ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ
ԳՈՐԾԱՏՈՒՆԵՐԻ
ՀԱՆՐԱՊԵՏԱԿԱՆ
ՄԻՈՒԹՅՈՒՆ

ՕՏԱՐԵՐԿՐՅԱ ՈՒՂՂԱԿԻ ՆԵՐԴՐՈՒՄՆԵՐԸ ԵՎ ԱՐՏԱՀԱՆՈՒՄԸ ՀՀ-ՈՒՄ

ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՓԱՍՏԱԹՈՒՂԹ

Փետրվար 2022

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ԳՈՐԾԱՏՈՒՆԵՐԻ
ՀԱՆՐԱՊԵՏԱԿԱՆ ՄԻՈՒԹՅՈՒՆ

ՕՏԱՐԵՐԿՐՅԱ ՈՒՂՂԱԿԻ ՆԵՐԴՐՈՒՄՆԵՐԸ ԵՎ ԱՐՏԱՀԱՆՈՒՄԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ

ՔԱՂԱՔԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՓԱՍՏԱԹՈՒՂԹ

Մշակվել է Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության աջակցությամբ:

Փետրվար 2022

Այս հրապարակումը կատարվել է Աշխատանքի միջազգային կազմակերպության աջակցությամբ: Սույն հրապարակման մեջ արտահայտված կարծիքների պատասխանատվությունը կրում է բացառապես հեղինակը: Աշխատանքի միջազգային կազմակերպությունը (ԱՄԿ) պատասխանատվություն չի կրում սույն զեկույցում արտահայտված որևէ նյութի, տեղեկության կամ կարծիքի անսխալության, ճշգրտության կամ հավաստիության համար: Հրապարակումը տպագրվել է ՀԳՀՄ-ի կողմից: Սույն հրապարակումը չի արտացոլում ԱՄԿ-ի տեսակետները կամ քաղաքականությունը:

Ներածություն

Հայաստանը փոքր, սակայն համեմատաբար բաց տնտեսություն է: Մինչ համավարակը, Հայաստանում առևտրի բացությունը, որը չափվում էր ՀՆԱ-ի նկատմամբ ապրանքների և ծառայությունների արտահանման և ներմուծման հանրագումարով, 2010թ. 67,4%-ից 2019 թվականին ավելացել էր մինչև ՀՆԱ-ի 93,4%-ը՝ օգտվելով արտահանման ուժեղ աճից: Դա հնարավորություն տվեց երկրին բացության առումով աճել ԵՄ Արևելյան գործընկերության տարածաշրջանի երկրների համեմատ՝ զիջելով միայն Բելառուսին և Վրաստանին: Այնուամենայնիվ, համավարակը մեծապես ազդեց երկրի արտահանման վրա, որի անվանական արտահանումը 2020 թվականին կրճատվեց ավելի քան 30%-ով, ինչը հանգեցրեց առևտրի բացության չափորոշչի անկմանը նույն մակարդակին, ինչ գրանցվել էր մեկ տասնամյակ առաջ: Սահմանային հակամարտությունը հնարավոր է նույնպես ազդել է արտահանման անկման և ընդհանուր անորոշության վրա:

Հայկական արտահանումը խաթարված է քաղաքական հանգամանքներով: Հայաստանը, որը չորս երկրների սահմանակից դեպի ծով ելք չունեցող երկիր է, ներկայումս ի վիճակի չէ առևտուր իրականացնել Ադրբեջանի և Թուրքիայի տարածքով: Ավելին, Իրանի հետ առևտրային հարաբերությունները հարավային սահմանին նույնպես սահմանափակված են՝ չնայած ոչ միայն երկու երկրների միջև, այլև Եվրասիական տնտեսական միության մակարդակով առևտրային կապերի ընդլայնման շարունակական ջանքերին: Այսպիսով, արտահանվող ապրանքները հիմնականում առաքվում են ցամաքային ճանապարհով Վրաստանի, հյուսիսային սահմանի կամ օդային ճանապարհով: Հայկական ապրանքների արտահանման հիմնական շուկաներն են ԱՊՀ երկրները, Եվրոպական Միությունը (ԵՄ), Շվեյցարիան և Չինաստանը: Այս շուկաները միասին 2020 թվականին կազմել են հայկական ապրանքների արտահանման 75,5%-ը: Մեկ տասնամյակ առաջ ընկած ժամանակահատվածի համեմատ՝ հայկական արտահանումը ԵՄ-ից ուղղություն է վերցրել դեպի Չինաստան և ԱՊՀ երկրներ, մասնավորապես՝ Ռուսաստան:

Հայկական ապրանքների արտահանման մեջ գերակշռում է հանքարդյունաբերության արտադրանքը: Պղնձի արդյունաբերությունը գլխավորում է Հայաստանի համեմատական առավելությունների ցանկը: Իսկ հանքարդյունաբերական արտադրանքի տեսակարար կշիռը ապրանքների ընդհանուր արտահանման մեջ 2010 թվականի 12,4%-ից աճել է մինչև 28,9% 2020 թվականին: Զգալիորեն աճել են նաև թանկարժեք քարերի և մետաղների արտահանումը: Այս միտումները հանգեցրել են ապրանքների որոշակի կատեգորիաների շուրջ արտահանման ավելի մեծ կենտրոնացման: Այսպիսով, Հայաստանի արտահանման ոլորտն ավելի ու ավելի է կենտրոնանում ոչ այնքան բարդ ապրանքների վրա՝ վտանգելով միջազգային առևտրի միջոցով կառուցվածքային տնտեսական վերափոխման ներուժը: Այնուամենայնիվ, զարգացել են նաև այլ ուղղություններ, ինչպիսիք են վերելք ապրող տեղեկատվական և հաղորդակցական տեխնոլոգիաների (ՏՀՏ) շրջանակներում օտարերկրյա հաճախորդներին մատուցվող ծառայությունները:

ՏՀՏ ոլորտն իր դերն է խաղացել օտարերկրյա ուղղակի ներդրումների (ՕՈՒՆ) ներգրավման գործում, սակայն այլ ոլորտները նույնպես կարևոր են: 2003-2017 թվականներին ընդհանուր ՕՈՒՆ-ի 54%-ն ուղղվել է ՏՀՏ, ֆինանսական և բիզնես ծառայությունների մատուցման ոլորտներին: Բացի այդ, մետաղներն ու հանքանյութերը կազմել են 17%-ը, իսկ վերականգնվող էներգիայի ոլորտը՝ 9%-ը: ՕՈՒՆ-ի ներգնա հոսքերը վերջին տասնամյակում աստիճանաբար նվազել են: Այս ընդհանուր միտումը վերագրվել է բանկային ոլորտում իրականացվող ներդրումների և մասնավորեցման միջոցով իրականացվող գործարքների կրճատման հետ: Այնուամենայնիվ, ՕՈՒՆ-ը 2020 թվականին ՀՆԱ-ի 42,5%-ով, գործընկեր երկրներում նկատվող միջին մակարդակից մի փոքր բարձր է: Ավելին, ՕՈՒՆ-ի դինամիկան կարծես թե փոխվում է: 2020 թվականին նոր ՕՈՒՆ-ի մոտ 40%-ն ուղղվել է էլեկտրաէներգիայի արտադրությանը:

Ռուսաստանը Հայաստանի կարևոր գործընկերն է և՛ առևտրի, և՛ ՕՈՒՆ ոլորտներում: Դեպի Ռուսաստան ապրանքների արտահանումը 2019 թվականին աճել է մինչև 28,0%-ը՝ 2010թ. 15,4%-ի համեմատ: Ռուսաստանը նաև Հայաստանի հիմնական օտարերկրյա ներդրողն է, որը 2019թ. ներկայացրել է ընդհանուր ՕՈՒՆ-ի 37,0%-ը: ԵՄ Արևելյան գործընկերության տարածաշրջանում ոչ մի երկրում Ռուսաստանն այդքան կարևոր դեր չունի, որքան Հայաստանում: Կիպրոսը, որտեղ բնակվում է մեծաթիվ հայկական սփյուռքը, առաջատար ներդրող երկրների ցանկում զբաղեցնում է երկրորդ տեղը, որի ներդրումը 2019 թվականին կազմել է ընդհանուր ՕՈՒՆ-ի 9.5%-ը: Արտահանումը և ՕՈՒՆ-ն թույլ փոխակերպիչ դեր են խաղացել Հայաստանում, հատկապես՝ փոքր և միջին ձեռնարկությունների (ՓՄՁ) մակարդակում: Արտահանող ՓՄՁ-ների տեսակարար կշիռը ցածր է, իսկ համաշխարհային արժեշղթաներում հայկական բիզնեսի մասնակցությունը նույնպես փոքր է:

Քաղաքականության առաջարկներ

Թարմացնել ՕՈՒՆ օրենսդրությունը: 1994 թվականի «Օտարերկրյա ներդրումների մասին» օրենքը հնացած է և բարեփոխումներ է պահանջում: ՕՈՒՆ օրենքները պետք է լինեն մրցունակ և լավագույն փորձին համահունչ: Այնուամենայնիվ, Հայաստանի երկարամյա իրավական դաշտում չի արտացոլվում ներդրումների խթանման դերը: Սա պետք է փոխվի, որպեսզի օրենսդրական դաշտը կարողանա աշխատանքային համատեքստ ապահովել ոլորտում գործող պետական գերատեսչությունների համար: Բացի այդ, կարգավորումը պետք է նաև նախատեսի որոշ «դե ֆակտո» մենաշնորհային հատվածների բացումը մրցակցության և օտարերկրյա ներդրողների համար, ինչպիսիք են էլեկտրաէներգիան, երկաթուղին, ինչպես նաև նավթն ու գազը: Մյուս կողմից, կանոնակարգը պետք է նախատեսի ներդրողների պաշտպանվածության բարձրացում՝ թույլ տալով արբիտրաժային ընթացակարգերի իրականացումը Հայաստանից դուրս և ոչ միայն տեղական մակարդակում:

Գիտելիքի ստեղծման օրակարգում ներգրավել մասնավոր հատվածի ներկայացուցիչներին: Հայաստանի ՏՀՏ ոլորտի հաջողությունը, որտեղ ծառայությունների

արտահանումն աճել է 2010-2020 թվականներին տարեկան մոտավորապես 10% տեմպերով, ձևավորվել է ՏՀՏ ոլորտում երկրի մարդկային հզոր կապիտալի հիման վրա: Այս օրինակը պետք է ոգեշնչի քաղաքականություն մշակողներին ստեղծելու լրացուցիչ գիտելիքների բազաներ՝ այլ ոլորտներում տնտեսության աճին աջակցելու համար: Այս առումով, հարցվածները ենթադրել են, որ տարբեր ոլորտներում, օրինակ՝ գյուղատնտեսության կամ զբոսաշրջության հատվածում, աշխատանքային հմտությունների առաջարկի և պահանջարկի անհամապատասխանություն կա: Առաջարկի և պահանջարկի միջև անհամապատասխանությունը շտկելու համար մասնավոր հատվածի շուկայական կողմնորոշում ունեցող օպերատորները և կրթական նախաձեռնությունների համար պատասխանատու քաղաքականություն մշակողները պետք է միավորվեն՝ ուսումնական ծրագրերի սահմանման, գիտելիքների փոխանցման խթանման և աշխատանքային պրակտիկայի համակարգի ձևավորման համար:

Մշակել ծրագիր՝ աջակցելու ավելի արդյունավետ լոգիստիկ և տրանսպորտային ենթակառուցվածքներին: Հայաստանը առևտրի դյուրացման և նյութատեխնիկական ապահովման ցուցանիշներով բարելավել է իր դիրքերը միջազգային վարկանիշում: Այնուամենայնիվ, գոյություն ունեն այնպիսի դժվարություններ, ինչպիսիք են՝ արտահանումը մաքսազերծելու (երկար) ժամանակը, բեռնափոխադրումներին հետևելու և հետագծելու համեմատական անկարողությունը, և նպատակակետին հասնելու անժամանակ առաքումները: Զարմանալի չէ, որ ճանապարհների և օդանավակայանների կապը նույնպես վատ է: Արտահանման արդյունավետությունը, ինչպես նաև ՕՈՒՆ ներգրավումը օգտվում են այս ոլորտների արդյունավետ աշխատանքից: Այսպիսով, աջակցության ծրագիրը պետք է ներառի ներդրումներ՝ ուղղված տրանսպորտային ենթակառուցվածքների բարելավմանը, արտահանման և ներմուծման ընթացակարգերի պարզեցմանը, մաքսային թվայնացմանը և սահմանների կառավարման բարելավմանը:

Աջակցել ՓՄՁ-ներին թվային անցումային փուլում: 4G բջջային ցանցի տեխնոլոգիայով ընդգրկված բնակչության թվով Հայաստանը գերազանցում է իր գործընկեր երկրներին: Իսկ տնից համացանցը հասանելի է բոլոր հայկական տնային տնտեսությունների ավելի քան երեք քառորդի համար: Այնուամենայնիվ, ՏՀՏ բիզնեսում ներթափանցումը մնում է սահմանափակ: Գործատուների ասոցիացիան, բարձրացնելով բիզնեսի թվայնացման վերաբերյալ իրազեկությունը և զարգացնելով կարողություններ ՓՄՁ մակարդակում՝ հնարավորություն տալով փոքր բիզնեսին և ինքնազբաղվածներին առավելագույնս օգտվել թվայնացման միջոցով ընձեռված աշխարհիկ հնարավորություններից, հավանաբար կնպաստի արտահանման աճին, ինչպես նաև Հայաստանը ավելի գրավիչ կդառնա արտաքին ներդրողների համար: Նման ջանքերը, կառավարության հետ համատեղ, նաև կթեթևացնեն խոչընդոտները, որոնք կապված են դեպի ծով ելք չունենալու և դժվար քաղաքական հանգամանքների հետ:

Վերացնել ՕՈՒՆ-ի դեմ գործող վարչարարական խնդիրները: Արտաքնապես, գործընկեր երկրների շարքում Հայաստանը համեմատաբար լավ տեղ է զբաղեցնում կարգավորող սահմանափակումների առումով, մի ցուցանիշ, որը սովորաբար պատկերում է կարգավորող խոչընդոտների մակարդակը, որոնց ձեռնարկությունները բախվում են ոլորտում հիմնադրվելու և լիարժեք գործունեություն ծավալելու համար: Բիզնես սկսելու, գույքի գրանցման, պայմանագրերի կատարման կամ սեփականության իրավունքների

պաշտպանության կանոնակարգերը, հետևաբար, թվացյալ պարզ են: Այնուամենայնիվ, Հայաստանում իրավական դաշտի խիստ խտությունը, որը բնութագրվում է բազմաթիվ օրենքներով և երկարաշունչ կանոնակարգերով (օրինակ՝ հարկային օրենսգիրքը), զուգորդված անգլերեն թարգմանությունների ցածր մատչելիության հետ, հիմնավորում է զգուշավոր լինելու անհրաժեշտությունը: Ավելին, տնտեսության որոշ հատվածներ մնում են ՕՈՒՆ-ի հասանելիությունից դուրս:

Ընդունել միջազգայնորեն ընդունված տեխնիկական չափանիշներ: Համաշխարհային արժեշղթաներում Հայաստանի դիրքը թույլ է, ինչը խոչընդոտում է ինչպես արտահանման աճին, այնպես էլ տնտեսական դիվերսիֆիկացմանը: Եվրասիական տնտեսական միության մակարդակով մաքսային խորհրդի ստեղծումից և անդամ երկրների չափանիշների փոխադարձ ճանաչումից հետո հայկական ապրանքների արտահանումը շարժվել է դեպի արևելք: Այդ միտումը խթանել է հայկական արտադրանքի աստիճանական հեռացմանը Եվրոպական միությունից, որի հետ Հայաստանը նույնպես գործընկերային հարաբերություններ ունի, որտեղ կիրառվում են տարբեր չափանիշներ: Արդյունքում, Հայաստանը մնում է անբարենպաստ վիճակում է համաշխարհային արժեշղթաներում ինտեգրման հարցում, որը ղեկավարում են արևմտյան ընկերությունները կամ նրանք, ովքեր հետևում են Եվրոպական Միությունում ընդունված նույն տեխնիկական կանոնակարգերին և չափանիշներին:

Խրախուսել կառավարության կողմից աջակցվող էլեկտրոնային լուծումները՝ խթանելու արտահանումը և համաշխարհային արժեշղթաներում ինտեգրումը: Հայաստանում էլեկտրոնային կառավարման ապահովումը հիմնականում համահունչ է ԵՄ Արևելյան գործընկերության տարածաշրջանում նկատվող միջին մակարդակին և զգալիորեն բարելավվել է վերջին տասնամյակի ընթացքում: Ընդհանուր առմամբ, պետական կառավարմանը և կառավարության, տնային տնտեսությունների և մասնավոր հատվածի միջև Էլեկտրոնային մասնակցության մակարդակը զգալիորեն աճել է: Հանրային քաղաքականության մարտահրավերներին դիմակայելու համար նախատեսված խոստումնալից թվային լուծումներով պետական գնումների միջոցով ՀՀ կառավարությունը նորարարության շարժիչ ուժ դարձնելը կարող է խթանել Կառավարության և մասնավոր հատվածի միջև ավելի սերտ համագործակցությունը՝ առկա նյութատեխնիկական խոչընդոտները հաղթահարելու նպատակով (ինչպես քննարկվեց վերևում):

Արտահանման և ներդրումների խթանումը դարձնել պետական քաղաքականության երկու հիմնարար, սակայն առանձին ուղղություններ: 2011 թվականին ընդունված Հայաստանի արտահանման պետական քաղաքականությունը հնացել է: 2020-2024 թվականների նոր ռազմավարության վերաբերյալ քննարկումները շարունակվում են. այն դեռ չի ընդունվել ՀՀ կառավարության կողմից: Այսպիսով, արտահանման խթանումը կառավարվում է Հայաստանի արտահանման ապահովագրական գործակալության կողմից, որը կենտրոնանում է արտահանման ապահովագրության վրա, և ներդրումների խթանման գործակալության՝ Էնթերփրայզ Արմենիայի կողմից: Արտահանման և ներդրումների խթանումը պետք է հստակ տարանջատվի և ապահովվի պաշտոնական կարգավիճակով: Շատ կարևոր է, որ կառավարող գերատեսչություններ ունենան հստակ մանդատ, ինչպես նաև համապատասխան ռեսուրսներ:

Մշակել արտահանման պատրաստվածության գնահատման գործիք: Արտահանման խթանման գործակալությունները սովորաբար տրամադրում են նման ծառայություն: Իսկ արտահանման պատրաստության պատշաճ ձևավորված գործիքը առանձին անդրադառնում է տարբեր բիզնես պրոֆիլների՝ առաջին անգամ արտահանողներից մինչև արդեն արտահանող բիզնեսները: Արտահանման պատրաստվածության գնահատումը ներառում է կառավարման գործելակերպերի, արտադրանքի կամ ծառայության համապատասխանությունը նոր շուկաների հետ, ինչպես նաև ներմուծման տարբեր կանոնակարգերի և տեղական առանձնահատկությունների հետ առնչվող գիտելիքի կամ փորձի վերաբերյալ դատողություն: Ի լրումն թվային ինքնագնահատման գործիքի՝ արտահանման խթանման ակտիվ գործակալությունը նաև անվճար վեբինարներ կանցկացնի՝ կենտրոնանալով միջազգային առևտրի պայմանների, ինչպես նաև ֆինանսավորման և ռիսկերի կառավարման հասանելի տարբերակների բացատրության վրա: Արտահանման խթանման գործակալությունները կարող են նաև օգտագործել երկկողմ առևտրային համաձայնագրեր՝ համագործակցելով այլ երկրների նմանատիպ կազմակերպությունների հետ:

Գործընկերություն ստեղծել հայկական սփյուռքի հետ: Սփյուռքը կարևոր դեր է խաղում Հայաստանում՝ բացելով ներդրումային և գիտելիքի ցանցեր: Հայաստանը խոշոր տրանսֆերտների շահառու է, որը 2019 թվականին գնահատվել է ՀՆԱ-ի 11%-ը՝ երկիրը ներառելով փոխանցումներ ստացող երկրների առաջին 20-յակի մեջ: Ռուսաստանը, որտեղ շատ հայեր են մեկնում աշխատելու նպատակով, ամենամեծ օտարերկրյա ներդրողն է երկրում: Կիպրոսը, որտեղ բնակվում է ևս մեկ մեծ հայկական համայնք, երկրորդ խոշոր օտարերկրյա ներդրողն է Հայաստանում: Իսկ դեպի ԱՄՆ ՏՀՏ ծառայությունների արտահանումը կազմում է ընդհանուրի գրեթե կեսը, և հավանաբար այնտեղ անտարբեր չեն հայերի մեծ ներկայության նկատմամբ: Արտերկրում բնակվող շահագրգիռ քաղաքացիները կարող են հանդես գալ ոչ միայն որպես տեղական ներդրողներ և բիզնես մենթորներ, այլև որպես արտաքին շուկաների հասանելիության օժանդակողներ: Այս բիզնես և մշակութային կապերը երկրի միջանձնային ներուժի կարևոր տարրն են և պետք է խրախուսվեն բոլոր համապատասխան ինստիտուցիոնալ շահագրգիռ կողմերի կողմից:

Ստեղծել լծակներ՝ Հայաստանի մասնակցությունը տարածաշրջանային առևտրային համաձայնագրերին ապահովելու համար: Հայաստանը 2015 թվականից Եվրասիական տնտեսական միության անդամ է: 2021 թվականից այն նաև ԵՄ Գործընկերության համաձայնագրի անդամ է: Շատ առումներով երկիրը հայտնվել է կարգավորող խաչմերուկում, սակայն այն նաև մոտեցել է երկու հիմնական տնտեսական ուղղություններին: Հայաստանը, լինելով փոքր, սակայն բաց տնտեսություն, այսպիսով պետք է առավելագույնս օգտագործի նման հնարավորությունները: Օրինակ, պետական քաղաքականությունը կարող է ախտորոշիչ գործիք տրամադրել՝ գնահատելու հայկական ՓՄՁ-ների պատրաստվածության մակարդակը համաշխարհային արժեշղթաներ մուտք գործելու հարցում, և այն կարող է խթանել ՓՄՁ-ներին՝ համագործակցային մոտեցում ցուցաբերել նոր արտաքին շուկաներ մուտք գործելիս:

Ամփոփում

- Թարմացնել ՕՈՒՆ օրենսդրությունը:
- Գիտելիքի ստեղծման օրակարգում ներգրավել մասնավոր հատվածի ներկայացուցիչներին:
- Մշակել ծրագիր՝ աջակցելու ավելի արդյունավետ լոգիստիկ և տրանսպորտային ենթակառուցվածքներին:
- Աջակցել ՓՄՁ-ներին թվային անցման ժամանակ:
- Վերացնել ՕՈՒՆ-ի դեմ գործող վարչարարական խնդիրները:
- Ընդունել միջազգայնորեն ընդունված տեխնիկական չափանիշները:
- Խրախուսել կառավարության կողմից աջակցվող Էլեկտրոնային լուծումները՝ խթանելու արտահանումը և համաշխարհային արժեշղթաներում ինտեգրումը
- Արտահանման և ներդրումների խթանումը դարձնել պետական քաղաքականության երկու հիմնարար, սակայն առանձին ուղղություններ:
- Մշակել արտահանման պատրաստվածության գնահատման գործիք:
- Գործընկերություն ստեղծել հայկական սփյուռքի հետ:
- Ստեղծել լծակներ՝ Հայաստանի մասնակցությունը տարածաշրջանային առևտրային համաձայնագրերին ապահովելու համար: