



ՄԻՋԱԶԳԱՅԻՆ

ՏՆՏԵՍԱԳԻՏՈՒԹՅՈՒՆ

Հոդվածի հղումը. Նազարյան Գ., Թադևոսյան Ռ., Մովսիսյան Շ. (2025),
Հայաստանի արտահանման կառուցվածքային կարողությունների գնահատում,
Տնտեսություն և հասարակություն, ՀՊՏՀ, Տնտեսագետ, 2(8), 127-142,
DOI: 10.52174/29538114_2025.2-127
Ներկայացվել է խմբագրություն՝ 23.11.2025 թ.
Ուղարկվել է գրախոսության՝ 25.11.2025 թ.
Երաշխավորվել է հրապարակման՝ 29.12.2025 թ.

ԳՐԻԳՈՐ ՆԱԶԱՐՅԱՆ

ՀՊՏՀ տնտեսագիտական ֆակուլտետի դեկան,
տնտեսագիտության թեկնածու, պրոֆեսոր

 <https://orcid.org/0000-0001-6048-9790>

ՌՈՒԶԱՆՆԱ ԹԱԴԵՎՈՍՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոնի փորձագետ-գիտաշխատող,
տնտեսագիտության թեկնածու

 <https://orcid.org/0000-0003-2226-6435>

ՇՈՒՇԱՆ ՄՈՎՍԻՍՅԱՆ

ՀՊՏՀ «Ամբերդ» հետազոտական կենտրոնի փորձագետ-գիտաշխատող

 <https://orcid.org/0000-0001-7669-8626>

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ

ԿԱՌՈՒՑՎԱԾՔԱՅԻՆ

ԿԱՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԳՆԱՀԱՏՈՒՄ

Հոդվածում ուսումնասիրվել է Հայաստանի արտահանման կառուցվածքը՝ կարողությունների գնահատման նպատակով: Դա իրականացվել է արտահանման համեմատական առավելությունները հաշվարկելու, արտահանման բարդությունը գնահատելու և, ի վերջո, արտահանման հնարավորություններն ուղենշելու ճանապարհով: Արտահանման համեմատական առավելությունները պարզելու համար օգտագործվել է Բեյա Բալասայի նորմալացված համեմատական առավելությունների ինդեքսը: Արտահանման բարդության գնահատումը տրվել է Հարվարդի աճի լաբորատորիայի՝ տնտեսական բարդության ինդեքսի դինամիկայի ուսումնասիրության հիման վրա, իսկ արտահանման հնարավորություններն ուղենշելու համար օգտագործվել են Միջազգային առևտրի կենտրոնի հաշվարկները: Արդյունքում պարզվել է, որ Հայաստանը համեմատական առավելություններ ունի թանկարժեք մեքանիզմների, հանքաքարի, ծխախոտի, ոգելից խմիչքների, տրիկոպաժե հագուստի, կենդանի կենդանիների, բանջարեղենի և դրա վերամշակումից ստացված մթերքի, արճի և դրանից պատրաստված իրերի արտահանման ոլորտում: Սակայն այդ համեմատական առավելությունները վերջերս

նվազել են թե՛ չափով և թե՛ ապրանքախմբերի թվով: Կատարված վերլուծության արդյունքում պարզվել է, որ Հայաստանի արտահանման ներուժը դեռևս կենտրոնացած է ցածր արժեքի ուղղության ապրանքների շուրջ: Ըստ բարդության ուսումնասիրությունն էլ ցույց է տվել, որ ՀՀ արտահանումը առավելապես բաղկացած է պարզ և շարժ պարզ ապրանքներից: Ուստի նպատակահարմար է ռեսուրսային ապրանքների արտահանումից աստիճանաբար անցում կատարել ցածր արժեքի ուղղության ապրանքների՝ տեքստիլի, քիմիական ապրանքների, մեքանիկական արտադրանքի արտադրության ու արտահանման ընդլայնման: Դա էլ, իր հերթին, կարող է հիմք ստեղծել հեռավա փութերում բարձրարժեքի ուղղության արտադրության ձևավորման և արտահանման համար:

Հիմնաբառեր. արտահանում, համեմատական առավելություն, բազմազանեցում, ներուժ, տնտեսական բարդության ինդեքս

JEL: F14, R11

DOI: 10.52174/29538114_2025.2-127

Ներածություն: Տնտեսական աճի վրա արտահանման դրական ազդեցության ակնհայտ ճշմարտությունը վաղուց դադարել է տնտեսագիտական գրականության մեջ քննարկման առարկա լինելուց: Սակայն կարևոր է ոչ միայն արտահանման աճը, այլև դրա կառուցվածքը:

Հայաստանից արտահանումը հատկապես վերջին տարիներին աճել է արագ տեմպերով, որն ուղեկցվել է նաև նոր ապրանքատեսակների արտահանման քանակի աճով: Այսպես՝ եթե 2019 թ. Հայաստանից արտահանվում էր ընդամենը 1093 ապրանքախումբ՝ ըստ HS 6-նիշ դասակարգման, ապա 2024 թ. ցուցանիշը գրեթե կրկնապատկվել է: Հատկանշական է, որ համաձայնորեն աճել է նաև 1 մլն ԱՄՆ դոլարը և 10 մլն ԱՄՆ դոլարը գերազանցող ապրանքախմբերի քանակը: Ընդ որում, թե՛ արտահանման արժեքով, թե՛ արտահանվող ապրանքատեսակների քանակով շեշտակի աճ տեղի է ունեցել հենց 2022–2024 թթ.: Ուստի անհրաժեշտ է ուսումնասիրել, թե արդյոք վերջին տարիների այս աճն ուղեկցվել է արտահանման կառուցվածքի փոփոխությամբ, և թե ինչ գործոններ են առկա դրա հիմքում: Նշված անհրաժեշտությունից էլ բխում է թեմայի արդիականությունը, որի հիմնական նպատակը Հայաստանի արտահանման կառուցվածքի ուսումնասիրությունն է՝ արտահանվող ապրանքախմբերի համեմատական առավելությունները պարզելու, արտահանման բարդությունը գնահատելու և արտահանման հնարավորությունները ուղենշելու համար:

Գրականության ակնարկ: Արտահանման ներուժ ունեցող ճյուղերի բացահայտման համար անհրաժեշտ է ուսումնասիրել դրանց համեմատական առավելությունները: Տնտեսագիտական գրականության մեջ միջազգային մրցունակության չափման և արտահանման ներուժը գնահատելու համար հաճախ կիրառվում է Բելա Բալասայի համեմատական առավելության (RCA) ինդեքսը, որը բացահայտում է երկրի արդյունաբերության որևէ ճյուղի կամ արտադրանքի համեմատական առավելությունը: Դա հաշվարկվում է որպես տվյալ երկրի արդյունաբերության որևէ ճյուղի կամ արտադրանքի արտահանման մասնաբաժնի և ամբողջ աշխարհի կամ երկրների խմբի արդյունաբերության

այդ ճյուղի կամ արտադրանքի արտահանման մասնաբաժնի հարաբերակցություն¹: Սակայն այս ինդեքսը զերծ չէ թերություններից, էկոնոմետրիկ վերլուծություններ կատարելու համար պետք է այն սիմետրիկ դարձնել: Երբ RCA-ն ընդունում է 0–1 միջակայքում ընկած որևէ արժեք, ընդունված է համարել, որ ոչ մասնագիտացած է այդ ոլորտում, իսկ 1-ից մինչև անվերջություն որևէ արժեք ընդունելիս՝ մասնագիտացած: Ռեգրեսիոն վերլուծության ժամանակ «զուտ» RCA-ը կիրառելը հանգեցնում է այն բանին, որ 1-ից մեծ արժեք ունեցողներին ավելի մեծ կշիռ է տրվում, քան 1-ից փոքր արժեք ունեցողներին: Հետևաբար՝ RCA-ը ճշգրտման, կարգավորման կարիք ունի: RCA-ը սիմետրիկ դարձնելու խնդիրը լուծելու համար ամերիկացի տնտեսագետ Թոմաս Վոլրաթը դեռևս 1991 թ. առաջարկել է լոգարիթմել RCA-ը²: Այն հիմնականում լուծում է ասիմետրիայի հետ կապված խնդիրը, սակայն երբ տվյալ ապրանքի արտահանումը զրո է, այդ դեպքում RCA-ի լոգարիթմական արժեքը որոշված չէ: Այս խնդրի լուծման համար Կոպենհագենի բիզնես դպրոցի հետազոտող Կելդ Լաուրսենն առաջարկում է կիրառել RSCA-ը՝ բացահայտված սիմետրիկ համեմատական առավելության ինդեքսը, որը Բալասայի RCA-ի փոփոխված տարբերակն է.

$$RSCA = (RCA - 1) / (RCA + 1)$$

RSCA-ն արդեն գտնվում է -1-ից 1 միջակայքում³:

RCA-ի այլընտրանքային տարբերակներից է NRCA-ը, որը Բելա Բալասայի ինդեքսի նորմալացված կատարելագործված տարբերակն է և հաշվարկվում է հետևյալ բանաձևով՝

$$NRCA_{ij} = (E_j^i / E) - (E_j E^i / EE)$$

NRCA_{ij}-ը նորմալացված համեմատական առավելությունների ինդեքսն է, E_j^i -ն՝ i երկրից j ապրանքի արտահանումը, E -ն՝ բոլոր երկրների արտահանումը, E_j -ն՝ բոլոր երկրներից j ապրանքի արտահանումը, E^i -ն՝ i երկրի արտահանումը: Ինդեքսն ավելի ճշգրիտ և հետևողականորեն է բացահայտել երկրի համեմատական առավելության չափը որոշակի ապրանքի մեջ, քան գրականության մեջ ներկայացված այլընտրանքային RCA ինդեքսները: NRCA ինդեքսը համեմատելի է ըստ ապրանքի, երկրի և ժամանակի⁴:

Արտահանման կառուցվածքի գնահատման համար լայնորեն օգտագործվում է Նան Հարվարդի աճի լաբորատորիայի մշակված տնտեսական բարդության ինդեքսը⁵:

¹ Տե՛ս **Balassa B.** (1965), Trade liberalization and revealed comparative advantage., The Manchester School of Economic and Social Studies, 33(1), էջ 105-106:

² Տե՛ս **Vollrath T.** (1991), A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. Weltwirtschaftliches Archiv, 127 (2), էջ 265-280:

³ Տե՛ս **Keld L.** (2015), Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation, Eurasian Business Review, 10.1007/s40821-015-0017-1, 2015/02/05, էջ 99-115, https://www.researchgate.net/publication/289126100_Revealed_Comparative_Advantage_and_the_Alternatives_as_Measures_of_International_Specialisation#pf6

⁴ Տե՛ս **Yu R., Cai J. & Leung P.** (2009). The normalized revealed comparative advantage index. Ann Reg Sci 43, 267–282, <https://doi.org/10.1007/s00168-008-0213-3>

⁵ Տե՛ս **Թադևոսյան Ռ.** (2022), Տնտեսական բարդության ցուցիչ. Հայաստանը 76-րդն է, «Ամբեր», 3 (16), 87-93. DOI: 10.52174/2579-2989_2022.3-87

Հարվարդի աճի լաբորատորիայի կողմից մշակված տնտեսական բարության ինդեքսը վարկանշավորում է երկրները՝ դրանց արտահանման զամբյուղի բազմատեսակության (diversity) և բարդության/համատարածություն (ubiquity) հիման վրա⁶:

Տնտեսական բարդության ինդեքսը երկրի տնտեսական զարգացման կարևոր գնահատական է, քանի որ արտահանման բարդությունը մեծ չափով կանխատեսում է եկամտի ընթացիկ մակարդակը, կամ եթե բարդությունը գերազանցում է երկրի եկամտի մակարդակի սպասումները, ապա կանխատեսվում է, որ երկիրը ապագայում արագ աճ է ունենալու: Ինդեքսի հաշվարկման համար կիրառվում են ՄԱԿ-ի վիճակագրության բաժնի (COMTRADE) և ԱՄՀ արտաքին առևտրի տվյալները:

Արտահանման ներուժի գնահատման համար կիրառվում է նաև Առևտրի միջազգային կենտրոնի (ԱՄԿ) մշակված մեթոդաբանությունը⁷, որը թույլ է տալիս առանձնացնել արտահանման ներուժ ունեցող ապրանքախմբերը և առանձին շուկաներում բազմազանեցման հնարավորությունները:

Հատկանշական է, որ Հայաստանի Հանրապետության արտահանման 2025–2030 թվականների ռազմավարական ծրագրում առաջնահերթություն հանդիսացող 25 ապրանքների ընտրության առաջին փուլն իրականացվել է Միջազգային առևտրի կենտրոնի արտահանման ներուժի և ապրանքային բազմազանեցման ցուցանիշների հիման վրա⁸:

Հետազոտության մեթոդաբանություն: Հայաստանի արտահանման կառուցվածքային կարողությունների գնահատումն իրականացվել է 3 տարբեր չափումների միջոցով: Նախ հաշվարկվել են արտահանման համեմատական առավելությունները Բելա Բալասայի նորմալացված համեմատական առավելությունների ինդեքսի միջոցով (NRCA): Թեև ակադեմիական գրականության մեջ առկա են Բելա Բալասայի ինդեքսի մի շարք այլընտրանքներ, որոնք մանրամասն ներկայացված են գրականության ակնարկի բաժնում, սակայն մենք կիրառել ենք նորմալացված տարբերակը, քանի որ վերջինիս մեթոդաբանությունը թույլ է տալիս համեմատություններ կատարել ըստ ապրանքների, երկրների ու ժամանակի: Եթե $NRCA_{ij} > 0$, նշանակում է՝ երկիրը j ապրանքի գծով ունի համեմատական առավելություն, և որքան մեծ է $NRCA_{ij}$ ցուցանիշը, այնքան մեծ է համեմատական առավելությունը: Ինդեքսը կարող է ընդունել $-1/4$ -ից մինչև $+1/4$ արժեքներ:

Հաշվարկն իրականացվել է միջազգային առևտրում ընդունելի ներդաշնակեցված համակարգի (HS) երկնիշ դասակարգմամբ: Հայաստանի արտահանման տվյալները վերցվել են ՄԱԿ-ի առևտրի վիճակագրության տվյալների բազայից (UN ComTrade), իսկ յուրաքանչյուր ապրանքախմբի համաշխարհային արտահանումը՝ Միջազգային առևտրի կենտրոնի (ITC) տվյալների բազայից: Հաշվի առնելով արտաքին շուկերի ազդեցությունը (կորոնավիրուս, ռուս-ուկրաինական պատերազմ)՝ Հայաստանի համար NRCA-ը հաշվարկվել է

⁶ St'u The Atlas of Economic Complexity: Mapping Paths to Prosperity, Ricardo Hausman et. all, 2013, https://growthlab.hks.harvard.edu/files/growthlab/files/atlas_2013_part1.pdf

⁷ St'u International Trade Center, <https://exportpotential.intracen.org/>

⁸ Տե՛ս ՀՀ Կառավարության 2025 թվականի հուլիսի 31-ի N 1068-Լ որոշում, հավելված 1, <https://www.arlis.am/hy/acts/210314>

2019 թ. և 2024 թ. համար, որպեսզի մինչև 2024 թ. ժամանակի հետ համեմատությունն իրական պատկերն արտացոլի:

Համեմատական առավելությունների հաշվարկից հետո իրականացվել է Հայաստանի արտահանման կառուցվածքի բարդության վերլուծություն Հարվարդի աճի լաբորատորիայի հաշվարկների հիման վրա: Վերջինս հաշվարկում է երկու ինդեքս՝

1. Տնտեսական բարդության ինդեքս/ Economic Complexity Index (ECI)/, որը գնահատում է երկրի արտադրության բարդությունը:
2. Ապրանքի բարդության ինդեքս/ Product Complexity Index (PCI)/, որը գնահատում է ապրանքի բարդությունը: Այստեղ որպես ապրանք դիտարկվում են HS 1992 Code 4-նիշ դասակարգմամբ ապրանքախմբերը:

Երկրի համար բարդության ինդեքսը հաշվարկվում է այդ երկրի արտահանման զամբյուղի բազմատեսակության (diversity) և բարդության/համատարածություն (ubiquity) հիման վրա: Բազմատեսակությունը արտահանվող ապրանքների քանակն է, համատարածությունը՝ նմանատիպ ապրանք արտահանող երկրների թիվը: Որքան մեծ է արտահանվող ապրանքների տեսականին, և որքան փոքր է աշխարհում այս կամ այն ապրանքի տարածվածությունը, այնքան բարձր է տնտեսական բարդության ինդեքսը:

Ապրանքի բարդության ինդեքսը հաշվարկվում է այդ ապրանքի գիտելիքատարության և համատարածության հիման վրա: Ինչքան շատ գիտելիք է պահանջում տվյալ ապրանքի արտադրությունը, և ինչքան քիչ երկրներ են այդ ապրանքից արտադրում, այնքան բարձր է ապրանքը: Ըստ այդմ՝ բոլոր HS 1992 Code 4-նիշ դասակարգմամբ ապրանքախմբերի բարդության ինդեքսները հաշվարկված ներկայացնում է Atlas of Economic Complexity-ն: Ապրանքների ինդեքսները տատանվում են -3-ից մինչև 3-ի սահմաններում: Դրանք տարեցտարի կարող են փոխվել, օրինակ՝ ավտոմեքենաների բարդության ինդեքսը 2020 թ. եղել է 1, իսկ 2023 թ.՝ 0,9: Դա կարող է տեղի ունենալ, օրինակ, այն դեպքում, երբ ավելի շատ երկրներ սկսեն մեքենա արտադրել:

Միաժամանակ՝ Atlas of Economic Complexity-ն չի տալիս դասակարգում, թե, օրինակ, ապրանքը, որի ինդեքսը 1 է, համարվում է արդյոք բարդ, միջին բարդության, թե պարզ: Այդ իսկ պատճառով կիրառել ենք BEROС-ի մոտեցումը և դրանք պայմանականորեն դասակարգել բարդ, միջին բարդության, պարզ խմբերի: Սա շատ պայմանական դասակարգում է, որը, սակայն, թույլ է տվել տեսանելի դարձնել Հայաստանի արտահանման կառուցվածքի փոփոխությունը և այդ փոփոխությունը պայմանավորող ապրանքախմբերը: BEROС-ը 1,5 ինդեքսից բարձր ինդեքս ունեցող ապրանքախմբերը դասակարգել է որպես բարդ ապրանք, որը կիրառվել է Հայաստանից արտահանվող ապրանքների նկատմամբ:

Այնուհետև Միջազգային առևտրի կենտրոնի մեթոդաբանությամբ ուսումնասիրվել են Հայաստանի արտահանման ներուժի և բազմազանեցման հնարավորությունները: Արտահանման ներուժի ցուցանիշի (the export potential indicator (EPI)) միջոցով բացահայտում են այն ապրանքները, որոնց գծով մրցունակ արտահանում ունի երկիրը, և կան հեռանկարներ դրանց արտահանման ընդլայնման ուղղությամբ: Ապրանքային բազմազանեցման ցուցանիշը (the product diversification indicator (PDI)) թույլ է տալիս վեր հանել այն

ապրանքները, որոնց գծով մրցունակ արտահանում երկիրը չունի, բայց որն իրագործելի է՝ հաշվի առնելով այդ երկրի արտահանման զամբյուղը և այլ երկրների արտահանման զամբյուղները: Ապրանքային բազմազանեցման ցուցանիշը կիրառելի է այն երկրների համար, որոնք բազմազանեցման և արտահանման նոր ճյուղերի զարգացման նպատակ ունեն, իսկ արտահանման ներուժի ցուցանիշը ենթադրում է, որ արտահանման աճը պետք է տեղի ունենա արդեն իսկ մրցունակ ապրանքների արտահանման ծավալների մեծացման հաշվին:

Հայաստանի արտահանման ներուժի և բազմազանեցման հնարավորություններից հետո ուսումնասիրվել է Հայաստանի տնտեսական բարդության ինդեքսի դինամիկան, որի տվյալները վերցվել են Հարվարդի աճի լաբորատորիայից:

Վերլուծություն: Ինչպես արդեն նշվել է, Հայաստանից արտահանումը վերջին տարիներին աճել է արագ տեմպերով, սակայն արտահանվող ապրանքատեսակների և ընդհանուր արտահանման արժեքի աճը չի ուղեկցվել Հայաստանի արտահանման համեմատական առավելությունների աճով: Մեթոդաբանության բաժնում նշված նորմալացված համեմատական առավելությունների ինդեքսը՝ հաշվարկված HS երկնիշ դասակարգման ապրանքախմբերի հիման վրա, ցույց է տալիս, որ այն 2024 թ., 2019 թ. համեմատությամբ, էապես նվազել է (աղյուսակ 1): 2019 թ. Հայաստանը համեմատական առավելություններ ուներ 99 ապրանքախմբերից 17-ի դեպքում, իսկ 2024 թ.՝ ընդամենը 10-ի պարագայում:

Աղյուսակ 1

Հայաստանի համեմատական առավելությունների ինդեքսը⁹

2019		2024	
Ապրանքախմբի անվանում	NRCA	Ապրանքախմբի անվանում	NRCA
26. Հանքաքար, խարամ և մոխիր	0.0336769	71. Բնական կամ արհեստական մարգարիտ, թանկարժեք կամ կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ	0.0003495
71. Բնական կամ արհեստական մարգարիտ, թանկարժեք կամ կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ	0.017264	26. Հանքաքար, խարամ և մոխիր	0.0000343
24. Ծխախոտ և ծխախոտի արդյունաբերական փոխարինիչներ	0.0151394	24. Ծխախոտ և ծխախոտի արդյունաբերական փոխարինիչներ	0.0000187
22. Ոգելից և ոչ ոգելից ըմպելիքներ և քացախ	0.0146837	22. Ոգելից և ոչ ոգելից ըմպելիքներ և քացախ	0.0000149
72. Սև մետաղներ	0.0052083	62. Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ, բացի մեքենայական կամ ձեռքի գործվածքով	0.0000047
62. Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ, բացի մեքենայական կամ ձեռքի գործվածքով	0.0048757	01. Կենդանի կենդանիներ	0.0000015

⁹ Հաշվարկել են հեղինակները՝ UN Comtrade և ITC տվյալների հիման վրա, <https://comtradeplus.un.org/>, <https://www.trademap.org/>

76. Այլումին և իրեր դրանից	0.0039942	06. Կենդանի ծառեր, թփեր և այլ բույսեր	0.0000010
91. Ժամացույցներ և դրանց մասեր	0.001754	07. Բանջարեղեն, այլ կերային արմատապտուղներ և ելապտուղներ	0.0000009
07. Բանջարեղեն, այլ կերային արմատապտուղներ և ելապտուղներ	0.0014496	20. Բանջարեղենի, պտուղների, ընկույզների և բույսերի մասերի վերամշակումից մթերք	0.0000002
20. Բանջարեղենի, պտուղների, ընկույզների և բույսերի մասերի վերամշակումից մթերք	0.0009174	78 Արճիճ և իրեր դրանից	0.0000001
08. Ուտելի մրգեր և ընկույզներ, ցիտրուսային կամ բոստանային մշակաբույսերի կեղևներ և կլեպներ	0.0007449		
18. Կակաո և դրանից պատրաստված մթերք	0.0006074		
03. Ձուկ և խեցգետնավորներ, մանրուքներ և այլ ծովային անողնաշարավորներ	0.0005124		
61 Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ մեքենայական կամ ձեռքի գործվածքով	0.0004114		
06. Կենդանի ծառեր, թփեր և այլ բույսեր	0.0002284		
01. Կենդանի կենդանիներ	0.0002193		
25. Աղ, ծծումբ, հող և քար, սվաղման նյութեր, կրաքար և ցեմենտ	0.0001358		

Ինչպես նշվել է, NRCA-ը գտնվում է -0.25-ից +0.25 միջակայքում. ինդեքսի դրական լինելը նշանակում է, որ տվյալ ապրանքախմբի գծով երկիրն ունի համեմատական առավելություն, և ինչքան մեծ է ինդեքսի արժեքը, այնքան ավելի մեծ է համեմատական առավելությունը: Ըստ աղյուսակ 1-ի՝ լավագույն դեպքում, 2019 թ. Հայաստանից արտահանվող որոշ ապրանքախմբերի, մասնավորապես՝ «հանքաքար, խարամ, մոխիր», «բնական կամ արհեստական թանկարժեք և կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ», «ծխախոտ և ծխախոտի արդյունաբերական փոխարինիչներ» և «ոգելից և ոչ ոգելից խմիչքներ, քացախ» NRCA-ը ունի 0.01–0.03 հարյուրերորդական արժեքներ, իսկ մյուս ապրանքախմբերի համեմատական առավելություններն անհամեմատ ավելի փոքր են: Հատկանշական է, որ 2024 թ. էապես նվազել է նաև վերոնշյալ 4 ապրանքախմբերի համեմատական առավելությունը, և, անմշակ ոսկու արտահանման մեծ ծավալով պայմանավորված, ամենամեծ համեմատական առավելությունը ձեռք է բերել «բնական կամ արհեստական մարգարիտներ, թանկարժեք և կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ» ապրանքախմբում: Միայն 2024 թ. Հայաստանից արտահանված անմշակ ոսկու արժեքը գերազանցել է 2021 թ. Հայաստանի ամբողջ ապրանքային արտահանման արժեքը: Հաշվի առնելով վերջինիս արտահանման մեծ ծավալը և համեմատելով դա ներմուծման հետ՝ ստացվում է, որ այն ամբողջությամբ վերաարտահանում է: Դա, սակայն, մեծացրել է ՀՀ ամբողջ արտահանման

ծավալը, որն էլ, իր հերթին, հանգեցրել է հայկական ավանդական ապրանքախմբերի համեմատական առավելության անկման (բխում է NRCA-ի բանաձևից): Այսպիսով՝ Հայաստանը կորցրել է համեմատական առավելությունները սև մետաղների, պլյումինի և դրանցից պատրաստված իրերի, ժամացույցների և դրանց մասերի, մրգերի, կակաոյից պատրաստված մթերքի, ձկան և խեցգետնավորների, սվաղման նյութերի արտահանման մեջ: Միևնույն ժամանակ, ըստ Բելա Բալասայի նորմալացված համեմատական առավելությունների ինդեքսի՝ Հայաստանը շարունակում է համեմատական առավելություններ ունենալ թանկարժեք մետաղների, հանքաքարի, ծխախոտի, ոգելից խմիչքների, տրիկոտաժե հագուստի, կենդանի կենդանիների, բանջարեղենի և դրա վերամշակումից ստացված մթերքի, արճճի և դրանից պատրաստված իրերի արտահանման ուղղությամբ:

Բացի համեմատական առավելությունների գնահատումից՝ իրականացվել է նաև արտահանման առկա կառուցվածքից բխող արտահանման ներուժի և տարբեր շուկաներում բազմազանեցման հնարավորությունների վերլուծություն: Վերջինս կատարվել է ՄԱԿ-ի արտահանման ներուժի քարտեզի հիման վրա, որի վերաբերյալ տեղեկատվությունը ներկայացված է գրականության ակնարկի բաժնում:

Այսպես՝ համաձայն այդ քարտեզի, Եվրոպայում բազմազանեցման մեծ ներուժ ունեցող 10 առաջատար ապրանքախմբերն են՝ «կեղևազերծված ընկույզ», «թարմ ձմերուկ», «ծիթապտղի ձեթ», «կանացի լողազգեստներ սինթետիկ մանրաթելերից», «ավոկադո», «(բռնկման) լարերի հավաքածուներ տրանսպորտային միջոցների համար», «տրիկոտաժե/գործված կանացի բլուզներ և վերնաշապիկներ արհեստական մանրաթելերից», «սառեցված մրգեր և ընկույզներ, այլ տեղերում չնշված», «երկաթից/պողպատից ձողեր», «ոսպ չորացրած և մաքրված»:

Ասիական երկրներում բազմազանեցման տեսանկյունից առաջատար դիրքեր են զբաղեցնում «կեղևազերծված ընկույզ», «թարմ ձմերուկ», «ոսպ չորացրած և մաքրված», «երկաթից/պողպատից ձողեր», «արևածաղիկ/ մշակված արևածաղիկ ձեթ», «(բռնկման) լարերի հավաքածուներ տրանսպորտային միջոցների համար», «ծիթապտղի ձեթ», «հատակի գորգեր արհեստական գործվածքներից», «սիսեռ, չորացրած և մաքրված», «խուզված, մաքրված, չկարբոնացված բուրդ» ապրանքները:

Աֆրիկյան երկրներում առաջատար են «ամոնիումի նիտրատ», «ոսպ չորացրած և մաքրված», «կեղևազերծված ընկույզ», «երկաթից/պողպատից ձողեր», «էլեկտրական հաղորդալար 1000 Վ-ից ոչ ավելի լարման համար, միակցիչներով», «չմաքրված բուրդ», «հանքային/քիմիական պարարտանյութեր՝ ազոտով, ֆոսֆորով և կալիումով», «ծիթապտղի ձեթ», «կանացի կիսաշրջազգեստներ սինթետիկ մանրաթելերից, տրիկոտաժե/գործվածքային», «էլեկտրական հաղորդալար <=1000 Վ, առանց միակցիչների» ապրանքները:

Ամերիկայի երկրների շուկայում առավել մեծ ներուժ ունեցող ապրանքներն են՝ «ծիթապտղի ձեթ», «թարմ ձմերուկ», «կեղևազերծված ընկույզ», «հատակի գորգեր արհեստական գործվածքներից», «կանացի բլուզներ և վերնաշապիկներ արհեստական մանրաթելերից, տրիկոտաժե/գործվածքային», «ամոնիումի նիտրատ», «կանացի լողազգեստներ սինթետիկ մանրաթելե-

րից», «երկաթից/պողպատից ձողեր», «հագուստ մասնագիտական և սպորտային նպատակների համար, տրիկոտաժե/հյուսած, արհեստական մանրաթելերից», «ննջասենյակի փայտե կահույք»:

Միջազգային առևտրի կենտրոնի բազան հնարավորություն է տալիս գնահատելու Հայաստանի արտահանման ներուժը դեպի առանձին երկրներ: Հայաստանը արտահանման ընդլայնման համար մեծ ներուժ ունի դեպի Ռուսաստանի, ԱՄԷ-ի, Հոնկոնգի, Նիդեռլանդների, Գերմանիայի, Բելգիայի, Իրանի, Վրաստանի, Միացյալ Նահանգների և Չինաստանի շուկաներ: Դրանք Հայաստանի ավանդական առևտրային գործընկերներն են: Աղյուսակ 2-ում ներկայացված են արտահանման ռազմավարությամբ բացահայտված առաջատար երկրները, որտեղ առկա է առանձին ապրանքախմբերի արտահանման չիրացված ներուժ¹⁰:

Աղյուսակ 2

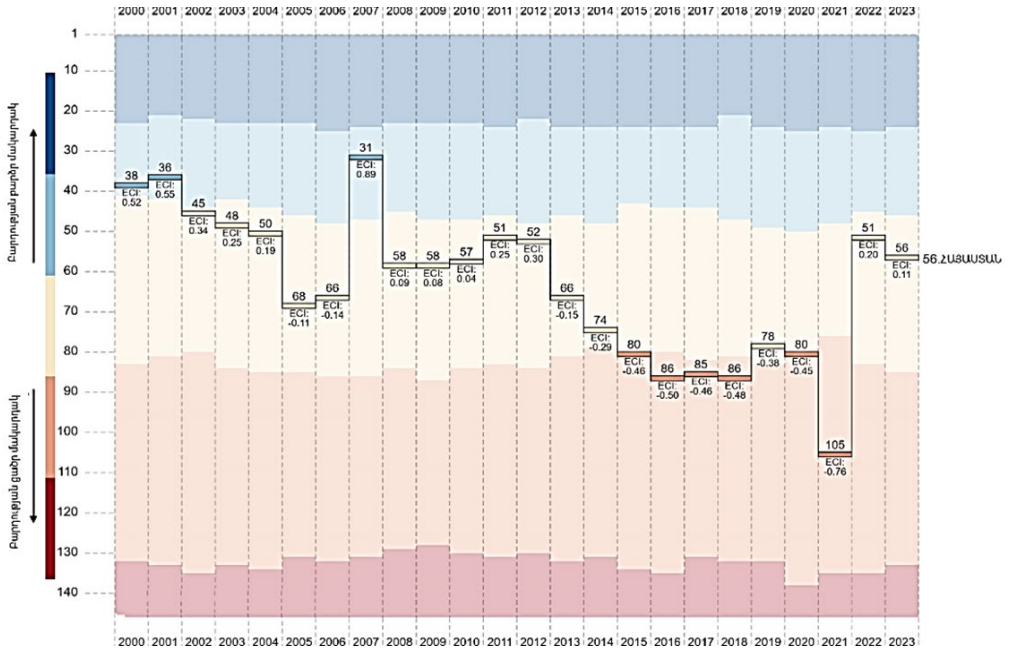
«Հարտահանման ընդլայնման առաջատար ուղղությունները»¹¹

	Ապրանքախումբ	Հիմնական ուղղություններ
1	Հանքանյութեր, մետաղներ և դրանցից պատրաստված արտադրանք	ԱՄԷ, Հոնկոնգ, Իտալիա, Հնդկաստան, Ռուսաստան
2	Ըմպելիքներ	Ռուսաստան, ԱՄԷ, ԱՄՆ, Հոնգկոնգ, Վրաստան
3	Հանքային ռեսուրսներ	Ռուսաստան, Ճապոնիա, Հվ Կորեա, Բելգիա, Նիդեռլանդներ
4	Հագուստ և տեքստիլ արտադրանք	Ռուսաստան, Նիդեռլանդներ, Գերմանիա, ԱՄԷ, Ղրղզստան
5	Այգեգործություն	Ռուսաստան, ԱՄԷ, Նիդեռլանդներ, Գերմանիա, Վրաստան
6	Մեքենաներ և էլեկտրոնային սարքավորումներ	Վրաստան, Իրան, Գերմանիա, ԱՄԷ, Նիդեռլանդներ
7	Քիմիական արտադրանք	Ռուսաստան, Իրան, ԱՄԷ, Վրաստան, Գերմանիա
8	Արդյունաբերական արտադրանք՝ այլ տեղերում չնշված	Իրան, Նիդեռլանդներ, Գերմանիա, ԱՄԷ, Ռուսաստան
9	Սննդամթերք և կենդանիների կեր	Ռուսաստան, ԱՄԷ, Իրան, Վրաստան, Նիդեռլանդներ
10	Կենդանիներ և կենդանական արտադրանք	Իրան, Վրաստան, ԱՄԷ, Ռուսաստան, Ուզբեկստան
11	Փայտ, թուղթ, ռետին, պլաստմասսա	Իրան, Ռուսաստան, ԱՄԷ, Գերմանիա, Վրաստան
12	Ռուսական արտադրանք՝ այլ տեղերում չնշված	Վրաստան, Ռուսաստան, Իրան, Ուզբեկստան, Ղազախստան
13	Կաշի, դրանցից պատրաստված արտադրանք և կոշիկ	Գերմանիա, ԱՄԷ, Նիդեռլանդներ, Ռուսաստան, Իտալիա

Արտահանման կառուցվածքի գնահատման տեսանկյունից կարևոր տեղեկատվություն է պարունակում նաև տնտեսական բարդության ինդեքսը (ՏԲԻ): Վերջինիս 2000–2023 թթ. շարժընթացը ներկայացված է գծապատկեր 1-ում:

¹⁰ Դիտարկվել են առաջատար երկրներն ըստ ներուժային և բազային արտահանման ճեղքվածքի, որը ցույց է տալիս, թե ինչ չափով է ներուժային արտահանումը տարբերվում իրական արտահանումից՝ դրանով ցույց տալով արտահանման աճի հնարավորությունը: Ապրանքախմբերը դասակարգվել են ըստ ընդլայնման հնարավորությունների չափի:

¹¹ ITC, <https://exportpotential.intracen.org/>

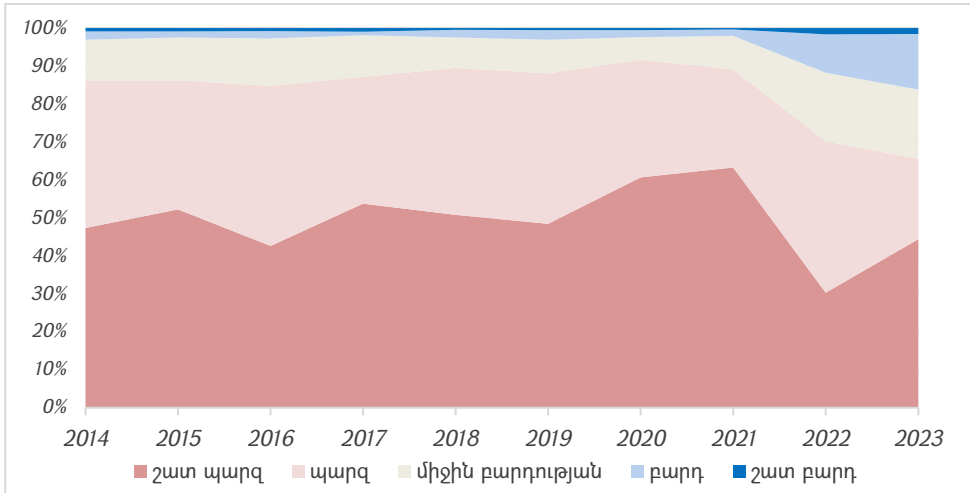


Գծապատկեր 1. Հայաստանի տնտեսական բարձրության ինդեքսի շարժընթացը 2000-2023 թթ.¹²

Ըստ գծապատկեր 1-ի՝ մինչև 2021 թ. Հայաստանի տնտեսության կառուցվածքը դրսևորել է կառուցվածքային բարձրության նվազման միտում՝ շարժվելով միջինից բարձր մակարդակից դեպի ավելի ցածր բարձրության մակարդակ: Եթե 2000 թ. Հայաստանը 0,52 տնտեսական բարձրության ինդեքսով զբաղեցնում էր 38-րդ տեղը, ապա 2021 թվականին արդեն -0,76 ինդեքսով՝ 105-րդ հորիզոնականը: 2022 թվականին, սակայն, արձանագրվել է կտրուկ շրջադարձ. տնտեսության բարձրության ինդեքսը բարձրացել է մինչև 0,20, ինչի արդյունքում Հայաստանը զբաղեցրել է 51-րդ տեղը: 2023 թ. նորից ինդեքսի որոշակի նվազման հետևանքով երկիրը զբաղեցրել է 56-րդ տեղը:

Որպեսզի հասկանանք վերջին տարիների միտումները, ուսումնասիրենք արտահանման կառուցվածքն ըստ բարձրության: Պայմանականորեն արտահանումը տարանջատենք «շատ բարդ» (այն ապրանքների ծավալը, որոնց ապրանքային բարձրության ինդեքսը (PCI) մեծ կամ հավասար է 1,5-ի), «բարդ» ($1 \leq PCI < 1,5$), «միջին բարձրության» ($0 \leq PCI < 1$), «պարզ» ($0 < PCI \leq -1$) և «շատ պարզ» ($PCI > -1$) խմբերի¹³:

¹² Harvard Growth lab <https://atlas.hks.harvard.edu/rankings>
¹³ Հիմք է ընդունվել BEROC տնտեսական հետազոտությունների կենտրոնի մեթոդաբանությունը, <https://beleconomy.org/upload/medialibrary/f6f/f6fd81d8b1d612410bc245272c740ac5.pdf>



Գծապատկեր 2. ՀՀ արտահանման կառուցվածքն ըստ ապրանքների բարդության, 2016–2023 թթ.¹⁴

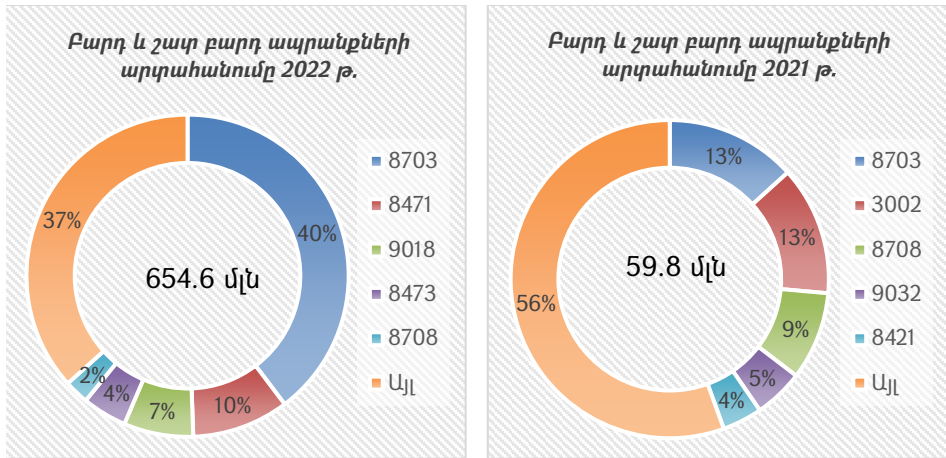
Գծապատկեր 2-ից պարզ է դառնում, որ Հայաստանի արտահանման կառուցվածքում ամենամեծ մասնաբաժինն ունեն շատ պարզ և պարզ ապրանքախմբերը: Չնայած վերջին տարիներին ևս այս խմբերը շարունակում են գերակշռել, դրանց տեսակարար կշիռը զգալիորեն նվազել է. 2021 թվականին կազմել է շուրջ 89%, 2022 թվականին՝ 70,2%, իսկ 2023 թվականին՝ 65,5%: Միևնույն ժամանակ, բացարձակ արտահայտությամբ արտահանման ծավալը աճել է՝ 2,6 միլիարդից հասնելով շուրջ 4 միլիարդ ԱՄՆ դոլարի, ինչի հիմնական պատճառը ոսկու, ադամանդի և մի շարք այլ հումքային ապրանքների աննախադեպ աճն է եղել: Պարզ և շատ պարզ ապրանքների խմբում առանձնահատուկ տեղ է զբաղեցնում պղնձի հանքաքարը, որի արտահանման ծավալը 2021 թվականի 602 միլիոն ԱՄՆ դոլարից 2022 թվականին նվազել է՝ հասնելով 369 միլիոն ԱՄՆ դոլարի՝ նվազեցնելով դրա տեսակարար կշիռը համախառն արտահանման մեջ 20,6%-ից մինչև 6,6%:

Միաժամանակ, նկատվել է միջին բարդության ապրանքների արտահանման զգալի աճ. դրանց տեսակարար կշիռը 2021 թվականի 8,9%-ից բարձրացել է՝ հասնելով 18,0%-ի: Այս աճին մեծապես նպաստել է վերաարտահանումը: Օրինակ՝ 2022 թվականին միջին բարդության ապրանքների արտահանման 27%-ը բաժին է ընկել «ռադիո, հեռուստատեսության հաղորդման սարքավորումներ, ֆաքսեր, տեսախցիկներ» ապրանքախմբին, որի արտահանման ծավալը կազմել է 267 միլիոն ԱՄՆ դոլար՝ նախորդ տարվա ընդամենը 1,2 միլիոնի փոխարեն:

Բարդ և շատ բարդ ապրանքներն արտահանումը նույնպես արձանագրել է նշանակալի աճ՝ 2021 թվականի 59,8 միլիոն ԱՄՆ դոլարից հասնելով 654,6 միլիոն ԱՄՆ դոլարի: Արդյունքում՝ դրանց տեսակարար կշիռը համախառն արտահանման մեջ աճել է՝ 2,1%-ից հասնելով 11,8%-ի:

Գծապատկեր 3-ում ներկայացված է բարդ ապրանքների արտահանման կառուցվածքը 2021 և 2022 թթ.:

¹⁴ Աղբյուրը. հեղինակների հաշվարկները՝ Atlas of Economic Complexity տվյալների հիման վրա:



Գծապատկեր 3. Բարդ և չարդ բարդ ապրանքների արտահանման կառուցվածքը 2021 և 2022 թթ.¹⁵

8703 - Ավտոմեքենա մարդափար
 8471 - Ավտոմար հաշվիչ մեքենաներ, բլոկներ
 9018 - Բժշկական, վիրաբուժական, ախտաբուժական սարքեր
 8473 - Սարքերի բաղադրիչ մասեր
 8708 - Ավտոմեքենայի մասեր

3002 - Արյուն (մարդու և կենդանու), արյան շիճուկ, պարվասպանյութ
 9032 - Ավտոմար ղեկավարման, կարգավորման սարք
 8421 - Գազի և հեղուկի զրիչ, մաքրիչ

2022 թվականին բարդ ապրանքների արտահանման շուրջ 40%-ը կազմել են ավտոմեքենաները՝ 258,8 միլիոն ԱՄՆ դոլար ծավալով՝ նախորդ տարվա 8 միլիոնի փոխարեն: Մյուս խոշոր ապրանքախումբը եղել է «Ավտոմատ հաշվիչ մեքենաները և դրանց բաղադրիչները», որոնց արտահանումը կազմել է 63,7 միլիոն ԱՄՆ դոլար՝ 2021 թվականի 1,9 միլիոնի փոխարեն: Այս տվյալները վկայում են, որ բարդ ապրանքների արտահանման կտրուկ աճը պայմանավորված է ոչ թե տեղական արտադրական կարողությունների ընդլայնմամբ, այլ վերաարտահանման գործառնությունների ակտիվացմամբ:

Արդյունքում կարելի է եզրակացնել, որ 2022 թվականից Հայաստանի արտահանման կառուցվածքում արձանագրված փոփոխությունները հիմնականում պայմանավորված են վերաարտահանման ծավալների աճով: Հետևաբար՝ տնտեսական բարդության ինդեքսի կտրուկ բարձրացումը մեծ չափով արտացոլում է ոչ թե արտադրական ներուժի զարգացման, այլ վերաարտահանվող բարդ ապրանքների ավելացման միտումները՝ հատկապես Ռուսաստանի ուղղությամբ:

Եզրակացություն: Այսպիսով՝ Հայաստանի արտահանման կառուցվածքի մանրամասն վերլուծության և NRCA ինդեքսի հաշվարկման արդյունքում կարելի է եզրակացնել, որ ՀՀ արտահանման աճն ու տեսականու ընդլայնումը չի ուղեկցվել արտահանման համեմատական առավելությունների աճով: Ընդհակառակը՝ նվազել է ինչպես ավանդական ապրանքախմբերի արտահանման համեմատական առավելությունը, այնպես էլ ապրանքախմբերի թիվը, որոնց գծով Հայաստանն ունի համեմատական առավելություն: Այժմ այդ համեմատական առավելությունները պահպանվում են թանկարժեք մետաղների, հան-

¹⁵ Աղբյուրը. հեղինակների հաշվարկները՝ Atlas of Economic Complexity տվյալների հիման վրա:

քաքարի, ծխախոտի, ոգելից խմիչքների, տրիկոտաժե հագուստի, կենդանի կենդանիների, բանջարեղենի և դրա վերամշակումից ստացված մթերքի, արճի և դրանից պատրաստված իրերի արտահանման ուղղությամբ: Ի լրումն՝ ԱՄԿ արտահանման բազմազանեցման ցուցանիշի վերլուծությունից կարելի է եզրակացնել, որ Հայաստանի արտահանման բազմազանեցման ուղղությունները ձևավորվում են ռեսուրսային և ցածր տեխնոլոգիատար ապրանքների հիման վրա, մասնավորապես՝ գյուղատնտեսական արտադրանքի, տեքստիլի, քիմիական և մետաղական արտադրանքի ոլորտներում: Միաժամանակ, որպես հնարավոր նոր ուղղություն նշվում է առանձին գյուղատնտեսական ապրանքների, օրինակ՝ ձիթապտղի և ավոկադոյի արտադրությունը: Սակայն դրանց ներուժը պետք է գնահատել ոչ միայն մոդելային հաշվարկների, այլև բնակլիմայական պայմանների տեսանկյունից: Հաշվի առնելով, որ դրանց աճեցման համար անհրաժեշտ են տաք կլիմայական պայմաններ, հարկ է իրականացնել լրացուցիչ ուսումնասիրություններ՝ արտադրության և արտահանման իրատեսականությունը գնահատելու համար:

Արտահանման ներուժի ցուցանիշի վերլուծության համաձայն՝ Հայաստանն ունի արտահանման ընդլայնման ներուժ հանքանյութերի, մետաղների, ըմպելիքների, հագուստի և տեքստիլի ոլորտներում: Այդ հնարավորությունները հիմնականում առկա են երկրի արտահանման ավանդական շուկաներում: Հարևան Վրաստանի շուկան առանձնանում է ագրոարդյունաբերության և քիմիական արդյունաբերության արտադրանքի արտահանման ներուժով, մինչդեռ Իրանի շուկան հնարավորություն է ընձեռում նաև սարքավորումների և այլ արդյունաբերական արտադրանքի արտահանման համար: ԵԱՏՄ անդամ երկրների շրջանակում առավել մեծ ներուժ կա Ռուսաստանի հետ գրեթե բոլոր ապրանքախմբերում, իսկ մյուս անդամ երկրներում՝ տեքստիլ և բուսական արտադրանքի արտահանման ոլորտում:

Վերլուծությունից հետևում է, որ Հայաստանի արտահանման ներուժը դեռևս կենտրոնացած է ցածր տեխնոլոգիական ապրանքների շուրջ: Ուստի նպատակահարմար է ռեսուրսային ապրանքների արտահանումից աստիճանաբար անցում կատարել ցածր տեխնոլոգիական ապրանքների՝ տեքստիլի, քիմիական ապրանքների, մետաղական արտադրանքի արտադրության ու արտահանման ընդլայնման: Դա էլ, իր հերթին, կարող է հիմք ստեղծել հետագա փոփոխում բարձրտեխնոլոգիական արտադրության ձևավորման և արտահանման համար:

Արտահանման կառուցվածքի՝ ըստ բարդության ուսումնասիրությունից էլ կարելի է եզրակացնել, որ ՀՀ արտահանման կառուցվածքում գերակշռում է շատ պարզ և պարզ ապրանքների արտահանումը, իսկ վերջին տարիներին միջին բարդության, բարդ և շատ բարդ ապրանքների արտահանման աճը մեծապես պայմանավորված է վերաարտահանման գործարքներով: Որպեսզի արտաքին գործոններով պայմանավորված բարդության ավելի բարձր աստիճան ունեցող ապրանքների արտահանումը չդադարի այդ գործոնների բացակայությունից հետո, անհրաժեշտ են տնտեսության կառուցվածքային բարեփոխումներ՝ ցածր ավելացված արժեք ստեղծող ոլորտներից անցում կատարելով դեպի ավելի բարձր ավելացված արժեք ստեղծող ոլորտներ: Դրա համար նախ պետք է սկսել այն ապրանքների արտադրությունից, որոնք թեև ավելի բարդ են, սակայն տեխնոլոգիական բարդության իրենց սահմանով շատ հեռու չեն այն ապրանքներից, որոնք արդեն իսկ արտադրվում են:

Օգտագործված գրականություն

1. Թադևոսյան Ռ. (2022) Տնտեսական բարդության ցուցիչ. Հայաստանը 76-րդն է. «Ամբերդ», 3 (16), 87-93. DOI: 10.52174/2579-2989_2022.3-87
2. ՀՀ Կառավարության 2025 թվականի հուլիսի 31-ի N 1068-Լ որոշում, հավելված 1, <https://www.arlis.am/hy/acts/210314>
3. B. Balassa (1965), Trade liberalization and revealed comparative advantage., *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 33(1), pp.105-106.
4. BEROC, <https://beleconomy.org/upload/medialibrary/f6f/f6fd81d8b1d612410bc245272c740ac5.pdf>
5. International Trade Center, <https://exportpotential.intracen.org/>
6. Laursen Keld (2015) Revealed Comparative Advantage and the Alternatives as Measures of International Specialisation, *Eurasian Business Review*, 10.1007/s40821-015-0017-1, 2015/02/05, pp. 99-115, https://www.researchgate.net/publication/289126100_Revealed_Comparative_Advantage_and_the_Alternatives_as_Measures_of_International_Specialisation#pf6
7. Vollrath T. (1991), A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed comparative advantage. *WeltwirtschaftlichesArchiv*, 127 (2) pp. 265-280.
8. The Atlas of Economic Complexity: Mapping Paths to Prosperity, Ricardo Hausman et. all, 2013, https://growthlab.hks.harvard.edu/files/growthlab/files/atlas_2013_part1.pdf
9. UN Comtrade <https://comtradeplus.un.org/>
10. Yu R., Cai J. & Leung P. (2009). The normalized revealed comparative advantage index. *Ann Reg Sci* 43, 267–282, <https://doi.org/10.1007/s00168-008-0213-3>

ГРИГОР НАЗАРЯН

Декан экономического факультета АГЭУ,
кандидат экономических наук, профессор

РУЗАННА ТАДЕВОСЯН

Исследовательский центр «Амберд» АГЭУ, эксперт-исследователь,
кандидат экономических наук

ШУШАН МОВСИСЯН

Исследовательский центр «Амберд» АГЭУ,
эксперт-исследователь

Оценка структурных возможностей экспорта Армении. – В статье рассматривается структура экспорта Армении для оценки ее возможностей. Последнее было достигнуто путем расчета сравнительных преимуществ экспорта, оценки сложности этого экспорта и, в конечном счете, выявления экспортных возможностей. Для определения сравнительных преимуществ в экспорте использовался нормализованный индекс сравнительных преимуществ Белы Балассы.

Оценка сложности экспорта основывалась на исследовании динамики индекса экономической сложности, проведенном Гарвардской лабораторией роста, а для определения экспортных возможностей использовались расчеты Международного торгового центра. В результате было выявлено, что Армения имеет сравнительные преимущества в экспорте драгоценных металлов, руд, табака, алкогольных напитков, трикотажной одежды, живых животных, овощей и продуктов их переработки, агара и изделий из него.

Однако в последнее время эти сравнительные преимущества сократились как по объёму, так и по количеству товарных групп. Анализ показывает, что экспортный потенциал Армении по-прежнему сосредоточен на низкотехнологичной продукции. А исследование по сложности показывает, что экспорт Армении в основном состоит из простых и очень простых продуктов. Поэтому целесообразно постепенно переходить от экспорта сырьевых товаров к расширению производства и экспорта низкотехнологичных товаров: текстиля, химической продукции, металлоизделий. Это, в свою очередь, может создать основу для формирования и экспорта высокотехнологичной продукции на поздних стадиях.

Ключевые слова: экспорт, сравнительное преимущество, диверсификация, потенциал, индекс экономической сложности.

JEL: F14, R11

DOI: 10.52174/29538114_2025.2-127

GRIGOR NAZARYAN

*PhD in Economics, Professor,
Dean of the Faculty of Economics, ASUE*

RUZANNA TADEVOSYAN

*PhD in Economics, ASUE “Amberd” Research Center,
Expert-Scientific Researcher*

SHUSHAN MOYSISYAN

ASUE “Amberd” Research Center, Expert-Scientific Researcher

Assessment of the Structural Capabilities of Armenia's Exports.– The paper examines Armenia's export structure in order to assess its capabilities. This is achieved by calculating the comparative advantages of exports, assessing the complexity of these exports, and identifying export opportunities. The Bela Balassa normalized comparative advantage index has been used to determine comparative advantages in exports. The assessment of export complexity has been based on the Harvard Growth Lab's study of the dynamics of the Economic Complexity Index, and calculations by the International Trade Center were used to

identify export opportunities. As a result, it was found that Armenia has comparative advantages in the export of precious metals, ores, tobacco, alcoholic beverages, knitted clothing, live animals, vegetables, and products obtained from their processing, agar, and agar-based products. However, these comparative advantages have recently decreased both in size and in the number of product groups. The analysis reveals that Armenia's export potential is still focused on low-tech products. The complexity analysis further shows that Armenia's exports mostly consist of simple and very simple products. Therefore, it is advisable to gradually transition from the export of resource-based goods to expanding the production and export of low-tech goods: textiles, chemical products, and metal products. This, in turn, can create a basis for the formation and export of high-tech production in later stages of development.

Keywords: *export, comparative advantage, diversification, potential, economic complexity index*

JEL: F14, R11

DOI: 10.52174/29538114_2025.2-127