

## **ԱՐՏԱՀԱՆՈՒՄԸ ՈՐՊԵՍ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԱՃԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆ ՀՀ-ՈՒՄ**

Տնտեսական աճը համալիր հասկացություն է, որն արտահայտվում է ապրանքների և ծառայությունների ավելացմամբ և, որպես կանոն, հանգեցնում է հասարակության բարեկեցության բարձրացմանը<sup>1</sup>: Տնտեսական աճի ապահովման համար անհրաժեշտ է հստակ պատկերացում ունենալ դրա վրա ազդող գործոնների բնույթի և դրանց ազդեցության ձևերի մասին:

Ներկայիս տնտեսական պայմաններում տնտեսական աճի ներքին գործոններից բացի մեծ կարևորություն են ստանում արտաքին գործոնները: Տնտեսական աճի վրա ազդող հիմնական արտաքին գործոններն են՝ արտահանումը, ներմուծումը, օտարերկրյա ներդրումները, տրանսֆերտները և այլն:

Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ յուրաքանչյուր երկրի ներտնտեսական բարենպաստ զարգացումները իրենց արտացոլումն են ստանում արտաքին տնտեսական կապերում արտահանման բազմազանեցված (այսուհետ՝ դիվերսիֆիկացված) կառուցվածքի, դրա տեսականու ընդլայնման և որակի բարձրացման, գլոբալ մրցակցային առավելություններ ունեցող ապրանքների արտադրության և արտահանման միջոցով, ինչպես նաև ներմուծման կառուցվածքի արդյունավետացմանն ուղղված փոփոխությունների միջոցով:

Ժամանակակից տնտեսություններում կարևոր է համարվում կայուն և դինամիկ տնտեսական աճի ապահովումը, որի համար էլ անհրաժեշտ է բացահայտել տնտեսության մրցունակ և ոչ մրցունակ արտադրության ճյուղերը: Մրցունակ ճյուղերին անհրաժեշտ է պետական աջակցություն ցուցաբերել, որպեսզի դրանք զարգանան և իրենց ուրույն տեղը գտնեն համաշխարհային շուկայում, իսկ այն ճյուղերին, որոնք ռազմավարական նշանակություն չունեն և միևնույն ժամանակ օժտված չեն համեմատական կամ մրցակցային առավելությամբ, կարիք չկա պետական աջակցություն ցուցաբերել, կարելի է այդ արտադրանքի ներքին պահանջարկը բավարարել ներմուծման հաշվին, որը թե՛ որակական, և թե՛ զնային

---

<sup>1</sup> Perroux F., Dictionnaire economique et social, Hatier, 1990, p. 115.

հատկանիշներով ավելի ձեռնտու կլինի: Իսկ, այդ ճյուղերից ազատված ռեսուրսներն էլ կարելի է օգտագործել համեմատական առավելություն ունեցող ճյուղերի ընդլայնման նպատակով:

Հատկապես դա վերաբերում է փոքր տնտեսություն ունեցող երկրներին, ինչպիսին է, օրինակ, Հայաստանը, որի սահմանափակ ներքին պահանջարկը չի կարող հանդիսանալ երկարատև կայուն տնտեսական աճի գրավական, ուստի տնտեսական աճի հետագա տեմպերի պահպանման համար մեծ կարևորություն է ստանում արտաքին պահանջարկը: Այսինքն՝ արտահանումը կարող է դառնալ հետագա զարգացման հիմնական աղբյուր՝ հնարավորություն տալով արտադրողներին օգտվել մասշտաբի էֆեկտից:

Հայտնի է, որ յուրաքանչյուր երկիր՝ կախված իր զարգացման մակարդակից և այլ գործոններից տնտեսական քաղաքականություն վարելիս առաջնորդվում է արդյունաբերական 2 հիմնական քաղաքականություններից մեկով՝ արտահանման խթանում կամ ներմուծման փոխարինում, կամ զուգորդում է դրանց մի շարք գործիքների կիրարկումը:

Վերջին 70 տարվա փորձը ցույց է տալիս, որ զարգացող այն երկրները, որոնք առևտրի միջոցով մեծացրել են համաշխարհային տնտեսությանն ինտեգրացման աստիճանը և որդեգրել են արտահանման խթանման քաղաքականություն, ձեռք են բերել տնտեսական աճի առավել բարձր տեմպեր:

Այսպիսով, վերոնշյալ գաղափարներից պարզ է դառնում, որ արտահանումը և տնտեսական աճը շղկապված են, և տնտեսական աճի ապահովման գործում արտահանումը բավական կարևոր դեր է կատարում: Ուստի այդ կապը և դրա փոխանցման մեխանիզմները բացահայտելուց հետո է միայն հնարավոր մակրոտնտեսական մակարդակում տնտեսական աճին նպաստող առավել իրատեսական ուղիներ մշակել:

Հոդվածի հիմնական նպատակն է բացահայտել արտահանման ազդեցությունը ՀՀ տնտեսական աճի վրա և առաջարկել ուղիներ, որոնք կարող են բարձրացնել արտահանման դերը հետագա տնտեսական աճի ապահովման գործում:

Տնտեսական աճի և տնտեսության զարգացման վրա արտահանման ազդեցության ուղիները հետևյալն են.

- Արտահանումը, հատկապես փոքր տնտեսություն ունեցող երկրներում, ձեռնարկատերերին հնարավորություն է տալիս օգտվել մասշտաբի էֆեկտից, բարձրացնել արտադրության արդյունավետությունը և ապահովել արտադրության առավել մեծ ծավալ, ինչն էլ ընդհանուր

տնտեսության համար նշանակում է տնտեսական աճի բարձր տեմպեր<sup>1</sup>:

- Արտահանման աճի արդյունքում տնտեսությունն է ներհոսում լրացուցիչ օտարերկրյա արժույթ, ինչն էլ, եթե ուղղվի արտերկրից միջանկյալ հումքի և մեքենա-սարքավորումների ներմուծմանը, կապահովի արտադրողականության աճ և տնտեսական աճ<sup>2</sup>:
- Արտահանման աճը պայմանավորում է ՀՆԱ-ի աճը՝ ռեսուրսների առավել արդյունավետ բաշխման միջոցով, ինչպես նաև արտադրությունում մասնագիտացման շնորհիվ մասշտաբի էֆեկտից օգտվելու միջոցով, մրցակցության մակարդակը բարձրացնելու շնորհիվ արտադրության արդյունավետությունը խթանելու միջոցով, նորարարության տարածմանը նպաստելու միջոցով<sup>3</sup>:

Արտաքին առևտուրն, ընդհանրապես, ենթադրում է, որ տնտեսությունում արտադրվում և արտահանվում են համեմատական կամ մրցակցային առավելություններ ունեցող ապրանքներ և ներմուծվում են այնպիսի ապրանքներ, որոնց արտադրությունը տեղում արդյունավետ չէ, այսինքն՝ տեղի է ունենում արտադրական ռեսուրսների արդյունավետ վերաբաշխում, ինչն էլ իր հերթին հանգեցնում է արտադրության ծավալի ավելացման, այսինքն՝ տնտեսական աճի: Պատկերը կարող է փոխվել բնակչության նախասիրություններից ելնելով, սակայն, ընդհանուր առմամբ, արտաքին առևտուրը նպաստում է ռեսուրսների արդյունավետ վերաբաշխմանը:

Բնականաբար յուրաքանչյուր երկրում արտահանումը տաբեր համամասնություններով է նպաստում տնտեսական աճի ձեռքբերմանը՝ կախված երկրի զարգացման մակարդակից, արտահանման կառուցվածքից և այլ գործոններից:

Մեր կողմից կատարված էկոնոմետրիկ վերլուծության արդյունքում բացահայտվել են ԱՊՀ երկրներում տնտեսական աճի վրա արտաքին առևտրի ազդեցության գործակիցները, համաձայն որի արտահանման 1% ավելացման դեպքում ՀՆԱ-ն ավելանում է 0.98%-ով, ներմուծման 1%

---

<sup>1</sup> Hausmann R., J. Hwang, and D. Rodrik. 2006. “What You Export Matters.” Working Paper. Center for International Development, Harvard University, p.25-28 □

<sup>2</sup> Singer H., The Distribution of Trade between Investing and Borrowing Countries, American Economic Review, 1950, p 473-485 □

Prebish R., The Economic Development of Latin America and its Principal Problems, United Nations Department of *Economic Affairs*, 1950, p. 212 □

<sup>3</sup> [Krugman/Obstfeld, International Economics, 2003, Chapter 2: Labor Productivity and Comparative Advantage: The Ricardian Model, p. 10-38](#)

Balassa B. (1978), Exports and economic growth: further evidence, *Journal of Development Economics*, 5, p.181-189.

աճի պարագայում ՀՆԱ-ն աճում է 0.27%-ով<sup>1</sup>: Հարկ է նշել, սակայն, որ ստացված ազդեցության գործակիցները միջինացված ցուցանիշներ են և կարող են չարտահայտել առանձին երկրի իրական պատկերը: Օրինակ՝ տնտեսական աճի վրա ներմուծման ազդեցության գործակիցը առավել բարձր կլինի այն երկրներում, որոնց ներմուծման մեջ 15 %-ից ավելին կազմում են մեքենա-սարքավորումներն ու հումքը (Հայաստան, Բելառուս, Ռուսաստան, Ղազախստան, Ղրղզստան, Մոլդովա, Թուրքմենստան, Ուկրաինա, Ուզբեկստան), իսկ մյուս երկրներում (Ադրբեջան, Տաջիկստան)՝ նշված ցուցանիշը ավելի ցածր կլինի: Նույն գաղափարը կարող ենք ասել նաև արտահանման ազդեցության գործակիցի մասին: Այն երկրներում, որոնցում արտահանումն առավել տարբերակված է, կունենան ազդեցության ավելի բարձր գործակից և հակառակը: Ուստի, հարկ ենք համարում առավել մանրամասնորեն վերլուծել Հայաստանի տնտեսական աճն ու արտահանումը:

Արտաքին առևտրի ազդեցությունը ազգային տնտեսության վրա արտացոլվում է ՀՆԱ-ում արտահանման և ներմուծման տեսակարար կշիռների միջոցով: ՀՆԱ-ում արտահանման մեծ տեսակարար կշիռը վկայում է միջազգային շուկայում հայրենական տվյալ արտադրանքի մրցունակության մասին: ՀՀ-ում 2016թ. տվյալ ցուցանիշը կազմել է 17%: Առավել ակնառու կլինի դիտարկել 2000-2016թթ. տվյալ ցուցանիշի միջինը, որը կազմել է 15.7%:

Առևտրային հաշվեկշռի պակասորդը 2016թ. ՀՀ-ում կազմել է ՀՆԱ-ի ավելի քան 16%-ը, ինչը ցույց է տալիս արտաքին առևտրի զգալի անկատարությունը: ՀՀ-ում արտահանումը 2000-2016թթ. բավականին բարձր աստիճանի կենտրոնացվածություն ուներ՝ 4 ապրանքախմբերի (թանկարժեք քարեր և մետաղներ, ոչ թանկարժեք մետաղներ, պատրաստի սնունդ, հանքահումքային ապրանքներ) միջինում բաժին էր ընկնում արտահանման 82.9%-ը: Ընդ որում, արտահանման կենտրոնացվածությունից բացի հարկ է նշել, որ արտահանման մեջ գերակշռում է միջանկյալ հումքը, որի արտադրությունում ստեղծվող ավելացված արժեքի կշիռը խիստ սահմանափակ է և բացի այդ, այն ենթակա է միջազգային գների նշանակալի տատանումներին, ինչն էլ ավելի է մեծացնում արտահանման խոցելիությունը:

Միջազգային փորձը ցույց է տալիս, որ տնտեսական աճի բարձր տեմպեր ապահովում են այն երկրները, որոնց արտահանման կառուցվածքը փոփոխվել է ցածր տեխնոլոգիատարության ապրանքներից դեպի

<sup>1</sup> Էկոնոմետրիկ վերլուծությունը կատարվել է հեղինակի կողմից Համաշխարհային բանկի վիճակագրական տվյալների հիման վրա <http://www.worldbank.org/>

բարձր տեխնոլոգիատարության ապրանքներ: Իսկ բնական ռեսուրսների վրա հիմնված ապրանքների արտահանման ուղղությամբ մասնագիտացումը ամեննիին էլ բարձր տնտեսական աճի գրավական չէ: Այս տեսանկյունից ՀՀ արտահանման մեջ ցածր, միջին և բարձր տեխնոլոգիատարության ապրանքների տեսակարար կշիռը 2016թ.-ին 2001թ.-ի համեմատ նվազել է, իսկ փոխարենը աճել է ռեսուրսատար ապրանքների տեսակարար կշիռը: Այդուհանդերձ, դիտարկվող ժամանակահատվածում ՀՀ արտահանման մեջ ամենամեծ տեսակարար կշիռն ունեցել են ցածր տեխնոլոգիատարության ապրանքները (նշված ժամանակահատվածում՝ ավելի քան 60%<sup>1</sup>):

Այսպիսով, տնտեսական աճի և արտահանման առավել կայուն կապ ապահովելու համար մեր կողմից առաջարկվում է ՀՀ արտահանման կառուցվածքում ռեսուրսատար և ցածր տեխնոլոգիատար ապրանքների արտահանումից աստիճանաբար անցում կատարել դեպի միջին և բարձր տեխնոլոգիատարության ապրանքների արտադրություն և արտահանում: Հայաստանը չունի մեծաքանակ ռեսուրսներ, ուստի հետագա կայուն տնտեսական աճի համար անհրաժեշտ է տնտեսության զարգացումն ապահովել ռեսուրսների ոչ թե քանակական, այլ որակական ընդլայնման միջոցով, ինչն էլ հնարավոր է իրականացնել միայն առավել բարձր տեխնոլոգիատար ապրանքների արտադրությամբ:

Մեր կողմից էկոնոմետրիկ վերլուծություն է կատարվել նաև ՀՀ արտահանման, օտարերկրյա ուղղակի ներդրումների և տնտեսական աճի միջև առկա կապը բացահայտելու նպատակով: Արդյունքում ստացվել է, որ ՀՀ-ում ՀՆԱ-ն ավելանում է 1.1 միավորով՝ 1 միավոր ՕՈՒՆ աճի, և 6.3 միավորով՝ 1 միավոր արտահանման աճի պարագայում<sup>2</sup>:

Այսպիսով, ստացվում է, որ ՀՀ տնտեսական աճի ապահովման գործում արտահանումն ունի բավական մեծ դերակատարություն: Ուստի, այս տեսանկյունից հետագայում պետության կողմից ճիշտ մշակված արտահանման խթանման քաղաքականությունը կարող է հանդիսանալ կայուն տնտեսական աճի ապահովման գրավական: Դրա համար նախ անհրաժեշտ է ուշադրություն դարձնել արտահանման կառուցվածքի փոփոխությանը, ինչպես նաև մշակել արտահանման խթանման առավել արդյունավետ գործիքակազմ:

---

<sup>1</sup> Վիճակագրական տվյալները վերցված են ՀՀ ԱՎԾ պաշտոնական կայք-էջից՝ [www.armstat.am](http://www.armstat.am)

<sup>2</sup> Էկոնոմետրիկ վերլուծությունը կատարվել է հեղինակի կողմից ՀՀ ԱՎԾ վիճակագրական տվյալների հիման վրա՝ [www.armstat.am](http://www.armstat.am)

Բնական է, որ պետությունը չի կարող խթանել տնտեսության բոլոր ճյուղերի արտահանումը: Առավել խելամիտ կլինի բացահայտել համեմատական կամ մրցակցային առավելություն ունեցող ճյուղերը, գնահատել դրանց արտահանման հնարավորությունները, որից հետո էլ անցնել արտահանման խրախուսման ռազմավարությանը: Փորձելով պատասխանել վերոնշյալ հարցին՝ մենք բացահայտել ենք ՀՀ-ում արտահանման տեսանկյունից համեմատական առավելություններ ունեցող ճյուղերն ու ապրանքատեսակները՝ օգտագործելով Բելլա Բալասայի կողմից մշակված մեթոդաբանությունը և հաշվարկելով բացահայտված համեմատական առավելությունների (ԲՀԱ) ինդեքսը<sup>1</sup> Հայաստանի համար հետևյալ բանաձևով.

$$ԲՀԱ_i = (x_i : X) / (x_i w : X w),$$

որտեղ՝  $x_i$ -ն ՀՀ-ում  $i$ -րդ ապրանքի արտահանումն է,  $X$ -ը՝ ՀՀ ընդհանուր արտահանումը,  $x_i w$ -ն՝  $i$ -րդ ապրանքի համաշխարհային արտահանումը, իսկ  $X w$ -ն ընդհանուր համաշխարհային արտահանումը: Համաձայն Բելլա Բալասայի՝ երկիրն ունի  $i$ -րդ ապրանքի արտահանման գծով բացահայտ համեմատական առավելություն, եթե  $ԲՀԱ_i > 1$ :

Այսպիսով, ստացվել է, որ 2012-2016թթ. ՀՀ-ն մշտապես համեմատական առավելություն է ունեցել հետևյալ ապրանքախմբերի արտահանման տեսանկյունից՝ կենդանի կենդանիներ, կաթնամթերք, ձու, մեղր, մրգեր, բանջարեղեն, պահածոներ, ավոհոլային և ոչ ավոհոլային խմիչքներ, քացախ, ծխախոտ, աղ, ցեմենտ, հանքաքար, հագուստ, քարից և գիպսից արտադրանք, թանկարժեք և կիսաթանկարժեք քարեր և մետաղներ, սև մետաղներ, պղինձ, ալյումին և իրեր դրանցից, ինչպես նաև ժամացույցներ ապրանքախմբերում<sup>2</sup>:

Առավել զգալի արդյունք ստանալու համար նշված ապրանքախմբերի արտահանման խթանմանը զուգահեռ անհրաժեշտ է խթանել հայկական գյուղատնտեսությունում շատ քիչ մշակվող այնպիսի մշակաբույսերի արտադրությունը, ինչպիսիք են գետնախնձորը, մասուրն ու թեյի վարդը: Ինչպես գիտենք, Հայաստանում առկա է գյուղատնտեսական հողերի թերզբաղվածություն, հետևաբար լրիվ իրատեսական է գետնախնձորի և մասուրի ու թեյի վարդի պլանտացիաներ ստեղծելու գաղափարը, առավել ևս, որ նշված մշակաբույսերի աճեցումը հնարավորու-

<sup>1</sup> Balassa, B. (1965), Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage, The Manchester School, V 33, May 1965, pp. 99-123.

<sup>2</sup> Հաշվարկները կատարվել են հեղինակի կողմից Համաշխարհային բանկի վիճակագրական տվյալների հիման վրա <http://www.worldbank.org/>.

թյուն կտա զարգացնելու նաև դրանց հետ առնչվող շատ հարակից ճյուղեր: Մասուրի և վարդի հասունացումը Հայաստանում համընկնում է իսլամական երկրներում ռամադանի շրջանի հետ (մասուրի և վարդի թերթիկների հյութերը, հատկապես Ռամադանի ժամանակ, որպես ըմպելիք լայնորեն օգտագործվում են Պարսից ծոցի երկրներում), ուստի առկա է բավականին մեծ ծավալով դրանց արտահանման իրական հնարավորություն: Գետնախնձորը շատ երկրներում անփոխարինելի միջոց է, ինչպես սննդում կիրառության, այնպես էլ բժշկության մեջ, քիմիական արտադրությունում՝ հատկապես կոսմետիկայի բնագավառում, ավելին՝ գետնախնձորի աճեցումը օգտակար է նաև գյուղատնտեսական հողերի որակի բարելավման տեսանկյունից, հետևաբար դրա արտադրությունը կարևորում ենք ոչ միայն արտահանման, այլ ավելի շուտ բազմաթիվ հարակից ճյուղերի զարգացման նկատառումներով:

Բազմիցս քննարկվել է ՀՀ հանքահումքային մթերքների արտահանման սահմանափակման խնդիրը, քանզի անգամ մեծ ռեսուրսային հնարավորություններ ունեցող երկրներն այսօր հրաժարվում են հումքի արտահանումից՝ փոխարինելով այն պատրաստի ապրանքների արտահանմամբ, որոնց պարագայում ստեղծվում է ավելի մեծ չափի ավելացված արժեք: Սակայն ավանդական հանքահումքային մթերքներից գատ մենք կարևորում ենք տվյալ խնդրի հրատապությունը նաև պեռլիտի արտահանման տեսանկյունից: Ինչպես գիտենք, Հայաստանը ունի պեռլիտի զգալի պաշարներ, որը հնարավոր է կիրառել ամենատարբեր արտադրություններում, սկսած շինարարականից մինչև կենցաղային սնունդ ու բժշկություն: Այսպիսով, լայն հնարավորություն է ընձեռվում պեռլիտի արդյունահանման արդյունքում տնտեսության բազմաթիվ ոլորտների զարգացման համար: Այդ նպատակով արտահանող ձեռնարկություններին պետք է տրամադրել նպատակային արտոնյալ վարկային ռեսուրսներ՝ հանքաքարի վերամշակման հզորությունների ստեղծման ու արդիականացման նպատակով, ինչպես նաև աստիճանաբար անցում կատարել հանքաքարի արտահանումը կանխող ոչ արտոնյալ հարկային դաշտի ձևավորմանը:

Հաջորդ կարևոր ուղղությունը կոշկեղենի և կաշվե իրերի արտադրությունն է: Երևան քաղաքի խանութներում և տոնավաճառներում մեր կողմից կատարված հարցումները ցույց տվեցին, որ կոշկեղենի արտադրության ոլորտում առկա են բազմաթիվ փոքր ընկերություններ և անհատ ձեռնարկատերեր, որոնցից շատերը, ի դեպ, աշխատում են արտաքին պահանջարկի բավարարման ուղղությամբ, սակայն ոլորտում առկա լրջագույն խնդիր է այն, որ գործող փոքր ընկերություններն ու

անհատ ձեռնարկատերերը չեն կարող օգտվել մասշտաբի էֆեկտից, որի պարագայում առավել արդյունավետ կօգտագործվեին առկա ռեսուրսները: Ուստի այստեղ ևս, կարծում ենք ճիշտ կլինի պետական ոչ պարտադրողական քաղաքականության միջոցով խթանել առավելապես միջին ու խոշոր ընկերությունների ստեղծումը (օրինակ՝ կարելի է ոլորտին պետական աջակցություն տրամադրելիս նախապատվությունը տալ առավել խոշոր ընկերություններին):

Անդրադառնալով ադամանդագործության և ոսկերչության ոլորտին՝ պետք է նշել, որ այստեղ մասնագիտացումը պետք է ընթանա առավելապես ոսկերչական իրերի, քան ադամանդի վերամշակման արտադրությունում, քանի որ այստեղ առկա են բազմաթիվ առավելություններ՝ աշխատուժի որակ, հումքային ներուժ, համաշխարհային շուկայում բարձր պահանջարկ և այլն: Ոսկերչական իրերի արտահանումը ընդլայնելու և նաև ոսկու փոշու արտահանումը պատրաստի արտադրանքի արտահանմամբ փոխարինելու համար անհրաժեշտ է ստեղծել այս ճյուղի զարգացման բարենպաստ միջավայր: Այդ առումով ճյուղի համար հատկապես կարևոր նշանակություն ունի ապրանքային հայտնի նշանի բացակայության խնդրի լուծումը: Հաշվի առնելով այս հանգամանքը, ՀՀ ձեռնարկությունների համար հիմնախնդիրների լուծման հեռանկարային տարբերակ կարող է լինել արտասահմանյան ընկերությունների հետ համատեղ ձեռնարկությունների ստեղծումը: Մրանից բացի կարելի է ոսկերչության ոլորտի արտահանման և արտադրության միջև ամուր կապ ստեղծելու նպատակով կիրառել համաշխարհային պրակտիկայում բազմիցս օգտագործվող մոդել՝ ոսկերչական կլաստերի հիմնում: Շատ երկրներում ոսկերչական կլաստերները հիմնվում են ոսկու հանքերի հարևանությամբ գտնվող տարածքներում, որտեղ և տեղփոխվում են բնակվելու ոսկերիչները: Ինչպես նաև կարելի է ստեղծել պարզապես արտահանման արդյունաբերական գոտիներ այս ոլորտի համար, որոնք կհամապատասխանեն համաշխարհային արտահանման արտադրական գոտիների սահմանմանը, այսինքն՝ տվյալ տարածքում կգործի հատուկ մաքսային ռեժիմ արտահանման ուղղվածության արտադրանք թողարկող արդյունաբերական ձեռնարկությունների համար, ինչպես նաև կգործեն գիտահետազոտական և գիտաարտադրական ձեռնարկություններ, որոնք անհրաժեշտ ծառայություններ կմատուցեն ոլորտի ձեռնարկություններին: Հարկ է նշել նաև, որ վերոնշյալ մոդելները կիրառելի են վերամշակող արդյունաբերության այլ ոլորտներում ևս, բացառությամբ սննդի արդյունաբերության՝ հաշվի առնելով հանրապետության ողջ տարածքում գյուղատնտեսական պիտանի հողերի առկայությունն ու ցրվածությունը:



Մեքենաշինության ոլորտում կարծում ենք առավել մեծ արտահանման պոտենցիալ ունեն էլեկտրական կենցաղային տեխնիկայի, էլեկտրական մեկուսիչների, ռադիոսարքերի, օպտիկական մանրաթելի, ավտոմատ դեկավարման և կարգավորման սարքերի, հսկման և չափման այլ սարքերի, թռչող սարքերի և ապարատների մասերի պարագայում:

Որպես ոլորտի արտահանման հնարավոր շուկաներ կարող ենք նշել ԱՄՆ-ի, Եվրոպայի և Ճապոնիայի շուկաները, քանզի այստեղ են գտնվում ոլորտի առաջատար վերագգային ընկերությունների մեծ մասը, որոնց հետ համագործակցությունն էլ կարող է հիմք հանդիսանալ ոլորտի զարգացման: Ոլորտի կարողություններից էլնելով՝ բավականին իրատեսական է համարվում վերագգային կազմակերպությունների և օտարերկրյա ընկերությունների կողմից արդյունաբերական սարքավորումների և ավիաարդյունաբերության առանձին մասերի արտապատվիրումը: Իսկ ոլորտի առավել ցածր տեխնոլոգիատար սպրանքների (օրինակ՝ կենցաղային տեխնիկա և այլն) արտահանման տեսանկյունից կարևորում ենք Վրաստանի և ԱՊՀ շուկաների մեծ մասը, որոնց հետ Հայաստանն ունի ազատ առևտրային ռեժիմ: Ներկայում մասնավոր ձեռնարկությունների կողմից որոշակի քանակությամբ արտադրանք թողարկվում է նշված ոլորտում. օրինակ՝ 2006թ. ի վեր «Արմենմոտոր» ընկերության կողմից արտադրվում և Ռուսաստան է արտահանվում «Դոբրինյուշկա» պիտակով էլեկտրական մսադացներ, սակայն այս երևույթը կրում է ավելի շատ պատահական և ոչ համակարգված բնույթ:

Քիմիական արդյունաբերության զարգացման հեռանկարները դիտարկելիս անհրաժեշտ ենք համարում առանձնացնել քիմիական և տեքստիլ արդյունաբերությունների փոխկապակցված զարգացումը, որն, իր մեջ ներառելով քիմիական վերամշակման տարրեր, դիտարկվում է որպես միջին և բարձր տեխնոլոգիատարության արտադրություն: Այս ուղղությամբ զարգացումը լայն հնարավորություն է ստեղծում նաև՝ քիմիական արհեստական մանրաթելերի և դրանցից այլ արտադրանքի արտադրության և արտահանման ծավալների մեծացման համար: Ոլորտի զարգացման առանձնահատկություններից է այն, որ արտադրության ծավալների աճը կարող է նպաստել ոչ միայն արտահանման ընդլայնմանը, այլև ներմուծման կրճատմանը: Վերոնշյալից բացի կարելի է գուգահեռաբար սկսել համաշխարհային շուկայում այս ոլորտի համեմատաբար նոր ճյուղի զարգացումը՝ չհրկիզվող պոլիմերային նյութերի և կտորների արտադրություն (նախապես հաշվարկելով երկարաժամկետ հատվածի համար դրա արտադրության արդյունավետությունը ՀՀ տնտեսության համար), որոնք օգտագործվում են մեքենաների, ինքնաթիռների, նավերի

ներքին սրահների երեսպատման, հյուրանոցների, դպրոցների և այլ կառույցների շինարարության մեջ, ինչպես նաև վարագույրների, գորգերի արտադրության մեջ: Նշենք, որ այս նյութերը ներկայումս չունեն այլ փոխարինիչներ: Ընդ որում, բացի պոլիմերային կտորներից ներկայումս համաշխարհային շուկայում առավել մեծ թափով զարգանում են պոլիմերային նյութերի արտադրությունը, չիրկիզվող ապակե-պլաստիկայի արտադրությունը և նմանատիպ՝ այլ ոլորտներում լայն կիրառություն ունեցող նյութերի արտադրությունները: Այս համեմատաբար նոր ուղղությունների արտադրանքները առանձնանում են հատկապես նրանով, որ կարող են առավել արդյունավետորեն փոխարինել մինչ այժմ օգտագործվող ավանդական նյութերին՝ իրենց ջերմադիմացկունության, առավել թեթև քաշի (հատկապես ավիացիայի ոլորտում կիրառություն ունեցող արտադրությունում), կորոզիայի հանդեպ ունեցած դիմացկունության, ջերմային ազդեցության արդյունքում ընդարձակման փոքր գործակցի և այլ հատկությունների շնորհիվ:

Մրցունակ արտադրանք թողարկելուն զուգահեռ անհրաժեշտ է մտածել նաև դրա արտահանմանն օժանդակող մեխանիզմների մասին: Այդ նպատակով առաջարկվում է արտերկրում հայկական ներկայացուցչությունների ցանցի ընդլայնում, որոնք իրենց գտնվելու վայրերում կիրականացնեն մարքեթինգային հետազոտություն, պահանջարկի ուսումնասիրություն և իրացման կազմակերպումը: Ընդ որում ներկայացուցչությունները կարելի է ստեղծել արտերկրում գործող հայկական դեսպանատներին կամ հյուպատոսություններին կից: Ներկայացուցչությունը հայ արտադրողներին կտեղեկացնի նաև իր գտնվելու վայրում կազմակերպվող առևտրային ցուցահանդեսների, դրանց մասնակցության ձևերի մասին, ինչպես նաև միասնական հայկական տաղավարով հանդես կգա ցուցահանդեսին՝ ներկայացնելով այն հայկական ընկերությունների արտադրանքը, որոնք անձամբ ներկա չեն գտնվում:

Արտաքին շուկաներում ապրանքների, մատուցվող ծառայությունների առաջնորման կարևորագույն միջոցներից է մասնակցությունը միջազգային տոնավաճառներին և ցուցահանդեսներին: Հաշվի առնելով նման միջոցառումներին մասնակցության ծախսատարությունը և փոքր և միջին ձեռնարկությունների համար դրանց անհասանելիությունը՝ առաջարկում ենք իրականացնել միջազգային տոնավաճառների մասնակցության ֆինանսավորում՝ անդամակցության վճարի, տաղավարի վարձակալության վճարի, ցուցահանդեսի պաշտոնական կատալոգում գովազդի համար ծախսերի գծով:

Համանման եղանակով գյուղմթերքի ոլորտի կազմակերպությունների համար միջազգային ցուցահանդեսի մասնակցության աջակցությունը կարող է փոխարինվել Մոսկվայում նորաբաց Food city հսկայական գյուղմթերքի շուկայում ներկայանալու հնարավորության ընձեռամբ հետևյալ մեխանիզմով. ՀՀ համապատասխան պետական կառույցը կվարձակալի Food city-ում օրինակ՝ 50-100քմ մեծությամբ տաղավար, որը վարձակալությամբ կտրամադրի գյուղմթերքի արտադրության կամ վերամշակման ոլորտում գործող մի քանի կազմակերպության միաժամանակ՝ 10-20քմ տարածքով՝ 1 ամսով՝ հերթափոխության սկզբունքով: Մինևույն ժամանակ 20քմ տարածք կհատկացվի Մոսկվայում գործող ՀՀ առևտրային ներկայացուցչության ներկայացուցչի, որտեղ նա կներկայացնի այն կազմակերպությունների արտադրանքների օրինակները, որոնց վարձակալության 1 ամիսն արդեն լրացել է և նրանց փոխարինելու են եկել նոր կազմակերպություններ: Բնականաբար, Food city-ի առաջին հարկում գտնվող պահեստում վարձակալված տարածքում կպահվեն տարբեր կազմակերպությունների արտադրանքները, իսկ առևտրային ներկայացուցչի կողմից դրանց վաճառքի պարագայում այդ վաճառքի որոշակի տոկոս կտրամադրվի պետությանը՝ վարձակալված պահեստի գումարի փոխհատուցման համար:

Առաջարկվում է ՀՀ արտահանող կազմակերպություններին աջակցելու նպատակով ստեղծել ՀՀ արտահանման հարթակ, որտեղ կազմակերպությունների գրանցումը կլինի կամավոր և ոչ մեծ չափի անդամավճարի պայմանով: Արտահանման հատվածում գրանցվող կազմակերպությունները կներկայացնեն տվյալ հարթակում իրենց արտադրանքի տեսականին: Իսկ տվյալ կայքի առաջնդման գործառույթը կդրվի տարբեր երկրներում գործող ՀՀ առևտրային ներկայացուցչությունների վրա: Արտահանման հարթակի այցելությունների թվի աճի ցուցանիշը կվկայի այս կամ այն ներկայացուցչության լավ կամ վատ աշխատանքի մասին:

Այսպիսով, մենք բացահայտեցինք ՀՀ արտահանման ազդեցության չափը տնտեսական աճի վրա, վեր հանեցինք արտահանման կառուցվածքում առկա թերությունները, հաշվարկների միջոցով հիմնավորեցինք մի շարք ապրանքատեսակների տեսանկյունից ՀՀ արտահանման համեմատական առավելության առկայությունը, առաջարկեցինք համեմատաբար նոր և հեռանկարային ոլորտների արտադրության և արտահանման խրախուսման հնարավոր տարբերակներ, ինչպես նաև արտահանման խրախուսման քաղաքականության այնպիսի լծակներ, որոնք ներկայումս չեն կիրառվում ՀՀ-ում՝ հիմնավորելով ՀՀ-ում դրանցից յուրաքանչյուրի տեղայնացման նպատակահարմարությունը:

## ԱՐՏԱՐԱՆՈՒՄԸ ՈՐՊԵՍ ՏՆՏԵՍԱԿԱՆ ԱՃԻ ՀԻՄՆԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՆ ՀՀ-ՈՒՄ

**ԼԻԼԻԹ ՆՈՐԱՅՐԻ ՍԱՐԳՍՅԱՆ**, *տ.գ.թ.*

*ՀՀ ԳԱԱ Մ.Քոթանյանի անվան*

*տնտեսագիտության ինստիտուտի գիտաշխատող*

**Համառոտագիր:** Միջազգային փորձը վկայում է, որ արտահանումը հանդիսանում է տնտեսական աճի ապահովման հիմնական գործոններից մեկը: Հոդվածի նպատակն է բացահայտել ՀՀ արտահանման ազդեցությունը տնտեսական աճի վրա և առաջարկել ուղիներ արտահանման կառուցվածքի, ինչպես նաև արտահանման խթանման գործիքակազմի բարելավման տեսանկյունից:

Հոդվածում մշակված դրույթները կարող են կիրառվել ՀՀ արտահանման ուղղված պետական քաղաքականության մշակման ժամանակ, ինչպես նաև տվյալ թեմայով զբաղվող ապագա վերլուծաբանների և բուհերի դասախոսների կողմից:

**Բանալի բառեր.** *արտահանում, տնտեսական աճ, առևտրային հաշվեկշիռ, էկոնոմետրիկ վերլուծություն, համեմատական առավելություն, առևտրային ներկայացուցչություններ:*

## ЭКСПОРТ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РА

**ЛИЛИТ НОРАЙРОВАНА САРГСЯН**, *к.э.н.*

*научный сотрудник Института экономики имени М. Котаняна, НАН РА*

**Аннотация:** Международный опыт показывает, что экспорт является одним из ключевых факторов экономического роста. Целью данной статьи является выявить влияние экспорта РА на экономический рост и предложить пути улучшения структуры экспорта, а также инструментарий для продвижения экспорта.

Тезисы, изложенные в статье, могут быть применены при разработке экспортноориентированной политики Армении, а также со стороны будущих аналитиков и преподавателей вузов.

**Ключевые слова:** *Экспорт, экономический рост, торговый баланс, эконометрический анализ, сравнительное преимущество, торговые представительства.*

## EXPORT AS THE KEY FACTOR OF ECONOMIC GROWTH IN THE REPUBLIC OF ARMENIA

**LILIT NORAYR SARGSYAN**, *Ph.D. in Economics*

*Research Associate, M. Kotanyan Institute of Economics*

*National Academy of Sciences, Republic of Armenia*

**Abstract:** The international best practice shows that exports are one of the key drivers of economic growth. The purpose of the article is to identify the impact of the Armenian exports on the economic growth and propose approaches to improving the export composition, and tools for export promotion as well.

The statements discussed in the article can be used in elaborating the export-oriented policy in Armenia, and by those who are interested in this topic as well, namely by future analysts and university professors.

**Keywords:** *Export, economic growth, trade balance, econometric analysis, comparative advantage, trade representations.*