

ԳՐԻԳՐ ԴԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ

տնտեսագիտության թեկնածու,
ԵՊՀ միջազգային տնտեսական
հարաբերությունների ամբիոնի դոցենտ
Էլ. փոստ՝ grigor.hayrapetyan@yahoo.com

ՎԻԿՏՈՐԻԱ ԴԱՅՐԱՊԵՏՅԱՆ

տնտեսագիտության թեկնածու,
ՀՈ(Ս)Հ տնտեսության և ֆինանսների
ամբիոնի ավագ դասախոս
Էլ. փոստ՝ hayrapetyanv@rambler.ru

**ՏԵՔՍԻԼ ԵՎ ՀԱԳՈՒՄՏԻ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
ՀԻՄՆԱԽՆԴԻՐՆԵՐԸ ՀՀ-ՈՒՄ**

Թեթև արդյունաբերությունը համարվում է Հայաստանի ամենահին ոլորտներից մեկը: Խորհրդային միության տարիներին Հայաստանը համարվում էր հագուստի խոշորագույն մատակարարներից մեկը, իսկ տեքստիլ արդյունաբերությունը ապահովում էր ամենաշատ աշխատատեղերը: Տեքստիլ արդյունաբերության ոլորտում ներգրավված էին ավելի քան 115000 աշխատող, որը կազմում էր այդ ժամանակ ամբողջ աշխատուժի 25-30%¹: Խորհրդային միության փլուզումից հետո, ձեռնարկությունների մեծ մասը զգալի կրճատեցին իրենց արտադրության ծավալները: Արտադրության ծավալների կրճատումը կապված էր բազմաթիվ գործոնների հետ, դրանցից հատկապես առավել ազդեցիկներն էին հումքի ձեռքբերման հետ կապված դժվարությունները, նախկին իրացման շուկաների հետ կապերի խզումը և նոր շուկաներ մուտք գործելու դժվարությունները: Լուրջ հիմնախնդիր էր միջազգային շուկայում մրցակցությանը դիմակայելը: Արդյունքում այս ոլորտի ձեռնարկությունները աշխատում էին օգտագործելով իրենց արտադրական հզորությունների միջինում 25-30%:

Հայաստանի թեթև արդյունաբերությունը բաղկացած է 3 հիմնական ոլորտներից՝ հագուստի արտադրություն (72%), կաշի կաշվից իրեր և կոշիկի արտադրություն (22%), տեքստիլի արտադրություն (6%): Հագուստի արտադրությունը բավականին մեծ ներուժ ունի արագ զարգանալու համար: Այսպես, հագուստի արտադրության ոլորտում գործող ընկերություններն իրենց արտադրանքի մինչև 100% արտահանում են, իսկ արտահանման հիմնական երկրներն են ԱՄՆ, Կանադա, Եվրոպա և ԱՊՀ երկրներ²: Ներկայումս այս ոլորտի ձեռնարկությունները սկսել են աշխատել եվրոպական և ամերիկյան գործընկերների հետ, իսկ այդ համագործակցության հիմքում ընկած են հայկական սփյուռքի կապերը և ջանքերը: Այստեղ հարկ է նշել, որ արտահանման հիմնական շուկան հանդիսանում է ԱՊՀ երկրները (հիմնականում Ռուսաստան), չնայած որ որոշ ընկերություններ,

¹ Textile and Apparel Industry in Armenia / Armenian Development Agency, 2012.

² Araksya Grigoryan, "Armenian Textile and clothing industry today and ways of development" Armenia Finance and Economy Journal, #6(144), 2012 - http://www.fineco.am/pdfs/Araksya_Grigoryan.pdf

երբեմն, իրականացնում են արտահանում ԱՄՆ, Կանադա, Գերմանիա և Իտալիա: Այսինքն, եթե դեպի ԱՊՀ երկրներ տեղի ունի պարբերաբար արտահանում, ապա նույնը չենք կարող ասել նյութերի համար: Մյուս կողմից, տեքստիլ և հագուստի ոլորտը բավականին աշխատատար ոլորտ է, որը ստեղծում է աշխատատեղեր ոչ բարձր որակավորում ունեցող և սովորաբար համեմատաբար էժան աշխատուժի համար: Ավելին, եթե հաշվի առնենք այն հանգամանքը, որ այս ոլորտում հիմնականում աշխատում են կանայք, ապա այս ոլորտի զարգացումը լուրջ սոցիալական խնդիրներ կարող է լուծել Հայաստանի համար:

Համաձայն ՀՀ 2012-2025 թթ. հեռանկարային զարգացման ռազմավարական ծրագրի արդյունաբերության առավել բարձր ներուժ ունեցող ճյուղերում, որտեղ նաև մտնում է թեթև արդյունաբերությունը, աշխատատեղերի ստեղծումը կիրականացվի հիմնականում մասնավոր հատվածի միջոցներով, իսկ պետության դերը կհանգի փոխառու ֆինանսական ռեսուրսների գնի իջեցմանը բերող քաղաքականության իրականացմանը, արտադրության և արտադրանքի որակի ապահովման և սերտիֆիկացման օժանդակությանը, արտադրության համար անհրաժեշտ նյութերի և սարքավորումների ներմուծման գործընթացների էական պարզեցմանը և այլն¹: Ռազմավարական ծրագրի մեջ նաև նշվում է, որ թեթև արդյունաբերությանը համապատասխան քաղաքականության դեպքում ունի էական ներմուծման փոխարինման ներուժ²:

Աղյուսակ 1

Արդյունաբերական արտադրանքի ծավալն ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների (մլն. դրամ)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Ամբողջ արդյուն.	535264	651919	644862	716549	739292	669399	824430	998964
Տեքստիլ արդյուն.	2897	2300	2831	2127	1951	365	315	982
Կշիռը ընդ.	0.54	0.35	0.44	0.30	0.26	0.05	0.04	0.10
Հագուստի արդյուն.	2238	2143	2342	2649	3259	3726	3523	5575
Կշիռը ընդ.	0.42	0.33	0.36	0.37	0.44	0.56	0.43	0.56

Աղբյուր՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն, Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք, 2012 թ.:

Ինչպես նկատում ենք աղյուսակ 1-ից 2004 թ. տեքստիլ արտադրանքի և հագուստի տեսակարար կշիռները ընդհանուր արդյունաբերության մեջ գրեթե եղել են հավասար: Դիտարկվող ժամանակահատվածի վերջում 2011 թ. հագուստի տեսակարար կշիռը մոտ հինգ անգամ գերազանցել է տեքստիլ արտադրանքի

¹ Այստեղ հարկ է նշել, որ ներուժ ունեցող ոլորտները այն ոլորտներն են, որտեղ կան արտադրական և արտահանման փորձ և համապատասխան կադրեր, և որտեղ երկիրը ունի որոշակի մրցակցային առավելություններ:

² ՀՀ 2012-2025 թթ. հեռանկարային զարգացման ռազմավարական ծրագիր // ՀՀ ֆինանսների նախարարություն, Երևան, 2012 թ. – <http://www.mfe.am/index.php?f=78&lang=1>

տեսակարար կշռին: Տեքստիլ արտադրանքի թողարկման ծավալների կտրուկ նվազում է նկատվել հատկապես գլոբալ ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի տարիներին: Ընդհանուր առմամբ տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության տեսակարար կշիռը միասին վերցրած դիտարկվող ժամանակահատվածում չի գերազանցել 1%:

Աղյուսակ 2

Արդյունաբերական կազմակերպությունների քանակն ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների

	2009	2010	2011
Ամբողջ արդյուն.	2302	2484	2648
Տեքստիլի արդյուն.	18	20	21
Հագուստի արդյուն.	78	69	76

Աղբյուր՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն, Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2012 թ.:

2011թ. տվյալներով տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում գործել են 97 ձեռնարկություններ (տես աղյուսակ 2): Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում գործող ընկերությունները հիմնականում փոքր ու միջին ընկերություններ են: Այս ոլորտի խոշոր ընկերություններից կարելի է նշել «Գլորիա» (550 աշխատող), «Բազում» (300 աշխատող) և «Տոսպ» (145 աշխատող) ձեռնարկություններին: Ի դեպ, բոլոր երեք ընկերությունների արտադրանքը գրեթե ամբողջովին արտահանվում է: Այստեղ շուկան ի տարբերություն մյուս արդյունաբերության ոլորտների բավականին մրցակցային կարելի է համարել:

Եվրոպական հանձնաժողովը Էկորիս (Ecorys) ընկերության հետ 2012 թ. նոյեմբերին կնքել է պայմանագիր, որի համաձայն վերջինս իրականացրել է առևտրի կայունության ազդեցության գնահատում ԵՄ-ի և Հայաստանի Հանրապետության միջև խոր և համապարփակ ազատ առևտրի գոտու (ԽՀԱԱԳ) ստեղծման վերաբերյալ տարվող բանակցությունների շրջանակում¹: Հետազոտության մեջ հատուկ բաժին է նվիրվել ՀՀ տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտին: Այսպես, համաձայն հետազոտության ՀՀ արտահանման մեջ հենց տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտին է սպասվում ամենախաղեպ աճ տոկոսային առումով (մոտ 370%): Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտի ավելացված արժեքը կաճի մոտ երկու անգամ (ավելի քան 207%), իսկ արտադրության ծավալները՝ մոտ երեք անգամ (290%)²: Ինչպես նկատում ենք այս ոլորտը զարգացման բավականին մեծ ներուժ ունի և ինչպես մենք արդեն նշել ենք, ոլորտի զարգացումը կարող է լուծել մի շարք սոցիալական խնդիրներ (աշխատատեղերի ստեղծում, հատկապես կանանց համար, ոչ որակյալ աշխատուժի ներգրավում, հատկապես գյուղական շրջաններից, տարածքի

¹ Սույն հետազոտության շրջանակներում Հայրապետյան Գրիգորը հանդիսացել է հայաստանյան փորձագետներից մեկը:

² Տես՝ <http://tsia.ecorys.com/armenia> - Ecorys: Ինտերնետային կայքն այցելվել է 25.09.2013 թ.:

համեմատաբար համաչափ զարգացում և այլն): Ինչպես նկատում ենք աղյուսակ 3-ից 2011 թ. սվյալներով տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում զբաղվածները կազմում էին ամբողջ արդյունաբերության մեջ զբաղվածների մոտ 3.7%

Աղյուսակ 3

Արդյունաբերա-արտադրական անձնակազմի միջին տարեկան թվաքանակն ըստ տնտեսական գործունեության տեսակների (1000 մարդ)

	2009	2010	2011
Ամբողջ արդյուն.	78.8	81.4	83.7
Տեքստիլի արդյուն.	0.2	0.2	0.2
Հագուստի արդյուն.	2.1	2.0	2.9

Աղբյուր՝ ՀՀ ազգային վիճակագրական ծառայություն, Հայաստանի վիճակագրական տարեգիրք 2012 թ.:

Թեթև արդյունաբերության զարգացումը կարող է ապահովել Հայաստանի տարածաշրջանների հարաբերականորեն համաչափ զարգացումը, ավելացնել զբաղվածության մակարդակը և բարելավել աշխատողների բարեկեցությունը, ինչպես նաև ստեղծել և զարգացնել փոքր բիզնես:

Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտի զարգացման հիմնախնդիրները և հնարավորությունները բացահայտելու համար մենք իրականացրել ենք հարցումներ այս ոլորտում գործող հինգ ընկերությունների հետ, ինչպես նաև որոշ հարցերի շուրջ տեղի է ունեցել քննարկում Էկոնոմիկայի նախարարության, Առևտրի և շուկաների կարգավորման վարչության պետ Քոչարյան Գագիկի հետ: Ստացված արդյունքների վերլուծությունը մեզ թույլ է տալիս ասել, որ հարցմանը մասնակցած բոլոր ընկերությունները, այլ հավասար պայմաններում, նշել են գրեթե նույն խոչընդոտները կամ հնարավորությունները տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտի հետագա զարգացման համար:

Այսպես, տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում գործող ձեռնարկությունները հիմնականում չեն աշխատում իրենց արտադրական լրիվ հզորությամբ, քանի որ ունեն իրացման հետ կապված լուրջ խնդիրներ և հարկ եղած դեպքում կարող են մի քանի անգամ ավելացնել արտադրության ծավալները: Այս պարագայում հարցմանը մասնակցած ընկերությունները նոր շուկաների հասանելիությունը, հատկապես Եվրոպական շուկան լուրջ հնարավորություն են դիտարկում:

Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտի արտադրանքի հիմնական մասը արտահանվում է ԱՊՀ երկրներ (հիմնականում Ռուսաստան): Եվրոպական շուկան կարևոր է, սակայն մեր ընկերությունների համար շատ բարդ է մուտք գործել Եվրոպական շուկա: Եվրոպական շուկայում ապրանքների իրացման համար առկա են մի շարք տեխնիկական արգելքներ (հիմնականում արտոնագրեր և սերտիֆիկատներ), որի պատճառով ընկերությունները չեն կարողանում օգտվել արտոնությունների ընդհանրացված և համալրված համակարգից (Generalized System of Preferences GSP+), որը տրամադրվել է Հայաստանին ԵՄ

կողմից¹: Այստեղ հարկ է նշել, որ GSP+ արտոնությունների համակարգը Հայաստանին հնարավորություն է տալիս ԵՄ արտահանել 7200 ապրանքատեսակներ առանց որևիցե մաքսային վճարի²:

Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության համար անհրաժեշտ ամբողջ հունքը ներմուծվում է: Ավելին, այն հիմնականում ներմուծվում է Թուրքիայից և քանի որ ՀՀ և Թուրքիայի միջև չկա որևէ միջպետական պայմանագիր արտաքին տնտեսական կապերը կարգավորելու, ապա ընկերությունները ապրանքը դեպի ԵՄ արտահանելու դեպքում չեն կարողանում օգտվել GSP+ արտոնությունների համակարգից, քանի որ չեն կարողանում ներկայացնել հունքի ծագման երկրի սերտիֆիկատը:

Չնայած տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում գործող ընկերությունների մեծ մասը իրենց արտադրանքը հիմնականում արտահանում են, նրանք կարող են նաև իրացնել իրենց արտադրանքը ներքին շուկայում: Այստեղ կա մեկ կարևոր հանգամանք: Նախ՝ տեղական շուկայում սպառողների վերաբերմունքը տեղական արտադրությանը և Թուրքիայից ներմուծվող տեքստիլ արտադրանքը և հագուստը: Վերջինս գրեթե ամբողջովին գրավել է տեղական շուկան:

Ոլորտի զարգացման հիմնական խնդիրներից մեկը շարունակում է մնալ այն, որ մենք չենք կարողանում ապահովել ամբողջական արժեքային շղթան կամ առնվազն դրա վերջին երկու փուլերը Հայաստանում: Այս ոլորտում արժեքային շղթան բաղկացած է երեք հիմնական փուլերից՝ 1. գյուղատնտեսություն, որն ապահովում է չմշակված հումքի ստացումը, 2. վերամշակող ոլորտ, որտեղ չմշակված հումքը վերամշակվում և ստանում է միջանկյալ ապրանքի տեսք և 3. վերջնական ապրանքի ստացման փուլ: Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության համար անհրաժեշտ վերամշակված հումքը հիմնականում ներմուծվում է Թուրքիայից: Այսինքն՝ Հայաստանում մենք միայն ստանում ենք վերջնական արտադրանքը:

Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում չի նկատվում կենտրոնացվածություն, ոլորտում չկան մենաշնորհային դիրք զբաղեցնող արտադրողներ: Ինչպես մենք արդեն նշել ենք, Հայաստանում տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտում գործում են մոտ 97 հիմնականում փոքր ու միջին ձեռնարկություններ: Այսինքն, ոլորտում արդեն իսկ առկա մրցակցային պայմանները լուրջ հիմք կարող են հանդիսանալ ոլորտի հետագա արդյունավետ զարգացման համար:

Տեղական շուկան բավարար չափով տարողունակ չէ և ոլորտի հետագա զարգացումը միանշանակ կապված է արտահանման ընդլայնման հնարավորու-

¹ Համաձայն Եվրոպական Հանձնաժողովի 2008 թ. դեկտեմբերի 8-ի N938 որոշման՝ 2009 թ. հունվարի 1-ից, Հայաստանը հնարավորություն ստացավ օգտվել նաև Արտոնությունների ընդհանրացված և համալրված համակարգից (GSP+): Նախկինում Հայաստանը օգտվում էր միայն Արտոնությունների ընդհանրացված համակարգից (GSP): Ներկայումս համակարգից օգտվում է 16 երկիր: Այդ ընդլայնված արտոնությունները GSP կանոնակարգման ժամանակահատվածում պահպանելու նպատակով, Հայաստանը պետք է ապահովի կայուն զարգացման ու լավ պետական կառավարման վերաբերող կանոնակարգում նշված միջազգային 27 զլխավոր կոնվենցիաների արդյունավետ իրագործումը:

² Stu՝ http://eeas.europa.eu/delegations/armenia/eu_armenia/trade_relation/pref_reg_gsp/index_hy.htm, Հայաստանում ԵՄ պատվիրակություն: Ինտերնետային կայքն այցելվել է 27.09.2013 թ.:

թյունների հետ: Ինչպես մենք արդեն նշել ենք, տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության համար ԱՊՀ երկրները (հիմնականում Ռուսաստան) հանդիսանում են արտահանման հիմնական երկրներ: Այս համատեքստում ՀՀ հնարավոր անդամակցությունը Մաքսային միությանը (Ռուսաստան, Բելառուս, Ղազախստան) լուրջ խթան կարող է հանդիսանալ այս ոլորտի հետագա զարգացման համար:

ԱՍՓՈՓՈՒՄ

Հոդվածում վերլուծվում է ՀՀ տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ներկայիս վիճակը, մատնանշվում են դրա զարգացման հնարավորությունները և վեր են հանվում խոչընդոտող գործոնները:

АННОТАЦИЯ

АЙРАПЕТЯН Г., АЙРАПЕТЯН В. – ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ТЕКСТИЛЯ И ОДЕЖДЫ В РА

В статье анализируется современное состояние производства текстиля и одежды в Армении, определяются возможные направления его развития, а также препятствующие факторы.

SUMMARY

HAYRAPETYAN G., HAYRAPETYAN V. –TEXTILE AND CLOTHING SECTOR DEVELOPMENT ISSUES IN RA

In the article the current situation in the Textile and Clothing Sector in Armenia is considered along with possible directions of its development revealing hindering factors.