

ՀՀ ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ ՀԱՍԵՄԱՏԱԿԱՆ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԻՐԱՑՄԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՏՄ ՇՐՋԱՆԱԿՆԵՐՈՒՄ

Յուրաքանչյուր երկրի կայունության վերաբերյալ պատկերացում կարելի է ստանալ՝ դիտարկելով տնտեսական ցնցումներին դրա դիմակայելու ունակությունը:

Դիտարկելով ՀՀ տնտեսական աճի տեմպերը և համադրելով դրանք աշխարհի միջինի հետ՝ մենք նկատում ենք, որ մինչև ֆինանսատնտեսական ճգնաժամը Հայաստանի տնտեսությունն աճել է առաջանցիկ տեմպերով¹:

Վերջին տարիների ֆինանսատնտեսական ճգնաժամի ազդեցության արդյունքում 2009թ. ՀՀ տնտեսությունում գրանցվեց 14.1%² տնտեսական անկում, ինչը հիմք ընդունելով՝ կարելի է փաստել, որ ՀՀ տնտեսական աճի հեռախառնները ճիշտ չէին ընտրված³: Ուստի՝ իրավիճակը շտկելու և հետագայում կայուն աճ ապահովելու նպատակով տնտեսական աճի ապահովման նոր մոդելի անհրաժեշտություն էր առաջանում, որի հիմքը պետք է լիներ արտադրական ոլորտի զարգացումը:

Սակայն անպատասխան էր մնում մեկ հարց. ի՞նչ արտադրել: Հայտնի է, որ Հայաստանի ներքին շուկան շատ սահմանափակ է, հետևաբար ՀՀ տնտեսությունը չէր կարող երկարատև զարգացում ունենալ՝ բավարարելով մեծամասամբ ներքին պահանջարկը: Փոխարենը՝ արտաքին պահանջարկը Հայաստանի համար գրեթե անսահմանափակ էր և կարող է տնտեսության հետագա զարգացման շարժիչ ուժ դառնալ: Ուստի, հենց պատրաստի արտադրանքի արտահանումը կարող էր ՀՀ հետագա զարգացման գրավակներ դառնալ: Հենց այս հանգամանքն էլ հիմք հանդիսացավ 2011թ. «Հայաստանի Հանրապետության արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության» ռազմավարության մշակման համար⁴:

Սակայն, 2014թ. սկսած ՀՀ-ն որդեգրեց արտաքին տնտեսական քաղաքականության նոր ուղղություն՝ արդյունքում 2015թ. հունվարից անդամակցելով ԵՏՄ-ին:

Այսպիսով, անհրաժեշտություն է առաջանում պարզելու, թե նախկինում մշակված արտահանման տնտեսական քաղաքականությունը որքանով է համապատասխանում ԵՏՄ անդամակցության շրջանակներում իրականացվող քայլերին, ինչպիսի փոփոխությունների անհրաժեշտություն կառաջանա և ինչ հնարավոր զարգացումներ են սպասվում ՀՀ արտահանման ոլորտում՝ ԵՏՄ անդամակցության պարագայում: Կարճաժամկետ ժամանակահատվածում դեռևս հնարավոր չի լինի իրականացնել արտահանման կառուցվածքային հիմնարար վերափոխումներ, քանի որ այն պահանջում է նոր տեխնոլոգիաների ձեռքբերում, նոր արտադրությունների հիմնում, ինչպես նաև հարակից արտադրությունների և սպասարկող ենթակառուցվածքների վիճակի բարելավում: Այդ պատճառով, կարծում ենք, կարճաժամկետ հատվածի համար առավել նպատակահարմար կլինի ԵՏՄ անդամակցության շրջանակում զարգացնել արտահանման այն ոլորտները, որոնք արդեն իսկ ունեն համեմատական առավելություններ և նշանակալի փոփոխությունների անհրաժեշտություն չեն զգում:

Այս նպատակով մենք վերլուծել ենք ՀՀ արտահանման մեջ բացահայտված համեմատական առավելություն (այսուհետ՝ ԲՀԱ) ունեցող ոլորտները՝ օգտագործելով Բելլա Բալասայի կողմից մշակված մեթոդաբանությունը և հաշվարկելով ԲՀԱ ինդեքսը⁵ Հայաստանի համար: Հաշվարկների

¹ Աղբյուրը՝ ԶԳ ԿԿԾ, ԱՄԶ և ԶԲ տվյալների հիման վրա կատարված հաշվարկներ:

² <http://armstat.am/am/?nid=126&id=01001>

³ Որպես ասվածի ապացույց՝ հետադարձ հայացք ձգելով ԶԳ ԿԿԾ կողմից հրատարակված ըստ ոլորտների՝ ԶԳ տնտեսական աճի բաշխվածությունը ցուցանիշների վրա՝ նշենք, որ մինչև 2008թ. էապես աճել է շինարարության տեսակարար կշիռը՝ ի հաշիվ գյուղատնտեսության և արդյունաբերության տեսակարար կշիռների նվազման, որն ամենևին էլ զովելի երևույթ չէ: Մեծամասամբ նաև այս հանգամանքով պայմանավորված՝ 2009թ. ԶԳ տնտեսությունում գրանցվեց 14.1% անկում:

⁴ Հավելված ԶԳ կառավարության 2011թ. դեկտեմբերի 15-ի նիստի N 49 արձանագրային որոշման, Հայաստանի Հանրապետության արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարություն:

⁵ Համաձայն Բելլա Բալասայի մեթոդաբանության՝ $F_{iX} = (x_i / X) / (x_i^* / X^*)$, որտեղ՝ x_i -ն տվյալ երկրում i -րդ ապրանքի արտահանումն է, X -ը՝ տվյալ երկրի ընդհանուր արտահանումը, x_i^* -ն՝ i -րդ ապրանքի համաշխարհային արտահանումը, իսկ X^* -ն ընդհանուր համաշխարհային արտահանումը: Ընդ որում՝ երկիրն ունի i -րդ ապրանքի արտահանման գծով բացահայտ համեմատական

համար հիմք է ընդունվել ապրանքախմբերի տարանջատումը՝ ըստ հարմոնիզացված համակարգի: Այս մեթոդով նախ և առաջ հաշվարկել ենք ՀՀ արտահանման մեջ համեմատական առավելություն ունեցող ոլորտները և համեմատել ենք դրանք դեպի ԵՏՄ շուկա արտահանվող ապրանքախմբերի հետ՝ որպեսզի պարզենք, թե արտահանման ոլորտում համեմատական առավելություն ունեցող ապրանքախմբերից քանիսը կարող են սպառման շուկա ունենալ ԵՏՄ տարածքում:

Համաձայն իրականացված հաշվարկների¹, **97 անուն ապրանքախմբերից 5-ը** («Կենդանի կենդանիներ», «Ձուկ և խեցգետնավորներ, մանրուքներ և այլ ծովային անողնաշարավորներ», «Ուտելի մրգեր և ընկույզներ, ցիտրուսային կամ բոստանային մշակաբույսերի կեղևներ և կլեպներ», «Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ, բացի մեքենայական կամ ձեռքի գործվածքով», «Թռչող ապարատներ, տիեզերական ապարատներ և դրանց մասեր») դիտարկվող ժամանակահատվածում **մեծ մասամբ ունեցել են բացահայտված համեմատական առավելություն**, իսկ 14 անուն ապրանքախմբեր («Սուրճ, թեյ, մատե, այլ համեմունքներ», «Բանջարեղենի, պտուղների, ընկույզների և բույսերի մասերի վերամշակումից մթերք», «Ոգելից և ոչ ոգելից ըմպելիքներ և քացախ», «Ծխախոտ և ծխախոտի արդյունաբերական փոխարինողներ», «Աղ, ծծումբ, հող և քար, սվաղման նյութեր, կրաքար և ցեմենտ», «Հանքաքար, խարամ և մոխիր», «Իրեր քարից, գիպսից, ցեմենտից և նմանատիպ նյութերից», «Ապակի և դրանից իրեր», «Բնական կամ արհեստական մարգարիտ, թանկարժեք կամ կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ», «Սև մետաղներ», «Պղինձ և իրեր դրանից», «Ալյումին և իրեր դրանից», «Այլ ոչ թանկարժեք մետաղներ, մետաղակերամիկա, ապրանքներ դրանցից», «Ժամացույցներ և դրանց մասեր») դիտարկվող **ողջ ժամանակահատվածի համար պահպանել են իրենց բացահայտված համեմատական առավելությունը**:

Ստացվում է, որ դիտարկվող ժամանակահատվածում, ընդհանուր առմամբ 19 անուն ապրանքախմբեր ՀՀ արտահանման ոլորտում ունեցել են բացահայտ համեմատական առավելություն: Ուստի, կարճաժամկետ հեռանկարում դեպի ԵՏՄ շուկա ուղղվող արտահանման զարգացման համար շեշտը պետք է դնել հենց այս ապրանքախմբերի վրա: Սակայն հարց է առաջանում՝ արդյոք ԵՏՄ շուկայում պահանջարկված են նշված 19 անուն-ապրանքախմբերը և եթե այո, ապա պետք է պարզել, թե դրանց պահանջարկը ԵՏՄ շուկայում բավարարվում է Հայաստանի²ց, թե՞ այլ երկրներից ներմուծման հաշվին:

Համաձայն վիճակագրական տվյալների², ԵՏՄ շուկայում պահանջարկված են բոլոր 19 ապրանքատեսակները, որոնց արտահանման գծով Հայաստանն ունի համեմատական առավելություն: Սակայն դիտարկվող ժամանակահատվածի համար ԵՏՄ շուկայում այդ ապրանքների պահանջարկը բավարարվել է հիմնականում այլ երկրներից ներմուծման հաշվին: Միայն 2 ապրանքախմբի («Ոգելից և ոչ ոգելից ըմպելիքներ և քացախ», «Բնական կամ արհեստական մարգարիտ, թանկարժեք կամ կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ») պարագայում է, որ դեպի ԵՏՄ երկրներ իրականացվող ներմուծման մեջ է Հայաստանից իրականացվող ներմուծումը կազմում 1%-ից ավելին: Առավել մտահոգիչ են այն ապրանքախմբերը, որոնց պարագայում ՀՀ-ից իրականացվող ներմուծմանը բաժին է ընկնում ԵՏՄ շուկայում տվյալ ապրանքի ներմուծման նվազ, քան 0.05%-ը: Այդ ապրանքախմբերն են՝ «Կենդանի կենդանիներ», «Ուտելի մրգեր և ընկույզներ, ցիտրուսային կամ բոստանային մշակաբույսերի կեղևներ և կլեպներ», «Հանքաքար, խարամ և մոխիր», «Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ, բացի մեքենայական կամ ձեռքի գործվածքով», «Ապակի և դրանից իրեր», «Սև մետաղներ», «Պղինձ և իրեր դրանից», «Ալյումին և իրեր դրանից», «Այլ ոչ թանկարժեք մետաղներ, մետաղակերամիկա, ապրանքներ դրանցից», «Թռչող ապարատներ, տիեզերական ապարատներ և դրանց մասեր», «Ժամացույցներ և դրանց մասեր»: Եթե հաշվի առնենք, որ դրանցից 5-ը հիմնականում հանքահումքային ապրանքներ են, որոնց արտահանումը խրախուսելը մեր կարծիքով ամենևին էլ զովելի երևույթ չի լինի³, ապա մնում են 6 ապրանքախմբեր, որոնց արտահանման գծով ՀՀ-ն ունի ԲՀԱ, սակայն չնայած դրան՝ ԵՏՄ շուկայի

առավելություն, եթե ԲՀԱ>1: (Աղբյուրը՝ Balassa, B. (1965), Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage, The Manchester School, V 33, May 1965, pp. 99-123):

¹ Տվյալների աղբյուր է հանդիսացել Համաշխարհային բանկի տվյալների բազան՝ <https://wits.worldbank.org>

² Տվյալների աղբյուր է հանդիսանում ԶԲ տվյալների բազան՝ <https://wits.worldbank.org>

³ Նույնիսկ չափազանց մեծ ռեսուրսային հնարավորություններ ունեցող երկրներն իրենց թույլ չեն տալիս հունքի ուղղակի արտահանում այն պարագայում, երբ երկրում առկա է դրանց նկատմամբ պահանջարկ և իրացման լայն հնարավորություններ: Առավել ևս Հայաստանի պարագայում, հունքային ապրանքների արտահանումը չի կարող նպաստել Հայաստանի տնտեսության զարգացմանը:

ներմուծման մինչև 0.05%-ն է բավարարվում ՀՀ-ից ներմուծման հաշվին:

Այսպիսով, դիտարկվող ժամանակահատվածում ՀՀ արտահանման մեջ ԲՀԱ ունեցող 14 ապրանքախմբերից (ՀՀ արտահանման մեջ ԲՀԱ ունեն 19 ապրանքախմբեր, սակայն դրանցից 5-ը հանքահումքային ապրանքներ են, ուստի դրանց արտահանման խրախուսմանը չենք անդրադառնա հետագայում) **միայն 2-ն են ԵՏՄ ներմուծման մեջ կազմում 1%-ից ավելին, 6-ը՝ 0.05-1%, 6-ը՝ նվազ քան 0.05%:** Հնարավոր է, որ ԵՏՄ անդամակցության արդյունքում ներմուծման մաքսերի վերացման պարագայում այս ցուցանիշները որոշակի փոփոխություն կրեն, սակայն **դիտարկվող ժամանակահատվածի համար փաստ է, որ ՀՀ արտահանման մեջ ԲՀԱ ունեցող ապրանքները ԵՏՄ շուկայում մեծ ծավալով սպառում չեն ունենում:**

Այս հանգամանքը հաշվի առնելով՝ փորձենք պարզել դեպի ԵՏՄ շուկա ՀՀ-ի արտահանման մեջ ԲՀԱ ունեցող ապրանքախմբերը: Համաձայն իրականացված հաշվարկների՝ ՀՀ-ից դեպի ՌԳ արտահանվող ապրանքախմբերի մեջ ԲՀԱ ունեն 9 ապրանքախմբեր և ևս 3-ը վերջին տարիներին են ձեռք բերել ԲՀԱ: Այսպիսով, ՌԳ շուկան կարող է ՀՀ-ից արտահանվող ավելի քան 12 ապրանքախմբի համար հանդիսանալ սպառման լայն շուկա: Դեպի Բելառուս արտահանվող ապրանքներից ՀՀ արտահանման մեջ ԲՀԱ ունեն 2 ապրանքախումբ և ևս 4-ը այն ձեռք են բերել վերջին տարիներին: Ինչ վերաբերում է Ղազախստանի շուկա արտահանվող ապրանքներին՝ ապա դրանցից 3-ը դիտարկվող ժամանակաշրջանում մշտապես ունեցել են ԲՀԱ, իսկ ևս 3-ը՝ ԲՀԱ ունեցել են դիտարկվող ժամանակահատվածի մեծ մասում: Իսկ ՀՀ-ից դեպի Ղրղըզստան արտահանվող ապրանքների շրջանակում դիտարկվող ժամանակահատվածում ԲՀԱ ունեցել է 1 ապրանքախումբ և ևս 2-ն այն ձեռք են բերել վերջին տարիներին:

Այսպիսով, ամփոփելով վերլուծությունը՝ կարող ենք նշել ՀՀ արտահանման որոշ ոլորտների թիրախային շուկաները ԵՏՄ շրջանակներում. որպես այդպիսին «Ռգելից և ոչ ոգելից ըմպելիքներ և քացախ» ապրանքախմբի համար թիրախային շուկա կարող են հանդիսանալ ԵՏՄ բոլոր անդամ երկրների շուկաները, «Ռուտելի մրգեր և ընկույզներ, ցիտրուսային կամ բոստանային մշակաբույսերի կեղևներ և կլեպներ», «Բանջարեղենի, պտուղների, ընկույզների և բույսերի մասերի վերամշակումից մթերք», «Աղ, ծծումբ, հող և քար, սվաղման նյութեր, կրաքար և ցեմենտ» ապրանքախմբերի համար՝ Ռուսաստանի և Բելառուսի շուկան, «Բնական կամ արհեստական մարգարիտ, թանկարժեք կամ կիսաթանկարժեք քարեր, թանկարժեք մետաղներ» ապրանքախմբի համար՝ Ռուսաստանը, Բելառուսն ու Ղազախստանը, «Իրեր քարից, գիպսից, ցեմենտից և նմանատիպ նյութերից» ապրանքախմբի համար՝ Ռուսաստանի և Ղազախստանի շուկան, «Դեղագործական մթերք» ապրանքախմբի համար՝ Ղազախստանի և Ղրղըզստանի շուկան: Բացի այդ Ռուսաստանը կարող է թիրախային շուկա հանդիսանալ «Չուկ և խեցեգետնավորներ, մանրուքներ և այլ ծովային անողնաշարավորներ», «Այլ կենդանական ծագման ապրանքներ», «Սուրճ, թեյ, մատե, այլ համեմունքներ», «Ծխախոտ և ծխախոտի արդյունաբերական փոխարինողներ», «Խցան և դրանից իրեր» ապրանքախմբերի համար, Բելառուսի շուկան՝ «Անօրգանական քիմիական միացություններ, ռադիոակտիվ էլեմենտներ և իզոտոպներ» ապրանքախմբերի, Ղազախստանը՝ «Այլ տարբեր սննդամթերք», «Գործիքներ, դանակներ, գրպաններ, պատառաքաղներ ոչ թանկարժեք մետաղներից», իսկ Ղրղըզստանը՝ «Եթերային յուղեր, հարդարանքի և լոգարանային միջոցներ» ապրանքախմբերի համար: Թե ինչպիսի գարգացումներ կունենանք առավել երկարաժամկետ հատվածում, հնարավոր կլինի պարզել հետագա վերլուծությունների արդյունքում՝ մաքսադրույքների փոփոխության, ինչպես նաև պոտենցիալ ներդրումների ներգրավման հնարավոր ազդեցությունը ՀՀ արտահանման վրա բացահայտելու պարագայում:

ՀՀ ԱՐՏԱՀԱՆՄԱՆ ՀԱՄԵՍԱՏԱԿԱՆ ԱՌԱՎԵԼՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԻՐԱՅՄԱՆ
ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ ԵՏՄ ՇՐՋԱՆԱԿՆԵՐՈՒՄ

ԼԻԼԻԹ ՍԱՐԳՍՅԱՆ, *տ.գ.բ.*

ՀՀ ԳԱԱ Մ.Զոհրանյանի անվան տնտեսագիտության ինստիտուտի գիտաշխատող

Համառոտագիր

Հոդվածում ուսումնասիրվում է ԵՏՄ շրջանակներում ՀՀ արտահանման համեմատական առավելությունների իրացման հնարավորությունները: Հիմնվելով Բելա Բալասայի կողմից առաջադրված բացահայտված համեմատական առավելությունների ինդեքսի վրա՝ ներկայացվում են այն ապրանքախմբերը, որոնց համար սպառման թիրախային շուկա կարող են հանդիսանալ ԵՏՄ անդամ-երկրների շուկաները: Հոդվածի համար տեղեկատվական հիմք են հանդիսացել ՀՀ ԱՎԾ և Համաշխարհային բանկի վիճակագրական տվյալները:

Բանալի բառեր. ԵՏՄ, բացահայտված համեմատական առավելություն, ԲՀԱ ինդեքս, արտահանում, ներմուծում, թիրախային շուկա:

ВОЗМОЖНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ЭКСПОРТА РА В РАМКАХ ЕАЭС

ЛИЛИТ САРГСЯН, *к.э.н.*

научный сотрудник Института
экономики им. М. Котаняна НАН РА

Аннотация

В статье рассматриваются возможности реализации сравнительных преимуществ экспорта РА в рамках ЕАЭС. На основе индекса §выявленных сравнительных преимуществ¹, предложенного Б.Балассом, представлены группы товаров, для которых целевыми рынками сбыта могут стать рынки стран-членов ЕАЭС.

Информационной базой для статьи послужили статистические данные НСС РА и Всемирного банка.

Ключевые слова: ЕАЭС, выявленные сравнительные преимущества, индекс ВСП, экспорт, импорт, целевые рынки.

**BENEFITING FROM THE REVEALED COMPARATIVE ADVANTAGES OF THE REPUBLIC OF ARMENIA UPON
ACCESSION TO THE EURASIAN ECONOMIC UNION**

LILIT SARGSYAN, *Ph.D. in Economics*

Research Associate, M. Kotanyan Institute of Economics
National Academy of Sciences, Republic of Armenia

Abstract

The article presents the benefits from the revealed comparative advantage (RCA) of exports of the Republic of Armenia upon accession to the Eurasian Economic Union (EAEU). Based on the revealed comparative advantage index constructed by Bela Balassa, the article proposes those groups of products that could be sold in the EAEU member-states as target markets for these goods. The author retrieved data from the online databases of the World Bank, the National Statistical Service of Armenia and other publications released by these organizations to make various calculations, and etc.

Keywords: The EAEU, revealed comparative advantage, the RCA index, exports, imports, target market.