям, и вызвавший невероятный резонанс. Авторами статей были М.О. Гершензон, Н.А. Бердяев, С.Н. Булгаков, А.С. Изгоев, Б.А. Кистяковский, П.Б. Струве, С.Л. Франк, до недавнего времени разделявшие идеи марксизма и представлявшие политическое течение «Легальный марксизм».

В начале XX в. в Большой и Малой советских энциклопедиях «Легальный марксизм» будет трактоваться в несколько разных формах изложения: а) как «идейно-политическое течение части передовой российской буржуазии» в БСЭ (1926 г.) [2, Т.38]; и б) как «литературно-общественное течение среди радикальной буржуазной интеллигенции» в МСЭ (1928 г.) [8, Т.5]. Здесь следует сослаться на терминологию, бытующую в описываемый исторический период, и отметить, что лексемы «буржуа», «буржуазия», «интеллигенция» имели синонимичную направленность [1, 5–9].

Впоследствии термин «буржуазная интеллигенция» закрепится за представителями либерального направления, не приветствовавшими пролетарскую революцию и диктатуру пролетариата.

В содержательном плане сборник «Вехи» представлял собой нещадную критику русской интеллигенции и объявлял – словами М.О. Гершензона – «идеологию русской интеллигенции (...) внутренне ошибочной, (...) неспособной привести (...) к освобождению народа» [4]. Раскрывая разные стороны жизни российского общества, каждый из авторов добавлял свой штрих к образу современника, а также предыдущих поколений людей, подготовивших почву происходящим в стране преобразованиям.

Исследование построено на детальном анализе дискурсивного материала статей вышеупомянутых авторов и способов экспликации концепта «интеллигенция», методом сплошной выборки, а также использован сопоставительный метод при исследовании контекстуальных значений текстов, с целью достижения таких исследовательских задач, как: а) вычленение основных групп наиболее частотных контекстуальных значений концепта «интеллигенция»; б) сведение контекстуальных признаков по тематическим сферам; в) выведение семантического ядра концепта «интеллигенция» в общей иерархии тематических сфер анализируемого сборника.

В ходе исследования дискурсивного материала наиболее частотные контекстуальные значения были разбиты на тематические группы: а) этическая, нравственная составляющая; б) социальная принадлежность, классовая характеристика; в) социально-политическая характеристика, активность и значимость в обществе.

Анализ статей на предмет семантического наполнения концепта «интеллигенция» методом сплошной выборки дал обширный материал по выше обозначенным тематическим сферам, среди которых в тематическом поле «этическая, нравственная составляющая» было выявлено наибольшее (частотность 553) количество способов языковой экспликации.

Приводим некоторые, далеко не полные (сокращения в десятки раз) таблицы с выборкой фраз, использованных философами – авторами сборника в контексте с ключевой лексемой «интеллигенция» в разных оттенках значений (таблица 1).

Таблица 1. Выборка из статьи Бердяева Н.А.

контекстуальное значение	частотность
Любовь к уравнительной справедливости // моральное суждение интеллигенции укладывается в формулу: да сгинет истина, если от гибели ее народу будет лучше житья //корыстное отношение к самой истине...чтобы стала орудием...переворота //- господствующее сознание интеллигентского мира	19

Душа русской интеллигенции // душа передовой ...// новая душа ...// душевный уклад ...// духовные черты ... и др.	12
Господство народолюбия, пролетаролюбия, поклонение богу-народу // общественный утилитаризм в оценках всего, поклонение «народу» – то крестьянству, то пролетариату – все это остается догматом большей части интеллигенции // человекопоклонство и народопоклонство и др.	12
Низкий уровень философской культуры // слабость теоретических философских интересов // отсутствие серьезных философских знаний и пр.	11
Политический абсолютизм искажил душу передовой интеллигенции // под научным духом всегда понимали политическую прогрессивность и социальный радикализм и др.	9
Кружковая философия русской интеллигенции // интеллигентская кружковщина // кружковый смысл «мировоззрения» //кружковые...философы	8
интеллигентский мир // интеллигентская среда // интеллигентская молодежь // широкие массы интеллигенции // широкие слои интеллигенции	7
Умственный, нравственный и общекультурный декаданс // кризис ... и др.	6

В тексте использованы производные от лексемы «интеллигенция»: *интеллигентщина, интеллигентский, интеллигентный, интеллектуалистическая, субъективно-интеллигентски*. Интеллигенцией названы представители всех партий.

Булгаков С.Н. революцию 1905–1907 гг. называет «интеллигентской», считая, что «духовное руководство в ней принадлежало (...) интеллигенции» [3, гл. I].

В тексте Булгакова С.Н. использованы производные от лексемы «интеллигенция»:

интеллигенты, интеллигентский, интеллигентски-гуманистический, интеллигентство. Наиболее частотные контекстуальные смыслы ассоциативного поля концепта «интеллигенция» из статьи С.Н.Булгакова приводим ниже (таблица 2).

Таблица 2. Выборка из статьи Булгакова С.Н.

контекстуальное значение	частотность	
Черты утраченной церковности // отдаление от церкви // отрицание религии // полная запущенность религиозной культуры личности // атеистическая ...	36	55
Церковная интеллигенция // религиозная природа русской интеллигенции // христианские черты // отзвуки природы православия и др.	19	
Героизм – основная сущность интеллигентского мировоззрения и идеала, притом героизм самообожения // человекобожеская природа интеллигентского героизма // гордыня интеллигентского героизма // максимализм ...	37	
Из противоречий соткана душа русской интеллигенции // душевный и жизненный уклад ... // духовный облик // душевный уклад и др.	31	
Особая разновидность сословного аристократизма, надменно противопоставляющая себя обывателям // социальный привкус барства // духовный аристократизм // высокомерие и самомнение // самообожествление	22	
Главный проводник просвещения в толщу стомиллионного народа // этой горсти принадлежит монополия европейской образованности и просвещения в России // русское образованное общество // образованный класс ... и др.	21	
Интеллигенция была нервами и мозгом гигантского тела революции // русская революция была интеллигентской //	16	

революция – духовное зеркало интеллигенции // революция – результат ее [инт.] опыта // «студент» стало нарицательным именем интеллигента в дни революции	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Гершензон М. вырисовывает образ интеллигента начала XX в., утратившего специфичные черты своего предшествующего идеала: жизнь по принципу самоотдачи, служение народу и государству. По М. Гершензону, в своей массе интеллигенция, прикрываясь «идеями», на самом деле страдает раздвоением личности, о чем свидетельствует частотность проанализированного текстового материала (таблица 3).

Таблица 3. Выборка из статьи Гершензона М.

контекстуальное значение	частотность
И стали мы все калеками, с глубоким расколом между нашим подлинным «я» и нашим сознанием // печальное искажение – духовная жизнь русской интеллигенции // сонмище больных, изолированное в родной стране // кризис интеллигенции еще только начинается // ...полный нравственный застой ...//	25
// интеллигенция наша на девять десятых поражена неврас- тением ...	
...один путь хорошей жизни – жить для народа, для общества // общественность заполнила сознание ...// в огромных количествах старались перелить в народ наши знания ... // она [интеллигенция] выбивалась из сил, чтобы просветить народ...// он [интеллигент] на людях, он спасает народ...	17
Сказать, что народ нас [интеллигенцию] не понимает и ненавидит, значит не все сказать // нет, он [народ], главное, не видит в нас людей: мы для него человекоподобные чудовища, люди без Бога в душе //...что народная душа качественно другая – это нам и на ум не приходило...	14

Духовная энергия русской интеллигенции // потряс интеллигентскую душу //мы вообще забыли думать о строе души // душевная жизнь // каждая личность духовно оскоплялась уже на школьной скамье // кучка искалеченных душ	13
Это был какой-то странный аскетизм...// [жизнь] шла сама собою, через пень-колоду, угрюмо и судорожно // праздность, неряшливость, гомерическая неаккуратность в личной жизни, наивная недобросовестность в работе... //... а большинство – просто коптели небо...// ...вялость и равнодушие...	10
Я говорю, разумеется, об интеллигентской массе //наше сознание в массе // для всей остальной огромной массы интеллигентов...	9

А.С. Изгоев в своей статье отслеживает процесс становления личности интеллигента в современном ему обществе, от детских лет до взросления. Автор преследовал цель изобличить интеллигенцию в нескольких поколениях, в пылу революционной страсти и совершения «подвигов» не забывая о главном – о воспитании подрастающего поколения. «Подпольная кружковщина, начинающаяся с гимназических лет, прививает интеллигентской молодежи «чрезмерное уважение к себе и...высокомерие по отношению к другим» [6, гл.II], «подавление своим величием товарищей (...), не знакомых с нелегальной литературой» [там же]; уже во взрослой жизни это качество становится «одной из характерных черт (...) интеллигенции, духовно-высокомерной и идейно-нетерпимой»[там же]. Результаты исследования (по убывающей сокращенные в тематических группах) по А.С. Изгоеву (таблица 4).

Таблица 4. Выборка из статьи Изгоева А.С.

контекстуальное значение	частотность
учающаяся молодежь из среды породившей ее интеллигенции // радикальная ...// монашеский орден людей, обрекших	26

себя на смерть// идеал русского интеллигента – профессиональный революционер, ... гибнущий на эшафоте //	
Образованные люди // русское образованное общество //	23
Вековая некультурность, необразованность, ... отсутствие серьезного воспитания //русские студенты мало и плохо учатся // в ...государственных думах огромное большинство депутатов ...не обнаружили знаний	23
Наша студенческая толпа стадна и нетерпима // говорят афоризмами и догматическими положениями // ужасно не думать так, как думает студенческая толпа! // выразителей самостоятельных мыслей окружает злоба	23
Отсутствие идейной преемственности...// отсутствие всякой духовной связи с семьей (студенчество)// влияние родителей на выработку уважения к женщине, на руководство чтением и др. – отриц.ответ (при опросе студентов)	22
Сплошь и рядом отрекаются от всяких духовных интересов // нравственное самосовершенствование вообще не пользуется кредитом в среде передовой	22
молодежи // бессильна и малополезна народу // интеллигентная (точнее, революционная) работа...ограничивается университетом, по выходе из которого они «опускаются», как любят говорить про себя в пьяном угаре ...	

Кистяковский Б.А. в отношении русской интеллигенции делает выводы, вытекающие из хода истории: «Русская интеллигенция состоит из людей, которые ни индивидуально, ни социально не дисциплинированы (...) русская интеллигенция никогда не уважала права, никогда не видела в нем ценности (...) [правосознание] стоит на крайне низком уровне развития» [7, гл.І].

Исследование лексико-семантического поля концепта «интеллигенция» по контекстуальным признакам и тематическое моделирование позволяет выделить как компонент-доминанту лексему «русская», с инвариантами (частотность 275 раз). Так, например, в статье Бердяева Н.А. частотность употребления – 42 раза; в статье Булгакова С.Н. – 46; Гершензона

М. – 21; Изгоева А. – 26; Струве П. – 29; Франка С. – 52; Кистяковского Б. – 59 раз.

К ядерной зоне структуры исследуемого концепта относятся выявленные контекстуальные значения: кризис интеллигенции...начинается // нравственный застой интеллигенции // умственный, нравственный и общекультурный декаданс // распад личности ...интеллигенции // глубокий перелом в психике и др. (частотность 152 раз).

Ближнюю периферию занимают контекстуальные значения: интеллигентский героизм – основная сущность интеллигентского мировоззрения и идеала, притом героизм самообожения // человекобожеская природа интеллигентского героизма // монашеский орден людей, обрекших себя на смерть //...черты интеллигенции духовно-высокомерный и идейно-нетерпимый // идеал – революционная работа и др. (частотность – 129); нравственный мир интеллигенции // нравственное мировоззрение // ее верования, ее оценки и вкусы, ее умственный и нравственный уклад // ценная потребность интеллигенции в органическом соединении «правды-истины» и «правды-справедливости» // интеллигентское мирозерцание и др. (частотность – 95); душа русской интеллигенции // душевный уклад // духовные черты (частотность – 89); отдаление от церкви // мертвенное отношение к религии // атеистичность сознания // черты утраченной церковности; религиозная природа русской интеллигенции // христианские черты // духовные навыки, воспитанные церковью, др.(частотность – 84).

К дальней периферии с нисходящей частотностью отнесем фрагменты текстов с контекстуальными значениями: просвещение в интеллигентском смысле // интеллигентское просветительство // русское образованное общество // главный проводник просвещения // образованные люди (частотность 79); символ веры русского интеллигента есть благо народа, удовлетворение нужд «большинства» // господство народолюбия...пролетаролюбия // поклонение Богу-народу // человекопоклонство и народопоклонство и др. (частотность 73); интеллигенция как идейно-политическая сила // идейной формой русской интеллигенции является ее отщепенство, ее отчуждение от государства и враждебность к нему и др. (частотность 72); сказать, что народ интеллигенцию не понимает и ненавидит, значит не все сказать // между нами и нашим народом ...рознь // не участвуя в

созидании народного достояния...ведет паразитическое существование на народном теле (частотность 45); низкий уровень философской культуры // слабость теоретических философских интересов //отсутствие серьезных философских знаний (частотность 31); буржуазную науку он презирал // средний массовый интеллигент не любит своего дела и не знает его // психология деятелей [организационной работы] – работали без полной веры в свое дело, без цельной любви, с надрывом... (частотность – 25).

Мы можем заключить, что резонанс, который вызвала публикация сборника, объясним, если мы будем рассматривать вопрос под углом раскола единого организма, именуемого «интеллигенцией».

Как показывает анализ трудов авторов статей – видных мыслителей той эпохи, объем понятия «интеллигенция» значительно расширился, денотативная составляющая концепта охватила всю мыслящую общественность России. Концепт утратил шарм романтики и идеализма, теперь интеллигентами именовалась огромная армия образованных людей, всех оттенков политических и идеологических взглядов.

Выделились два титана – буржуазная и левонастроенная интеллигенции, а также множество течений – люди, творящие революцию. Философы же нашли новое определение, отражающее суть гигантского моря людей, плывших по течениям, подсказываемым им идейными вождями. М.Гершензон назовет их «безличной массой, со всеми свойствами стада» [5, гл. III]; собственно, в истории и закрепился маркер – интеллигентская «масса».

Возможно, именно потому «веховцы» с оглядкой на прошлое разочарованно сравнивали поколения интеллигенции, делили на «до» и «после», что исчезло важное интеллигентское качество в новом поколении молодежи – рефлексия, априори не свойственная массам, а являющаяся неотъемлемым качеством индивидуума. Именно о таком ходе событий предупреждали интеллигенты 60-х–80-х гг. XIXв., призывающие к развитию индивидуальности, работе над личностным потенциалом.

Итак, «веховцы» углядели в интеллигенции другое начало, противоположное и пугающее предвидением хаоса: 1. низкий уровень философских знаний; 2. низкий уровень профессиональных знаний; 3. низкий уро-

вень правового сознания; 4. атеизм, граничащий с догматизмом; 5. «бездумная романтика смерти», проистекающая из завышенной самооценки и нетерпимости; 6. интеллигентский тип «героя» с чувством вседозволенности, не умеющий себя реализовывать в житейских буднях; 7. доминирование понятия «общественный»; 8. космополитизм, отрывающий от реалий русской самобытности; 9. бюрократизм на всех уровнях; 10. практика клеветничества и доносов; 11. всеобщая политизация сознания; 12. нарастающие, как снежный ком, фанатическая революционная нетерпимость и накал радикализма.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Акопян Л.С.* Концепт «интеллигенция» в дискурсе основателя советского проекта. // IV Международная научно-методическая конференция «Проблемы модернизации современного высшего образования: лингвистические аспекты» // Омский автобронетанковый инженерный институт // Сборник трудов конференции. Омск. ООО «Издательство Ипполитова», 2018. СС. 5–9.
2. Большая советская энциклопедия. Изд. 1-е. // Энциклопедия. // Гл. ред. О.Ю. Шмидт. М.: Советская энциклопедия. ОГИЗ, 1938. Т.38, 438с.
3. *Булгаков С.Н.* Героизм и подвижничество. Сборник «Вехи» // Сборник статей о русской интеллигенции // 7 авторов. Философский сборник. Глава I. 1909. Электронная версия // <http://www.vehi.net/vehi/intro.html> //
4. *Гершензон М.О.* Сборник «Вехи». Предисловие. // Сборник статей о русской интеллигенции // 7 авторов. Философский сборник. 1909. Электронная версия // <http://www.vehi.net/vehi/intro.html> //
5. *Гершензон М.О.* Творческое самосознание. Сборник «Вехи» // Сборник статей о русской интеллигенции // 7 авторов. Философский сборник. Глава I. 1909. Электронная версия // <http://www.vehi.net/vehi/intro.html> //
6. *Изгоев А.С.* Об интеллигентной молодежи. Сборник «Вехи» // Сборник статей о русской интеллигенции // 7 авторов. Философский сборник. Глава II. 1909. Электронная версия // <http://www.vehi.net/vehi/intro.html> //
7. *Кистяковский Б.А.* В защиту права. Сборник «Вехи» // Сборник статей о русской интеллигенции // 7 авторов. Философский сборник. Глава I. 1909. Электронная версия // <http://www.vehi.net/vehi/intro.html> //
8. Малая советская энциклопедия. Изд. 1-е. В 10-ти томах /Гл. ред. Н.Л. Мещеряков. М.: Советская энциклопедия, 1929. Т.5.

LEXICAL-SEMANTIC FIELD OF INTELLIGENTSIA CONCEPT IN MIRROR IMAGE OF THE COLLECTION «VEKHI»

L. Akopian

ABSTRACT

The article explores the historical and cultural layer of intelligentsia concept at the beginning of the 20th century. Research is based on studying of discursive material of the collection «Vekhi», on lingual explication of intelligentsia concept in the works of Russian philosophers followed by deducing of high frequent lexemes which are filling associative field of the intelligentsia concept. Research is also based on sayings of authors – native speakers – as a part of lingual picture of the world.

Keywords: intelligentsia, concept, discourse, lingual explication, high frequent lexemes, conceptual field, lingual picture of the world.

СРЕДСТВА ЯЗЫКОВОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ ОППОЗИЦИИ «СВОЙ-ЧУЖОЙ» В «ЛЕТОПИСИ О СОБЫТИЯХ В ТВЕРИ 1762-1823 ГГ.» ТВЕРСКОГО КУПЦА МИХАИЛА ТЮЛЬПИНА

Е.Н. Арефьева

Российско-Армянский университет

yevgenia.arefieva@rau.am

АННОТАЦИЯ

В статье проводится анализ средств языковой репрезентации концептуальной оппозиции СВОЙ-ЧУЖОЙ, входящей в концептосферу рукописи «Летопись о событиях в Твери 1762–1823 гг.» тверского купца Михаила Тюльпина. Определение содержания и объема концептов, составляющих оппозицию СВОЙ-ЧУЖОЙ в языковом сознании купца Михаила Тюльпина, помогает выделить особенности индивидуально-авторского осмысления ключевых понятий русской языковой картины мира рубежа XVIII–XIX веков.

Ключевые слова: концепт, концептуальная оппозиция, концептосфера, языковое сознание, языковая картина мира.

Введение

Слово является хранителем человеческой памяти и духовной культуры народа. Культуру каждого народа сопровождают некие понятия, константы, которые помогают людям одной культуры, а иногда даже разных культур, находить друг с другом общий язык. Человек мыслит концептами, комбинируя их и формируя новые концепты в ходе мышления. Концепт, по определению Ю.С. Степанова, «это как бы сгусток культуры в сознании человека; то, в виде чего культура входит в ментальный мир человека» [5, 44]. Концепт является единицей концептосферы народа.

460

Академик Д.С. Лихачев определяет концептосферу как совокупность концептов нации, она образована всеми потенциями концептов носителей языка. Чем богаче культура нации, ее фольклор, литература, наука, изобразительное искусство, исторический опыт, религия, тем богаче концептосфера народа [2, 5].

Личность автора «Летописи о событиях в Твери 1762–1823гг.» [1] как носителя языка оказывается в центре внимания при рассмотрении концептосферы данного скорописного документа, хранящегося в Государственном архиве Тверской области. Михаил Матвеевич Тюльпин является представителем купеческого сословия, и уровень его образования и культуры накладывает отпечаток на язык «Летописи о событиях в Твери...». Анализ языковых репрезентаций представленных в «Летописи...» концептов, поможет выявить особенности языковой картины мира купца Михаила Тюльпина и описать культурное пространство рубежа XVIII–XIX веков сквозь призму языка.

Материал и методы

В данной статье анализируются средства вербализации концептов СВОЙ-ЧУЖОЙ, входящих в концептосферу «Летописи о событиях в Твери...». По мысли Ю.С. Степанова, концептуальная оппозиция «свой-чужой» «является одним из главных концептов всякого коллективного, массового, народного, национального мироощущения» [5, 472].

Концепты СВОЙ и ЧУЖОЙ выступают как средства категоризации мира и обнаруживают тесную связь с понятием «народ». Имеющие отношение к самосознанию этноса, эти концепты играют роль в организации пространства этноса, выполняя аксиологическую функцию и выступая в качестве ориентира при вычленении релевантных признаков. С помощью данных лексем выделяются «свои», свой народ и «чужие», иные, чуждые. Как пишет Ю.С. Степанов, определяющим для этноса является «самосознание, осознание некоторой группой людей самой себя как «своих» в отличие от «чужих» [5, 474–475].

В «Словаре славянских древностей» [3] указывается синонимия пары «свой-чужой» и «правильный-неправильный». Данный ряд представлен следующими антонимичными парами: хороший-плохой, праведный-

греховный, чистый-нечистый, живой-мертвый, человеческий-нечеловеческий, внутренний-внешний [3, 581–582]. Словарь также дает нам цепочку связей, организующих пространство «своего» и «чужого». К ним относятся: кровно-родственные, семейные (род, семья), этнические (народ, нация), языковые (язык, диалект), конфессиональные (вера), социальные (общество, сословие) [3, 581–582].

Для анализа языковых репрезентаций концептов, составляющих оппозицию СВОЙ-ЧУЖОЙ, необходимо выявить «внутреннюю форму» концептов, т.е. этимологию лексем, выражающих концепты в наиболее полном объеме и общей форме.

По утверждению Ю.С. Степанова, «понятие «Свой» первоначально является осознанием кровного родства некоторой группы людей (рода, клана), в пределах которой человек одновременно осознает себя «свободным от рождения, свободным по рождению» и противопоставляет себя другим – «чужим» [5, 480]. На основании этимологического анализа корней, являющихся внутренней формой концепта СВОЙ, исследователь делает вывод о синонимии концептуальных форм «свои», «своя группа людей» и «свободные» [5, 481]. Рассматривая предысторию концепта СВОЙ, Ю.С. Степанов подчеркивает связь концептов «свои» и «мир» (в значениях «свои, свой народ, круг своих» и «место, где господствуют законы, хорошие установления и порядок») [5, 482]. Концепт ЧУЖОЙ и соответствующая лексема в русском языке «относятся к «не своему», «постороннему» и «далекому» в сфере народа, обычая или нрава» [5, 483]. В этом плане оппозиция «свои-чужие» оформляет концепт «свой народ» и «народ» вообще [5, 487]. Концепт ЧУЖОЙ обнаруживает связь также с понятием «странности», «необычности». Помимо этого, одно из значений слова «чужой» указывает на его древнейший концептуальный состав – «не имеющий, не знающий своего рода» [5, 483–484].

Концепты СВОЙ и ЧУЖОЙ, являясь составляющими концептосферы «Летописи о событиях в Твери...», отражают индивидуально-авторское осмысление сущности предметов и явлений. Как мы писали ранее, «оппозиция «свой-чужой» лежит в основе аксиологической шкалы автора «Летописи...», по которой оцениваются явления и события объективной реальности» [4, 175].

Анализируя средства репрезентации концептуальной оппозиции СВОЙ-ЧУЖОЙ в «Летописи о событиях в Твери...», можно обнаружить связь концептов СВОЙ и ЧУЖОЙ с концептом МИР в значении «отсутствия войны», «дружеское сосуществование с чужими». Наиболее адекватным выражением концепта «Свои», по мнению Ю.С. Степанова, является понятие «Народ» [5,483]. В этом аспекте на уровне текста концептуальная оппозиция СВОЙ-ЧУЖОЙ реализована вариантами «народ», «наши войска», «наша земля», с одной стороны, и «неприятель», «враг» – с другой.

Например, при описании Чумного бунта 1771 года, одного из самых крупных восстаний XVIII века, видно, что М.Тюльпин оценивает события сквозь призму оппозиции «свои-чужие»: «для утишенія бунту испушекъ палили вънародъ *анивънеприятеля*» [1, 9 об.]. Отсутствие четкого деления людей на «своих» и «чужих», а также оценочные слова («неблагополучие налюди», «смертоносная язва», «иныхъ кнутомъ бещадно а иныхъ плетми» [1,9 об.]) подчеркивают личное отношение купца к описываемым событиям.

Описывая события Отечественной войны 1812 года, М.Тюльпин также оперирует понятиями в границах оппозиции «свой-чужой». В этом плане обнаруживается связь концептуальной оппозиции СВОЙ-ЧУЖОЙ с концептами НАРОД, РУССКИЕ: «съ 10 дня здѣсь въ твери получено известие, о вторженіи *неприятеля въ Россію*» [1, 27 об.]; «послучившимся здѣсь таковымъ притчинамъ, *народъ* пришелъ въ немалое смущение о быстротѣ *неприятеля*, и началъ помалу отсюда выецадь» [1, 28 об.]. Границы концепта СВОЙ расширяются от дома, места жительства семьи Михаила Тюльпина до пределов целой страны, родной земли. «Чужим», нарушающим границы «своего» мира, становится враг, вторгающийся в пределы Родины. Оппозиция СВОЙ-ЧУЖОЙ соотносится с оппозицией «хороший-плохой», «добрый-злой». «Свои» и «чужие» в представлении М.Тюльпина противопоставлены по отношению к традиционным русским духовным ценностям. «Свои» – представители одного народа, они объединены общей территорией, родная земля является для них сакральным понятием. «Чужие» – это враги, завоеватели, вторгшиеся на родную землю: «...императоръ французовъ собравъ многочисленныя силы разныхъ державъ, <...> двинулся онъ внутрь земли нашей. убиства, пожары, и

опустошенія слѣдовали по стопамъ Его, разграбленныя имущества, сожженныя города и села и протчія селенія, поруганныя храмы и олтари господни, и вся ихъ драгоценная священная утварь онимъ святототцемъ похищена. Всѣ неслыханныя до селе неистова и люто сти совтрженіемъ Его алчности въ российскія предѣлы, въ спорѣ звѣрствомъ и ненавистию и безсовестиемъ исполнены» [1, 27 об.].

«Летопись о событиях в Твери» в основном содержит объективные и бесстрастные описания явлений, событий и фактов. Однако в записях последних лет, непосредственно фиксируя происходившие в Твери события, М. Тюльпин иногда выражает личностную оценку описываемого. Так, на фоне предельной фактологичности изложения, не могут остаться незамеченными эмоциональные комментарии, сделанные купцом при описании войны 1812 года. Например, «содѣлалась въ городѣ печальная картина оставляя отецъ сына, сынъ отца, мать дочь, дочь мать, мужъ жену, жена мужа и въ такомъ смятеніи и страхѣ, распрощались другъ съ другомъ со слезами аки въ последній день» [1, 28]. Данный комментарий свидетельствует о том, так важна для Михаила Тюльпина целостность семьи, дома, всего народа, и о том, с какой трагичностью он воспринимает, когда неприятель посягает на эту целостность.

Результаты

Таким образом, можно отметить, что дихотомия «свой-чужой» лежит в основе аксиологической шкалы, по которой автор «Летописи о событиях в Твери...» оценивает окружающую действительность. В языковом сознании купца М. Тюльпина можно выделить взаимосвязанное и взаимообусловленное единство концептуальной оппозиции СВОЙ-ЧУЖОЙ и концептов МИР, НАРОД, РУССКИЕ. Пространство родной земли осознается купцом Михаилом Тюльпиным как «свое» пространство, противопоставленное «чужому», вражескому миру. Анализ средств репрезентации концептуальной оппозиции СВОЙ-ЧУЖОЙ в «Летописи о событиях в Твери 1762–1823 гг.» позволил выявить особенности индивидуально-авторского осмысления ключевых понятий русской языковой картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Летопись о событиях в Твери 1762–1823 гг. тверского купца М. Тюльпина // Государственный архив Тверской области. Ф. 1409. Оп. 1. Д. 1135.52 л.
2. *Лихачев Д.С.* Концептосфера русского языка // Известия РАН. Сер. «Лит. и яз». Т. 52, № 1. М., 1993. СС. 3–9.
3. Славянские древности. Этнолингвистический словарь: в 5 т. / Под ред. Н.И. Толстого. М.: Международные отношения, 2008. Т.4: П (Переправа через воду) – С (Сито). 2009. 656с.
4. *Смирнова Е.Н.* Концептуальные поля «Свой» и «Чужой» в индивидуальном сознании тверского купца Михаила Тюльпина (на материале «Летописи о событиях в Твери 1762–1823 гг.») // Филологические науки. Вопросы теории и практики, № 1 (19). Тамбов: Грамота, 2013. СС. 174–176.
5. *Степанов Ю.С.* Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования. М: Школа «Языки русской культуры», 1997. 824с.

THE LANGUAGE REPRESENTATION MEANS OF CONCEPTUAL OPPOSITION “ONE’S OWN-ANOTHER’S” IN “CHRONICLE OF EVENTS IN TVER’ OF 1762-1823” BY TVER’ MERCHANT MIKHAIL TYUL’PIN

E. Arefieva

ABSTRACT

The article deals with the analysis of the language representation means of the conceptual opposition “One’s Own-Another’s” as a part of conceptual sphere of the manuscript “Chronicle of Events in Tver’ of 1762–1823” by Tver’ merchant Mikhail Tyul’pin. The determination of the content and volume of the concepts included into conceptual opposition “One’s Own-Another’s” in the merchant Mikhail Tyul’pin’s language consciousness helps emphasizing the features of the individual-authorial understanding of the key notions of the Russian language picture of the world at the turn of the XVIII–XIX centuries.

Keywords: concept, conceptual opposition, conceptual sphere, language consciousness, language picture of the world.

БЕЗЛИЧНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В РУССКОМ И АРМЯНСКОМ ЯЗЫКАХ

Д.Г. Оганесян

Российско-Армянский университет

hovhannisyandiana1995@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена сопоставительному анализу безличных предложений в русском и армянском языках. Безличные предложения функционируют как в русском, так и в армянском языках. В русском языке они широко распространены, что связано с особенностями русского языкового мышления. В армянском языке употребление безличных конструкций ограничено. На месте русских безличных предложений в армянском языке в основном употребляются двусоставные предложения.

Ключевые слова: односоставные предложения, безличные конструкции, языковая картина мира, модель.

Введение

Язык – важнейшая и неотъемлемая часть любой национальной культуры, знакомство с которой предполагает не только изучение самой культуры, но также предполагает попытку проникнуть в способ мышления нации, попытку взглянуть на мир глазами носителей этой культуры. Следовательно, содержание любой культуры может быть выражено с помощью её языка, и язык неразрывно связан с культурой.

Каждый язык создаёт свою языковую картину мира, иначе – языковую модель мира. Языковой картиной мира можно назвать комплекс знаний о мире, воплощённых в лексике, фразеологии, грамматике. Общепринятым считается воздействие лексики и фразеологии на образование языковой картины мира.

Однако наша задача заключается в том, чтобы показать, что в последний период разные учёные стали всё больше внимания обращать на грамматические средства, выступающих в качестве ведущих в формировании этой картины мира.

Определённая часть грамматических структур создаёт границы для становления национальной картины мира. Безусловно, для нас такими грамматическими структурами являются именно безличные предложения.

Применение понятия культуры в парадигме лингвистических поисков подразумевает анализ когнитивных культурных аспектов в связи с когнитивными языковыми аспектами. Проблема анализа и описания семантики дательного падежа внезапно оказалась интересной и привлекательной для лингвистов (важно отметить, что к этому вопросу обращались не только русские и армянские лингвисты, но и представители западноевропейской науки), чьи взгляды так или иначе опираются на когнитивную теорию языка. И язык, и культура обособляются, но одновременно сопоставляются с мышлением и тем самым объединяются друг с другом.

Материал и методы

Социальный и культурный опыт зафиксированы в языке в виде понятий, которые передаются с помощью концептов. Концепты – это своего рода понятия, особенно знаменательные и образцовые для каждой отдельно взятой культуры. Эти концепты могут рассматриваться как ядерные понятия, вокруг которых устроены определённые области культуры. Именно анализ таких концептов даёт возможность раскрыть систему ценностей, традиций и устоев, характерных для разных культур и народов.

К русскому языку можно применить концепты, выделенные А. Вежбицкой: *эмоциональность, иррациональность и неагентивность*.

Данные семантические характеристики, определяющие смысловое ядро русского языка, можно передать конкретными языковыми средствами, в особенности они отражаются в системе безличных предложений русского языка.

Безличные предложения дают людям возможность говорить о своих эмоциях и других ментальных актах как независимых от их воли и ими не контролируемых. Отсутствие контроля в предложениях, где говорится о

человеческих чувствах, выражается безличной формой глагола и дательным или винительным падежом имени существительного: *Мне не верится; Ему хотелось слышать звук её голоса.*

Указанная модель достаточно продуктивна: именно так русские рассказывают о событиях своей ментальной жизни, подразумевая при этом, что эти события просто происходят в их умах, и что они не несут за них ответственности. Безличные конструкции, построенные по данной модели, определяют действие как независимое от человека.

Синтаксическая типология языков выделяет два различных взгляда на реальный мир. Согласно первому способу, действительный мир можно представить в терминах причин и их результатов; второй способ представляет более субъективную картину мира.

По сравнению с другими языками, русский язык намного дальше продвинулся по феноменологическому пути, что с синтаксической точки зрения проявляется в безостановочном росте роли безличных предложений.

Наш интерес к безличным предложениям вызван, в первую очередь, сложностью самой категории безличности, многообразием подходов к объяснению и классификации безличных конструкций. Во-вторых, трудностями усвоения категории безличности и безличных предложений нерусскими студентами, в родном языке которых их употребление весьма ограничено.

Семантической основой безличных предложений является отсутствие именно активного деятеля. В лингвистической литературе можно найти разные объяснения появления безличных конструкций. Одни исследователи считают, что появление безличных предложений – результат развития абстрактного мышления, поскольку в них явно наблюдается отвлечение от конкретного деятеля, производящего определённое действие. А.М. Пешковский связывает рост безличных конструкций с общей тенденцией в языке – вытеснением имени глаголом.

Интересна судьба безличных предложений с главным членом, выраженным личной формой глагола в безличном употреблении (Ср.: *Град побил посевы – Посевы побил градом; Ветер свалил дерево – Ветером свалило дерево*). Сама себе глагольная форма в этих предложениях не указывает на безличность. Это значение приобретает лишь в сочетании с

творительным падежом. Первоначально творительный падеж имел значение орудия. Так, в «Русской грамматике» (1980) говорится, что в современном языке произошёл так называемый синтаксический сдвиг в употреблении такого творительного падежа, в результате которого он получил значение косвенного субъекта. Исконно такого рода предложения имели подлежащее со значением неопределённости и творительного орудия и, следовательно, были двусоставными. Далее под воздействием конструкций с безличными глаголами они перешли в категорию односоставных, чему явно способствовала неопределённость значения подлежащего-субъекта, а само значение субъекта действия было перенесено на форму творительного с одновременным вытеснением бывшего значения орудия действия.

В русском языке сочетания дательного падежа со словами категории состояния также обозначают неосознанно происходящие ментальные акты: *Мне грустно; Вам приятно и весело.*

Часто слова категории состояния в таких конструкциях морфологически связаны с глаголами «активных» эмоций: *Ему было завидно – Он завидовал; Ему было скучно – Он скучал; Ему было жалко – Он жалел.*

Активная глагольная схема предполагает, что причиной появления у того или иного лица некоторого чувства является напряжённое обдумывание им каких-то мыслей в течение определённого промежутка времени. Дативная же схема со словом категории состояния говорит о том, что данное чувство не находится под контролем человека.

Тем не менее независимый характер чувства, передаваемый дативной конструкцией, не означает, что само чувство не может быть вызвано самостоятельно.

Следует заметить, что слово категории состояния не обязано выражать чувство; это делает вся конструкция целиком: *Ему было хорошо / холодно / грустно.*

Находясь в центре событий, человек тем не менее может быть над ней не властен. Безличные конструкции закрепили за собой когнитивные модели, которые в течение некоторого времени сформировались в национальном сознании: способность держать все события под контролем огра-

ничена, стремление к фатализму, подчинению и покорности. По этой причине личность не выделяется в качестве автономного субъекта. Это и есть проявление неагентивности.

В русском языке существуют два основных варианта модели с дательным падежом имени:

1. Структурная формула: отрицание + глагол в форме 3-его лица, единственного числа, настоящего времени / среднего рода, единственного числа, прошедшего времени, возвратный – дательный падеж субъекта: *Ну не писалось ей на этот раз.*

Семантика: неспособность / неумение делать то, что хочется.

Чаще всего предполагаемые для этого действия сами по себе не составляют какой-либо сложности и фактически заключаются в том, чтобы поддерживать некоторое состояние.

Глагол здесь должен быть непереходным или должен употребляться как непереходный, а неспособность субъекта может быть отнесена к его внутреннему состоянию и никак не связывается с целевым объектом, если таковой имеется: *Мне не читается.*

2. Структурная формула: глагол в форме 3-его лица настоящего времени / единственного числа среднего рода, прошедшего времени, возвратный – дательный падеж субъекта – наречие «хорошо» (вообще оценка): *Хорошо мне с тобой живётся.*

Семантика: непостижимая способность делать что-то хорошо.

В данной конструкции человек представлен как лицо, которое, делая нечто, по какой-то непонятной причине не испытывает при этом никаких затруднений.

Агнец понимает, что предпринятая им деятельность протекает гладко, но сколько бы рад он этому не был, его заслуги в этом нет, так как успех достигается не в результате затраченных им самим усилий, а, скорее всего, благодаря действию каких-то непостижимых сил: *Мне чудесно писалось = Я чувствовал, что моё писание шло исключительно хорошо, я не знаю почему.*

Мы рассмотрели конструкции, которые представляют людей пассивными, неконтролирующими события. Сейчас мы остановимся на конст-

рукции, которая предполагает ограниченность логического мышления, человеческого знания и понимания, непредсказуемости жизни. Считается, что мир является сущностью непознаваемой и полной загадок, а истинные причины событий непостижимы. Например: *Его убило молнией; Всё небо заволокло облаками*. Непосредственная причина событий – *молния и облака* – представляется так, как если бы она была «инструментом» какой-то неизвестной силы. В данных предложениях настоящая причина событий непознаваема. Допускается альтернативная номинативная конструкция, не имеющая значения «таинственности»: *Меня убил гром. Облака заволокли небо*.

Однако этот принцип – «по течению» – не является единственным в жизни человека. В русской языковой картине мира человек представлен как активное живое существо, способное осуществлять всякие физические, речевые и интеллектуальные процессы, с одной стороны, и, с другой, человеку характерны состояния восприятия, желания, знания, мнения, разные эмоции, а также, что самое главное, человек по-разному отзывается на внешние и внутренние воздействия.

Теперь рассмотрим, как проявляется категория безличности в армянском языке.

В армянском языке, подобно русскому, среди односоставных предложений выделяются безличные конструкции. Долгое время в армянском языке безличные предложения имели ограниченное употребление, причиной которого служил тот факт, что многие армянские лингвисты, начиная с М.Абегяна, не включали этот тип предложений в отдельную группу. Следует отметить, что в армянском языке, как и в русском, безличным называется предложение, которое не только не имеет подлежащего, но и не нуждается в нём и невозможно «восстановить» его без ущерба для содержания.

В армянском языке выделяются два типа безличных предложений: *причастные безличные предложения* (тоже, что и *глагольные*) и *именные безличные предложения*.

Особенностью армянских глагольных безличных предложений является то, что они выражаются неопределённым причастием или же в качестве главного члена имеют неопределённое причастие. Важно отметить,

что первое предложение, написанное на армянском языке маштоцовскими буквами, было глагольным безличным предложением: «Ճանաչել զհիստորիոսիւնն և զիրար, իմանալ զբանս հանճարոյ».

Впоследствии и в древнеармянском, и в новом литературном армянском языке стали употребляться (и до сих пор употребляются) глагольные безличные предложения. В стихотворении армянского поэта В. Терьяна «Забывать» можно найти лишь один глагол в личной форме, остальная же часть стихотворения представляет собой ряд безличных предложений: «Առնանալ, մոռնանալ ամեն ինչ, Ամենին մոռնանալ. Չսիրել, չսիրհել, չսիրսուսալ, Հեռանալ...».

Глагольные безличные предложения, кроме художественной литературы, употребляются также в научной сфере, в повседневном общении. Очень часто можно увидеть вывески типа *Բարձր չխոսել* ; *Չաղմկել* ; *Պահպանել* ; *մաքրուիլ*. Подобные безличные предложения можно употребить и в других конструкциях: *Ներկը օգտագործելուց անջ խոսնել*.

Тут следует обратить внимание на один важный факт. Подобные предложения в армянском языке, которые мы относим к глагольным безличным, в русском языке соответствуют инфинитивным предложениям.

Что касается именных безличных предложений, то главный член их состоит из одного существительного, прилагательного, реже – слова другой части речи. Много примеров таких предложений у армянского поэта В. Терьяна: *Պաշուկ դաշտեր, մերկ անտառ... - մահացողի սխուր կյանք, Անձրև, քամի, սև կամար... - Սրտակտուր հեղեղանք*.

А вот именные безличные предложения в армянском языке соответствуют номинативным предложениям в русском языке.

Результат

Анализ армянской лингвистической литературы даёт нам возможность делать вывод о том, что в армянском, в отличие от русского, употребление безличных конструкций ограничено. И в художественной литературе, и в повседневном общении безличные конструкции встречаются не так часто, как в русском. В результате этого становится практически невозможным анализировать языковую картину мира армянского народа

сквозь призму безличных конструкций. В русском языке безличные конструкции продолжают развиваться, захватывают всё новые и новые области.

Много учёных объединяет мнение о том, что рост безличных предложений является типичнорусским феноменом, так как в других европейских языках изменения идут в противоположном направлении.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вежбицкая А.* Язык. Культура. Познание. / Отв. ред. Кронгауз М.А. М: «Русские словари». 1997. 416с.
2. *Мухсичачоян А.М.* Безличные конструкции в русском и армянском языках. Проблемы современной русистики. Ер. 2016. СС. 120–129.
3. Русская грамматика / Под ред. Н.Ю. Шведовой. Т.2. М., 1980.
4. *Հարությունյան Հ.Ս.* Անդամ նախադասությունները ժամանակակից հայերենում: Եր., 1970:

Интернет-источники:

1. *Հարությունյան Հ.Ս.* Անդամ նախադասությունների առանձնահատկությունների շուրջ: Интернет-ресурс // [http://hpj.asj-oa.am/1001/1/1966-4\(207\).pdf](http://hpj.asj-oa.am/1001/1/1966-4(207).pdf) //Последнее обращение: 03.12.18.

RUSSIAN AND ARMENIAN IMPERSONAL CONSTRUCTIONS

D. Oganessian

ABSTRACT

The article deals with the comparative analysis of Russian and Armenian impersonal structures. Impersonal sentences are used in both languages, but if they are widely spread in the Russia language due to the peculiarities of Russian mentality, the use of such structures is limited in the Armenian language and instead bilateral sentences are mainly used.

Keywords: one-member sentences, impersonal constructions, language picture of the world, structural model.

ТИПОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СВЯЗОЧНЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ В РУССКОМ, АРМЯНСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

И.Р. Саркисян

*Российско-Армянский университет
АГПУ им. Х. Абовяна*

В лингвистической литературе в течение значительного отрезка времени неизменно ставился вопрос о связочных средствах в предложении, их синтаксических свойствах и характере их функционирования. Определенное внимание связке и ее функциональным свойствам было уделено такими лингвистами, как Ш. Балли, Э. Бенвенист, О. Есперсен. В русском языкознании связками занимались И.И. Мещанинов, Л. Щерба, А.М. Пешковский и целый ряд других ученых. Не оставили без внимания этот вопрос и армянские языковеды (Г.Б. Джаукян, Р. Ачарян, М.Е. Асатрян, А.М. Сукиасян и другие).

В общей теории связочности в настоящее время существуют довольно однозначные взгляды на природу связочных глаголов и их функциональную роль в языке, намечены определенные классификационные схемы.

Говоря о значении связок в типологическом сопоставлении языков, следует заметить, что уже сам универсальный характер связки заключает в себе возможность такого сопоставления в том смысле, что связки до некоторой степени формально однозначны по характеру их функции в языке. Они выявляют определенное сходство и в морфологическом аспекте с допуском вариативности. А типологическое сопоставление требует глубинного анализа их функционирования во всех аспектах.

Сразу же следует оговорить, что данный доклад не претендует на широкое освещение проблемы связочности, а лишь намечает пути рассмотрения функционирования связок, их типологических особенностей

внутри сравниваемых языков, для которых она является типологической универсалией, характеризующей их синтаксический строй.

Мы провели сопоставительное исследование связок на материале армянского, английского и русского языков. В данных языках в связочной функции в основном выступают глаголы, непременным условием связочного функционирования которых является *категория непереходности*.

Рассмотрим типологические особенности глагола – связки «**быть**». В русском языке эта связка является наиболее частотной. Однако в виду полной лексической десемантизации она перестала быть полноценным глаголом (хотя и обладает рядом глагольных признаков: *сохранение известного грамматического содержания наряду с формальными глагольными свойствами*) до такой степени, что в предложении может эксплицитно не выражаться.

Степень семантического наполнения данной связки минимальна (в сущности нулевая), и она может употребляться факультативно, то есть в настоящем времени / суплетивная форма «есть», продуктивно функционирующая в древнерусском языке: **аз есмь**; и существующая в родственном современном болгарском языке: **аз съм** / чаще всего опускается совсем (Он врач. Она учительница. // Инженер в командировке. Специалист в настоящее время на стажировке.).

Что касается других связок русского языка, в роли которых выступают глаголы, имеющие определенное лексическое значение, но десемантизированные в данной функции (*являться, оставаться*), то об их факультативном употреблении говорить не приходится, хотя часто наблюдается неправильный выбор связки в составном глагольном сказуемом, что может стать причиной лексической ошибки (Задача уничтожения боевиков все еще является (ср.: остается) основной в решении внешнеполитических проблем.) или придать высказыванию канцелярский характер (Принятие закона явилось толчком / ср.: что-то служит толчком / а не является / к продолжению переговоров.).

В английском языке аналогичный глагол **to be** (быть) выступает в качестве максимально грамматизированной связки. Эту связку можно рассматривать как некий лексический инвариант по отношению к более

или менее полнозначным глаголам, функционирующим в английском языке в качестве связок и сохраняющим определенное лексическое содержание: *To be or not to be that is the question /Shakespeare/*.

Однако в предикативной конструкции глагол **to be** лишен какого-либо лексического содержания и выполняет в подавляющем большинстве случаев связочную функцию, в отличие от других связок английского языка (**to become, to feel** и др.), сохраняющих свои лексические значения. Здесь можно говорить о семантической однозначности последних.

Что касается **to be**, то по морфологическим признакам этот глагол, хотя и десемантизированный, тем не менее сохраняет грамматический план содержания (*время, лицо, число*). Поэтому к нему вполне применим термин «связочный глагол», по лексическим признакам находящийся в оппозиции к другим типам связочных глаголов. И если в русском языке в настоящем времени глагол-связка «быть» может не употребляться (и чаще всего не употребляется: Он студент. Она учительница.), то для английского языка факультативное использование глагола-связки невозможно (**He is** a doctor. **He was** a doctor. **He will be** a doctor.).

В армянском языке в качестве связки с максимальной частотностью выступают изначально десемантизированные вспомогательные глаголы в предикативной конструкции, о вариантном лексическом содержании которых говорить не приходится. Случаи употребления связки, имеющей семантическое наполнение, более редки для армянского языка. Более того, наблюдаются многочисленные случаи, когда связка может опускаться без изменения содержания предложения (Ср.: *Եւ թփշկ է հանդիսանում: // Եւ թփշկ է:*).

Отметим, что для армянского языка использование связок, имеющих семантическое наполнение, присуще в основном официально-деловому или канцелярскому стилю речи. Для разговорного стиля армянской речи подобные связки не характерны.

Что касается сравнения вспомогательных глаголов армянского языка, выступающих в роли десемантизированной связки и являющихся аналогом английской связки **to be**, то здесь наблюдается типологическое соответствие: данные связки армянского языка также не могут быть исполь-

зованы факультативно. Более того, в будущем времени наблюдаются суплетивные формы связок (Մենք ուսանող ենք: // Մենք ուսանող էինք: // Մենք ուսանող կլինենք:). Аналогичная связка английского языка имеет суплетивные формы в настоящем и прошедшем времени, а в будущем времени образуется аналитическим способом (We are students. // We were students. // We shall be students.).

Проанализированный в типологическом плане языковой материал дает нам основание сделать вывод о возможности выделения в трех сравниваемых языках по лексическим признакам, по крайней мере, трех типов связок:

- лексически десемантизированная глагольная связка типа **быть**, **լինել, to be**;
- однозначные связочные глаголы с ограниченным лексическим значением, с меньшей частотностью употребления и выступающие только в связочной функции. Это глаголы типа **являться / to become** / **հանդիսանալ**;
- лексически многозначные глаголы, совмещающие свою основную функцию со связочной и нередко показывающие в последней разные семантические аспекты. Эти глаголы относительно реже выступают в связочной функции и, будучи в таковой, расширяют сообщение относительно признака или состояния субъекта предикативной конструкции.

Сопоставительно-типологические исследования выявили, что наибольшей частотностью в трех языках обладает первый выделенный тип связок. Идентичная типология наблюдается в постепенном сужении лексического содержания связочных глаголов, что связано с возрастанием частотности их функционирования.

Материалы исследования дают основание утверждать относительно категории связочности, что она является типологической универсалией, характеризующей синтаксический строй русского, армянского и английского языков. Однако поскольку в предикативных отношениях языка связке отводится формализующая роль, то отсюда вытекает необходимость ее исследования не только с синтаксической, но и с морфологической точки

зрения. Поэтому в целях типологического исследования связочные глаголы необходимо классифицировать не только по лексико-синтаксическим, но и по морфологическим признакам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л.С. Семантика связочных глаголов в современном английском языке. М., 1951.
2. Бенвенист Э. Общая лингвистика // Глаголы «быть» и «иметь» и их функции в языке. М., 1974.
3. Зеленецкий А.Л. Сравнительная типология основных европейских языков. М. 2005.
4. Русская грамматика. Т. 1, 2. / под ред. Н.Ю. Шведовой. М., 1982.
5. Աւարդյան Մ.Ե. Ժամանակակից հայոց լեզու: Եր., 2004:

КАТЕГОРИЯ МИТИГАЦИИ КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ ДИПЛОМАТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

С.А. Тунян

Российско-Армянский университет

seda.tunyan@rau.am

АННОТАЦИЯ

В статье утверждается и обосновывается мысль о том, что употребление митигативных тактик в дипломатической речи непосредственно влияет на успешное осуществление дипломатической деятельности, а также является неотъемлемой частью имиджа дипломата и имиджа государства в целом.

Ключевые слова: митигативные тактики, имплицатуры, интенции, дипломатическая речь.

Введение

Как известно, дипломатия – искусство разрешения международных разногласий мирными средствами. Одно и то же содержание, передаваемое политиком при помощи неодинаковых словесных выражений, может восприниматься по-разному. Дипломатия этим широко пользовалась во все времена. Именно речь является показателем общей культуры человека, его эрудиции и интеллекта, жизненных предпочтений. Речевое мастерство является одной из важнейших составляющих профессиональной компетентности дипломата. Представители дипломатического корпуса во всем мире по праву считаются признанными мастерами слова, и умение маневрировать речевыми средствами языка для достижения поставленных целей, эффективное и благоприятное воздействие на оппонентов

является необходимой компетенцией дипломата. Умение находить и употреблять правильные, подходящие к данной ситуации слова и выражения способствует в сложных переговорных процессах предотвращению казальсь бы неизбежных конфликтов, устранению возникших недопониманий, переубеждению противоположной стороны переговоров и, в конце концов, осуществлению коммуникативного намерения адресанта.

Для современной лингвистики особую ценность представляет изучение специфики дипломатического языка, который, несмотря на свойственную дипломатическому подстилю статичность, находится в постоянном развитии ввиду стремительных изменений во внешне- и внутрйполитических событиях, особенно, в условиях процессов глобализации.

Актуальность исследований, посвященных изучению коммуникативных смыслов, передаваемых неявно, не вызывает сегодня никаких сомнений. Различные аспекты прагматической нагруженности высказываний, содержащих имплицитные значения, цели и способы передачи последних, а также проблемы их интерпретации в процессе коммуникации привлекают все большее внимание как российских, так и зарубежных исследователей (Гоготишвили, Федосюк, Фролкина) [4].

Материалы и методы

Несмотря на то, что смысл остается недостаточно четко определенным понятием в современной лингвистике, возможность выделения в содержательной структуре высказывания двух типов информации в настоящее время не оспаривается – это значение, непосредственно выводимое из значения компонентов высказывания, и смысл, определяемый как прагматическая информация, в которую входят различного рода импликатуры, как конвенциональные, так и неконвенциональные [5].

Именно, исходя из прагматической характеристики смысловой неоднозначности коммуникации, дипломатия часто прибегает к такой коммуникативной категории как митигация, которая оперирует различными тактиками и стратегиями для репрезентации скрытых смыслов непрямой коммуникации.

Термин «митигация» (*mitigare* – от лат. «смягчать», «ослаблять»), который был введен Б. Фрейзером в 1980г., в отечественной лингвистике определяется как коммуникативное смягчение.

Основными митигативными установками и правилами являются антиконфликтность, неимпозитивность, некатегоричность и глорификация [4], каждая из которых нацелена на успешность речевой интеракции.

Истинностная составляющая высказываний, содержащих смягченную оценку, просьбу, отказ и прочие эксплицитные интенции, подчиняется субъективно-личностным, прагматическим параметрам коммуникативного контакта [2]. Варьирование митигативными тактиками в процессе речевой коммуникации позволяет адресанту, в данном случае дипломату, избежать конфликтных ситуаций, и как результат, осуществить свои интенции. Тактики, к которым прибегает адресант в процессе интеракции, не имеют сформировавшейся классификации, однако частотность использования данных речевых приемов дипломатами в своей речи позволяет уже выделить несколько.

Приведем примеры некоторых митигативных тактик, использованных в дипломатической речи, без которых коммуникативное намерение дипломата не могло бы быть осуществлено (см. об источниках в конце статьи).

Тактика подчеркивания субъективности мнения

1. *По нашей оценке, закон противоречит минским договоренностям.*
2. *Я думаю, что наша общая задача – сохранять диалоги, сформированные вокруг АСЕАН с опорой на эту Ассоциацию...*
3. *А то, что заинтересованность у Европейского Союза должна быть, если руководствоваться сугубо прагматичными экономическими, хозяйственными интересами, в этом, **по-моему**, ни у кого сомнений нет.*

Тактика ухода от ответа

1. – *Как Вы думаете, этот опыт даёт Вам преимущество, Вам лично, над Вашими как союзниками, так и соперниками, противниками? – **Мне трудно сказать. У меня нет другого опыта. Единственное, что я знаю, мои партнёры – главы государств, правительств – это исключительные, выдающиеся люди. Они прошли большую селекцию и отбор.***

Случайных людей на этом уровне не бывает. И каждый из них имеет свои преимущества перед другими.

2. – *Вы уже долго находитесь во власти в России, на Вашем веку сменилось уже четыре американских президента. Кого-либо из них Вы предпочитаете среди остальных? – **Вы меня простите, это не очень корректный вопрос. Каждый из моих партнёров хорош по-своему.***
3. – *И теперь Вы сейчас сидите и говорите мне, что у вас нет никаких инструментов и что у США целый рынок киберинструментов, – это просто неправда. – **Я даже сейчас не понимаю, о чём Вы говорите. Вы понимаете, это какая-то ерунда.***

Тактика литотного смягчения

1. *Не стоит также забывать, что в Международном союзе электросвязи многие годы обсуждается тема демократизации управления Интернетом, где США тоже **отнюдь не в первых рядах борцов за демократию.***
2. *США **весьма сдержанно** относятся к задаче восстановления инфраструктуры, необходимой для того, чтобы люди стали возвращаться в свои дома.*
3. *Приходится со всей очевидностью констатировать, что при его принятии КГУ **вышла за рамки своего мандата.***

Тактика неопределенной референции

1. ***Инициаторы же этого нелегитимного решения** переключают внимание на совсем другую задачу – **определение виновных в предполагаемых химинцидентах.***
2. *Серьезным препятствием на этом пути являются **односторонние финансово-экономические санкции против Сирии, введенные отдельными странами и региональными объединениями.***

3. *Во-первых, хорошо известно, что Оттава вместе с некоторыми другими западными столицами давно оказывала и продолжает оказывать данной группе, группировке, давайте быть точнее, моральную поддержку, да и прямое финансовое содействие.*

Тактика модусного ограничения

1. *К сожалению, это уже не первый случай, когда конъюнктурные цели, антисирийские цели, преобладают над здравым смыслом и истиной.*
2. *Рассчитываем, что международное сообщество, мировые правозащитные структуры обратят внимание на откровенный произвол, который творится в США.*
3. *Надеюсь, что у нас это впечатление ложное. Такое совпадение может быть и случайным.*

Результаты

Анализ практического материала, малая часть которого была представлена в статье, показал, что явление митигации в дипломатической речи является одной из составляющих успеха и имиджа дипломата, так как умение варьировать данными речевыми средствами помогает в осуществлении макроиntenций, стоящих перед дипломатом. Однако для того, чтобы представить полную картину данного лингвистического феномена, митигативные стратегии и тактики требуют дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Мамедова С.А.* Специфика аргументации в дипломатической речи. // Молодой ученый. 2013. № 1. СС. 223–226. URL // <https://moluch.ru/archive/48/6016/>
2. *Милосердова Е.В.* Семантика и прагматика модальности. Воронеж: Изд-во ВГУ, 1991. 196с.
3. *Иссерс О.С.* Речевое воздействие: учебное пособие. М.: Флинта, 2009. 224с.
4. *Тахтарова С.С.* Митигативные стратегии в не прямой коммуникации. Филологические науки. 9. Этно-, социо- и психолингвистика. URL // http://www.rusnauka.com/22_PNR_2011/Philologia/9_91065.doc.htm

5. Фролкина Л.В. Смысловые импликатуры при выражении и восприятии интенционального значения высказывания: дис. ... канд. филол. наук [Текст] / Л.В. Фролкина. М., 1995. 195с.

Интернет-источники

1. <http://mid.ru/>
2. <http://kremlin.ru/>

CATEGORY OF MITIGATION AS INTEGRAL PART OF THE DIPLOMATIC SPEECH

S. Tunyan

ABSTRACT

The article affirms and substantiates the idea that the use of mitigative tactics in diplomatic speech directly affects the successful implementation of diplomatic activity, and is also an integral part of the image of a diplomat and the image of the state as a whole.

Keywords: mitigativetactics, implicatures, intentions, diplomatic speech.

ЛИТЕРАТУРА

ИДИЛЛИЧЕСКИЙ ТОПОС В СТРУКТУРЕ РОМАНА Л. УЛИЦКОЙ «МЕДЕЯ И ЕЕ ДЕТИ»

А.А. Авакян

Российско-Армянский университет

aleksandra_avakyan@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Идиллия далека от современных реалий, однако в постмодернистской литературе она неожиданным образом актуализируется, выступая в произведениях с разной степенью насыщенности и являясь частью мифотворчества. Так, в статье анализируются особенности мифопоэтики романа одной из ведущих современных русских авторов Л. Улицкой «Медея и ее дети». В частности, рассматривается специфическая роль идиллического топоса в построении произведения, а также в управлении динамикой текста.

Ключевые слова: идиллия, идиллический топос, мифопоэтика, динамика текста.

Введение

Понимаемая не как жанр, но как художественная модальность, хронотоп и модель мироустройства, идиллия обладает довольно четкой и узнаваемой пространственно-временной организацией. Уже в конце XVIII в. Ф. Шиллер предложил вывести такие категории как элегия, идиллия и сатира за пределы одноименных жанров и интерпретировать их как характерный «строй чувств». М. Бахтин продолжил внежанровый подход к идиллии, разработав понятие идиллического хронотопа. Следовательно, идиллию можно определить как «строй чувств» или тип художественного

сознания, порождающий в литературном произведении модели времени-пространства, сюжетов и персонажей.

Идиллические топосы в известной мере гетеротопичны. Тем не менее может сложиться мнение, что идиллия стоит ближе к утопии, чем к гетеротопии. Стоит, однако, обратить внимание на ряд весомых различий, существующих между утопией и идиллией. Прежде всего, утопия фантастична по определению. В сравнении с утопическими локусы идиллические более реалистичны и правдоподобны (в обоих случаях речь идет о литературных репрезентациях этих типов пространств). Идиллические пространства в тексте создаются посредством их вполне реалистичных и типичных воплощений: родной дом, дача, деревня, топика сельской местности и пр. Другое различие заключается в разнонаправленности утопии и идиллии. Если утопия, как правило, тяготеет к будущему, то идиллическое пространство существует в настоящем времени. Помимо этого, утопию характеризует общий охват – это совершенное общество или образцовое государство, в то время как идиллия являет собой пространство индивидуальное, частное, камерное.

Идиллические пространства создаются не как нейтральное место – это топос повышенной гармоничности, упорядоченности и концентрированного счастья. Данные характеристики сближают идиллию с шестым принципом гетеротопии по М. Фуко – это настолько совершенное пространство, что оно обнаруживает несовершенство остального мира. Помимо этого, идиллический хронотоп предполагает особое аккумулятивное время-пространства: «смягчение всех граней времени» за счет «единства места жизни поколений», чем отчетливо напоминает четвертый принцип по Фуко, в котором говорится о накопленном времени или вечности. Наконец, идиллия может восприниматься в качестве «другого места» по отношению к разнообразным видам доминантного пространства (власти, государства, общества), так как основополагающая черта идиллического мира – это удаленность от широко понимаемого центра: столицы, города или любого другого локуса власти.

Мир идиллии, аполитичный, подчеркнута частный, безразличный к масштабным историческим событиям, но сотканный из межличностных

отношений и близкий к жизни природы, он нередко противостоит господствующим дискурсам эпохи и навязываемой практике поведения.

Материал и методы

Пространственно-временная организация романа Л. Улицкой «Медея и ее дети» воплощена в двух пластах: в историческом пласте и в партикулярном, который соответствует идиллическому. С последним связано все, что касается крымского побережья. И, несмотря на то, что идиллии не полностью отведено романное время-пространство, роман оспаривает утверждение М. Бахтина, что в современных текстах элементы идиллии «появляются частично или в сублимированном виде». В романе выявлены все названные Бахтиным идиллии – идиллический хронотоп здесь представлен как цельный и континуальный.

М.М. Бахтин сформулировал три базисные черты идиллического хронотопа:

1. «органическая прикрепленность, приращенность жизни и ее событий к месту, родной стране со всеми ее уголками, где жили отцы и дети, будут жить дети и внуки» [1];
2. «строгая ограниченность только основными немногочисленными реальностями жизни» [1], такими, как: «любовь, рождение, брак, труд, еда и питье, возрасты» [1]. Эти основные события частной жизни поэтизируются, сакрализируются и превращают быт в бытие. Иначе говоря, оппозиция между профанным и сакральным стирается;
3. «сочетание человеческой жизни с жизнью природы, единство их ритма» [1].

Расположенный в сельской местности Крыма дом Медеи – это некое мифологизированное пространство. Летом здесь собираются рассеянные по всему миру многочисленные родственники Медеи, и кроме того, что беседуют друг с другом, ведут беседу и с историей рода Синопли, которая продолжает жить в семейных реликвиях, хранимых Медеей в таинственном сундучке (фотографии, трубка деда, прядки волос с первой стрижки детей), а также – в элементах пейзажа (бухта, где плавали корабли прадеда Харлампия, кладбище). Бесхитростные предметы связывают индивиду-

альную память о крымских беззаботных каникулах с памятью коллективной. Знакомство детей и внуков, которых с собой привозят взрослые, дает надежду, что семейные связи будут поддерживаться и в будущем. Во время лета, описанного в романе, в Поселке одновременно пребывают представители нескольких поколений, привнося в род Синопли опыт своей культуры, страны, поколения. Можно заключить, что небольшой четырехкомнатный дом Медеи существенно расширяется, трансформируясь в модель микрокосмоса. Дом Медеи – это магический центр, восстанавливающий семейные узы и противодействующий центробежным силам истории; это своего рода метадом, так как воспринимается родственниками Медеи, у которых есть собственное жилище, как родное место.

Организация мифологизированного пространства по вертикали подразумевает определение центра. Так, находящийся на пике Верхнего Поселка дом Медеи – своеобразный центр семейного паломничества рода Синопли. Дом неотделим от природы так же, как и его хозяйка, он будто рожден самой природой: «...в паху стоял дом» [5, 7].

Важно отметить, что в идиллическом пространстве Поселка центр не один: «...А место, на котором она стояла, показалось ей вдруг тем неподвижным центром, вокруг которого и происходит движение миров, звезд, облаков и овечьих отар» [5, 52] – таким образом описаны внутренние переживания Норы при встрече с Георгием. «Пуп земли» – такова реакция Самуила, испытавшего рядом с Медеей чувство «совершенного покоя» на поляне между Верхним и Нижним Поселком. «Но Медея знала в здешних краях несколько таких «пупов»» [5, 91].

Бесспорно, пространство центра оказывает влияние на поведение и состояние героев. В.Н. Топоров писал: «Как и в космологической схеме мифопоэтических традиций, пространство и время не просто рамка (или пассивный фон), внутри которой разворачивается действие; они активны (и, следовательно, определяют поведение героя)» [4].

Верхний Поселок, окруженный с одной стороны горами, а с другой – морем, обладает всеми чертами идиллического локуса. Но важно понимать, что пространство идиллии не может существовать самостоятельно – оно определяется также присутствием людей, которые наслаждаются им

и находят в нем счастье. Описывая идиллический мир эллинизма, О. Мандельштам оперировал исключительно категориями сопричастности: «...это тепло очага, ощущаемое как священное, всякая собственность, приобщающая часть внешнего мира к человеку, <...> это всякая печка, около которой сидит человек и ценит ее тепло, как родственное его внутреннему теплу» [3, 63–64].

В романе окружающую природу обитатели идиллии воспринимают как нечто родное, до боли знакомое и любимое. Вот несколько примеров взаимоотношений «герой-пространство»: «Крымская земля всегда была щедра к Медее, дарила ей свои редкости. Зато и Медея благодарно помнила каждую из своих находок» [5, 7]; «Медея знала свою малую родину, как содержание собственного буфета» [5, 8]; «Георгий любил их <горы>, как можно любить лицо матери или тело жены» [5, 49]; «Своими подошвами она чувствовала благосклонность здешних мест, ни на какие другие края не променяла бы этой приходящей в упадок земли и выезжала из Крыма за всю свою жизнь дважды, в общей сложности на шесть недель» [5, 9].

Смешение существования людей и природы отражено и в топонимии. Имена нарицательные становятся собственными. Так, дом Медеи расположен в месте, которое носит название Поселок (среди множества схожих топонимов в художественной литературе вспомним, к примеру, Город М. Булгакова в «Белой Гвардии»). Получают личные названия и безымянные места (Бухточки Медеи), а мифологические названия приобретают оттенок теплоты, благодаря уменьшительной форме (мыс, находящийся с жилищем Медеи, называют Пупком земли).

Время в романе измеряется не продолжительностью жизни отдельных героев, а своеобразной непрерывностью рода Синопли. В похожей временной действительности смерть перестает быть экзистенциальным окончанием жизни. Медея во снах общается со своими умершими родителями, которые предстают перед ней в таком виде, словно в них после смерти продолжают жизненные процессы (отец отрастил бороду, у матери – другая прическа). Умершие продолжают жить в телах своих потомков, благодаря характерным родовым чертам: Ника и Сандрочка унаследовали у прабабушки Матильды огненно-рыжие волосы; Маша видит в темноте,

как многие женщины из рода Синопли; унаследованный от деда укороченный мизинец – отличительная черта мужчин.

Большую важность имеет незначительный на первый взгляд эпизод – воспоминание Дмитрия (младший брат Медеи) о похоронах родителей. Мальчику запомнилось, что траурная процессия должна была уступить дорогу машине молодоженов, потому что перед панихидой в этой же церкви было венчание. Детское воспоминание Дмитрия характеризует особую идиллическую структуру времени – сопредельность новой жизни (венчание, будущий ребенок) и смерти.

Цикличность времени обусловлена мотивом возвращения: желание Георгия, по мнению Норы похожего на Одиссея, построить дом; «сезонные наплывы родни»; идея возвращения татар. Совместная жизнь Медеи с мужем замыкается в кольцо: она начинается с ее болезни и заканчивается болезнью Самуила. М. Бологова о поэтике произведений Л. Улицкой пишет: «Любимая структура Л. Улицкой – кольцевая, закольцовывается все, что можно, и на всех уровнях – композиции, мотивики читательского восприятия» [2, 136].

Господство цикличного времени в романе определяется природными ритмами (одиночество Медеи зимой и наплыв родственников весной и летом) и земледельческим календарем (сбор фруктов, трав, а также различные заготовки), присутствие вечной, неувядающей природы абсорбирует даже человеческую смерть: Самуил умирает весной, Улицкая описывает его кончину как воссоединение с природой: «Он смотрел в сторону столовых гор, а они смотрели на него – дружелюбно, как равные на равного» [5].

Исторический пласт в романе представлен широким спектром топонимов: Коктебель, Ташкент, Москва, Литва, Тбилиси и т.д. Упомянуты эти города в основном вскользь как места проживания родственников Медеи Мендес. Нередко можно встретить конкретные даты (10 октября 1916 года, 11 апреля 1976 года), однако время в романе не линейно: повествование обращается то к молодости Медеи (20-е годы), то к 70-м годам (основное действие романа), то к 50-м. Все даты в романе относятся к истории семьи Синопли, а не к мировой истории. Мы узнаем о войнах XX века только потому, что в них погибли братья и племянник Медеи. Отношение

Медеи к разговорам о кончине Сталина Людмила Улицкая описывает следующим образом: «Все это было для нее отдаленным гулом чужой жизни» [5].

Суженный до «сценической площадки» хронотоп «всемирной истории» Медея знает «как содержание собственного буфета». Этим сравнением автор подчеркивает зависимость истории от индивидуума, для которого линейное время не существует, а наоборот, оно раздроблено на предметы и уничтожено как процесс, совмещающий прошлое, настоящее и будущее. Можно сказать, что частный план втягивает в себя исторический. М. Элиаде пишет, что редукция истории неслучайна, и мифологическое время внеисторично.

Определенная дистанция к событиям большой истории, большого мира предоставляет возможность для развития частной жизни. Родственники Медеи при входе в дом отказываются от социальных и профессиональных маркеров, становятся преимущественно «носителями межличностных ролей, которые сформулированы самой жизнью»: родителями, детьми, друзьями, любовниками. Активность героев ограничивается основными природными действиями (общение, любовь, отдых, физическая работа и приготовление пищи), которые приобретают статус повседневных священных ритуалов. Общая трапеза как общее место идиллической действительности описана в присущем идиллии ключе: там и домашнее вино, и виноградная лоза, и музыка, и очаг с горящим огнем, и счастье домочадцев, которые «радуются друг другу».

Тем не менее, очевидная гармония мироустройства крымского побережья неидеальна: «Земля тосковала без человеческой любви и медленно вымирала от бездарности хозяев» [5]. Ореховые деревья вырубают, кладбища разрушаются, высыхают источники и умирают близкие. Но отношение к смерти у Л. Улицкой и ее героев особое. Например, супруги умирают вместе в один и тот же день (Георгий и Матильда, Сергей и Таня). Смерть может прийти мгновенно, скорее даже незаметно, чтобы не нарушить красоты и покоя мира (Самуил). Умершие не покидают родных, посещая их во снах, при этом их внешний вид говорит о том, что и после завершения земного пути они живут и меняются: «Вдовство Медеи длилось уже зна-

чительно дольше брака, а отношения с покойным мужем были по-прежнему прекрасными и даже с годами улучшались» [5]. Трагизм смерти нивелируется, благодаря циклическому повествованию. В романе «Медея и ее дети» можно проследить аннулирование таких фундаментальных бинарных оппозиций, как реальное-нереальное, жизнь-смерть, что является характерной чертой мифологического пространства, а, значит, и сознания.

Вначале статьи нами было определено, что в романе «Медея и ее дети» идиллический хронотоп выступает как континуальный, цельный и прочный. Он целен, благодаря наличию черт идиллического пространства. Но можем ли мы назвать его прочным? Идиллия не заполняет всего времени-пространства романа. В нем наличествуют чужеродные события и явления, которые угрожают идиллии, но впоследствии преодолеваются на уровне поэтики и сюжета. В первую очередь, это разнообразные низовые аспекты жизни (продолжительное недомогание Самуила из-за болезни кишечника; достаточно прямое описание сексуальной сферы и т.д.). Данные описания не выводятся за рамки идиллии, напротив – представлены как естественная составляющая гармонической действительности. Так, натуралистично описанное физическое разложение мужа Медеи сопровождается описанием его духовного роста. Во-вторых, прочности идиллии угрожает предательство Самуила (измена Медее с ее младшей сестрой Сандрой) и последующее за ним многолетнее вражеское молчание двух сестер. Прочность идиллии восстанавливается, лишь благодаря своеобразной жертве (смерть Маши). Медея и Сандра нарушают свое молчание только на похоронах, что «спасает» идиллию от разрушения.

Выводы

Идиллический мир в романе Людмилы Улицкой динамичен. Подобно персонажу, он подвергается испытаниям и их преодолевает. По этой причине в изображенном пространстве нетрудно проследить отчетливую траекторию преодоления хаоса космосом и созвучие изначально непримиримых начал.

Идиллия крымского побережья противостоит испытаниям и выдерживает их, потому что в ней присутствуют традиционно не свойственные

данному хронотопу эластичность, открытость, способность не изолироваться от чужого, а наоборот, допускать его к своему пространству и преобразовывать. И в завершение необходимо добавить, что данная идиллия континуальна, так как после смерти главного его обитателя – Медеи – она не распадается. Из «Эпилога» становится ясно, что Георгий навсегда приехал в Поселок и стал новым главой дома.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бахтин М.М.* Вопросы литературы и эстетики. Исследования разных лет. М.: Художественная литература, 1975. 504с.
2. *Бологова М.А.* Рождение лирики из духа пародии. Л. Улицкая «Веселые похороны» VS «Медея и ее дети», «Сонечка» & «Казус Кукоцкого» // Пародия в русской литературе XX века. Барнаул, 2002. 283с.
3. *Мандельштам О.Э.* Слово и культура. М.: Советский писатель, 1987. 320с.
4. *Топоров В.Н.* Миф. Ритуал. Символ. Образ. Исследования в области мифопоэтического. М.: Изд. группа «Прогресс» – «Культура», 1995. 624с.
5. *Улицкая Л.Е.* Медея и ее дети. М.: АСТ, 2016. 352с.
6. *Фуко М.* Интеллектуалы и власть. М.: Праксис, 2006. 320с.
7. *Элиаде М.* Миф о вечном возвращении. С-Пб, 1998. 250с.

IDYLIC TOPOS IN THE STRUCTURE OF L. ULITSKAYA'S NOVEL "MEDEA AND HER CHILDREN"

A. Avagyan

ABSTRACT

Idyll is far from modern realities, but in postmodern literature it is unexpectedly actualized, appearing in works with different degrees of saturation and being a part of myth-making. Thus, the article analyzes the features of the mythopoetics of the novel by one of the leading contemporary Russian authors L. Ulitskaya "Medea and her children". In particular, we consider the specific role of the idyllic topos in the construction of the work, as well as in the management of the dynamics of the text.

Keywords: idyll, idyllic topos, mythopoetics, dynamics of the text.

МЕТОД ДЕКОНСТРУКЦИИ В РАССКАЗЕ В. СОРОКИНА «НАСТЯ»

С.С. Айвазян

*Российско-Армянский университет,
Образовательный комплекс «Мхитар Себастиаци»*

s.s.ayvazyan@mail.ru

АННОТАЦИЯ

В статье нами были рассмотрены особенности русского постмодернизма, значение роли концептуализма и литературного пародирования. А также проанализированы метод деконструкции, биполярность и асигнификативность текста на примере рассказа В. Сорокина.

Ключевые слова: постмодернизм, деконструкция, пародия.

Прежде чем обратиться к особенностям русского постмодернизма, выявить присущие постмодернистским текстам принципы, обратимся к общей теории постмодернизма.

Влияние постструктурализма и деконструктивизма на становление философско-эстетической базы постмодернизма отражается в девальвации, дискредитации авторитетов, истин, их универсальности, абсолютизации. Тем самым такие понятия, как: целостность, центральность, системность, структурированность, перестают быть детерминированными, существование множества истин, центров и основ, равноправных, имеющих право быть и действовать одновременно, становится реальным.

Происходит деканонизация, Ролан Барто – один из крупнейших представителей французского структурализма, чьи идеи положены в основу постмодернистской теории, говорил: «Никаких наградных списков. Никакой критики, ведь критика всегда предполагает некую тактическую

цель, социальную задачу, нередко прикрываемую вымышленными мотивами». Действует принцип абсолютной неустойчивости по отношению ко всему, поэтому можно «все, что угодно, лишь бы не правило (всеобщность, стереотипность, идиолект, затвердевший язык)» [1, 462–518].

Отсюда следует и такая важная особенность мировосприятия, преобладающая в эпоху постмодерна, как тотальная ирония. Насмешка возможна над чем угодно, над любыми святынями, она не ведаёт почтения ни к чему, такая тотальная ирония, несерьезное отношение и к самой литературе может быть оправдано рефлексией над историческими событиями прошлого века, сама возможность поэзии после Освенцима оспорима и требует некоего подобия насмешки, которая уравнивает святое и грешное, безобразное и прекрасное. Она призвана разрушить то, что казалось прочным и вечным, не существует больше непререкаемых истин, для каждой возможно несколько интерпретаций. Современная пародия предполагает сомнение и уважение вкупе, относительно постмодернистских текстов будет вернее применять понятие пастиша, а не пародии, потому что, будучи, как и пародия, «подражанием, использованием стилистической маской», пастиш и «его процессуальность оказывается эмоционально нейтральной, лишенной энергии отрицания (тогда как пародия отрицает пародируемое) и пафоса утверждения (ибо пародия всегда имеет в виду предпочтительную альтернативу пародируемому). Это нейтральная практика подражания без каких-либо скрытых пародийных намерений, с ампутированным сатирическим началом, лишенная смеха» [2]. В этом различении пародии и пастиша заключается и различие модернизма и постмодернизма. Постмодернизм не борется с каноном, признанным авторитетом в известном смысле, наоборот, «в основе этой борьбы лежит имплицитная презумпция признания власти последнего», вообще то, что пародия в своем классическом понимании изжила себя, рассматривается многими авторами не только заменой ее на пастиш, но и как ненужность в контексте постмодернизма вообще, потому что он представляет собой «недоверие к метарассказам», недоверие ко всяким универсалиям, к существованию общей «нормы», постмодернизм настаивает на «игровой равноправности множества сосуществующих картин мира» [3]. В таком случае использо-

вание пародии как таковой не имеет смысла, в контексте, где «все дозволено», возможно преодолеть непреодолимый предел, трансгрессировать, возможно сочетать принципиально несочетаемое, теперь доверие появляется к фрагментарности и эклектизму.

В работе М. Липовецкого по русскому постмодернизму отмечается следующая особенность: в западной картине мира подвергается деконструкции культура модернизма, канонизированный авангард, в то время как в российской – соцреализм, именно он предшествует постмодернизму как культурный монолитный канон, а такими деконструирующими и рефлексирующими становятся концептуализм и соцарт.

Еще одной важной чертой русского постмодерна является политизированность, которая связана с деконструкцией языка и стиля литературы тоталитарного общества, советского мифа. Наряду с этим разрушается и образ русского писателя, всегда понимаемого и воспринимаемого не только как литератор, но как философ, Учитель, «властитель дум», кто поднимает философские, исторические, религиозные вопросы, отвечает на них. Литературный текст разрушается в своей функции «памятника», классические тексты, стили их написания воссоздаются, пародируются, затем – разрушаются, потому что больше не несут в себе прежнего или нового содержания, это недетерминированный стиль, он асигнификативен как и сама речь.

Приведем несколько отличительных черт русского постмодернизма, которые выделяют исследователи:

- 1) абсурдность картины мира как отражение реального абсурда жизни;
- 2) обращение к политике, социальной проблематике как итог разрушения советского мифа;
- 3) особое отношение к гуманистическим ценностям, отсутствие релятивизма «без берегов», тоска по вере, по идеалу;
- 4) пристрастие к специфическому типу героя, продолжающему линию древнерусского юродивого;
- 5) связь с культурной традицией по принципу притяжения-отталкивания, отсюда – особый характер игры: «игра при свете совести», поиск «последнего слова», продолжение русской культурной традиции через диалог-спор;

б) связь экспериментов в области формы и нравственно-философских исканий.

Рассмотрим основные теоретические концепции русского постмодерна на примере рассказа В. Сорокина «Настя».

Владимир Сорокин – современный автор, сформированный эстетическим и культурным андеграундом 1960–1980-х годов. Сорокин попытался манифестированно уйти от устоявшейся репутации автора, тексты которого предназначены для узкой аудитории знатоков постмодерна, ценителей нарушения норм и запретов, продвинутых критиков и западных славистов, став медийной фигурой и перманентным возмутителем общественного спокойствия, вызывающим резко противоположные реакции (судебные процессы, площадные акции сожжения книг и наречение титулом политического пророка). Тексты Сорокина вмещают, совмещают деконструкцию идиллии социалистического реализма, своеобразно понятый московский концептуализм, соц- и попарт, состояние «после литературы».

Использование узнаваемых литературных стилей, дискурсов вместо своего языка-стиля, изучение связи между языком и насилием (действием), разницы между словом и делом в контексте литературного поля, его перформативность.

Если мир, действительность – текст, то разрушение текста приводит к самому верному способу разрушить действительность, а действительность – становится физически существующей в тексте посредством овеществления, реализации любого метафоричного языкового явления в сюжетной действительности.

Рассказ «Настя» входит в сборник «Пир». Истории, объединенные мотивом приема пищи, поедания – лейтмотив множества текстов Сорокина. Вспомним роман «Норма», в котором материализовано поедание нормы (представленной в виде отходов человеческой жизнедеятельности).

Рассказ разворачивается классической формой повествования, как отчетливое дежавю, напоминающее перечитывание школьной программы рядовым читателем. Это пародирование знакомых текстов классической традиции середины 19-го века, описание чистой, невинной, деревенской действительности с главной героиней, шестнадцатилетней девушкой, ост-

ро и прекрасно чувствующей каждое движение природы, сама она априорно, следуя перезаписываемому канону, не может не быть чистой и прекрасной. Форма повествования с привычным вкраплением в речах аристократических героев французской лексики, историзмов, архаизмов не оставляет у читателя сомнений в том, что следует ожидать от рассказа.

В рассказе «Настя» интертекст обеспечивается не конкретным авторским текстом, а стилем, связывающим несколько хорошо знакомых способов презентации произведения. Это не просто цитатное письмо, призывающее распознать наибольшее количество отсылок, тем самым увидеть большее число текстов, наслоившихся в одно произведение, речь больше не идет о палимпсесте. Игровое начало разрушается во второй половине повествования, текст призван шокировать.

Первым маркером, выводящим читателя, воспринимающего привычное пространство текста со спокойным и удовлетворяющим знанием, пониманием, становится упоминание Ницше. Отец героини вместе с другом семьи обсуждал его накануне, в частности, то, что нужно преодолеть в своей душе самого себя. Под властью этого выражения и начинает действовать вся структура, механизм рассказа. Это самое крупное и важное овеществление, материализация метафоры, афоризма и пр. устойчивых языковых форм в рассказе, которое приводит в движение дальнейшее абсурдное действие, не знающее никаких границ морали, нравственности и логики.

Такие языковые формы в тексте преодолевают себя как симулякры и получают права законов и обязательных предписаний, они утрачивают свою иносказательность, абстрактность, метафоричность – все художественные признаки и становятся перформативами, действующими механизмами, к слову возвращается статус власти имеющего, сказать – значит сделать.

Сразу после того, как в дневнике записывается цитата о преодолении себя, Настя добавляет, что «сегодня должна это сделать». Эта, казалось бы, обыкновенная запись в дневнике превращается в приговор, героиня не сможет уже не сделать, потому что намерение названо, записано, зафиксировано в тексте, то есть в действительности.

Дальнейшее, с одной стороны, продолжает закреплять статус пародируемого, власть которого, ожидаемое еще не разрушено, и при беглом

чтении кажется не менее устойчивым и предсказуемым, нежели оригинальный образчик.

Но то и дело появляющиеся якоря, напоминающие о том, что «сегодня самый важный день», «от нас с рара навечно», с другой стороны, разрушают канву нормативного продолжения, потому что приготовления для имплицитно ожидаемого традиционного празднества дня рождения отличаются от привычного.

Действо и слово приобретают биполярность. Выражение «от нас навечно» не звучит обыкновенным пожеланием при вручении подарка, а обмывание девушки не просто дань красоте и ритуалу подготовки к празднику, слова няни о том, что девушка «сподоблена» не на рождение детей, а на совсем другое – не просто различие в происхождении, а остранение. Девушка предназначена для материализации одной из идей Ницше.

Подарок друга семейства Льва Ильича возвращает к дневниковой записи об «Усаче», Ницше, подарок его для именинницы не что иное, как брошь, составленная из слова “Transcendere”. Эти настораживающие крещендо исподволь появляются в мерном классическом и привычном ритме повествования. И жестокость отца, который за само произнесение слугой такого обращения как «барин» велит высечь лакея, и незначительные для самой фабулы детали: описания природы, деревенских мальчишек, ловко перетаскивающих на коромысле за раз пять ведер с водой, деревенский юродивый Порфишка («А я у бане лягуху запер! Пущай от mine лягухонка родит!») – все создает внешнюю стилистическую форму, атмосферу быта сельской жизни аристократии, «эффект реальности» происходящего в тексте, но не несет смысловой нагрузки, потому что они призваны для того, чтобы быть разрушенными.

Еще одним важным элементом становится подарок Отца Андрея – черная жемчужина, маркер особенности девушки:

«Се драгоценный жемчуг со дна океана... Но не обыкновенный, а черный. Обыкновенный в раковинах растет, раковина под водой открывается, свет попадает, вот он и блестит от свету. А это – другой жемчуг. Черный. Потому как носят его во рту мудрые рыбы в глубине, которые Бога жабрами слушают. Носят тысячу лет, а потом драконами становятся и реки охраняют. Enigma!» [5].

Ровно в полдень начинается все «ненормальное» действо, сама деконструкция текста. Настя Саблина записывает в дневнике «ПОРА!», снимает подарок родителей (постфактум читателю напоминают о том, что сам подарок и все утренние приготовления были лишь проформными, не имеющими по сути никакого смысла, они части ритуала и не более). Черную же жемчужину девушка проглатывает, подумав, что нужно взять ее «с собой». Очередной материализацией ницшеанского «преодолеть себя» (кроме его физического присутствия в виде статуэтки в кабинете Саблина) становится разговор отца с дочерью:

- Ты сильная?
- Я сильная, *papa*.
- Ты хочешь?
- Я хочу.
- Ты сможешь?
- Я смогу.
- Ты преодолеешь?
- Я преодолею.

И преодоление не заставляет долго ждать, следующий фрагмент текста мерно и в той же классической форме описывает то, как девушку сажают на лопату и отправляют в недавно сложенную печь. Натуралистичное и неприкрытое описание приготовления дочери разламывает повествование на две части. В этом и заключается биполярность текста, раздвоенность в виде дихотомии «преступления и наказания». Стиль лишен содержания, ожидания читателя подорваны описываемым насилием, жестокостью, алогичностью и абсурдностью происходящего. Стиль оторван от содержания и начинает самостоятельное существование в виде «шокового эффекта» (назидательные слова отца повара «Смотри, не сожги мне дочь!», дернувшаяся печная заслонка и комментарий повара Савелия «Это душа с тела вон выходит» выполняют наравне с подробными описаниями, деталями совершаемого насилия, зверства роль «раздвоения» текста). Эта четкая демаркационная линия не позволяет повествованию быть единым, стиль и содержание больше никак не связаны.

Ужин начинается к семи, а самым ожидаемым блюдом становится «Настя», поданная как жаркое на свой же день рождения: «А это моя дочь!.. Рекомендую, господа!». Лишь мать Насти до некоторой степени в ужасе от произошедшего, но дружные сетования на то, что она портит праздник и такое поведение ей не к лицу, возвращают ей желание даже отвезти родную дочь, она и будет подавать ее гостям.

Пиршество, мерное поедание Насти сопровождается бесконечной чередой диалогов и монологов интеллигентного общества, прерываемых просьбами положить тот или иной кусок приготовленной девушки. Разговор о нищезанятии, «преодолении себя» как крещендо продолжает звучать в тексте, все действие второй части – материализация преодоления человеком самого себя, воплощенное в семействе Саблиных. Сюжет продолжает развивать эту тему, собравшееся на празднество общество переступает все мыслимые границы и нормы. Ход текста осложняется ритуальными сценами, абсурдными, непонятными, в итоге складывающимися в материализацию «нищезанятия». Еще одним овеществлением метафоры становится сцена «прошения руки», стоит отцу Андрею произнести «Дмитрий Андреевич, я... прошу у вас руки вашей дочери!», как начинается зверское действие: у девушки отпиливают руку и вручают потенциальному жениху.

Ритуальное действие заканчивается после произнесения магических формул и вбивания золотых гвоздей с крестообразными шляпками всеми гостями вечера в метки, сделанные по комнате (ненавязчивая ассоциация с вбиванием гвоздей в крышку гроба, а Сорокиным – в литературу) – появляется улыбающееся лицо Насти над ее же обглоданными костями, она возрождена лишь в такой игровой невещественной и ритуальной форме, но уничтожена для воплощения философской идеи.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Барт Р.* Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: 1994. 601с.
2. Электронный ресурс // http://ec-dejavu.ru/p/Plaisir_du_texte.html // (дата обращения: 10.01.19).
3. *Грицанов А.А., Можейко М.А.* Энциклопедия постмодернизма. Электронный ресурс // https://www.gumer.info/bogoslov_Buks/Philos/PostModern/_Index.php // (дата обращения: 10.01.19).

4. *Ильин И.П.* Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. М. 1996. 251с. [Эл. ресурс] // http://lib.ru/CULTURE/ILIN/poststrukt.txt_with-big-pictures.html // (дата обращения: 10.01.19).
5. *Липовецкий М.Н.* Русский постмодернизм: очерки исторической поэтики. Урал. Гос. ун-т. 1997. 317с. [Эл. ресурс] // <http://glebland.narod.ru/postmod.htm> // (дата обращения 10.01.19).
6. *Прохорова Т.Г.* Постмодернизм в русской прозе: Учебное пособие. Казань. Гос. ун-т. 2005. 96с.
7. *Сорокин В.В.* Сборник рассказов «Пир». [Эл. ресурс] // <https://www.srkn.ru/texts/nastja.shtml> // (дата обращения: 10.01.19).

**METHOD OF DECONSTRUCTION
IN THE NOVEL “NASTYA” BY V. SOROKIN**

S. Ayvazyan

ABSTRACT

The article deals with features of russian postmodernism, the attention as given to the conceptualism, literary parody, method of deconstruction, texts bipolarity, non-significarive text in the novel “Nastya” by V. Sorokin

Keywords: postmodernism, deconstruction, parody.

ԵՐԳԻԾԱԿԱՆԸ ԵՎ ՈՂԲԵՐԳԱԿԱՆԸ Ե. ՉԱՐԵՆՑԻ
«ԵՐԿԻՐ ՆԱԻՐԻ» ՎԵՊՈՒՄ

Գ. Վ. Առաքելյան

ԱՄՓՈՓՈՒՄ

Հոդվածը ներկայացնում է Չարենցի վեպի բնույթի, ժանրային առանձնահատկությունների, ինքնատիպության, ոճի և բովանդակության շուրջ կատարված վերլուծություն՝ Կարս քաղաքի պատմության միջոցով ներկայացված է մինչև I համաշխարհային պատերազմի շրջանի, ապա պատերազմի շրջանի հայ կյանքը, քաղաքական հոսանքների, ազգային կուսակցությունների անպատասխանատու ու անհեռատես գործունեությունը և նրանց վախճանը:

Հիմնաբառեր՝ Երգիծական, ողբերգական, Կարս, գավառական, իրականություն, պատմություն, ժողովուրդ, սոցիալական, ազգային կյանք, քաղաքական դեպքեր:

«Երկիր Նաիրի» վեպի բնույթի, ոճի ու բովանդակության բնորոշման շուրջ ժամանակի ընթացքում տարբեր տեսակետներ են հնչել, որի պատճառը կարելի է հասկանալ. վեպն, ըստ էության, բարդ է, ունի ոճական և իմաստային մի քանի շերտեր:

Քննադատությունը զգալի ներդրում ունի այս վեպի գնահատման ասպարեզում: Մի դեպքում ընդգծվել է հոգեբանական-սոցիալական հարստությունը և հասարակական իմաստը, մյուս դեպքում՝ վեպի ներքին հոսանքի դրամատիկ երանգները:

Մի քննադատ վեպը համարում է էպոպեա, մյուսը՝ փիլիսոփայական թեքում ունեցող, երրորդը՝ ընդգծել է ողբերգական կողմը:

Ընդունված է եղել վեպն անվանել երգիծական: Սակայն, այս բոլոր տեսակետները ամբողջովին չեն բնութագրում վեպի ժանրային առանձնահատկությունները: Մի կողմից ընդհանրություններ ունենալով երգիծանքի համաշխարհային տարբեր երկերի հետ, մյուս կողմից էլ նա էապես տարբերվում է: Ե. Օտյանի, Ն. Պարոնյանի երգիծական երկերի հիմքում հիմնականում ընկած են բարոյակենցադային ու սոցիալական հարցերը: Իսկ Ե. Օտյանի «Ընկեր Փանջունի» վիպակը նեղ ընդգրկում ունի, մի հերոսի քաղաքային արկածների մասին է:

«Երկիր Նաիրի»-ի դեպքում պատկերն այլ է:

«Երկիր Նաիրի»-ն առաջին հերթին բազմաթեմա վեպ է, որտեղ միաժյուրված են թե՛ կենցաղային ու սոցիալական, և թե՛ քաղաքական երգիծանքը և թե՛ ողբերգականը: Ավելին, սրա հետ մեկտեղ՝ երկրի, ժողովրդի մի ամբողջ շրջանի պատմություն է, որը պատվում է քաղաքական առանցքի շուրջը և որն ավարտվում է ողբերգությամբ:

Չարենցի վեպն ընդգրկում է պատմական մի այնպիսի ժամանակաշրջան, որը հայ ժողովրդի նորագույն շրջանի պատմության ամենաողբերգական էջերից մեկն է: Առաջին համաշխարհային պատերազմի ժամանակ հայ ժողովրդի ապրած ողբերգությունը, նրա տեղահանությունը և ջարդը, պատմական Հայաստանի մեծ մասի կորուստը (որը հեղինակը ներկայացնում է իր հայրենի քաղաքի՝ Կարսի անկման պատկերով) չէր կարող լուր երգիծական թեմա հանդիսանալ երկի համար: Հեղինակն ինքը երկն անվանել է «պոեմանման վեպ»՝ թողնելով ընթերցողին ստեղծագործության մեջ տեսնելու թե՛ երգիծականը, և թե՛ ողբերգականը:

Չարենցը պարզ քաղաքի պատմության միջոցով նկարագրում է մինչև առաջին համաշխարհային պատերազմի, ապա պատերազմի շրջանի հայ կյանքը, քաղաքական հոսանքների ամպագոռոռ ու մոլոր գործունեությունը և ապա՝ նրանց վախճանը, ժողովրդի ծանր ողբերգությունը և պատմությունը վերջացնում է Կարս քաղաքի կործանման ցնցող պատկերով:

Վեպի առաջին մասում («Քաղաքը և բնակիչները») Չարենցը նկարագրում է գավառական քաղաքի կենցաղը և միջավայրը: Գովերգում է քաղաքի «հրաշալիքները»՝ Վարդանի կամուրջը, Առաքելոց եկեղեցին, բերդը, որ մի

ծանր տուփի պես ընկած է ժայռին, խորհրդավոր գետնափոր ուղին, որը տանում է դեպի Վարդանի կամուրջը, երկաթուղին, գավառական դպրոցը, հինգ-հարկանի շենքը: Եվ, որպեսզի բացահայտի աշխարհից կտրված միամիտ գավառացու մտածելակերպը, մտքի խեղճությունը՝ այս ամենը նկարագրում է նրա աչքերով՝ օգտագործելով համապատասխան մակդիրներ. «Նաիրյան հնամենի զարմանք», «Սարսափելի զարգանդ», «Եվրոպական հրաշք», «Քարե ակնածանք», «Ահռելի վեհություն», «Հմայիչ զարմանք» և այլն:

Վեպում արտացոլված են կենցաղը, բարքերը, կոլորիտը, մանրամասները, մթնոլորտն ու կապերը, որտեղ ձևավորվում են կերպարներն ու գաղափարները: Չկա քաղաքի կյանքի որևէ անկյուն, որևէ մանրուք, որ վրիպած լինի գրողի հայացքից: Նա տեսնում է ամեն ինչ, այնքա՛ն բնական ու առօրեական են մարդիկ, նկարագրություններն այնքա՛ն պատկերավոր, որ տեսնում ես քաղաքի կենդանի, իրական պատկերը, կենցաղային բարքերը, սոցիալական վիճակը և ապրելակերպը:

Այս իմաստով, շատ տիպիկ է բաղնիք գնացող կանանց և երեխաների երթի նկարագրությունը, որը նման է մի հանդիսավոր արարողության: «Բաղնիք այդ քաղաքում կանայք գնում են առանձին մի շուքով, կարծես գնում են ծիսակատարության... Առջևից, գնացքի ավանգարդը կազմելով, գնում է սովորաբար զգգված մի մշակ՝ շալակին կյոր թասեր, փայտե նալներ, սանր, սապոն մի խոսքով՝ լողանալու զանազան պարագաներ: Եթե ընտանիքում ծծկեր երեխա է լինում՝ նրան էլ սովորաբար գրկում է նույն մշակը, որի երկու կողքից հաղթական քայլելով արշավում են երեխաները, տղաներ ու աղջիկներ, տղաները՝ մինչև յոթ տարեկան, իսկ աղջիկների համար տարիքը նշանակություն չունի...»:

Ահա խոսքի հանդիսավորությունը, վերամբարձությունը, օգտագործված երգիծական մակդիրները, երբեմն էլ ոչ իր սովորական հատուկ իմաստով գործածված, երբեմն գիտական խոսքին բնորոշ բառերը, կենցաղային իմաստներով («Ավանգարդ», հաղթական քայլերով արշավում են) ցույց են տալիս հեղինակի հետագա վերաբերմունքը և ավելի ցայտուն դարձնում երգիծանքը: Չարենցի երգիծանքի ամենաբնութագրական կողմը վեպում կարելի է համարել հեղինակային խոսքի «բարձրացումը», վերամբարձությունը: Երգիծական այս հնարանքը, կարելի է ասել, անցնում է վեպի ողջ

պատմության գրեթե բոլոր տողերի միջով: Որպես երգիծանքի միջոց Չարեն-
ցի լեզվական-ռճական ամենատարբեր միջոցների, հնարքների՝ վերամբար-
ձություն, բառերի կիրառություններ ոչ իր սովորական իմաստով, երգիծա-
կան համեմատություն, չափազանցություն, բառախաղեր, փոխանունություն
և շրջասություն, երգիծական խոսուն անուններ, երգիծական մակդիրներ,
որոնց միջոցով էլ գնում է դեպի գաղափարական մեծ խնդրի և քաղաքական
բովանդակության իրագործումը:

Վեպում երևում են մի քանի տասնյակ մեծ ու փոքր գործող անձինք:
Բազմազան են այդ գործող անձինք, իսկ նրանց տրված անունները շատ
«խոսուն» են: Մի դեպքում դրանք գրվում են՝ էլնելով հերոսի արտաքինից,
ինչպես՝ Սևաչյա Պրիմադոննա, «Ճուտ» (Բարսեղ Աբգարիչի կինը), Շիկահեր
Դդում (Օլգա Վասիլևնա), Քաչալ Թաթոս և այլն: Մի այլ դեպքում հեղինակը
նկատի է առնում նրանց զբաղմունքը, պաշտոնը, հակումները և այլն, բոլոր
դեպքերում գտնելով սրամիտ անվանումներ, որոնք մեծապես նպաստում են
հերոսների բնութագրմանը: Բոչկա Նիկոլը, որը գինեվաճառ է, Տեր Հուսիկ
քահանա Խաչագողը, լուրերը տեղից-տեղ հասցնող Տելեֆոն Սեթոն, դագա-
ղագործ, Մելեռի Ենոքը, Մագուրի Համոն, Կինգաուրի Սիմոնը կամ Կլուրի
Մեյմունը, Դահվեճի Սեթոն և այլն: Սրանք ավելի շատ էպիգոդիկ հերոսներ
են, և հեղինակը բացատրում է, թե ինչու է ինքը հրաժարվել հոգեբանական
մանրամասներից. «Գուցե դու կուզեիր, սիրելի ընթերցող, որ ես, եվրոպական
անվանի հեղինակներին հետևելով, մանրամասն վերլուծության ենթարկեի
«հերոսներիս» հոգեբանությունը, մանրագնին պատմեի, թե ինչպիսի նրբին
«ապրումներ էր ունենում, ասենք, Գեներալ Ալոշը, երբ նահանգապետն
իջևանում էր նրա հոյակապ բնակարանը, կամ, ասենք, հոգեկան ի՞նչ
ալեկոծումներ ունեցավ քաղաքային բժիշկ Մերգե Կասպարիչը՝ կնոջը
թաղելիս... իմ այս վեպում չկա և չի էլ լինի երևի ո՛չ մի «հերոս», և այս տխուր
հանգամանքում, կարծում եմ, ոչ թե ես եմ մեղավոր, այլ նաիրյան այս
քաղաքը »»:

Գավառական իրականությունը չէր կարող հող ստեղծել իսկական հե-
րոսների համար և, ամենակարևորը, Չարենցը գրում էր քաղաքական վեպ և
նկարագրելով քաղաքի, կենցաղի, բարքերի պատկերները, բնակիչների

հոգևոր հատկանիշները՝ ձանձրույթը, տաղտկությունը, սահմանափակու-
թյունը, կարծես, հիմք էր նախապատրաստում վեպի ընթացքի՝ այսինքն, ազ-
գային կյանքի հետագա քաղաքական դեպքերի, երևույթների ու գործերի և մի
քանի հերոսների զարգացման համար:

Վեպում որպես դրամատիկ կերպար հանդես է գալիս հեղինակը: Նա
ծանր տառապանքով և ցավով էր մոտենում Երկիր Նաիրիի ճակատագրին:

Վեպի երկրորդ մասի սկզբում հեղինակը պատմում է, որ մի օր
անձրևին, ցելոստ փողոցով, մի մարդ գլխի վրա դրած տանում էր իրենից
ծանր մի դագաղ: Նա մի կերպ, տանում էր հարազատին թաղելու, որովհետև
չէր կարող չտանել... Չարենցը իրեն համեմատում է այդ մարդու հետ.
«Այդպես էլ ես, ընթերցո՛ղ, ճիշտ այդ վարժապետի նման՝ ո՞ւր եմ գնում: Ինչո՞ւ
եմ հպել, բայց ոչ ողնաշարիս, այլ գանգիս ուղեղին դագաղանման այդ բեռը,
և ուզում եմ տեղ հասցնեմ... ո՞ւր: Եվ միթե այնտեղ, տքնությանս վերջում,
որպես նվիրական, սիրելի մի մեռել՝ չպիտի պատկերանա ինձ Երկիր
Նաիրին, որին դամբանելու համար տանում եմ ահա խոհերիս տողաշար
դագաղը. տանում եմ կամքիս հակառակ, որովհետև, այո, հարկավոր է
տանել: Չե՞՞ որ, այո՛, թաղել է հարկավոր բոլոր մեռելներին, ... որքան էլ նրանք
սիրելի և հարազատ լինեն.»:

Ինչպես տեսնում ենք, վեպում երգիծանքը տեղ-տեղ փոխարինվում է
դրամատիզմով, որտեղ դրամատիկ ապրումների ծանր բեռը իր հոգու վրա
վերցնում է հեղինակը՝ հանդիսանալով վեպի գլխավոր կերպար:

Եթե վեպի առաջին մասում Չարենցի երգիծանքը կրում է կենցաղային
և սոցիալական հումորի բնույթ, ապա երկրորդ մասում այն փոխարինվում է
քաղաքական երգիծանքով՝ սատիրայով: Դա Երկիր Նաիրիի քաղաքական
անցքերի ու հոսանքների գործունեության պատմությունն է: Գավառային
անկյանք մթնոլորտում հանկարծ պայթում է համաշխարհային պատերազմի
լուրը և քաղաքական ուժերի գործունեությունը ձևավորվում է հենց այս
հիմքի վրա: Բոլորը փողոց են դուրս գալիս: Նրանց թվում է, թե եկել է
ազգային երջանկության օրը: Ցնծում են բոլորը: Սա սոսկալի պատերազմի
ընկալման մի կոմիկական պատկեր է: Ազգային գործիչները խոսում են
վերամբարձ-հոռետորական ոճով, բանաստեղծական փայլով, որոնց մեջ

առանձնահատուկ տեղ են գրավում Մազուրի Համոյի արտասանած ճառերը . ահա մի քանի հատված .

«Մոտ է, մոտենում է օրը . . . երբ էլա՞ծ մոխիրից, դարերի քնից՝ հառնե պիտի, ազատ, երկիրը հազարամյա՝ ազատ Նաիրին»:

« . . . այն ժամանակ, գալիք սերունդների առաջ մենք, հպարտությամբ, այո, իրավունք կունենանք ասելու, որ արինք՝ ինչ որ պահանջվում էր մեզանից պատմական այս ծանր վայրկյանին, կատարեցինք, այո, մեր պարտքը, դեպի մեր թանկագին հայրենիքը, դեպի, ես հավատում եմ, այո, օ՛ ես չեմ կասկածում վերածնվող Նաիրին . . . »:

Ինչպես տեսնում եք, առավելագույն սթափություն, լրջություն պահանջող այս քաղաքական բարդ, ճակատագրական հարցը երկրի ապագայի շուրջ ևս Չարենցը չի շրջանցում առանց երգիծելու: Անհիմն ոգևորությունը գնալով մեծանում է՝ ուժեղացնելով ողբերգության շերտերը: Դատարկ խոստումներով, վերացական խոսքերով հիացած ամբոխը ընկնում է պատրանքների ու երևակայության գիրկը: Իսկ հայ ազգային-քաղաքական գործիչները իրենց «գեղեցիկ» խոսքերով ամբոխին քաշում են իրենց ետևից՝ հայրենիքը թողած աղետների եզրին:

Քաղաքական գործունեության հետ կապված այս երևույթը. Չարենցն անվանում է մազուրիհամոյականություն, որը հողից, ժողովրդի բախտից կտրված է:

Բոլոր երեք մասերում էլ երգիծանքի թելը չի կտրվում, սակայն և՛ երգիծանքի, և՛ ողբերգականի մեջ ամենաուժեղն ու ազդեցիկը դառնում է երրորդ մասը:

Չարենցը ներկայացնում է երկրի քաղաքական բախտի պատմությունը: Որքան շատ է ծավալվում դատարկ գաղափարախոսությունը, այնքան ավելի սուսկալի են դառնում աղետները: Կարսը լցվում է գաղթականներով: Ժողովուրդը փողոցում հաց է մուրում: Ազգային գործիչները իրենց հույսերը կապում են ինչ-որ հրաշքի հետ: Մազուրի Համոն դառնում է պատմության դեմք, «առաջնորդ»: Դեպքերի նկարագրությունը ընդունում է քաղաքական դառը երգիծանքի շեշտեր: Ծանր է ապրում գրողն այս ողբերգությունը: Նա խորը կսկիծով է պատմում եղերական օրերի մասին, և տառապանքը կրկնապատկվում է, երբ քաղաքական մթնոլորտի մեջ երևում է ժողովուրդը:

Նա կերպարանափոխվում է, ընդհատում երգիծանքը և բարկությունից ու ցավից ուզում է դեն նետել գրիչը՝ չվերջացնել վեպը: «Դժվար թե մեր հնամյա արևի ներքո գտնվի մի գրիչ, որ պատկերել կարողանա այդ վերջին դեպքերը», – գրում է հեղինակը:

Ժողովրդական ողբերգության ցնցող պատկեր է նաև «փախուստի» տեսարանը. «Մարդիկ կոխտոտում էին իրար և իրարու վրայով սողալով՝ առաջ անցնում, որպեսզի մոտ լինեն եկող գնացքին. մայրերն ամբոխի գլուխների վրայով առաջ էին նետում իրենց երեխաներին, որպեսզի իրենք ևս առաջ սողան, բայց երեխաները խեղդվում էին ընդհանուր հրհրոցում, իսկ մայրերը առանց երեխաներին հասնելու, փչում էին իրենց շունչը՝ չորս կողմից սեղմված...»:

Փախչում է ժողովուրդը: Ամայանում է քաղաքը. կործանվում է Երկիր Նաիրին: Չարենցը ամփոփում է վեպը՝ կրկին տալով առաջաբանի հարցը. «Ի՞նչ բան է Երկիր Նաիրին»: Երկիր Նաիրին գոյություն է ունեցել «պատկանելի» մարդկանց ուղեղում որպես «ուղեղային մորմոք», «սրտի հիվանդություն»: Եվ ամփոփում. «Արյուն, ճիշտ է, շատ է հոսել, սակայն, կենդանի մնացածներից շատերն արդեն ազատ են վերոհիշյալ ուղեղային մորմոքից ու սրտի հիվանդությունից և այսօր իրենց երկիրն են շինում»:

САТИРА И ТРАГЕДИЯ В РОМАНЕ Е. ЧАРЕНЦА «ЕРКИР НАИРИ»

Г.В. Аракелян

АННОТАЦИЯ

Статья анализирует сущность, жанровые особенности, уникальность, стиль и содержание романа Чаренца. Сквозь призму истории города Карса представлена жизнь армян до и во время Первой мировой войны, безответственная и неадекватная деятельность политических течений и национальных партий и их конец.

Ключевые слова: сатирический, трагический, провинциальный, реальность, история, народ, социальный, жизнь нации, политические события.

**SATIRICAL AND TRAGIC IN THE NOVEL "LAND OF NAIRI"
BY YE. CHARENTS**

G. Arakelyan

ABSTRACT

The paper analyzes the novel by Charents, its nature, genre peculiarities, uniqueness, style and content. Through the lens of the history of the city of Kars the Armenian life before as well as during World War I is presented, depicting political movements, irresponsible and short-sighted activities of national parties as well as their end. Keywords: satirical, tragic, Kars, provincial, reality, history, people, social, national life, political events. The paper analyzes the novel by Charents, its nature, genre peculiarities, uniqueness, style and content. Through the lens of the history of the city of Kars the Armenian life before as well as during World War I is presented, depicting political movements, irresponsible and short-sighted activities of national parties as well as their end.

Keywords: satirical, tragic, Kars, provincial, reality, history, people, social, national life, political events.

ХРОНОТОП В РУССКОМ ПОСТМОДЕРНИСТСКОМ РОМАНЕ

К.А. Ванескегян

Российско-Армянский университет

Школа «Айб»

kimavaneskehyan@gmail.com

АННОТАЦИЯ

В данной статье исследована категория хронотопа (пространства и времени) в русском постмодернистском романе. Проведено исследование, направленное на выявление основного типа хронотопа в современной литературе.

Ключевые слова: хронотоп, пространство, время, постмодернизм, сингулярность.

Введение

Проблема исследования «хронотопа» в русском постмодернистском романе является одной из основных в современном литературоведении. Хронотоп как категория формообразующая, на данный момент находится в процессе перерождения. Исходя из этого, целью исследования является не просто анализ и раскрытие самого понятия, а «синтезирование» нового типа жанрового хронотопа в русском постмодернистском романе. Работа имеет прикладное значение для современного литературоведения, а основная ее цель – выделение нового типа жанрового хронотопа может стать новой ступенью в развитии исследования пространственно-временных связей в современной литературе. Отметим, что в данном исследовании мы, в первую очередь, отталкивались от типов жанрового хронотопа, которые были выделены Бахтиным. Однако, в исследовании мы углубились

дальше, используя для анализа романы постмодернистской литературы, а также инновационные методики в литературоведении: мы обратились к теории операционализации, выведенной ученым Стенфордского университета Франко Моретти, а также провели исследование на стыке литературоведения, физики и философии. В целом, можно отметить, что мы обратились к гетерологическому типу анализа в исследовании. На данный момент исследование базируется на двух постмодернистских романах: «Доме, в котором» Мариам Петросян и «Лавре» Евгения Водолазкина. Однако в дальнейшем список романов пополнится, поскольку основной нашей целью является выделение, синтезирование нового типа романного хронотопа. Это прикладная задача, поставленная перед нами современным русским литературоведением. Хронотоп как формообразующая категория романа требует многоуровневого исследования, и исходя из того, что категории «время» и «пространство» в современном мире инновационных технологий претерпевают постоянные метаморфозы, важно исследовать эти категории без отрыва от современности.

Отметим, что новый тип хронотопа, о котором мы говорим, существует как факт теоретический, но не литературоведческий. Наша основная цель – выделение особенностей этого нового типа хронотопа, его синтезирование. У работы есть конкретное прикладное значение – создав, «синтезировав» новый тип хронотопа, мы сможем использовать его для исследования романов. Причем, важно отметить, что потребность в этом есть – основные типы хронотопов, используемые в классическом литературоведении, выведены Бахтиным, но, спустя почти век, появились новые аспекты во времени и пространстве. Изменение пространства и времени, хронотопичности мира произошло очень резко. Особенно это заметно на срезе последних двадцати лет – время и пространство сузились, ускорились и изменились. Интернет, социальные сети, виртуальная реальность и приложения, благодаря которым расстояние не является преградой, напрочь изменили наше восприятие классического хронотопа. Время и пространство теперь уже не так сильно связаны, и преодоление пространства и времени – иное. Это повлияло на хронотоп в литературе, в первую очередь. Романы, которые мы исследуем, впитали в себя большое количество этих изменений. Однако отметим, что несмотря на многочисленные изменения в

категории хронотопа, одной из его особенностей является фольклорная основа, что очень традиционный и интересный фактор. Имея фольклорную основу, текст в то же время современен и параллельно этому – вне-временной. Получается, что этот новый тип хронотопа уже существует, и в его основе фольклорный, автобиографический, идиллический тип хронотопа. К этому синтезу прибавлено совершенно новое видение мифологического и раннемифологического времени, которое могло появиться лишь в конце 20-го века. Безусловным является и то, что тексты русских постмодернистских романов, которые мы исследуем, вбирают в себя как элементы архаичные, так и совершенно новые.

Хронотоп как категория миропознания изменилась в течение последнего десятилетия. Связано это с тем, что литература развивается в постмодернистском вакууме, и с развитием и изменением категории «пространства» и «времени». Мы имеем дело с новым витком развития типа хронотопа постмодерна, который не принимает ни единства места и времени, ни отрицания пространства и места в целом. Приятие всего во всем, одновременность событий не только на одном временном отрезке, но и на всех существующих временных фрагментах – одна из основных черт хронотопа постмодерна, который вбирает в себя разножанровость и многоуровневость не только текста, но и событий. Нельзя сказать, что новый тип хронотопа отрицает существующие до него. Наоборот: новый тип хронотопа есть ни что иное, как логическое развитие этой категории. Новый тип вбирает в себя все существующие доселе категории хронотопа, и, в то же время отталкиваясь от них, является самобытным явлением.

Важно отметить, что актуальность исследования обуславливается, в первую очередь, тем, что категория хронотопа в литературе постмодерна является категорией первичной, основополагающей. Кроме того, тема времени, ставшая актуальной еще в начале 20-го века и глубоко изученная в эту эпоху, нуждается в обновлении, связанном с изменениями, вошедшими в нашу жизнь в последние двадцать лет. Эпоха интернета, 3D-технологий, ставшая для нас уже обыденной, на самом деле изменила наше понятие о времени как таковом, и благодаря исследованию именно хронотопа, можно понять, каким именно стало время в современной литературе.

Начиная наше исследование с изучения классических представлений о хронотопе, мы пришли к выводу, что Бахтинская историческая инверсия перерастает времена своего автора, а пространство романа становится неким «полем истины», в котором пространство и время изменились. То есть, мы имеем дело с новым, более развитым типом романного хронотопа, который отображает современные представления о категориях пространства и времени. Присутствие всего во всем, одновременность всех событий помогает нам определить современный, новый типа хронотопа как субстанцию в динамике. Также, учитывая то, что хронотоп – не просто пространственно-временное обрамление текста, а некое поле коммуникации, важно отметить, что именно эта черта становится важной для контакта автор-герой-читатель.

Если в прошлом хронотоп имел исключительно роль «каркаса», на который произведение как бы нанизывалось, он становился неким «организатором» литературного произведения, то сегодня данные границы размываются. Хронотоп оживает, поглощая все уровни текста, выстраивая произведение вокруг себя: относительность, переменчивость и неоднозначность. Последовательность хаоса и упорядоченности – вот основная черта нового типа хронотопа.

Это явление связано с большим количеством причин. Одна из них – размытость грани реальность-виртуальность, появившаяся с развитием современных технологий, появление интернета – Сети, соединяющей все и во всем, некоего пространства, где все существует здесь и сейчас, одновременно, ускорение жизни, использование всех временных и пространственных ресурсов, ускоренное преодоление пространства и времени. Задача данного нового типа хронотопа сложна. Сегодня хронотоп не просто постигает мир таким, каким он есть. Его цель усложнилась – постижение всего неоднозначного, неоднородного, оно предполагает принятие мира во всем его несовершенстве, сложности и динамичности. Получается, что основное качество нового типа хронотопа (основополагающее его качество) – сингулярность, а это означает, что первоочередная черта уже не формообразующая. Исходя из этого, не удивительно, что в исследовании мы рассматриваем пространство и время как относительные, переходные ка-

тегории. С каждым новым сюжетным витком «рождаются» новые их грани, которые опровергают одновременность событий в тексте и подразумевают непричастность одного события с другим. Получается, что на данном этапе происходит уход от общего, массового. В этом смысле мы посчитали логичным исследование хронотопа с точки зрения гетерологии, которая подразумевает разнородность и множественность исследуемого. Так, с точки зрения этой науки, пространство и время перестают существовать как точечные категории (точка времени и точка пространства), поскольку быть изображенным, показанным – это уже быть положенным «вовне».

С этого ракурса хронотоп может быть представлен как суть «одноговне-другоготочечности», поскольку основная цель пространства – раскрыть время, которое как бы проистекает из одной точки в другую, а основная цель времени – раскрыть пространство «как истину собственной траектории – точки, которая «уже не» та и «еще не» другая». Этими основными факторами и обуславливается как сама множественность хронотопа, так и его незавершенность.

Получается, что исследование хронотопа как категории времени и пространства невозможно в рамках одной-единственной филологической дисциплины. Приходится прибегать к интеграции иных наук: философии, психологии и даже физики. Именно такой подход в исследовании может выделить категорию хронотопа как некий параметр постижения бытия, ведь он представляет собой единство трех пространственно-временных категорий: реальной, концептуальной, перцептуальной.

Оно существует в некоем относительном поле, где прошлое, настоящее и будущее перекрещиваются и субстантивируются в общую массу. Эта масса позволяет событиям и героям, «наполняющим» текст, присутствовать сразу на нескольких временных отрезках. Это не инновационная теория об относительности времени. Это еще один виток в исследовании категорий пространства и времени, которое началось еще с Эйнштейна. Современная наука не представляет себя вне времени и пространства, и эволюция сама по себе невозможна без исследования этих категорий, помогающих постигать мир. И в литературе проблема исследования хронотопа также важна. Она тесно связана с иными науками, и не может рас-

смагиваться в отдельности. Основные типы романного хронотопа, которые до сегодняшнего дня были фундаментальными при изучении текста, уже не способны «покрыть» пространственно-временное наполнение текста. Некий хронотопический трафарет, который существует в классическом литературоведении, уже не покрывает фактическую современную категорию хронотопа. И важно выделить основные его направления, грани, что поможет в дальнейшем исследовании.

Итак, в ходе исследования двух романов, мы пришли к выводу, что основными чертами хронотопа русского постмодернистского романа являются неоднородность, раздробленность и относительность времени, динамичность и процессуальная протяженность пространства, отсутствие категории временной темпоральности, а также разделения времени на абзацы: прошлое, настоящее, будущее. Отметим, что на лицо усложнение пространственно-временной связи в тексте по ходу его «разворачивания». Сюжетный уровень переплетается с хронотопом и вбирает в себя все грани исторического развития этой категории: от фольклорного до постмодернистского. Хронотоп постоянно «растет», меняется, и мотив фольклорного роста простирается на все уровни текста. Обязательным является наличие надхронотопической сети, соединяющей пространственно-временные категории текста. Эта сеть может быть представлена как иное пространство, некая параллельная вселенная, поглощающая текст на надструктурном уровне. Эта сеть вбирает в себя временное наполнение, которое раздроблено вневременными мотивами. Она то сужает, то расширяет время и пространство, создавая некую вневременность, сингулярность времени, что и становится отличительной чертой на первый взгляд классического пути, хронотопа.

Темпоральные скачки между временем и пространством, передвижение и путь героя по горизонтальной и вертикальной оси одновременно, переходы из одного состояния и из одной формы в другую, временное несоответствие вещей, находящихся в неоднородном временном пространстве, люди-проводники, соединяющие мир реальный и ирреальный, постоянный, закольцованный рост героя, и однородность пространственно-временных атрибутов – основные черты исследуемой нами категории.

Это своеобразный новый «исход хронотопа», который подходит для литературы эпохи постмодерна, где преодоление пространства – не обязательно прямое перемещение, и где время, похожее на спираль, повторяется, а путь героя, сам по себе, не горизонтальный и даже не вертикальный – закольцованный. Время становится весомее пространства. Сам концепт «хронотопа» как формообразующего рассматривается с уклоном преобладания временной составляющей, а важным в исследовании новой категории времени становится мотив «предопределенности». Все эти категории одновременно создают своеобразное время-пространство, синтезированное из многих хронотопических единиц.

Получается, что новый тип хронотопа, о котором мы говорим, имеет классическую основу, на которую как бы «наслоились» новые пространственно-временные аспекты. Постараемся выделить несколько основных качеств нового хронотопа, выделенного и синтезированного нами:

- Классическая, фольклорная основа с трансформированными элементами (образ действующего лица и его распад);
- Нелинейность времени, субъективность его восприятия, иногда – полное его отсутствие (это новый виток в развитии науки о хронотопе – только хронос или только топос);
- Связь особых топонимов с особыми временными атрибутами и роль этой связи;
- Наличие временного пространства созерцания;
- Синтез хронотопов нескольких героев как формообразующий для одного – основного;
- Отсутствие одного пространственного центра и разрушение сакрального пространственного ядра;
- «Сетевой» хронотоп второстепенных топонимов;
- Ускорение и замедление времени;
- Иное пространственно-временное пространство, имеющее иной хронотоп;
- Сетевая теория пространств;
- Сингулярность времени;
- Разворачивание хронотопа на базе пути героя;
- Эсхатологическая направленность.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Айрапетян В.* Толкуя слово. Опыт герменевтики по-русски. М.: Институт философии, теологии и истории св. Фомы. 2011. 527с.
2. *Бахтин М.М.* Вопросы литературы и эстетики. М.: Худ.лит. 1975. СС. 234–407.
3. *Водолазкин Е.* Лавр. М.: Аст. 2013. Электронное издание. 7839с.
4. *Лосев А.Ф.* Античная философия истории. М.: Наука. 1977. 207с.
5. *Лотман Ю.М.* Семиосфера. С.-Пб.: «Искусство – СПб». 2000. 704с.
6. *Пропп В.Я.* Исторические корни волшебной сказки. М.: «Лабиринт», 2000. 336с.
7. *Розенталь М., Юдин П.* Краткий философский словарь. М.: Гос.изд. полит.лит. 1955. 567с.
8. *Светлов Р.В.* Формирование концепции времени в древнегреческой философии: Автореф. Дис. ... к.ф.н. Л. 1989.
9. *Топоров В.Н.* Текст: семантика и структура. М. 1983. СС. 227–284.
10. *Флоренский П.А.* Статьи и исследования по истории и философии искусства и археологии. М.: Мысль. 2000. С. 79-421.
11. *Шмид В.* Нарратология. Языки славянской культуры. М. 2003.
12. *Moretti F.* Network Theory, Plot Analysis // Moretti F. Distant Reading. London; New York. Verso. 2013. P. 211-240.
13. *Paul Smethurst.* The postmodern chronotype: reading space and time in contemporary fiction. / Editions Rodopi B.V. Amsterdam. Atlanta. GA. 2000.
14. *Woloch A.* The One vs. the Many: Minor Characters and the Space of the Protagonist in the Novel. Princeton; Oxford: Princeton University Press. 2003. PP. 13–14.

Интернет-источники

1. *Моретти Ф.* Новое литературное обозрение. № 28. Операционализация или функция измерений в современной теории литературы. М., 2014. // <http://www.nlobooks.ru/node/5262> // Последнее обращение 02.05.18.
2. *Пиньков Н.* Журнал научных разысканий о биографии, теоретическом наследии и эпохе М.М. Бахтина. Диалог. Карнавал. Хронотоп. М., 2009. // <http://nevmenandr.net/dkx> // Последнее посещение 02.05.18.

THE CATEGORY OF CHRONOTOPE IN RUSSIAN POSTMODERN NOVEL

K.Vaneskehyan

ABSTRACT

This article is a research of the category of chronotope (space and time) in Russian postmodern novel. The main purpose is to figure out the main type of chronotope in the contemporary literature.

Keywords: chronotope, space, time, postmodern, singularity.

ХРИСТОС КАК СУБЪЕКТ ПОВЕСТВОВАНИЯ В АПОКРИФИЧЕСКОМ РОМАНЕ XX ВЕКА

З.А. Кургинян

Российско-Армянский университет

Институт гуманитарных наук

zoya777ani@mail.ru

АННОТАЦИЯ

Работа посвящена субъектной организации романов-апокрифов, в которых носителем голоса является Иисус Христос. В статье вводится понятие романа-апокрифа и выявляются особенности данной жанровой разновидности. Исследуется специфика нарративной организации и жанровые особенности апокрифических романов Э.-Э. Шмитта «Евангелие от Пилата», Н. Мейлера «Евангелие от Сына Божия» и Ж. Сарاماго «Евангелие от Иисуса». Делаются выводы о том, как повествование от лица Иисуса или с его точки зрения определяет сюжетную специфику романа.

Ключевые слова: апокриф, субъектная организация, библейский сюжет, жанр романа-апокрифа.

Введение

На рубеже XX–XXI вв. наблюдается особый интерес к историческим и религиозным событиям. Это объясняется спецификой эпохи постмодерна, для которой характерно расширение информационного пространства, обращение к прошлому, к культурному архиву для его деконструкции. Потребность в трансформации прошлого (допустим, представлений о Библии) обусловлена «забыванием» (потерей социальной памяти), необходимостью заполнить исторические лакуны и возродить интерес к истории как таковой, пародируя, взглянуть на привычное по-другому. В литерату-

ре постмодерна пародийность канонических текстов – это попытка деархивации священных писаний, переформулирования с заполнением библейских лакун или с трансформацией библейского сюжета [22].

Несмотря на то, что в постмодернизме жанр вбирает в себя черты многих других жанров, и посредством интертекстуальности границы между этими жанрами разрушаются, нам всё-таки необходимо определить специфику такой жанровой разновидности, как роман-апокриф. Он был предметом анализа многих исследователей, в связи с этим для его номинации используется различная терминология (роман-апокриф, стилизованный апокриф, роман-евангелие, парафраза, евангельский реалистический роман и т.д.). В данной работе мы решили остановиться на термине роман-апокриф.

Многие исследователи предпринимали попытки определить специфику жанра романа-апокрифа. Например, по Л. В. Серебряковой, роман-апокриф – это художественное повествование с евангельским сюжетом, которое представляет собой взаимодействие двух составляющих – евангельской фабулы и романного сюжета [11]. А.В. Татаринов называет апокрифический роман «художественным произведением о событиях Священной истории», в котором взаимодействуют обращение к текстам Ветхого и Нового Заветов и творческий аспект [20]. По мнению Ротая, роман-апокриф возникает при взаимодействии двух жанров и обладает такими особенностями, как активность повествователя, возникновение новых персонажей, обращение к земной жизни канонических образов, детализация внутреннего мира героев, «обытовление» и т.д. В нашей статье мы опираемся на его определение: роман-апокриф как жанровая разновидность сформировался благодаря соединению канонических (религиозная модель сюжета) и апокрифических (инверсия канонического сюжета) текстов и романной формы (свободная форма становления духовной проблемы) [20]. Последняя и обусловила те эксперименты, которыми отличается нарратив современного романа-апокрифа.

Татаринов представил следующую классификацию художественных текстов о евангельских событиях:

1. Целостные парафразы евангельской истории, литературные жизнеописания Христа («Евангелие от Сына Божия» Н. Мейлера);

2. Произведения, организованные по сюжетно-композиционной модели «текст в тексте» («Мастер и Маргарита» М. Булгакова);
3. Художественно-публицистические тексты на границе литературы и эссеистики («Жизнь Иисуса» Ф. Мориака);
4. Произведения, концептуализирующие судьбу героев из окружения Христа («Иуда Искариот» Л. Андреева);
5. Притчи, актуализирующие новозаветный сюжет («Смерть Агасфера» П.Ф. Лагерквиста).

У нас нет сведений о том, к какой группе текстов Татаринов относит роман Шмитта, однако, мы можем предположить, что «Евангелие от Пилата» сочетает в себе черты нескольких вышеперечисленных групп. Первая часть романа – пролог «Исповедь приговоренного к смерти в вечер ареста» представляет собой жизнеописание Иисуса, соответственно, эту часть можно отнести к третьему типу в классификации Татаринова. Вторая часть романа – «Евангелие от Пилата» однозначно включается в группу произведений, в которых описана судьба героя из окружения Христа (п. 4 в классификации). Романы Сарاماго и Мейлера относятся к первой группе текстов – это целостные парафразы евангельского сюжета.

В исследовании ««Художественные тексты о евангельских событиях: жанровая природа, нравственная философия и проблемы рецепции» Татаринов разработал еще одну классификацию евангельской прозы:

1. Текст-пересказ (сохранение фабулы Евангелия): «Евангелие от Сына Божия» Нормана Мейлера, «Евангелие от Пилата» Шмитта.
2. Текст-продолжение (повествование о последствиях евангельских событий): «Елеазар» Леонида Андреева, «Смерть Агасфера» П.Ф. Лагерквиста.
3. Текст в тексте (библейский сюжет в соединении с исторической реальностью): «Мастер и Маргарита» Булгакова.
4. Текст-идея: «Иуда Искариот» Леонида Андреева, «Евангелие от Иисуса» Сарاماго [20].

Андрей Краснящих также обращается к жанру романа-евангелия, называя его «детисцем XX столетия». Он называет роман-евангелие «крупным прозаическим текстом непародийного характера, крупным эпическим полотном, в центре которого – личность Христа и этапы ее становления на

фоне исторических событий эпохи» [18]. Он считает, что жанрообразующим приемом романа-евангелия является стилизация под новозаветный способ повествования с переосмыслением фабулы канонических текстов. В своей статье «Жанр романа-евангелия: к постановке проблемы классификации и типологизации» Краснящих изучил эволюцию евангелической беллетристики и в результате выделил следующие периоды развития данного жанра: канонический, критический и инверсионный [18]. По его мнению, можно выделить такие же три направления беллетризации евангельских тем в XX веке:

- Каноническое (пересказ Евангелий, где автор воздерживается от собственных трактовок евангельских образов и перипетий, от персональных оценок и комментариев к событиям). В рамках этого направления иногда внимание уделялось отдельным ситуациям истории Христа. Для данного направления характерна начинающаяся демифологизация Нового Завета. К этому периоду относятся книги «Иисус Неизвестный» (1923) Д. С. Мережковского, «Жизнь Иисуса» (1936) Франсуа Мориака, «Иисус Христос» (1961) Карла Адама и др.
- Критическое (язвительно-сатирический пересказ Евангелий, который содержал в себе некоторые негативные, десакрализирующие характеристики героев). К данному периоду относятся рассказы Сельмы Лагерлеф «Легенды о Христе» (1904), повесть Леонида Андреева «Иуда Искариот» (1907), роман Михаила Булгакова «Мастер и Маргарита» (1940) и др.
- Инверсионное (попытка оправдать предательство Иуды; период реабилитации образа Иуды и негативизации образа Иисуса Христа). К этому периоду относятся романы Пера Лагерквиста «Варавва» (1950), «Сивилла» (1956), рассказ «Смерть Агасфера» и т.д.

Нам кажется, что в романах-апокрифах инверсионного направления не всегда предпринята «негативизация» образа Христа. Зачастую Христос и другие библейские герои представлены в свете постмодернистской иронии. Его образ, действительно, теряет сакрализацию, гуманизируется, в подобных романах меняется восприятие Христа: в первую очередь, он изображается как человек, а не как бог. Однако не всегда этот процесс сопровождается негативными коннотациями.

Материал и методы

Поставленная цель и сформулированные задачи определяют нашу методологическую основу. В исследовании библейского сюжета и его функционирования в литературном процессе мы базировались на трудах А. В. Татарина, А. Краснящих, Я. Кротова и М. В. Шкондировой. При изучении романа-апокрифа как литературного феномена мы обращались к исследованиям Л. В. Серебряковой, А.В. Налобина, Т.С. Таймановой и С.В. Ротая. Для изучения теории о субъектной организации мы обращались к работам Б.О. Кормана, Н.А. Кожевниковой, В.Е. Хализева и др.

В выбранных нами романах Шмитта, Мейлера и Сарاماго переосмысляются канонические тексты. Сакральные сцены теряют значение или трансформируются. Например, эпизод воскрешения Лазаря во всех трех романах представлен в противоположном каноническому ключе: у Шмитта Лазарь – неполноценный человек, еще не мертвый, но уже и не живой («Даже не знаю, осталась ли в нем хоть крупичка ума. Он превратился в собственную тень. <...> Я не мог отогнать угрызания совести: я был в ответе за его возвращение, за его состояние полумертвеца» [3]), у Мейлера исцеление проходит также неудачно («В тот день я не пошел в Иерусалим, а переночевал в доме Лазаря. Утром, когда мы прощались, он был слаб и удручен духом» [1]), у Сарاماго Лазарь погибает после воскрешения, а Мария Магдалина не позволяет Христу воскресить его во второй раз («Никто на свете не согрешил столь тяжко, чтобы умереть дважды» [2]). Кроме того, авторы зачастую пытаются заполнить сюжетные лакуны в библейской канве, вводя в романы новые события и новые мотивы: например, в Евангелие Сарاماго Иисус дружит с Дьяволом (Пастырем), на проповеди его вдохновляет не Отец, а Мария Магдалина, которая предстает святой, а не блудницей; также важным в романе является мотив вины за избивание младенцев в Вифлееме, мотив ответственности и т.д.

Тотальным отказом постмодернизма от пафоса объясняется демифологизация образа Христа, образа Бога и Дьявола. Фигура Христа десакрализуется. В то время, как важность приобретает собственно процесс становления личности Иисуса как меняющегося героя. Например, в романе Шмитта Христос предстает обыкновенным человеком со страхами и переживаниями («Каждый день приносил мне новые доводы в пользу гнева.

<...> А у Закона был автор – Бог. Я решил, что не буду больше любить Бога», «Я – никто. Я не понимаю, что сказал Иоханан. Я всего лишь плохой плотник из Назарета и нерадивый прихожанин к тому же», «Я не нашел себя в глубине пустыни. Нет. Я нашел Бога. <...> Я не получил ответа на свои вопросы. Но утром сорокового дня я наконец примирился с самим собой» [3]).

Таким образом, на первый план выходит внутренняя жизнь Христа, его сомнения и желания. В романах выявляется интерес к частной (земной) жизни Иисуса: история его детства, описание его семьи, друзей, первой любви и т.д. Например, Христос Мейлера неоднократно подвергается искушениям, сомневается в собственном предназначении («Я – Сын Божий, но в остальном я самый обыкновенный человек. Людям свойственно разрушать, бессмысленно и бездумно», «Всю жизнь я боялся прелюбодения – и чем больше боялся, тем больше обуревала меня жажда плотских наслаждений. Как часто я мучился неукротимой, неутоленной яростью!», «Если Отец не слышит, значит, я больше не Сын Божий. Как ужасно быть обычным человеком» [1]). Бог и Дьявол гуманизируются, обретая антропоморфные черты. Сарاماго так описывает внешний вид Бога и Дьявола: «Это старик большого роста, с окладистой, во всю грудь, бородой, с непокрытой головой, с широким лицом, на котором толстые губы крупного рта не шевелятся, когда он говорит. Он одет, как одеваются богатые иудеи, – на нем длинная, ярко-красного цвета туника, а сверху голубая, затканная золотом хламида с рукавами, но на ногах у него грубые, простые и прочные сандалии – обувь для ходьбы, а не для красоты, и сразу можно сказать: тот, кто носит такую, сиднем не сидит» [2], «Наконец за борт ухватились две руки – ширококостые и сильные, с крепкими ногтями, и, должно быть, и остальное тело, еще не вынырнувшее из воды, было таким же, как у Бога, – могучим, огромным и древним» [2]. Кроме того, Бог Сарاماго употребляет сниженную лексику, его речь изобилует вводными конструкциями, благодаря этому создается абсурдный ироничный образ Божества: «А Дьявол может убираться, если хочет, он уже получил оговоренное, и если барыши и выгоды будут поделены поровну» [2].

В романах-апокрифах также возникает любовная проблематика. Например, Шмитт вводит любовную линию: в юности его Иешуа влюбляется в Ревекку: «Ревекка была женщиной из женщин, все они воплотились

в ней, но она превосходила их всех, она была единственной. <...> Мы полюбили друг друга, лишь обменявшись взглядами» [3]. В романе Сарاماго весьма значимы отношения Иисуса и Марии Магдалины (он вводит эротический сюжет): «Меня зачали в Назарете, а на свет я появился <...> в пещере, под землей, хотя, знаешь, мне кажется, что здесь, в Магдале, я родился во второй раз. И родила тебя блудница. Для меня ты никакая не блудница, с яростью ответил Иисус» [2].

Происходит обытовление и детализация внутреннего мира персонажей и евангельского сюжета. Авторы стараются объяснить чудеса и исцеления рациональными способами, с необъяснимых событий снимается священное значение, пафос. Например, Шмитт объясняет умножение хлебов и рыб естественными причинами: «Кто-то видел, как я умножал хлеба в порожних корзинах. <...> Все это случилось, я сам тому свидетель, но не по естественным ли причинам?», «Быть может, ребенок вовсе не был мертв? А просто крепко уснул?» [3], Сарاماго иронично называет это обманом зрения: «Это был оптический обман, а без него, как известно, невозможны были бы никакие чудеса и сверхъестественные явления» [2], а Мейлер говорит о том, что это чудо произошло лишь в представлении свидетелей: «Человек высовывал язык, и я клал на него по крошке хлеба и рыбы. Но стоило людям вкушать пищу – она увеличивалась в их представлении (как когда-то винограда, из которой сделалось вино в Кане Галилейской), и ни один из них не пожаловался на недостаток хлеба и рыбы. Это было торжество духа, а отнюдь не расширение материи» [1].

В результате инверсии евангельского сюжета в романах снимается проблема предательства Иуды или же она решается в его пользу. Христос Сарاماго и Шмитта сам просит Иуду пожертвовать честной репутацией ради своего учителя («Он должен был продать меня. Я выдержал его взгляд, дав ему понять, что могу требовать только от него, от любимого ученика, чтобы он пожертвовал собой» [3], «Ты, Иоанн, доживешь до старости и умрешь своей смертью, а ты, Иуда, держись подальше от смоковниц, ибо недалек уже тот час, когда ты своими руками удавишься на одной из них» [2]), а Иуда Нормана Мейлера вынужден предать Иисуса, так как он сам был обманут и предан им:

– Представь: я помогаю беднякам чуть меньше, на самую малость меньше, чем сейчас. Я паду в твоих глазах?

– Я отрекись от тебя. Кто готов предать бедняков на малую толику, однажды предаст их с головой [1].

Авторы обращаются к смеховой культуре, активно используют иронию и сарказм для описания евангельских событий. Шмитт использует карнавальный смех в раскрытии своих персонажей, а роман Сарاماго – это воплощение иронической борьбы с христианской традицией. Шмитт так описывает внешний вид наставника Пилата: «Позади них появился разъяренный мужчина, высокий и широкоплечий. Взъерошенные волосы, тело, покрытое густой шерстью, еле прикрытое лохмотьями», «Все, онемев, слушали журчание нескончаемого потока, заливавшего тунику, живот и ноги окаменевшего гостя. Кратериос изливал мощную струю, только лицо светлело по мере того, как опорожнялся его мочевого пузырь» [3]. Роман Сарاماго начинается со статичного описания картины распятия Христа, эта каноническая сцена полна иронии, которая снижает библейский пафос: «- Ниже мы видим человека: он привязан к стволу дерева и совершенно гол, если не считать обмотанной вокруг бедер тряпки, прикрывающей то, что принято называть срамом. <...> По вдохновенно-страдальческому выражению лица, по устремленному ввысь взгляду можно узнать разбойника Благоразумного. Безобманной приметой может служить и кудрявая голова – ведь у ангелов и архангелов волосы вьются, а раскаявшийся преступник, судя по всему, уже на полпути в Царствие Небесное и к его обитателям» [2].

Инверсия происходит и в субъектной организации романов. Повествователи приобретают активность, независимость, которой не обладали канонические евангелисты. Нарратив расширяется, так как речь передается самому Иисусу, кроме того, вводится многоголосное повествование. Таким образом, переход слова к самому Иисусу работает на десакрализацию его образа. Если обращаться к субъектной организации в Евангелиях Шмитта, Мейлера и Сарاماго, то можно утверждать, что в романах «Евангелие от Пилата» и «Евангелие от Сына Божия» Иисус является рассказчиком. Иисусу Христу принадлежит голос, внутренняя точка зрения, благодаря которой у читателя есть возможность увидеть в его образе человеческие черты.

Роман Шмитта состоит из двух частей: первая часть представляет собой монолог (исповедь) Иешуа, благодаря которому с образа Иешуа снимается священность, присущая каноническому персонажу. В романе Сарاماго повествование объединяет в себе три точки зрения – повествователя, обладающего знаниями человека из XX века, рассказчика-евангелиста (современника Христа), в повествование которого проникает голос Христа в форме несобственно-прямой речи, а также «мы», возникающее в результате соединения точек зрения повествователя и рассказчика.

Таким образом, проследив корреляцию между субъектной и объектной организацией апокрифического нарратива от лица Иисуса Христа, мы пришли к выводу о том, что между экспериментом с субъектной организацией романа-апокрифа (предоставление голоса Иисусу) и трансформацией канонического сюжета существует тесная связь. Передача голоса Христу поддерживает авторскую интерпретацию евангельских событий.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Мейлер Н.* Евангелие от Сына Божия, 2008. 285с.
2. *Сарамаго Ж.* Евангелие от Иисуса, 2016. 416с.
3. *Шмитт Э.-Э.* Евангелие от Пилата, 2011. 256с.
4. *Барковская Н. В.* Типы повествования и их анализ, 2004. № 11. СС. 16–25.
5. *Женетт Ж.* Фигуры: в 2-х т., 1998. 282с.
6. *Кожевникова Н. А.* Типы повествования в русской литературе XIX–XX вв., 1994. 335с.
7. *Корман Б.О.* Изучение текста художественного произведения, 1972. 110с.
8. *Налобин А.В.* Литературный апокриф в русской прозе XIX – начала XX века: автореф. дис.... канд. филол. наук, 2015. 184 с.
9. *Нире Л.О.* О значении и композиции произведения // Семиотика и художественное творчество / под ред. Ю.Я. Барабаша, 1977. 368с.
10. *Петрова Н.А.* Оппозиция «профанное – сакральное» в пространственной организации романа Ж. Сарамаго «Евангелие от Иисуса» // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология, 2010. № 2. СС. 140–143.
11. *Ротай С.В.* Роман-апокриф как жанровая форма: методология и поэтика: автореф. дис.... канд. филол. наук / С.В. Ротай. Краснодар, 2010. 179с.
12. *Серебрякова Л.В.* Роман-апокриф как литературный феномен: автореф. дис.... канд. филол. наук, 2012. 188с.
13. *Тайманова Т.С.* «Евангелие от ...», вариации в жанре романа, 2012. № 1. СС. 41–46.

14. Теория литературы: учеб. пособие для студ. филол. фак. высш. учеб. заведений: в 2 т. / под ред. Н.Д. Тамарченко. М.: Изд-во «Академия». Т. 1. 2004. 512с.
15. *Успенский Б.А.* Семиотика искусства / Б.А. Успенский. М.: Школа «Языки русской культуры», 1995. 360 с.
16. *Хализев В.Е.* Теория литературы: Учебник, 2002. 437с.
17. *Шкондинова М.В.* Парафраза сакрального текста: лингвокультурологические аспекты поэтики: автореф. дис.... канд. филол. наук, 2007. 192с.
18. *Бахтин М.М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса.
19. *Кононова Я.Д.* Образ Иисуса и интерпретация христианского предания в романе Э.-Э. Шмитта «Евангелие от Пилата» // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013.
20. *Краснящих А.* Жанр романа-евангелия [Эл. ресурс] / А. Краснящих // Русский журнал. Режим доступа: <http://www.russ.ru/layout/set/print/pole/ZHanjr-romana-evangeliya> (дата обращения: 10.11.2018).
21. *Кротов Я.* Христос под пером // Иностранная литература. 1998. № 5.
22. *Татаринов А.В.* Жанровая природа и нравственная философия художественных текстов о евангельских событиях: Монография, КубГУ, 2004.
23. *Татаринов А.В.* Библейский сюжет и его становление в литературном процессе (Средние века и Возрождение), КубГУ, 2000.
24. *Хатчеон Л.* Историографическая метапроза: пародийность и интертекстуальность истории. <http://gefter.ru/archive/8455>

JESUS CHRIST AS THE MAIN NARRATOR IN THE APOCRYPHAL NOVELS OF THE 20TH CENTURY

Z. Kurginian

ABSTRACT

The article touches upon the issue of narrative voice in apocryphal novels where Jesus Christ is the main narrator. The phenomenon of an apocryphal novel and its features are analyzed. Much attention is given to the theory of narrative voice and genre features of apocryphal novels (taking the example of “The Gospel According to Pilate” by Eric-Emmanuel Schmitt, “The Gospel According to the Son” by Norman Mailer and “The Gospel According to Jesus Christ” by Jose Saramago). In conclusion, it is spoken about the correlation between first person narration (from Jesus’ point of view) and the peculiarity of Biblical plot in these novels.

Keywords: apocrypha, narrative voice, Biblical narrative, an apocryphal novel.

МИФОЛОГИЧЕСКИЕ АЛЛЮЗИИ В РОМАНЕ СЮЗАННЫ КЛАРК «ДЖОНАТАН СТРЕНДЖ И МИСТЕР НОРРЕЛЛ»

Л.А. Нагапетян, Л.С. Меликсетян

Российско-Армянский университет

lemonorange55@gmail.com, lilit.meliksetyan@rau.am

АННОТАЦИЯ

В работе рассматриваются некоторые основополагающие мифологические мотивы, аллюзии, которые пронизывают весь текст произведения. Как известно, аллюзией является заимствование определённых элементов, неявность которых часто определяется как ведущее свойство аллюзии.

Роман С. Кларк «Джонатан Стрендж и мистер Норрелл» содержит многочисленные мифологические и другие аллюзии. Они составляют художественную ценность, функционируя:

- как общеизвестный факт;
- как узкоспециальный факт, чьё значение могут понять читатели определённого круга.

Расшифровка аллюзий представляет собой одну из ведущих форм анализа феномена интертекстуальности и представляет значительный научный, литературоведческий и культурологический интерес.

Ключевые слова: мифология, аллюзии, интертекстуальность, Стрендж и Норрелл.

Введение

Известно, интертекстуальность является понятием постмодернистской текстологии, свойством одних текстов «переписывать» другие тексты, ссылаясь на них явно или неявно. Она обнаруживает внутритекстовые связи, указующие на те или иные предшествующие образцы, внедрённые

в рассматриваемый текст. В 60–70 гг. оформляется теория соответствующего процесса, и сам термин, предложенный Ю. Кристевой, активно внедряется в литературоведческий анализ.

Интертекстуальность играет значимую роль в обогащении, наполнении дополнительными смыслами художественного произведения и его интерпретации. Исследование любого художественного текста с позиции интертекстуальности даёт новые возможности в осмыслении языковой картины мира определённого писателя, места его произведения в корпусе художественной литературы.

Одной из ведущих форм интертекстуальности является текстовая аллюзия (от фр. *allusion* – намек). Аллюзия – это заимствование лишь фиксированных элементов, неявность которых определяется как ведущее свойство данной формы интертекстуальности. В отличие, от мотива в литературе, простейшей, неразлагаемой единицы, аллюзия особенна тем, что элементы первоисточника, к которому она отсылает, в анализируемом тексте оказываются рассредоточенными и данными в неявном, скрытом состоянии. Вследствие этого прослеживается тенденция к использованию термина «аллюзия» лишь в том случае, если для её понимания необходимы определённые усилия и наличие особых знаний.

Материал и методы

В ходе работы над произведением Сюзанны Кларк нами было зафиксировано два типа мифологических аллюзий в тексте. Благодаря описательному и мифологическому методам мы смогли получить более полное представление об аллюзиях в произведении. Первый из найденных типов не требует дополнительных усилий для нахождения и соотношения с внетекстовыми источниками (примеры, связанные с темами безумия, зеркал, колоколов и татуировок). Второй тип противоположен первому – для его осмысления должна быть проведена вспомогательная работа.

Однако прежде, чем непосредственно переходить к разбору и описанию аллюзий, используемых в романе С. Кларк, мы будем представлять сопутствующую ей информацию, помогающую для более лучшего и ясного анализа.

Первая в группе аллюзия, рассматриваемая как общеизвестный факт, связана с явлением безумия, сумасшествия и его восприятием людьми прошлых столетий. Как известно, с древнейших времён к безумцам относились совершенно по-особенному. Их считали не просто выжившими из ума людьми, но связывали это состояние с неким даром, силой свыше. Тем или иным юродивым и сумасшедшим приписывали также способность видеть скрытое от других глаз. Из чего следует, человек, находящийся в полоумии, обладает знаниями, доступными только ему одному.

В художественном творении С. Кларк наличествуют два эпизода, ассоциирующихся с умопомешательством. И в том, и в другом находится отсылка на особое положение безумцев в народном сознании ярко выражается в тексте. Первый из них является реальным историческим фактом (безумие короля Георга), второй – фантазией автора. Джонатан Стрендж, отчаявшийся после потери любимой супруги, делает попытки вызвать эльфа, на чью помощь надеется. Тем не менее, это у него не получается, т.к. феяри не желает являться перед ним. Чтобы получить недоступное ему знание, возможность увидеть данного эльфа, Джонатан Стрендж использует специальную сыворотку, чья основа – безумство старой дамы. Обязательный компонент волшебной сыворотки – маленькая серая мышка (символ помешательства старухи). После текущей операции его попытка венчается успехом, и происходит встреча с эльфом.

Второй эпизод связан с психической болезнью короля Георга III. Она объясняется различными причинами: плохой наследственностью, отравлением и пр. Стрендж, которого отправили вылечить короля, никак не может завязать разговор с монархом, последнему интересен не прибывший к нему волшебник, а его невидимый спутник. Душевнобольной Георг видит и разговаривает с эльфом, которого не замечает Стрендж. Даже мистер Норрелл позднее отмечает, что раньше волшебники чтили безумцев, т.к. считали, что те знают такое, что недоступно всем прочим.

Отсюда следует, образ сумасшедших, полоумных людей, используемый писательницей, имеет свою особую функцию. Мифологическое представление об исключительности таких людей, а точнее вера в их

скрытые знания, как раз-таки включается в эту функцию, и аллюзия в данных эпизодах безошибочно срабатывает, органично вписываясь в общее повествование.

Зеркало, в качестве разделяющей линия между двумя мирами, часто упоминается в романе. Данный предмет обихода несёт смысловую и информативную нагрузку. Зеркала фигурируют то как граница, то как вход в потусторонний мир. Читателю предоставляется наблюдать за тем, как будет оборачиваться в очередной раз действие, затрагивающее данный атрибут волшебника. Однако неизменным всегда остаётся его первостепенное назначение – портал между двумя точками соприкосновения.

При первой встрече двух волшебников «Стрендж положил «Английскую магию» Джереми Тотта на стол так, чтобы она четко отражалась в зеркале. Несколько мгновений он смотрел на книгу – ничего не происходило. После чего Стрендж сделал странный жест: провел руками по волосам, крепко сжал затылок и судорожно дернул плечами. Затем улыбнулся, явно довольный собой» [3, 255–256]. Принимавший гостя Норрелл восторженно обрадовался, т.к. «перед ним была не сама книга, а ее отражение» [3, 256].

Ясно убеждаемся в сохранении магической функции, придаваемой зеркалам издавна. Джентльмен с волосами, как пух на отцветшем чертополохе, похищает супругу Джонатана Стренджа и забирает с собой в Страну Фей. После долгих поисков волшебнику наконец-то удаётся спасти её. Для безопасного возвращения в мир людей он использует одну из волшебных троп, выходом которой становится зеркало, стоящее в гостиной друзей. «Женщина в зеркале подбежала так близко, что Грейстилы могли различить кружево и стеклярус на ее платье. А затем беглянка одним прыжком вскочила на раму» [3, 824].

Несомненно, центральное назначение зеркал (границы, входа между двумя различными мирами) здесь сохраняется, доказывая в очередной раз, что «зеркало присовокупляет к реальному пространству, к комнате, угол которой оно занимает, к холлу, стену которого оно оккупирует, другое пространство» [1].

Другой предмет – колокольчик – в народной культуре использовали в обрядах и ритуалах, а также в обыденной жизни: его вешали на шею домашним животным, чтобы они не потерялись в лесу и на пастбище, им украшали одежду для защиты от нечистой силы. Бытование и использование колоколов с давних времен имело в целом один и тот же характер охраны, защиты.

Связь между звоном колокольчиков и проявлениями магии общепризнана в рамках истории о Стрендже и Норрелле. Колокола довольно часто упоминаются в книге, возникая в тексте незаметно, создавая тревожную тональность. «В древние времена перезвон серебряных колокольчиков нередко слышался в тот миг, когда англичанку или англичанина, отмеченных редкостными достоинствами либо красотой, похищали в волшебную страну, откуда те больше не возвращались» [3, 45].

Возможно, звук одинокого звона колокола является одним из указателей того, что барьер между английской реальностью и миром фейри разрушен. Перемещение из одного пространства в другое оказывается естественным процессом. С. Кларк описывает звон, когда дело касается похищения мисс Уинтертаун и Арабеллы Стрендж. В обоих случаях героини слышат звон во время присутствия Джентльмена с волосами, как пух на отцветшем чертополохе. Он самолично появляется по вызову Норрелла, решившего пойти на риск и использовать помощь эльфа для воскрешения юной особы. Он появляется в доме Поула, и присутствие его всегда сопровождается звоном далёких колокольчиков. Всё это олицетворяет собой в «Джонатане Стрендже и мистере Норрелле» нарушение хрупкой границы между фантастичным миром и действительным.

Наконец, последний пример мифологических аллюзий первого типа, рассматриваемых как общеизвестный факт, связывается с нательными рисунками, проще говоря, татуировками.

Ритуал нанесения на тело человека различных знаков был известен с давних пор. Находили останки древнеегипетских мумифицированных тел, на которых обнаруживали следы нанесённых рисунков. Рисунки (они же татуировки в нашем понимании) наносились как на тело, так и на лицо. В туземной традиции нанесение особых знаков позволяло воссоздать соци-

альное лицо человека. Роспись придавала лицу человека социальную значимость, выражала душевные качества последнего, или показывала то, не кем тот родился, а должен был стать.

В романе наличие подобного явления можно трактовать по-разному. С одной стороны, знаки на теле Винкулюса, если отталкиваться от древнего понятия ритуальных татуировок, выделяют его среди толпы, придают ему исключительное значение. Винкулюс является «живой» книгой. Он также имеет задатки предсказателя: оборванец напророчил появление Джонатана Стренджа, знакомство последнего с мистером Норрелом и их общее поражение. С другой, т.к. бродяга Винкулюс считался «живой» книгой, таинственные письмена на его теле несут особое послание. Из-за того, что авторство этих письмён приписывали Джону Аскглассу, Королю-ворону, содержание книги может быть самым различным: в ней могут находиться данные о заклинаниях прошлого, о прошлом и будущем английской магии, о судьбе волшебников.

Примечательно, что знаки на теле бродяги со временем меняются – это происходит после того, как наружу выпускается английская (природная, стихийная) магия усилиями Стренджа и Норрелла. Из чего можно заключить, написана новая «книга» с новым содержанием.

Мы рассмотрели аллюзии, для узнавания которых не требуются особые, дополнительные знания и информация. Следующий тип мифологических аллюзий, пусть и представляется всего двумя примерами, но ярко показывает, что понять его в силах читатель определённого круга. Узкоспециальными фактами выделены две отсылки, соотносящиеся с цикличностью в мифах (победитель дракона сам становится драконом) и древнеримской культурой (крылатое выражение «subrosa»).

Латинское изречение «sub rosa» дословно переводится «под розой», т.е. тайно, секретно. В качестве символа молчания, древние римляне вешали над столом цветки розы, тем самым подразумевая, что о сказанном в тот вечер необходимо молчать. В средние века розу изображали на потолке или решётке исповедален и комнат, где проходили важные совещания, переговоры. Намёк на эту символизацию розы в книге передан почти прямо. В главе «Две Леди Поул» в одном из эпизодов рассказывается о

прибытии слуги мистера Норрелла Чилдермасса в дом, где держали якобы безумную леди Поул.

Замкнутый круг страданий леди Поул длился около 10 лет, пока магия Джентльмена с волосами, как пух на отцветшем чертополохе, не была разрушена. Однако до этого момента она никому не могла поведать, что каждую ночь ей приходится томиться в мрачных владениях эльфа, всю ночь напролёт танцуя в сумрачных залах. Любые попытки рассказать кошмарные «сны» пресекались, т.к. против леди Поул действовала магическая сила. Стоило девушке заговорить, и вместо правды на слушателя обрушивались нелепые, странные рассказы о волшебниках прошлого.

Ало-белая роза на губах леди Поул и Стивена Блека символизировала молчание, нерушимость той тайны, в которую они оба посвящены. Цветок на губах – следствие магического заклинания приглушения: «В магии роза означает молчание. Вот поэтому вы видели ало-белую розу – это приглушающее заклинание!» [3, 784]. Естественно, заслонённые ало-белой розой уста леди Поул обозначают невозможность раскрытия тайной информации, скрытой от окружающих.

Переходя к описанию следующей аллюзии, хотим отметить, посредством одной лишь фразы писательница даёт читателю понять, какая судьба постигла героя. Генри Лассельс, устранив защитника Замка Вырванных Ока и Сердца, сам стал на его место. Посреди дремучего леса, где оказался Генри, возвышалась каменная башня, в окнах которой мелькали неведомые тени. Перед ней протекал ручей, между ним и терновыми кустами стоял бледный юноша, одетый в форму 11-го полка лёгких драгун. По крайней мере, так показалось Лассельсу. «Они выстрелили одновременно. Лассельсу показалось, что в последний миг юноша нарочно отвел дуло. Однако Лассельса это не остановило. Если противник – трус, ему же хуже. Его собственная пуля поразила юношу прямо в грудь» [3, 786–787].

Висевшие на деревьях трупы воинов неодинаковой степени разложения, может, подсказывали: юноша попал в магический лес несколько лет или десятилетий назад и, по сути, был невольным пленником в роли хранителя. О форме хранителя Замка сказано всего пару слов, однако, их можно соотнести с мифологическим понятием цикличности, или архетипичес-

ким сюжетом «рыцарь, убивший дракона, сам станет драконом». В «Джонатане Стрендже и мистере Норрелле» таким драконом выступает юноша, с пустыми глазами, охраняющий свою госпожу. Доказательствами являются описание его формы и этимология слова «драгун».

Драгуны считались особым родом войск конницы, способным действовать также в пешем строю. Этимология слова разнится. Бытует мнение, к которому тяготеем мы тоже, слово «драгун» возникло на основе французского «le dragon» и было заимствовано другими носителями. М. Фасмер в «Этимологическом словаре русского языка» пишет: «Первоначально название оружия, извергающего пламя, затем перенесено на всадника, вооружённого этим оружием; по мнению других, связано с изображением дракона на знамени» [4, 533]. Версия о переходе символического значения через названия драконом оружия, а затем рода войск, кажется нам наиболее подходящей. Генри Лассельс, победитель дракона, перестает существовать (умирает) и превращается в Защитника Замка Вырванных Ока и Сердца, т.е. интерпретированного дракона.

Подводя итоги, мы хотим вновь повторить о значимости основополагающих мифологических мотивов, аллюзий, которые пронизывают весь текст произведения. Конечно, расшифровка аллюзий со временем стала литературоведческим и культурологическим процессом. Аллюзии составляют художественную ценность, функционируя в романе «Джонатан Стрендж и мистер Норрелл»: как общеизвестный факт (тогда в самом повествовании раскрывается их суть, как, например, в заимствовании дополнительной семантики, присущей символике зеркал), как узкоспециализированный факт, чьё значение могут понять читатели определённого круга (пример с аллюзией на «дракона» и цикличность в действиях героев, убивающих этого «дракона» и им же становящихся).

ЛИТЕРАТУРА

1. *Вулис А.З.* Литературные зеркала. Интернет-ресурс // https://royallib.com/read/vulis_abram/literaturnie_zerkala.html#768374 // Последнее обращение 25.11.2018г.
2. *Ильин И.* Постструктурализм. Деконструктивизм. Постмодернизм. Интернет-ресурс

//

https://royallib.com/book/ilin_ilya/poststrukturalizm_dekonstruktivizm_postmodernizm.html // Последнее обращение 01.12.2018г.

3. *Кларк С.* Джонатан Стрендж и мистер Норрелл. СПб.: Азбука, 2016.
4. *Пьеге-Гро Н.* Введение в теорию интертекстуальности. М.: Изд-во «ЛКИ». 2007.
5. *Фасмер М.* Этимологический словарь русского языка. Интернет-ресурс // https://imwerden.de/pdf/vasmer_etimologicheskyy_slovar_1.pdf // Последнее обращение 25.11.2018 г.

MYTHOLOGICAL ALLUSIONS IN SUSANNA CLARKE'S “JONATHAN STRANGE AND MR. NORRELL”

L. Nahapetyan, L. Meliksetyan

ABSTRACT

The paper discusses some of the highlighting mythological motifs, allusions that permeate the entire text of the work. As known, an allusion is an exchange of certain elements, the implicitness of which is often determined as the leading property of the allusion.

The novel “Jonathan Strange and Mr. Norrell” by S. Clarke contains many mythological and other allusions. They represent themselves artistic values, functioning:

- as a well-known fact;
- as a highly specific fact, definition of which can be understood by the readers of a certain audience.

Decipher of allusions is one of the leading forms of analysis of the intertextual phenomenon that provides huge scientific, literary and cultural interest.

Keywords: mythology, allusions, intertextuality, Strange and Norrell.

**ТРИНАДЦАТАЯ ГОДИЧНАЯ НАУЧНАЯ
КОНФЕРЕНЦИЯ (3–7 декабря 2018г.)
СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ:
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ.
ЧАСТЬ I.**

*Главный редактор РНИ – М.Э. Авакян
Компьютерная верстка – А.Г. Антонян*

Адрес Редакции научных изданий
Российско-Армянского университета:
0051, г. Ереван, ул. Овсена Эмина, 123
тел./факс: (+374 10) 27-70-52, (внутр. 42-02)
e-mail: redaction@gmail.com

Заказ № 33
Подписано к печати 19.12.2019г.
Формат 70x100¹/₁₆. Бумага офсетная № 1.
Объем 34 усл. п.л. Тираж 200 экз.