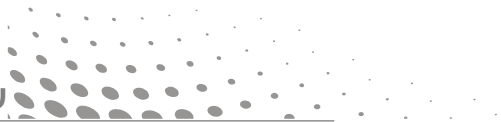


ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ԵՍՈՒԹՅՈՒՆ



ՀԱՅԿ ՄԻՆԱՍՅԱՆ

ՀՊՏՀ տնտեսագիտության տեսության
ամբիոնի ասպիրանտ

ՖՐԻԴՐԻԽ - ԱՎԳՈՒՍՏ ՖՈՆ ՀԱՅԵԿԻ՝ ՓՈՂԻ ԱՊԱՊԵՏԱԿԱՆԱՑՄԱՆ ՀԱՅԵՑԱԿԱՐԳԸ ԵՎ ԺԱՄԱՆԱԿԱԿԻՑ ՎԻՐՏՈՒԱԼ ՓՈՂԵՐԸ

Մինչև 1970-ական թվականները փող թողարկելու պետական մենաշնորհի վերացման և ազատ թողարկողների համակարգի մասին որևէ գիտական ակնարկ, վերլուծություն չկա: Առաջին անգամ փողի ապապետականացման և արժույթների մրցակցության գաղափարին միմյանցից անկախ անդրադարձել են Ֆ. Հայեկը և Բ. Քլեյնը¹:

Տեղեկատվական տեխնոլոգիաների զարգացման և վճարման նոր տեխնոլոգիաների ձևավորման արդյունքում 1990-ական թվականներին ակտիվացան քննարկումները նոր էլեկտրոնային և վիրտուալ փողերի ստեղծման և փողի ապապետականացման վերաբերյալ: Սակայն տեսական մակարդակով և հայեցակարգի կառուցման առումով Ֆ. Հայեկն իր աշխատություններով կարողացել է ներկայացնել համակարգային առաջարկ փողի ապապետականացման հարցի շուրջ:

Ֆ. Հայեկը «Փողի ապապետականացում» մենագրությունում առաջարկում է մրցակցող արժույթների հայեցակարգը²: Ոստ նրա՝ պետք է հնարա-

¹ Ֆ. Հայեկն իր հայեցակարգը հիմնականում ներկայացրել է երկու աշխատություններում՝ Denationalization of Money – The argument refined: An analysis of theory and practice of concurrent currencies և Choices in currency: A way to stop inflation, իսկ Բ. Քլեյնը՝ The competitive supply of money և Competing Moneys: Comment.

² Տե՛ս **Hayek F.**, Denationalization of Money – The argument refined: An analysis of theory and practice of concurrent currencies, 1990:

վորություն ստեղծել, որ «բանկերը» կարողանան իրենց անունից թողարկել արժույթներ, որն էլ փողի առաջարկի շուկան կազատի պետական մենաշնորհից³:

Ըստ այդ հայեցակարգի՝ տվյալ բանկն իրավունք է ձեռք բերում թողարկելու տոկոսային եկամուտ չունեցող սերտիֆիկատներ և դրանց հիման վրա բացել չեկային հաշիվներ, ընդ որում, այս սերտիֆիկատները պետք է ունենան հստակ գրանցված ապրանքանշաններ և փողի հատկանիշներ: Ավելին, այսպիսի սերտիֆիկատների թողարկման հնարավորություն ունենում են մի շարք թողարկող բանկեր, և յուրաքանչյուրի արժույթի անվանումը, տեսքը և պաշտպանվածության մակարդակները տարբեր են լինում:

Ներկայացնենք փողի ստեղծման պայմանական օրինակ: Ենթադրենք՝ բանկը թողարկում է սերտիֆիկատներ և հայտարարում, որ պատրաստ է յուրաքանչյուր պահի դրանք հետ վերցնել և սահմանված որոշակի փոխարժեքով վճարել դրանց դիմաց: Ընդ որում, հայտարարվում է նաև, որ բանկը նպատակ ունի սերտիֆիկատների քանակությունը կառավարելու ինքնուրույն, արժեքը պահպանելու հաստատուն՝ դարձնելով դրանք գործարքների վճարամիջոց: Բացի այդ, ի սկզբանե բանկը որոշ ապրանքների (հիմնականում թանկարժեք մետաղների) համար իր սերտիֆիկատներով գնանշում է կատարում: Սակայն սա միտված չէ արժույթային ստանդարտների մշակմանը, այլ նախատեսված է արժույթի նկատմամբ վստահություն ձևավորելու համար: Սկզբնական շրջանում բանկը սերտիֆիկատները վաճառում է ուղղակի իր դրամարկղերից: Որոշակի մեծ քանակությամբ դրանք տարածելուց հետո սկսվում է արդեն հաջորդ փուլը՝ կարճաժամկետ վարկերի տրամադրման ձևով: Արդյունքում բանկն իր սերտիֆիկատների (արժույթի) քանակությունը կառավարում է գլխավորապես կարճաժամկետ վարկերի միջոցով: Այս մեխանիզմով յուրաքանչյուր թողարկող բանկ կարողանում է իր անունից թողարկել իրեն հատուկ ապրանքանշաններով արժույթներ: Այստեղ թողարկող բանկի կարևորագույն նպատակն է դառնում իր արժույթի կայունության ապահովումը, քանի որ, հակառակ դեպքում, սպառողները կարող են հրաժարվել դրամական այդ միավորից՝ օգտագործելով մեկ այլ թողարկող բանկի դրամական միավոր: Ակնհայտ է, որ Ֆ. Հայեկի ներկայացրած մասնավոր փողերի հիմքում *վստահությունն* է թողարկողի և արժույթի նկատմամբ:

Ֆ. Հայեկը կատարում է նաև որոշակի եզրահանգումներ: Ըստ նրա.⁴

1. Այն փողը, որը, սպասումների համաձայն, իր գնողունակությունը կպահի կայուն, շարունակաբար մեծ պահանջարկ կունենա հավանաբար այնքան ժամանակ, քանի դեռ սպառողներն ազատորեն օգտագործում են այն:
2. Արժույթը համեմատաբար կայուն պահելու արդյունքում շարունակաբար աճող պահանջարկի հետևանքով սպառողն ավելի կվստահի թողարկող բանկին և իր աջակցությունը կցուցաբերի դրա կայունության պահպանման համար:
3. Կայունության պահպանման նպատակով թողարկող բանկն ինքն է կարգավորում փողի քանակությունը:

³ Ըստ Հայեկի՝ պարտադիր չէ, որ թողարկողները բանկերը լինեն. դրանք կոչվում են «թողարկող բանկեր» միայն ներկայացման պարզության համար: Այդ մասին տես Denationalization of Money – The argument refined: An analysis of theory and practice of concurrent currencies, նշվ. հրատ., էջ 46:

⁴ Տես նույն տեղը, էջ 52:

4. Արժույթի քանակության կարգավորումը կներառի բոլոր լավագույն գործնական մեթոդները:

Փողի թողարկման դաշտի ազատականացման արդյունքում թողարկող բանկերը, ինչպես նաև պետությունը, սկսում են մրցակցել փող ստեղծելու երկու մեթոդների՝ վարկերի և ուղղակի վաճառքի (արժույթների փոխարկում) ուղղություններով: Օրինակ՝ եթե որևէ համայնքում պետական փողը ցուցաբերում է գնողունակության բարձր մակարդակ, ապա թողարկող որևէ բանկ կարող է իր մրցակցային պայմաններով դուրս մղել այն շրջանառությունից: Այսպես՝ թողարկող բանկը տվյալ համայնքի խոշոր առևտրի կենտրոնին էժան տոկոսադրույքով և իր արժույթով վարկ կտրամադրի, միևնույն ժամանակ տվյալ համայնքի սպառողներին կներկայացնի իր արժույթը վարկերի և ուղղակի վաճառքի միջոցով: Սրանով սպառողները տվյալ սերտիֆիկատները իրացնելու տեղ կունենան, առևտրի կենտրոնն իր վարկը մարելու համար համապատասխան արժույթ կունենա, իսկ արդեն ստացված վարկի հաշվին կարող է տվյալ արժույթն արդյունավետորեն կիրառող այլ համայնքներից ձեռք բերել համապատասխան շրջանառու միջոցներ: Փաստորեն, թողարկող բանկերը միշտ մրցակցում են հետևյալ ուղղություններով՝ գնողունակության կայունություն, վարկավորման ու փոխանակման որակյալ պայմանների ապահովում:

Սպառողների համար հրապուրիչ և մրցունակ արժույթ ստեղծելու համար հարկավոր է արդյունավետորեն կարգավորել արժույթի առաջարկը: Ֆ. Հայեկն իր հայեցակարգում ներկայացնում է նաև ուժեղ արժույթ ստեղծելու մեխանիզմները: Ըստ նրա՝ փողի քանակության վերահսկողությունը պետք է իրականացվի գլխավորապես երկու եղանակով: Առաջինը արժույթի ուղղակի առք ու վաճառքն է: Երբ թողարկող բանկը նկատում է, որ փողի քանակությունը շուկայում ավելին է, քան դրա նկատմամբ սպառողների պահանջարկը, պետք է կատարի փողի հետզման քայլեր, իսկ պակասուրդի դեպքում՝ հակառակը: Ըստ Հայեկի՝ երկրորդ կարևոր գործիքը կարճաժամկետ վարկավորման վերահսկումն է: Եթե շուկայում արժույթի նկատմամբ պահանջարկը մեծ է, ապա բանկը պետք է ակտիվացնի վարկավորման քայլերը, հակառակ դեպքում՝ զսպի վարկավորումը: Բանկի համար կարևոր է թողարկել այնքան արժույթ, որքան անհրաժեշտ է սպառողներին՝ առանց գնային էական փոփոխությունների:

Կարևոր է նաև սպառողների վարքագիծը նոր արժույթների թողարկման ժամանակ: Ուստի հարկավոր է հաշվի առնել նաև հասարակության՝ արժույթների ընտրության մեխանիզմները:

Ֆ. Հայեկի հայեցակարգը տարբեր արձագանքներ ունեցավ: Մի կողմից՝ ազատական շուկայի կողմնակիցների վերաբերմունքը դրական էր, և նրանք տեսնում էին դրա գործնական կիրառման հնարավորությունները⁵: Մյուս կողմից՝ պետական միջամտության կողմնակիցները թերահավատորեն էին վերաբերվում Ֆ. Հայեկի առաջարկին՝ համարելով, որ շուկան չի կարող ապահովել արդյունավետ և սոցիալական առումով երկարաժամկետ կայունություն փողի շուկայում⁶:

⁵ Տե՛ս **White L.**, What Kinds of Monetary Institutions Would a Free Market Deliver?, Cato Journal, Vol. 9, No. 2, 1989, էջ 367-391:

⁶ Տե՛ս **Dagum C.**, A Note on Hayek's „The Denationalization of Money”, Statistica LXII, No. 2, 2002, էջ 345-348:

Ֆ. Հայեկի առաջարկը թեև պարունակում էր կիրառությանն առնչվող մի շարք հիմնահարցեր, կարևոր էր տնտեսության համար այնքանով, որ սրանով փողի պետական մենաշնորհի ամրագրված տեսակետի վերաբերյալ կասկածներ առաջացան:

Ֆ. Հայեկի հայեցակարգը ներկայացվեց 1970-ական թվականներին և վերաբերում էր այդ ժամանակ կիրառվող դրամավարկային համակարգին, մասնավորապես՝ կենտրոնական բանկերի կողմից ստեղծվող կանխիկ փողին և մասնավոր բանկերի ստեղծած փողին, սակայն տվյալ ժամանակահատվածում այն գործնական որևէ կիրառություն չստացավ: Այնուամենայնիվ, տեղեկատվական և հեռահաղորդակցության տեխնոլոգիաների զարգացման արդյունքում վճարահաշվարկային համակարգերն արմատական փոփոխությունների են ենթարկվել:

Նոր վճարային միջոցներից առանձնանում են էլեկտրոնային և վիրտուալ փողերը, որոնք պարունակում են Ֆ. Հայեկի մրցակցային փողերի հայեցակարգի տարրեր:

Էլեկտրոնային փողը, որպես տնտեսական հասկացություն, դեռևս հաստատապես ընդունված հասկացություն չէ և տարբեր տնտեսագետների կողմից սահմանվում է տարբեր ձևով: Առավել հայտնի և կիրառվող հասկացություններն են՝ էլեկտրոնային փող, ի-փող, ի-արժույթ, թվային փող, թվային արժույթ, կիբեռ արժույթ, վիրտուալ փող և այլն⁷: *Էլեկտրոնային փող* հասկացությունը տարբեր կերպ է նաև մեկնաբանվում: Կ. Ֆուլենկամպը և Ս. Նզուլին, օրինակ, էլեկտրոնային փողերի զարգացման հարցում ծագող մոլորություններից առաջինը համարում են էլեկտրոնային փողի վերաբերյալ տերմինաբանության և սահմանումների անորոշության բարձր աստիճանը: *Էլեկտրոնային փող* տնտեսական հասկացության սահմանման բարդությունն այն է, որ դրանում պետք է ներառվեն նոր տեխնոլոգիական հնարավորությունները՝ կապված ոլորտի ժամանակակից արագ կերպափոխումների հետ: Այնուամենայնիվ, սույն հոդվածի շրջանակներում ներկայացնենք վիրտուալ փողերի գաղափարը և Ֆ.Ա. Հայեկի հայեցակարգի կիրառումը դրանց միջոցով⁸:

21-րդ դարում համացանցի տարածման արդյունքում ձևավորվեցին և զարգացան վիրտուալ համայնքները: Վիրտուալ համայնքը մի միջավայր (տարածք) է համացանցում, որտեղ սուբյեկտները (օգտատերերը) շփվում են միմյանց հետ և հետապնդում որոշակի սոցիալ-տնտեսական նպատակներ: Վիրտուալ համայնքների տիպիկ օրինակներ են սոցիալական ցանցերը, օրինակ՝ Ֆեյսբուքը (Facebook), Թվիթերը (Twitter) և այլն: Որոշ դեպքերում այս վիրտուալ համայնքները ստեղծում են իրենց թվային արժույթները, որոնց միջոցով իրականացնում են ապրանքների և ծառայությունների փոխանակություն համայնքի ներսում: Ըստ էության, վիրտուալ փողերը մրցակցային և մասնավոր արժույթներ են:

Ըստ աղյուսակ 1-ի՝ վիրտուալ փողերի և էլեկտրոնային փողերի գլխավոր տարբերությունն այն է, որ առաջինները գտնվում են չկարգավորված դաշտում:

⁷ Տե՛ս **Fullenkamp C. and Nsouli S.**, Six Puzzles in Electronic Money and Banking, IMF, Working paper, WP/04.19, 2004, էջ 3:

⁸ Հետազոտության խնդիրների մեջ ներառված չէ էլեկտրոնային և վիրտուալ փողերի սահմանմանումների առանձնահատկությունների բացահայտումը: Հետագա շարադրանքում մենք կներկայացնենք վիրտուալ փողերի գաղափարը և դրանց տարբերությունը «ավանդական» էլեկտրոնային փողերից:

Փողերի տարբերակման մատրիցը

Իրավական կարգավիճակ	Փողի ձևաչափ	
	Ֆիզիկական	Թվային
Չկարգավորված	Որոշակի մասնավոր /լուկալ/ փողեր	Վիրտուալ փողեր
Կարգավորված	Թղթադրամներ և մետաղադրամներ	Էլեկտրոնային փողեր
		Բանկերի ավանդներ /դեպոզիտներ/

Պատկարգման աղբյուրը՝ Եվրոպական կենտրոնական բանկ՝ www.ecb.eu

Վիրտուալ արժույթը չկարգավորված թվային փող է, որը թողարկում և վերահսկում է թողարկողը, օգտագործվում է որոշակի վիրտուալ համայնքի կողմից⁹:

Վիրտուալ արժույթների ձեռքբերման երկու եղանակ գոյություն ունի: Առաջին՝ մի շարք վիրտուալ արժույթային սխեմաներում հնարավոր է «իրական» փողի միջոցով ձեռք բերել վիրտուալ փող որոշակիորեն սահմանված փոխարժեքի միջոցով, որն էլ, ըստ էության, ապահովում է սենյորաժային համապատասխան եկամուտ թողարկողի համար: Երկրորդ՝ ցանկացած վիրտուալ համայնք փորձում է իր համայնքի ներսում գործողությունների խթանման եղանակներ մշակել, և վիրտուալ փողերի էմիսիան դրա լավագույն եղանակներից մեկն է: Այսպես՝ համայնքի անդամներն իրենց որոշակի գործողությունների, օրինակ՝ որևէ գովազդային ընկերության առջանց հարցմանը մասնակցելու համար պարգևատրվում են այդ վիրտուալ փողերի միջոցով:

Վիրտուալ փողերի տարբեր սխեմաներ գոյություն ունեն, որոնք հնարավոր է տարբերակել մի շարք հատկանիշների հիման վրա: Վիրտուալ սխեմաների տարբերակումը ներկայացնենք իրական փողի և իրական տնտեսության փոխհամագործակցությամբ: Փոխհամագործակցությունը վիրտուալ փողերի և իրական տնտեսության միջև իրականացվում է երկու ուղղությամբ: Առաջին՝ վիրտուալ փողերը և իրական տնտեսությունը կապվում են դրամական շարժի միջոցով, որով «իրական» արժույթներով ձեռք են բերվում վիրտուալ փողեր: Երկրորդ՝ վիրտուալ փողերով, առանց «իրական» արժույթ գնելու, իրական տնտեսությունում ձեռք են բերվում ապրանքներ և ծառայություններ: Այս ուղղությունները հաշվի առնելով՝ առանձնացում ենք երեք տեսակի վիրտուալ փողերի տարբերակներ¹⁰:

1. *Փակ վիրտուալ փողային համակարգեր:* Այս համակարգերի դեպքում վիրտուալ փողերն իրական տնտեսության հետ որևէ կապ չունեն և սպասարկում են միայն վիրտուալ համայնքի փոխանակային հարաբերությունները:

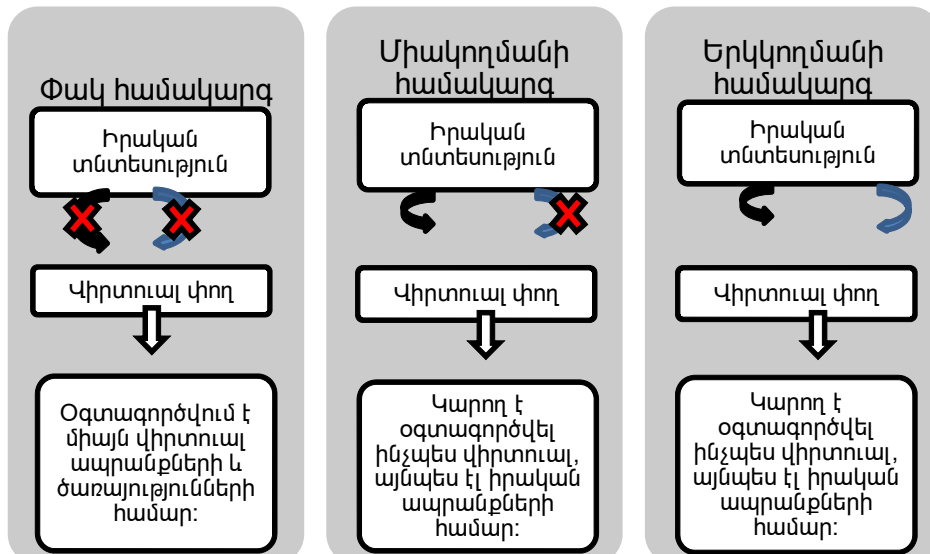
2. *Միակողմանի վիրտուալ փողային համակարգեր:* Այս դեպքում վիրտուալ փողերն իրական տնտեսության հետ կապ ունեն միակողմանիորեն և կարող են ձեռք բերվել իրական փողերով, սակայն հակառակ գործընթացը

⁹ Տե՛ս Virtual Currency Schemes, European Central Bank / www.ecb.eu /, 2012, էջ 13:

¹⁰ Տե՛ս նույն տեղը, էջ 14:

հնարավոր չէ իրականացնել. հնարավոր չէ վիրտուալ փողը փոխարկել իրական փողի:

3. *Երկկողմանի վիրտուալ փողային համակարգեր:* Այս դեպքում վիրտուալ համայնքի անդամները կարող են ինչպես ձեռք բերել, այնպես էլ վաճառել վիրտուալ փողերը՝ որոշակի փոխարժեքների օգնությամբ: Նման պարագայում մեզ հետաքրքրում են վիրտուալ փողերի երկկողմանի համակարգերը, քանի որ սրանք ամբողջապես կապված են իրական տնտեսության հետ: Այս փողերը հնարավորություն են տալիս ձեռք բերելու ինչպես վիրտուալ, այնպես էլ իրական ապրանքներ:



Պատկեր 1. Վիրտուալ արժույթների համակարգեր

Հարց է ծագում, թե վիրտուալ և էլեկտրոնային փողերը, բացի կարգավորվածության հատկանիշից, էլ ինչով են տարբերվում: Աղյուսակ 2-ում ներկայացված են վիրտուալ և էլեկտրոնային փողերի տարբերությունները: Չնայած վիրտուալ ու էլեկտրոնային փողերի մի շարք նույնական հատկանիշների, առկա են նաև էական տարբերություններ, որոնք պայմանավորում են նաև դրանց դրամավարկային հետևանքները: Մասնավորապես՝ էլեկտրոնային փողերն, ըստ էության, «պետական» փողով ապահովված արժույթներ են և պակաս ռիսկային: Դրանց օգտագործումը պայմանավորված է գլխավորապես գործառնական հարմարություններով և թողարկողի կողմից տրամադրվող այլ խթաններով: Մինչդեռ, վիրտուալ փողերի առաջարկը հաստատուն չէ, և դրանց փոխարկումն «ավանդական» փողերի երաշխավորված չէ:

Նախքան վիրտուալ փողերի գործողության մեխանիզմներին և դրամավարկային հետևանքներին անդրադառնալը, ներկայացնենք այն գործոնները, որոնք խթանում են վիրտուալ համայնքներին՝ թողարկելու վիրտուալ փողեր: Առաջին՝ վիրտուալ համայնքներին առնչվող ընկերությունները վիրտուալ արժույթային սխեմաների օգնությամբ կարողանում են լրացուցիչ եկամուտ ստանալ՝ հնարավորություն տալով վիրտուալ համայնքի անդամներին ձեռք

բերելու ցանցային ապրանքներ և ծառայություններ: Երկրորդ՝ վիրտուալ փողերը խթանում են տվյալ վիրտուալ համայնք օգտատերերի մուտքը, քանի որ այս դեպքում այստեղ գործարքներ իրականացնելը դյուրին է դառնում: Երրորդ՝ վիրտուալ փողերի միջոցով թողարկողները տվյալ համայնքի օգտատերերին «ծուղակի» էֆեկտով կարողանում են պահել համայնքում, քանի որ վիրտուալ փողերի առկայության դեպքում հնարավոր է խթանման տարբեր եղանակներով կանխել օգտատերերի արտահոսքը:

Աղյուսակ 2¹¹

Էլեկտրոնային և վիրտուալ փողերի տարբերությունները

Չափանիշներ	Էլեկտրոնային փողեր	Վիրտուալ փողեր
Փողի ձևը	Թվային	Թվային
Հաշվարկման միավորը	Ավանդական արժույթներ (եվրո, դոլար և այլն) օրինական վճարամիջոցի կարգավիճակով	Ստեղծված արժույթներ՝ առանց օրինական վճարամիջոցի կարգավիճակի
Կիրառելիությունը (վճարման միջոց)	Թողարկողից բացի նաև այլ սուբյեկտներ	Որպես կանոն՝ որոշակի վիրտուալ համայնքի շրջանակներում
Իրավական կարգավիճակը	Կարգավորված	Չկարգավորված
Թողարկողը	Օրինականորեն ստեղծված էլեկտրոնային փողային ինստիտուտ	Ոչ ֆինանսական մասնավոր ընկերություն
Փողի առաջարկը	Հաստատուն	Փոփոխվող (կախված է թողարկողի որոշումից)
Միջոցների հետստացման հնարավորությունը	Երաշխավորված (անվանական արժեքով)	Չերաշխավորված
Վերահսկողությունը	Այո	Ոչ
Ռիսկերի տեսակները	Գլխավորապես գործառնական ռիսկեր	Իրավական, վարկային, իրացվելիության և գործառնական ռիսկեր

Ֆ. Հայեկի հայեցակարգի գործնական կիրառության տեսանկյունից կներկայացնենք վիրտուալ փողերի երկկողմանի համակարգ՝ մասնավոր օրինակի՝ *բիթքոյնի* հիման վրա: Հարկ է ընդգծել, որ այս վիրտուալ փողի ստեղծման և համայնքի անդամների կողմից դրա օգտագործման հանգամանքների մեջ ներառվում են Ֆ. Հայեկի՝ մասնավոր փողերի ստեղծման և կիրառման փաստարկները: Այսպես՝ բիթքոյնը, ըստ դրա ստեղծողների և օգտագործողների, պետք է շրջանցի ավանդական փողերի սահմանափակումները, որոնք կապված են փողի առաջարկի մենաշնորհային կարգավիճակի և կենտրոնական բանկերի կառավարման որակի հետ:

Բիթքոյնը ներկայումս ամենատարածված վիրտուալ փողերից է: Ստեղծվել է 2009 թ. Ճապոնացի ծրագրավորող Սաթոշի Նակամոտոյի կողմից¹²:

¹¹ Տես նույն տեղը, էջ 16:

Բիթքոյնն օգտագործվում է ինչպես վիրտուալ, այնպես էլ իրական միջավայրում՝ ապրանքների և ծառայությունների ձեռքբերման նպատակով: Ղա իր համացանցային հասցեում պահում է այն մատակարարների ցանկը, ովքեր ընդունում են բիթքոյնը որպես վճարամիջոց¹³:

Բիթքոյնը տնտեսական առումով ունի որոշակի առանձնահատկություններ, որով էլ գրավում է օգտագործողներին:

Առաջին առանձնահատկությունն այն է, որ բիթքոյնը բաժանելի է մինչև 8 տասնորդական միավորի, իսկ սա նշանակում է, որ այն կիրառելի է համացանցում նույնիսկ շատ փոքր գործարքների դեպքում:

Երկրորդ կարևոր առանձնահատկությունն է այն, որ բիթքոյնի փոխարժեքն այլ՝ ավանդական փոխարժեքների նկատմամբ ֆիքսված չէ. դա որոշվում է շուկայում առաջարկի և պահանջարկի փոխազդեցությամբ: Ընդ որում, գոյություն ունեն մի շարք հարթակներ, որտեղ կատարվում են բիթքոյնի առք ու վաճառքի գործարքներ: Առավել տարածված է Mt.Gox հարթակը, որտեղ իրականացվում է բիթքոյնի և ԱՄՆ դոլարի առք ու վաճառք¹⁴:

Երրորդ՝ բիթքոյնը ներկայացնում է ապակենտրոնացված՝ օգտատեր-օգտատեր /peer to peer/ ցանց: Սա նշանակում է, որ այն չունի որևէ կենտրոնական հաշվարկային տուն կամ գործարքներում ընդգրկված չեն այնպիսի ֆինանսական և այլ ինստիտուտներ, որոնց միջոցով ավանդաբար իրականացվում է գործարքների հաշվարկումը: Բիթքոյնի օգտագործողների համար այն հարմար է գործարքների գաղտնիության ապահովման առումով, քանի որ դրանք իրականացվում են անմիջապես օգտագործողների միջև: Դրանից բացի, գործարքները կատարվում են ավելի արագ և էժան, քան ավանդական վճարամիջոցների դեպքում: Գործարքային ծախսերը շատ փոքր են, և ոչ բանկային հաշիվների օգտագործման միջնորդավճարներ չեն գանձվում:

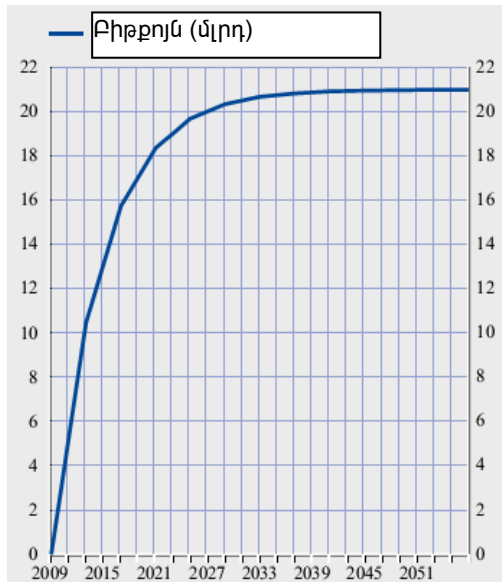
Բացի վերը նշված առանձնահատկություններից, բիթքոյնը, դրամավարկային առումով, ունի մի կարևոր առանձնահատկություն ևս, որը ներկայացնենք առավել մանրամասն:

Բիթքոյնի դեպքում չկա որևէ կենտրոնական իշխանություն, որը թողարկում է այն, այսինքն՝ փողի առաջարկն ապահովվում է փող օգտագործողների միջոցով: Չներկայացնելով գործընթացի տեխնիկական մանրամասները՝ նշենք, որ փողի առաջարկն, ընդհանուր առմամբ, ավելանում է հետևյալ կերպ. երբ որևէ երկու օգտատեր (սպառող) գործարք են կնքում, համակարգը գործարքը հաստատելու և իրականացնելու համար որոշակի տեխնիկամաթեմատիկական գործողություններ է կատարում բիթքոյնի ցանցում ընդգրկված այն օգտատեր սպառողների համակարգիչների միջոցով, որոնց հզորությունը թույլ է տալիս դա անել: Այս օգտատերերը կոչվում են «արդյունահանողներ» (minor), և իրականացված յուրաքանչյուր գործարքի համար նրանք ստանում են 25 նոր բիթքոյն: Այլ կերպ ասած՝ փողի առաջարկի ավելացումը սահմանված է մաթեմատիկական ֆունկցիայով և գլխավորապես կախված է գործարքների թվից: Բիթքոյնի տվյալների համաձայն՝ տեխնիկապես ստեղծված է այնպես, որ փողի առաջարկն աճի կանխատեսելի եզրագծով (գծապատկեր 2):

¹² Ամենայն հավանականությամբ, սա նրա կեղծանունն է: Կա նաև վարկած, ըստ որի, այս արժույթը ստեղծվել է ԱՄՆ դաշնային հետախուզության բյուրոյի կողմից / [www.wired.com /](http://www.wired.com/):

¹³ Տե՛ս www.bitcoin.org

¹⁴ Տե՛ս www.mtgox.com



Գծապատկեր 2. Բիթքոյնի առաջարկը

Աղբյուր՝ Բիթքոյն

խարկում ԱՄՆ դոլարի կամ այլ արժույթների: Սակայն հարկ է ընդգծել, որ բիթքոյնի փոխարժեքն ԱՄՆ դոլարի նկատմամբ վերջին ժամանակներս խիստ տատանվում է: Եթե 2011 թ. հունվարին 1 բիթքոյնն արժեր ընդամենը 0.3 ԱՄՆ դոլար, ապա, աստիճանաբար արժևորվելով, հուլիսին կազմում էր 30 դոլար: Մինչ 2013 թ. մարտ-ապրիլը փոխարժեքը կայունացել էր 15 ԱՄՆ դոլարի սահմաններում, սակայն դրանից հետո տեղի ունեցավ կտրուկ արժևորում, և փոխարժեքը հասավ շուրջ 300 ԱՄՆ դոլարի: 2013 թ. ապրիլի 20-ին փոխարժեքը կազմում էր արդեն 120 ԱՄՆ դոլար:

Փոխարժեքի նմանատիպ կտրուկ տատանումները բացասական ազդեցություն են ունենում արժույթի կիրառման վրա: Այս պարագայում առաջանում են մի շարք հիմնահարցեր:

Բիթքոյնի կիրառության շուրջ կան տարակարծություններ: Ինչպես նշվեց, հայտնի տեխնոլոգիական անսագրերից մեկը՝ Wired-ը, տարածել էր վարկած, թե բիթքոյնը ստեղծվել է ԱՄՆ դաշնային հետախուզությունների բյուրոյի կողմից՝ ոչ լեգալ գործարքների ծավալները կառավարելու նպատակով: Մասնավորապես՝ բիթքոյնը հարմար է թմրանյութերի առք ու վաճառքի իրականացման և փողերի լվացման համար, քանի որ ապահովվում է գործարքների գաղտնիություն: Ավելին, Silk Road ինտերնետային կայքերում, որոնք համարվում են թմրանյութերի առք ու վաճառքի իրականացման հարթակներ, միակ վճարամիջոցը բիթքոյնն է¹⁵: Հարկ է ընդգծել սակայն, որ սա զլխավոր հիմնախնդիրը չէ, քանի որ կանխիկ փողը նույնպես օգտագործվում է համանման ուղղություններով:

Բիթքոյնի վարկանիշը նվազում է նաև այն պատճառով, որ չկան դա ստեղծող մարդկանց իրական տվյալները, որն էլ հանգեցնում է իրավական պատասխանատվության անհնարինության:

Թեև բիթքոյնը գործում է ընդամենը 4 տարի, սակայն օգտագործողների թիվն էականորեն մեծացել է: Եթե 2011 թ. հունիսին այդ ցուցանիշն ընդամենը 20.000 էր, ապա արդեն 2013 թ. ապրիլին՝ ավելի քան 80.000: Միևնույն ժամանակ, այս ընթացքում աճել է բիթքոյնը որպես վճարամիջոց ընդունող ընկերությունների քանակը, որն արդեն գերազանցում է 200-ը, ընդ որում՝ այս ընկերությունները վաճառում են ինչպես ցանցային, այնպես էլ ոչ ցանցային ապրանքներ և ծառայություններ¹⁵:

Ինչպես նշեցինք, բիթքոյնը ազատ փոխարկելի արժույթ է, և կան մի շարք հարթակներ, որտեղ տեղի է ունենում բիթքոյնի փո-

¹⁵ Աղբյուրը՝ <https://en.bitcoin.it/wiki> և <http://blockchain.info/charts>

¹⁶ St u The Economist, “Monetarist anonymous”, Sep. 29, 2012, <http://www.economist.com/node/21563752>

Մյուս կարևոր հիմնախնդիրը անվտանգության ապահովման դժվարությունն է: Այսպես՝ 2011 թ. հունիսի 20-ին կիրեռ գրոհների հետևանքով մի քանի թույլների ընթացքում փոխարժեքը 17.5 ԱՄՆ դոլարից հասավ 0.01 ԱՄՆ դոլարի¹⁷:

Ըստ էության, սպառողների համար կարևորագույն հիմնահարց է՝ արդյո՞ք բիթքոյնը ֆինանսական խաբեության՝ Պոնզիի սխեմա չէ: Ըստ էության, օգտատերերը սկսում են կիրառել բիթքոյնը՝ գնելով այն ավանդական փողերի միջոցով, իսկ հետագայում կարող են հետ ստանալ (փոխարկել) իրենց ավանդական փողերը, եթե այլ սպառողներ (օգտատեր) ցանկանան ձեռք բերել բիթքոյններ: Շատ տեսաբանների համար սա տիպիկ Պոնզիի սխեմա է, որը, ըստ ԱՄՆ-ի արժեթղթերի և փոխարժեքի հանձնաժողովի, սահմանվում է որպես ներդրումային խաբեություն. ընթացիկ ներդրողներին խոստացված դրամական հոսքերն ապահովվում են նոր ներդրողների միջոցների հաշվին:

Մյուս կողմից՝ բիթքոյնի մեխանիզմը ենթադրում է ապակենտրոնացված կառավարում, ինչպես նաև դրա օգտատերերը գործարքներն իրականացնում են բազմաթիվ վճարահաշվարկային սուբյեկտների (արդյունահանողներ) օգնությամբ: Տեսականորեն՝ չկա այն մեկ սուբյեկտը, որը կարող է որոշակի ժամանակ անց փակել հարթակը: Այս առումով, օգտատերերի եկամտի հիմնական ուղղություններն են փոխարժեքի տատանումներով պայմանավորված և «արդյունահանման» համար ստացվող եկամուտները: Հարկ է ընդգծել, որ բիթքոյնը օգտատերերի կողմից դեռևս ինչ-որ չափով դիտարկվում է որպես ներդրումային միջավայր, այլ ոչ թե մանրածախ գործարքների իրականացման վճարամիջոց: Քանի որ բիթքոյնի առաջարկը կայուն է, ապա սա խթաններ է ստեղծում օգտատերերի համար՝ ձեռք բերելու բիթքոյններ հետագա արժևորման ընթացքում եկամուտներ ստանալու նպատակով: Այսինքն՝ բիթքոյնն օգտատերերի համար ծառայում է որպես ներդրումային գործիք: Այս հանգամանքը որոշ տեսաբաններ համարում են բիթքոյնի տարածման զխավոր արգելքը¹⁸:

Թեև բիթքոյնի կողմնակիցները նշում են, որ այս համակարգը, մասնավորապես՝ կողայինը, բաց է, և յուրաքանչյուրը կարող է տեսնել գործողության մեխանիզմը, այնուամենայնիվ, համակարգում տեղեկատվական անհամաչափության խնդիրներ կան, որոնք բարդ են, ուստի նոր օգտատերերի համար՝ դժվարըմբռնելի:

Բիթքոյնի կողմնակիցների համոզմամբ՝ տեխնիկական, տնտեսական և իրավական հիմնախնդիրներով հանդերձ, բիթքոյնը պետք է լինի կայուն արժույթ, որը կխուսափի ինֆլացիայից և բիզնես պարբերաշրջաններից, որոնք առաջանում են փողի առաջարկի տարածական (էքստենսիվ) աճի հետևանքով: Նրանց կարծիքով՝ բիթքոյնը կարող է դառնալ ավանդական արժույթներին մրցակից մասնավոր արժույթ, որն ունի որոշակի առավելություններ օրինական վճարամիջոցների նկատմամբ՝ նպաստելով սպառողների ավելացմանը:

Չնայած բիթքոյնը մասնավոր վիրտուալ փող է, սակայն, հարկ է ընդգծել, որ Ֆ. Հայեկի հայեցակարգը ենթադրում էր մասնավոր փողերի թողարկման

¹⁷ St' u Virtual Currency Schemes, European Central Bank /www.ecb.eu/, 2012, էջ 26:

¹⁸ St' u Surowiecki J., Cryptocurrency, „Technology Review“, Aug. 23, 2011:

<http://www.technologyreview.com/review/425142/cryptocurrency/>,

Krugman P., Golden Cyberfettters, Sep. 7, 2011,

<http://krugman.blogs.nytimes.com/2011/09/07/golden-cyberfettters/>

այլ մեխանիզմներ, որոնք կառուցված էին տվյալ ժամանակի տեխնիկական հնարավորությունների և հասարակության վարքագծի կանոնների հիմքի վրա: Նա, մասնավորապես, ճիշտ էր համարում արմատական, այլ ոչ թե աստիճանական անցումը: Դրանից բացի, փողի առաջարկի ավելացումը պատկերացնում էր գլխավորապես վարկերի և առք ու վաճառքի միջոցով: Իսկ ժամանակակից ցանցային տնտեսության պայմաններում Ֆ. Հայեկի գաղափարն իր գործնական կիրառությունը ստացավ այլ մեխանիզմների միջոցով, քանի որ տարբեր են տեխնիկական հնարավորությունները, ինչպես նաև ցանցային տնտեսությունում փոփոխվել են տնտեսավարող սուբյեկտների վարքագծային կանոնները:

Վիրտուալ արժույթները վճարման միջոցների էվոլյուցիոն զարգացումներն են և դեռևս որևէ արմատական փոփոխություն չեն առաջացրել տնտեսական միջավայրում: Ջարգացման այս փուլում դժվար է որոշել վիրտուալ առևտրի ծավալները: Մի կողմից՝ չկա վիրտուալ շուկայի ընդգրկման բազմաշերտ չափանիշ, ուստի վիճակագրական հաշվարկները շատ դեպքերում աղավաղված են: Մյուս կողմից՝ նորույթներն այս ոլորտում այնքան արագ են ներմուծվում, որ գրեթե անհնար է լինում հավաքագրել անհրաժեշտ տեղեկություններ՝ ամբողջական պատկեր ստանալու համար: Այնուամենայնիվ, համացանցում կան որոշակի տվյալներ վիրտուալ շրջանառության ծավալների մասին: Մասնավորապես, ըստ Ա. Շուկլայի, ԱՄՆ-ում վիրտուալ առևտրի տարեկան ծավալները 2008 թ. կազմել են շուրջ 2,0 մլրդ ԱՄՆ դոլար¹⁹:

Այսպիսով, դրամավարկային քաղաքականության զարգացումների տեսանկյունից, վիրտուալ փողերը կրում են որոշակի անորոշություններ և էական ռիսկեր, օրինակ՝

- չեն նպաստում կայունության ապահովման պետական քաղաքականության իրագործմանը,
- դրանց կապն ամուր չէ իրական տնտեսության հետ,
- չեն կարգավորվում, ուստի պարունակում են վարկային, իրացվելիության, գործառնական և իրավական ռիսկեր:

Թեև հայեկյան ժամանակակից *մասնավոր* փողերը *պետական* փողերի համեմատությամբ հրապուրիչ չեն և չեն փոխարինում *ավանդական* փողերին, բայց մասնավոր փողերի այս ինստիտուտը զարգացման հնարավորություններ ունի, և պետք է շարունակաբար դիտարկել այս միջավայրում տեղի ունեցող փոփոխությունները:

¹⁹ Տե՛ս **Shukla A.**, Beyond Facebook Gifts: Virtual Currencies 101, 2008:



ԳԱՅԱՆԵ ԱՎԵՏԻՍՅԱՆ
*ՀՊՏՀ տնտեսագիտության տեսության
ամբիոնի ասպիրանտ*

**ՀԱԿԱՄՐՑԱԿՑԱՅԻՆ
ՀԱՄԱՁԱՅՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԲԱՑԱՀԱՅՏՄԱՆ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ
ՊԵՏԱԿԱՆ ԳՆՈՒՄՆԵՐԻ
ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՈՒՄ**

Պետական գնումները պետության միջոցներով պետության կարիքների համար ձեռք բերվող նյութական և ոչ նյութական արժեքներն են: Ի տարբերություն մասնավոր գնումների, որտեղ պատվիրատուն ինքն է իր միջոցներով գնում կատարում, այստեղ պատվիրատուն պետությունն է՝ ի դեմս պետական ծառայողների, ովքեր, հանդես գալով միջնորդի դերում, շատ հաճախ, գիտակցաբար, չեն առաջնորդվում շահավետ գնում կատարելու սկզբունքով և դրսևորում են իռացիոնալ վարքագիծ՝ ձևական վերաբերմունք, անտարբերություն, «միջնորդավճարի» ակնկալում և այլն: Շուկայական տնտեսական համակարգ ունեցող գրեթե բոլոր երկրներում, այդ թվում՝ ՀՀ-ում, պետական գնումները կազմում են բյուջեի ծախսերի կեսից ավելին՝ շուրջ 60%-ը կամ ՀՆԱ շուրջ 15%-ը:

Պետական գնումների գործընթացում հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման խնդրի արդիականությունը պայմանավորված է նրանով, որ այստեղ ներգրավված խոշոր միջոցները չարաշահումների և կոռուպցիայի իրական հնարավորություններ են ստեղծում մի կողմից՝ տնտեսավարող սուբյեկտների, մյուս կողմից՝ վերջիններիս և պետական ծառայողների միջև:

Տնտեսավարող սուբյեկտների միջև հակամրցակցային համաձայնություններ դիտվում են այն ժամանակ, երբ պատվիրատուի հետ պայմանագիր կնքելու նպատակով գնումներին մասնակցող անձինք փոխպայմանավորվածություն են ձեռք բերում՝ բացառելով մրցակցությունն այդ գործընթացում, հրաժարվելով «արդար» գնից: Արդյունքում տեղի է ունենում գնման ենթակա ապրանքների գների բարձրացում, որը հանգեցնում է ավելի բարձր՝ ոչ շուկայական գների ձևավորման, ինչպես նաև պետական միջոցների անարդյունավետ օգտագործման ու կորուստների մեծացման:

«Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի (այսուհետ՝ Օրենք) համաձայն՝ հակամրցակցային համաձայնությունները տնտեսավարող սուբյեկտների միջև կնքվող այն գործարքներն են կամ համաձայնեցված գործողությունները, որոնք հանգեցնում են մրցակցության սահմանափակմանը, կանխմանը կամ արգելմանը¹:

Առհասարակ, մրցակցությունը պաշտպանող մարմինների համար հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտումն ամենադժվար ապացուցվող գործողություններից է, իսկ Հայաստանում՝ առավել ևս: Ի տարբերություն արևմտյան երկրների՝ Հայաստանում տնտեսական մրցակցությունը պաշտպանող պետական հանձնաժողովը (այսուհետ՝ Հանձնաժողով) չունի խուզարկելու, ստուգելու, գաղտնալսումների, գործակալության ցանց պահելու, ցանկացած տեղեկատվություն կամ փաստաթուղթ ստանալու իրավասություններ²: Այդ մասին է վկայում նաև այն, որ Հանձնաժողովն իր գործունեության՝ 2001-2010 թթ. ընթացքում բացահայտել է հակամրցակցային համաձայնությունների ընդամենը հինգ դեպք՝ տուգանքների նշանակման որոշումներով³:

Ինչ վերաբերում է պետական գնումների գործընթացում հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման դեպքերին, ապա նշենք, որ Հանձնաժողովի կողմից այս ոլորտում կատարված ուսումնասիրությունների արդյունքում 2012 թվականի ընթացքում բացահայտվել են բուժհաստատությունների, ինչպես նաև դեղերի շրջանառության բնագավառում գործունեություն իրականացնող մի շարք տնտեսավարող սուբյեկտների մասնակցությամբ այդպիսի դեպքեր, և այդ սուբյեկտների նկատմամբ կիրառվել են պատասխանատվության միջոցներ: Սակայն Հանձնաժողովի ձեռնարկած միջոցները բավարար չեն եղել հակամրցակցային գործողությունների դրսևորման դեպքերի կանխարգելման և վերացման համար: Հարկ է նշել նաև, որ 2012 թվականին ուսումնասիրություն է սկսվել նախադպրոցական ուսումնական հաստատությունների, մանկատների, ծերանոցների, գիշերօթիկ և մի շարք այլ հաստատությունների կողմից կազմակերպվող գնումների գործընթացում հնարավոր հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման ուղղությամբ: Սակայն բոլոր գործերը դեռևս ընթացիկ փուլում են, և որևէ օրինախախտ տնտեսավարող սուբյեկտի նկատմամբ պատասխանատվության միջոց չի կիրառվել⁴:

2003 թվականին Քլարքը և Էվենթըրը ցույց են տվել այն հնարավոր օգուտները, որոնք կարելի է ստանալ պետական գնումների արդյունքում, եթե մրցույթների ժամանակ պարզապես կանխարգելվեն գների բարձրացումները: Նրանք, հիմնվելով այն ենթադրության վրա, որ կարտելային մրցույթ-

¹ Տե՛ս «Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքի 5-րդ հոդված՝ ընդունված 2000 թվականի նոյեմբերի 6-ին, <http://competition.am/index.php?menu=147&lng=1>

² Տե՛ս **Մ. Միքայելյան**, Հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման մի քանի հարց, էջ 2, http://raber.asj-oa.am/45/1/15_Mikajeljan_M._B..pdf

³ Դրանք են՝ 2005 թ. 121-Ա որոշումը, որով հակամրցակցային համաձայնությունը կնքվել է «Երևան-Ստամբուլ-Երևան» ուղղությամբ ուղևորափոխադրումների (ավիաչվերթերի) իրականացման» ապրանքային շուկայում, 2007 թ. 5-Ա որոշումը՝ «Հավի ծու կճեպով» ապրանքային շուկայում, 89-Ա որոշումը, որը վերաբերում է կարագի իրացման գների չիմնավորված բարձրացմանը, 90-Ա որոշումը արևածաղիկի և եգիպտացորենի բուսական յուղի (ծեթի) իրացման գների չիմնավորված բարձրացման մասին և 2009 թ. 93-Ա որոշումը, որն առնչվում է դեղերի շրջանառության ոլորտին, www.competition.am

⁴ Տե՛ս 2012 թվականի ընթացքում ՀՀ մարդու իրավունքների պաշտպանի գործունեության և երկրում մարդու իրավունքների և հիմնարար ազատությունների խախտման մասին տարեկան զեկույց, Եր., 2013, էջ 58:

ների դեպքում վերադիր ծախսերն ավելանում են 15%-20%-ով, ուսումնասիրվող յոթ երկրներում համեմատել են այդ ծախսերի տնտեսումները մրցակցության մարմինների բյուջեների հետ: Պարզվել է, որ այստեղ պետական գանձապետարանի հնարավոր տնտեսումները 3-ից մինչև 170 անգամ գերազանցել են մրցակցության մարմինների բյուջեները⁵:

Մեկ այլ՝ եվրոպական հանձնաժողովի կողմից կատարված ուսումնասիրության արդյունքում պարզվել է, որ պայմանագրերի հիման վրա ամեն տարի իրականացվում են ապրանքների և ծառայությունների գնումներ՝ մոտ 700 միլիարդ կամ 2.000 ԱՄՆ դոլարին համարժեք գումարի չափով՝ Եվրոմիության անդամ երկրներում բնակվող յուրաքանչյուր անձի հաշվով⁶: Հայաստանում պետական գնումների տարեկան ծավալը մոտ 450 մլրդ դրամ է, որը հանրապետությունում բնակվող յուրաքանչյուր անձի հաշվով կազմում է մոտավորապես 150 հազար դրամին համարժեք գումար⁷: ՀՀ-ում 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 թվականներին պետական գնումներին հատկացվել է պետական բյուջեով նախատեսված ընդհանուր ծախսերի, համապատասխանաբար՝ մոտ 63.5, 61.1, 59.9, 57.6, 56.1 տոկոսը: Նշենք նաև, որ առանձին շուկաներում պետությունը ամենախոշոր պատվիրատուն է:

Այս տվյալները ցույց են տալիս, որ ողջ աշխարհի, այդ թվում Հայաստանի մասնավոր ձեռնարկատերերի համար պետական գնումները դիտվում են որպես շուկայական գործունեության լայն հնարավորություն, և պետության՝ որպես գնորդի վարքագիծն ուղղակիորեն է ազդում ինչպես մակրոտնտեսական իրավիճակի, մասնավորապես՝ տնտեսական աճի, այնպես էլ տնտեսության և դրա առանձին ճյուղերի զարգացման ու տնտեսական մրցակցության վրա:

Աշխարհի գրեթե բոլոր երկրներում, ներառյալ՝ ՀՀ-ն, օրենսդրորեն պետական գնումների ժամանակ կազմակերպվող մրցույթներում կարտելներն արգելվում են⁸:

Պետական գնումների գործընթացում տնտեսավարող սուբյեկտների միջև կնքվող հակամրցակցային համաձայնությունները՝ մրցույթների պայմանների կամ արդյունքների վերաբերյալ պայմանավորվածությունները, հիմնականում վերաբերում են գնի առաջարկի կեղծման տարբերակներին կամ գաղտնի համաձայնությամբ հայտերի ներկայացմանը, երբ հայտատուները վերացնում կամ նվազագույնի են հասցնում մրցակցությունն իրար միջև՝ պետական մարմիններին զրկելով առավել ցածր գների և լավ արտադրանքի հնարավորությունից: Նման վարքագծի ընդունված ձևերից են՝

- ա) գները բարձրացնելու, իջեցնելու կամ նույն մակարդակին պահելու պայմանավորվածությունները,

⁵ Մրցակցության քաղաքականությունը Հայաստանում. Գործարար միջավայրի հետազոտություն, ԱՄՆ ՄԶԳ Առևտրային իրավունքի և տնտեսական կարգավորման ծրագիր, Եր., 2005, էջ 7, www.gnumner.am

⁶ Տե՛ս Գնումների մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության օգտագործողի ձեռնարկ, ՀՀ ֆինանսների և էկոնոմիկայի նախարարություն, Եր., 2005, էջ 2, <http://gnumner.am/download/31.html>

⁷ Տե՛ս ՀՀ պետական բյուջեի մասին օրենքներ (2009, 2010, 2011, 2012, 2013 թթ.), <http://armstat.am>

⁸ Ըստ ԵՄԳԴ 101-րդ հոդվածի՝ կարտելներն արգելվում են (արգելվում են տնտեսավարող սուբյեկտների միջև բոլոր համաձայնությունները, նրանք որոշումները և համաձայնեցված գործելակերպը, որոնք կարող են վնաս հասցնել ԵՄ անդամ պետությունների միջև առևտրին), ՀՀ-ում, ըստ օրենքի 5-րդ հոդվածի 6-րդ մասի, հակամրցակցային համաձայնություններ կնքելն արգելվում է՝ ներառյալ պետական գնումների կամ մրցույթների պայմանների վերաբերյալ պայմանավորվածությունները կամ արդյունքների կեղծումները:

- բ) գների շուրջ չբանակցելու համաձայնությունները,
- գ) գեղչերը կամ գների իջեցումը սահմանափակելը,
- դ) գնի բանաձևերի կամ ուղեցույցների շուրջ համաձայնության գալը և այլն⁹:

Տնտեսավարող սուբյեկտների կողմից գնի առաջարկի կեղծման հիմնական նպատակը, ինչպես տեսնում ենք, հաղթող հայտի գումարի չափը բարձրացնելն է: Գնի առաջարկը կարող է կեղծվել ցանկացած երկրում և ցանկացած շուկայում, հետևաբար՝ պայքարը կարտելների և կեղծ մրցույթների դեմ պետք է լինի բոլոր մրցակցային մարմինների առաջնային խնդիրը: Գնի առաջարկի կեղծման ցանկացած դրսևորում հակամրցակցային համաձայնության առարկա է: Հակամրցակցային համաձայնության առարկա են նաև.

- ա) խտրական գների սահմանումը,
- բ) գների արհեստական բարձրացումը, իջեցումը կամ պահպանումը,
- գ) շուկայի բաժանումը տարածքային սկզբունքով, ըստ իրացման կամ ձեռքբերման ծավալի, ապրանքի տեսականու, սպառողների խմբերի և այլն,
- դ) այլ տնտեսավարող սուբյեկտների՝ շուկա մուտք գործելուն խոչընդոտելը (սահմանափակելը) կամ շուկայից նրանց դուրս մղելը¹⁰:

Անդրադառնանք ընկերությունների կողմից գնի առաջարկի կեղծման մի քանի ընդունված եղանակների¹¹.

1. Թաքնված մրցույթ կամ կեղծ մասնակցություն մրցույթին. սա կեղծ գնի առաջարկի ամենաընդունված ձևն է, որը կոչվում է նաև փոխլրացնող, քաղաքավարությունից ելնելով կամ ձևական մասնակցություն մրցույթին: Ղա լինում է այն դեպքերում, երբ մրցակիցը համաձայնում է ներկայացնել ավելի բարձր գնի առաջարկ (քան նախորդված հաղթողին է) կամ գնորդի համար անընդունելի պայմաններ պարունակող հայտ (գնի առաջարկ): Գաղտնի համաձայնության մասնակից ընկերությունները (մասնակիցները) հաճախ նախընտրում են այս տարբերակը, քանզի տվյալ դեպքում իսկական մրցակցության պատկեր է ստեղծվում:

2. Հրաժարում մրցույթից կամ հայտի գործողության դադարեցում. այս դեպքում մեկ կամ ավելի տնտեսավարողներ համաձայնում են չմասնակցել մրցույթին կամ հետ կանչել իրենց կողմից արդեն իսկ ներկայացված հայտը, կամ հաղթող ճանաչված մասնակիցը հրաժարվում է պայմանագիր կնքելու իրավունքից:

3. Մրցույթի ռոտացիա կամ մրցույթ «հերթափոխությամբ». «դավադիր» ընկերությունները շարունակում են մասնակցել մրցույթին, սակայն համաձայնում են հերթով դառնալ հաղթող (այսինքն՝ ամենացածր գին առաջարկող հայտատու):

4. Շուկայի բաժանում. մրցակիցներն իրար մեջ բաժանում են շուկան և համաձայնում են չմրցել որոշակի պատվիրատուների համար կամ որոշակի աշխարհագրական տարածքներում:

⁹ Տե՛ս **Յու. Պաուլաուսկայտե** (Լիտվայի Հանրապետության հանձնաժողովի Պետական կառավարման մարմինների գործունեության հարցերով բաժնի պետ), Հորիզոնական համաձայնություններ. Պետական գնումների մրցույթում գնի առաջարկի կեղծում, Եր., 2011, էջ 6, http://competition.am/uploads/resources/J_Paulauskaite_Bid_rigging_April20_2011_Yerevan_ar.pdf

¹⁰ Տե՛ս ՀՀ տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովի՝ 2004 թվականի սեպտեմբերի 1-ի «Հակամրցակցային համաձայնությունների որոշման կարգը հաստատելու մասին» թիվ 122-Ն որոշման հավելվածի 1.6 կետ, <http://www.arlis.am/DocumentView.aspx?docid=16489>

¹¹ Տե՛ս **Յու. Պաուլաուսկայտե**, նշվ. աշխ., էջ 7:

Հակամրցակցային համաձայնության իրականացման արդյունավետությունը ապահովելու նպատակով մասնակիցները կարգավորում են իրենց համատեղ գործողությունների ուղղությունները, ըստ որի կարողանում են վերահսկել համաձայնագրի բոլոր մասնակիցների նախանշած գործողությունների պատշաճ կատարումը, անհրաժեշտության դեպքում պատասխանատվության ենթարկել համաձայնության պայմանները չկատարողներին, ինչն, իր հերթին, էլ ավելի է բարդացնում համաձայնության բացահայտումը: Ուստի հարկ է ուշադրություն դարձնել տնտեսավարող սուբյեկտների ներկայացրած և գնումների գործընթացում արձանագրված այն տեղեկություններին, որոնք կարող են վկայել հնարավոր համաձայնության մասին: Այդ առումով ուշագրավ է Հանձնաժողովի կողմից 2011 թվականին հաստատված գնումների գործընթացում հակամրցակցային համաձայնությունների կանխարգելման և բացահայտման վերաբերյալ ուղեցույցը, որը թույլ է տալիս որոշակի քայլերի օգնությամբ բացահայտել հնարավոր հակամրցակցային համաձայնությունները¹²: Այսպես՝

1. Ընկերությունների կողմից ներկայացված հայտերում հակամրցակցային համաձայնությունների ազդանշանների որոնումը, մասնավորապես.

- տարածքների աշխարհագրական բաժանման սկզբունքը, ըստ որի որոշ մասնակիցներ հաղթում են միայն որոշ աշխարհագրական տարածքներում,
- որոշ մասնակիցներ անսպասելիորեն հրաժարվում են մրցույթին մասնակցելուց կամ մշտապես հայտ են ներկայացնում, սակայն երբեք չեն հաղթում,
- հաղթող մասնակիցը հաճախ մրցույթում հաղթող չճանաչված մասնակցի հետ ենթակապալային պայմանագիր է կնքում,
- հաղթող մասնակիցը հրաժարվում է ստորագրել մրցույթի պայմանագիրը, իսկ հետագայում պարզվում է, որ ենթակապալառու է:

2. Ներկայացված փաստաթղթերում հակամրցակցային համաձայնությունների ազդանշանների որոնումը, երբ մասնակիցների ներկայացրած տարբեր փաստաթղթերում փորձ է արվում հայտնաբերելու հակամրցակցային համաձայնությունների մասին վկայող նշաններ: Թեև տնտեսավարող սուբյեկտները փորձում են համաձայնությունը գաղտնի պահել, սակայն հնարավոր անուշադրությունը, անփութությունը կարող են նպաստել դրա բացահայտմանը: Անհրաժեշտ է համեմատել բոլոր փաստաթղթերը, քանի որ դրանք կարող են նախապատրաստված լինել մեկ անձի կողմից կամ մասնակիցների համատեղ ուժերով:

3. Գնորոշման հետ կապված ազդանշանների որոնումը: Հակամրցակցային համաձայնության բացահայտման նպատակով կարող են ուսումնասիրվել նաև գները: Այստեղ անհրաժեշտ է հատուկ ուշադրություն դարձնել մասնակիցների կողմից համատեղ և ծախսերով չհիմնավորված գների բարձրացումների վրա: Եթե «պարտվող» հայտի գինը էականորեն բարձր է «հաղթող» հայտի գնից, համաձայնության եկած մասնակիցները, հնարավոր է, կիրառում են «թաքնված մրցույթ» հակամրցակցային համաձայնության տեսակը:

4. Կասկածելի հայտարարությունների որոնումը: Այստեղ ուշադրություն է դարձվում մասնակիցների՝ գների կամ առևտրային պայմանների վերա-

¹² Տե՛ս ՀՀ ՏՄՊՊՀ 2011 թվականի հուլիսի 25-ի «Գնումների գործընթացում հակամրցակցային համաձայնությունների կանխարգելման և բացահայտման վերաբերյալ ուղեցույցը հաստատելու մասին» թիվ 317-Ա որոշում, էջ 5:

բերյալ հնարավոր համաձայնությունների մասին վկայող կասկածելի հայտարարություններին:

5. Կասկածելի վարքագծի դիտարկումը, երբ մասնակիցների հետ հանդիպումների կամ այլ շփումների ընթացքում ուշադրության են առնվում գնալին առաջարկների քննարկումների ընթացքում տեղի ունեցած այնպիսի միջադեպեր կամ այլ կասկածելի վարքագծի դրսևորումներ, ըստ որոնց կարելի է ենթադրել, որ տվյալ սուբյեկտը որոշակի գործողություններ է ձեռնարկում՝ ի շահ մրցույթի այլ մասնակիցների:

Հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման վերը նշված գործոնները պարտադիր չէ դիտարկել որպես լիարժեք ապացույցներ ընկերությունների կողմից համաձայնության գալու կամ կասկածելի վարքագիծ դրսևորելու առումով: Օրինակ՝ մասնակիցը կարող է չմասնակցել տվյալ մրցույթին ժամանակի բացակայության պատճառով: Այնուամենայնիվ, կասկածելի երևույթների ի հայտ գալը հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման նպատակով ուսումնասիրություն կատարելու հիմք է դառնում: Նշենք նաև, որ ուսումնասիրություն իրականացնելիս շատ կարևոր է ուշադրություն դարձնել նաև այնպիսի հանգամանքների, ինչպիսիք են.

ա) Մասնակիցների ոչ մեծ թիվը շուկայում. համաձայնության գալը շատ հեշտ է, երբ նույն մասնակիցներն են ներգրավվում պարբերաբար կրկնվող գնումներում:

բ) Շուկա մուտք գործելու սահմանափակումը կամ առհասարակ հնարավորության բացակայությունը. եթե շուկա մուտք գործելու հնարավորություն ունեն հատուկենտ տնտեսավարող սուբյեկտներ, ուրեմն շուկայում արդեն գործող ընկերությունները որոշակի առավելություն ունեն շուկա մուտք գործող նոր ընկերությունների նկատմամբ, քանի որ արդեն ծանոթ են միմյանց գործելառձին և, ըստ այդմ, կարողանում են համաձայնեցնել իրենց գործողությունները:

գ) Համասեռ (համանման) կամ պարզունակ ապրանքները. հակամրցակցային համաձայնությունների հավանականությունը մեծանում է, երբ գնման ենթակա ապրանքների կամ ծառայությունների տեխնիկական բնութագրերը պարզ են և չեն փոփոխվում ժամանակի ընթացքում: Այս պայմանների դեպքում հեշտ է գալ համաձայնության և երկար ժամանակ առաջնորդվել դրանով:

դ) Արտադրողների կամ առևտրային կազմակերպությունների միավորումները և միությունները. թեև դրանք կարող են ծառայել որպես չափորոշիչներ, նորարարության և մրցակցության զարգացմանը նպաստող օրինական միջոց, այնուամենայնիվ, կարող են օգտագործվել նաև որպես հանդիպումների և խորհրդակցությունների վայր՝ անօրինական, հակամրցակցային համաձայնություններ կնքելու նպատակով:

ե) Շուկայական պայմանները. երբ կատարվում են շուկայական պայմանների շարունակական փոփոխություններ, դժվարանում է հակամրցակցային համաձայնության կնքումը: Միևնույն ժամանակ, նշված անորոշ տնտեսական պայմանները ստիպում են տնտեսավարող սուբյեկտներին կնքել հակամրցակցային համաձայնություններ՝ գնումների միջոցով առավել անվտանգ և կանխատեսելի եկամուտ ստանալու նպատակով:

զ) Փոխադարձ փոխարինելի ապրանքների բացակայությունը կամ դրանց սահմանափակությունը. հակամրցակցային համաձայնության հավա-

նականությունը մեծանում է, երբ գնվելիք տվյալ ապրանքը դժվար է լինում փոխարինել այլ ապրանքով, կամ այդ ապրանքն ունենում է սահմանափակող բնութագրեր:

է) Դրսից մրցակցության վտանգի բացակայությունը և այլն¹³:

Վերը ներկայացվածը, ինչպես նշեցինք, վերաբերում էր պետական գնումների գործընթացում տնտեսավարող սուբյեկտների միջև կնքվող հակամրցակցային համաձայնություններին և դրանց բացահայտման ուղիներին, սակայն, ինչպես գիտենք, պետական գնումների առանձնահատկություններից մեկն էլ այն է, որ այստեղ դիտվում են նաև համաձայնություններ տնտեսավարող սուբյեկտների և պատվիրատուների՝ պետական ծառայողների, պաշտոնյաների միջև, այսինքն՝ առկա են վերջիններիս կողմից ոչ շահավետ գնումներ կատարելու կամ որևէ տեսակի «միջնորդավճար» ակնկալելու ռիսկեր: Այդ առումով, հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման ու կանխարգելման համակարգի ներդրումը ենթադրում է գնումների բնագավառում կոռուպցիոն ռիսկերի նվազեցում: Այդ ռիսկերը ներառվում են հետևյալ հիմնական խմբերում.

- խտրականության կիրառմանն ուղղված չարաշահումներ,

- պետական ծառայողների անհարկի խրախուսման չարաշահումներ¹⁴:

Խտրականության կիրառմանն առնչվող չարաշահումներն իրականացվում են պետական ծառայողների կողմից՝ օրենքով վերջիններիս տրված լիազորությունների ոչ համարժեք կիրառման ձևով, մասնավորապես՝ գնումների խտրական բնութագրեր կազմելու, որակավորման չիմնավորված պահանջներ սահմանելու, տնտեսավարող սուբյեկտներին հրահանգներ, հանձնարարություններ, ցուցումներ, խորհուրդներ կամ հրամաններ տալու, մատակարարների և կապալառուների խտրական ընտրության, ինչպես նաև պայմանագրի կատարման ոչ պատշաճ սկզբունքների ընդունման միջոցներով: Այս պարագայում պետական ծառայողները ոչ մրցակցային ապրանքներ, աշխատանքներ և ծառայություններ առաջարկող անձանց հնարավորություն են ընձեռում կնքելու գնման պայմանագրեր: Արդյունքում՝ պետական մարմնի հետ պայմանագիր կնքած անձինք իրենցից պահանջվող ապրանքների արտադրությունը, աշխատանքները և ծառայությունները կատարում են պետական մարմնի կարիքներին ոչ համարժեք՝ անորակ: Դա հանգեցնում է հասարակական միջոցների ոչ խնայողաբար օգտագործմանը, հետևաբար՝ գնումների իրական արժեքի թանկացմանը:

Մյուս դեպքում պետական ծառայողները, ինքնակամ բարոյացնելով օրենքով սահմանված պարտականությունների կատարումը, իրենց աշխատանքի դիմաց պահանջում և ստանում են չնախատեսված խրախուսում: Գնումների իրականացման ժամանակ նման չարաշահումները ոտնահարում են պետական մարմնի հետ հարաբերվող ձեռնարկատերերի իրավունքները, ինչպես նաև թանկացնում կատարվող գնումները: Բավարարելով պետական ծառայողների պահանջները՝ վերջիններս ստիպված են լինում այդ նպատակով օգտագործվող միջոցները ներառել ապրանքների, աշխատանքների

¹³ Տե՛ս ՀՀ ՏՄՊՊՀ 2011 թվականի հուլիսի 25-ի «Գնումների գործընթացում հակամրցակցային համաձայնությունների կանխարգելման և բացահայտման վերաբերյալ ուղեցույցը հաստատելու մասին» թիվ 317-Ս որոշում, էջ 4:

¹⁴ Տե՛ս ՀՀ Կառավարության 2009 թ. ապրիլի 23-ի նիստի N 17 արձանագրային որոշման հավելվածը՝ «Գնումների համակարգի բարեփոխումների ռազմավարություն», էջ 13, www.gnumner.am

և ծառայությունների դիմաց առաջարկվող արժեքի մեջ, ինչը թուլացնում է այդ կազմակերպությունների մրցակցային դիրքերը:

Պետական մարմինների կամ ծառայողների կողմից կատարվող՝ վերը ներկայացված չարաշահումները տնտեսական մրցակցությունը սահմանափակող, կանխող կամ արգելող գործողություններ են, որոնք կանխարգելելու համար անհրաժեշտ է.

- գնման գործընթացը կազմակերպել մրցակցային, թափանցիկ, հրապարակային և ոչ խտրական հիմունքներով,
- սահմանել գնման գործընթացի թափանցիկ և հրապարակային կանոններ,
- յուրաքանչյուրի համար ապահովել պետական գնումներին մասնակցելու հավասար իրավունքներ,
- ներդնել գնումների գործընթացի բողոքարկման արդյունավետ համակարգ¹⁵:

Այսպիսով՝ պետական գնումների հիմքում պետք է լինեն թափանցիկությունը և հրապարակայնությունը, պատասխանատվությունը, մրցակցությունը, դրամական միջոցների արժեքավորումը, արդարությունը և ազնվությունը¹⁶:

Ընդունված է պետական գնումների համակարգի արդյունավետությունը գնահատելիս հիմնվել այնպիսի ցուցանիշների վրա, ինչպիսիք են՝ մրցակցային գնումների ծավալը, մրցույթներին տնտեսավարողների մասնակցության թիվը, բողոքների քանակը և այլն: Օրինակ՝ առանց մրցույթի կամ, այլ կերպ ասած՝ «մեկ աղբյուրից» կատարվող գնումների մեծ ծավալները վկայում են համակարգում կոռուպցիոն բարձր ռիսկերի և հովանավորչության մասին, մրցույթներին տնտեսավարողների մասնակցության ցածր ցուցանիշը վկայում է հակամրցակցային համաձայնությունների և մրցութային պահանջների խտրականության մասին: Բողոքների բացակայությունը կամ սակավությունը վկայում է տնտեսավարողների՝ համակարգի նկատմամբ վստահության ցածր մակարդակի մասին: Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ համակարգերը արդյունավետ են գնահատվում, եթե «մեկ աղբյուրից» գնումները չեն գերազանցում ընդհանուր՝ գնումների 3-5%-ը, մրցութին մասնակցում է 5-ից ավելի տնտեսավարող, իսկ գնումների գործարքների 3-5%-ը բողոքարկվում են¹⁷:

Այսպիսով, ամփոփելով կատարված ուսումնասիրությունը, պետական գնումների գործընթացում հակամրցակցային համաձայնությունների բացահայտման և կանխարգելման, ինչպես նաև կեղծ գնի առաջարկների (մրցութների) դեմ արդյունավետ պայքար իրականացնելու համար.

• Համամիտ ենք, որ անհրաժեշտ է Օրենքում փոփոխություն կատարել և Հանձնաժողովին օժտել ստուգումներ իրականացնելու լայն լիազորություններով, մասնավորապես՝ ցանկացած փաստաթուղթ պահանջելու, խուզար-

¹⁵ Տե՛ս ՀՀ Կառավարության 2009 թ. ապրիլի 23-ի նիստի N 17 արձանագրային որոշման հավելված. «Գնումների համակարգի բարեփոխումների ռազմավարություն», էջ 14, www.gnumner.am

¹⁶ Տե՛ս Գնումների մասին Հայաստանի Հանրապետության օրենսդրության օգտագործողի ձեռնարկ, ՀՀ ֆինանսների և էկոնոմիկայի նախարարություն, Եր., 2005, էջ 5, <http://gnumner.am/download/31.html>

¹⁷ «Ինտեր Լիմենս» խորհրդատվական ընկերության խորհրդի նախագահ Կարեն Բրուտյանի՝ «Մեդիամաքս» գործակալությանը եւ Banks.am պորտալին տված հարցազրույցը, Եր., 2012, <http://banks.am>

կումներ կատարելու իրավասություններով: Իսկապես, ավելի լավ է Հանձնաժողովին նման հնարավորություն ընձեռել և արդյունք պահանջել, քան պարբերաբար լսել արդարացումներ այն մասին, թե դժվար է բացահայտել հակամրցակցային համաձայնությունները՝ անսպասելի ստուգումներ կատարելու իրավունք չունենալու պատճառով:

- Ֆինանսների նախարարությանը, որպես գնումների գործընթացը կարգավորող և համակարգող մարմնի, առաջարկվում է գնման գործընթացում հնարավոր հակամրցակցային համաձայնության առկայության վերաբերյալ Հանձնաժողովին տեղեկություններ տրամադրելու նպատակով պատվիրատուների՝ գնումների վերաբերյալ հաշվետվություններում ներառել այնպիսի ռիսկային ցուցանիշներ, որոնք կարող են վկայել նման համաձայնության առկայության մասին: Այդպիսի ցուցանիշներ կարող են լինել մրցույթի հրավերի ուղարկման և պայմանագրի կնքման ամսաթվերը՝ դրանք համեմատելու և գնման ընթացակարգի՝ Օրենքին համապատասխան կազմակերպվածությունը գնահատելու, հայտեր ներկայացրած մասնակիցների քանակը՝ մասնակցությունը գնահատելու, ընտրված մասնակցի զբաղեցրած տեղը կամ հայտերից հրաժարված մասնակիցների քանակը՝ մասնակիցների միջև հակամրցակցային համաձայնությունները և պատվիրատուների կողմից կոռուպցիոն ռիսկերը բացահայտելու նպատակով, չկայացած գնման ընթացակարգերի քանակը՝ իրենց հիմքերով և այլն:

- Առաջարկվում է Հանձնաժողովի կողմից կարտելային մրցույթների բացահայտումներից ձևավորված բյուջեի տնտեսումների հաշվին բարձրացնել Հանձնաժողովի բյուջետային ֆինանսավորումը և դրանով վերացնել վերջինիս՝ փոքր չափի ֆինանսական, կադրային և այլ ռեսուրսների տիրապետման հետ կապված արդարացումների հնարավորությունը:

- Ընդունելի է այն տեսակետը, որ պատվիրատուների (գնումների մասնագետների, մրցութային հանձնաժողովների անդամների և այլն) և մրցույթի մասնակիցների միջև հակամրցակցային համաձայնությունները, ինչպես նաև կոռուպցիոն ռիսկերը նվազեցնելու նպատակով անհրաժեշտ է ընդունել գնումների մասնագետների ու մրցութային հանձնաժողովների անդամների փոխատեղման (ռոտացիա) ընթացակարգեր և արդյունավետ պատժամիջոցներ, մասնավորապես՝ առաջարկում ենք գնումների գործընթացում արգելված պետական օժանդակություն ստանալու դեպքում, տնտեսավարող սուբյեկտներից բացի, պատժամիջոցներ սահմանել նաև գնումների մասնագետների, պատվիրատուների ղեկավարների և մրցութային հանձնաժողովների անդամների նկատմամբ:

- Համաձայն ենք, որ անհրաժեշտ է պարբերաբար սեմինար և վերապատրաստման պարապմունքներ կազմակերպել գնումների մասնագետների համար՝ նպատակ ունենալով բարձրացնել նրանց տեղեկացվածության աստիճանը կեղծ գնի առաջարկների հետ կապված ռիսկերի մասին, ինչպես նաև մեքենայացնել գնումների գործընթացը՝ արագացնել էլեկտրոնային գնումների Armeps (www.armeps.am) համակարգի ամբողջական ներդրումը, որը կնպաստի գնումների ոլորտի բարելավմանը, գնման ընթացակարգերի հրապարակայնության ընդլայնմանը, ինչպես նաև կոռուպցիոն ռիսկերի և գործառնական ծախսերի նվազեցմանը:

