



ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ
ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ
ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ
ՀԱՄԱՐԱԿԵՆՏՐ



**ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ
ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ.
21-րդ դարի մարտահրավերներ
և հնարավորություններ**

**DEVELOPMENT OF ECONOMY AND SOCIETY:
Challenges and Opportunities of 21st Century**

**РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ И ОБЩЕСТВА:
ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ 21-ого века**

ՀՊՏՀ 27-ՐԴ ԳԻՏԱԺՈՂՈՎ

2017 թ., նոյեմբերի 22-24

Երևան 2018

ՀՏԴ 330:06
ԳՄԴ 65
Տ 778

Հրատարակվում է
ՀՊՏՀ գիտական խորհրդի որոշմամբ

Խմբագրական խորհրդի նախագահ՝

ԿՈՐՅՈՒՆ ԱԹՈՅԱՆ

ՀՊՏՀ ռեկտոր, Կ.գ.դ., պրոֆեսոր

Խմբագրական խորհուրդ՝

- ԴԻԱՆԱ ԳԱԼՈՅԱՆ** - ՀՊՏՀ միջազգային տնտեսական հարաբերությունների ամբիոնի վարիչ, Կ.գ.դ., դոցենտ
- ՍՈՒՐԵՆ ԳԵՎՈՐԳՅԱՆ** - ՀՊՏՀ բնօգտագործման տնտեսագիտության ամբիոնի վարիչ, Կ.գ.դ., պրոֆեսոր
- ԱՇՈՏ ՄԱԹԵՎՈՍՅԱՆ** - ՀՊՏՀ հաշվապահական հաշվառման և աուդիտի ֆակուլտետի դեկան, Կ.գ.դ., պրոֆեսոր
- ԽՈՐԵՆ ՄԽԻԹԱՐՅԱՆ** - ՀՊՏՀ գիտության և ասպիրանտուրայի բաժնի պետ, Կ.գ.թ., դոցենտ
- ԱՇՈՏ ՍԱԼԵԱԶԱՐՅԱՆ** - ՀՊՏՀ ֆինանսների ամբիոնի վարիչ, Կ.գ.դ., պրոֆեսոր
- ՎԱՐԴԱՆ ՍԱՐԳՍՅԱՆ** - ՀՊՏՀ տնտես. ինֆորմ. և տեղեկ. համակ. ամբիոնի վարիչ, Կ.գ.դ., պրոֆեսոր
- ՅՈՒՐԻ ՍՈՒՎԱՐՅԱՆ** - ՀՊՏՀ կառավարման ամբիոնի վարիչ, ՀՀ ԳԱԱ ակադ., Կ.գ.դ., պրոֆեսոր
- ԳԱԳԻԿ ՎԱՐԴԱՆՅԱՆ** - ՀՊՏՀ պրոռեկտոր, Կ.գ.դ., պրոֆեսոր

ՏՆՏԵՍՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ՀԱՍԱՐԱԿՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՈՒՄ. 21-րդ դարի մարտահրավերներ և
Տ 778 հնարավորություններ: ՀՊՏՀ 27-րդ գիտաժողովի նյութեր / ՀՊՏՀ: - Եր.: Տնտեսագետ,
2018, 780 էջ:

ՀՏԴ 330:06
ԳՄԴ 65

ISBN 978-9939-61-177-8

© «Տնտեսագետ» հրատարակչություն, 2018 թ.

ՈՂՋՈՒՅՆԻ ԽՈՍՔ

Գիտաժողովի հարգելի՛ մասնակիցներ,

շնորհավորում եմ բոլորիս Հայաստանի պետական տնտեսագիտական համալսարանի 27-րդ գիտաժողովի բացման առթիվ և ցանկանում եմ շնորհակալություն հայտնել գիտաժողովի բոլոր մասնակիցներին, ովքեր հեղափոխություն են ցուցաբերել տնտեսության և հասարակության զարգացմանն առնչվող հրապարակապ հարցերի նկատմամբ:

Մեր համալսարանի տարեկան գիտաժողովները գեղեցիկ ավանդույթ են դարձել, բայց ես ուրախությամբ եմ նշում, որ դրանց կողքին այսօր առկա են մեր համալսարանի գիտական գործունեությունն արտացոլող այլ ձևաչափեր նույնպես: Հպարտությամբ եմ նշում, որ հեղափոխական համալսարան դառնալու և մեր պետության տնտեսական կյանքին մասնագիտական մասնակցություն ունենալու իմ տեսլականը կամաց-կամաց կյանքի է կոչվում: Համալսարանի «Ամբերդ» հեղափոխական կենտրոնի գործունեությունն այսօր տալիս է նշանակալի արդյունքներ. այսօրեղ ոչ միայն իրականացվում են հանրապետության տնտեսական արդիական հիմնախնդիրների վերաբերյալ հեղափոխություններ, այլև կենտրոնի աշխատակիցները բուհի դասախոսական կազմի ներկայացուցիչների հետ, որպես փորձագետներ, հանդես են գալիս համապետական քննարկումներում:

Մինչ տարեկան գիտաժողովի կազմակերպումը գիտական սեմինարների ձևաչափերով հանդես եկան մեր ամբիոնները՝ շնորհանդեսներով ներկայացնելով իրենց ուսումնասիրության առանցքում առկա թեմաները: Այս ուսումնական տարվանից տրվեց գիտաուսումնական լաբորատորիաների մեկնարկը, ինչը գիտական դրամաշնորհներ, գիտաուսումնական խմբեր և գիտահեղափոխական կյանքի աշխուժացմանը միտված այլ ձևաչափեր ներդնելու մեր մոտեցումների հրաշալի շարունակությունն է:

Համալսարանի տարեկան գիտաժողովը ես հատկապես կարևորում եմ ակնկալիքով, որ այն պետք է վեր հանի մեր հավաքական գիտական ներուժը, ցույց տա համալսարանում գիտական կյանքի որակական փոփոխությունը և դառնա հեղափոխ գործունեության յուրօրինակ ուղենիշ: Այս գիտաժողովի հիմքում տնտեսության և հասարակության զարգացման հարցերն են, որոնք ի ցույց են դնում մեր դարաշրջանի մարտահրավերներն ու հնարավորությունները: Իսկապես, սրանք այնքան փոխկապակցված և կարևոր հարցեր են, որոնք չպետք է անտարբեր թողնեն տնտեսագետներին, չէ՞ որ չի կարող լինել հասարակական զարգացման որևէ մակարդակ՝ առանց կենսունակ տնտեսության:

Հուսով եմ, որ գիտաժողովը՝ իր բաժանմունքներով և կլոր սեղաններով, հնարավորություն կտա մասնագետներին ներկայացնելու իրենց մոտեցումները, բացահայտելու գիտաժողովի խորագրում արտացոլված թեման՝ իր բոլոր շերտերով և նրբություններով: Այնպես որ, արգասաբեր և աշխույժ աշխատանք եմ մատչում Ձեզ:

Շնորհակալ եմ ուշադրության համար:

ԿՈՐՅՈՒՆ ԱԹՅԱՆ
ՀՊՏՀ ռեկտոր, պրոֆեսոր

ՄՊԱՐՏԱԿ ՍԱՐԱՏԻԿՅԱԼ

Տեխնիկական գիտությունների թեկնածու,
դոցենտ, ՀՊՏՀ

ԱՊՐԱՆՔԱԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՓԻԼԻՍՈՓԱՅԱԿԱՆ ԸՆԿԱԼՈՒՄՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ

Հիմնաբառեր. փիլիսոփայություն, փիլիսոփայության օրենքներ, ապրանքագիտություն, ապրանքների սպառողական արժեք, որակ, քանակ, տեսականի, նորաձևություն, փիլիսոփայական օրենքների դրսևորում ապրանքագիտության մեջ

Հիմնավորվում է փիլիսոփայական գիտելիքների դերի բարձրացումը և ժամանակակից ապրանքագիտության մեջ դրանց գործադրման անհրաժեշտությունը: Ներկայացվում են ապրանքագիտության հիմնական կատեգորիաների, հասկացությունների մեջ փիլիսոփայության օրենքների դրսևորման օրինակներ:

Ինչպես հայտնի է, ապրանքագիտությունը գիտություն է ապրանքների մասին, որն ուսումնասիրում է ապրանքների սպառողական արժեքը: Չնայած այն բանին, որ պատճառնապես ապրանքագիտության, որպես գիտության հատուկ բնագավառի, ծնունդը վերագրվում է 16-րդ դարի սկզբին, սակայն ապրանքագիտական գիտելիքների ձևավորումը ըստ էության սկսվել է մարդու, որպես բանական էակի ձևավորման հետ միասին: Երբ մարդը սկսել է շփվել նյութական աշխարհի հետ և այն հարմարեցնել իրեն, պատրաստել առաջին պարզագույն իրերն ու առարկաները, արդեն իսկ նա ստեղծել և «գնահատել է» դրանց սպառողական արժեքը: Հետևաբար, ապրանքագիտության, որպես ապրանքի սպառողական արժեքն ուսումնասիրող գիտության, վերը նշված, և ժամանակակից լայն տարածում ստացած, ձևակերպման մեջ արդարացիորեն շեշտադրված է հենց սպառողական արժեքը, որը բնորոշ է ոչ միայն ապրանքին, այլ նաև իրերին, առարկաներին, և, ընդհանրապես, բնության բարիքներին:

Ուսումնասիրելով ապրանքի սպառողական արժեքը, ապրանքագիտությունն այս կամ այն չափով առնչվում է մարդկային գործունեության բոլոր ոլորտների հետ: Որպես գիտակարգ, այն լայնորեն հենվում է բնական, տեխնիկական, հասարակական գիտությունների տարբեր բնագավառների, այդ թվում՝ փիլիսոփայական գիտելիքների վրա: Սակայն փիլիսոփայության և ապրանքագիտության միջև առնչությունների անբավարար լուսաբանվածության հետևանքով ինչպես կենցաղային, այնպես էլ ուսումնակրթական և գիտական մակարդակներում հաճախ նվազարկվում, երբեմն նաև անտեսվում են այդ առնչությունները՝ «Ապրանքագետն ուր, փիլիսոփայությունն ուր»:

Փիլիսոփայության և ապրանքագիտության փոխադարձ կապի և փոխազդեցության ուսումնասիրման գործնական նշանակությունը, կարծում ենք, պայմանավորված է առնվազն երկու կարևոր հանգամանքով կամ խնդիրներով.

- մի կողմից, ապրանքի սպառողական արժեքի նպատակաուղղված ուսումնասիրման, ձևավորման ու իրացման գործընթացներում փիլիսոփայության հիմնական օրենքների իմացության և կիրառման անհրաժեշտությամբ,
 - մյուս կողմից, հասարակական գիտակցության և աշխարհընկալման, ժամանակակից արժեհամակարգերի ձևավորման վրա ապրանքագիտական գիտելիքների ու փորձի ազդեցությունը հաշվի առնելու անհրաժեշտությամբ
- Նշված խնդիրների լուծումը, համապատասխանաբար, ենթադրում է.
- ապրանքագիտության մեջ փիլիսոփայության դերի բացահայտում, դրա հիմնական օրենքների դրսևորումների վերհանում,
 - փիլիսոփայական մտքի զարգացման և փիլիսոփայության հիմնական օրենքների ձևակերպման մեջ ապրանքագիտության դերի բացահայտում:

Այս հողվածում կփորձենք որպես զուտ տեղեկատվություն ներկայացնել ապրանքագիտության մեջ փիլիսոփայության դերի, դրա օրենքների դրսևորման ընդամենը մի քանի մասնակի դեպքեր:

Ամենից առաջ հարկ է նշել, որ փիլիսոփայության և ապրանքագիտության փոխադարձ կապը և փոխազդեցությունը առկա են ապրանքի կենսացիկլի բոլոր փուլերում /նախագծում, արտադրություն, շրջանառություն, սպառում, օգտահանում/: Դրանք դրսևորվում են մարդու՝ իր և շրջակա միջավայրի, մասնավորապես, նյութական աշխարհի, և, հատկապես աշխատանքի արդյունքների /ապրանքների/ նկատմամբ վերաբերմունքի, վարքի մեջ: Կենցաղում այդ կապը ամենուրեք է, բազմաբնույթ և այնքան օրգանական, որ հաճախ դժվար է իրերի, երևույթների, այդ թվում՝ ապրանքների աշխարհում տարանջատել փիլիսոփայականն ու ապրանքագիտականը: Սակայն, օգտվելով գիտությունների տարբերակման ընդունված չափանիշներից /ուսումնասիրման առարկան, շրջանակները, հասկացությունները, մեթոդները և այլն/, կարելի է նշել ապրանքագիտության մեջ փիլիսոփայության դերի, դրա հիմնական օրենքների դրսևորման մի քանի օրինակներ:

Նախ, փիլիսոփայությունը հանդիսանում է ապրանքագիտության մեջ գիտական ճանաչողության մեթոդաբանական հիմքը, որը թույլ է տալիս հասկանալու վերջինիս կատեգորիաների /հասկացությունների/ էությունը, բացահայտելու դրանց, ինչպես նաև առանձին երևույթների ու դեպքերի դրսևորման օրինաչափությունները և հակասականությունները: Այսպես.

1. Ապրանքների սպառողական արժեքը դրսևորվում է դրանց ոչ միայն որակի, այլ նաև քանակի ու տեսականու մեջ: Հայտնի է, որ որակի՝ որպես պահանջներին ապրանքի առկա հատկությունների համապատասխանության աստիճանի, գնահատումը ենթադրում է նաև տեսականու բազմազանություն: Բացի այդ, հայտնի է նաև, որ ապրանքի որակի բարձրացումը, ըստ էության հավասարազոր է քանակի ավելացման:

Հետևաբար, սպառողական արժեքի մեջ ապրանքների որակի, քանակի և տեսականու այս օրգանական կապը կարող ենք դիտել որպես իրի, առարկայի որակական և քանակական որոշակիության փիլիսոփայական դրույթի դրսևորում: Ինչպես գերմանացի հայտնի փիլիսոփա Հեգելն է ժամանակին նշել. «Որակը առաջին հերթին կեցության հետ

նույնականության որոշակիություն է, այնպես որ, երբ ինչ-որ բան կորցնում է իր որակը, ապա այն դադարում է գոյություն ունենալ որպես այդպիսին»:

2. Ապրանքների սպառողական արժեքը ստեղծվում է որոշակի սահմանափակ տարբերակներով, «միջին վիճակագրական սպառողի» կամ սպառողների որոշակի խմբերի հաշվարկով, սակայն իրացվում է իրականում առավել տարողունակ, բազմազան և բազմաբնույթ պահանջմունքներ ունեցող սպառողների կողմից: Այլ խոսքով, առկա է մշտական անհամապատասխանություն սպառողական արժեքների արտադրության զանգվածային բնույթի և դրանց օգտագործման անհատական բնույթի միջև, ինչը՝ ապրանքների սպառողական հատկությունների կատարելագործման, որակի բարձրացման, տեսականու ընդլայնման մշտական խթան է հանդիսանում: Այս դեպքում, կարծում ենք առկա է հակադրությունների միասնության և պայքարի փիլիսոփայական օրենքի դրսևորումը,

3. Նորածնությունը, որպես տվյալ հասարակության մեջ այս կամ այն ճաշակի ժամանակավոր գերիշխանություն, հաստատվում է՝ ապրանքի սպառողական հատկությունների քանակական փոփոխությունների կամ որակական ձևափոխությունների հետևանքով. օրինակ հագուստի քանակական չափերի՝ /կարճ, միջին, երկար/ հերթագայման կամ որակապես նոր հումքատեսակի, մոդելի կիրառման շնորհիվ: Հետևաբար, նորածնության մեջ դրսևորվում է քանակական փոփոխություններից որակականին /և հակառակը/ անցման փիլիսոփայական դրույթը,

4. Միտված լինելով մարդկանց, հասարակության հարաճուն պահանջմունքների բավարարմանը, արտադրության մեջ տեղի է ունենում արտադրանքների /ապրանքների/ կառուցվածքի, սպառողական հատկությունների և տեսականու մշտական կատարելագործում, հնի որոշակի տարրերի պահպանմամբ նորի ստեղծում, ինչը՝ բացասման բացասումի օրենքի դրսևորման օրինակ է:

5. Մի կողմից, թողարկվող ապրանքների հատկությունների անընդհատ բարելավումը, մյուս կողմից, սկզբունքորեն նոր հատկություններով ապրանքների ստեղծումը, ինչն արմատական փոփոխություններ է առաջացնում համապատասխան շուկայում, կարելի է ընդունել որպես աստիճանական և թռիչքային զարգացման /հայտնի է նաև էվոլյուցիա և ռևոլյուցիա անվանմամբ/ փիլիսոփայական օրենքի դրսևորման օրինակ և այլն:

Երկրորդ, որպես համալրային գիտակարգ, ապրանքագիտությունը հիմնվում է ճանաչման դիալեկտիկական մեթոդի վրա, որն օբյեկտները, տվյալ դեպքում՝ ապրանքների սպառողական արժեքի ձևավորման, փոփոխման և պահպանման գործընթացները դիտարկում և ուսումնասիրում է որպես զարգացող համակարգ:

Ապրանքի համակարգային հետազոտությունը թույլ է տալիս բացահայտել դրա ամբողջականությունը, վեր հանել կապերի տիպերի բազմազանությունը և համակցել դրանք միասնական ամբողջական պատկերի մեջ: Համակարգային մեթոդի առավելությունն այն է, որ նման մոտեցումը չի գործում խիստ գիտական համադրույթի տեսքով, այլ կատարում է ճանաչողական դեր և չի բացառում կոնկրետ հետազոտությունների համապատասխան կողմնորոշվածությունը: Դրա շնորհիվ, ապրանքագիտության մեջ հետազոտման ավան-

դական մեթոդների փոխարեն առավել լայն տարածում են ստացել փորձնական կրման, համատեսի, փորձի պլանավորման մեթոդները:

Երրորդ, ապրանքագիտության մեջ ապրանքների սպառողական հատկությունների, որակի, դասակարգման, տեսականու, և այլ հետազոտություններում լայնորեն օգտվում են փիլիսոփայական հենքի վրա մշակված բազմաթիվ գիտական հնարքներից և սկզբունքներից, ինչպիսիք են գիտական վերացարկումը, վերլուծությունը և համադրումը, քանակական և որակական վերլուծությունը, արտածումը և ներածումը, տրամաբանականի և պատմականի միասնությունը, փորձարկման մեթոդը, հասարակական պրակտիկայի տեսության ստուգումը և այլն, որոնք իրենց հերթին բաժանվում են բազմաթիվ տարատեսակների:

Բնականաբար, ապրանքագիտության մեջ փիլիսոփայության դերը, այսքանով չի սահմանափակվում:

Ինչ վերաբերում է փիլիսոփայության մեջ ապրանքագիտության դերին, ապա այն բացահայտելու համար կարծում ենք, հարկ կլինի իրականացնել առավել խոր և համակողմանի հետազոտություններ, առայժմ կարող ենք արձանագրել միայն հետևյալը. հաշվի առնելով այն հանգամանքը, որ ապրանքագիտությունը հանդիսանում է, նախ, նյութական աշխարհի վերաբերյալ մարդու վաղ նախնական պատկերացումների, և ապա հետագայում, ապրանքի մասին համակարգված գիտելիքների ամբողջություն, կարելի է ենթադրել, որ այն, իր հերթին, նպաստել է մարդու աշխարհընկալման, ճանաչողության, փիլիսոփայական մտքի ձևավորմանը և զարգացմանը, այդ թվում՝ հիմնական կատեգորիաների, օրենքների ձևակերպմանը:

СПАРТАК САРАТИКЯН

О ФИЛОСОФСКОМ ОБОСНОВАНИИ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

Ключевые слова: философия, философские законы, товароведение, потребительная стоимость, качество, количество, ассортимент товаров, мода, проявления философских законов в товароведении.

Обосновываются повышение роли философских знаний и необходимость их применения в современном товароведении. Приводятся примеры проявления философских законов в основных категориях и понятиях товароведении.

SPARTAK SARATIKYAN

ON THE PHILOSOPHICAL JUSTIFICATION OF MODERN MERCHANDISING /SCIENCE IN GOOD/

Key words: philosophy, philosophical laws, merchandising, science in good, commodity's use value, commodity

quality, quantity, assortment, mode, the manifestation of philosophical laws in commodity science .

The rising role and necessity of application of philosophical knowledges in modern merchandising /science in good/ are substantiated. It also provides examples of the philosophical laws in the basic categories and concepts of merchandising.

ՉՈՅԱ ԱՏԵՓԱՆՅԱՆ

Դասախոս, ՀՊՏՀ

ՀԱՅԿԱԿԱՆ ԼԵՌՆԱՇԽԱՐՀԸ ՈՐՊԵՍ ՀՆԴԵՎՐՈՊԱԿԱՆ ԼԵՁՎԻ ՀԱՅՐԵՆԻՔ

«Հայ ազգն իսկապես յուրահատուկ է: Հայերն ունեն իրենց սեփական լեզուն, որը բոլորովին փարբեր է հնդեվրոպական խմբի բոլոր մյուս լեզուներից, որը որևէ այլ լեզվի ճյուղ չէ»:

ԱՆՏՈՒԱՆ ՄԵՅԵ

Հիմնաբառեր. լեզու, հայրենիք, լեզվաբաններ, լեզվաբանություն, լազվաբանությանիք, փիլիսոփայություն

Չնայած հնդեվրոպացիների նախահայրենիքի՝ Եվրոպայում գտնվելու տեսակետի բացարձակ գերիշխանությանը, զգալի թվով գիտնականներ ժամանակ առ ժամանակ վերադարձել են հնդեվրոպացիների նախահայրենիքի՝ Առաջավոր Ասիայում գտնվելու տեսակետին:

Եվրոպան որպես հնդեվրոպական լեզվի հայրենիք վարկածի հիմքերը խարխվեցին հատկապես այն ժամանակ, երբ հետազոտությունները ցույց տվեցին, որ հնդեվրոպական լեզուն կրողների սկզբնական բնակավայրը՝ հայրենիքը, եղել է լեռնային երկիր՝ իր բոլոր հատկություններով, ինչը բնավ չի համապատասխանում եվրոպական այն տարածքին, որ փորձում էին ներկայացնել իբրև այդ լեզվի ծագման վայր:

Իրոք, հազարամյակների խորքն է գնում հնդեվրոպական մայր ժողովրդի ու լեզվի գոյության ժամանկաշրջանը: Իսկ ե՞րբ է սկսվել տրոհումը: Որոշ գիտնականների կարծիքով ամենավաղ տրոհումը պետք է սկսած լինի մ.թ.ա. VI-V հազարամյակներում, ոմանց կարծիքով՝ IV հազարամյակում: Ուրեմն՝ հայոց լեզվի և հայերի ծագումը պետք է վերաբերի մ.թ.ա. VI-IV հազարամյակներին, այսինքն՝ մեզանից 5-6 հազար տարի առաջ:

Հնդեվրոպական լեզվի հայրենիքի փնտրտուքների արդյունքում Արևմուտքի գիտնականներից ոմանք այն իբր գտան Բալթիկ և Սև ծովերի միջև ընկած տարածքներում: