

ԱՐՄԱՆ ՆԱՎԱՍԱՐԳՅԱՆ

Եվրոպական կրթական տարածաշրջանային ակադեմիայի
տնտեսագիտության և կառավարման ամբիոնի հայցորդ

ԷԼԵԿՏՐՈՆԱՅԻՆ ԲԻԶՆԵՍԻ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԸ ՀՀ -ՈՒՄ

Հոդվածում ներկայացված է էլ-առևտրի զարգացման հիմնական միտումները ՀՀ-ում: Էլ-առևտրի միջավայրը և վիճակի առավել ամբողջական գնահատման համար անդրադարձ է կատարվել «Միջազգային առևտրի ինտեգրված լուծումներ»-ի (World Integrated Trade Solution) գնահատման համակարգին: Դրանում գնահատվող ցուցանիշների համախումբը ներառում է էլ-առևտուրը բնութագրող երեսունից ավելի ցուցանիշներ, որոնք խմբավորված են յոթ խմբերում: ՀՀ էլ-առևտրի ոլորտում առանձնացվել են հետևյալ կարևոր միտումները.

- ա) էլ-առևտրի նոր հարթակների աստիճանական ստեղծման գործընթացը,
 - բ) ավանդական առևտրի սուբյեկտների կողմից էլ-առևտրի դաշտ ներխուժելու որոշակի փորձերը,
 - գ) էլ-առևտրի և ծառայությունների վճարային նոր համակարգերի ստեղծումը, որոնք ունակ են մրցակցել բանկերի հետ:
 - դ) ոլորտի բնույթով չեզոք և բավարար մակարդակի պետական կարգավորումը:
- Ի մի բերելով էլ-առևտրի զարգացումները ՀՀ-ում, դրա վրա պրոնեցիա կատարելով մաև միջազգային պրակտիկայում խնդրո առարկայի առկա խնդիրները բացահայտվել է ՀՀ-ում ՓՄՁ-ների մոտ էլ-բիզնեսի հիմնական խոչընդոտները:

Հիմնարաներ- էլեկտրոնային առևտուր, էլեկտրոնային բիզնես, էլ-առևտրի իրավակարգավորումը, էլ-առևտրի պատրաստվածության գնահատումը:

Հայաստանում էլ-առևտրի ոլորտի զարգացման հնարավորություններն ու խնդիրների բազմազան են: Վերջին տարիներին էլ-առևտրի ոլորտում նկատվում է որոշակի ակտիվություն, բացվում են առցանց խանութներ և հարթակներ: Դրա պահանջվածությամբ և զարգացումը մեծապես պայմանավորված է սպառողների պահանջարկով ու վարքագծով, միևնույն ժամանակ, որոշակի ակտիվություն են ցուցաբերում ծառայություն մատուցողները: Հարկ է նշել, որ ՀՀ-ում ստեղծվող էլ-առևտրի խանութները երկու տիպի են՝ ունիվերսալ և մասնագիտացված, չնայած տեսականորեն, ելնելով ՀՀ շուկայի փոքր տարողունակությունից՝ կարելի էր ենթադրել, որ մասնագիտացված հարթակների մրցունակությունը խոցելի կլինի, ինչնից՝ նրանք առկա են: ՀՀ-ում ունիվերսալների օրինակ է՝ «Buy.am»-ը: Մասնագիտացված էլ-առևտրի խանութներից են էլեկտրոնային սարքերի՝ «icentre.am»-ը կամ «iPhone.am» և գրքերի ինտերնետ գրախանութները՝ «book.am», «books.am», «buybook.am»: Ավանդական խանութների էլ-առևտրի հարթակ դուրս գալու փորձերից է SAS սուպերմարկետի «SAS.am» նախաձեռնությունը: Էլ-առևտրի և ծառայությունների վճարային նոր համակարգերի ստեղծման օրինակներից է «Իդրամ»-ը, որն ունի էլեկտրոնային փող թողարկելու լիցենզիա և կարող է սպասարկել էլ-առևտրի գործարքները:

Հարկ է նշել, որ ընդհանուր առմամբ ՀՀ էլ-խանութների մեծ մասը վճարը ընդունում են կանխիկ՝ ապրանքը առաքելուց հետո, մինչդեռ էլ-առևտրին

բնորոշ էլեկտրոնային եղանակով վճարումը: Այս դեպքում առցանց եղանակով կատարվում միայն պատվերը, այն կարելի է որակել քվազի բնույթի էլ-առևտուր, ընդ որում՝ այստեղ հղի են ռիսկեր, որոնք փաստացի գրանցվել են, երբ առաքումը ավարտվել է կեղծ պատվիրատուի կողմից ապրանքի հափշտակումով: Փորձագետները փաստում են ՀՀ-ում էլ-առևտրի հիմնական խնդիրներից է հայ սպառողի անվստահությունը էլ-առևտրի հարթակների նկատմամբ և նրա համար կարևոր ավանդական պայմանը՝ գնելուց առաջ ապրանքը շոշոփել :

ՀՀ սուբյեկտների ակտիվությունը միջազգային էլ-առևտրի հարթակներում փաստելու համար, նշենք, որ 2014 թ. դրությամբ Միացյալ ազգերի առևտրի և զարգացման կոնֆերանսի (UNCTAD) տվյալներով «Amazon»-ի ծառայությունները, (դասվում են 3 տիպի՝ «Amazon»-ի կողմից աջակցվող վաճառողներ, աջակցվող երկրներ ու արժույթներ և աջակցվող բանկային հաշիվներ) ՀՀ-ում հասանելի չեն եղել: ՀՀ-ում «eBay»-ի ծառայություններից հասանելի է եղել միայն տեղական կայքը? նախատեսված միայն գնումների համար, հասանելի չի եղել միջազգային կայքը: «PayPal» ծառայություններից հասանելի են եղել միայն անհատական հաշիվները, հասանելի չեն եղել բիզնես և «պրեմ-յեր» դասի հաշիվները :

ՀՀ-ում էլ-առևտրի միտումները բնութագրելու համար կարևոր է ունենալ դրա վերաբերյալ հավաստի և համապարփակ վիճակագրություն, մինչդեռ ՀՀ-ում այն խիստ մասնատված է և չի ընդգրկում դրա բոլոր ասպեկտները և ըստ էության՝

ԱՐԴԱՐԱԴԱՏՈՒԹՅՈՒՆ

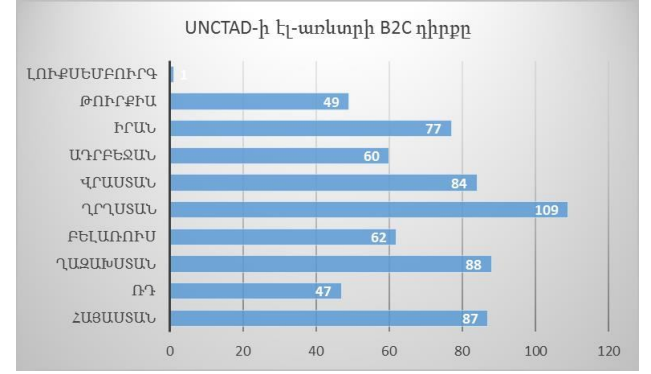
ստացվում է փորձագիտական եղանակով: Գրանցից մեկը կատարվել է «Արինսայթս» (R-Insights) ընկերության իրականացրած մարքեթինգային հետազոտության արդյունքներով, որի արդյունքներով 2015 թ. հունիսի դրությամբ հայաստանյան առցանց խանութներից գնումներ է կատարել Երևանի բնակչության 4,2%-ը⁴:

Էլ-առևտրի վերաբերյալ առավել ամբողջական պատկեր է տալիս միջազգային կառույցների վիճակագրությունը: Միացյալ ազգերի առևտրի և զարգացման կոնֆերանսի (UNCTAD) ուսումնասիրության արդյունքներով ի հայտ են բերվել տարբեր երկրներում առցանց գնումների կանխատեսվող և փաստացի մակարդակների տարբերությունը, որը հիմնված է տնտեսության ինդեքսի մակարդակի և առցանց գրանցված գնորդների տեսակարար կշռի հարաբերակցության վրա: Միացյալ ազգերի առևտրի և զարգացման կոնֆերանսի 2016 թ. էլ-առևտրի B2C սեկտորի տվյալ ուսումնասիրությունում ընդգրկված է 137 երկիր, որոնք ներկայացնում են աշխարհի բնակչության 96%-ը և համաշխարհային ՀՆԱ-ի 99%-ը: B2C ցուցանիշը գնահատված է չորս ցուցանիշով՝ ինտերնետի օգտագործման ներթափանցումը, 1 մլն բնակչի հաշվով ապահով սերվերների քանակը, վարկային քարտերի ներթափանցման ցուցանիշը և փոստային ծառայության հուսալիության գնահատականը, որոնք բնութագրում են երկրների առցանց առևտրի մասնակցության պատրաստակամությունը: Այդ գնահատումը օգնում է քաղաքականություն իրականացնողներին բացահայտել թե որքանով են իրենց երկրները պատրաստ էլ-առևտրին և որ ոլորտները կարիք ունեն առավել մեծ բարելավման: Համաձայն ուսումնասիրության՝ Լյուքսեմբուրգը երկրորդ տարին անընդմեջ լավագույնն է էլ-առևտրի B2C սեգմենտի ցուցանիշով: Առաջատար 10 երկրներից 6-ը եվրոպական են, 3-ը Ասիա-ադաղօվկիանոսյան տարածաշրջանից և 1-ը Հյուսիսային Ամերիկայից է:

B2C սեգմենտի ինդեքսով Հայաստանը ուսումնասիրությունում ընդգրկված 137 երկրների շարքում զբաղեցնում է 87-րդ տեղը և Եվրասիական միության ու տարածաշրջանի երկրներից առաջ է միայն Դրդստանից և գրեթե հավասար է Ղազախստանի հետ: 2016թ. առցանց գնորդների և ինտերնետից օգտվողների և կանխատեսվող և փաստացի տարբերության ցուցանիշով Հայաստանը ցուցակը գլխավորում է վերջից: Հայաստանում ինտերնետից օգտվողների միայն 1 տոկոսն է առցանց գնումներ կատարում կանխատեսվող՝ 11 տոկոսից: Հետաքրքրական է նաև այն, որ վերջին տասնյակում ՀՀ-ի հետ են Հարավային Կովկասի բոլոր երեք երկրները, ներառյալ Ադրբեջանն ու Վրաստանը: Փորձագետները դա բացատրում են առցանց գնումների վերաբերյալ պահպանողականության մտածելակերպով և կամ վստահության մտահոգություններով և հիասթափեցմամբ: Մյուս կողմից՝ դա կարող է պայմանավորված լինել ՀՀ փոքր շուկայի համար հետառաքումային սպասարկումների խնդիրներով: Չսպող գործոն կարող է հանդիսանալ էլ-փոստի միջոցով համացանցի սպամների և վիրուսների տարածումից խուսափումը:

Էլ-առևտրի միջավայրը և վիճակը առավել ամբողջական է բնութագրում «Միջազգային առևտրի ինտեգրված լուծումներ»-ի (World Integrated Trade Solution) գնահատման համակարգի ցուցանիշների համախումբը: Այն հնարավորություն է տալիս գնահատել ինչպես էլ-առևտրի զարգացմանը նպաստող գործոնների, այնպես էլ անմիջապես էլ-առևտրի իրական վիճակը, երկիրը համեմատել այլ երկրների հետ և ստացված արդյունքներով մշակել էլ-առևտրի զարգացումը խթանող անհրաժեշտ միջոցառումներ: Գնահատման այդ համակարգից մենք վերցրել ենք Եվրասիական միության երկրների՝ ՌԳ, Ղազախստան, Բելառուս, ՀՀ, Դրդստան և տարածաշրջանի երկրների՝ Վրաստան, Ադրբեջան, Իրան, Թուրքիա և առաջատար մեկ երկրի՝ Լյուքսեմբուրգի ցուցանիշները:

Գնահատման այս նոր գործիքը բազմակողմ մախաձեռնության արդյունք է, որը թույլ է տալիս գնահատել էլ-առևտրի միջավայրը և վիճակը երկրի մակարդակով: Գործիքը մշակվել համատեղ UNCTAD-ի, Համաշխարհային բանկի կողմից և իր գործիքակազմում օգտագործում է Հեռահաղորակչության միջազգային միության (ITU), UNCTAD-ի, ՄԱԿ-ի Թմրամիջոցների և հանցավորության (UNODC), Ունիվերսալ փոստային միության (UPU), Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի (WEF) և Համաշխարհային բանկի տվյալները: Մույն գնահատման համակարգում էլ-առևտրի երեսունից ավելի ցուցանիշները խմբավորված են առևտրի միջավայրը բնութագրող 7 խմբերում:



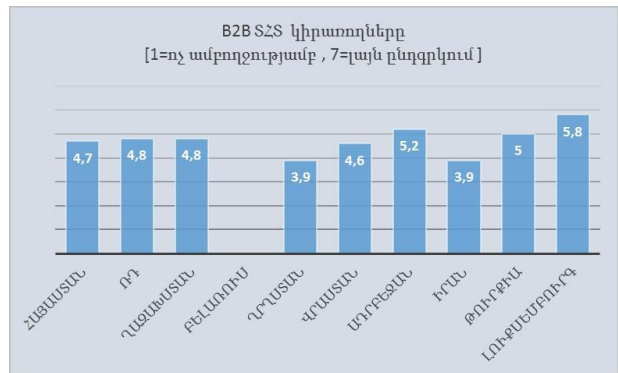
Գծապատկեր 1. Միացյալ ազգերի առևտրի և զարգացման կոնֆերանսի (UNCTAD) 2016 թ. էլ-առևտրի B2C դիրքը

ՏՀՏ ենթակառուցվածք և ծառայություններ խումբը բնութագրում է մարդկանց հասանելիությունը դեպի բջջային հեռախոսակապին, լայնաշերտ և ընդհանրապես ինտերնետ կապին, ինչպես նաև ցույց է տալիս դրանց արժեքը: Բաղադրիչը ներառում է 4 ցուցանիշ: Հաշվի առնելով այն, որ էլ-առևտուրը և ընդհանրապես էլ-բիզնեսը շրջադարձ է կատարում դեպքի շարժական բջջային կապով սարքերին, հարկ է նկատել, որ ՀՀ-ում «Ակտիվ լայնաշերտ բջջային բաժանորդագրությունները 100 բնակչի հաշվով» ցուցանիշը (ՀՀ-ում՝ 41.3, ՌԳ-ում՝ 71.3) այս առումով գերադասելի չէ: Այդ և մյուս՝ «Հաստատագրված լայնաշերտ կապի բաժանորդագրությունները 100 բնակչի հաշվով ցուցանիշներով ՀՀ-ն բացի Դրոգատանից զիջում է Եվրասիական միության և տարածաշրջանի երկրներին, սփոփիչ կարելի է համարել ծառայության արժեքի՝ «Լայնաշերտ ինտերնետի ֆիքսված սակագինը, PPP \$ / ամսական» ցուցանիշը, որով ՀՀ միջին մակարդակի վրա է՝ 21.2 դոլար:

Վճարային լուծումները խումբը բնութագրում է բանկային քարտերի ստացման հասանելիությունը, դրանց սակավությունը, նոր «բջջային դրամական» լուծումների անհրաժեշտությունը, երկրում դրամական փոխանցումներ ստանալու հնարավորությունը: Այդ բաղադրիչը ներառում է 6 ցուցանիշներ, ընդ որում՝ ՀՀ-ի դիրքը ամենեկին գերադասելի չէ, այսպես՝ «Նախորդ տարվա ընթացքում օգտագործված կրեդիտ քարտերը (15+ բարձր %)», և նմանատիպ երեք ցուցանիշներով ՀՀ-ն, բացի Դրոգատանից զգալի զիջում է Եվրասիական միության և տարածաշրջանի երկրներին: Ինչքան էլ զարմանալի է, սակայն «Բջջային հեռախոսի օգտագործմամբ բանկային հաշվից կատարված գործարքները (15+ բարձր %-ը)» ՀՀ-ն զիջում է նաև Դրոգատանին:

Առևտրի լոգիստիկա և առևտրի դյուրացում (խթանում) խումբը բնութագրում է միջազգային առաքումների դեպքում լոգիստիկ ծառայությունների որակը, մաքսային ընթացակարգերի դանդաղությունը կամ ծանրությունը, փոստային առաքման ծառայությունների հասանելիությունը և դրանց նկատմամբ վստահությունը: Այդ բաղադրիչը ներառում է 10 ցուցանիշներ: Առաջին երկուսը վերաբերում են մաքսային ընթացակարգերին՝ «Մաքսային ընթացակարգերի ծանրությունը» ՀՀ-ն՝ 3.1 (ըստ 7 բալանի գնահատման, 1-ը՝ արդյունավետ չէ, 7-ը՝ բարձր արդյունավետ է), «Արտահանման համար մաքսային ընթացակարգերի միջին ժամկետը (օր)» որտեղ ՀՀ-ի դիրքը ևս նախընտրելի չէ՝ 8.6 օր, (տվյալը 2013թ.): ՀՀ-ն հիմնականում զիջում է համեմատության մեջ ընդգրկված գրեթե բոլոր երկրներին, սակայն հարկ է նշել, որ դրանցում ներառ-

ված են 2013 թ. տվյալները, իսկ դրանից հետո ՀՀ-ում մաքսային վարչարարության առումով բարելավումները ակնհայտ առկա են: «Տանից փոստով առաքում կատարելու հնարավորություն ունեցող բնակչության տոկոսը» ցուցանիշով ՀՀ-ի դիրքը բավական բարձր է՝ 93 %, չնայած որ դրա մյուս բաղադրիչով՝ «Միջազգային մրցունակ գներով առաքման գնահատման միավորը» 5 բալանի համակարգով մրցակցային դիրքը այնքան էլ բարձր չէ: Ընդհանուր առմամբ՝ փոստային ծառայությունների գնահատման մակարդակը ՀՀ-ի ցուցանիշը գոհացնող է, որի մասին է վկայում «Փոստային վստահելիության ինդեքսը» և այդ շարքի մնացած հինգ ցուցանիշները:



5 Գծապատկեր 2. B2B առևտուր և ՏՀՏ կիրառողները

Էլ-առևտրի հմտությունների զարգացում խումբը բնութագրում է՝ որքանով են ընկերությունները երկրում օգտվում ՏՀՏ-ից և ինտերնետից, կլանում տեխնոլոգիաները և ընդհանրապես ընկերությունների քանի տոկոսն ունի կայքեր, և ինչ չափով են նրանք օգտագործում էլ-փոստը՝ հաճախորդների և մատակարարների հետ համագործակցելիս: Գնահատման սույն բաղադրիչում ներառված են չորս ցուցանիշներ, մասնավորապես՝ «B2B ՏՀՏ կիրառողները», որը գնահատվում 1-7 արժեքով, ընդ որում, 1 արժեքը ենթադրում է, որ դրա կիրառման հմտությունները ոչ ամբողջությամբ են դրսևորվում, իսկ 7 արժեքը ապահովում է լայն ընդգրկումը:

Ինչպես երևում է գծապատկերից՝ ՀՀ-ի B2B առևտրի ցուցանիշը միջին միջակայքում է՝ 4.7, որը վկայում է, որ դրա զարգացման հնարավորությունները ՀՀ-ում առկա է: Այս խմբի մյուս «B2C կիրառողներ» ցուցանիշը, որը բնութագրվում է գնահատման նույն 1-7 բալանի միջակայքով, ՀՀ-ի դեպքում ևս միջին միջակայքում է՝ 4.4:

Հաջորդ երկու ցուցանիշներով «Հաճախորդների / մատակարարների հետ էլ-փոստը օգտագործող ընկերությունների տոկոսը (ՀՀ՝ 89.4%)» և «Տեխնոլոգիաները յուրացնող ընկերությունները» (ՀՀ՝ 4.1 ըստ 7 բալանի գնահատմամբ), ՀՀ դիրքերը

համամատության մեջ ներառված երկրների ցանկում բավական բարձր է, որը վկայում է նրա մասին, որ ՀՀ-ում էլ-առևտրի զարգացման նախապայմանները առկա են:

Ֆինանսավորման հասանելիություն խումբը բնութագրում է վարկավորման հասանելիության պատկերը: Հարկ է նշել, որ ֆինանսավորման հասանելիությունը խոչընդոտ համարող ընկերությունների տեսակարար կշիռը ՀՀ-ում համեմատվող երկրների հետ բարձր է՝ 25.9 %, բարձր է նաև գրավ պահանջող վարկերի տեսակարար կշիռը՝ 88.7%, համեմատական կարգով թերևս սփոփիչ է շրջանառու միջոցները ֆինանսավորող բանկերի տեսակարար կշիռը՝ 16.2%:

Էլ-առևտրի պատրաստվածության գնահատումը և ռազմավարության ձևակերպում խումբը բնութագրում է՝ ինչպիսին է երկրի վիճակը «UNCTAD»-ի (B2C e-commerce), Հեռահաղորդակցության միջազգային միության (ՏՀՏ զարգացման) և Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի (ցանցային պատրաստվածության) կողմից մշակված ցուցանիշների գնահատմամբ: Գնահատման այս բաղադրիչում ներառված են 6 ցուցանիշներ: ՀՀ-ի դիրքը գոհացնող չէ UNCTAD էլ-առևտրի B2C ինդեքսով՝ 87-րդ տեղը և «Հեռահաղորդակցության միջազգային միության ՏՀՏ զարգացման» ինդեքսով՝ 71-րդ տեղը: Համեմատական կարգով բավարարող կարելի է համարել «Համաշխարհային տնտեսական ֆորումի (WEF) ցանցային պատրաստվածության» ինդեքսը՝ 56-րդ տեղը:

Իրավական և կարգավորող կառուցակարգերը խումբը բնութագրում է երկրում էլ-գործարքների և դրանց պատշաճ իրավական ապահովման իրավական շրջանակները: Այդ բաղադրիչը ներառում է 4 ցուցանիշներ, ընդ որում՝ ՀՀ-ում դրանք ըստ էության ստացել են համարժեք լուծումներ: Այսպես, ՀՀ-ում առկա են էլ-գործարքների համար իրավական կարգավորումները էլ-ստորագրությունը, կիբեր հանցագործությունների կանխման, տվյալների գաղտնիության ու պաշտպանության իրավական կառուցակարգերը: Ինչ վերաբերում է առցանց վաճառքի դեպքում սպառողների իրավական պաշտպանության կառուցակարգերին, ապա այն գնահատվել է բացասական, սակայն այս իրավակարգավորումները ևս առկա են ՀՀ օրենսդրության մեջ, 2016թ. կատարված փոփոխություններից և լրացումներից հետո:

ՀՀ-ում ոլորտի կարգավորման առումով կարևոր է «Էլեկտրոնային փաստաթղթերի և էլեկտրոնային թվային ստորագրության մասին» ՀՀ օրենքը⁶, ըստ որի, էլ-փաստաթուղթը՝ կնքված էլ-ստորագրությամբ, ունի ավանդական ստորագրության միևնույն իրավական ուժը: Վիրտուալ միջա-

վայրում այն հաստատում է փաստաթղթի իրավական ուժը և օրինական հիմքը: Էլ-առևտրի իրավական կարգավորման առումով բեկումնային էր 2016 թ. հունիսի 17-ին «ՀՀ քաղաքացիական օրենսգրքում»⁷ (այսուհետև ՀՀ ՔՕ) և «Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենքում կատարված լրացումները և փոփոխությունները, որոնցով սահմանվեցին էլ-առևտրի իրավակարգավորման կարևոր նորմեր: Դրանց շարքում են՝ «Էլեկտրոնային առևտրային հարթակ», «Էլեկտրոնային հարթակի օպերատոր» և այլ կատեգորիաները և հարակից կարգավորումները, որոնք մինչ այժմ քաղաքացիական շրջանառությունում չեն գործածվել: ՀՀ ՔՕ-ում ներմուծվել է էլեկտրոնային պայմանագիր կատեգորիան (450-րդ հոդված) և այն հավասարեցվել է ձեռագիր ստորագրված պայմանագրին, անգամ այն դեպքում, եթե դրա վրա առկա չէ էլ-ստորագրությունը: Համաձայն ՀՀ ՔՕ-ի՝ հստակեցվել է էլեկտրոնային եղանակով օֆերտան և ակցեպտը (451-րդ և 452-րդ և 454-րդ հոդվածներ):

«Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենքում էլ-առևտրի և ծառայությունների հետ կապված հարցերը կարգավորվում են այդ օրենքի 4.1-ին գլխով: Կարգավորման կարևոր նորմերից է այն, որ ինտերնետային կայքում կամ էլեկտրոնային հավելվածում (էլ-առևտրային հարթակում) կարող է հղում նախատեսվել մեկ այլ էլ-փաստաթղթի, որը պարունակում է կնքվող պայմանագրի պայմանները: Ինտերնետային կայքը կամ էլեկտրոնային հավելվածը պետք է ապահովի տվյալ հղման տեխնիկական հասանելիության կարգն ու ժամկետները:

Նշված փոփոխություններն ու լրացումները ամբողջական դարձնելու և հակասություններից խուսափելու համար միաժամանակ փոփոխություն և լրացումներ են կատարվել նաև «Հսկիչ-դրամարկային մեքենաների կիրառման մասին» ՀՀ օրենքում (սահմանվել է, որ էլ-առևտրի դեպքում հսկիչ-դրամարկային մեքենաների կիրառումը պարտադիր չէ): «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենքում¹⁰ սահմանվել են էլեկտրոնային հարթակներում վաճառվող ապրանքի փոխարինման կամ ետ վերադարձման, վաճառողի կողմից սպառողին տեղեկատվության տրամադրման, ինչպես նաև՝ սպառողների իրավունքների պաշտպանությանն ուղղված լրացուցիչ դրույթներ:

Հարկ է նշել, որ ՀՀ-ում էլ-առևտրի հարկային կանոնակարգումը էապես չի տարբերվում ավանդական բիզնեսի կարգավորումից: Դրանում նպատակ չի դրվել էլ-առևտրի կանոնակարգումները ծառայեցնել ազգային տնտեսության զարգացման շահերին:

Աշխարհում և ՀՀ-ում մտահոգիչ են դարձել համակարգչային համակարգերի և ցանցերի օգտագործմամբ կատարվող քրեական հանցագործությունները: Այդ առումով, կարևոր քայլ էր ՀՀ-ի կողմից 2006 թ. «Կիբեռհանցագործությունների մասին» Եվրոպական (Բուդապեշտի) կոնվենցիայի վավերացումը: Տեղեկատվական համակարգերի անվտանգության խնդիրներին համարժեք լուծում է տրվել ՀՀ քրեական օրենսգրքում¹¹, որի 24-րդ գլուխը պատիժ է սահմանում այն բոլոր տեսակի հանցագործությունների համար, որոնցով կարող է վտանգվել այդ անվտանգությունը:

Ամփոփելով կարող ենք փաստել, որ ՀՀ-ում օրենսդրական կարգավորումները այս պահին բավարարում են էլ-առևտրի գործունեության իրականացմանն ու տեղեկատվական համակարգերի անվտանգության խնդիրներին: Միաժամանակ, հաշվի առնելով ոլորտի արագ զարգացումները, մշտապես առկա սուր մարտահարվելները, և ՀՀ-ում դրա տնտեսության խթանմանը ուղղված չեզոք իրավակարգավորող բնույթը, այն ունի պարբերաբար կատարելագործման խնդիր:

Էլ-առևտրի զարգացումների առումով հարկ է նշել, որ ՀՀ կառավարությունը 2013թ. հաստատել է ՀՀ-ում էլեկտրոնային առևտրի զարգացման ծրագիրը¹²: Մինչդեռ այդ ծրագիրը առավելապես ճանաչողական բնույթի փաստաթուղթ է, որում էլ-առևտրի խթանող գործիքակազմ՝ որպես այդպիսին չկա: Բավական է նշել, որ ծրագրով նախատեսված միջոցառումների իրագործման ֆինանսավորման աղբյուր է դիտվում դոնոր կազմակերպությունների և էլ-առևտրային գործունեություն իրականացողների ներդրած միջոցները: Այդ առումով նշենք, որ ՀՀ դոնոր կազմակերպությունները հետքորթված են ՀՀ-ում պետական հատվածում էլ-կառավարման համակարգի կայացման հարցում, որպես կոռուպցիայի հաղթահարման գործիք, սակայն բիզնես ոլորտի էլ-առևտրի կայացումը, այնքան էլ չի տեղավորվում նրանց հռչակած առաքելություններում, ուստի կարող ենք արձանագրել, որ բիզնեսը այս հիմնախնդրի հետ մնում է ֆինանսավորման իր հույսին:

Հայեցակարգային հարցադրումը՝ ինչպե՞ս գործուն միջոցներով օգտագործել էլ-առևտրի հնարավորությունը ի շահ տնտեսության զարգացման այդ ծրագրում բաց է մնացել, չեն սահմանվել ՀՀ-ում էլ-առևտրի և առավել կարևոր և լայն էլ-բիզնեսի նպատակները և այդ ճանապարհով լուծվելիք խնդիրները, դրանց համար պահանջվող ռեսուրսային ապահովման խնդիրները, դրանց իրագործման ու արդյունավետության գնահատման կառուցակարգերը:

ՀՀ-ում էլ-առևտրի ոլորտում հարկ է առանձ-

նացնել հետևյալ կարևոր միտումները.

ա) էլ-առևտրի նոր հարթակների աստիճանական ստեղծման գործընթացը,

բ) ավանդական առևտրի սուբյեկտների կողմից էլ-առևտրի դաշտ ներխուժելու որոշակի փորձերը,

գ) էլ-առևտրի և ծառայությունների վճարային նոր համակարգերի ստեղծումը, որոնք ունակ են մրցակցել բանկերի հետ,

դ) ոլորտի բնույթով չեզոք և բավարար մակարդակի պետական կարգավորումը, ի տարբերություն ոլորտի առաջատար երկրների (ԱՄՆ, Չինաստան) որտեղ ոլորտի օրենսդրական կանոնակարգումները չեզոք չեն, այլ ծառայեցվում են ազգային տնտեսության շահերին:

Ի մի բերելով էլ-առևտրի զարգացումները ՀՀ-ում, դրա վրա պրոեկցիա կատարելով մաև միջազգային պրակտիկայում խնդրո առարկայի առկա խնդիրները՝ կարող ենք փաստել, թե ինչքանով են ՀՀ-ում բիզնեսը և հատկապես ՓՄՁ-ները պատրաստ յուրացնել և մասշտաբացնել էլ-բիզնեսի համակարգը: ՀՀ-ում ՓՄՁ-ների մոտ էլ-բիզնեսի հիմնական խոչընդոտների մեջ հարկ է շեշտել հետևյալ խնդիրները.

• Արևմտյան երկրների և անգամ Եվրասիական միության և տարածաշրջանային երկրների համեմատ ՀՀ-ում առկա է տեղեկատվական ենթկառուցվածքների ոչ բավարար մակարդակը, արագ ինտերնետի հասանելիության խնդիրը, միևնույն ժամանակ՝ համակարգչային գրագիտության և SՀS-ի մակարդակը կարելի է գնահատել բավարար:

• Ներկա պահին արտահանման և ներմուծման կառուցվածքում էլ-առևտրի փաստացի փոքր չափերով պայմանավորված՝ այն դեռևս իրական ազդեցություն չունի երկրի արտաքին առևտրի վրա:

• Փորձագիտական գնահատմամբ ինտերնետ առևտուրը և գուտ ներմուծումը ունեն որոշակի կայուն աճի միտում:

• Վերջին տարիների ցածր տնտեսական աճի պայմաններում ՀՀ բյուջեն զգալիորեն է որոշակի մաքսային մուտքերի կրճատումների նկատմամբ, ուստի էլ-առևտրի ֆիսկալ խրախուսման հնարավորությունները խիստ սահմանափակ են:

• Ապրանքների ու ծառայությունները ներքին շուկայի թափանցիկության և մրցունակության բարձրացման ավելացումը, այդ թվում՝ ինտերնետի միջոցով արտերկրի ապրանքների ծառայությունների մատակարարումը հիմնականում խոցելի է ներքին արտադրողների համար:

• ՀՀ-ում հարկային ցածր կարգապահությունը և կապիտալի արտահանման չարտոնված զգալի արտահոսքը, էլ-առևտրի առանձնահատկություն-

ների ֆոնի վրա կարող են նպաստել ֆինանսական ոլորտի չարաշահումներին և հանցագործությունների աճին:

- Ինտերնետ ծառայությունների շուկայում անբավարար մրցունակությունը պահանջում է միջազգային իրավական ոչ խտրական երաշխիքներ միջազգային կիբեր տարածությանն ծառայություններից օգտվելու համար:

- Էլ-առևտուրը կարող է խորացնել երկրի ինտեգրումը համաշխարհային տնտեսությանը և նպաստել արդի առաջադեմ տեխնոլոգիաների ներկրման ընդլայնումը, որը իր հերթին կնպաստի տնտեսության վերակառուցմանը:

ՀՀ-ում ՓՄՁ-ների մոտ առկա է.

- էլ-բիզնեսի մոտեցումների, հայեցակարգի և գործիքակազմի վերաբերյալ գիտելիքների և հմտությունների անբավարար վիճակը:

- Պահանջված է մնում արտահանման ապրանքային կառուցվածքի բարելավումը, որին կարող է էապես նպաստել ՓՄՁ-ների ակտիվ ներգրավումը էլ-առևտրի մեջ:

- Էլ-բիզնեսի համար պահանջվող տեխնիկական լուծումները նախաձեռնելու առումով համարժեք ռազմավարական պլանավորման համակարգի բացակայությունը: Գործարար հմտությունների, կառավարման գիտելիքների, իրավական հարցերի որոշակի պակասը կամ բացակայությունը:

- Սեփական կապիտալի և անհրաժեշտ ներդրումային միջոցների անբավարարությունը: Ռիսկերի դիմակայության փոքր ռեզերվները, ծավալային մեծ վաճառքների սահմանափակ հնարավորությունները:

- Էլ-բիզնեսի տեխնոլոգիաների վերաբերյալ

իրագրելության պակասը, անձնակազմի անբավարար մասնագիտական կարողություններն ու ՏՀՏ տեխնոլոգիաների կիրառության փորձը: ՓՄՁ-ները հաճախ չունեն պահանջված մարդկային և տեխնոլոգիական ռեսուրսներ ՏՀՏ օգտագործման համար:

- Բնորոշ է մեծ կախվածությունը սեփականատեր կառավարիչի դիրքորոշումից, իսկ վերջիններիս կառավարչական գիտելիքների և հմտությունների պակասը կարող է լուրջ խոչընդոտ հանդիսանալ ՓՄՁ-ների համար ինովացիոն գաղափարների, այդ թվում՝ էլ-բիզնեսի օգուտները ընկալելու և այն ներդնելու համար:

- Էլ-բիզնեսի վերաբերյալ ուսուցման և վերապատրաստման անբավարար վիճակը, որը նպաստում է էլ-բիզնեսի նկատմամբ ներքին դիմադրությանն ու անորոշություններին:

- Չեն կարող իրենց թույլ տալ հավաքագրել և վճարել բարձր աշխատավարձ ՏՀՏ անձնակազմին, այդ մասնագետները սովորաբար աշխատում են խոշոր ընկերություններում:

- Իրենց հարմարավետ են զգում ավանդական բիզնեսում և նախաձեռնությունների պակաս ունեն ռիսկ վերցնելու ՏՀՏ ներդրումներում:

- Որպես կանոն ՏՀՏ տեխնոլոգիաները օգտագործում են կառավարման կազմակերպչական որոշակի սահմանափակ խնդիրների լուծման համար և խուսափում են էլ-բիզնեսի համար բարդ ծրագրային ապահովման համակարգերի ներդրումից:

¹ Շաուրմա և հագուստ Ինտերնետով <http://hetq.am/arm/print/9494/>

² UNCTAD B2C E-COMMERCE INDEX 2016, UNCTAD Technical Notes on ICT for Development N?7, http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d07_en.pdf

³ Երևանցիների միայն 4%-ն է առցանց գնումներ կատարում ՀՀ խանութներից, 17.12.2015 <http://www.banks.am/am/news/retail/11590/>

⁴ Գծապատկերը կառուցվել է հիմնվելով «Միջազգային առևտրի ինտեգրված լուծումներ»-ի տվյալների վրա (World Integrated Trade Solution), E-Trade Indicators, <http://wits.worldbank.org/analyticaldata/e-trade/country/LUX>

⁵ Գծապատկերը կառուցվել է հիմնվելով «Միջազգային առևտրի ինտեգրված լուծումներ»-ի տվյալների վրա (World Integrated Trade Solution, E-Trade Indicators), <http://wits.worldbank.org/analyticaldata/e-trade/country/LUX>

⁶ «Էլեկտրոնային փաստաթղթերի և էլեկտրոնային թվային ստորագրության մասին» ՀՀ օրենքը, www.arlis.am

⁷ ՀՀ Քաղաքացիական օրենսգիրք, www.arlis.am

⁸ «Առևտրի և ծառայությունների մասին» ՀՀ օրենքը, <http://www.arlis.am/>

⁹ «Հսկիչ-դրամարկղային մեքենաների կիրառման մասին» ՀՀ օրենք, www.arlis.am

¹⁰ «Սպառողների իրավունքների պաշտպանության մասին» ՀՀ օրենք, www.arlis.am

¹¹ ՀՀ քրեական օրենսգիրք, www.arlis.am

¹² Հայաստանի Հանրապետությունում էլեկտրոնային առևտրի զարգացման, ցանցային պատրաստվածության եվ տեխնիկական հագեցվածության ծրագրին եվ ծրագրի իրականացման միջոցառումների ժամանակացույցին հավանություն տալու մասին, 19 սեպտեմբերի 2013 թվականի N 37, <http://www.arlis.am/>

Арман Навасардян

Соискатель кафедры экономики и управления
Европейской региональной образовательной академии

РЕЗЮМЕ

Тенденции развития электронного бизнеса в РА

В статье представлены основные тенденции развития электронной торговли в РА. Для целостной оценки среды и состояния самой электронной коммерции принято во внимание оценка системы «Интегрированные решения в международной торговле» (World Integrated Trade Solution). В ней электронная коммерция оценивается системой тридцати характеризующих показателей, которые сгруппированы в семи группах. В индустрии электронной коммерции РА выявлены следующие основные тенденции: а) постепенное создание новых платформ электронной коммерции, б) попытки вторжения в область электронной коммерции субъектов традиционной торговли, г) создание новых платежных систем услуг для обслуживания электронной коммерции, которые способны конкурировать с банками, д) нейтральный характер и достаточный уровень государственного регулирования области электронной коммерции. Подводя итоги развития электронной коммерции в РА, и проецируя проблемы присущие ей в международной практике раскрыты основные препятствия электронной коммерции особенно для малого и среднего бизнеса РА.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронный бизнес, законодательство электронной коммерции, оценка готовности к электронной коммерции.

Arman Navasardyan

Applicant of the Chair of Economy and Management
of the European Regional Educational Academy

SUMMARY

Tendencies of e-commerce development in RA

The article presents main tendencies of development e-commerce in RA. For a holistic assessment of the environment and e-commerce itself, is taken into account the evaluation of the «Worldwide Integrated Trade Solution» on e-commerce. That system is evaluated e-commerce by thirty characteristic indicators, which are grouped in seven groups. Within e-commerce industry of the RA identified the following main trends: a) the gradual creation of new e-commerce platforms, b) certain attempts by traditional trade entities to invade into the e-commerce field, c) the creation of new payment systems for e-commerce services that are able to compete with banks, d) a neutral character and sufficient level of state regulation of the area of electronic commerce. Summing up the results of the development of e-commerce in the RA and projecting the issues inherent for that in international practice, is revealed the main obstacles to e-commerce especially for small and medium business of the RA.

Keywords: e-commerce, e-business, e-commerce legislation, e-commerce readiness assessment.