

**Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտի զարգացման
հիմնախնդիրները ՀՀ-ում**

**Գրիգոր Ռաֆայելի Չայրապետյան, տնտեսագիտության թեկնածու, ԵՊՀ, Միջազգային
տնտեսական հարաբերություններ ամբիոնի դոցենտ, էլ. փոստ
grigor.hayrapetyan@yahoo.com**

**Վիկտորիա Լեոնիդի Չայրապետյան, տնտեսագիտության թեկնածու, Հայ-Ռուսական
(Սլավոնական) համալսարան, Տնտեսության և Ֆինանսների ամբիոնի ավագ
դասախոս, էլ. փոստ hayrapetyanv@rambler.ru**

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 ձեռք բերման 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 է հայկական սփյուռքի կապերը և ջանքերը: Այստեղ հարկ է նշել, որ արտահանման հիմնական շուկան հանդիսանում է ԱՊՀ երկրները (հիմնականում Ռուսաստան), չնայած որ որոշ ընկերություններ, երբեմն, իրականացնում են արտահանում ԱՄՆ, Կանադա, Գերմանիա և Իտալիա: Այսինքն, եթե դեպքի ԱՊՀ երկրներ տեղի ունի պարբերաբար արտահանում, ապա նույնը չենք կարող ասել մյուս երկրների համար: Մյուս կողմից, տեքստիլ և հագուստի ոլորտը բավականին աշխատատար ոլորտն է, որը ստեղծում է աշխատատեղեր ոչ բարձր որակավորում ունեցող և սովորաբար համեմատաբար էժան աշխատուժի համար: Ավելին, եթե հաշվի առնենք այն հանգամանքը, որ այս ոլորտում սովորաբար հիմնականում աշխատում են կանայք, ապա այս ոլորտի զարգացումը լուրջ սոցիալական խնդիրներ կարող է լուծել Հայաստանի համար:

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

Համաձայն ՀՀ 2012-2025թթ. 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 այլն³։ Ռազմավարական ծրագրի մեջ նաև նշվում է, որ թեթև արդյունաբերությանը համապատասխան քաղաքականության դեպքում ունի էական ներմուծման փոխարինման ներուժ⁴։

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 |
| Տեքստիլի 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 2012թ.

Ինչպես նկատում ենք Աղյուսակ 1-ից 2004թ. տեքստիլ արտադրանքի և հագուստի տեսակարար կշիռները ընդհանուր արդյունաբերության մեջ գրեթե եղել են հավասար։ Դիտարկվող ժամանակահատվածի վերջում 2011թ. հագուստի տեսակարար կշիռը մոտ հինգ անգամ գերազանցել է տեքստիլ արտադրանքի տեսակարար կշիռն։ 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 ամբողջ արդյունաբերական արտադրանքի ծավալի 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 2012թ.

³ Այստեղ հարկ է նշել, որ ներուժ ունեցող ոլորտները դրանք այն ոլորտները են, որտեղ կա արտադրական և արտահանման փորձ և համապատասխան կադրեր, և որտեղ երկիրը ունի որոշակի մրցակցային առավելություններ։

⁴ ՀՀ 2012-2025թթ. հեռանկարային զարգացման ռազմավարական ծրագիր, ՀՀ Ֆինանսների նախարարություն, Երևան 2012թ.

2011թ. տվյալներով տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության այս երկու ոլորտներում միասին վերցրած գործել են 97 ձեռնարկություններ (Տե՛ս 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), «Բագում» (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 2012թ. նոյեմբերին կնքել է պայմանագիր, որի համաձայն վերջինս իրականացրել է առևտրի կայունության ազդեցության գնահատում ԵՄ-ի և Հայաստանի Հանրապետության միջև խորը և համապարփակ ազատ առևտրի գոտու (ԽՀԱԱԳ) ստեղծման վերաբերյալ տարվող բանակցությունների շրջանակում⁵: 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 աննախադեպ 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%)⁶: 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 համեմատաբար համաչափ զարգացում և այլն): Ինչպես նկատում ենք Աղյուսակ 3-ից 2011թ. տվյալներով 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 2012թ.

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

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 համապատասխան վարչությունների հետ: Ստացված արդյունքների վերլուծությունը մեզ թույլ է տալիս

⁵ Սույն հետազոտության շրջանակներում Հայրապետյան Գրիգորը հանդիսացել է հայաստանյան փորձագետներից մեկը:

⁶ <http://tsia.ecorys.com/armenia>, Ecorys: Ինտերնետային կայքն այցելվել է 25.09.2013թ.

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 մեր ընկերությունները չեն կարողանում օգտվել Արտոնությունների ընդհանրացված և համալրված համակարգից (Generalized System of Preferences GSP+), որը տրամադրվել է Հայաստանին ԵՄ կողմից⁷: Այստեղ հարկ է նշել, որ GSP+ արտոնությունների համակարգը Հայաստանին հնարավորություն է տալիս ԵՄ արտահանել 7200 ապրանքատեսակներ առանց որևիցե մաքսային վճարի⁸:

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

⁷ Համաձայն Եվրոպական Հանձնաժողովի 2008թ. դեկտեմբերի 8-ի N938 որոշման՝ 2009թ. 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 զարգացմանն ու լավ պետական կառավարմանը վերաբերող Կանոնակարգում նշված միջազգային 27 գլխավոր կոնվենցիաների արդյունավետ իրագործումը:

⁸http://eeas.europa.eu/delegations/armenia/eu_armenia/trade_relation/pref_reg_gsp/index_hy.htm, Հայաստանում ԵՄ պատվիրակություն: Ինտերնետային կայքն այցելվել է 27.09.2013թ.

երեք հիմնական փուլերից՝ 1. գյուղատնտեսություն, որը 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 ձեռնարկություններ, որոնք հիմնականում փոքր ու միջին ձեռնարկություններ են: 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 հնարավորությունների 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 Սաքսային միությանը (Ռուսաստան, Բելառուս, Ղազախստան) լուրջ խթան կարող է հանդիսանալ այս ոլորտի հետագա զարգացման համար:

Հայրապետյան Գ.Ռ., Հայրապետյան Վ.Լ. Տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության ոլորտի զարգացման հիմնախնդիրները ՀՀ-ում

Անոտացիա

Տվյալ հոդվածի շրջանակներում քննարկվել է ՀՀ տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության զարգացման հիմնախնդիրները: Աշխատանքում վերլուծվել և ներկայացվել է ոլորտի ներկայիս վիճակը, բացահայտվել են ոլորտի զարգացման հնարավորությունները և վեր են հանվել ոլորտի զարգացմանը խոչընդոտող գործոնները:

Айрапетян Г.Р., Айрапетян В.Л. Проблемы развития сектора по производству текстиля и одежды в Армении

Аннотация

В рамках данной статьи изучены проблемы развития сектора по производству текстиля и одежды в Армении. В работе проанализировано и представлено современное состояние сектора, определены возможные направления его развития, а также выявлены факторы этому препятствующие.

Hayrapetyan G.R., Hayrapetyan V.L. The problems of the Textile and Clothing Sector's Development in Armenia

Summary

At the framework of this paper the problems of the Textile and Clothing Sector in Armenia are considered. In this work we analyzed and presented the current situation in the sector, determined the possible directions of its development, as well found the barriers for its development.