

Հավելված N 1
ՀՀ կառավարության 2023 թվականի
փետրվարի 2-ի N 138 - Լ որոշման

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ
ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
2023-2026 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐԻ
ԾՐԱԳԻՐԸ**

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ	3
2. ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ	4
3. ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ	6
3.1 Նախապատմություն	6
4. ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ ԵՎ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	9
5. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱԿՆԱՐԿ	10
5.1 Արդյունաբերության բիզնես մոդելը	10
5.2 Զբաղվածություն	10
5.3 Հիմնական դերակատարները և ապրանքանիշեր	11
5.4 Արտադրություն	12
5.5 Արտադրանքի բարդության գործակից	13
5.6 Արտահանում և ներմուծում	14
5.7 Ավելացված արժեք մեկ աշխատանքային ժամի համար	20
5.8 Հիմնական ներմուծման շուկաներում մաքսային խոչընդոտները	21
5.9 Կայուն տեքստիլ արդյունաբերություն	22
5.10 Կրթություն	25
5.11 Օրենսդրություն	26
5.12 SWOT Վերլուծություն	29
6. ՆՈՐ ՏԵՍԼԱԿԱՆ	32
6.1 Ավելացված արժեքի շեմ	32
6.2 Շեմից բարձր կազմակերպություններ	33
7. Ճանապարհային քարտեզ	36
7.1 Չորս սկզբունքներ	36
7.2 Ճանապարհային քարտեզի ուղղությունները	37
7.3 Շահառուների հիմնական խմբերը	39
7.4 Հիմնական ֆինանսական մեխանիզմները	40
7.5 Միջոցառման բաղադրիչները	41
8. Արդյունքներ	41
8.1 Արդյունքներ	42
8.2 Ազդեցություն	48

1. ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

ԱՄՆ	Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ
ԵԱՏՄ	Եվրասիական տնտեսական միություն
ԵՄ	Եվրոպական միություն
ԶԲԱԻ	Զենքից բացի ամեն ինչ
ԽՍՀՄ	Խորհրդային Սոցիալիստական Հանրապետությունների Միություն
ՀՀ	Հայաստանի Հանրապետություն
ՊԵԿ	ՀՀ Պետական եկամուտների կոմիտե
ՌԴ	Ռուսաստանի Դաշնություն
ՎԿ	ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն
GSP	Generalised Scheme of Preferences, Արտոնությունների ընդհանրացված համակարգ

2. ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ

Հագուստի և հագուստի պարագաների արդյունաբերությունը Հայաստանի Հանրապետության (<<) արտահանմանն ուղղված 11 ռազմավարական ոլորտներից մեկն է, որը հադիսանում է երկրում զբաղվածության ապահովման կարևոր աղբյուր՝ կանանց ավելի քան 90%-ը ներգրավվածությամբ: Սակայն, նույնիսկ լինելով տնտեսության գրեթե «կանացի» ոլորտ, այն կարիք ունի գենդերային ուղղորդման¹: 2020 թվականին ոլորտում աշխատել է 7400 մարդ կամ 1,5 անգամ ավելի քան 2017 թվականին: Ոլորտը, 2021 թվականին ունենալով շուրջ 6 մլրդ դրամի արտադրական ներուժ, Հայաստանի արդյունաբերության համար կարևոր ճյուղ է հանդիսանում: Չնայած ընդհանուր արդյունաբերության մեջ տեքստիլի փոքր մասնաբաժինին (2021թվականին՝ 2.8%), վիճակագրական վերլուծությունները և արտադրական ընկերությունների հետ հարցազրույցները վկայում են ոլորտի զարգացման մեծ ներուժի և երկրի սոցիալական կյանքում դրա կարևոր դերի մասին:

2020 թվականին ոլորտում գործել է 153 ընկերություն, որոնց մեծ մասը փոքր և միջին ձեռնարկություններ են եղել: Վերջին 10-20 տարիների ընթացքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտում ձևավորվել են խոշոր արտադրողներ և հայտնի ապրանքանիշեր: Հայաստանի պետական եկամուտների կոմիտեի տվյալներով՝ 2021 թվականի խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկվել է 11 տեքստիլ ընկերություն՝ ի տարբերություն 2017 թվականի 8 ընկերությունների:

Ոլորտն ունի նաև արտահանման մեծ ներուժ: Չնայած 2019 և 2020 թվականների արտահանման անկմանը (20%), այնուամենայնիվ Հայաստանից տեքստիլ արտադրանքի արտահանման աճը 2011-2020 թվականներին միջինում կազմել է տարեկան ավելի քան 40%: 2020 թվականին հագուստ և հագուստի պարագաներ՝ բացի տրիկոտաժե մեքենայագործ կամ ձեռագործ հագուստից և պարագաներից (HS 62) խմբի ապրանքներն արտահանման մեջ ունեցել են ամենամեծ մասնաբաժինը՝ կազմելով 69%, իսկ տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ՝ մեքենայագործ կամ ձեռագործ (HS 61) խմբի արտադրատեսակները՝ շուրջ 25 %:

Թեև << կառավարության ծրագիրն ուղղակիորեն չի անդրադառնում տեքստիլ ոլորտին, Կառավարությունը նախատեսում է համալիր միջոցառումների իրականացում՝ «միտված ձեռնարկությունների տեխնոլոգիական վերազինմանը, ինչպես նաև նոր միջազգային շուկաներ ներթափանցմանն և առկա դիրքերի ամրապնդմանը», այդ թվում՝ տեքստիլ ոլորտում: Մասնավորապես, մշակող արդյունաբերության զարգացման համար << կառավարությունը նախատեսում է.

- միջազգային ցուցահանդեսներին հայաստանյան ընկերությունների մասնակցության աջակցության տրամադրում,
- մշակող արդյունաբերության ոլորտում տարեկան շուրջ 2000 մասնագետի վերապատրաստում,

¹ Կանանց և տղամարդկանց հավասարության հասնելը միջազգային զարգացման օրակարգի հիմնական նպատակներից մեկն է և անբաժանելի մասը: Եթե գենդերային հավասարությունը քաղաքականության ընդհանուր և երկարաժամկետ նպատակ է, ապա գենդերային ուղղորդումը (այլ կերպ ասած՝ գենդերային հիմնախնդիրների բազմակողմանի ուսումնասիրությունն, կանանց և տղամարդկանց գենդերային կարիքների և ռազմավարական շահերի ընկալումն ու համապատասխան գործողությունների նախատեսումը) քաղաքական մոտեցումների ամբողջություն է, որն օգտագործվում է հատուկ համատեքստում, ինչպես նաև տեխնիկական և ինստիտուցիոնալ գործընթացներում, որոնք նախատեսված են այդ նպատակին հասնելու համար:

- ոլորտում ներգրավված աշխատակիցների համար աշխատանքի «բարենպաստ» (decent work conditions) պայմանների ստեղծում,
- ժամանակակից սարքավորումների, հմտությունների և այլնի ձեռք բերման աջակցություն՝ ֆինանսական, խորհրդատվական և մի շարք այլ գործիքների ակտիվ կիրառման միջոցով:

Այն ամենով հանդերձ առկա է ոլորտ արագ և կայուն զարգացման հզոր ներուժ, և ՀՀ կառավարությունը տեքստիլի ոլորտի վերածնունդը համարում է աշխատատեղերի ստեղծման, արժեք առաջացնող առևտրի զարգացման, արտահանման ընդլայնման, ինչպես նաև կանանց աշխատանքով ապահովման և ձեռներեցության խթանման միջոց:

3. ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

3.1 Նախապատմություն

Համաշխարհային տեքստիլ արդյունաբերությունը ամենախոշոր արդյունաբերություններից մեկն է: Այն աշխարհի երրորդ ամենամեծ արտադրական արդյունաբերությունն է՝ տարեկան 1,5 տրիլիոն եվրո արտադրանքով և շուրջ 60 միլիոն աշխատատեղով:² Ոլորտի խոշոր ենթաճյուղերից է հագուստի արտադրությունը, որի արտադրանքը 2021 թվականին կազմել է 530,97 միլիարդ ԱՄՆ դոլար: Ըստ տարբեր կանխատեսումների, 2026 թվականին տեքստիլի շուկան կաճի մինչև 760,21 միլիարդ ԱՄՆ դոլար՝ ցուցաբերելով տարեկան 7,2% աճ³:

Տեքստիլ արդյունաբերությունը բազմազան է, ինչը նշանակում է, որ տարբեր երկրներ ընտրում են իրենց ուրույն ճանապարհն ու ուղղությունը: Սակայն, միջազգային շուկայում կան որոշակի միտումներ, որոնք պետք է հաշվի առնել ոլորտի համապատասխան քաղաքականությունը մշակելիս.

- Ոլորտում առկա մրցակցության բարձր մակարդակի պատճառով ավելի մեծ ուշադրություն է դարձվում արտադրական ծախսերի և վերջնական արտադրանքի գների նվազեցմանը: Արդյունքում՝ տեքստիլի և հագուստի ոլորտում տնտեսական հնարավորությունների աշխարհագրական բաշխումը ուղվել է դեպի արևելք և հարավ՝ այնպիսի երկրներ, ինչպիսիք են Ուզբեկստանը, որոնք ունեն տեքստիլի և հագուստի արտադրության համար համապատասխան կարողություններ և հումք, ինչպես նաև հնարավորություն զսպելու աշխատավարձերի աճը շնորհիվ դեմոգրաֆիկական իրավիճակի (երիտասարդ աշխատողների համեմատաբար մեծ մասնաբաժին), տեքստիլի հիմնական շուկաներին (Ասիա-Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջան) մոտ լինելուն և/կամ տեքստիլի խոշորագույն սպառողական շուկաների կողմից հատուկ արտահանման խթանների և նախապատվությունների առկայությանը (օրինակ՝ ԵՄ-ի կողմից տրամադրվող GSP-ի նախապատվությունները):
- Ներկայումս տեխնիկական տեքստիլի շուկան մեծ է և ընդլայնվող: Երկրները վերականգնում են գործարաններն ու շինությունները, վարձում են նոր անձնակազմ՝ աշխատելու այնպիսի նորարարական լուծումների ուղղությամբ ինչպիսիք են 3D տպագրված հագուստն ու կոշիկները կամ խելացի տեքստիլը:
- Նոր մեքենաները հնարավորություն են ընձեռում լայնորեն կիրառել ոչ-հյուսված գործվածքների արտադրությունը: Պատճառը դրա սակավ ինտենսիվությունն է, պատրաստման արագությունն ու քիչ ծախսատարությունը:
- Շրջակա միջավայրի պահպանությունը լուրջ խնդիր է դարձել տեքստիլ արդյունաբերության համար՝ ջրի հսկայական քանակի օգտագործման, օդի աղտոտվածության և առաջացող թափոնների պատճառով: Շատ երկրներ սկսել են լրջորեն կենտրոնանալ կանաչ տեքստիլի արտադրության վրա:

² Textile Industry - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021 – 2026) by Mordor Intelligence.

³ McKinsey & Business of Fashion. State of Fashion 2021 (online).

- Առցանց գնումների նկատմամբ պահանջարկի աճը կխթանի տեքստիլ արտադրության շուկան: COVID-19-ի բռնկումը 2021 թվականին զգալիորեն սահմանափակեց տեքստիլի արտադրությունը՝ պայմանավորված աշխարհում կիրառվող առևտրային սահմանափակումների հետևանքով առաջացած մատակարարման շղթաների խաթարմամբ: 2022 թվականի սկզբին Ռուսաստանի և Ուկրաինայի միջև սկսված հակամարտությունը տեքստիլ արդյունաբերության համար առաջացրեց լրացուցիչ խնդիրներ՝ ավելացնելով լոգիստիկ ծախսերը և արտադրանքի առաքման ժամկետները⁴:

Խորհրդային Հայաստանում տեքստիլի և հագուստի ոլորտը լավ կայացած էր՝ ունենալով շուրջ 150,000 աշխատակից: Տեքստիլ արդյունաբերությունը, ինչպես ոչ մի այլ ոլորտ, միշտ ուղեկցվել է աշխատատեղերի ստեղծմամբ և զարգացել է այն երկրներում և տարածաշրջաններում, որտեղ տվյալ պահին կամ որևէ պատմական ժամանակաշրջանում տեղի է ունեցել ժողովրդագրական որոշակի երևույթ:

Ըստ այդմ, սույն գործընթացը սկսվեց «Հայրենական մեծ պատերազմից հետո» Հայաստանում ժողովրդագրական աճի և հետևաբար աշխատուժի ծավալների աճի արդյունքում, երբ անհրաժեշտ էր երկրում ապահովել զբաղվածություն և, համապատասխանաբար, սկսվեցին տեքստիլի ֆաբրիկաների ակտիվ հիմնումն ու շահագործումը: Հայաստանը դարձավ ԽՍՀՄ տեքստիլ արդյունաբերության խոշորագույն կենտրոններից մեկը՝ ունենալով մեծ թվով տեքստիլ արտադրություններ Երևանում, Գյումրիում, Վանաձորում և այլն: Դա բնակչության կտրուկ աճի հետևանք էր: Պետք է նշել, որ բոլոր այս արդյունաբերական միավորումները ստեղծվել էին գլխավոր կենտրոնական կառույցի և շրջանային արտադրական մասնաճյուղերի սկզբունքով, որի հիմնական նպատակը ավելցուկ աշխատուժի օգտագործումն էր:

Ոլորտի զարգացման հաջորդ մեծագույն խթաններից էր 80-ականների կեսերին ոլորտին մեծ վերելք ապահոված օլիմպիական խաղերը և 80-ականների վերջին Հայաստանում տեքստիլ արդյունաբերության խոշոր միջազգային տեխնոլոգիական ցուցահանդեսի: Ցուցահանդեսին մասնակցում էին աշխարհի խոշորագույն բրենդները; ճապոնական, իտալական, գերմանական արտադրողները բերեցին ամենաժամանակակից սարքավորումներ, որոնք, ԽՍՀՄ-ի հետ կնքած համաձայնության արդյունքում, մնացին այստեղ: Ավելին, ապահովվեց նաև այդ սարքավորումների լրացուցիչ ներմուծումը: Արդյունքում Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերությունը դարձավ տեխնոլոգիապես ամենազարգացածներից մեկը անկախության ձեռքբերման պահին:

Հայաստանի անկախացումից հետո առկա կապերն ու շուկաները վերացան՝ հանգեցնելով ոլորտի փլուզման: Շատ գործարաններ սեփականաշնորհվեցին, սակայն չկարողացան վերագործարկվել՝ հումքի ներմուծման բարձր տրասնպորտային ծախսերի, թերի կառավարման, ֆինանսական ռեսուրսների քիչ հասանելիության և պատշաճ շուկայավարման բացակայության պատճառով:

Սկսած 2000 թվականից, ոլորտը, որի աշխատուժը հիմնականում գյուղական բնակավայրերում ապրող կանայք էին, սկսեց աճ գրանցել: Մասնավորապես, տեքստիլի և հագուստի ոլորտը ստացավ արտահանման նախապատվություն և 2011 թվականին ներառվեց ՀՀ կառավարության՝

⁴ Textile Industry - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021 – 2026) by Mordor Intelligence.

արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական ռազմավարության ծրագրի մեջ: 2014-2019 թվականներին ոլորտը գրանցեց զգալի աճ՝ դառնալով արտահանող հինգերորդ ոլորտը՝ 2019թ-ին գրանցելով շուրջ 256 մլն ԱՄՆ դոլար արտադրանքի արտահանում:

Այսօր Հայաստանն ունի տեխնիկապես բարձր հագեցվածությամբ և մեծաքանակ աշխատողներով տեքստիլ արդյունաբերություն: Խոշոր ընկերությունները ստեղծել են կայուն հարաբերություններ եվրոպական հայտնի և խոշոր բրենդների հետ և կենտրոնացել հիմնականում արտահագուստի արտադրության վրա: Միևնույն ժամանակ երկրում գործում են մեծ թվով անհատ արտադրողներ, փոքր և միջին ձեռնարկություններ, որոնք իրենց արտադրանքը վաճառում են տեղական շուկայում: Հայաստանն ունի նաև կարևոր աշխարհագրական դիրք, ինչը նրան ավելի մոտ է դարձնում տեքստիլ արտադրանքի հիմնական սպառողական շուկաներին: Լինելով Եվրասիական տնտեսական միության անդամ՝ Հայաստանը հնարավորություն ունի առանց մաքսատուրքի մուտք գործել ավելի քան 200 միլիոն սպառող ունեցող այս շուկան:

Տեքստիլի և հագուստի ոլորտները համարվում են պոտենցիալ զարգացման առաջնահերթ ոլորտներ, որտեղ նորաբաց և վերագործարկված ձեռնարկությունների հաջող գործունեությունը ցույց է տալիս, որ այս ոլորտը կարող է ավելի զարգանալ, եթե կառուցվածքային կերպով ձևավորվեն կայուն էկոհամակարգի և արդիականացման հիմնական նախադրյալները: Լինելով այն եզակի ոլորտներից մեկը, որտեղ գործարանները սփռված են երկրի տարածքով մեկ՝ նպաստելով ինչպես տարածքային զարգացմանը, այնպես էլ գյուղերի բնակչության զբաղվածությանը, ոլորտը տրամադրում է մշտական աշխատանքի հնարավորություններ գյուղական վայրերում բնակվող կանանց համար:

Նկատի ունենալով վերոնշյալը, հաշվի առնելով արտահանման շուկաներում մրցակցության պոտենցիալ աճը և ցանկանալով պահպանել ոլորտի արտահանման բարձր ծավալներն ու մեծ թվով աշխատատեղերը՝ ՀՀ կառավարությունը նպատակադրել է կրկնապատկել տնտեսության արտադրողականությունը մինչ 2026 թվականը: Տեքստիլ արդյունաբերությունը, լինելով տնտեսության առաջնահերթ ոլորտներից մեկը, կարևոր ներդրում ունի այս նպատակի իրականացման գործում: Հետևաբար, հաշվի առնելով ոլորտում առկա մարտահրավերները, արտահանման ծավալներն ու շուկան ընդլայնելու հավակնոտ տեսլականը, ինչպես նաև տեքստիլ հատվածի արտադրողականության բարձրացումը, անհրաժեշտ է վերլուծել ոլորտի կարողությունները, աճի ներուժը, տեղական ու միջազգային շուկաների միտումները, մշակել համապատասխան առաջարկություններ և Հայաստանում տեքստիլի ու հագուստի արդյունաբերության կայուն, ներառական զարգացմանը միտված ճանապարհային քարտեզ:

4. ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ ԵՎ

1. ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Տեքստիլ արդյունաբերությունը հսկայական տնտեսական շարժիչ ուժ է: Այն աշխարհի երրորդ ամենամեծ արտադրական արդյունաբերությունն է՝ տարեկան 1,5 տրիլիոն եվրո արտադրանքով և շուրջ 60 միլիոն աշխատատեղով: Արդյունաբերությունը բնութագրվում է հասուն արտադրական տեխնոլոգիաներով, և դրա ֆիզիկական ենթակառուցվածքը հիմնված է գծային արտադրության և սպառման գործընթացի վրա: Վերջին տարիներին ոլորտը բախվել է լուրջ մարտահրավերների, ինչպիսիք են՝ տեքստիլ արտադրության ուղղվածության փոփոխությունը դեպի էժան շուկաներ, հիմնական սպառողական շուկաների նոր տարածաշրջանների բացահայտում, նորարարական տեքստիլ հումքի նկատմամբ պահանջարկ, էկո-արտադրության պահանջարկ, համաշխարհային գնաճ, մատակարարման շղթայի փոխակերպում, պատժամիջոցներ ընդդեմ Ռուսաստանի, համաշխարհային տնտեսական և քաղաքական ճգնաժամ, որը կարևոր ազդեցություն կունենա ոլորտի ապագա զարգացման վրա ինչպես տեղական, այնպես էլ միջազգային մակարդակներում⁵:

Մատակարարման շղթայի բնականոն աշխատանքի վրա էապես ազդում են աննախադեպ խափանումները՝ ինչպիսիք են հումքի սակավությունը, աշխատուժի պակասը, լոգիստիկ ուշացումները և աճող ծախսերը: Արդյունաբերությունը լուրջ լոգիստիկ խնդիրների բախվեց COVID-ի համաճարակի ժամանակ, ինչը շարունակվում է առ այսօր՝ Ռուսաստանի և Ուկրաինայի միջև հակամարտության պատճառով: Կորոնավիրուսի համաճարակի ու Ռուսաստանի և Ուկրաինայի միջև պատերազմի հետևանքները ներկայումս արտահայտվում են համաշխարհային գնաճի տեսքով, ինչը հանգեցնում է քաղաքական, սոցիալական և տնտեսական ճգնաժամի: Ռուսաստանի դեմ միջազգային պատժամիջոցները ոչ միայն հանգեցրին այդ երկրից օտարերկրյա ներդրողների արտահոսքի, այլ նաև փոխակերպեցին համաշխարհային մատակարարման շղթան, ինչը կարևոր ազդեցություն կունենա նաև Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության վրա:

Համաճարակի սահմանափակումների և տրանսպորտային ու լոգիստիկ ծախսերի ավելացման պատճառով նկատվում է տեքստիլի արտադրության ևս մեկ տեղաշարժ դեպի առավել էժան շուկաներ: Էժան աշխատուժ ունեցող հումք արտադրող երկրները դառնում են աշխարհում տեքստիլ արտադրանքի նոր արտադրողներ:

Տեքստիլ արդյունաբերությունը աշխարհի ամենաաղտոտող և էներգիայի ու հումքի օգտագործման առումով ամենաինտենսիվ արդյունաբերություններից մեկն է: Այսօրվա արտադրական գծային համակարգն օգտագործում է մեծ քանակությամբ ռեսուրսներ և բացասաբար է ազդում շրջակա միջավայրի և բնակչության վրա: Վերջին տարիներին ոլորտը և սպառողներն ավելի շատ են տեղեկացված շրջակա միջավայրի վրա արդյունաբերության բացասական ազդեցության մասին և սկսել են լուծումներ առաջարկել մատակարարման շղթայում առկա բնապահպանական մարտահրավերների վերաբերյալ: Սպառողների կողմից շարունակաբար աճող պահանջը՝ բարելավելու արտադրությունում կիրառվող ռեսուրսների օգտագործման էֆֆեկտիվությունը և անցումը կայուն արտադրության, կդառնա տեքստիլի նոր տնտեսության ստեղծման շարժիչ ուժը:

⁵ Textile Industry - Growth, Trends, COVID-19 Impact and Forecasts (2021 – 2026) by Mordor Intelligence.

Նոր նյութերը ևս մեծ հնարավորություն են ընձեռում ոլորտի զարգացման համար: Կայուն նյութերի և արտադրական պրակտիկայի աճող պահանջարկը հանգեցնում է նորարարական լուծումների ներթափանցմանը տեքստիլի և նորաձևության ոլորտ: Արդյունաբերությունը հսկայական ժամանակ և ռեսուրսներ է ուղղում հետազոտությունների և զարգացման վրա՝ նպատակ ունենալով բացահայտել տեքստիլի արտադրության համար առավել արդյունավետ և կայուն նյութեր կամ տեքստիլի վերամշակման ավելի բարենպաստ ուղիներ:

5. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱԿՆԱՐԿ

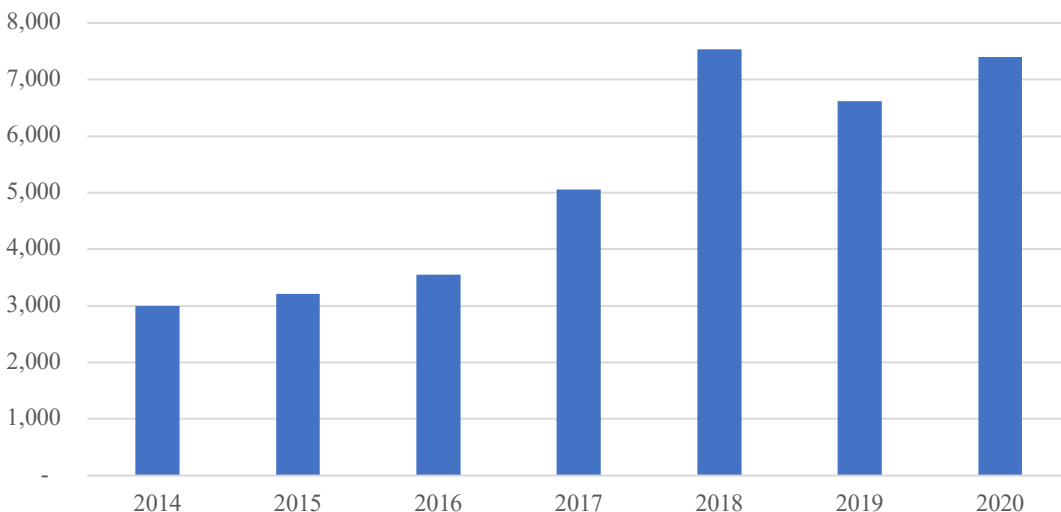
5.1 Արդյունաբերության բիզնես մոդելը

Այսօր Հայաստանի տեքստիլ ոլորտը գործում է «արտապատվիրման» սկզբունքի հիման վրա: Ավելի քան 250 աշխատակից ունեցող խոշոր ընկերությունները հիմնականում աշխատում են արտասահմանյան զանգվածային շուկայի ապրանքանիշերի հետ, ինչպիսիք են Prada, Zara, Max Mara, Moncler, O'stin, և այլ օտարերկրյա ընկերությունները՝ արտադրելու բմբուլով լցոնված և այլ բաճկոններ, վերնազգեստեր, կորպորատիվ և պրոֆեսիոնալ համազգեստեր, տաք վերարկուներ, ներքնազգեստ և այլ հագուստ: Արտադրությունը կազմակերպվում է ենթապայմանագրերի հիման վրա, որի համաձայն հայկական ընկերությունները ստանում են հումք, գործվածքներ, կտրվածքներ, լցոնման նյութեր, արքեսուարներ և այլ բաղադրիչներ՝ հավաքելու, արտադրելու և հետ արտահանելու նշված հագուստները:

5.2 Զբաղվածություն

2020 թվականին մանածագործական և հագուստի արտադրության ոլորտում աշխատում էր 7 400 մարդ՝ 1.5 անգամ ավելի շատ քան 2017 թվականին:

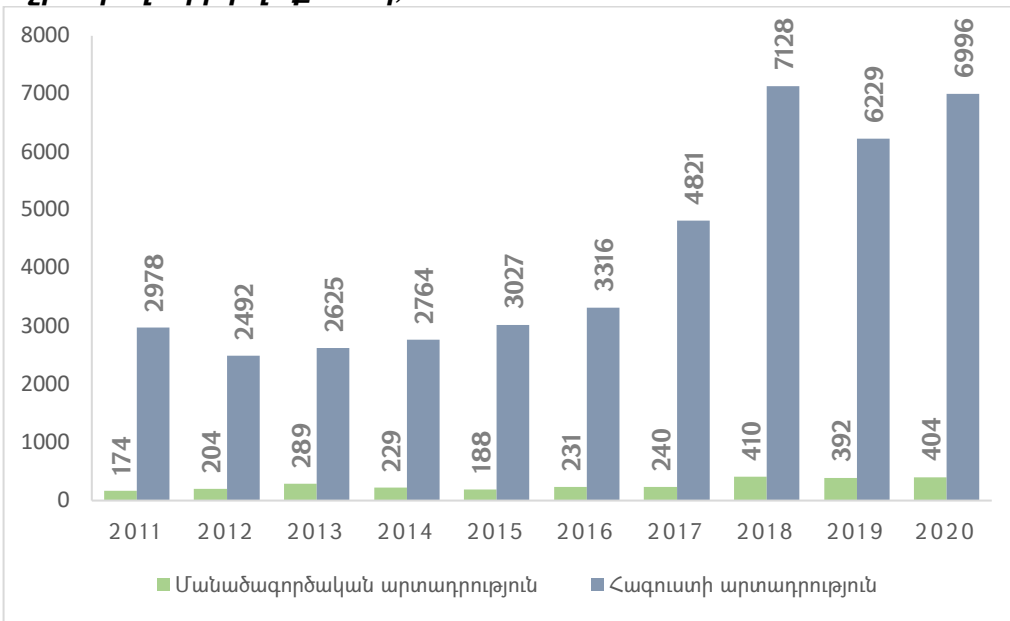
Գծապատկեր 1. Հագուստի և մանածագործական արտադրության ոլորտում աշխատողների թվաքանակ, 2014-2020



Աղբյուր՝ ՀՀ վիճակագրական կոմիտե (ՀՎԿ)

Հագուստի արտադրության ենթաոլորտը հանդիսանում է ոլորտի հիմնական գործատուն՝ 94.5% մասնաբաժնով (6 996 աշխատող, տես՝ Գծապատկեր 2).

Գծապատկեր 2. Մանածագործական և հագուստի արտադրության ենթաոլորտներում աշխատողների թվաքանակ, 2011-2020



Աղբյուր՝ ՀՎԿ

Տեքստիլի և հագուստի արտադրության ենթաոլորտում աշխատողների միջին տարեկան աշխատավարձը (ներառյալ կաշվի և հարակից ապրանքների արտադրությունը) կազմել է շուրջ 102.000 ՀՀ դրամ, ինչը ցածր է 2020 թվականին հանրապետությունում գրանցված միջին տարեկան աշխատավարձից (189.716 դրամ): Թեև հագուստի արտադրության ենթաոլորտը ոլորտի հիմնական գործատուն է, տեքստիլի արտադրության ենթաոլորտում միջին տարեկան աշխատավարձերն ավելի բարձր են (տես՝ Աղյուսակ 1): Այստեղ հատկանշական է նաև աշխատավարձերի գենդերային խզվածքը, որը մշակվող արդյունաբերության⁶ մեջ զբաղված կանանց և տղամարդկանց համար կազմում է 58.9%, իսկ ընդհանուր առմամբ միայն 35.1 տոկոսային կես: ⁷

Աղյուսակ 1. Տեքստիլի և հագուստի ենթաոլորտներում միջին տարեկան աշխատավարձը, 2013-2020, ՀՀ դրամ

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Տեքստիլի արտադրություն	122 528	109 533	114 405	100 482	116 487	111 021	122 511	115 103
Հագուստի արտադրություն	74 363	81 417	87 866	93 275	102 489	108 417	110 219	94 334
Կաշվի և հարակից ապրանքների արտադրություն	101 692	121 144	117 312	103 478	110 990	104 691	94 558	95 649

Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

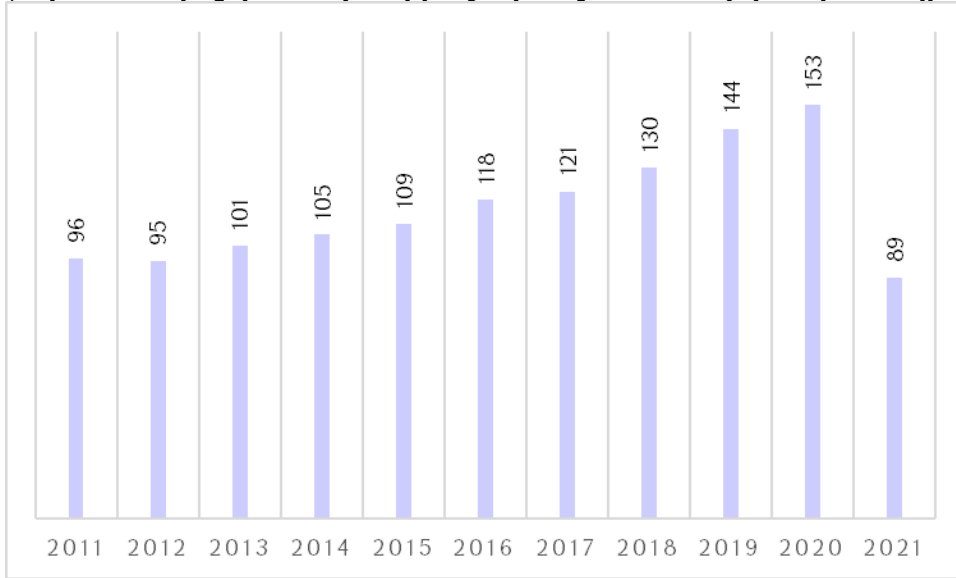
⁶ Որին պատկանում է նաև տեքստիլի և հագուստի արտադրությունը:

⁷ Հայաստանի կանայք և տղամարդիկ, վիճակագրական գրքույկ, Երևան 2021, ըստ ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի (ՀՀ ՊԵԿ) եկամտային հարկի և սոցիալական վճարի անձնավորված հաշվառման տվյալների, https://armstat.am/file/article/gender_2021.pdf

5.3 Հիմնական դերակատարները և ապրանքանիշեր

Վիճակագրական կոմիտեի տվյալներով՝ հազուստի և տեքստիլի արտադրությամբ զբաղվող ընկերությունների թիվը 2011 թվականին 96-ից աճել է մինչև 153 ընկերություն 2020 թվականին: Նախնական հաշվետվությունների հիման վրա մեր վերլուծությունների արդյունքում 2021 թվականին ոլորտում գործող ձեռնարկությունների կանխատեսվող թիվը ընդամենը 89 է:

Գծապատկեր 3. Տեքստիլ ոլորտում ներգրավված կազմակերպությունների թվաքանակը (ներառում է ինչպես հազուստի այնպես էլ մանածագործական ապրանքների արտադրությունը)



Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Վերջին 10-20 տարիների ընթացքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտում ձևավորվել են խոշոր արտադրողներ և հայտնի ապրանքանիշեր: Տեքստիլ ոլորտում գործող խոշոր ընկերություններն են «ԱԼԵՔՍ ՏԵՔՍԻԼ», «ՏԱՎՈՒՇ ՏԵՔՍԻԼ», «ԳԼՈՐԻԱ» և Քանաքեռի կարի ֆաբրիկաները: Հայաստանի պետական եկամուտների կոմիտեի տվյալներով՝ 2021 թվականի Հայաստանի հազար խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված է տեքստիլ արդյունաբերության 11 ընկերություն՝ 2017 թվականի 8 ընկերությունների համեմատ:

5.4 Արտադրություն

2021 թվականին տեքստիլի և հազուստի արտադրությունը կազմել է ամբողջ վերամշակող արդյունաբերության մոտ 2,8%-ը և արդյունաբերական ընդհանուր արտադրանքի 1,8%-ը (2019 թվականին՝ համապատասխանաբար 2,5% և 1,6%): Ոլորտի միջին տարեկան աճը կազմել է 9% (տես՝ Աղյուսակ 2):

Աղյուսակ 2. Տեքստիլի և հազուստի արտադրության ծավալները 2013-2021 (մլն ՀՀ դրամ)

	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Տեքստիլ	1905.3	974.8	1367.6	1147.6	620.4	466	507.5	544	575.3
Հազուստ	40595.3	31316.8	27713.7	22488.6	16848.8	11530.2	9519.9	7334.8	5901.2

Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Պաշտոնական վիճակագրության համաձայն՝ հազուստի արտադրության ծավալը 2021 թվականին կազմել է 40,6 մլրդ դրամ, ինչը 30%-ով ավելի է, քան 2020 թվականի ցուցանիշը (31,3 մլրդ դրամ): Ինչ վերաբերում է տեքստիլի արտադրությանը, ապա 2021 թվականին այն կազմել է 1,9 միլիարդ՝

2019 թվականի տվյալների համեմատ աճելով 39 տոկոսով: Ոլորտի կողմից արտադրվող ապրանքների հիմնական տեսակներն են բամբակյա գործվածքները, անկողնու սպիտակեղենը, վարտիքը, վերնաշապիկը, պուլովերը և այլն:

Աղյուսակ 3. Հագուստի և տեքստիլ ոլորտի հիմնական ապրանքատեսակները

Արտադրանք	Միավոր	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Գործվածքներ	Տոննա	23	15.4	4.7	3.9	4.7	3.6	7.7	10.8	14.9
Սպիտակեղեն անկողնու	1000 հատ	125.7	63	59.9	27.3	166.6	22.5	56.2	37.2	75.6
Գորգեր և գորգագործական արտադրատեսակներ	Տոննա	3.3	7.4	31.5	26.3	19.8	18	41	44	24.2
Վերարկուներ, անջրանցիկ վերարկուներ, անջրանցիկ վերարկուներ գլխանոցով, տաք բաճկոններ, հողմապահպաններ, փոթորկապահպաններ և համանման տրիկոտաժե կամ գործած արտադրատեսակներ կանանց կամ աղջիկների համար	1000 հատ	769.1	661.3	886.8	842.4	588.4	464.5	399	463.8	128.8
Զուգագուլպաներ, ռետուզներ, գուլպաներ, կիսագուլպաներ և այլ գուլպեղեն, տրիկոտաժե կամ գործած	1000 զույգ	22 394.1	19 277.4	20 150.4	10 049.6	13 650.5	16 257.7	7 901.6	4 726.5	5 492.0
Ջերսիներ, պուլովերներ, կարդիգաններ, բաճկոններ և համանման իրեր՝ տրիկոտաժե կամ գործած	1000 հատ	2 935.3	8 914.7	6 788.3	4 367.2	4 375.6	3 476.1	3 607.3	2 020.1	2 304.3

Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Ոլորտի արտադրական հզորությունները սկսել են աճել 2013-2014 թվականներից: Դա համապատասխանում է Արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարության և դրա գործողությունների ծրագրերի հաստատմանը և ուժի մեջ մտնելուն, որի շրջանակներում ՀՀ կառավարությունը սկսել է որոշակի տեխնիկական աջակցություն տրամադրել գործող ընկերություններին, ինչպես նաև ակտիվ տեղեկատվություն տարածել ԵՄ շուկայում առկա նախապատվությունների վերաբերյալ:

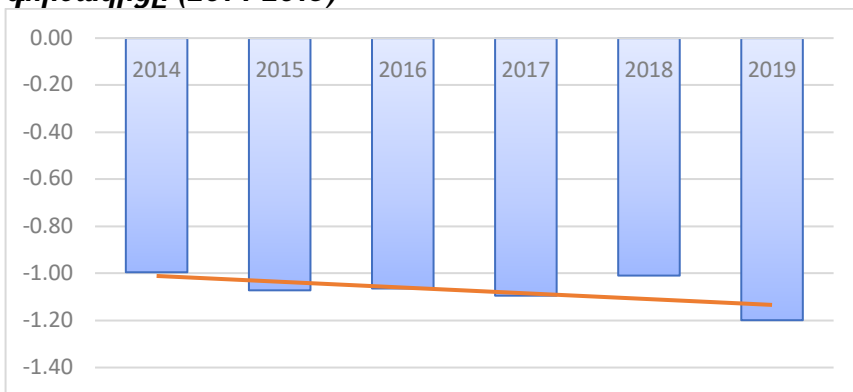
5.5 Արտադրանքի բարդության գործակից

Տնտեսական բարդության գործակիցը և արտադրանքի բարդության գործակիցը (Product Complexity Index, PCI) համապատասխանաբար տնտեսության կամ արտադրանքի գիտելիքների

հարաբերական ինտենսիվության չափման միջոցներ են: Գործակիցը հաշվարկվում է Հարվարդի համալսարանի միջազգային զարգացման կենտրոնի Հարվարդի աճի լաբորատորիայի կողմից: Ըստ տնտեսական բարդության ատլասի⁸, արտադրանքի բարդության գործակիցը դասակարգում է արտադրանքի արտադրության համար պահանջվող արտադրողական նորարարությունների և գիտելիքների բազմազանությունն ու բարդությունը:

Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության արտադրանքի բարդության գործակցի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ այն վերջին տարիներին անկում է ապրել (ինչպես տեքստիլ ոլորտում, այնպես էլ ամբողջ տնտեսությունում)⁹ ինչը արտացոլում է արտադրվող ապրանքների բարդության նվազումը: Այլ կերպ ասած, տեքստիլ արտադրանքի արտադրությունը դառնում է ավելի պարզ, արտադրության մեջ չի պահանջում կամ օգտագործում է նոս-հաու և չի օգտագործում բարձր որակավորում ունեցող մեծ թվով անձանց:

Գծապատկեր 4. Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության արտադրանքի բարդության գործակիցը (2014-2019)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնված Atlas of Economic Complexity-ի տվյալների վրա

Գենդերային հավասարությունը անմիջական կապի մեջ է գտնվում տնտեսական բարդության հետ: Մասնավորապես, գենդերային հավասարության չորս ասպեկտները (զբաղվածություն, առողջապահություն, կրթություն, իրավունքներ), իրենց 20 փոփոխականները, նույնպես հաշվարկվում են տնտեսական բարդության ինդեքսում: Կանայք, ըստ երևույթին, բարելավում են տնտեսական բարդությունը քանզի կանանց ներգրավվածությունը գիտելիքի փոխանցման և գիտության մեջ, ինչպես նաև կանանց հզորացումը սոցիալ-տնտեսական-քաղաքական իրավունքների առումով դրական գործոն է տնտեսական բարդության համար:⁹

5.6 Արտահանում և ներմուծում

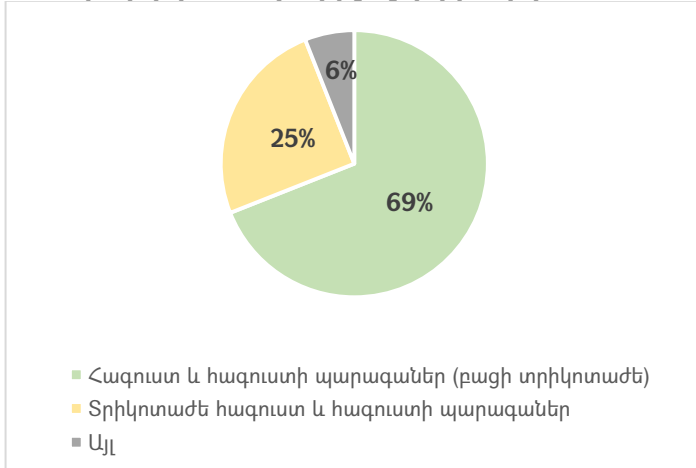
Հայաստանից տեքստիլ արտադրանքի արտահանումը կտրուկ աճել է՝ տարեկան միջինը 40%-ով 2011-2020 թվականների ընթացքում: Հազուստ և հազուստի պարագաներ՝ բացի տրիկոտաժե

⁸ Տնտեսական բարդության ատլասը վիզուալիզացիայի գործիք է, որը թույլ է տալիս ուսումնասիրել համաշխարհային առևտրի հոսքերը տարբեր շուկաներում, հետևել դրանց դինամիկային ժամանակի ընթացքում և յուրաքանչյուր երկրի համար բացահայտել աճի նոր հնարավորություններ: Մշակված լինելով Հարվարդի Քենեդու անվան կառավարման դպրոցում, Ատլասը հիմնված է Հարվարդի աճի լաբորատորիայի հետազոտությունների վրա և հանդիսանում է The Viz Hub-ի առաջատար գործիք (Աճի լաբորատորիայի վիզուալիզացիայի գործիքների պորտֆոլիո) (<https://atlas.cid.harvard.edu/>):

⁹ Gender equality and economic complexity, 2022, Quarterly Review of Economics and Finance.

մեքենայագործ կամ ձեռագործ հագուստից և պարագաներից (HS 62) կազմում են Հայաստանից 2020 թվականին տեքստիլ և հագուստի ոլորտի արտադրության արտահանման մեծ մասնաբաժինը՝ 69%, որին հաջորդում է Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ՝ մեքենայագործ կամ ձեռագործ (HS 61) ապրանքների արտահանումը՝ մոտ 25%:

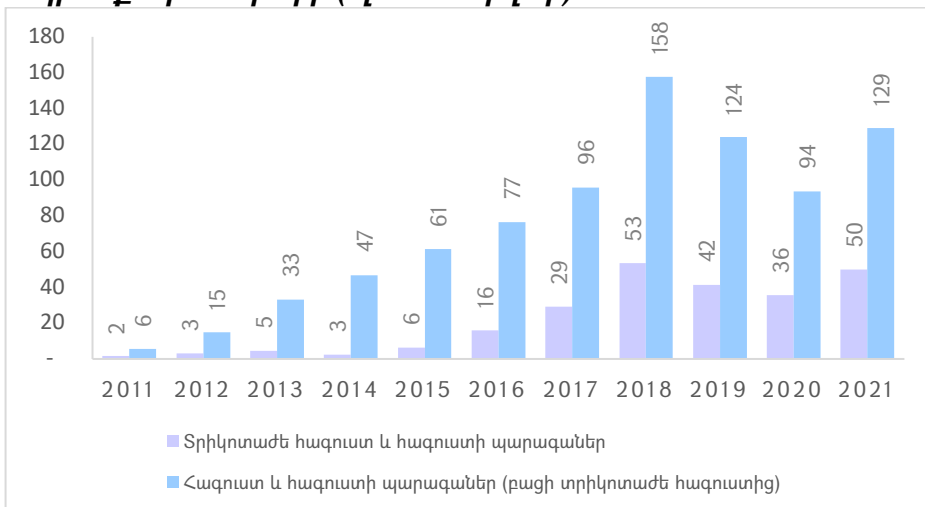
Գծապատկեր 5. Տեքստիլ ոլորտի արտահանման կառուցվածքը՝ ըստ ապրանքատեսակների



Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Արտահանման առավել մեծ աճ է գրանցվել 2017-2018 թվականներին, որը կարող է պայմանավորված լինել քաղաքական գործոններով և դրանց հետ փոխկապակցված ձեռնարկատիրական ու ներդրումային լավատեսական սպասումներով: Այնուամենայնիվ, արտահանման ծավալները որոշակի նվազել են 2019 թվականից սկսած՝ թերևս պայմանավորված նույն արտոնությունների համակարգից օգտվելու հնարավորության դադարեցման մասին տեղեկատվական ազդակների: Բնականաբար, կորոնավիրուսային համավարակով պայմանավորված վերջին տնտեսական շուկերը ևս բացասական կերպով ներազդել են արտահանման ծավալների վրա (2020 թվական):

Գծապատկեր 6. Տեքստիլ ապրանքների արտահանման ծավալները՝ ըստ հիմնական ապրանքատեսակների (մլն ԱՄՆ դոլար)

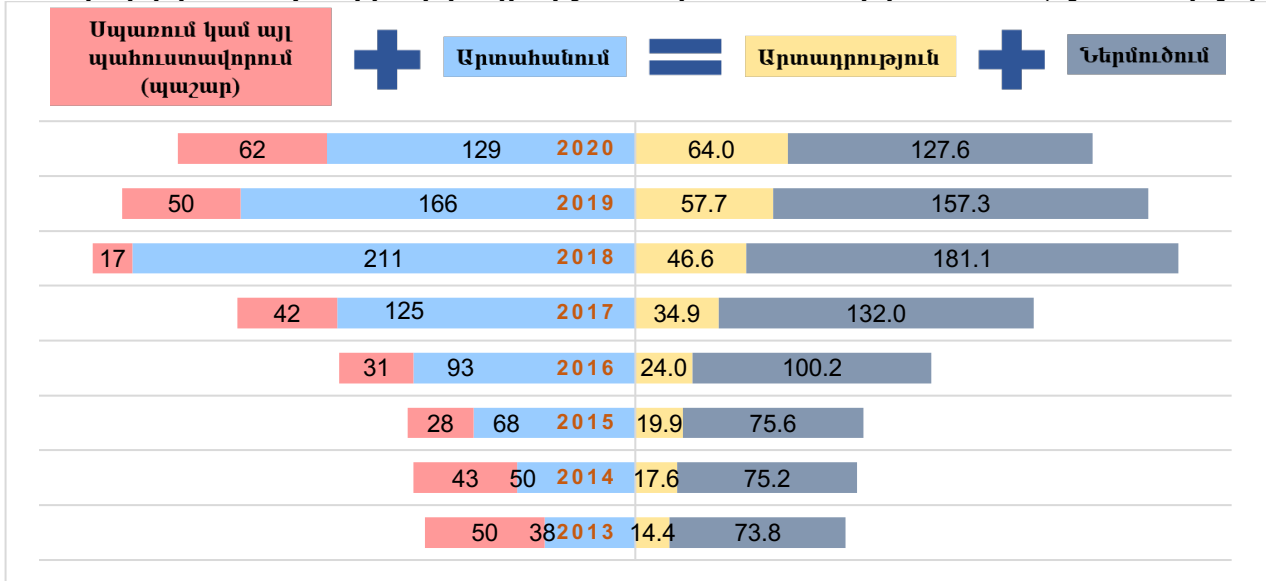


Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Հայկական տեքստիլ արդյունաբերության առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ արտադրության ծավալները զգալիորեն զիջում են արտահանման ծավալներին: Նշվածը

պայմանավորված է այն փաստով, որ, ամենայն հավանականությամբ, հումքի արժեքը ներառված չէ արտադրության ծավալներում՝ արտապատվիրված տեքստիլ ծառայությունների դեպքում:

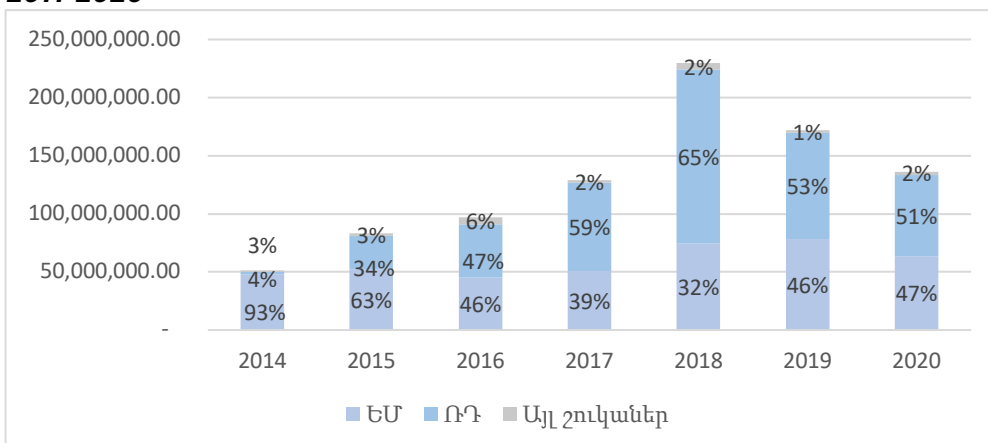
Գծապատկեր 7. Հագուստի արտադրություն, ներմուծում և արտահանում (մլն ԱՄՆ դոլար)¹⁰



Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Հայկական տեքստիլի և հագուստի ենթադրարտադրության արտահանման հիմնական շուկաներն են Ռուսաստանի Դաշնությունը, Գերմանիան և Իտալիան: Դեպի Ռուսաստան արտահանումը 2020 թվականին կազմում է տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության արտահանման 50%-ը: Ընդհանուր առմամբ, 2020 թվականին նկատվել է Հայաստանի տեքստիլի և հագուստի ոլորտի հիմնական արտահանման շուկաներում արտահանման նվազում: Մասնավորապես, 2018 թվականի համեմատ դեպի Ռուսաստան արտահանումը նվազել է մոտ երկու անգամ, դեպի Իտալիա՝ ավելի քան 5 մլն ԱՄՆ դոլար և դեպի Գերմանիա՝ մոտ 9 մլն ԱՄՆ դոլար:

Գծապատկեր 8. Հագուստի և հագուստի պարագաների հիմնական արտահանման շուկաները, 2011-2020



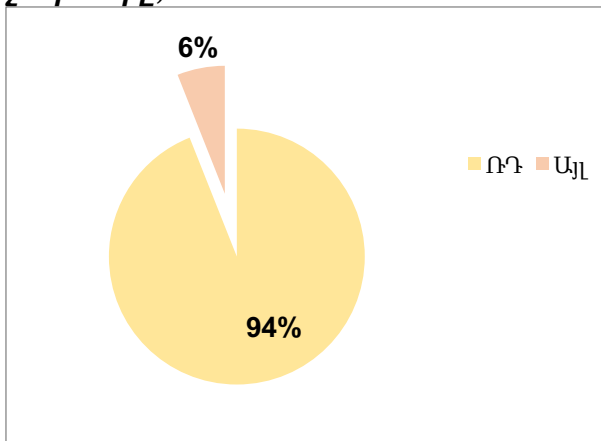
Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Արտահանման առավել մեծ ծավալներ ունեցող հիմնական՝ հագուստի և հագուստի պարագաներ (բացի տրիկոտաժե հագուստի) (62) ապրանքատեսակի արտահանման շուկան առավել

¹⁰ Արտադրության, արտահանման և ներմուծման ծավալները ներկայացված են ԱՄՆ դոլարով: Փոխարկման համար օգտագործվել է տարեկան միջին փոխարժեքը

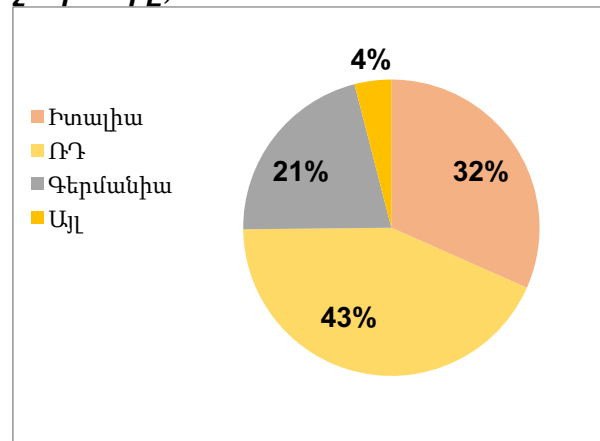
բազմազանեցված / դիվերսիֆիկացված է՝ ի տարբերություն տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ ապրանքատեսակի: Այսպես՝ տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ (61) ապրանքատեսակի արտահանման հիմնական շուկան ՌԴ-ն է, որը միայնակ կազմում է շուկայի մասնաբաժնի 94%-ը, այն դեպքում երբ հագուստ և հագուստի պարագաներ (62) ապրանքատեսակի արտահանման հիմնական շուկաներն են Իտալիան, ՌԴ-ն և Գերմանիան (տես՝ Գծապատկեր 9 և 10).

Գծապատկեր 9. Հայաստանից տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների արտահանման հիմնական շուկաները, 2020



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Գծապատկեր 10. Հագուստի և հագուստի պարագաների (բացի տրիկոտաժե հագուստի) արտահանման հիմնական շուկաները, 2020

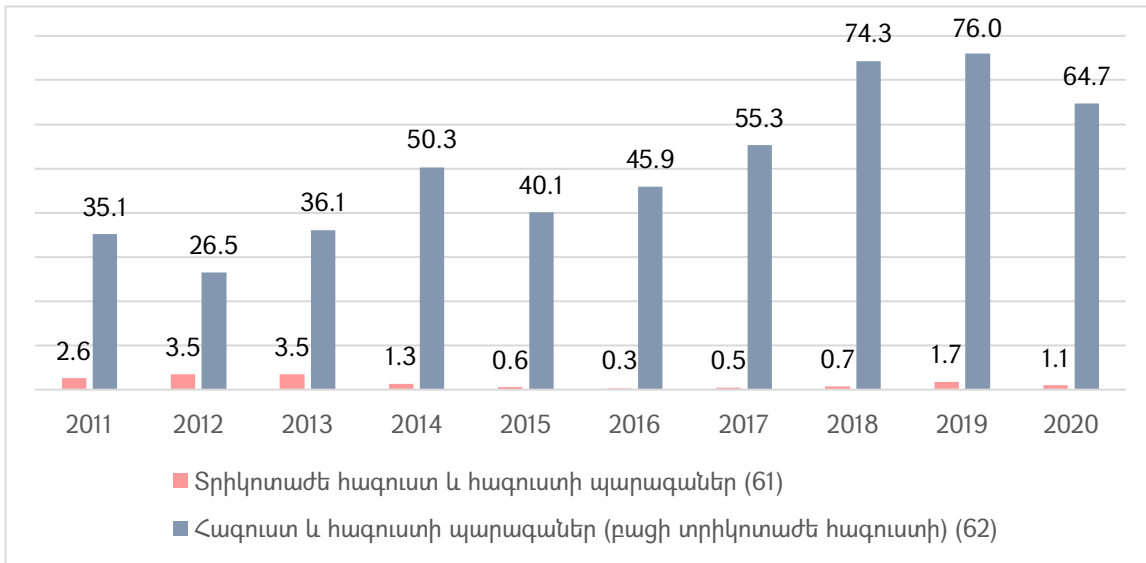


Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Հատկանշական է, որ 2021 թվականին հագուստի և հագուստի պարագաներ (բացի տրիկոտաժե հագուստի) (62) ապրանքատեսակի արտահանման էական ծավալներ են գրանցվել դեպի Սլովակիա, որը կարող է պայմանավորված լինել արտասահմանյան ընկերությունների կողմից ՀՀ տեքստիլ կազմակերպություններին մանածագործական ծառայությունների արտապատվիրմամբ կամ տվյալ երկրի՝ հանդիսանալով որպես ապրանքի տեղաբաշխման կապուղի:

Հայաստանը, թեև նշված ապրանքատեսակներով արտահանման ծավալների մեծ կշիռ ունի դեպի ՌԴ, վերջինիս ներմուծման կառուցվածքում ունի փոքր կշիռ (1%): Այնուամենայնիվ, ՀՀ-ում գործունեություն ծավալող առանձին տեքստիլ կազմակերպություններ ՌԴ-ում ունեն նշանակալի նիշային շուկաներ, օրինակ՝ Տավուշ տեքստիլը՝ բանվորական ձեռնոցների, իսկ Ալեքս տեքստիլը՝ մանկական տրիկոտաժե հագուստի մասով:

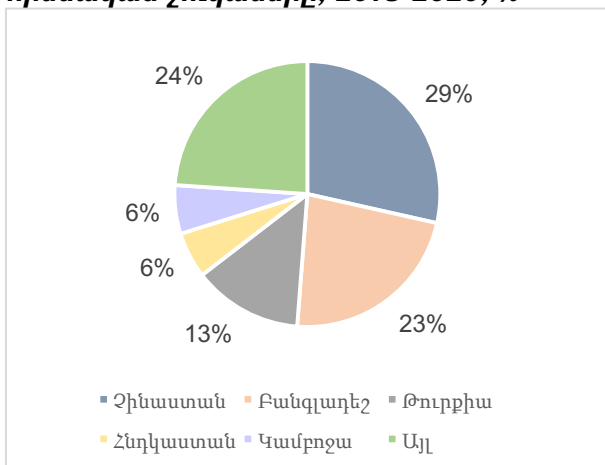
Գծապատկեր 15. Տեքստիլ հիմնական ապրանքաբեսակների՝ ՀՀ-ից ԵՄ արտահանման ծավալները, 2011-2020, մլն ԱՄՆ դոլար



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

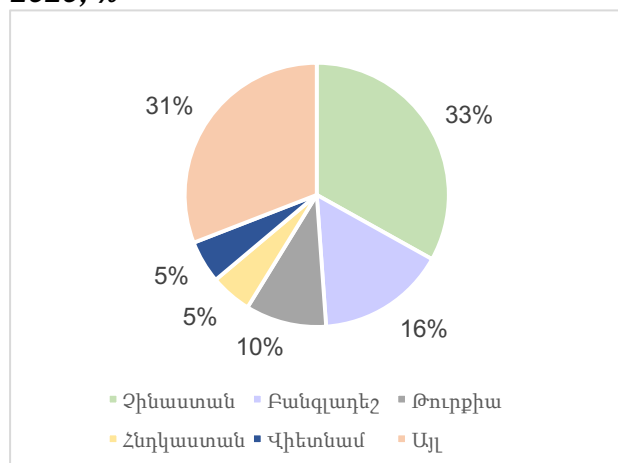
Ինչպես Ռուսաստանի դեպքում, հայկական հագուստի և հագուստի ԵՄ ներմուծման փոքր մասն է կազմում: Այս ապրանքները ԵՄ արտահանող հիմնական երկրներն են՝ Չինաստանը, Բանգլադեշը և Թուրքիան:

Գծապատկեր 16. Տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների ԵՄ ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

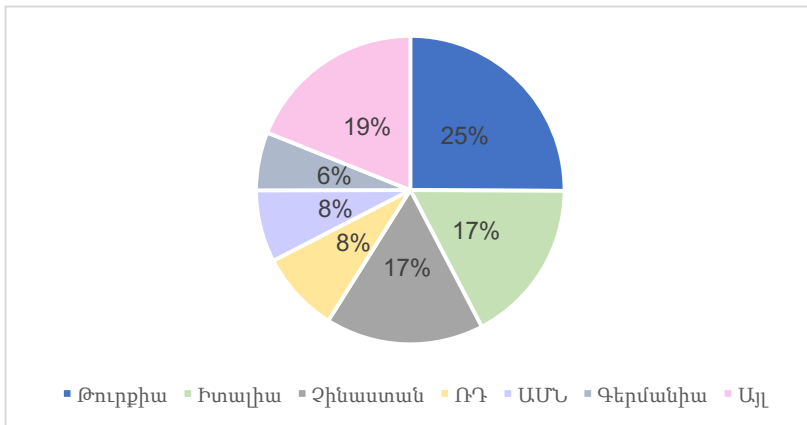
Գծապատկեր 17. Հագուստի և հագուստի պարագաների (բացի տրիկոտաժե) ԵՄ ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Ենթաուղրտի աճելու կարողությունները հասկանալու կարևոր գործոններից են հումքի աղբյուրները, որտեղից դրանք ներմուծվում են և որոնք են դրանց ներմուծման փոխարինող կարողությունները: Վիճակագրական տվյալների համաձայն՝ 2018-2020 թվականների ընթացքում Հայաստանը ներմուծել է մոտ 383,998,764 ԱՄՆ դոլարի հումք:

Գծապատկեր 18. Տեքստիլ արտադրության հումքի ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Կարելի է նկատել, որ առավել մեծ կշիռ ունեցող առաջին 3 շուկաները նույնն են, ինչ տեքստիլ բոլոր ապրանքատեսակների դեպքում՝ այլ հերթագայությամբ ու կշռով: Մասնավորապես, ներկրվող տեքստիլ արտադրանքի մոտավորապես 36%-ը Թուրքիայից է, 31%-ը՝ Չինաստանից և 23%-ը՝ Իտալիայից:

Պետք է նկատել, որ առանձին ապրանքատեսակների մասով որոշակիորեն մեծ են ներմուծման ծավալներն առանձին երկրներից: Այսպես, վերջին տարիներին որոշակիորեն աճել են Ուզբեկստանից << բամբակի (52) և ձեռագործ կամ մեքենայագործ տրիկոտաժե պաստառների (60) ներմուծման ծավալները:

Ամփոփելով վերոգրյալը, կարելի է եզրակացնել, որ

- ԵՄ հանդիսանում է և կմնա որպես արտապատվիրված ապրանքների շուկա,
- Ռուսաստանը աճի հիմնական շուկան է, եթե հաշվի առնենք նաև, որ Հայաստանն ու Ռուսաստանը գտնվում են նույն միությունում, որտեղ մաքսատուրքեր չեն կիրառվում,
- Ոլորտի կայուն աճն ապահովելու համար կա վերջնական արտադրանքի արտահանման և հումքի ներմուծման դիվերսիֆիկացման մեծ անհրաժեշտություն,
- Վերլուծությունը ցույց տվեց, որ արտահանման ծավալն ավելի մեծ է, քան արտադրությունը, և այս երկրներանքի վերլուծության կարիք կա:

5.7 Ավելացված արժեք մեկ աշխատանքային ժամի համար

Մեկ աշխատանքային ժամի ավելացված արժեքը, կամ պարզապես արտադրողականությունը ցույց է տալիս արտադրված ապրանքների և ծառայությունների արժեքը մեկ ժամվա ընթացքում: Այլ կերպ ասած, այն չափում է, թե որքան արդյունավետ է աշխատուժը համակցված արտադրության այլ գործոնների հետ և օգտագործվում արտադրական գործընթացում: Աշխատանքի արտադրողականությունը չափվում է տարածաշրջանի կամ ոլորտի արտադրության ընդհանուր ծավալը բաժանելով դրան հասնելու համար օգտագործված աշխատուժի ներդրանքի արժեքին: Ծավալը հաշվարկվում է օգտագործելով համախառն ավելացված արժեքը:

Հիմք ընդունելով վերոնշյալ սահմանումը, կարելի է ասել, որ ընկերության մեկ ժամվա աշխատանքի ավելացված արժեքը կարելի է հաշվարկել հետևյալ կերպ .

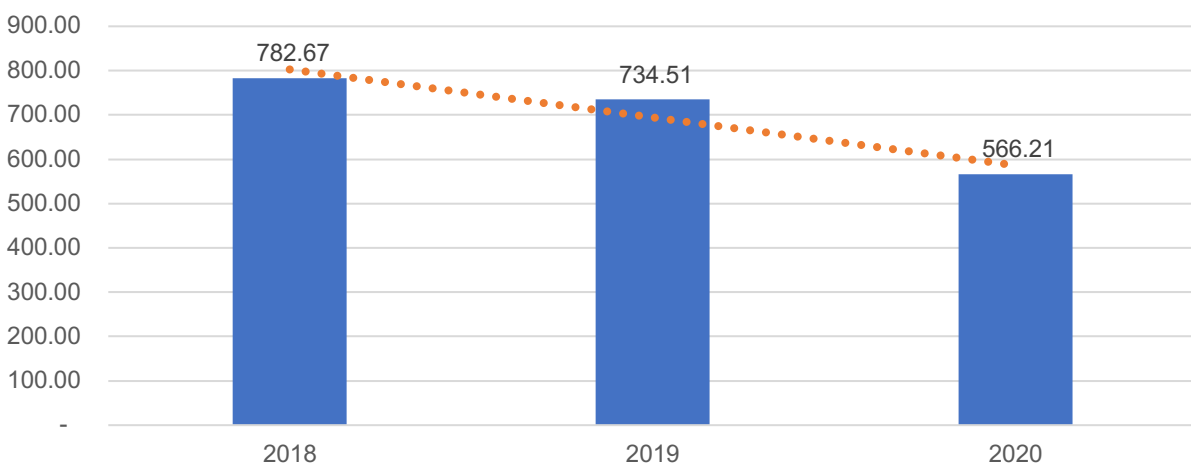
Ավելացված արժեքը 1 աշխատանքային ժամի համար = Ընկերության ավելացված արժեքը / աշխատած ժամերի քանակը

որտեղ,

Ընկերության ավելացված արժեքը = Աշխատավարձի ընդհանուր ծախսերը + շահույթը մինչև հարկումը

Հիմք ընդունելով ՀՀ պետական եկամուտների կողմից տրված տվյալները, վերջին երեք տարիների ընթացքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի ավելացված արժեքի ցուցանիշը նվազել է: Սա վկայում է, որ ոլորտում նվազում է արտադրողականության մակարդակը:

Գծապատկեր 19. Հայաստանի տեքստիլ ոլորտում ավելացված արժեքի ցուցանիշը, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)¹¹



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Այս անկման պատճառը կարող է լինել նաև աշխատանքի «բարենպաստ» պայմանների բացակայությունը կամ ցածր մակարդակը, երբ արտադրության մեջ զբաղվածների գեներացիան հիմնական կարիքները և ռազմավարական շահերը ի նկատի առնված չեն:

5.8 Հիմնական ներմուծման շուկաներում մաքսային խոչընդոտները

Ինչպես արդեն նշվել էր, Հայաստանի հագուստի և հագուստի պարագաների արտահանման հիմնական շուկաներն են Եվրասիական տնտեսական միության (ԵԱՏՄ) և Եվրոպական միության անդամ երկրները: Հայաստանը հանդիսանում է ԵԱՏՄ անդամ երկիր, ինչը նշանակում է, որ ունի այդ շուկաներ առանց սահմանափակումների և առանց մաքսատուրքերի մուտքի իրավունք: Ստորև աղյուսակը ներկայացնում է տեքստիլ և հագուստի ապրանքների նկատմամբ կիրառվող մաքսատուրքերի համեմատությունը ԵԱՏՄ շուկայում հայկական ընկերությունների հիմնական մրցակիցների համեմատ:

Աղյուսակ 4 ԵԱՏՄ շուկայում տեքստիլ արտադրանքի հիմնական արտահանողների համար գործող մաքսատուրքերը

Երկիր	ԵԱՏՄ-ում կիրառվող մաքսատուրքեր
Հայաստան	0%

¹¹ 2021 թվականի տվյալները ներկայացված չեն, քանի որ այս պահին ոչ բոլոր ընկերություններն են ներկայացրել 2021 թվականի ֆինանսական հաշվետվությունները:

Բանգլադեշ	3.54%
Բելառուս	0%
Չինաստան	5.99%
Իտալիա	4.49%
Թուրքիա	4.10%
Ուզբեկստան	0%
Վիետնամ	0.53%

Աղբյուր՝ wits.worldbank.org | trade.ec.europa.eu

Հայաստանի տեքստիլ արտադրանքի արտահանման մյուս հիմնական շուկան Եվրոպական միությունն է: 2022 թվականին Հայաստանը զրկվեց ԵՄ կողմից տրամադրվող GSP+ համակարգի արտոնություններից: Սա նշանակում է, որ ԵՄ տեքստիլ և հագուստի պարագաներ արտահանելու դեպքում հայկական կազմակերպությունները պետք է վճարեն 12% մաքսատուրք:

Աղյուսակ 5 ԵՄ շուկայում տեքստիլ արտադրանքի հիմնական արտահանողների համար գործող մաքսատուրքերը

Երկիր	ԵՄ-ում կիրառվող մաքսատուրքեր
Հայաստան	12%
Բանգլադեշ	0% (ՋԲԱԻ ¹²)
Կամբոջա	0% (ՋԲԱԻ)
Չինաստան	12%
Հնդկաստան	9.6% (ստանդարտ GSP ¹³)
Թունիս	12%
Թուրքիա	0% (մաքսային միության դրույքաչափ ¹⁴)
Ուզբեկստան	0% (GSP+)
Վիետնամ	9.6% (Ստանդարտ GSP)

Աղբյուր՝ wits.worldbank.org | trade.ec.europa.eu

Որպես ամփոփում, անհրաժեշտ է ընդգծել, որ

- Հայաստանը մրցունակ դիրքեր ունի ռուսական շուկայում՝ հաշվի առնելով, որ Հայաստանը ԵԱՏՄ անդամ է,
- Հայաստանը 2022 թվականին հունվարից չի օգտվում Եվրոպական ԵՄ GSP+ արտոնյալ առևտրային ռեժիմի հնարավորություններից,
- Ուզբեկստանն ու Վիետնամը համարվում են ռուսական շուկայում հիմնական մրցակիցները
- Հայաստանի արտահանման հիմնական երկու շուկաներում Ուզբեկստանն ունի արտոնություններ:

¹² ՋԲԱԻ (Ջենքից բացի ամեն ինչ)¹ հատուկ մոտեցում թույլ զարգացած երկրների համար, զենքից և զինամթերքից բացի բոլոր ապրանքների համար ապահովելով մուտք ԵՄ տարածք առանց մաքսատուրքերի և քանակական սահմանափակումների:

¹³ Ստանդարտ GSP ցածր կամ միջինից ցածր եկամուտ ունեցող երկրների համար: Սա նշանակում է ապրանքային խմբերի երկու երրորդ նկատմամբ կիրառվող ցածր մաքսատուրքեր կամ դրանց լրիվ բացակայություն:

¹⁴ 1963 թվականի Թուրքիան Եվրոպական տնտեսական համագործակցության հետ կնքեց Ասոցացման համաձայնագիր, ինչը նախատեսում էր երեք փուլ Թուրքիայի՝ ԵՄ ընդհանուր շուկային հետզհետե միանալու համար՝ Մաքսային միության ստեղծման միջոցով: 1973 թվականին ուժի մեջ մտավ Լրացուցիչ արձանագրությունը, որը երկու կողմերի միջև վերացրեց գործող մաքսատուրքերը:

5.9 Կայուն տեքստիլ արդյունաբերություն

Չնայած բազմաթիվ օգուտների, որոնցից երկուսն են նոր աշխատատեղերի ստեղծումն ու տնտեսության աջակցումը, ոլորտը սպառում է մեծ ծավալի էներգիա, աղտոտում է շրջակա միջավայրը, առաջացնում է թափոններ, իսկ նրա գործունեությունը ուղեկցվում է մարդու իրավունքների խախտման բազմաթիվ օրինակներով: Սոցիալական և շրջակա միջավայրի բացասական ազդեցությունը շարունակվում է տարիներ և միայն վերջերս նկատելի է սպառողների պահանջների փոփոխություն, որի կիզակետում է կայունության գաղափարը:

Ներկայումս Հայաստանի տեքստիլ ոլորտը համաշխարհային տեքստիլ արդյունաբերության շատ փոքր մասն է կազմում և հիմնականում ներկրված հումքից հագուստեղեն է արտադրում՝ ինչը չի պահանջում գործվածքի որևէ տեսակի մշակում: Այնուամենայնիվ, որոշ խոշոր ընկերություններ հայտարարել են իրենց բիզնեսի ընդլայնման ծրագրերի մասին, որոնց իրագործման արդյունքում կարող են արտադրվել գործվածքներ, իսկ այդ գործընթացը արդեն իսկ ներառում է ներկումը և վերջնական մշակումը: Դա կարող է բարձրացնել բնապահպանական ռիսկերի մակարդակը, ինչն իր հերթին կպահանջի արտադրական թափոնների համապատասխան կառավարում:

«Կայունությունը» բարդ հասկացություն է: Շատ հաճախ դրա մասին խոսելուց, առաջին հերթին մտածում ենք էկո-դիզայնի կամ շրջակա միջավայրի համար վնաս չներկայացնող նյութերի օգտագործման մասին: Իրականում այն ավելի լայն է և ներառում է այնպիսի կարևոր բաղադրիչ, ինչպես օրինակ սոցիալական կողմը (օրինակ՝ հումքի արտադրության երկրում աշխատանքային պայմանները, կանանց կամ երեխաների աշխատանքային իրավունքների պաշտպանությունը): Կենսակայուն արդյունաբերությունն ունի մեկ այլ բաղադրիչ ևս, տնտեսական, թե ինչքանով է արդյունաբերությունը զարգանում տեղական հումքի արտադրության խրախուսման և տեղական արտադրանքի վաճառքների ծավալների ընդլայնման աջակցության շնորհիվ:

2017 թ-ին Հայաստանի տեքստիլ և հագուստի ոլորտում անցկացրած հետազոտության հիման վրա, հայտնաբերված հիմնական խնդիրներից մեկն էր միջազգային որակի չափանիշներին արտադրանքի լիարժեք համապատասխանության բացակայությունը: Նորածնության և դիզայնի պալատի կողմից անցկացված 2020 թվականի հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանի տեքստիլ և հագուստի ոլորտում աշխատողների ավելի քան 90% -ը կանայք են, և ինչպես նշվում է մեկ այլ՝ 2017թ-ի զեկույցում, իրավիճակը այդպիսին է արդեն երկար տարիներ: Սակայն, նույնիսկ լինելով տնտեսության գրեթե «կանացի» ոլորտ, այն գենդերային խնդիրների բացահայտման և լուծման կարիք ունի:

Մյուս հնարավոր լուծումը ոլորտի զարգացման ծրագրի և գործողությունների պլանի գենդերային ուղղորդումն է, իր բոլոր անհրաժեշտ քայլերով: Այդ քայլերի թվում են խնդիրների բացահայտումը ուսումնասիրությունների և սեռով տարանջատված տվյալների հավաքագրմամբ, ոլորտի գենդերային կարգավորման/ բարելավման առաջարկությունների նախապատրաստումը, դրանց գենդերային ազդեցության գնահատումը և մշտադիտարկման մեխանիզմների սահմանումը:

Կան մի շարք ստանդարտներ կամ հավաստագրման համակարգեր, որոնք նպաստում են ոչ միայն աշխատանքային իրավունքների պաշտպանությանը կամ խտրականության դեմ պայքարին, այլև ընկերություններին աջակցում են ռազմավարություններ մշակելու և իրենց ջանքերն աջակցող միջավայրի պահպանությանն ուղղելու, հումքի աղբյուրների վերաբերյալ ավելի պատասխանատու

որոշում ընդունելու նպատակով և այլն: Այդպիսի ստանդարտներից ու հավաստագրման համակարգերից են՝

- **Սոցիալական**

- Սոցիալական աուդիտ: SMETA, BSCI
- Սոցիալական հավաստագրում SA 8000. հիմնված է միջազգայնորեն ընդունված պարկեշտ աշխատանքի, ներառյալ Declaration of Human Rights, ILO Conventions և ազգային օրենքներում զետեղված չափանիշների վրա:
- Առողջության և անվտանգության կառավարման համակարգ ISO 45001՝ աշխատանքի անվտանգության և առողջության կառավարման համակարգ է: ISO 45001-ի նպատակը՝ աշխատանքի հետ կապված վնասվածքների և հիվանդությունների դեպքերի նվազեցումն է, ներառյալ ֆիզիկական և մտավոր առողջության խթանումն ու պահպանումը:
- WRAP: աշխարհում ամենամեծ անկախ սերտիֆիկացման ծրագիր է, որը վերաբերում է հագուստի, կոշիկեղենի և կարված ապրանքների ոլորտներին: Այն սերտիֆիկացնում է արտադրական հաստատությունները WRAP- ի 12 սկզբունքների հիման վրա, որոնք ունեն սոցիալական ուղղվածություն:

- **Բնապահպանական**

- *ISO 14001 Շրջակա միջավայրի կառավարման համակարգ.* Ստեղծված է՝ օժանդակելու կազմակերպություններին նվազագույնի հասցնել իրենց գործունեության հետևանքով առաջացող շրջակա միջավայրի վրա բացասական ազդեցությունը, համապատասխանել գործող օրենքներին, կանոնակարգերին և այլ բնապահպանական պահանջներին:
- *ISO 50001 էներգիայի կառավարման համակարգ.* Տրամադրում է էներգիայի օգտագործման բարելավմանն ուղղված գործնական ճանապարհներ՝ հեշտացնելով որակի և շրջակա միջավայրի կառավարման բարելավման նպատակով կազմակերպությունների կողմից էներգիայի կառավարման ինտեգրումը բիզնես գործընթացներում:

- **Սոցիալական և բնապահպանական**

- *B-Corp.* B վավերացում ստացած կազմակերպությունները հավասարակշռված մոտեցում են ցուցաբերում իրենց շահույթին ու նպատակներին՝ արագացնելով համաշխարհային մշակութային փոփոխությունները և վերասահմանելով բիզնեսում «հաջողություն» գաղափարը: Հավաստագրումը եռաստիճան գործընթաց է, որը ներառում է կազմակերպության գնահատումը, համադրումը այլ կազմակերպությունների գործելակերպի հետ և հնարավոր բարելավման ուղղությունների բացահայտումը:

- **Գենդերային**

- ԱՄԿ մասնակցային գենդերային աուդիտ գործիք (ILO Participatory Gender Audit tool)¹⁵
- Կանանց զորացման 7 սկզբունքները, ՄԱԿ Կանայք (UN Women, Women empowerment principles)¹⁶
- Գենդերային ուղղորդման սկզբունքներ և գործիքներ:

¹⁵ <https://www.itcilo.org/resources/ilo-participatory-gender-audit>

¹⁶ <https://www.weps.org/about>

- Այս ստանդարտներ, նախաձեռնություններ և պատշաճ գործելակերպեր, ինչպես օրինակ **Global Recycled Standard, Recycled Claim Standard (RCS 100), Bluesign, Oeko-Tex, Newlife, Bionic Yarn, Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard, Global Recycled Standard, The Zero Discharge of Hazardous Chemicals** և այլն.

5.10 Կրթություն

Տեքստիլ արդյունաբերությունը Հայաստանի ամենադինամիկ զարգացող տնտեսական ենթաճյուղերից մեկն է, որը գործում է ստեղծագործական, բիզնեսի և տեխնոլոգիայի ոլորտների խաչմերուկում: Ոլորտի զարգացումն ապահովելու նպատակով անհրաժեշտ է լավ պատրաստված, ժամանակակից և «բազմակողմանի» մասնագետներ, որոնք կկարողանան համատեղել ստեղծագործությունը, տեխնիկական և մասնագիտական գիտելիքները և հմտությունները միջազգային շուկայի ներկայիս պահանջների հետ:

Ցավոք այսօր հետազոտական և կրթական համակարգը Հայաստանում հնարավորություն չի տալիս բավարարել թեթև արդյունաբերության հիմնական կարիքները, հատկապես, եթե դա դիտարկում ենք զարգացման տեսանկյունից: Թեթև արդյունաբերության առնչվող կրթությունը դեռևս չի մատուցում այն գիտելիքները, որոնք անհրաժեշտ է համակարգի զարգացման համար: Արդյունքում այս ոլորտի կրթությունը գրավիչ չէ երիտասարդների համար: Դա պայմանավորված է ինչպես կրթական մեթոդներով, այնպես էլ մատուցվող նյութերի որակով և ժամկետանց լինելու հանգամանքով:

Բացակայում է նորաձևության և դիզայնի արդի մոտեցումները, տեխնիկապես հագեցած դասասենյակներ և ժամանակակից ուսումնական պլանը, որը կարող է ապահովել համակարգային նորաձևության կրթություն: Չկա նաև բավարար թվով ինքնակայուն ուսումնական կենտրոններ՝ գործնական ուսուցման դասընթացների և հմտությունների բարձրացման համար: Ընդհանուր առմամբ, բիզնես մոտեցումը և գոյություն ունեցող կրթական հաստատությունների և տեքստիլ արդյունաբերության խաղացողների միջև կապը գործնականում բացակայում է, ինչը հանգեցրեց ոլորտի ձեռնարկությունների համար հմուտ աշխատուժի սահմանափակ հասանելիությանը:

Երկրում կան ոլորտի մի քանի բարձրագույն մասնագիտական հաստատություններ, բացի այդ միջին մասնագիտական կրթություն և ուսուցում տրամադրող կառույցներ, ինչպես նաև համապատասխան մարզային մասնաճյուղեր: Ոլորտի 2020-2021 թվականին իրականացված ուսումնասիրությունը բացահայտել է, որ բոլոր ուսումնական հաստատություններում առկա են նորաձևության և դիզայնի, հագուստի մոդելավորման, կարի արտադրության տեխնոլոգիայի ուսուցում:

Ըստ կրթական հաստատությունների, նորագույն սարքավորումների հետ աշխատանքը, օտար լեզուների իմացությունը և անձնական նախաձեռնողականության դրսևորման բացակայությունը այն հմտություններ են, որոնք անհրաժեշտ է բարելավել ուսանողների մոտ: Այս հարցերից բացի կրթական հաստատություններն ունեն այլ խնդիրներ ևս, որոնք վերաբերում են ժամանակակից սարքավորումներին և տեխնոլոգիաներին, ինչպես նաև միջազգային դասընթացներին և հմտությունների հզորացման միջոցառումներին մասնակցության կարողությունները: Դա բացատրվում է հայկական կրթական հաստատությունների և աշխարհի միջև փոխգործակցության,

գիտելիքի և փորձի (այդ թվում՝ համատեղ կրթական ծրագրերի) փոխանակման բացակայությամբ, ինչը հանգեցնում է հայկական կրթական մեթոդների և մոտեցումների ժամկետանց դառնալուն:

Հետազոտության արդյունքներով պարզվում է, որ արտադրողների մոտ 62%-ը չի համագործակցում կրթական հաստատությունների հետ: Ըստ մասնավոր հատվածի, կրթական հաստատություններում առկա խնդիրներից է .

- Ուսումնական հաստատություններում կիրառական գիտելիքներ չփոխանցելը
- Համագործակցությունը ոչ պատշաճ կազմակերպումը, մոտիվացիայի բացակայությունը
- Ուսումնական հաստատությունների հետ թույլ կապը
- Կրթության որակը

Ըստ ոլորտի մասնագետների, գործատուների, կրթական հաստատությունների և ուսանողների լրացուցիչ վերապատրաստման կարիք կա հետևյալ բնագավառներում՝

Գործատու	Կրթական հաստատություն	Ուսանող
Մարքեթինգային ծառայություններ (digital marketing)	Fashion Design	Մասնագիտական գործնական հմտություններ
Միասնական ձևման ծառայություն	Կոմպոզիցիա	Մոդելավորում
Միասնական դիզայնի ծառայություն	Հագուստի նախագծում	Կարուձև
Հագուստի նախագծման և մոդելավորման հմտություններ	Կարի տեխնոլոգիա	Մասնագիտական տեսական հմտություններ
Կառավարում	Բատիկ	Գրաֆիկ դիզայն
Թվայնացում «Assol» CAD	Ոճաբանություն	Պրոֆեսիոնալ լուսանկարչություն
Նորաձևության դիզայնի դասընթաց	Նյութագիտություն, հագուստի պատմություն	Հագուստի նախագծման և մոդելավորման հմտություններ
Կարի տեխնոլոգիա	Կրեատիվության զարգացում	Արդյունավետ կառավարում և թվայնացում
Արտադրության կառավարում	Մակետավորում	
Կարի օպերատորների պատրաստում	Կարի օպերատորներ պատրաստում	

5.11 Օրենսդրություն

2011 թվականին ՀՀ կառավարության կողմից ընդունված Արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարությունը նախանշում է զարգացման և արտահանման ներուժ ունեցող ոլորտները և սահմանում է կառավարության կողմից ձեռնարկվող գործողությունները կարգավորող դաշտի բարելավման, առևտրի խոչընդոտների վերացման, ենթակառուցվածքների արդիականացման, հայկական արտադրանքի մրցունակության բարձրացման և օտարերկրյա ներդրումների ներգրավման ուղղությամբ: Արդյունաբերական քաղաքականության ուղղորդող տեսլականն էր Հայաստանը դիրքավորել որպես բարձրարժեք և գիտելիքահեն ապրանքներ և ծառայություններ արտադրող երկիր, որի հիմքում ընկած է ստեղծագործ մարդկային կապիտալը:

Ռազմավարության փաստաթղթում տասնմեկ ոլորտներ նշված են որպես արտահանման զգալի ներուժ ունեցող ոլորտներ: Քաղաքականության իրականացման համար մշակվել են համապատասխան ռազմավարություններ և գործողությունների ծրագրեր յուրաքանչյուր ընտրված ոլորտի համար, ներառյալ տեքստիլ և հագուստի արտադրությունը:

Կան մի շարք իրավական ակտեր, որոնք ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն կարգավորում են ոլորտը: Այդ իրավական ակտերն են՝

- «Թեթև արդյունաբերության արտադրանքի անվտանգության մասին» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգ (ՄՄ ՏԿ 017/2011),
- «Երեխաների և դեռահասների համար նախատեսված արտադրանքի անվտանգության մասին» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգ (ՄՄ ՏԿ 007/2011)¹⁷
- Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2004 թվականի հուլիսի 15-ի «Արտադրական միջավայրում և աշխատանքային գործընթացի վնասակար ու վտանգավոր գործոնների ազդեցությանը ենթարկվող բնակչության առանձին խմբերի առողջական վիճակի պարտադիր նախնական (աշխատանքի ընդունվելիս) և պարբերական բժշկական զննության անցկացման կարգը, գործոնների, կատարվող աշխատանքների բնույթի, զննության ծավալի, բժշկական հակացուցումների ցանկերը և աշխատանքի պայմանների հիգիենիկ բնութագրման կարգը հաստատելու մասին» N 1089-Ն որոշում.
- Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2005 թվականի դեկտեմբերի 29-ի «Մինչև 18 տարեկան անձանց, հղի և մինչև մեկ տարեկան երեխա խնամող կանանց համար ծանր և վնասակար համարվող աշխատանքների ցանկը հաստատելու մասին» N 2308-Ն որոշում.
- Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2010 թվականի դեկտեմբերի 2-ի «Ծանր, վնասակար արտադրությունների, աշխատանքների, մասնագիտությունների և պաշտոնների, առանձնապես ծանր, առանձնապես վնասակար արտադրությունների, աշխատանքների, մասնագիտությունների և պաշտոնների ցանկերը հաստատելու, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2005 թվականի օգոստոսի 11-ի N 1599-Ն որոշման մեջ փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2006 թվականի հունիսի 16-ի N 876-Ն որոշման մեջ փոփոխություններ կատարելու և Հայաստանի Հանրապետության կառավարության մի շարք որոշումներ ուժը կորցրած ճանաչելու մասին» N 1698-Ն որոշում.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2002 թվականի մարտի 6-ի «Աղմուկն աշխատատեղերում բնակելի և հասարակական շենքերում և բնակելի կառուցապատման տարածքներում» N2-III-11.3 սանիտարական նորմերը հաստատելու մասին» N 138 հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2005 թվականի օգոստոսի 15-ի ««Աշխատանքի հիգիենիկ դասակարգումը ըստ արտադրական միջավայրի վնասակար և վտանգավոր գործոնների, աշխատանքային գործընթացի ծանրության և

¹⁷ <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/texnreg/deptexreg/tr/Pages/bezopDeti.aspx>

լարվածության ցուցանիշների» N2.2-002-05 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 756-Ն հրաման.

- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2005 թվականի սեպտեմբերի 16-ի ««Արտադրական սենքերի միկրոկլիմայի» ՍՆ N2.2.4-001-05 սանիտարական նորմերը հաստատելու մասին» N 842-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2006 թվականի մայիսի 17-ի ««Աշխատատեղերում, բնակելի և հասարակական շենքերում թրթռման (վիբրացիայի) հիգիենիկ նորմերը» N2.2.4-009-06 հաստատելու մասին» N 533-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2009 թվականի հոկտեմբերի 29-ի ««Վտանգավոր քիմիական թափոնների գործածությանը և վտանգավոր քիմիական նյութերի պահպանմանը և փոխադրմանը ներկայացվող հիգիենիկ պահանջներ» N 2.1.7-001-09 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 20-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2010 թվականի դեկտեմբերի 6-ի ««Կազմակերպությունների աշխատատեղերում աշխատանքային գոտու օդում քիմիական նյութերի սահմանային թույլատրելի կոնցենտրացիաները» N2.2.5-004-10 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 27-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2012 թվականի սեպտեմբերի 19-ի ««Կազմակերպություններում աշխատողների սանիտարակենցաղային սենքերի» N 2.2.8-003-12 սանիտարական կանոններ և նորմերը հաստատելու մասին» N 15-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2005 թվականի դեկտեմբերի 14-ի ««Մանուկների, դեռահասների և մեծահասակների հագուստին ներկայացվող հիգիենիկ պահանջներ» N 2.III.4-7 սանիտարական կանոնները հաստատելու մասին» N 1191-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2014 թվականի հուլիսի 3-ի ««Մարդու մաշկի հետ շփվող արտադրատեսակների համար նյութերին (արտադրատեսակներին), հագուստին, կոշիկներին ներկայացվող սանիտարահամաճարակաբանական և հիգիենիկ պահանջներ» N 2.1.7.011-14 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 41-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարի 2019 թվականի սեպտեմբերի 18-ի «Միջին մասնագիտական կրթության 0212.02.5 «Հագուստի մոդելավորում և նախագծում» մասնագիտության 0212.02.01.5 «մոդելավորող-նախագծող» որակավորման պետական կրթական չափորոշիչը հաստատելու մասին» N 09-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարի 2021 թվականի հունվարի 11-ի «Միջին մասնագիտական կրթության 0723.03.5 «Հագուստի պատրաստման տեխնոլոգիա» մասնագիտության 0723.03.01.5 «Տեխնոլոգ` հագուստի պատրաստման» որակավորման պետական կրթական չափորոշիչը հաստատելու մասին» N 15-Ն հրաման:

Ոլորտի աշխատանքը ճիշտ կազմակերպելու, խտրականությունը բացառելու և կանանց ու տղամարդկանց համապատասխան ներգրավվածությունը ապահովելու համար՝ ՀՀ-ում ընդունվել են և գործում են մի շարք ազգային և միջազգային իրավական ակտեր և ազգային ծրագրեր: Դրանց թվում են .

- ՀՀ Սահմանադրություն /հոդվածներ 29, 30, 86 /,
- Հայաստանի հանրապետության օրենքը կանանց և տղամարդկանց հավասար իրավունքների և հավասար հնարավորությունների ապահովման մասին,
- Գենդերային քաղաքականության հայեցակարգ,
- Հայաստանի հանրապետությունում գենդերային քաղաքականության իրականացման 2019-2023 թվականների ռազմավարությանը և միջոցառումների ծրագիր,
- Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիր,
- Տնտեսական, սոցիալական և մշակութային իրավունքների միջազգային դաշնագիր
- Պեկինյան հռչակագիր,
- ՄԱԿ-ի Կոնվենցիա կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին,
- Կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին ՄԱԿ-ի կոնվենցիայի կամընտիր արձանագրություն,
- Կայուն զարգացման նպատակներ՝ օրակարգ 2030, նպատակ 5,
- ԱՄԿ Կոնվենցիա համարժեք աշխատանքի դիմաց տղամարդկանց և կանանց հավասար վարձատրման մասին (no.100),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա աշխատանքի և զբաղվածության բնագավառում խտրականության մասին(no.111),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա հարկադիր կամ պարտադիր աշխատանքի մասին (no.29),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա արդյունաբերությունում և առևտրում աշխատանքի տեսչության մասին (no.81),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա զբաղվածության բնագավառում քաղաքականության մասին (no.122),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա նվազագույն աշխատավարձի սահմանման մասին(no.131),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա վճարովի արձակուրդների մասին (վերանայված)(no.132),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա աշխատանքի վիճակագրության մասին(no.160),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա երեխայի աշխատանքի վատթարագույն ձևերի մասին (no.182),
- Վերանայված Եվրոպական սոցիալական խարտիա 1996,
- Եվրոպայի խորհրդի կոնվենցիա մարդկանց շահագործման (թրաֆիկինգ) դեմ պայքարի մասին:

5.12 SWOT Վերլուծություն

<h1 style="font-size: 48px; color: #0056b3; margin: 0;">S</h1> <p style="color: #0056b3; font-weight: bold; margin-top: 10px;">STRENGTHS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Արտադրանքի բարձր որակ • Արտադրանքի բազմազանություն • Թիրախային շուկաներից առավել հարմար աշխարհագրական դիրք • Արտահանման բարձր ներուժ ունեցող արագ զարգացող ենթաոլորտ • Աշխարհահռչակ ապրանքանիշերի հետ առկա համագործակցություն • Մտավոր սեփականության պաշտպանության բարձր մակարդակ • Արտադրության տեխնիկական արդիականացման բարձր մակարդակ
--	--

W

WEAKNESSES

- Բարձր գործառնական ծախսեր
- Համապատասխան մասնագետների պակաս
- Կրթության ցածր մակարդակ՝ ընկերությունների համար անհրաժեշտ հմտությունների և կարողությունների ու կրթական համակարգի կողմից տրամադրվող հմտությունների միջև առկա է խիստ անհամապատասխանություն
- Այլ մրցակից երկրների հետ համեմատ, աշխատավարձի բարձր մակարդակ
- Տեղական հումքի սահմանափակ հասանելիություն
- Չդիվերսիֆիկացված արտահանման շուկաներ
- Հատվածավորված արժեշոթա
- ԵՄ GSP+ համակարգից Հայաստանի զրկում
- Արտահանման հիմնական շուկաներում մրցակցային առավելությունների կորուստ Ուզբեկստանի նման երկրների համեմատ
- Ուզբեկստանի համեմատ Հայաստանում ժողովրդագրական վիճակը գնալով վատթարանում է՝ ինչպես ընդհանուր բնակչության, այնպես էլ տնտեսապես ակտիվ մարդկանց թիվը նվազում է
- Լոգիստիկ ծախսերի աճ
- «Բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների բացակայություն

O

OPPORTUNITIES

- Պետական աջակցություն՝ Հայաստանի կառավարությունը ոլորտը համարում է առաջնային և տրամադրում է համապատասխան արտոնություններ
- Դեպի ԵՄ և նոր շուկաներ (մասնավորապես ԵԱՏՄ երկրներ) արտահանման բարձր ներուժ
- Տարածաշրջանային և երկկողմ ազատ առևտրի համաձայնագրեր, ինչպես նաև համաձայնագիր ԵՄ-ի հետ (CEPA)
- Հայկական տեքստիլ ընկերությունները հանդես են գալիս որպես ենթակապալառու աշխարհահռչակ ընկերությունների համար (i.e. Moncler, Max Mara, Prada, etc.)
- Ապրանքանիշի զարգացման ներուժ
- Մասնագիտական կրթության ոլորտի բարելավման լայն հնարավորություններ
- Կանանց և խոցելի խմբերի ներկայացուցիչների զբաղվածության պետական ծրագրեր¹⁸
- Նոր շուկաներ մուտք գործելու հնարավորություններ
- Ռուսական շուկայից խոշոր դերակատարների ելք

¹⁸ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ 2022 ԹՎԱԿԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ԾՐԱԳԻՐԸ, ընդունված ՀՀ կառավարության 2021 թվականի սեպտեմբերի 30-ի N 1589 - Լ որոշմամբ:

<https://employment.am/uploads/ZBAXVACUTYAN%20KARGAVORMAN%20PETAKAN%20CRAGIR%2020221.pdf>

T

THREATS

- Թիրախային շուկաներից մեկում (ԵՄ) համեմատաբար բարձր մաքսատուրքեր
- Ներքին ցածր սպառում: Հայաստանի առևտրային հոսքը կախված է այլ երկրների առևտրային հոսքերից
- Այլ ընկերություններին արտապատվիրակման մոդելը կայուն չէ, քանի որ պատվիրատուն կարող է պատվիրել այլ երկրներից, որոնք առաջարկում են ավելի լավ պայմաններ (հարկային արտոնություններ, աշխատանքի հմտություններ, ավելի լավ գներ, ավելի լավ որակ, ավելի կարճ ժամկետներ, լրացուցիչ ծառայություններ և այլն)
- Տնտեսական զարգացմանը խոչընդոտող անկանխատեսելի բիզնես և սոցիալական միջավայր (կառավարության և օրենսդրության հաճախակի փոփոխություններ, տարածաշրջանային կոնֆլիկտներ, կարծրատիպային մոտեցումներ և այլն)
- Ռուսաստանի նկատմամբ պատժամիջոցներ
- Համաշխարհային տնտեսական և քաղաքական ճգնաժամեր

6. ՆՈՐ ՏԵՍԼԱԿԱՆ

6.1 Ավելացված արժեքի շեմ

Հիմնական ռազմավարական նպատակն է ապահովել ոլորտի մրցունակության բարելավում՝ խթանելով ավելացված արժեքի և արտադրողականության աճը, ինչպես նաև սեփական ապրանքանիշով նոր շուկաներ մուտքը:

Այս նպատակում առանցքային դեր պետք է հատկացվի Ավելացված արժեքին, իսկ ավելի ստույգ՝ աշխատանքի մեկ ժամում ձևավորվող ավելացված արժեքին: Այս ցուցանիշը արտացոլում է արդյունաբերությունում մեկ ժամվա ընթացքում արտադրվող հավելյալ արժեքը, այլ կերպ ասած՝ արտադրողականությունը:

Ավելացված արժեքի հաշվարկի այս մեթոդաբանությունը տարբերվում է Կառավարության կողմից օգտագործվող արտադրողականության ստանդարտ հաշվարկից: Կազմակերպության ավելացված արժեքը 1 աշխատանքային ժամի համար հաշվարկվում է որպես կազմակերպության ավելացված արժեքի և աշխատած ժամերի քանակի հարաբերակցություն: Կազմակերպության ավելացված արժեքը հաշվարկվում է որպես աշխատավարձի ընդհանուր ծախսերի և մինչև հարկումը շահույթի հանրագումար:

Չնայած օգտագործվում են արտադրողականության տարբեր չափումներ, դրանք բոլորը չափում են ծախսերը օգտակար արդյունքների վերածելու արդյունավետությունը: Մեկ աշխատանքային ժամի համար ավելացված արժեքի հաշվարկի առաջարկվող մեթոդաբանության մեջ արտադրողականությունը համապատասխանում է ձեռնարկությունում զբաղված կապիտալի և աշխատուժի կողմից ստեղծված ընդհանուր տնտեսական արժեքին: Եթե արտադրողականությունը ժամանակի ընթացքում ավելանում է, ապա լրացուցիչ արժեք է ստեղծվում, և տնտեսական հարստությունն աճում է:

Շահույթը բաշխվում է տարբեր կողմերին, այդ թվում՝ ընկերության աշխատակիցներին, հաճախորդներին և սեփականատերերին: Օգտագործելով համապատասխան տվյալները՝ կարելի է որոշել տնտեսական արժեքի բաշխումը այս շահագրգիռ կողմերի միջև¹⁹: Որպես կանոն, կազմակերպության կողմից ստեղծված ընդհանուր արժեքի միայն չնչին մասն է շահույթի տեսքով գնում կազմակերպության սեփականատերերին: Հետևաբար, եկամուտի կամ նույնիսկ շահութաբերության չափումները դժվար թե կատարողականի ճշգրիտ չափում ապահովեն, հատկապես երիտասարդ կամ արագ զարգացող ընկերությունների համար:

Հետևաբար այս զարգացման ծրագիրը հիմնված է 1 աշխատանքային ժամի համար ավելացված արժեքի հաշվարկման վրա:

Որպես ինստիտուցիոնալ միջոց առաջարկվում է յուրաքանչյուր տարի հաշվարկել ոլորտի ընկերությունների համար մեկ աշխատանքային ժամի ավելացված արժեքի ցուցանիշը և սահմանել վերին շեմ: Շեմից բարձր գտնվող ընկերությունները կստանան հատուկ աջակցություն պետության կողմից:

¹⁹ Lieberman, M. B., & Dhawan, R. 2005. Assessing the resource base of Japanese and U.S. auto producers: a stochastic frontier production function approach. *Management Science*, 51(7): 1060-1075.

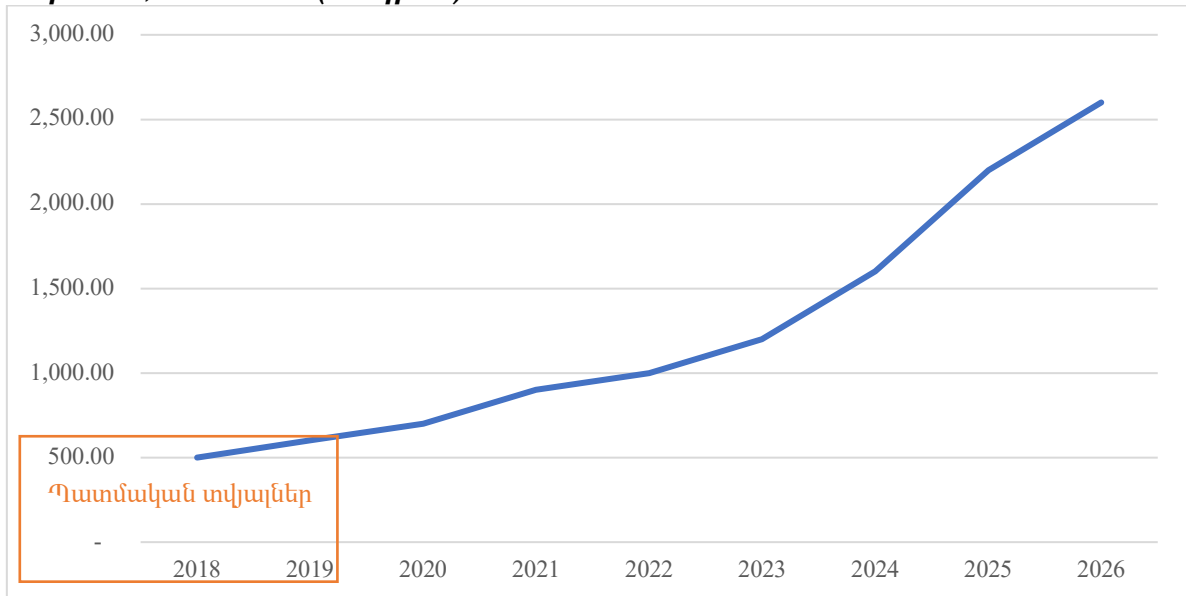
Ակնկալվում է, որ շեմը կաճի ամեն տարի՝ խթանելով արտադրողականությունը և ավելացված արժեքը:

ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի կողմից տրված 2018-2020 թվականների պատմական տվյալների հիման վրա հաշվարկվել է մեկ աշխատանքային ժամի ավելացված արժեքը: Հարկ է նշել, որ 2021 թվականի տվյալները ներկայացված չեն, քանի որ այս նյութի պատրաստման պահին ոչ բոլոր ընկերություններն էին ներկայացրել 2021 թվականի ֆինանսական հաշվետվությունները:

Ավելին, որոշակի շեմ է սահմանվել այն ընկերությունների վերլուծության և գնահատման համար, որոնք հիպոթետիկորեն կարող են գերազանցել այդ շեմը 2018-2020 թվականների ընթացքում:

Արտահանման և արտադրողականության աճի կանխատեսման հիման վրա շեմի կանխատեսումները հաշվարկվել են մինչև 2026 թվականը:

Գծապատկեր 20 Ավելացված արժեքի սահմանված շեմ, պատմական տվյալներ և կանխատեսում, 2018-2026 (ՀՀ դրամ)

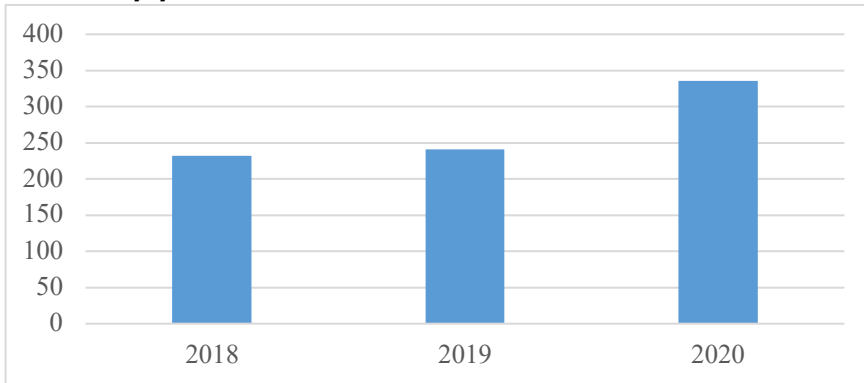


Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

6.2 Շեմից բարձր կազմակերպություններ

Հիմք ընդունելով մեկ աշխատանքային ժամի համար ավելացված արժեքի հաշվարկը, ինչպես նաև 2018-2020 թվականների պատմական վերլուծության համար սահմանված շեմերը, ուսումնասիրվել են այն ընկերությունները, որոնք հիպոթետիկորեն կարող էին հայտնվել կառավարության հատուկ աջակցության ներքո 2018-2020 թվականներին: Այդ վերլուծության արդյունքում ուսումնասիրված պատմական ժամանակահատվածում նման ընկերություններից մեկում աշխատողների միջին թվաքանակը 230-ից հասել է 336-ի:

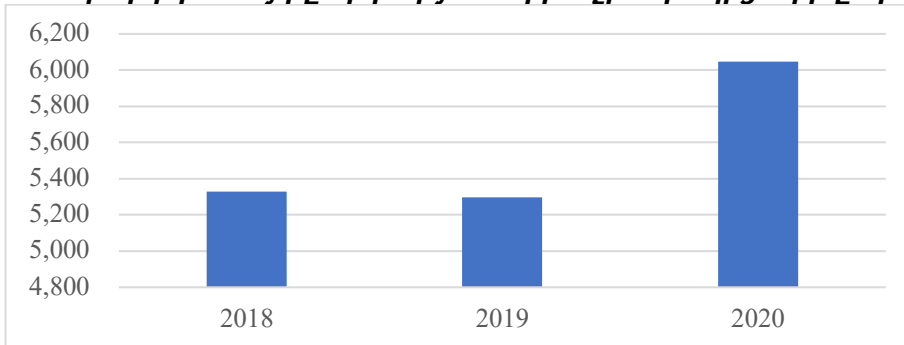
Գծապատկեր 21 Շեմից բարձր կազմակերպությունում աշխատակիցների միջին թիվը, 2018-2020, մարդ



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Ուսումնասիրված պատմական ժամանակահատվածում շեմից բարձր ընկերություններում աշխատողների ընդհանուր թիվը 5329-ից հասել է 6047-ի:

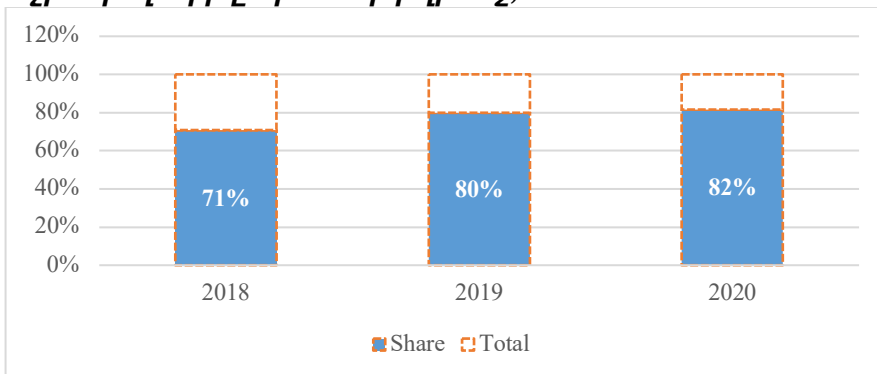
Գծապատկեր 22 Այդ ընկերությունների աշխատակիցների ընդհանուր թիվը, 2018-2020, մարդ



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Շեմից բարձր ընկերություններում զբաղված աշխատողների մասնաբաժինը 71%-ից հասել է 82%-ի:

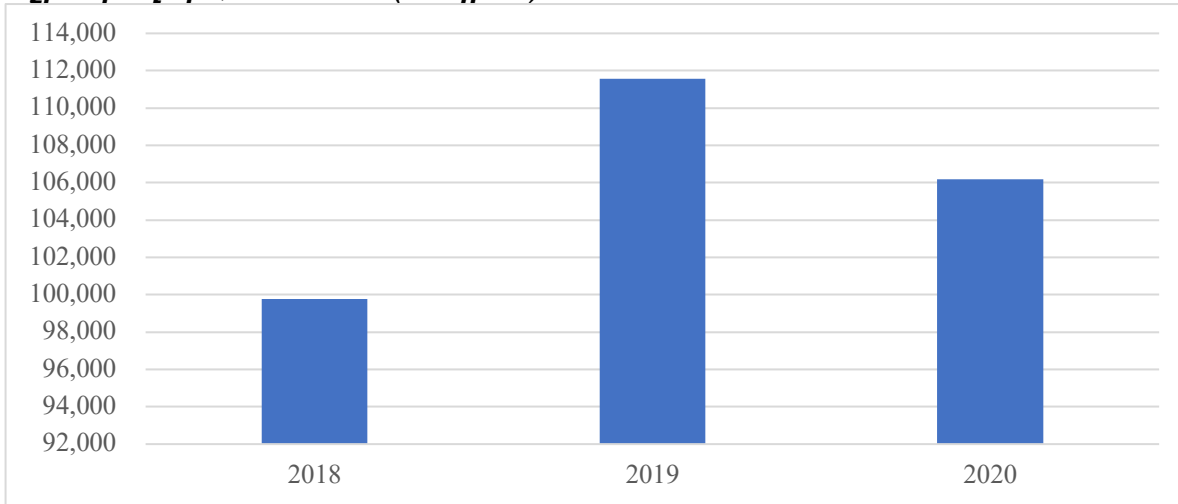
Գծապատկեր 23 Այդ ընկերությունների աշխատակիցների մասնաբաժինը ոլորտի աշխատողների ընդհանուր թվի մեջ, 2018-2020



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Նման ընկերության մեկ աշխատակցի միջին աշխատավարձը 2020 թվականին կազմել է ամսական 107 հազար դրամ:

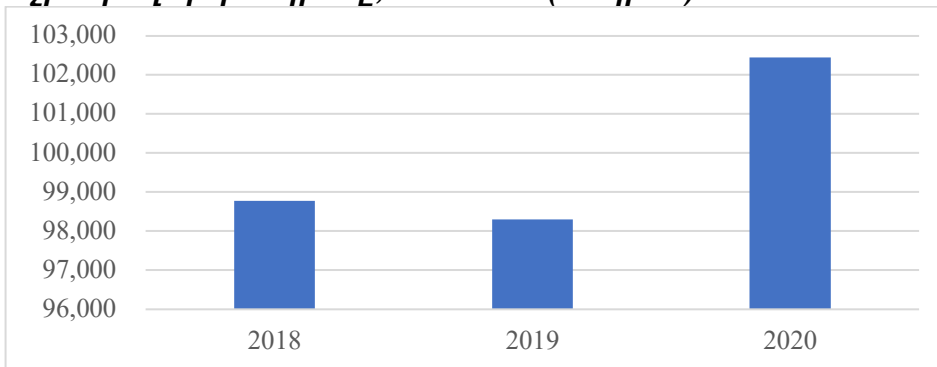
Գծապատկեր 24 Շեմից բարձր կազմակերպությունում մեկ աշխատողի միջին ամսական աշխատավարձ, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Նման ընկերության մեկ աշխատակցի ամսական աշխատավարձի մեդիանը²⁰ 2020 թվականին կազմել է 102 հազար դրամ: Այս ցուցանիշն ավելի ներկայացուցչական է, քանի որ արտացոլում է աշխատավարձի մակարդակը, որն ամենամոտն է արդյունաբերության աշխատավարձերի մեծամասնությանը:

Գծապատկեր 25 Շեմից բարձր կազմակերպությունում մեկ աշխատողի Ամսական աշխատավարձի մեդիանը, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)

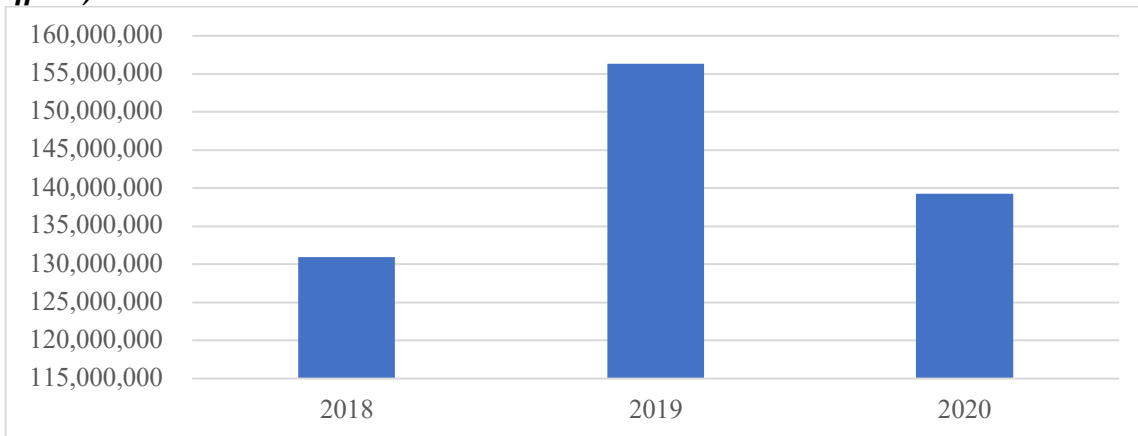


Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Նման մեկ ընկերության շահույթի միջին մակարդակը մինչև հարկումը 2020 թվականին կազմել է 139 մլն դրամ:

²⁰ Մեդիան - այն թիվը, որը գտնվում է հավաքածուի մեջտեղում, եթե հավաքածուն դասավորված է աճման կարգով: Մեդիանը ավելի ռեպրեզենտատիվ ցուցանիշ է միջին աշխատավարձը գնահատելու համար, քանի որ միջին ամսական աշխատավարձերի ավելի շատ ցուցանիշներ մոտ են Մեդիանին:

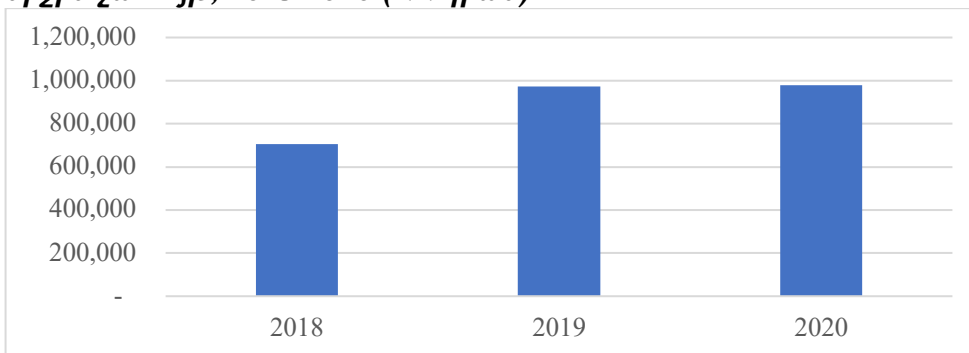
Գծապատկեր 26 Շենից բարձր մեկ ընկերության ստեղծված միջին շահույթ, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Մեկ աշխատողի ստեղծված միջին շահույթը 2020 թվականին կազմել է 978 հազար ՀՀ դրամ:

Գծապատկեր 27 Շենից բարձր կազմակերպությունների համար մեկ աշխատողի ստեղծած միջին շահույթ, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Այսպիսով, բնութագրելով պոտենցիալ ընկերությունները, որոնք կարող են գերազանցել ավելացված արժեքի շեմը և ընկնել կառավարության հատուկ աջակցության ներքո, կարող ենք նշել հետևյալ կարևոր բաղադրիչները.

- Կառավարության հատուկ աջակցությունը կտարածվի ոլորտի աշխատողների մեծ մասի վրա
- Միջինում, մեկ այդպիսի կազմակերպությունը կարող է ունենալ 200 աշխատակից
- Այդպիսի կազմակերպություններում աշխատավարձի մեդիանը կլինի 102 հազար ՀՀ դրամ
- Նման ընկերություններում շահույթը տնտեսության միջին մակարդակի վրա է:

7. Ճանապարհային քարտեզ

7.1 Չորս սկզբունքներ

Հիմնվելով ավելացված արժեքի նկարագրված հասկացողության վրա, մշակվել է պետական աջակցության մի շարք միջոցառումներ, որոնք ուղղված են Հայաստանում տեքստիլ արդյունաբերության որակական զարգացմանը: Այդ միջոցառումները մշակվել են հետևյալ հիմնարար սկզբունքների հիման վրա՝

- Բիզնեսի համաֆինանսավորում և ակտիվ ներգրավվածություն
- Հարկային աջակցություն՝ հիմնված ոչ թե հարկային քաղաքականության փոփոխության, այլ վճարված հարկերի վերադարձի սկզբունքի վրա
- Յուրաքանչյուր միջոցառման համար չափելի ցուցիչների առկայությունը, որը թույլ կտա վերահսկել կատարումը և փոփոխությունները
- Ռազմավարության ճկունություն, արդյունքների մշտական մոնիտորինգ և լրացումներ ու փոփոխություններ կատարելու անհրաժեշտություն.

Ճանապարհային քարտեզի կարևորագույն մաս է հանդիսանում նաև Մարդու իրավունքների և գենդերային հավասարության սկզբունքների պահպանումը, ինչպես նաև գենդերային ուղղորդման գործիքի կիրառումը ոլորտի բարելավման, ինրպես նաև կանանց և տղամարդկանց գենդերային կարիքների և ռազմավարական շահերի ապահովման նպատակով:

7.2 Ճանապարհային քարտեզի ուղղությունները

Հիմք ընդունելով տեքստիլ արդյունաբերության ներկա վիճակի վերլուծությունը, բացահայտված ռիսկերը և թույլ կողմեր, արդյունաբերության պահանջները (որոնք բացահայտվել են հարցումների ընթացքում), ինչպես նաև համաշխարհային միտումները և ռազմավարական նպատակն ու տեսլականը՝ առաջարկվում է 10 հիմնական խմբերից բաղկացած միջոցառումներ: Ընդհանուր առմամբ կանխատեսվում է աջակցություն 14,249.90 մլրդ ՀՀ դրամի չափով (այդ թվում՝ պետական և օրենքով չարգելված այլ միջոցներ):

Աղյուսակ 6 ճանապարհային քարտեզի հիմնական ուղղությունները և դրանց յուրաքանչյուրի ֆինանսական կանխատեսումները 2023-2026 թվականների համար (մլն ՀՀ դրամ)

N	Չարգացման ծրագրի հիմնական ուղղությունները	2023	2024	2025	2026	Ընդհանուր
1	Իրականացնել ինստիտուցիոնալ լուծումներ, որոնք կփոխեն տեքստիլ արդյունաբերության մակրոկառավարման և մոնիտորինգի գործընթացները:	132.50	120.35	114.20	108.05	475.10
2	Բարելավել տեքստիլ ոլորտի աշխատողների մրցունակությունը (հմտություններ, որակ և արտադրողականություն)	410.03	557.08	645.11	694.85	2,307.23
3	Օպտիմալացնել և արդիականացնել բիզնես գործընթացները՝ նպաստելով արդյունավետության և արտադրողականության բարձրացմանը:	39.00	34.00	79.85	95.87	248.72
4	Արդիականացնել տեքստիլ արդյունաբերության արտադրական օբյեկտները՝ ներդնելով բարձր տեխնոլոգիաներ, որոնք կնպաստեն ավելի բարդ և բարձր ավելացված արժեքով արտադրանքի ստեղծմանը	101.31	355.86	630.09	733.32	1,820.56
5	Նպաստել տեքստիլ ոլորտում կայունության զարգացմանը	177.17	31.04	42.68	46.29	297.17
6	Նպաստել և խթանել հայկական ապրանքանիշերի զարգացմանն ու արդյունավետ կառավարմանը	216.97	316.10	423.52	494.67	1,451.26
7	Դիվերսիֆիկացնել մատակարարման շղթան (հումքի շուկաներ)՝ շուկայի	65.25	136.00	162.63	187.75	551.63

	կայունությունը բարձրացնելու և այն հավասարակշռելու նպատակով					
8	Ապահովել և խրախուսել հայկական ապրանքանիշերի ներկայացվածությունը նոր սպառողական շուկաներում	293.77	830.90	1,610.58	2,742.09	5,477.36
9	Հավասարակշռել տեքստիլ արդյունաբերության զարգացումը Հայաստանի բոլոր մարզերում՝ մասնավորապես ռազմավարական նշանակություն ունեցող և սահմանամերձ տարածքներում՝ նպաստելով երկրի հավասարաչափ սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը:	65.01	160.84	263.65	307.00	796.50
10	Զարգացնել բարդ ապրանքների արտադրությունը՝ նպաստելով Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի բարդության ցուցանիշի (PCI) բարձրացմանը	92.83	168.43	241.76	321.51	824.53
	Ընդհանուր	1,593.83	2,710.60	4,214.07	5,731.4	14,249.90

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Առաջարկող միջոցառումներից յուրաքանչյուրն ունի գենդերային առանձնահատկություն և ենթադրում է նաև համապատասխան գործողություններ, սակայն ամենակարևորն են առաջին հինգ ուղղությունները, որտեղ և պետք է ի նկատի առնվեն գենդերային և սոցիալական առանձնահատկությունները: Այսպես,

- **Ինստիտուցիոնալ լուծումների իրականացումը (1 –ին ուղղություն)** ենթադրում է նաև ոլորտի գենդերային ուղղորդման գործընթացներ, որոնք հնարավորություն կտան ճիշտ և ճկուն գնատատել ռիսկերն ու իրականությունը և առաջարկել ոլորտի ընդհանուր բարելավման, ինչպես նաև ներգրավված կանանց և տղամարդկանց գենդերային կարիքների և ռազմավարական շահերի իրականացում:
- **Տեքստիլ ոլորտի աշխատողների որակավորման բարելավումը (2-րդ ուղղություն)** պետք է ներառի մասնագիտական ուսուցման և որակավորման բարձրացման այնպիսի ձևեր, որոնք նպաստավոր են ոլորտի հիմնական աշխատուժ հանդիսացող կանանց և աղջիկների համար: Այստեղ կարևորվում է մի քանի գործոն .
 - մասնագիտական և բուհական (նաև հետբուհական) կրթության մատչելիությունը
 - մարզերի ներկայացուցիչների համար տարածքային հասանելիությունը
 - մատչելիությունը բոլոր տարիքների ներկայացուցիչների համար, ներառյալ շարունակական կրթության սկզբունքը
 - մայրության / երեխայի խնամքի արձակուրդից հետո որակավորման բարձրացման դասընթացների արկայությունը և հասանելիությունը
- **Օպտիմալացնել և արդիականացնել բիզնես գործընթացները ուղղությունը (3-րդ ուղղություն)** ներառում է նաև «բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների ստեղծումը: Ելնելով այն փաստից, որ կանայք և աղջիկները կազմում են ոլորտի հիմնական աշխատուժը, բարեփոխումները պետք է ի նկատի առնեն իրենց գենդերային կարիքները և առանձնահատկությունները: Օրինակ՝ կանանց զբաղվածության նկարագրում մեծ նշանակություն ունի ոչ լրիվ օրով զբաղվածությունը քանզի կանայք իրականացնում են նաև ընտանեկան պարտականություններ կամ ընտանիքի մյուս անդամների (երեխաների, տարեցների, հաշմանդամություն ունեցող անձանց) խնամք: Ուստի, եթե արտադրամասում կամ արտադրամասին կից գործեն նորածին երեխայի կերակրման սենյակ,

մանկապարտեզ, ցերեկային կենտրոն դպրոցական երեխաների համար, ինչպես նաև ճաշարան, կիսապատրաստ ուտելիքի վաճառքի/գնման հնարավորությամբ, այս հարցերից շատերը կստանան իրենց լուծումը և կանայք չեն փնտրի ոչ լրիվ օրով զբաղվածություն, չեն հայցի աշխատանքային ժամերի կրճատում կամ երեխայի խնամքի հետ կապված արձակուրդի երկարացում: «Բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների ստեղծումը ենթադրում է նաև կանանց և տղամարդկանց ֆիզիոլոգիական առանձնահատկություններին համապատասխան սանիտարահիգիենիկ պայմանների ստեղծում և պահպանում: Կարևոր գործոն է նաև հաշմանդամություն ունեցող անձանց համար աշխատատեղի հարմարեցումը և հատուկ պայմանների ստեղծումը իրենց կարիքներին համապատասխան: Ավելին, « բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների ստեղծումը անգամ վերոնշյալ պայմանների ապահովմամբ չի համարվի կայացած եթե աշխատանքի վայրում չապահովվեն մարդու իրավունքների, արժանապատվության և գենդերային հավասարության սկզբունքները: Ուստի, աշխատավայրը պետք է զերծ լինի խտրականությունից, սեռական ոտնձգություններից, չարաշահումներից և այլ բացասական երևույթներից, որոնք խանգարում են աշխատաքային պրոցեսի բնականոն ընթացքը:

- **Արդիականացնել տեքստիլ արդյունաբերության արտադրական օբյեկտները (4-րդ ուղղություն),** Այստեղ նույնպես կարևորվում է ոչ կարծրատիպային, ոչ խտրական մոտեցումները՝ ապահովելու կանանց ներգրավվածությունը արտադրության բարձր տեխնոլոգիաների կիրառման հատվածներում:
- **Նպաստել տեքստիլ ոլորտում կայունության զարգացմանը (5-րդ ուղղություն)** Շատ կարեոր է, որ ոլորտի համար մշակված կայուն զարգացման քաղաքականությունը հիմնված լինի ոչ միայն տնտեսական չափանիշներ և հաշվարկների վրա այլև (i) համահունչ լինի գենդերային հավասարության, խտրականության բացառման և մարդու իրավունքների միջազգային նորմերին և չափանիշներին, (ii) խթանի արժանապատիվ կանաչ աշխատատեղեր և համապատասխան աշխատավարձեր ոլորտի աշխատողների, հատկապես կանանց համար աշխատաշուկայի կարգավորման և գենդերային համապատասխան զբաղվածության քաղաքականության միջոցով, ինչպես նաև (iii) ապահովվի մասնագիտական և դիրքային աճի հնարավորություն:

7.3 Շահառուների հիմնական խմբերը

Աջակցության միջոցառումներն ուղղված են շահառուների 4 հիմնական խմբերի՝

- Տարեկան ընտրված ավելացված արժեքի շեմից բարձր գտնվող ընկերություններ (ունեն աջակցության ամենամեծ ծավալը),
- Տեքստիլ ոլորտի բոլոր ընկերություններ,
- Սահմանամերձ բնակավայրերում տեղակայված տեքստիլ ընկերություններ,
- Տեքստիլ ընկերություններ համար, որոնք մեծացնում են արտադրանքի բարդության ինդեքսը:

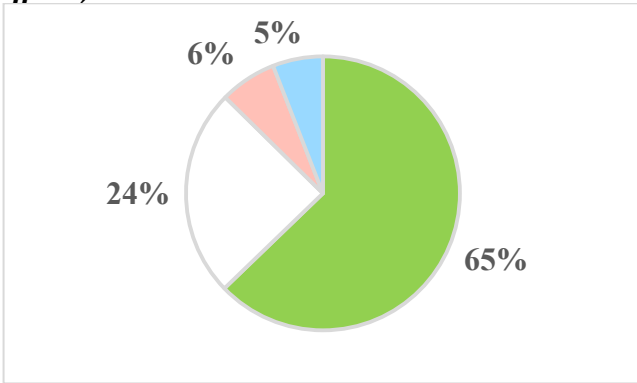
Աղյուսակ 7 Շահառուների հիմնական խմբերը և յուրաքանչյուր խմբի ֆինանսական ծախսերը, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)

	Տարեկան ընտրված ավելացված արժեքի շեմից բարձր գտնվող տեքստիլ ընկերությունների համար	8,624.15
	Տեքստիլ ոլորտի բոլոր ընկերությունների համար	3,939.91

	Սահմանամերձ բնակավայրերում տեղակայված տեքստիլ ընկերությունների համար	796.05
	Տեքստիլ ընկերությունների համար, որոնք մեծացնում են արտադրանքի բարդության ինդեքսը	824.53

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Գծապատկեր 28 Ֆինանսական ծախսերի համամասնությունը ըստ խմբերի, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

7.4 Հիմնական ֆինանսական մեխանիզմները

Աջակցությունը տրվելու է չորս հիմնական մեխանիզմներով՝

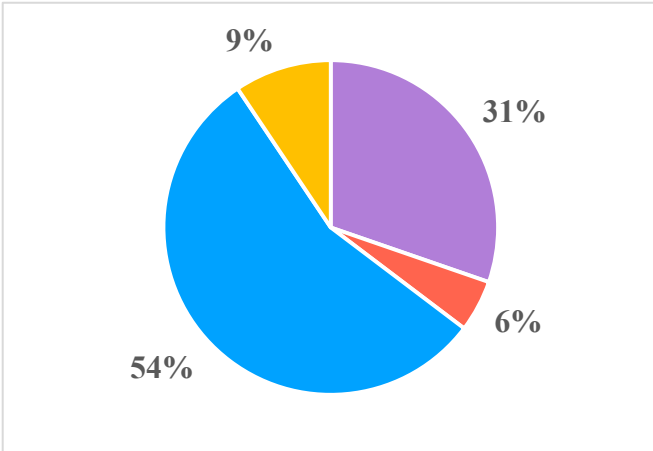
- Համաֆինանսավորում
- Վճարված հարկերի հետվերադարձ,
- Սուբսիդիա (ֆինանսավորման ամենամեծ ծավալով)
- Ուղղակի ֆինանսավորում:

Աղյուսակ 8 Հիմնական ֆինանսական մեխանիզմների խմբերը և յուրաքանչյուր մեխանիզմի ֆինանսական ծախսերը, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)

	Համաֆինանսավորում	4621.25
	Վճարված հարկի փոխհատուցում	556.82
	Սուբսիդավորում	7588.79
	Ուղղակի ֆինանսավորում	1,483.03

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Գծապարկեր 29 Ֆինանսական ծախսերի համամասնությունն ըստ յուրաքանչյուր մեխանիզմի, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)

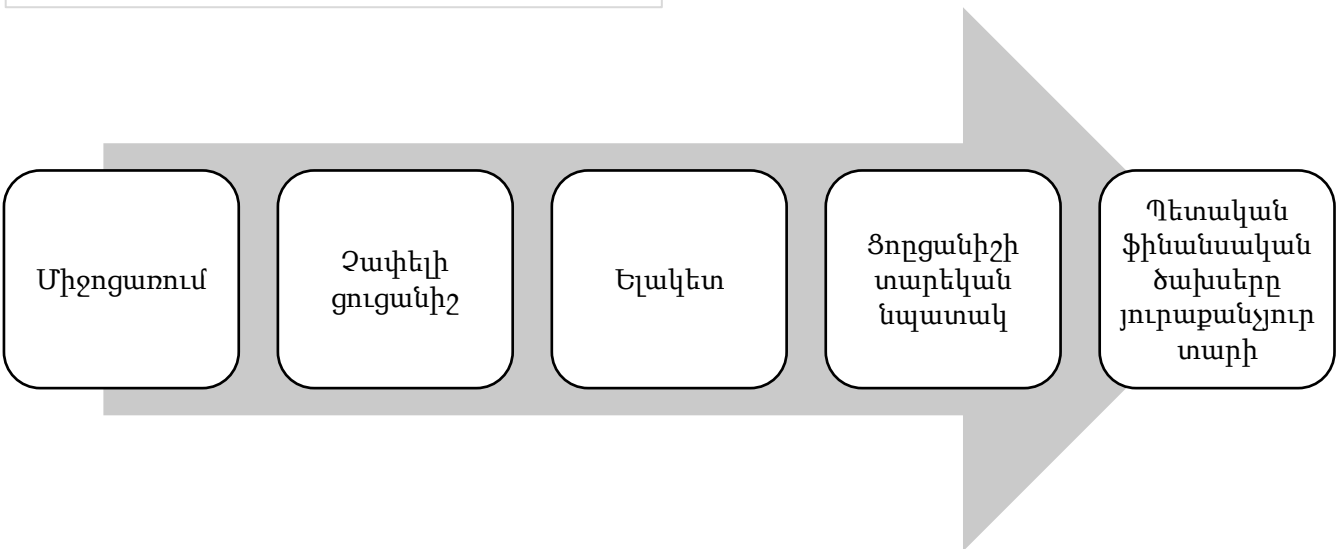


Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

7.5 Միջոցառման բաղադրիչները

Յուրաքանչյուր միջոցառում ձևավորվել է հետևյալ կառուցվածքի հիման վրա

Գծապարկեր 30 Յուրաքանչյուր միջոցառման կառուցվածք



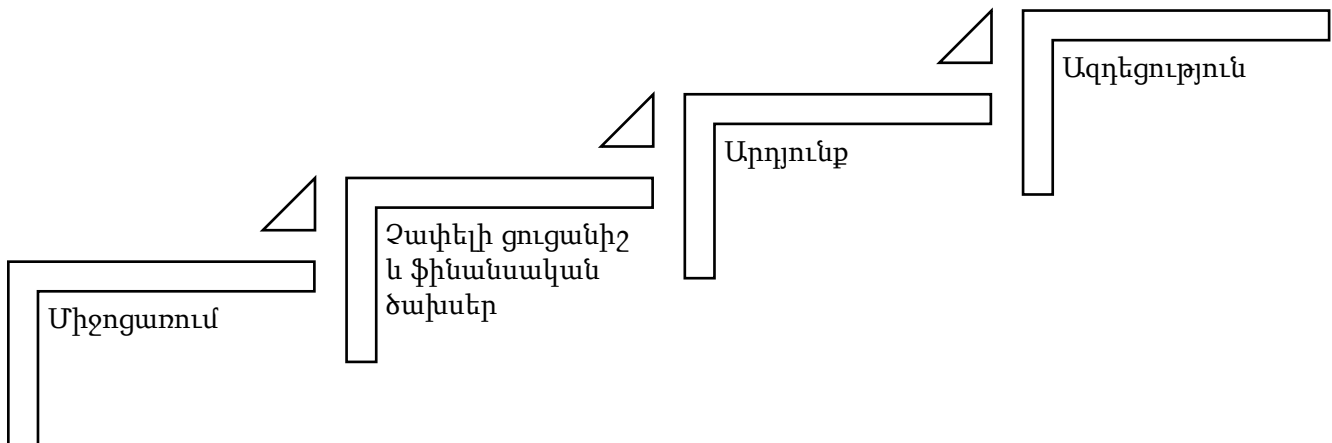
Այսպիսի կառուցվածքը հնարավորություն է տալիս՝

- Մի կողմից՝ հեշտությամբ կանխատեսել կառավարության ֆինանսական ծախսերը, ինչպես նաև միկրո և մակրո մակարդակներում արդյունաբերության վրա կոնկրետ ազդեցությունը,
- Մյուս կողմից՝ վերահսկել պատասխանատու կառույցների աշխատանքը,
- Երրորդ կողմից՝ տարեկան կտրվածքով գնահատել ծրագրի արդյունքները՝ ճկուն կերպով փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու համար:

8. Արդյունքներ

Յուրաքանչյուր միջոցառում տեքստիլ հատվածի միկրո և մակրոտնտեսական ցուցանիշների վրա ազդեցության շղթայի մի մասն է:

Գծապատկեր 31 Ազդեցության շղթա



Ինչպես նախօրոք նշվել էր, միջոցառումը կոնկրետ գործողություն է՝ բնութագրերի, պատասխանատու մարմինների և ժամկետների ամբողջական նկարագրությամբ:

Ցուցանիշը չափելի տվյալ է, որը առաջարկվող միջոցառման ուղղակի արդյունք է:

Ելնելով միջոցառման տեսակից, ինչպես նաև ցուցանիշից՝ հաշվարկվում է տարեկան ֆինանսավորման ծավալը:

Միջոցառումները, հաշվի առնելով ցուցանիշները և ֆինանսավորման ծավալները, ունեն ներուլորտային տնտեսական արդյունքներ (միջին աշխատավարձի մակարդակ, ներմուծում, հարկային վճարումներ, PCI և այլն):

Ներուլորտային տնտեսական արդյունքներն ունեն մակրոազդեցություն, որոնք էական դեր ունեն պետական տնտեսական քաղաքականության մեջ և ռազմավարական նշանակություն տնտեսության համար (արտահանում, աշխատատեղեր, արտադրողականություն):

8.1 Արդյունքներ

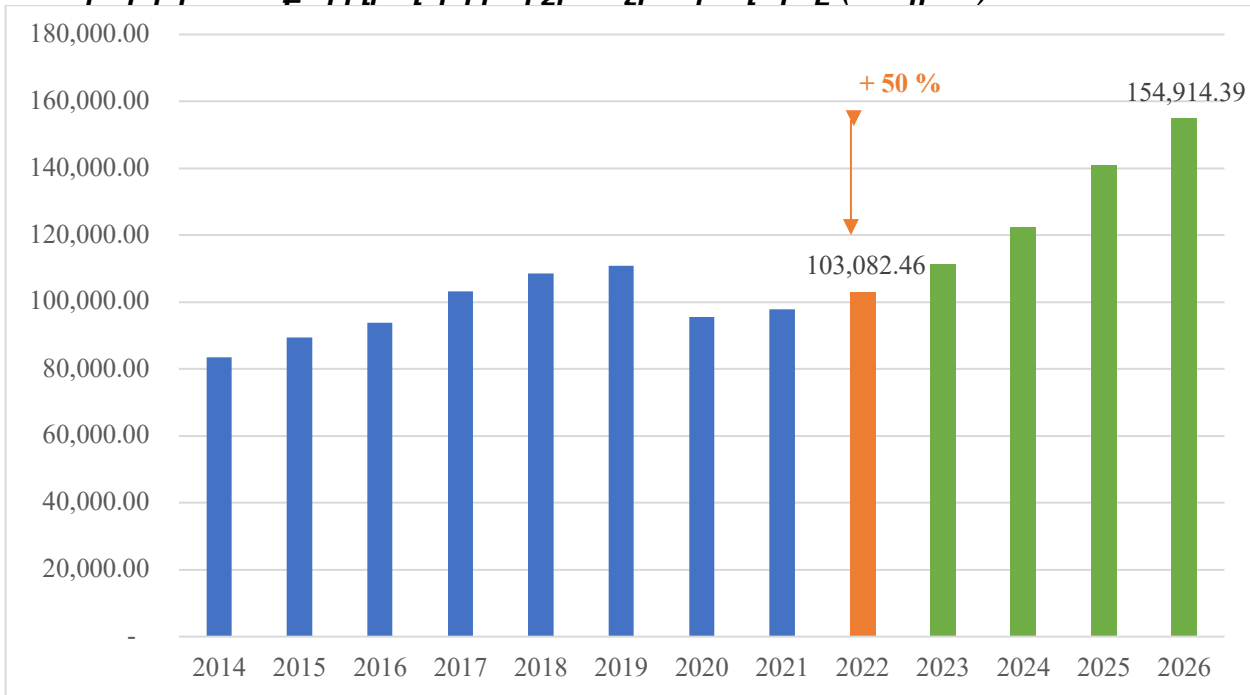
Որպես առաջարկվող միջոցառումների ներուլորտային տնտեսական հետևանք սահմանվել են վեց արդյունքներ:

- Տեքստիլի արդյունաբերության մեկ աշխատողի միջին աշխատավարձը,
- Տեքստիլ արդյունաբերության արտահանման դիվերսիֆիկացիա ըստ արտահանման շուկաների,
- Տեքստիլ արդյունաբերության հումքի ներմուծման դիվերսիֆիկացիա ըստ ներմուծման շուկաների,
- 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների վճարած հարկերի ծավալը,
- Ռազմավարական ծրագրերի տարեկան ծախսերի հարաբերակցությունը 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճի ծավալին,

- Տեքստիլ արդյունաբերության արտադրանքի բարդության ինդեքսը (PCI):

Աշխատավարձերի միջին մակարդակը ոլորտում կաճի 1.5 անգամ: Ոլորտում միջին աշխատավարձերի աճը ներկայացված է պատմական վիճակագրական տեմպի աճով, որին ավելացված է գնաճի և վերապատրաստման ծրագրերի ազդեցությունները (մասնավորապես՝ հավաստագրում և վերապատրաստում անցած աշխատողների թվաքանակի աճը)

Գծապատկեր 32 Տեքստիլի ոլորտի միջին աշխատավարձը (<< դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Ռուսական շուկան առաջատար դիրք կզբաղեցնի Հայաստանից տեքստիլի արտահանման մեջ, իսկ այլ շուկաները կաճեն ամենաբարձր տեմպերով:

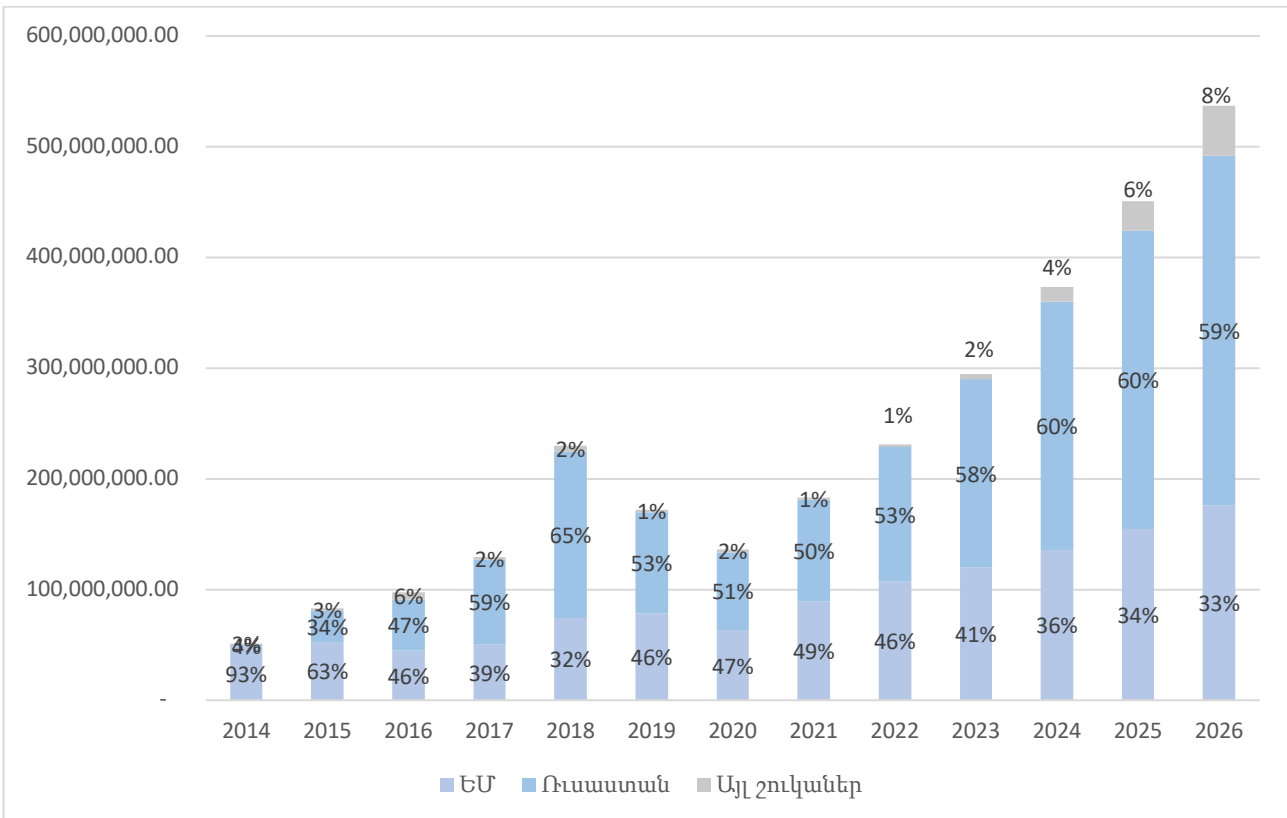
Արտահանման աճը գնահատված է հաշվի առնելով ընտրված սպառողական շուկաներ արտահանման աճը (ԵՄ, Ռուսաստան և այլ շուկաներ):

ԵՄ-ի համար՝ արտահանման աճը առաջին տարվա ընթացքում գնահատվել է հիմք ընդունելով Covid համաճարակից հետո շուկայի վերականգնման ազդեցությունը, այնուհետև՝ պատմական միջին աճի տվյալների համաձայն, մի շարք հավաստագրեր (ISO, CEN, ECO) ձեռք բերելու նպատակով համաֆինանսավորվող ծրագրերի ազդեցությունը:

Ռուսաստանի համար՝ արտահանման աճը գնահատվել է պատմական ցուցանիշների հիման վրա՝ պայմանավորված Ռուսական շուկա մուտք գործելու առավել բարենպաստ պայմանների առկայությամբ և շուկայից հիմնական խոշոր մրցակիցների դուրս գալով:

Այլ շուկաների համար՝ աճը գնահատվել է նախկինում արտահայտված աճի ցածր տեմպի հիման վրա, որին ավելացվել են մի շարք ծրագրեր, մասնավորապես՝ առևտրի ֆինանսավորման տոկոսադրույքի 10%-ի չափով սուբսիդավորումը այլ երկրներ արտահանման դեպքում, ինչը կապահովի զգալի մրցակցային առավելություն այդ շուկաներ արտահանելիս:

Գծապատկեր 33 Տեքստիլ ոլորտի արտահանման դիվերսիֆիկացիա (ԱՄՆ դոլար և %)



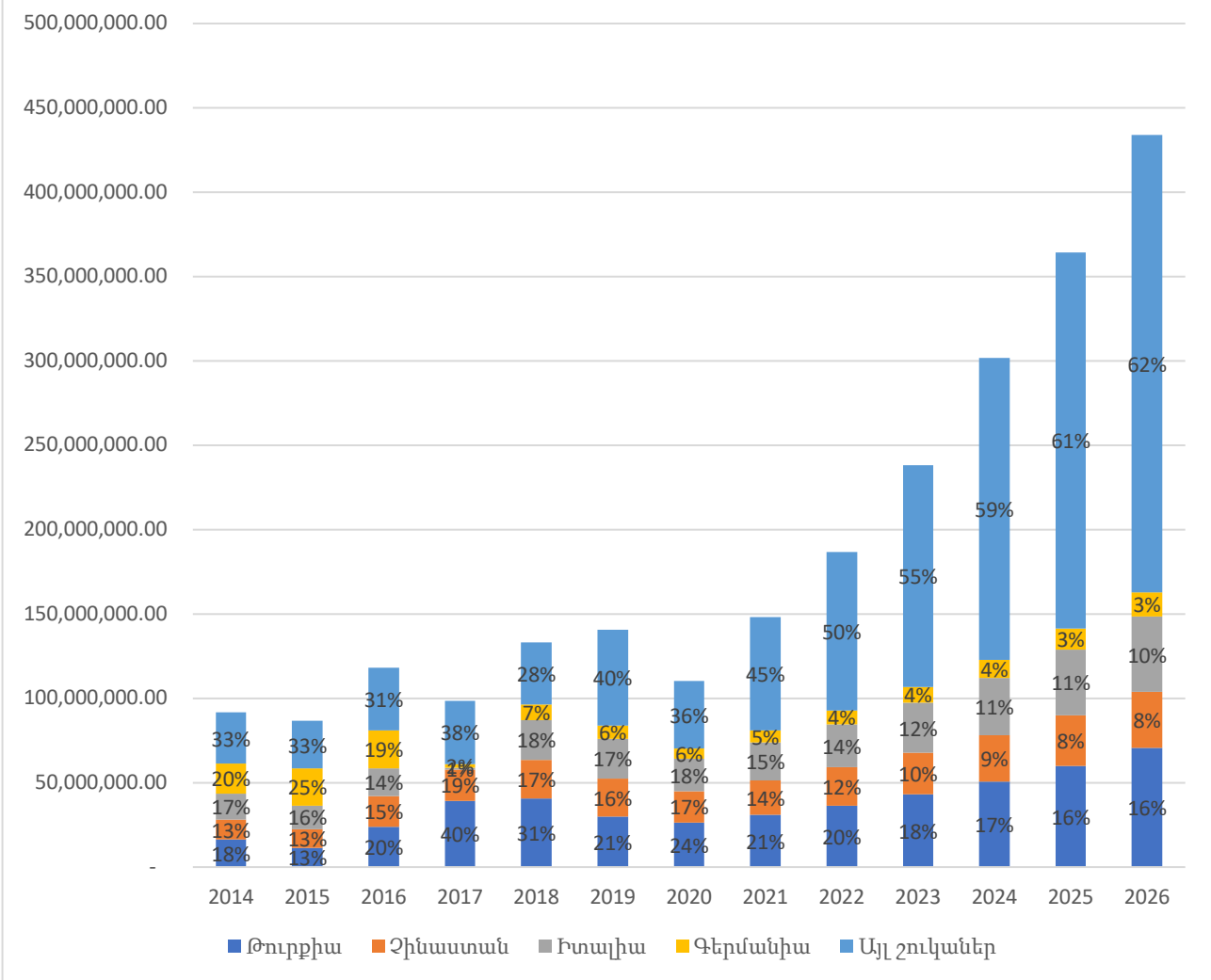
Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Տեքստիլ արտադրության հումքի ներմուծման մեջ կավելանա այլ շուկաների (Ռուսաստան, Ուզբեկստան և այլն) մասնաբաժինը:

Մատակարարման շուկայի դիվերսիֆիկացիան պայմանավորված է ինչպես տեքստիլի հումքի մատակարարներ հանդիսացող նոր երկրների հետ երկկողմ առևտրային հարաբերությունների զարգացմամբ, այնպես էլ այդ տարածաշրջաններում գործող ընկերությունների հետ առևտրի ֆինանսավորման սուբսիդավորմամբ:

Դիվերսիֆիկացիան հաշվարկված է հումքի ներմուծման այլ շուկաների մասնաբաժնի աճի հիման վրա՝ հաշվի առնելով պատմական աճի տեմպերը, որոնք ավելանում են առևտրի ֆինանսավորման սուբսիդավորման աճի արդյունքում:

Գծապատկեր 34 Տեքստիլ ոլորտի հումքի մատակարարման դիվերսիֆիկացիա (ԱՄՆ դոլար)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Խոշոր տեքստիլ հարկատուների հարկային վճարումները կեռապատկվեն են արտահանման աճի և շահութաբերության հաշվին:

Հարկային եկամուտների աճը գնահատվում է 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների վճարած հարկերի ծավալի հիման վրա:

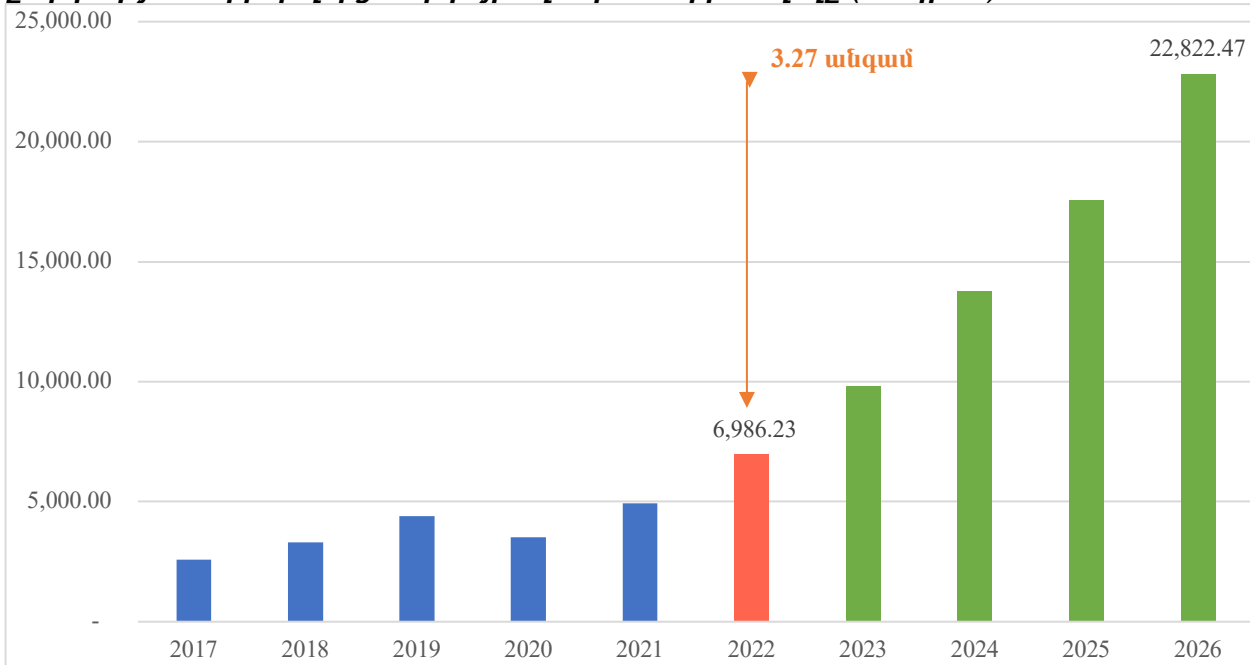
Կանխատեսումը կատարվել է՝ ելնելով տեքստիլի արտահանման աճի ցուցանիշներից՝ հաշվի առնելով Հայաստանից տեքստիլի արտադրության զգալի մասի արտահանումը

Ըստ կանխատեսումների՝ առաջի տարիների աճն արագանում է արտահանման աճի տեմպերի համեմատ աշխատավարձերի աճի ավելի ցածր տեմպերով պայմանավորված (և ընդհանրապես աշխատավարձերի ընդհանուր ծախսերի ցածր աճով՝ հաշվի առնելով աշխատողների թվի դանդաղ աճը): Աճի տեմպերի նման տարբերությունը նշանակում է շահույթի աճ, հետևաբար՝ ավելի մեծ վճարված շահութահարկ:

Վերջին 2 տարիներին կանխատեսվում է աշխատավարձերի աճ՝ պայմանավորված հմտությունների զարգացման ծրագրերի շնորհիվ, որը կապահովի ոլորտի եկամտաբերության աճ, միևնույն

ժամանակ աշխատողների թվի նվազում (արտադրողականության բարձրացմամբ պայմանավորված):

Գծապատկեր 35 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ներառված տեքստիլի ոլորտի ընկերությունների կողմից հարկային վճարումների ծավալը (<< դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

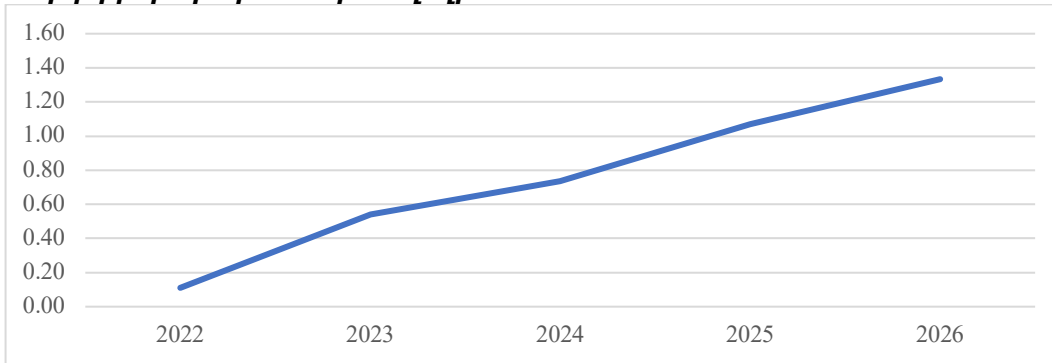
Շատ կարևոր էր նաև հաշվարկել ռազմավարական ծրագրերի տարեկան ծախսերի հարաբերակցությունը 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճի ծավալին:

Ծրագրի իրականացման կանխատեսվող տարիների տեքստիլ ընկերություններից (ներառյալ 1000 խոշոր հարկատուները) պետական բյուջեի լրացուցիչ հարկային մուտքերը կկազմեն մոտ 19 մլրդ դրամ և գրեթե 5 մլրդ դրամով կգերազանցեն ծրագրի ծախսերը:

Ընդհանուր առմամբ, կանխատեսվող տարիների համար հարաբերակցությունը դրական կլինի՝ ոլորտի հավելյալ հարկային եկամուտների տեսանկյունից:

2026 թվականին ռազմավարական ծրագրերի իրականացումը սկսում է լիարժեք ազդել արդյունաբերության զարգացման վրա, ինչի արդյունքում գործակիցը կրկին նվազում է, որը հանգեցնում է հարկային եկամուտների ավելի արագ աճի:

Գծապատկեր 36 Ռազմավարական ծրագրերի տարեկան ծախսերի հարաբերակցությունը 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճի ծավալին



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Աղյուսակ 9 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճ, զարգացման ծրագրերի տարեկան ծախսեր, հարաբերակցություն (<< դրամ)

	2023	2024	2025	2026	
(1) Հարկային վճարումների ավելացման չափը	2,833.34	3,951.36	3,790.89	5,260.64	15,836.23
(2) Ռազմավարությամբ նախատեսված ծախսերը	1,593.83	2,710.60	4,214.07	5,731.4	14,249.90
(2)/(1) Հարաբերակցությունը	0.56	0.68	1.11	1.08	0.89

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

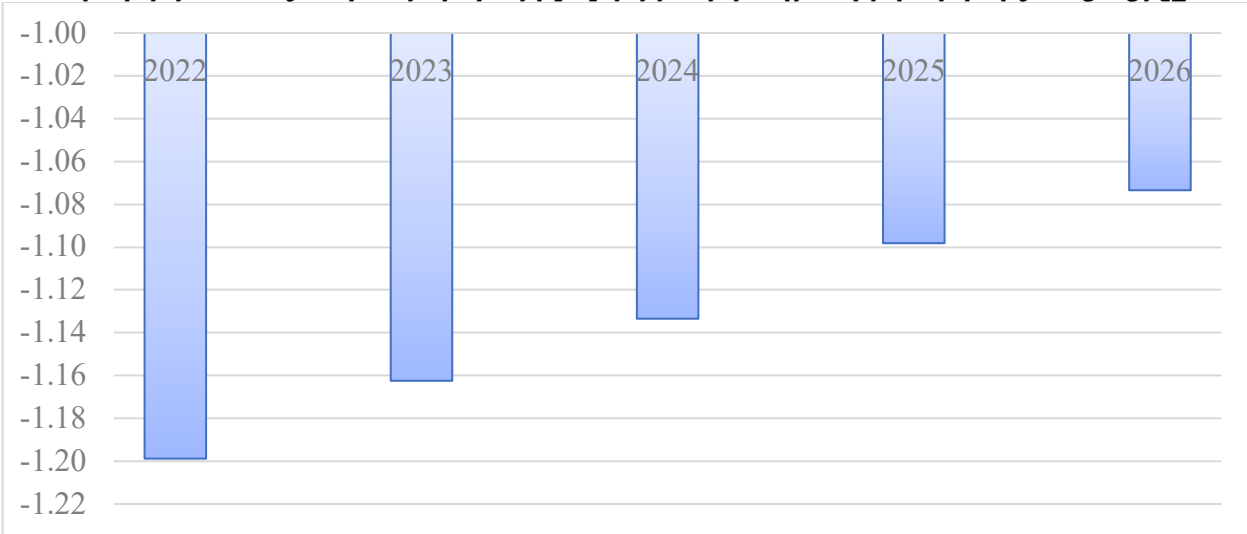
Հիմնվելով Հայաստանի տնտեսական բարդության ատլասի տվյալների վրա՝ տեքստիլի արտահանումը վերլուծվել է արտադրանքի հիմնական տեսակների համատեքստում՝ հաշվարկելով արտադրանքի բարդության ցուցանիշը (PCI) յուրաքանչյուր ապրանքատեսակի համար և յուրաքանչյուր արտադրանքի մասնաբաժինը ընդհանուր արտահանման մեջ:

Դեպի ավելի բարդ արտադրատեսակների արտադրության անցումը խթանող ռազմավարական ծրագրերի հիման վրա ուսումնասիրվել է արտադրության կառուցվածքի փոփոխությունը՝ ցածր PCI արժեք ունեցող արտադրանքի արտադրության կրճատմամբ և ավելի բարձր PCI արժեք ունեցող արտադրանքի արտադրության զարգացմամբ (օրինակ. ապրանքներ 6202, 6204, 6116, 5911)

Արտադրության կառուցվածքի փոփոխության հիման վրա հնարավոր դարձավ հաշվարկել PCI-ը ամբողջ արդյունաբերության համար՝ օգտագործելով արտադրված յուրաքանչյուր ապրանքի PCI քաշը:

Միջոցառումների արդյունքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի բարդության ինդեքսը կաճի՝ պայմանավորված ավելի բարդ ապրանքների արտադրության աճով:

Գծապատկեր 37 Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի արտադրանքի բարդության ցուցիչը



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

8.2 Ազդեցություն

Ինչպես արդեն նախօրոք նշվել էր, ներուլորտային տնտեսական արդյունքներն ունեն երեք ազդեցություն մակրո մակարդակում, որոնք էական դեր են խաղում պետական տնտեսական քաղաքականության մեջ և տնտեսության համար ունեն ռազմավարական նշանակություն՝

- Արտահանման ծավալ
- Զբաղվածություն
- Արտադրողականություն:

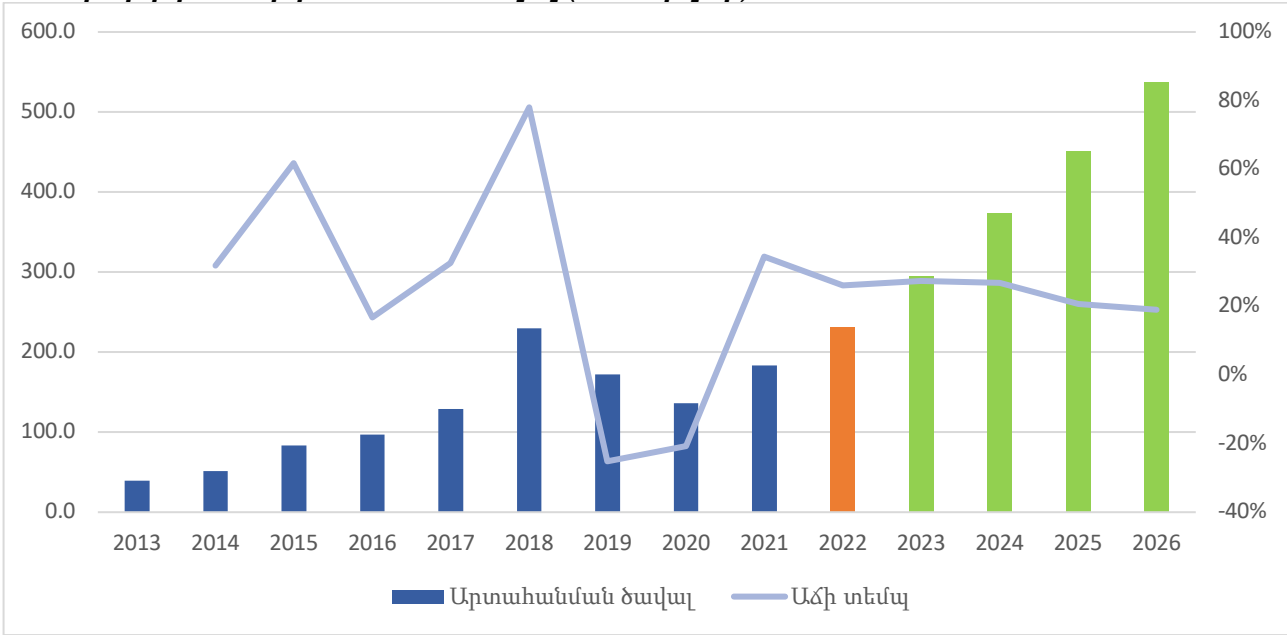
Արտահանման աճը հաշվարկվում է դեպի ընտրված շուկաներ (ԵՄ, Ռուսաստան, այլ շուկաներ) արտահանման աճի հիման վրա, ինչը ավելի մանրամասնորեն ներկայացված է այս փաստաթղթի «Արդյունքներ» բաժնում:

Աճի հիմնական շարժիչներն են՝

- մեկ աշխատանքային ժամի ընթացքում ավելացված արժեքի և արտադրողականության բարձրացումը, ինչին նպաստում է աշխատակիցների մասնագիտական հմտությունների աճը և ոլորտի արդիականացումը, ինչպես նաև արտադրվող ապրանքի բարդության ցուցանիշի բարձրացումը,
- սեփական ապրանքանիշերի զարգացումը և ակտիվ մուտքը ռուսական շուկա (առկա քաղաքական-տնտեսական իրադարձությունների հետևանքով պայմանավորված մուտքի ավելի ցածր շեմ և մրցակցային բարենպաստ պայմաններ) և այլ նոր շուկաներ,
- արտահանման որակական զարգացում՝ դեպի ԵՄ,
- առևտրի ֆինանսավորման սուբսիդավորումը՝ նոր շուկաներ արտահանման նպատակով:

Զարգացման ծրագրի իրականացման տարիների ընթացքում Հայաստանից տեքստիլի արտահանումը կկրկնապատկվի և մինչև 2026 թվականը կկազմի 536 մլն. ԱՄՆ դոլար:

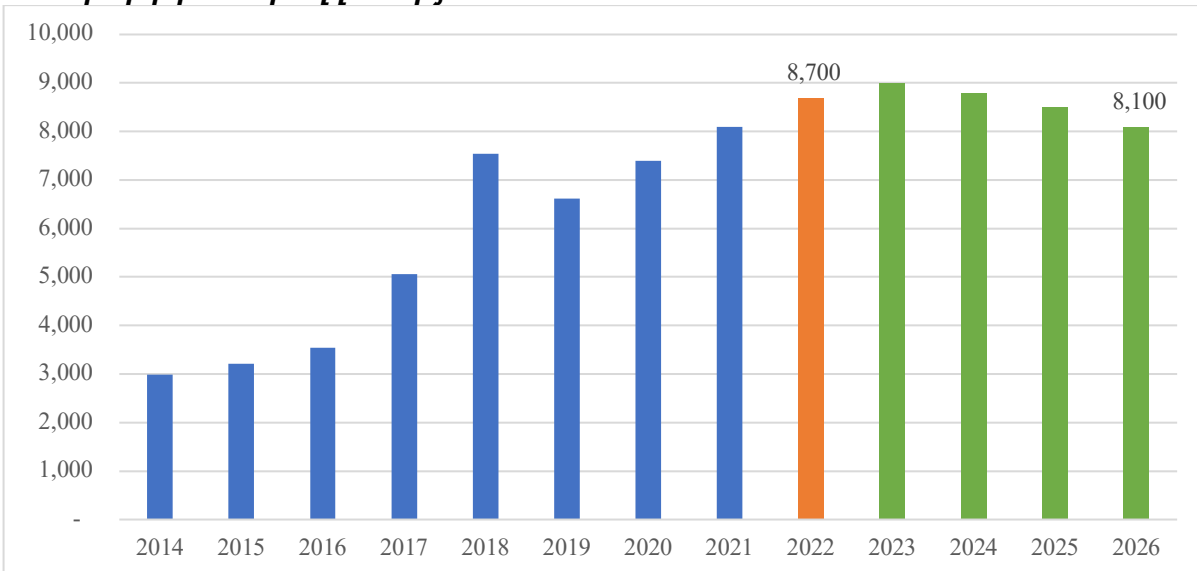
Գծապատկեր 38 Արտահանման ծավալ (ԱՄՆ դոլար)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Առաջին երեք տարիների ընթացքում ոլորտի աշխատողների թվի աճը պայմանավորված կլինի մոտիվացիոն տարբեր ծրագրերի միջոցով: Կանխատեսման տարիների ոլորտում աշխատողների թիվը կավելանա 1.6 անգամ: Սակայն, աշխատողների որակավորման և, հետևաբար, նրանց արտադրողականության բարձրացման, ինչպես նաև տեխնոլոգիաների արդիականացման հետևանքով (վերջինս պայմանավորված է սուբսիդավորվող լիզինգի հնարավորությամբ) ոլորտի աշխատողների թվաքանակի աճի տեմպը կնվազի:

Գծապատկեր 39 Զբաղվածություն



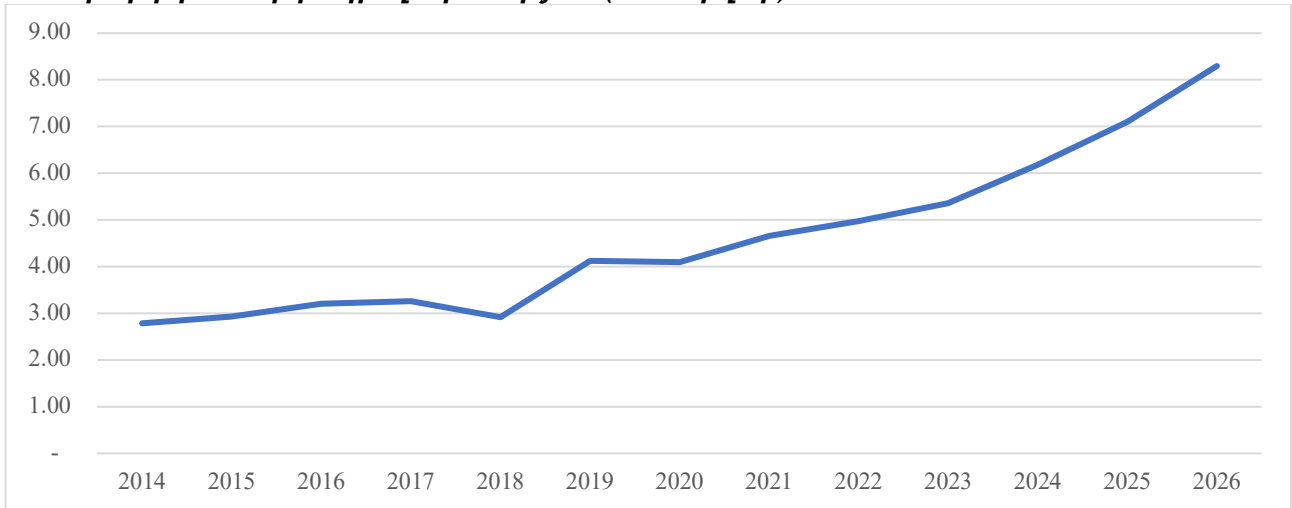
Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Տեքստիլի ոլորտում արտադրողականությունը կանխատեսվող ժամանակահատվածում կաճի 1.8 անգամ:

Արտադրողականությունը մեկ աշխատանքային ժամում = արտադրության ծավալ (արտադրական եկամուտների փոխարեն՝ դրանց վերաբերյալ տեղեկատվության բացակայության պատճառով) / աշխատած ժամեր:

Հաշվարկման սույն մեթոդը օգտագործվում է Կառավարության կողմից իրականացվող ծրագրերում:

Գծապատկեր 40 Արտադրողականություն (ԱՄՆ դոլար)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

9. Հայաստանի տեքստիլի ապագան, հիմնական եզրահանգումներ

Ամփոփելով, կարևոր է նշել, որ այս զարգացման ծրագիրը թույլ է տալիս ճանապարհ կառուցել Հայաստանում տեքստիլ արդյունաբերության բարձրորակ աճի և զարգացման համար: Ակնհայտ է, որ վերջին տասնամյակների ընթացքում ձևավորված արդյունաբերությունը պետության համար ռազմավարական նշանակություն ունի՝ հիմք ընդունելով հետևյալ գործոնները՝

- զգալի թվով աշխատատեղեր (ներառյալ ոլորտում կանանց մեծ ներգրավվածությունը)
- երկրի խոշոր հարկատուների ցանկում ոլորտում ներգրավված շուրջ 10 խոշոր կազմակերպությունների ներկայություն
- վերջին տասնամյակների ընթացքում ոլորտում կատարված մեծ ներդրումներ և բարձր տեխնիկական հագեցվածություն և արդյունաբերության արդիականացում
- արդյունաբերության արտահանման ուղղվածություն և լուրջ միջազգային կապեր
- Համաշխարհային ապրանքանիշերի արտադրանքի հետ աշխատելու մեծ փորձ:

Այնուամենայնիվ, դժվար է չտեսնել այն լուրջ ռիսկերն ու մարտահրավերները, որոնք պահանջում են փոփոխություններ՝ տասնամյակների ընթացքում ստեղծված ներուժը պահպանելու համար.

- Հայաստանի դուրս մնալը ԵՄ արտոնությունների ընդհանրացված համակարգից
- Ոլորտում միջին աշխատավարձերի և այլ գործառնական ծախսերի աճ
- Ուզբեկստանի նման երկրների համեմատ արտահանման հիմնական շուկաներում մրցակցային առավելությունների կորուստ
- Ուզբեկստանի համեմատ Հայաստանի դեմոգրաֆիկական վիճակ
- Լոգիստիկ ծախսերի աճ
- Արդյունաբերության ներկայիս մոդելի դեպքում զարգացման ցածր ներուժ:

Ունենալով այս նախապատմությունը, առկա ռիսկերն ու մարտահրավերները, գլոբալ միտումները և կառավարության ծրագրում առաջադրված խնդիրները, որոշվեց մշակել ռազմավարություն, որը կապահովի Հայաստանի թեթև արդյունաբերության որակական զարգացումը՝ ավելացված արժեքի և արտադրողականության աճի, ինչպես նաև նոր շուկաներ սեփական ապրանքանիշերով մուտք գործելու միջոցով՝ ներառյալ սույն զարգացման ծրագիրը:

Հիմնվելով ավելացված արժեքի շեմի բարձրացման մեթոդի վրա, զարգացման ծրագիրն առաջարկում է 10 հիմնական խմբերից բաղկացած միջոցառումներ, նպատակ ունենալով զարգացնել/բարելավել այնպիսի ուղղություններ, ինչպիսիք են

- ինստիտուցիոնալ լուծումները
- մարդկային ռեսուրսների որակավորումը
- բիզնես գործընթացները
- տեխնոլոգիական վերազինումը
- կայունությունը
- սեփական բրենդների զարգացումը և բրենդի արդյունավետ կառավարումը
- մատակարարման շղթայի դիվերսիֆիկացումը
- բրենդերի ներկայացվածությունն և տեսանելիությունը նոր սպառողական շուկաներում
- տարածաշրջանների հավասարակշռված զարգացումը
- բարդության գործակիցը (ինդեքսը)

Ընդհանուր առմամբ կանխատեսվում է աջակցություն 14,249.90 մլրդ ՀՀ դրամի չափով (այդ թվում՝ պետական աջակցություն և օրենքով չարգելված այլ միջոցներ):

Այս միջոցառումների արդյունքում կանխատեսվում է երեք մակրոազդեցություն՝

- 2026 թվականի Հայաստանից տեքստիլի արտահանումը կկրկնապատկվի՝ կազմելով 536 մլն ԱՄՆ դոլար
- կանխատեսվող ժամանակահատվածում տեքստիլ ոլորտի արտադրողականությունը կաճի 1,8 անգամ
- ոլորտը կպահպանի աշխատատեղերի մեծ մասը և կայուն կլինի աշխատուժի մասնակցության առումով՝ միջին որակավորման մակարդակի բարձրացմամբ: Կանխատեսվող ժամանակահատվածում տեքստիլ ոլորտում աշխատողների թիվը կավելանա 1.6 անգամ:

Այսպիսով, արդյունաբերությունում կձևավորվի նոր բիզնես մոդել՝ հիմնված բարձր արտադրողականությամբ, ապրանքների բարդությամբ և ավելացված արժեքով արտադրության զարգացման, սեփական բրենդների մշակման և նոր շուկաներ մուտք գործելու վրա: Այս մոդելը ռազմավարական հեռանկարում ունի կայուն զարգացման տեմպեր:

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՎԱՐՉԱՊԵՏԻ ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄԻ
ՂԵԿԱՎԱՐ

Ա. ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ