

ԿԱՊԻՏԱԼ

ԲԻԶՆԵՍ ՕՐԱԹԵՐԹ

№ 44(44)
25 դեկտեմբեր, 2007թ.

Եթե որեւէ երկիր ռեսուրսների սահմանափակում ունի, սպա պետք է ճիշտ որոշում կայացնի դրանք ներդնելու հարցում

Մանուկ Չերգնյան. «Տնտեսություն և արժեքներ» հետազոտական կենտրոնի նախագահ

Երեք տարի առաջ Հայաստանը մտավ Համաշխարհային մրցունակության զեկույցի մեջ, որը հրապարակվում է Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից: Ֆորումն ունի համաշխարհային մրցունակության հատուկ ծրագիր: Դրան կից կա համաշխարհային մրցունակության ցանց, որի անդամ է «Տնտեսություն և արժեքներ» հետազոտական կենտրոնը՝ որպես հայաստանյան գործընկեր կազմակերպություն: Այսօր այդ ծրագրում ներգրավված են 130 երկիր, որոնք ստանում են մրցունակության իրենց վարկանիշը: Արդեն երեք տարի է, ինչ Հայաստանը նույնպես ստանում է այդ վարկանիշը: Այն հիմնված է տարբեր, մասնավորապես՝ համաշխարհային մրցունակության (ՀԱՄ) և գործարարության մրցունակության (ԳԱՄ) ցուցիչների վրա, որոնք վերաբերում են տնտեսության համապատասխանաբար մակրո և միկրո մակարդակներին: «Տնտեսություն և արժեքներ» հետազոտական կենտրոնի նախագահ Մանուկ Չերգնյանի հետ զրույցում փորձել ենք պարզել, թե վերոնշյալ զեկույցն ինչ գործնական նշանակություն կունենա Հայաստանի համար:

- Ինչպե՞ս են որոշվում գնահատման ցուցանիշները, և ի՞նչ է տալիս երկրի գնահատումը:

- Ցուցանիշները հիմնված են երկու տիպի տվյալների վրա. վիճակագրական, այսպես կոչված՝ կոշտ տվյալներ, որոնք ստացվում են վիճակագրական ծառայություններից և միջազգային կազմակերպությունների ու ավելի «փափուկ» տվյալներ, որոնք ստացվում են գործարարների շրջանում անցկացված հարցումների արդյունքում: Այդ հարցումները «Տնտեսություն և արժեքներ» հետազոտական կենտրոնն իրականացնում է մոտ 100 գործարարների և մենեջերների շրջանում՝ ըստ ՀՀ ՀՆԱ-ի կառուցվածքի, որպեսզի դա արտահայտի նաեւ տնտեսության իրական պատկերը: Հենց այդ երկու տվյալների հիման վրա Հայաստանը ստանում է իր վարկանիշը: Դա հետաքրքիր ախտանիշային գործիք է, որը ցույց է տալիս երկրի մրցունակությունն այլ երկրների համեմատ: Դրա առավելություններից մեկը հետեւյալն է. օրինակ՝ շատ ուրորտներում Հայաստանն առաջընթաց է արձանագրում, սակայն համապատասխան ցուցիչը արձանագրում է հետընթաց: Շատ դեպքերում դա

պայմանավորված է նրանով, որ այլ երկրներ շատ ավելի արագ են առաջ շարժվում, քան Հայաստանը: Իհարկե, սա պատճառներից ընդամենը մեկն է, եւ կան ավելի հիմնարար պատճառներ: Այսպես՝ մրցունակության ցուցանիշն ավելի հիմնարար ցուցանիշ է, քան տնտեսական աճի ցուցանիշը, որովհետեւ մրցունակությունը ներառում է ավելի համապարփակ ցուցանիշների ամբողջություն, ինչպիսիք են բիզնես միջավայրի որակը, ռազմավարության եւ ընկերությունների գործառնությունների կատարելագործվածության աստիճանը, տեխնոլոգիաների կիրառումը, մարկետինգային եւ այլ գործիքների օգտագործման մակարդակը եւ այլն: Մինչդեռ տնտեսական աճն ընդամենը մեկ ցուցանիշ է պարունակում: Ի վերջո, Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի կողմից կազմված ցուցանիշը ցույց է տալիս տնտեսության միջին ժամկետում շարունակական աճի հասնելու հնարավորությունները եւ ունակությունը, այլ ոչ թե ընթացիկ արդյունքները:

- Հայաստանում ինչո՞ւ Ձեր կենտրոնն է զբաղվում այս զեկույցի պատրաստմամբ:

- Նմանատիպ զեկույցները պատրաստվում են արդեն մեծ թվով երկրներում՝ մասնավորապես մրցունակության բարձրացմամբ զբաղվող հաստատությունների եւ շատ դեպքերում մրցունակության խորհուրդների կամ պետական այլ կառույցների կողմից: Հայաստանում մեր կենտրոնն է նախաձեռնել այս զեկույցի պատրաստումը՝ որպես Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի գործընկեր կազմակերպություն եւ մրցունակության ուսումնասիրության ոլորտում մասնագիտացած կառույց: Ձեկույցը առավել խորությամբ եւ համապարփակ ներկայացնում է Հայաստանի տնտեսական կատարողականը եւ դրան հանգեցրած գործոնների համախումբը:

- Ինչի՞ հիման վրա է կառուցվում հետազոտությունը, եւ արդյո՞ք առաջարկվող մոտեցումները կարող են դիտվել որպես երկրի տնտեսական դոկտրին:

- Ձեկույցում օգտագործվել են ոչ միայն Համաշխարհային մրցունակության զեկույցի տվյալները, այլեւ շատ այլ աղբյուրներ եւ տվյալներ՝ փորձելով ներկայացնել Հայաստանի տնտեսության համապարփակ ախտանիշը, ցույց տալ հիմնական ուժեղ եւ թույլ կողմերը ու դրանով հանդերձ՝ մեկ քայլ ավելի անել, այսինքն՝ փորձել տնտեսական ընդհանուր ռազմավարության եւ լուծումների տեսանկյունից որոշակի մոտեցումներ առաջարկել: Կենտրոնը չի հավակնում տնտեսական դոկտրին առաջարկել ողջ երկրի համար: Այն նախ փաստում է, որ այսօր Հայաստանը տնտեսական զարգացմանն ուղղված ռազմավարական ծրագիր իսկապես չունի: Լավագույն ռազմավարական փաստաթուղթը Աղքատության հաղթահարման ռազմավարական ծրագիրն է, որը սոցիալական ուղղվածության փաստաթուղթ է եւ մեխանիզմներ առաջարկելու փոխարեն ավելի շատ նպատակներ է դնում: Մեր զեկույցի առանցքային կետերից մեկն այն է, որ մենք պետք է լուրջ ռազմավարական մոտեցում ցուցաբերենք տնտեսության կառավարմանը, հատկապես, եթե հաշվի առնենք, որ մրցակցությունը գնալով սրվում է, թեկուզ հենց տարածաշրջանային տեսանկյունից: Մենք չենք կարող մեզ թույլ տալ զարգանալ իներցիոն տեմպով, քանի որ աճող մրցակցության պայմաններում երկարաժամկետ տնտեսական աճ ապահովելու համար մեր հարեւան երկրներն ավելի մեծ ռեսուրսներ ունեն: Հենց այդ պատճառով մեզ ոչ սովորական գործիքներ են անհրաժեշտ, որպեսզի նման աշխարհաքաղաքական իրավիճակում, ռեսուրսային նման սահմանափակումների

պարագայում կարողանանք հստակ դիրքավորում ունենալ աշխարհում՝ ապահովելով շարունակական աճ եւ մրցունակության բարձրացում: Այդ դիրքավորումը ենթադրում է, թե ինչպիսին պետք է լինի մեր դերը տարածաշրջանում, ինչպիսի ոլորտներ, տեխնոլոգիաներ եւ ունակություններ մենք պետք է զարգացնենք եւ այլն:

- Փաստաթուղթն ի՞նչ մեխանիզմներ է առաջարկում առաջ քաշված մոտեցումները կյանքի կոչելու համար:

- Մեխանիզմների առումով հիմնական մոտեցումն այն է, որ տնտեսական զարգացման հայեցակարգը կարող է հիմնված լինել քլաստերային գաղափարի վրա, այսինքն՝ տնտեսությունը դիտարկել որպես քլաստերներից (համախմբերից) բաղկացած մի ամբողջություն: Այսօր խոսվում է ՏՏ քլաստերի մասին, տուրիզմի քլաստերի մասին, սակայն սրանք ընդամենը օրինակներ են: Եթե այս տեսանկյունից դիտարկենք ողջ տնտեսությունը, ապա ամբողջովին այլ լույսի ներքո է ներկայանալու տնտեսական ռազմավարության տրամաբանությունը: Եթե ի վերջո նման մոտեցումների հիման վրա նախաձեռնվի տնտեսական զարգացման ռազմավարական փաստաթուղթ, ապա Ձեկույցը կարող է օգտակար լինել հիմնական սկզբունքային ուղղությունների եւ այլընտրանքների նախանշման համար: Սովորաբար նման նախագծի նախաձեռնողը պետությունը պետք է լինի: Սակայն ժամանակն է, որ դրանում ակտիվություն ցուցաբերի նաեւ մասնավոր հատվածը, քանի որ, ի վերջո, մրցունակության հիմնական կրողը բիզնեսն է: Սիմպտոմատիկ է, որ շատ ոլորտներում Հայաստանն առաջ է հանրային հաստատությունների ստեղծման տեսանկյունից, սակայն հետ է մնում բիզնեսի ցուցանիշներով: Ձեկույցում փորձ է արվում առկա ռեսուրսների համապարփակ օգտագործման որոշակի մոտեցում առաջարկել, այսպես կոչված՝ լծակների համակարգ, ինչպես նաեւ դրանց օգտագործման որոշակի մեխանիզմներ: Մենք զեկույցը չենք դիտարկում զուտ որպես փաստաթուղթ: Մեզ համար ավելի կարեւոր էր զեկույցի ստեղծման հետ կապված գործընթացը, քան զեկույցի տպագրումը: Դա մասնավորապես բոլոր խնդիրների եւ մոտեցումների քննարկումն է եղել բոլոր շահագրգիռ անձանց հետ, այդ թվում՝ պետական կառույցների եւ բիզնես հատվածի զարգացման որոշակի ուղղվածություն ունեցող հաստատությունների: Ձեկույցի հրապարակումը նպատակ ունի այն ներկայացնել նախեւառաջ այն շրջանակներում, որոնք պատասխանատու են դրա համար եւ կարող են որոշակի գաղափարներ առաջարկել:

- Իսկ ի՞նչ ռեսուրսներ կան, որ պետք է օգտագործենք ազգային մրցունակությունը բարձրացնելու համար:

- Հայաստանը պետք է անպայման օգտագործի այնպիսի լծակներ, ինչպիսիք են օտարերկրյա ներդրումները, որոնք պետք է դառնան տեխնոլոգիաների կլանման աղբյուր: Հայկական սփյուռքի գործարար ցանցի օգտագործումը եւս կարեւոր է: Այն Հայաստանի համար շատ յուրօրինակ լծակ է ոչ միայն որպես կապիտալի ներգրավման, այլեւ որպես անհրաժեշտ կապերի եւ գիտելիքի աղբյուր: Կարեւորագույն գործոններից մեկը կրթությունն է, որը Հայաստանի համար պետք է դառնա թիվ մեկ գերակայությունը: Այս ամենը միասին Հայաստանի համար որոշակի տարածաշրջանային դեր պետք է ենթադրի, քանի որ առանց դրա ինքներս չենք

հասկանա, թե կոնկրետ ինչպիսի երկիր ենք ցանկանում կառուցել: Դա, իհարկե, ենթադրում է, որ երկիրն ունի որոշակի հավակնությունների մակարդակ: Եթե տվյալ երկիրը հավակնում է մեկ այլ երկրի համար ֆորպոստ դառնալ, դա մեկ մակարդակ է: Սակայն, եթե երկիրը հավակնություն ունի, օրինակ, դառնալ հետազոտությունների իրականացման եւ արտադրանքների մշակման տարածաշրջանային կենտրոն, ապա դա հավակնությունների միանգամայն այլ մակարդակ է:

- ԴՊ տնտեսական զարգացման տեսանկյունից՝ «տարածաշրջան» եզրը ի՞նչ աշխարհագրական ընդգրկում պետք է ունենա:

- Շատ կարելի է տարածաշրջանի սահմանումը, որպես մեր տնտեսական դիրքավորման տարածք: Եթե այն սահմանում ենք որպես Հարավային Կովկաս, ապա դա մեզ համար պարզապես փակուղի է: Տարածաշրջանային դիրքավորումը առավել կարելի է հաղորդակցության ռազմավարության եւ երկրի համբավի ստեղծման տեսանկյունից: Ձեկույցում դրա վերաբերյալ որոշակի առաջարկություններ կան, որոնք հավանաբար լուրջ քննարկումների առիթ կարող են դառնալ: Հայաստանի համար ամենաբարդ խնդիրներից մեկը հարեւանների հետ հարաբերությունների եւ տարածաշրջանային դիրքավորման հարցն է: Փաստորեն, սահմանափակ հնարավորությունները մեզ ստիպում են ավելի արդյունավետ եւ խելացի օգտագործել առկա հնարավորությունները: Օրինակ՝ տարածաշրջանում ունեցած իր դիրքով Ադրբեջանը դառնում է ռեսուրսային պահեստ, իսկ Վրաստանն աստիճանաբար կարծես տրանսպորտային հանգույց է դառնում: Հայաստանն այդ երկու հնարավորություններից զուրկ է եւ փոխարենը ստիպված է զարգացնել ավելի բարձր կարգի «արժեքային առաջարկներ», որոնք, բնականաբար ավելի բարդ են իրականացնելու տեսանկյունից: Կարծում են, որ այն պետք է հիմնված լինի յուրահատուկ մարդկային եւ գիտատեխնիկական կապիտալի զարգացման վրա: Այս առումով համաաշխարհային պրակտիկայում կան շատ հետաքրքիր օրինակներ: Օրինակ՝ Իսրայելը, գտնվելով աշխարհաքաղաքական ավելի բարդ իրավիճակում, կարողացավ ստեղծել երկիր, որը դարձել է գիտական ցանցային կենտրոն: Հաշվի առնելով Հայաստանի որոշակի ընտրված ոլորտներում կրթական եւ գիտական ավանդույթները, մեր էթնիկական ցանցի տարաբաշխվածությունը, որոշակի գենետիկ հնարավորությունները դրան գումարած աշխարհում բուռն ընթացող տեխնոլոգիական զարգացումները, կարծում են, որ դա ֆանտաստիկայի ոլորտից չէ:

- Մեզ համար վտանգավոր չէ՞, արդյոք, միանգամից մի քանի ուղղություն գերակայություն հռչակել:

- Հայաստանի համար վտանգավոր է ոլորտային գերակայություններ չունենալը: Եթե որեւէ երկիր ռեսուրսների սահմանափակում ունի, ապա պետք է ճիշտ որոշում կայացնի դրանք ներդնելու հարցում: Մյուս կողմից, եթե ընտրված ոլորտներում ռեսուրսները ներդրվում են օպտիմալից ցածր չափերով, ապա դա պարզապես ռեսուրսների վատնում է: Հայաստանի նման երկրներում ռեսուրսների փուլային կենտրոնացում է հարկավոր: Տվյալ ոլորտները պետք է ունենան մուլտիպլիկատիվ հնարավորություններ, որպեսզի կարողանան մյուսներին տանել իրենց հետեւից: Պարզ է, որ շինարարությունը չի կարող գերակա ոլորտ համարվել, քանի որ այն այսպես, թե այնպես իրականացվում է: Խոսքն այն ոլորտների մասին է, որոնք միջազգայնորեն մրցունակ են, օրինակ՝ SS-ն եւ տուրիզմը: Կարծում են, որ այսօր

ուղղությունները ճիշտ են ընտրված: Սակայն տվյալ ոլորտը գերակա համարելը նշանակում է համապատասխան ռեսուրսներ ուղղել այնտեղ եւ հատկորոշել այն ենթաոլորտները (սեգմենտները), որտեղ պետք է մրցենք: ՏՏ-ում կան ենթաոլորտներ, որտեղ պարզապես հարկավոր չէ մուտք գործել, որովհետեւ հնդիկները կամ չինացիները նույն բանը կարող են անել շատ ավելի էժան, զանգվածային եւ արագ: Մենք կարող ենք գործել որոշակի ոլորտներում, որտեղ այդ զանգվածայնությունն ավելի քիչ է: Ի վերջո, ռազմավարությունը ենթադրում է ընտրություն: Եթե չկա ընտրություն, ապա չկա նաեւ ռազմավարություն: