



ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ ԿԱՌԱՎԱՐՈՒԹՅՈՒՆ

Ո Ր Ո Շ ՈՒ Մ

2 փետրվարի 2023 թվականի N 138 - Լ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԾՐԱԳԻՐԸ
ԵՎ ԴՐԱՆԻՑ ԲԽՈՂ 2023-2026 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ
ԾՐԱԳԻՐԸ ՀԱՍՏԱՏԵԼՈՒ ՄԱՍԻՆ

Հիմք ընդունելով «Կառավարության կառուցվածքի և գործունեության մասին» օրենքի 11-րդ հոդվածի 8-րդ մասը, ինչպես նաև հաշվի առնելով Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2021 թվականի նոյեմբերի 18-ի N 1902-Լ որոշմամբ հաստատված N 1 հավելվածի «Էկոնոմիկայի նախարարություն» բաժնի 7.5 «Թեթև արդյունաբերության և ստեղծագործ ոլորտների զարգացման ռազմավարությունը հաստատելու մասին» Հայաստանի Հանրապետության կառավարության որոշման հաստատում» կետը՝ Հայաստանի Հանրապետության կառավարությունը **ո ր ո շ ու մ է.**

1. Հաստատել՝

1) Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության զարգացման 2023-2026 թվականների ծրագիրը՝ համաձայն N 1 հավելվածի.

2) Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության զարգացման ծրագրից բխող 2023-2026 թվականների գործողությունների ծրագիրը՝ համաձայն N 2 հավելվածի:

2. Սահմանել, որ N 2 հավելվածով նախատեսված միջոցառումների ֆինանսավորման հարցը կքննարկվի յուրաքանչյուր տարվա բյուջետային գործընթացի շրջանակներում՝ հաշվի առնելով ինչպես միջոցառումների առաջնահերթությունները, այնպես էլ հարկաբյուջետային սահմանափակումները:

3. Սույն որոշումն ուժի մեջ է մտնում հրապարակմանը հաջորդող օրվանից:

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՎԱՐՉԱՊԵՏ

Ն. ՓԱՇԻՆՅԱՆ

Երևան

Հավելված N 1
ՀՀ կառավարության 2023 թվականի
փետրվարի 2-ի N 138 - Լ որոշման

**ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ
ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ
2023-2026 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐԻ
ԾՐԱԳԻՐԸ**

ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆ

1. ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ	3
2. ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ	4
3. ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ	6
3.1 Նախապատմություն	6
4. ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ ԵՎ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ	9
5. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱԿՆԱՐԿ	10
5.1 Արդյունաբերության բիզնես մոդելը	10
5.2 Զբաղվածություն	10
5.3 Հիմնական դերակատարները և ապրանքանիշեր	11
5.4 Արտադրություն	12
5.5 Արտադրանքի բարդության գործակից	13
5.6 Արտահանում և ներմուծում	14
5.7 Ավելացված արժեք մեկ աշխատանքային ժամի համար	20
5.8 Հիմնական ներմուծման շուկաներում մաքսային խոչընդոտները	21
5.9 Կայուն տեքստիլ արդյունաբերություն	22
5.10 Կրթություն	25
5.11 Օրենսդրություն	26
5.12 SWOT Վերլուծություն	29
6. ՆՈՐ ՏԵՍԼԱԿԱՆ	32
6.1 Ավելացված արժեքի շեմ	32
6.2 Շեմից բարձր կազմակերպություններ	33
7. Ճանապարհային քարտեզ	36
7.1 Չորս սկզբունքներ	36
7.2 Ճանապարհային քարտեզի ուղղությունները	37
7.3 Շահառուների հիմնական խմբերը	39
7.4 Հիմնական ֆինանսական մեխանիզմները	40
7.5 Միջոցառման բաղադրիչները	41
8. Արդյունքներ	41
8.1 Արդյունքներ	42
8.2 Ազդեցություն	48

1. ՀԱՊԱՎՈՒՄՆԵՐ

ԱՄՆ	Ամերիկայի Միացյալ Նահանգներ
ԵԱՏՄ	Եվրասիական տնտեսական միություն
ԵՄ	Եվրոպական միություն
ԶԲԱԻ	Զենքից բացի ամեն ինչ
ԽՍՀՄ	Խորհրդային Սոցիալիստական Հանրապետությունների Միություն
ՀՀ	Հայաստանի Հանրապետություն
ՊԵԿ	ՀՀ Պետական եկամուտների կոմիտե
ՌԴ	Ռուսաստանի Դաշնություն
ՎԿ	ՀՀ վիճակագրական կոմիտեն
GSP	Generalised Scheme of Preferences, Արտոնությունների ընդհանրացված համակարգ

2. ԱՄՓՈՓԱԳԻՐ

Հագուստի և հագուստի պարագաների արդյունաբերությունը Հայաստանի Հանրապետության (<<) արտահանմանն ուղղված 11 ռազմավարական ոլորտներից մեկն է, որը հադիսանում է երկրում զբաղվածության ապահովման կարևոր աղբյուր՝ կանանց ավելի քան 90%-ը ներգրավվածությամբ: Սակայն, նույնիսկ լինելով տնտեսության գրեթե «կանացի» ոլորտ, այն կարիք ունի գենդերային ուղղորդման¹: 2020 թվականին ոլորտում աշխատել է 7400 մարդ կամ 1,5 անգամ ավելի քան 2017 թվականին: Ոլորտը, 2021 թվականին ունենալով շուրջ 6 մլրդ դրամի արտադրական ներուժ, Հայաստանի արդյունաբերության համար կարևոր ճյուղ է հանդիսանում: Չնայած ընդհանուր արդյունաբերության մեջ տեքստիլի փոքր մասնաբաժինին (2021 թվականին՝ 2.8%), վիճակագրական վերլուծությունները և արտադրական ընկերությունների հետ հարցազրույցները վկայում են ոլորտի զարգացման մեծ ներուժի և երկրի սոցիալական կյանքում դրա կարևոր դերի մասին:

2020 թվականին ոլորտում գործել է 153 ընկերություն, որոնց մեծ մասը փոքր և միջին ձեռնարկություններ են եղել: Վերջին 10-20 տարիների ընթացքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտում ձևավորվել են խոշոր արտադրողներ և հայտնի ապրանքանիշեր: Հայաստանի պետական եկամուտների կոմիտեի տվյալներով՝ 2021 թվականի խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկվել է 11 տեքստիլ ընկերություն՝ ի տարբերություն 2017 թվականի 8 ընկերությունների:

Ոլորտն ունի նաև արտահանման մեծ ներուժ: Չնայած 2019 և 2020 թվականների արտահանման անկմանը (20%), այնուամենայնիվ Հայաստանից տեքստիլ արտադրանքի արտահանման աճը 2011-2020 թվականներին միջինում կազմել է տարեկան ավելի քան 40%: 2020 թվականին հագուստ և հագուստի պարագաներ՝ բացի տրիկոտաժե մեքենայագործ կամ ձեռագործ հագուստից և պարագաներից (HS 62) խմբի ապրանքներն արտահանման մեջ ունեցել են ամենամեծ մասնաբաժինը՝ կազմելով 69%, իսկ տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ՝ մեքենայագործ կամ ձեռագործ (HS 61) խմբի արտադրատեսակները՝ շուրջ 25 %:

Թեև << կառավարության ծրագիրն ուղղակիորեն չի անդրադառնում տեքստիլ ոլորտին, Կառավարությունը նախատեսում է համալիր միջոցառումների իրականացում՝ «միտված ձեռնարկությունների տեխնոլոգիական վերազինմանը, ինչպես նաև նոր միջազգային շուկաներ ներթափանցմանն և առկա դիրքերի ամրապնդմանը», այդ թվում՝ տեքստիլ ոլորտում: Մասնավորապես, մշակող արդյունաբերության զարգացման համար << կառավարությունը նախատեսում է.

- միջազգային ցուցահանդեսներին հայաստանյան ընկերությունների մասնակցության աջակցության տրամադրում,
- մշակող արդյունաբերության ոլորտում տարեկան շուրջ 2000 մասնագետի վերապատրաստում,

¹ Կանանց և տղամարդկանց հավասարության հասնելը միջազգային զարգացման օրակարգի հիմնական նպատակներից մեկն է և անբաժանելի մասը: Եթե գենդերային հավասարությունը քաղաքականության ընդհանուր և երկարաժամկետ նպատակ է, ապա գենդերային ուղղորդումը (այլ կերպ ասած՝ գենդերային հիմնախնդիրների բազմակողմանի ուսումնասիրությունն, կանանց և տղամարդկանց գենդերային կարիքների և ռազմավարական շահերի ընկալումն ու համապատասխան գործողությունների նախատեսումը) քաղաքական մոտեցումների ամբողջություն է, որն օգտագործվում է հատուկ համատեքստում, ինչպես նաև տեխնիկական և ինստիտուցիոնալ գործընթացներում, որոնք նախատեսված են այդ նպատակին հասնելու համար:

- ոլորտում ներգրավված աշխատակիցների համար աշխատանքի «բարենպաստ» (decent work conditions) պայմանների ստեղծում,
- ժամանակակից սարքավորումների, հմտությունների և այլնի ձեռք բերման աջակցություն՝ ֆինանսական, խորհրդատվական և մի շարք այլ գործիքների ակտիվ կիրառման միջոցով:

Այն ամենով հանդերձ առկա է ոլորտ արագ և կայուն զարգացման հզոր ներուժ, և ՀՀ կառավարությունը տեքստիլի ոլորտի վերածնունդը համարում է աշխատատեղերի ստեղծման, արժեք առաջացնող առևտրի զարգացման, արտահանման ընդլայնման, ինչպես նաև կանանց աշխատանքով ապահովման և ձեռներեցության խթանման միջոց:

3. ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

3.1 Նախապատմություն

Համաշխարհային տեքստիլ արդյունաբերությունը ամենախոշոր արդյունաբերություններից մեկն է: Այն աշխարհի երրորդ ամենամեծ արտադրական արդյունաբերությունն է՝ տարեկան 1,5 տրիլիոն եվրո արտադրանքով և շուրջ 60 միլիոն աշխատատեղով:² Ոլորտի խոշոր ենթաճյուղերից է հագուստի արտադրությունը, որի արտադրանքը 2021 թվականին կազմել է 530,97 միլիարդ ԱՄՆ դոլար: Ըստ տարբեր կանխատեսումների, 2026 թվականին տեքստիլի շուկան կաճի մինչև 760,21 միլիարդ ԱՄՆ դոլար՝ ցուցաբերելով տարեկան 7,2% աճ³:

Տեքստիլ արդյունաբերությունը բազմազան է, ինչը նշանակում է, որ տարբեր երկրներ ընտրում են իրենց ուրույն ճանապարհն ու ուղղությունը: Սակայն, միջազգային շուկայում կան որոշակի միտումներ, որոնք պետք է հաշվի առնել ոլորտի համապատասխան քաղաքականությունը մշակելիս.

- Ոլորտում առկա մրցակցության բարձր մակարդակի պատճառով ավելի մեծ ուշադրություն է դարձվում արտադրական ծախսերի և վերջնական արտադրանքի գների նվազեցմանը: Արդյունքում՝ տեքստիլի և հագուստի ոլորտում տնտեսական հնարավորությունների աշխարհագրական բաշխումը ուղվել է դեպի արևելք և հարավ՝ այնպիսի երկրներ, ինչպիսիք են Ուզբեկստանը, որոնք ունեն տեքստիլի և հագուստի արտադրության համար համապատասխան կարողություններ և հումք, ինչպես նաև հնարավորություն զսպելու աշխատավարձերի աճը շնորհիվ դեմոգրաֆիկական իրավիճակի (երիտասարդ աշխատողների համեմատաբար մեծ մասնաբաժին), տեքստիլի հիմնական շուկաներին (Ասիա-Խաղաղօվկիանոսյան տարածաշրջան) մոտ լինելուն և/կամ տեքստիլի խոշորագույն սպառողական շուկաների կողմից հատուկ արտահանման խթանների և նախապատվությունների առկայությանը (օրինակ՝ ԵՄ-ի կողմից տրամադրվող GSP-ի նախապատվությունները):
- Ներկայումս տեխնիկական տեքստիլի շուկան մեծ է և ընդլայնվող: Երկրները վերականգնում են գործարաններն ու շինությունները, վարձում են նոր անձնակազմ՝ աշխատելու այնպիսի նորարարական լուծումների ուղղությամբ ինչպիսիք են 3D տպագրված հագուստն ու կոշիկները կամ խելացի տեքստիլը:
- Նոր մեքենաները հնարավորություն են ընձեռում լայնորեն կիրառել ոչ-հյուսված գործվածքների արտադրությունը: Պատճառը դրա սակավ ինտենսիվությունն է, պատրաստման արագությունն ու քիչ ծախսատարությունը:
- Շրջակա միջավայրի պահպանությունը լուրջ խնդիր է դարձել տեքստիլ արդյունաբերության համար՝ ջրի հսկայական քանակի օգտագործման, օդի աղտոտվածության և առաջացող թափոնների պատճառով: Շատ երկրներ սկսել են լրջորեն կենտրոնանալ կանաչ տեքստիլի արտադրության վրա:

² Textile Industry - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021 – 2026) by Mordor Intelligence.

³ McKinsey & Business of Fashion. State of Fashion 2021 (online).

- Առցանց գնումների նկատմամբ պահանջարկի աճը կխթանի տեքստիլ արտադրության շուկան: COVID-19-ի բռնկումը 2021 թվականին զգալիորեն սահմանափակեց տեքստիլի արտադրությունը՝ պայմանավորված աշխարհում կիրառվող առևտրային սահմանափակումների հետևանքով առաջացած մատակարարման շղթաների խաթարմամբ: 2022 թվականի սկզբին Ռուսաստանի և Ուկրաինայի միջև սկսված հակամարտությունը տեքստիլ արդյունաբերության համար առաջացրեց լրացուցիչ խնդիրներ՝ ավելացնելով լոգիստիկ ծախսերը և արտադրանքի առաքման ժամկետները⁴:

Խորհրդային Հայաստանում տեքստիլի և հագուստի ոլորտը լավ կայացած էր՝ ունենալով շուրջ 150,000 աշխատակից: Տեքստիլ արդյունաբերությունը, ինչպես ոչ մի այլ ոլորտ, միշտ ուղեկցվել է աշխատատեղերի ստեղծմամբ և զարգացել է այն երկրներում և տարածաշրջաններում, որտեղ տվյալ պահին կամ որևէ պատմական ժամանակաշրջանում տեղի է ունեցել ժողովրդագրական որոշակի երևույթ:

Ըստ այդմ, սույն գործընթացը սկսվեց «Հայրենական մեծ պատերազմից հետո» Հայաստանում ժողովրդագրական աճի և հետևաբար աշխատուժի ծավալների աճի արդյունքում, երբ անհրաժեշտ էր երկրում ապահովել զբաղվածություն և, համապատասխանաբար, սկսվեցին տեքստիլի ֆաբրիկաների ակտիվ հիմնումն ու շահագործումը: Հայաստանը դարձավ ԽՍՀՄ տեքստիլ արդյունաբերության խոշորագույն կենտրոններից մեկը՝ ունենալով մեծ թվով տեքստիլ արտադրություններ Երևանում, Գյումրիում, Վանաձորում և այլն: Դա բնակչության կտրուկ աճի հետևանք էր: Պետք է նշել, որ բոլոր այս արդյունաբերական միավորումները ստեղծվել էին գլխավոր կենտրոնական կառույցի և շրջանային արտադրական մասնաճյուղերի սկզբունքով, որի հիմնական նպատակը ավելցուկ աշխատուժի օգտագործումն էր:

Ոլորտի զարգացման հաջորդ մեծագույն խթաններից էր 80-ականների կեսերին ոլորտին մեծ վերելք ապահոված օլիմպիական խաղերը և 80-ականների վերջին Հայաստանում տեքստիլ արդյունաբերության խոշոր միջազգային տեխնոլոգիական ցուցահանդեսի: Ցուցահանդեսին մասնակցում էին աշխարհի խոշորագույն բրենդները; ճապոնական, իտալական, գերմանական արտադրողները բերեցին ամենաժամանակակից սարքավորումներ, որոնք, ԽՍՀՄ-ի հետ կնքած համաձայնության արդյունքում, մնացին այստեղ: Ավելին, ապահովվեց նաև այդ սարքավորումների լրացուցիչ ներմուծումը: Արդյունքում Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերությունը դարձավ տեխնոլոգիապես ամենազարգացածներից մեկը անկախության ձեռքբերման պահին:

Հայաստանի անկախացումից հետո առկա կապերն ու շուկաները վերացան՝ հանգեցնելով ոլորտի փլուզման: Շատ գործարաններ սեփականաշնորհվեցին, սակայն չկարողացան վերագործարկվել՝ հումքի ներմուծման բարձր տրասնպորտային ծախսերի, թերի կառավարման, ֆինանսական ռեսուրսների քիչ հասանելիության և պատշաճ շուկայավարման բացակայության պատճառով:

Սկսած 2000 թվականից, ոլորտը, որի աշխատուժը հիմնականում գյուղական բնակավայրերում ապրող կանայք էին, սկսեց աճ գրանցել: Մասնավորապես, տեքստիլի և հագուստի ոլորտը ստացավ արտահանման նախապատվություն և 2011 թվականին ներառվեց ՀՀ կառավարության՝

⁴ Textile Industry - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2021 – 2026) by Mordor Intelligence.

արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական ռազմավարության ծրագրի մեջ: 2014-2019 թվականներին ոլորտը գրանցեց զգալի աճ՝ դառնալով արտահանող հինգերորդ ոլորտը՝ 2019թ-ին գրանցելով շուրջ 256 մլն ԱՄՆ դոլար արտադրանքի արտահանում:

Այսօր Հայաստանն ունի տեխնիկապես բարձր հագեցվածությամբ և մեծաքանակ աշխատողներով տեքստիլ արդյունաբերություն: Խոշոր ընկերությունները ստեղծել են կայուն հարաբերություններ եվրոպական հայտնի և խոշոր բրենդների հետ և կենտրոնացել հիմնականում արտահագուստի արտադրության վրա: Միևնույն ժամանակ երկրում գործում են մեծ թվով անհատ արտադրողներ, փոքր և միջին ձեռնարկություններ, որոնք իրենց արտադրանքը վաճառում են տեղական շուկայում: Հայաստանն ունի նաև կարևոր աշխարհագրական դիրք, ինչը նրան ավելի մոտ է դարձնում տեքստիլ արտադրանքի հիմնական սպառողական շուկաներին: Լինելով Եվրասիական տնտեսական միության անդամ՝ Հայաստանը հնարավորություն ունի առանց մաքսատուրքի մուտք գործել ավելի քան 200 միլիոն սպառող ունեցող այս շուկան:

Տեքստիլի և հագուստի ոլորտները համարվում են պոտենցիալ զարգացման առաջնահերթ ոլորտներ, որտեղ նորաբաց և վերագործարկված ձեռնարկությունների հաջող գործունեությունը ցույց է տալիս, որ այս ոլորտը կարող է ավելի զարգանալ, եթե կառուցվածքային կերպով ձևավորվեն կայուն էկոհամակարգի և արդիականացման հիմնական նախադրյալները: Լինելով այն եզակի ոլորտներից մեկը, որտեղ գործարանները սփռված են երկրի տարածքով մեկ՝ նպաստելով ինչպես տարածքային զարգացմանը, այնպես էլ գյուղերի բնակչության զբաղվածությանը, ոլորտը տրամադրում է մշտական աշխատանքի հնարավորություններ գյուղական վայրերում բնակվող կանանց համար:

Նկատի ունենալով վերոնշյալը, հաշվի առնելով արտահանման շուկաներում մրցակցության պոտենցիալ աճը և ցանկանալով պահպանել ոլորտի արտահանման բարձր ծավալներն ու մեծ թվով աշխատատեղերը՝ ՀՀ կառավարությունը նպատակադրել է կրկնապատկել տնտեսության արտադրողականությունը մինչ 2026 թվականը: Տեքստիլ արդյունաբերությունը, լինելով տնտեսության առաջնահերթ ոլորտներից մեկը, կարևոր ներդրում ունի այս նպատակի իրականացման գործում: Հետևաբար, հաշվի առնելով ոլորտում առկա մարտահրավերները, արտահանման ծավալներն ու շուկան ընդլայնելու հավակնոտ տեսլականը, ինչպես նաև տեքստիլ հատվածի արտադրողականության բարձրացումը, անհրաժեշտ է վերլուծել ոլորտի կարողությունները, աճի ներուժը, տեղական ու միջազգային շուկաների միտումները, մշակել համապատասխան առաջարկություններ և Հայաստանում տեքստիլի ու հագուստի արդյունաբերության կայուն, ներառական զարգացմանը միտված ճանապարհային քարտեզ:

4. ՀԱՄԱՇԽԱՐՀԱՅԻՆ ՄԱՐՏԱՀՐԱՎԵՐՆԵՐ ԵՎ

1. ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Տեքստիլ արդյունաբերությունը հսկայական տնտեսական շարժիչ ուժ է: Այն աշխարհի երրորդ ամենամեծ արտադրական արդյունաբերությունն է՝ տարեկան 1,5 տրիլիոն եվրո արտադրանքով և շուրջ 60 միլիոն աշխատատեղով: Արդյունաբերությունը բնութագրվում է հասուն արտադրական տեխնոլոգիաներով, և դրա ֆիզիկական ենթակառուցվածքը հիմնված է գծային արտադրության և սպառման գործընթացի վրա: Վերջին տարիներին ոլորտը բախվել է լուրջ մարտահրավերների, ինչպիսիք են՝ տեքստիլ արտադրության ուղղվածության փոփոխությունը դեպի էժան շուկաներ, հիմնական սպառողական շուկաների նոր տարածաշրջանների բացահայտում, նորարարական տեքստիլ հումքի նկատմամբ պահանջարկ, էկո-արտադրության պահանջարկ, համաշխարհային գնաճ, մատակարարման շղթայի փոխակերպում, պատժամիջոցներ ընդդեմ Ռուսաստանի, համաշխարհային տնտեսական և քաղաքական ճգնաժամ, որը կարևոր ազդեցություն կունենա ոլորտի ապագա զարգացման վրա ինչպես տեղական, այնպես էլ միջազգային մակարդակներում⁵:

Մատակարարման շղթայի բնականոն աշխատանքի վրա էապես ազդում են աննախադեպ խափանումները՝ ինչպիսիք են հումքի սակավությունը, աշխատուժի պակասը, լոգիստիկ ուշացումները և աճող ծախսերը: Արդյունաբերությունը լուրջ լոգիստիկ խնդիրների բախվեց COVID-ի համաճարակի ժամանակ, ինչը շարունակվում է առ այսօր՝ Ռուսաստանի և Ուկրաինայի միջև հակամարտության պատճառով: Կորոնավիրուսի համաճարակի ու Ռուսաստանի և Ուկրաինայի միջև պատերազմի հետևանքները ներկայումս արտահայտվում են համաշխարհային գնաճի տեսքով, ինչը հանգեցնում է քաղաքական, սոցիալական և տնտեսական ճգնաժամի: Ռուսաստանի դեմ միջազգային պատժամիջոցները ոչ միայն հանգեցրին այդ երկրից օտարերկրյա ներդրողների արտահոսքի, այլ նաև փոխակերպեցին համաշխարհային մատակարարման շղթան, ինչը կարևոր ազդեցություն կունենա նաև Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության վրա:

Համաճարակի սահմանափակումների և տրանսպորտային ու լոգիստիկ ծախսերի ավելացման պատճառով նկատվում է տեքստիլի արտադրության ևս մեկ տեղաշարժ դեպի առավել էժան շուկաներ: Էժան աշխատուժ ունեցող հումք արտադրող երկրները դառնում են աշխարհում տեքստիլ արտադրանքի նոր արտադրողներ:

Տեքստիլ արդյունաբերությունը աշխարհի ամենաաղտոտող և էներգիայի ու հումքի օգտագործման առումով ամենաինտենսիվ արդյունաբերություններից մեկն է: Այսօրվա արտադրական գծային համակարգն օգտագործում է մեծ քանակությամբ ռեսուրսներ և բացասաբար է ազդում շրջակա միջավայրի և բնակչության վրա: Վերջին տարիներին ոլորտը և սպառողներն ավելի շատ են տեղեկացված շրջակա միջավայրի վրա արդյունաբերության բացասական ազդեցության մասին և սկսել են լուծումներ առաջարկել մատակարարման շղթայում առկա բնապահպանական մարտահրավերների վերաբերյալ: Սպառողների կողմից շարունակաբար աճող պահանջը՝ բարելավելու արտադրությունում կիրառվող ռեսուրսների օգտագործման էֆֆեկտիվությունը և անցումը կայուն արտադրության, կդառնա տեքստիլի նոր տնտեսության ստեղծման շարժիչ ուժը:

⁵ Textile Industry - Growth, Trends, COVID-19 Impact and Forecasts (2021 – 2026) by Mordor Intelligence.

Նոր նյութերը ևս մեծ հնարավորություն են ընձեռում ոլորտի զարգացման համար: Կայուն նյութերի և արտադրական պրակտիկայի աճող պահանջարկը հանգեցնում է նորարարական լուծումների ներթափանցմանը տեքստիլի և նորաձևության ոլորտ: Արդյունաբերությունը հսկայական ժամանակ և ռեսուրսներ է ուղղում հետազոտությունների և զարգացման վրա՝ նպատակ ունենալով բացահայտել տեքստիլի արտադրության համար առավել արդյունավետ և կայուն նյութեր կամ տեքստիլի վերամշակման ավելի բարենպաստ ուղիներ:

5. ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԱԿՆԱՐԿ

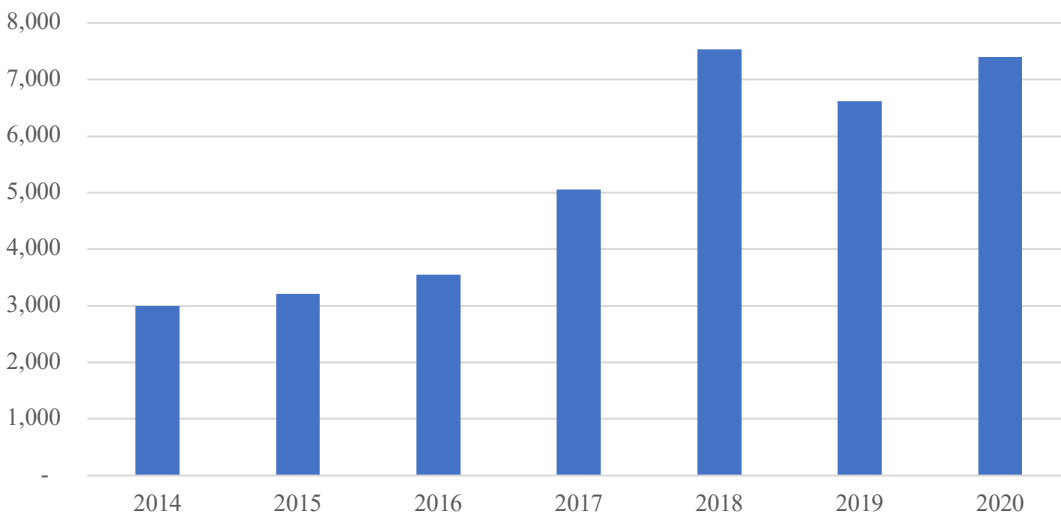
5.1 Արդյունաբերության բիզնես մոդելը

Այսօր Հայաստանի տեքստիլ ոլորտը գործում է «արտապատվիրման» սկզբունքի հիման վրա: Ավելի քան 250 աշխատակից ունեցող խոշոր ընկերությունները հիմնականում աշխատում են արտասահմանյան զանգվածային շուկայի ապրանքանիշերի հետ, ինչպիսիք են Prada, Zara, Max Mara, Moncler, O'stin, և այլ օտարերկրյա ընկերությունները՝ արտադրելու բմբուլով լցոնված և այլ բաճկոններ, վերնազգեստեր, կորպորատիվ և պրոֆեսիոնալ համազգեստեր, տաք վերարկուներ, ներքնազգեստ և այլ հագուստ: Արտադրությունը կազմակերպվում է ենթապայմանագրերի հիման վրա, որի համաձայն հայկական ընկերությունները ստանում են հումք, գործվածքներ, կտրվածքներ, լցոնման նյութեր, արքեսուարներ և այլ բաղադրիչներ՝ հավաքելու, արտադրելու և հետ արտահանելու նշված հագուստները:

5.2 Զբաղվածություն

2020 թվականին մանածագործական և հագուստի արտադրության ոլորտում աշխատում էր 7 400 մարդ՝ 1.5 անգամ ավելի շատ քան 2017 թվականին:

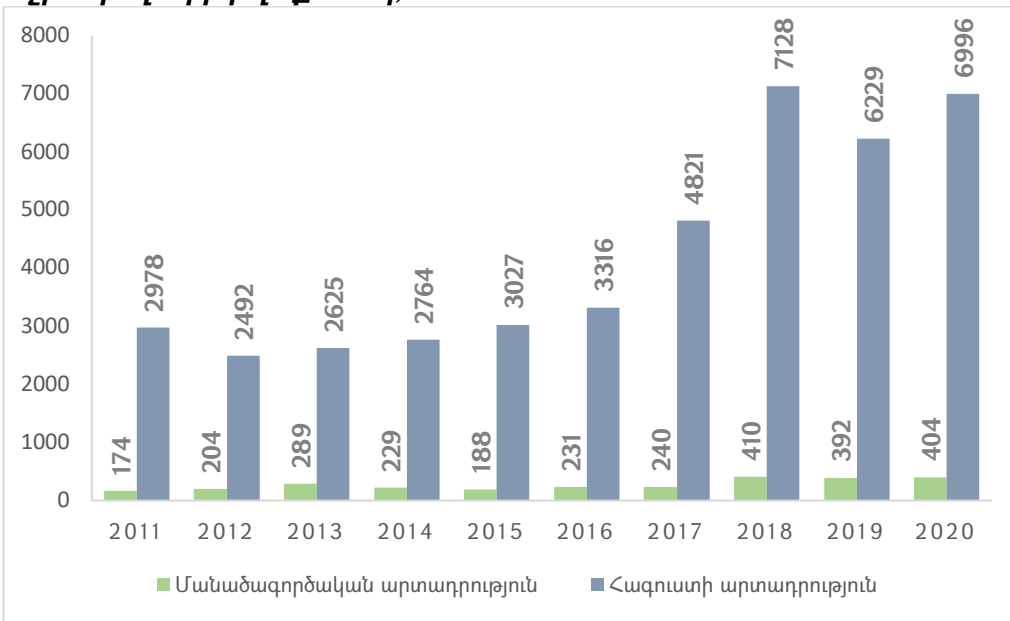
Գծապատկեր 1. Հագուստի և մանածագործական արտադրության ոլորտում աշխատողների թվաքանակ, 2014-2020



Աղբյուր՝ ՀՀ վիճակագրական կոմիտե (ՀՎԿ)

Հագուստի արտադրության ենթաոլորտը հանդիսանում է ոլորտի հիմնական գործատուն՝ 94.5% մասնաբաժնով (6 996 աշխատող, տես՝ Գծապատկեր 2).

Գծապատկեր 2. Մանածագործական և հագուստի արտադրության ենթաոլորտներում աշխատողների թվաքանակ, 2011-2020



Աղբյուր՝ ՀՎԿ

Տեքստիլի և հագուստի արտադրության ենթաոլորտում աշխատողների միջին տարեկան աշխատավարձը (ներառյալ կաշվի և հարակից ապրանքների արտադրությունը) կազմել է շուրջ 102.000 ՀՀ դրամ, ինչը ցածր է 2020 թվականին հանրապետությունում գրանցված միջին տարեկան աշխատավարձից (189.716 դրամ): Թեև հագուստի արտադրության ենթաոլորտը ոլորտի հիմնական գործատուն է, տեքստիլի արտադրության ենթաոլորտում միջին տարեկան աշխատավարձերն ավելի բարձր են (տես՝ Աղյուսակ 1): Այստեղ հատկանշական է նաև աշխատավարձերի գենդերային խզվածքը, որը մշակվող արդյունաբերության⁶ մեջ զբաղված կանանց և տղամարդկանց համար կազմում է 58.9%, իսկ ընդհանուր առմամբ միայն 35.1 տոկոսային կես: ⁷

Աղյուսակ 1. Տեքստիլի և հագուստի ենթաոլորտներում միջին տարեկան աշխատավարձը, 2013-2020, ՀՀ դրամ

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Տեքստիլի արտադրություն	122 528	109 533	114 405	100 482	116 487	111 021	122 511	115 103
Հագուստի արտադրություն	74 363	81 417	87 866	93 275	102 489	108 417	110 219	94 334
Կաշվի և հարակից ապրանքների արտադրություն	101 692	121 144	117 312	103 478	110 990	104 691	94 558	95 649

Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

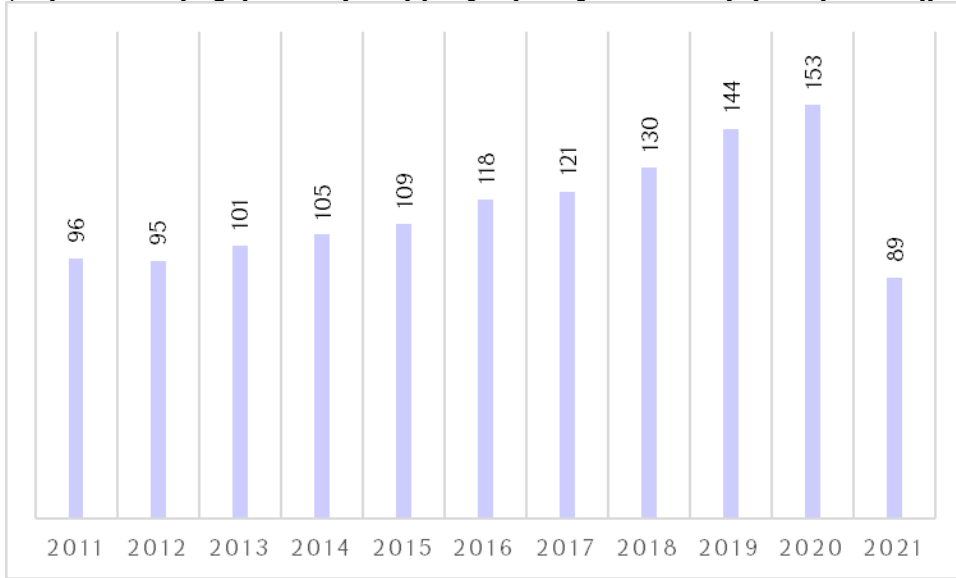
⁶ Որին պատկանում է նաև տեքստիլի և հագուստի արտադրությունը:

⁷ Հայաստանի կանայք և տղամարդիկ, վիճակագրական գրքույկ, Երևան 2021, ըստ ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի (ՀՀ ՊԵԿ) եկամտային հարկի և սոցիալական վճարի անձնավորված հաշվառման տվյալների, https://armstat.am/file/article/gender_2021.pdf

5.3 Հիմնական դերակատարները և ապրանքանիշեր

Վիճակագրական կոմիտեի տվյալներով՝ հազուստի և տեքստիլի արտադրությամբ զբաղվող ընկերությունների թիվը 2011 թվականին 96-ից աճել է մինչև 153 ընկերություն 2020 թվականին: Նախնական հաշվետվությունների հիման վրա մեր վերլուծությունների արդյունքում 2021 թվականին ոլորտում գործող ձեռնարկությունների կանխատեսվող թիվը ընդամենը 89 է:

Գծապատկեր 3. Տեքստիլ ոլորտում ներգրավված կազմակերպությունների թվաքանակը (ներառում է ինչպես հազուստի այնպես էլ մանածագործական ապրանքների արտադրությունը)



Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Վերջին 10-20 տարիների ընթացքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտում ձևավորվել են խոշոր արտադրողներ և հայտնի ապրանքանիշեր: Տեքստիլ ոլորտում գործող խոշոր ընկերություններն են «ԱԼԵՔՍ ՏԵՔՍԻԼ», «ՏԱՎՈՒՇ ՏԵՔՍԻԼ», «ԳԼՈՐԻԱ» և Քանաքեռի կարի ֆաբրիկաները: Հայաստանի պետական եկամուտների կոմիտեի տվյալներով՝ 2021 թվականի Հայաստանի հազար խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված է տեքստիլ արդյունաբերության 11 ընկերություն՝ 2017 թվականի 8 ընկերությունների համեմատ:

5.4 Արտադրություն

2021 թվականին տեքստիլի և հազուստի արտադրությունը կազմել է ամբողջ վերամշակող արդյունաբերության մոտ 2,8%-ը և արդյունաբերական ընդհանուր արտադրանքի 1,8%-ը (2019 թվականին՝ համապատասխանաբար 2,5% և 1,6%): Ոլորտի միջին տարեկան աճը կազմել է 9% (տես՝ Աղյուսակ 2):

Աղյուսակ 2. Տեքստիլի և հազուստի արտադրության ծավալները 2013-2021 (մլն ՀՀ դրամ)

	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Տեքստիլ	1905.3	974.8	1367.6	1147.6	620.4	466	507.5	544	575.3
Հազուստ	40595.3	31316.8	27713.7	22488.6	16848.8	11530.2	9519.9	7334.8	5901.2

Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Պաշտոնական վիճակագրության համաձայն՝ հազուստի արտադրության ծավալը 2021 թվականին կազմել է 40,6 մլրդ դրամ, ինչը 30%-ով ավելի է, քան 2020 թվականի ցուցանիշը (31,3 մլրդ դրամ): Ինչ վերաբերում է տեքստիլի արտադրությանը, ապա 2021 թվականին այն կազմել է 1,9 միլիարդ՝

2019 թվականի տվյալների համեմատ աճելով 39 տոկոսով: Ոլորտի կողմից արտադրվող ապրանքների հիմնական տեսակներն են բամբակյա գործվածքները, անկողնու սպիտակեղենը, վարտիքը, վերնաշապիկը, պուլովերը և այլն:

Աղյուսակ 3. Հագուստի և տեքստիլ ոլորտի հիմնական ապրանքատեսակները

Արտադրանք	Միավոր	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Գործվածքներ	Տոննա	23	15.4	4.7	3.9	4.7	3.6	7.7	10.8	14.9
Սպիտակեղեն անկողնու	1000 հատ	125.7	63	59.9	27.3	166.6	22.5	56.2	37.2	75.6
Գորգեր և գորգագործական արտադրատեսակներ	Տոննա	3.3	7.4	31.5	26.3	19.8	18	41	44	24.2
Վերարկուներ, անջրանցիկ վերարկուներ, անջրանցիկ վերարկուներ գլխանոցով, տաք բաճկոններ, հողմապահպաններ, փոթորկապահպաններ և համանման տրիկոտաժե կամ գործած արտադրատեսակներ կանանց կամ աղջիկների համար	1000 հատ	769.1	661.3	886.8	842.4	588.4	464.5	399	463.8	128.8
Զուգագուլպաներ, ռետուզներ, գուլպաներ, կիսագուլպաներ և այլ գուլպեղեն, տրիկոտաժե կամ գործած	1000 զույգ	22 394.1	19 277.4	20 150.4	10 049.6	13 650.5	16 257.7	7 901.6	4 726.5	5 492.0
Ջերսիներ, պուլովերներ, կարդիգաններ, բաճկոններ և համանման իրեր՝ տրիկոտաժե կամ գործած	1000 հատ	2 935.3	8 914.7	6 788.3	4 367.2	4 375.6	3 476.1	3 607.3	2 020.1	2 304.3

Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Ոլորտի արտադրական հզորությունները սկսել են աճել 2013-2014 թվականներից: Դա համապատասխանում է Արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարության և դրա գործողությունների ծրագրերի հաստատմանը և ուժի մեջ մտնելուն, որի շրջանակներում ՀՀ կառավարությունը սկսել է որոշակի տեխնիկական աջակցություն տրամադրել գործող ընկերություններին, ինչպես նաև ակտիվ տեղեկատվություն տարածել ԵՄ շուկայում առկա նախապատվությունների վերաբերյալ:

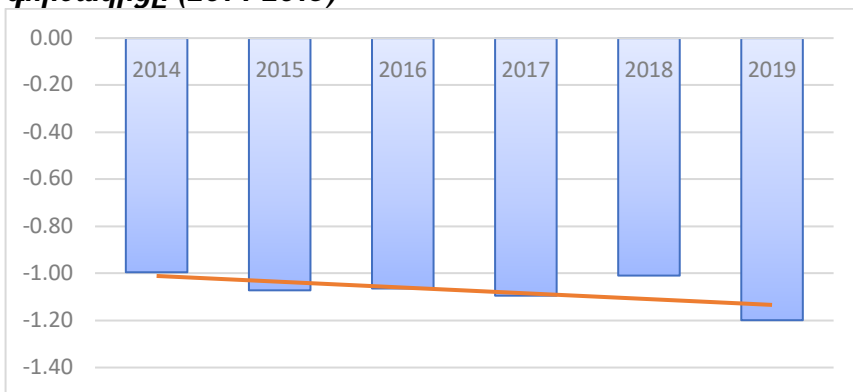
5.5 Արտադրանքի բարդության գործակից

Տնտեսական բարդության գործակիցը և արտադրանքի բարդության գործակիցը (Product Complexity Index, PCI) համապատասխանաբար տնտեսության կամ արտադրանքի գիտելիքների

հարաբերական ինտենսիվության չափման միջոցներ են: Գործակիցը հաշվարկվում է Հարվարդի համալսարանի միջազգային զարգացման կենտրոնի Հարվարդի աճի լաբորատորիայի կողմից: Ըստ տնտեսական բարդության ատլասի⁸, արտադրանքի բարդության գործակիցը դասակարգում է արտադրանքի արտադրության համար պահանջվող արտադրողական նորարարությունների և գիտելիքների բազմազանությունն ու բարդությունը:

Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության արտադրանքի բարդության գործակցի վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ այն վերջին տարիներին անկում է ապրել (ինչպես տեքստիլ ոլորտում, այնպես էլ ամբողջ տնտեսությունում)⁹ ինչը արտացոլում է արտադրվող ապրանքների բարդության նվազումը: Այլ կերպ ասած, տեքստիլ արտադրանքի արտադրությունը դառնում է ավելի պարզ, արտադրության մեջ չի պահանջում կամ օգտագործում է նոսր-հաու և չի օգտագործում բարձր որակավորում ունեցող մեծ թվով անձանց:

Գծապատկեր 4. Հայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության արտադրանքի բարդության գործակիցը (2014-2019)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնված Atlas of Economic Complexity-ի տվյալների վրա

Գենդերային հավասարությունը անմիջական կապի մեջ է գտնվում տնտեսական բարդության հետ: Մասնավորապես, գենդերային հավասարության չորս ասպեկտները (զբաղվածություն, առողջապահություն, կրթություն, իրավունքներ), իրենց 20 փոփոխականները, նույնպես հաշվարկվում են տնտեսական բարդության ինդեքսում: Կանայք, ըստ երևույթին, բարելավում են տնտեսական բարդությունը քանզի կանանց ներգրավվածությունը գիտելիքի փոխանցման և գիտության մեջ, ինչպես նաև կանանց հզորացումը սոցիալ-տնտեսական-քաղաքական իրավունքների առումով դրական գործոն է տնտեսական բարդության համար:⁹

5.6 Արտահանում և ներմուծում

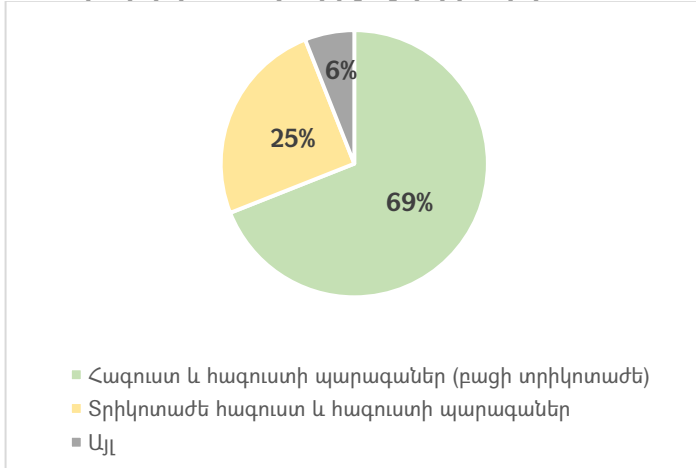
Հայաստանից տեքստիլ արտադրանքի արտահանումը կտրուկ աճել է՝ տարեկան միջինը 40%-ով 2011-2020 թվականների ընթացքում: Հազուստ և հազուստի պարագաներ՝ բացի տրիկոտաժե

⁸ Տնտեսական բարդության ատլասը վիզուալիզացիայի գործիք է, որը թույլ է տալիս ուսումնասիրել համաշխարհային առևտրի հոսքերը տարբեր շուկաներում, հետևել դրանց դինամիկային ժամանակի ընթացքում և յուրաքանչյուր երկրի համար բացահայտել աճի նոր հնարավորություններ: Մշակված լինելով Հարվարդի Քենեդու անվան կառավարման դպրոցում, Ատլասը հիմնված է Հարվարդի աճի լաբորատորիայի հետազոտությունների վրա և հանդիսանում է The Viz Hub-ի առաջատար գործիք (Աճի լաբորատորիայի վիզուալիզացիայի գործիքների պորտֆոլիո) (<https://atlas.cid.harvard.edu/>):

⁹ Gender equality and economic complexity, 2022, Quarterly Review of Economics and Finance.

մեքենայագործ կամ ձեռագործ հագուստից և պարագաներից (HS 62) կազմում են Հայաստանից 2020 թվականին տեքստիլ և հագուստի ոլորտի արտադրության արտահանման մեծ մասնաբաժինը՝ 69%, որին հաջորդում է Տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ՝ մեքենայագործ կամ ձեռագործ (HS 61) ապրանքների արտահանումը՝ մոտ 25%:

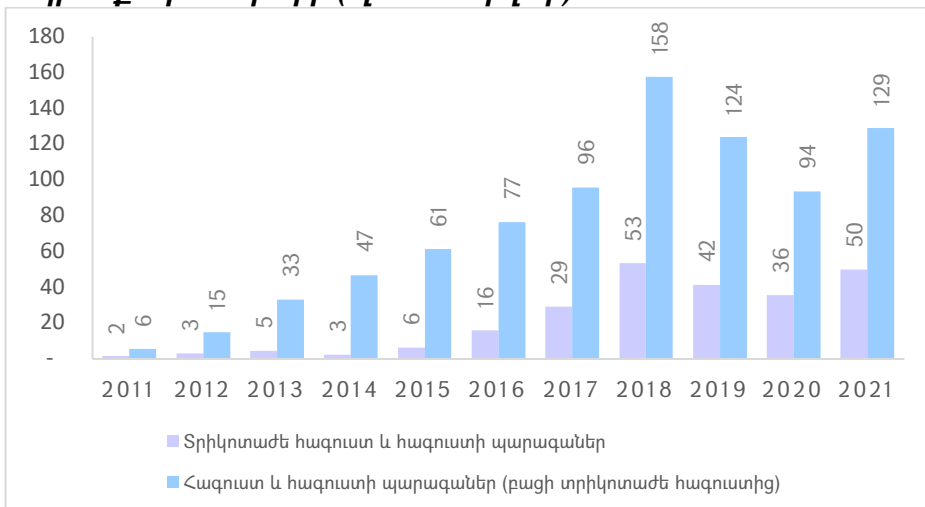
Գծապատկեր 5. Տեքստիլ ոլորտի արտահանման կառուցվածքը՝ ըստ ապրանքատեսակների



Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Արտահանման առավել մեծ աճ է գրանցվել 2017-2018 թվականներին, որը կարող է պայմանավորված լինել քաղաքական գործոններով և դրանց հետ փոխկապակցված ձեռնարկատիրական ու ներդրումային լավատեսական սպասումներով: Այնուամենայնիվ, արտահանման ծավալները որոշակի նվազել են 2019 թվականից սկսած՝ թերևս պայմանավորված նույն արտոնությունների համակարգից օգտվելու հնարավորության դադարեցման մասին տեղեկատվական ազդակների: Բնականաբար, կորոնավիրուսային համավարակով պայմանավորված վերջին տնտեսական շուկերը ևս բացասական կերպով ներազդել են արտահանման ծավալների վրա (2020 թվական):

Գծապատկեր 6. Տեքստիլ ապրանքների արտահանման ծավալները՝ ըստ հիմնական ապրանքատեսակների (մլն ԱՄՆ դոլար)

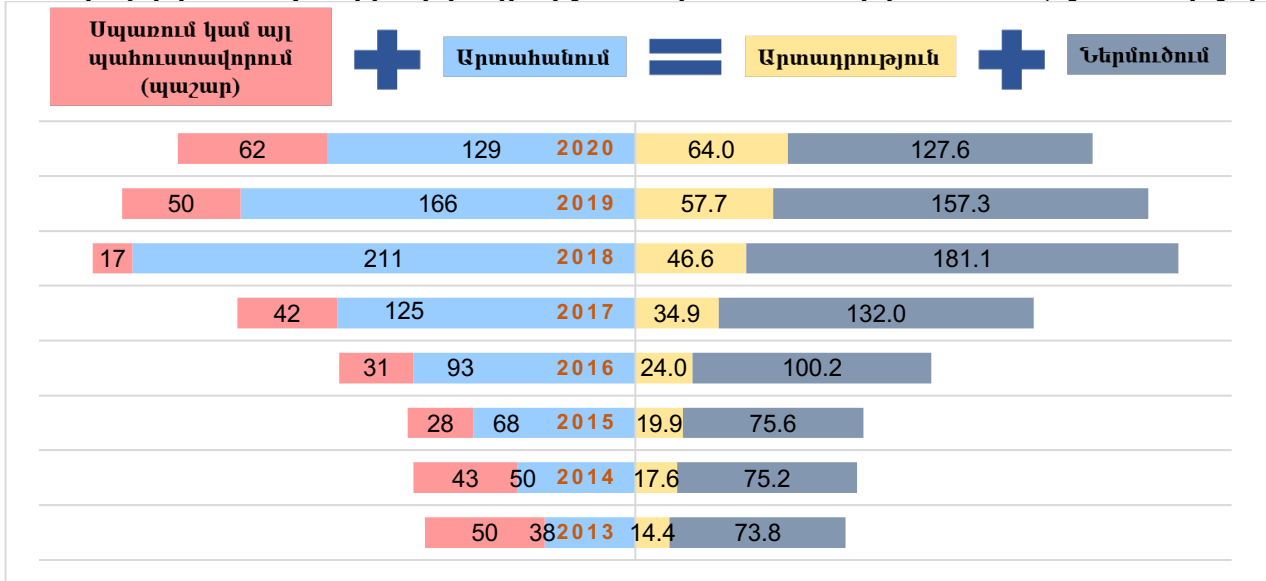


Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Հայկական տեքստիլ արդյունաբերության առանձնահատկություններից մեկն այն է, որ արտադրության ծավալները զգալիորեն զիջում են արտահանման ծավալներին: Նշվածը

պայմանավորված է այն փաստով, որ, ամենայն հավանականությամբ, հումքի արժեքը ներառված չէ արտադրության ծավալներում՝ արտապատվիրված տեքստիլ ծառայությունների դեպքում:

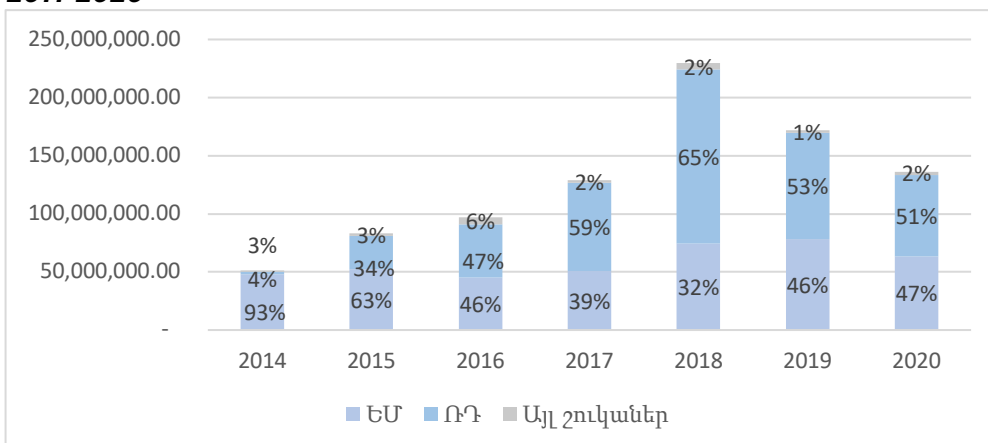
Գծապատկեր 7. Հագուստի արտադրություն, ներմուծում և արտահանում (մլն ԱՄՆ դոլար)¹⁰



Աղբյուր՝ ՀՀ ՎԿ

Հայկական տեքստիլի և հագուստի ենթադրարտադրության արտահանման հիմնական շուկաներն են Ռուսաստանի Դաշնությունը, Գերմանիան և Իտալիան: Դեպի Ռուսաստան արտահանումը 2020 թվականին կազմում է տեքստիլ և հագուստի արդյունաբերության արտահանման 50%-ը: Ընդհանուր առմամբ, 2020 թվականին նկատվել է Հայաստանի տեքստիլի և հագուստի ոլորտի հիմնական արտահանման շուկաներում արտահանման նվազում: Մասնավորապես, 2018 թվականի համեմատ դեպի Ռուսաստան արտահանումը նվազել է մոտ երկու անգամ, դեպի Իտալիա՝ ավելի քան 5 մլն ԱՄՆ դոլար և դեպի Գերմանիա՝ մոտ 9 մլն ԱՄՆ դոլար:

Գծապատկեր 8. Հագուստի և հագուստի պարագաների հիմնական արտահանման շուկաները, 2011-2020



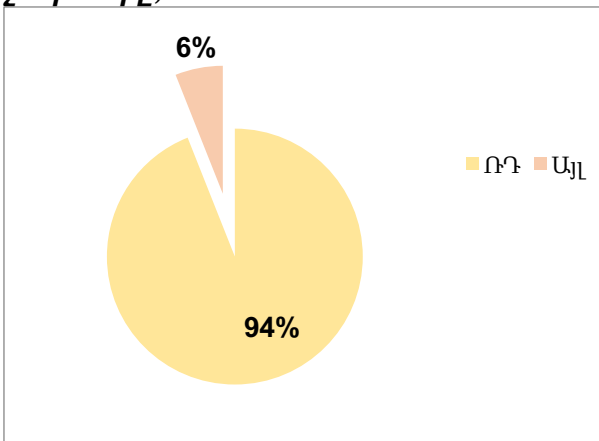
Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Արտահանման առավել մեծ ծավալներ ունեցող հիմնական՝ հագուստի և հագուստի պարագաներ (բացի տրիկոտաժե հագուստի) (62) ապրանքատեսակի արտահանման շուկան առավել

¹⁰ Արտադրության, արտահանման և ներմուծման ծավալները ներկայացված են ԱՄՆ դոլարով: Փոխարկման համար օգտագործվել է տարեկան միջին փոխարժեքը

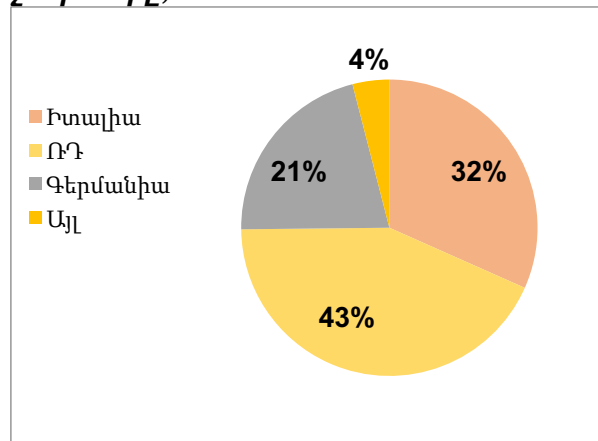
բազմազանեցված / դիվերսիֆիկացված է՝ ի տարբերություն տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ ապրանքատեսակի: Այսպես՝ տրիկոտաժե հագուստ և հագուստի պարագաներ (61) ապրանքատեսակի արտահանման հիմնական շուկան ՌԴ-ն է, որը միայնակ կազմում է շուկայի մասնաբաժնի 94%-ը, այն դեպքում երբ հագուստ և հագուստի պարագաներ (62) ապրանքատեսակի արտահանման հիմնական շուկաներն են Իտալիան, ՌԴ-ն և Գերմանիան (տես՝ Գծապատկեր 9 և 10):

Գծապատկեր 9. Հայաստանից տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների արտահանման հիմնական շուկաները, 2020



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Գծապատկեր 10. Հագուստի և հագուստի պարագաների (բացի տրիկոտաժե հագուստի) արտահանման հիմնական շուկաները, 2020

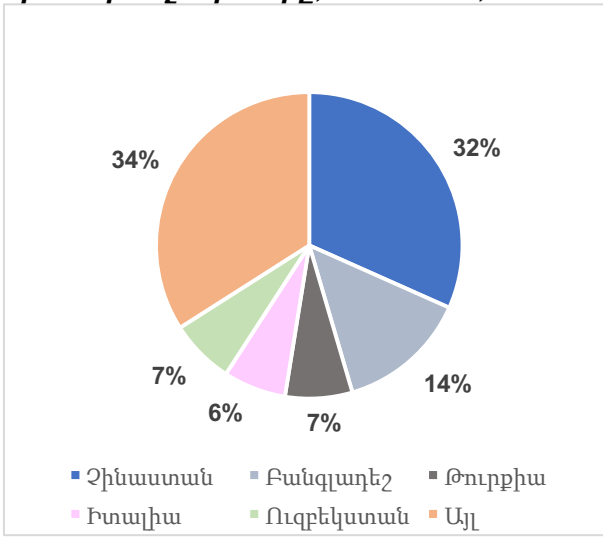


Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Հատկանշական է, որ 2021 թվականին հագուստի և հագուստի պարագաներ (բացի տրիկոտաժե հագուստի) (62) ապրանքատեսակի արտահանման էական ծավալներ են գրանցվել դեպի Սլովակիա, որը կարող է պայմանավորված լինել արտասահմանյան ընկերությունների կողմից ՀՀ տեքստիլ կազմակերպություններին մասնաձագործական ծառայությունների արտապատվիրմամբ կամ տվյալ երկրի՝ հանդիսանալով որպես ապրանքի տեղաբաշխման կապուղի:

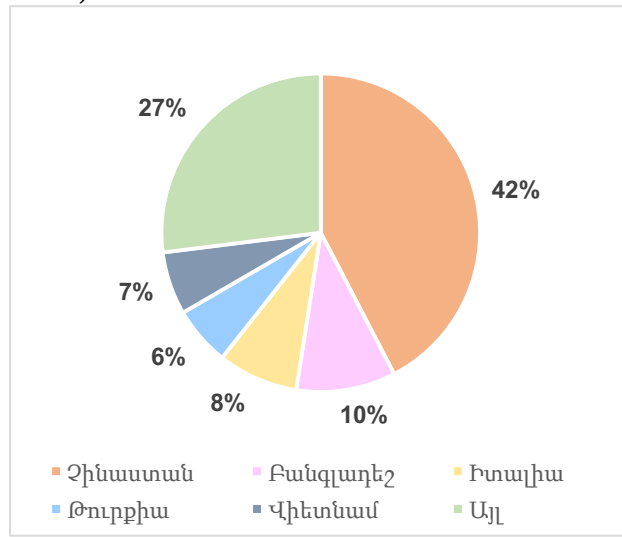
Հայաստանը, թեև նշված ապրանքատեսակներով արտահանման ծավալների մեծ կշիռ ունի դեպի ՌԴ, վերջինիս ներմուծման կառուցվածքում ունի փոքր կշիռ (1%): Այնուամենայնիվ, ՀՀ-ում գործունեություն ծավալող առանձին տեքստիլ կազմակերպություններ ՌԴ-ում ունեն նշանակալի նիշային շուկաներ, օրինակ՝ Տավուշ տեքստիլը՝ բանվորական ձեռնոցների, իսկ Ալեքս տեքստիլը՝ մանկական տրիկոտաժե հագուստի մասով:

Գծապատկեր 11. Տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների Ռ-Դ ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

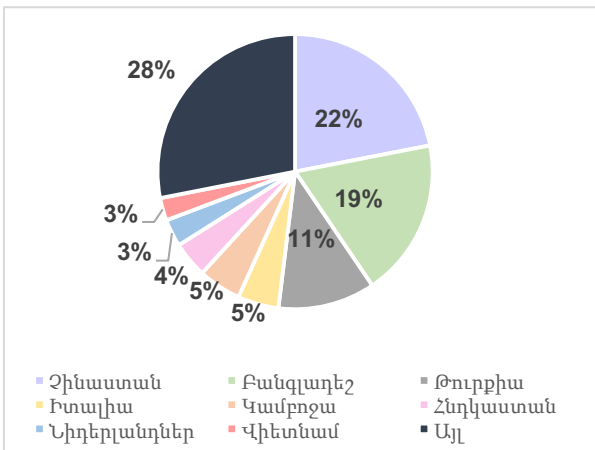
Գծապատկեր 12. Հագուստի և հագուստի պարագաների (բացի տրիկոտաժե) Ռ-Դ ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

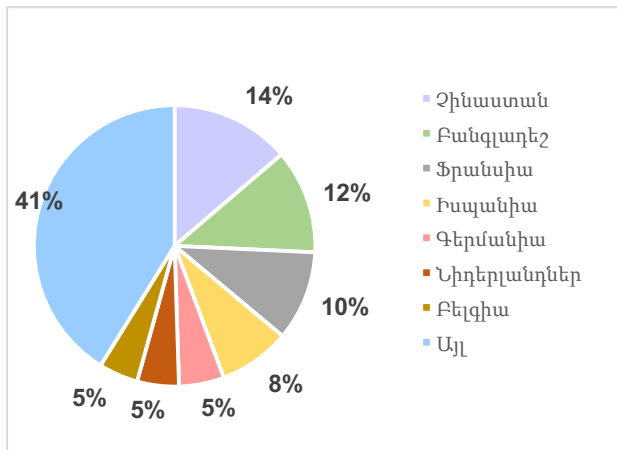
Նմանատիպ պատկեր առկա է նաև Հայաստանի արտահանման մյուս երկու շուկաներում՝ Գերմանիայում և Իտալիայում: Այստեղ ևս Հայաստանից արտահանման մասնաբաժինը շատ փոքր է: Ինչպես և Ռուսաստանի դեպքում, Չինաստանը առաջատար դեր ունի այս երկու շուկաներում:

Գծապատկեր 13. Տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների Գերմանիա ներմուծման կառուցվածքը, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

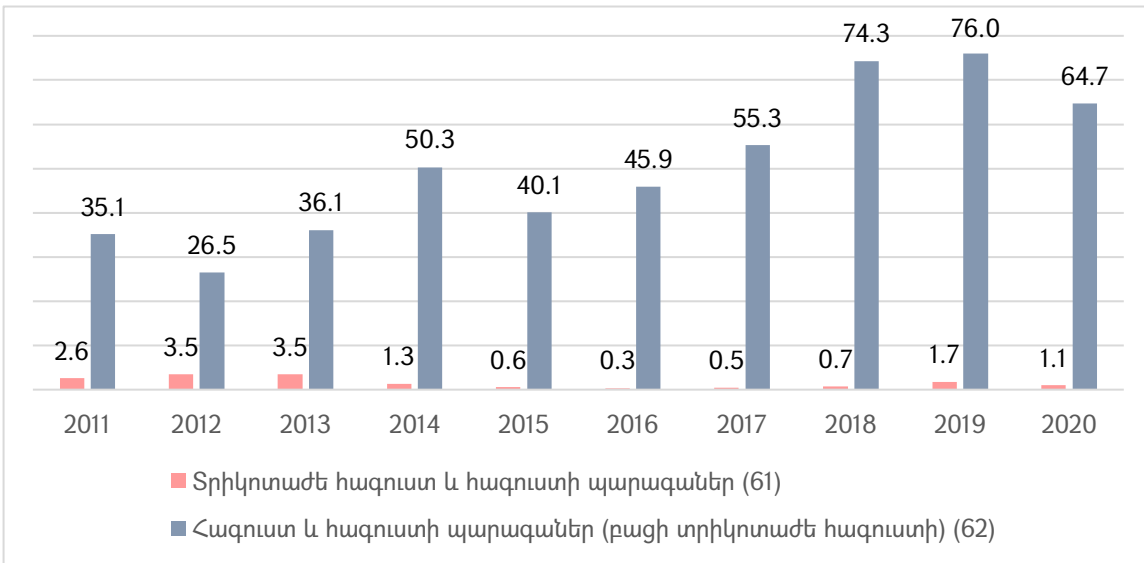
Գծապատկեր 14. Տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների Իտալիա ներկրման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Եվրամիությունը Հայաստանի հիմնական արտահանման շուկաներից մեկն է՝ 2021 թվականին 21,7% մասնաբաժնով (ըստ Հայաստանի վիճակագրական կոմիտեի տվյալների): Ըստ Եվրոստատի տվյալների՝ ԵՄ հայկական հագուստի և հագուստի պարագաների ներմուծումը 2021 թվականին կազմել է 17,3% կամ 78,2 մլն եվրո: Հարկ է նշել, սակայն, որ 2011-2020 թվականներին տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների ընդհանուր արտահանումը ԵՄ կազմել է ընդամենը 16 մլն. եվրո:

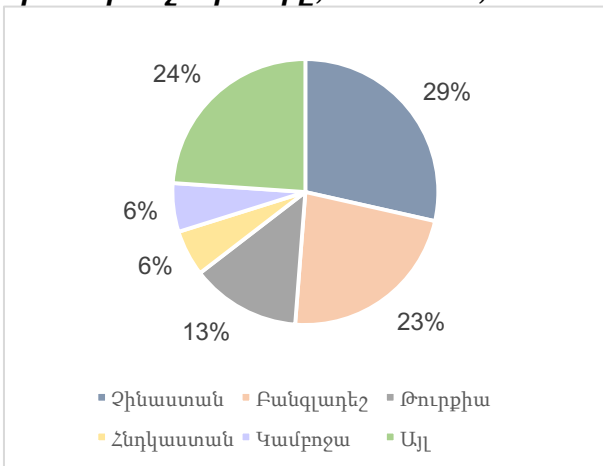
Գծապատկեր 15. Տեքստիլ հիմնական ապրանքաբեսակների՝ ՀՀ-ից ԵՄ արտահանման ծավալները, 2011-2020, մլն ԱՄՆ դոլար



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

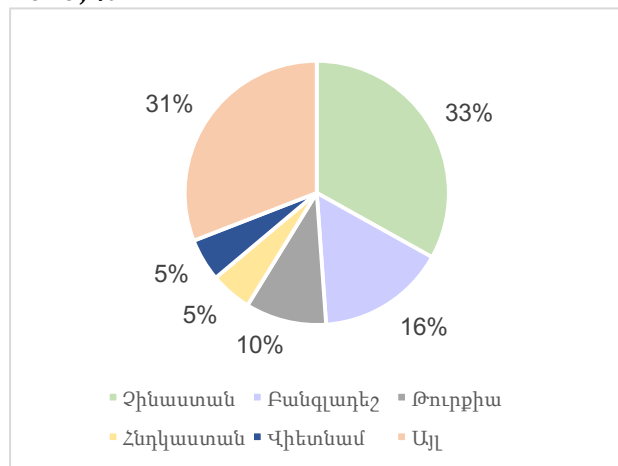
Ինչպես Ռուսաստանի դեպքում, հայկական հագուստի և հագուստի ԵՄ ներմուծման փոքր մասն է կազմում: Այս ապրանքները ԵՄ արտահանող հիմնական երկրներն են՝ Չինաստանը, Բանգլադեշը և Թուրքիան:

Գծապատկեր 16. Տրիկոտաժե հագուստի և հագուստի պարագաների ԵՄ ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

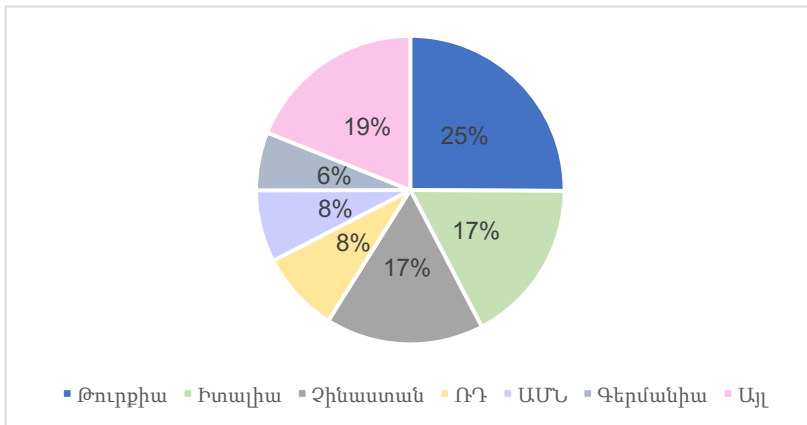
Գծապատկեր 17. Հագուստի և հագուստի պարագաների (բացի տրիկոտաժե) ԵՄ ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020, %



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Ենթաուղրտի աճելու կարողությունները հասկանալու կարևոր գործոններից են հումքի աղբյուրները, որտեղից դրանք ներմուծվում են և որոնք են դրանց ներմուծման փոխարինող կարողությունները: Վիճակագրական տվյալների համաձայն՝ 2018-2020 թվականների ընթացքում Հայաստանը ներմուծել է մոտ 383,998,764 ԱՄՆ դոլարի հումք:

Գծապատկեր 18. Տեքստիլ արտադրության հումքի ներմուծման հիմնական շուկաները, 2018-2020



Աղբյուր՝ comtrade.un.org

Կարելի է նկատել, որ առավել մեծ կշիռ ունեցող առաջին 3 շուկաները նույնն են, ինչ տեքստիլ բոլոր ապրանքատեսակների դեպքում՝ այլ հերթագայությամբ ու կշռով: Մասնավորապես, ներկրվող տեքստիլ արտադրանքի մոտավորապես 36%-ը Թուրքիայից է, 31%-ը՝ Չինաստանից և 23%-ը՝ Իտալիայից:

Պետք է նկատել, որ առանձին ապրանքատեսակների մասով որոշակիորեն մեծ են ներմուծման ծավալներն առանձին երկրներից: Այսպես, վերջին տարիներին որոշակիորեն աճել են Ուզբեկստանից << բամբակի (52) և ձեռագործ կամ մեքենայագործ տրիկոտաժե պաստառների (60) ներմուծման ծավալները:

Ամփոփելով վերոգրյալը, կարելի է եզրակացնել, որ

- ԵՄ հանդիսանում է և կմնա որպես արտապատվիրված ապրանքների շուկա,
- Ռուսաստանը աճի հիմնական շուկան է, եթե հաշվի առնենք նաև, որ Հայաստանն ու Ռուսաստանը գտնվում են նույն միությունում, որտեղ մաքսատուրքեր չեն կիրառվում,
- Ոլորտի կայուն աճն ապահովելու համար կա վերջնական արտադրանքի արտահանման և հումքի ներմուծման դիվերսիֆիկացման մեծ անհրաժեշտություն,
- Վերլուծությունը ցույց տվեց, որ արտահանման ծավալն ավելի մեծ է, քան արտադրությունը, և այս երկընտրանքի վերլուծության կարիք կա:

5.7 Ավելացված արժեք մեկ աշխատանքային ժամի համար

Մեկ աշխատանքային ժամի ավելացված արժեքը, կամ պարզապես արտադրողականությունը ցույց է տալիս արտադրված ապրանքների և ծառայությունների արժեքը մեկ ժամվա ընթացքում: Այլ կերպ ասած, այն չափում է, թե որքան արդյունավետ է աշխատուժը համակցված արտադրության այլ գործոնների հետ և օգտագործվում արտադրական գործընթացում: Աշխատանքի արտադրողականությունը չափվում է տարածաշրջանի կամ ոլորտի արտադրության ընդհանուր ծավալը բաժանելով դրան հասնելու համար օգտագործված աշխատուժի ներդրանքի արժեքին: Ծավալը հաշվարկվում է օգտագործելով համախառն ավելացված արժեքը:

Հիմք ընդունելով վերոնշյալ սահմանումը, կարելի է ասել, որ ընկերության մեկ ժամվա աշխատանքի ավելացված արժեքը կարելի է հաշվարկել հետևյալ կերպ .

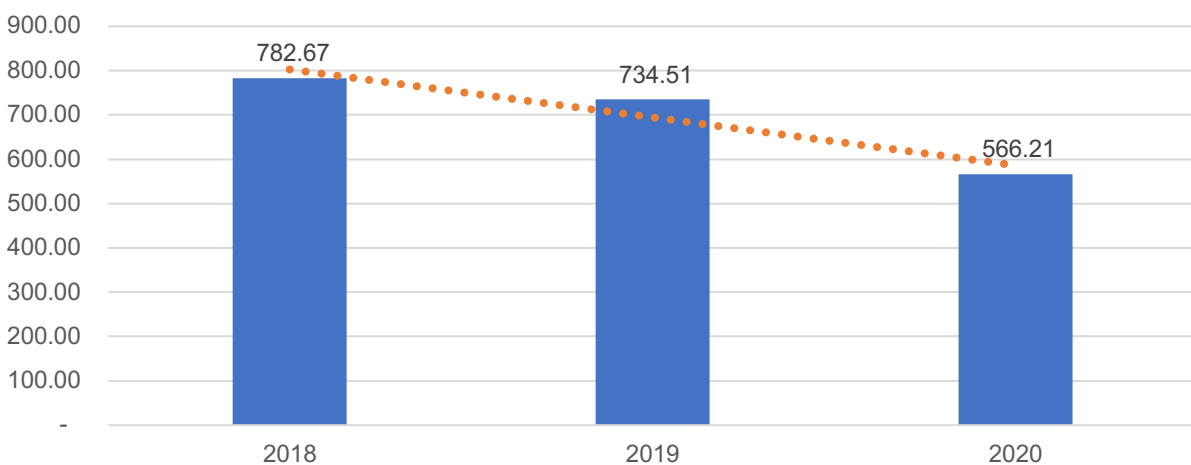
Ավելացված արժեքը 1 աշխատանքային ժամի համար = Ընկերության ավելացված արժեքը / աշխատած ժամերի քանակը

որտեղ,

Ընկերության ավելացված արժեքը = Աշխատավարձի ընդհանուր ծախսերը + շահույթը մինչև հարկումը

Հիմք ընդունելով ՀՀ պետական եկամուտների կողմից տրված տվյալները, վերջին երեք տարիների ընթացքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի ավելացված արժեքի ցուցանիշը նվազել է: Սա վկայում է, որ ոլորտում նվազում է արտադրողականության մակարդակը:

Գծապատկեր 19. Հայաստանի տեքստիլ ոլորտում ավելացված արժեքի ցուցանիշը, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)¹¹



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Այս անկման պատճառը կարող է լինել նաև աշխատանքի «բարենպաստ» պայմանների բացակայությունը կամ ցածր մակարդակը, երբ արտադրության մեջ զբաղվածների գեներացիան հիմնական կարիքները և ռազմավարական շահերը ի նկատի առնված չեն:

5.8 Հիմնական ներմուծման շուկաներում մաքսային խոչընդոտները

Ինչպես արդեն նշվել էր, Հայաստանի հագուստի և հագուստի պարագաների արտահանման հիմնական շուկաներն են Եվրասիական տնտեսական միության (ԵԱՏՄ) և Եվրոպական միության անդամ երկրները: Հայաստանը հանդիսանում է ԵԱՏՄ անդամ երկիր, ինչը նշանակում է, որ ունի այդ շուկաներ առանց սահմանափակումների և առանց մաքսատուրքերի մուտքի իրավունք: Ստորև աղյուսակը ներկայացնում է տեքստիլ և հագուստի ապրանքների նկատմամբ կիրառվող մաքսատուրքերի համեմատությունը ԵԱՏՄ շուկայում հայկական ընկերությունների հիմնական մրցակիցների համեմատ:

Աղյուսակ 4 ԵԱՏՄ շուկայում տեքստիլ արտադրանքի հիմնական արտահանողների համար գործող մաքսատուրքերը

Երկիր	ԵԱՏՄ-ում կիրառվող մաքսատուրքեր
Հայաստան	0%

¹¹ 2021 թվականի տվյալները ներկայացված չեն, քանի որ այս պահին ոչ բոլոր ընկերություններն են ներկայացրել 2021 թվականի ֆինանսական հաշվետվությունները:

Բանգլադեշ	3.54%
Բելառուս	0%
Չինաստան	5.99%
Իտալիա	4.49%
Թուրքիա	4.10%
Ուզբեկստան	0%
Վիետնամ	0.53%

Աղբյուր՝ wits.worldbank.org | trade.ec.europa.eu

Հայաստանի տեքստիլ արտադրանքի արտահանման մյուս հիմնական շուկան Եվրոպական միությունն է: 2022 թվականին Հայաստանը զրկվեց ԵՄ կողմից տրամադրվող GSP+ համակարգի արտոնություններից: Սա նշանակում է, որ ԵՄ տեքստիլ և հագուստի պարագաներ արտահանելու դեպքում հայկական կազմակերպությունները պետք է վճարեն 12% մաքսատուրք:

Աղյուսակ 5 ԵՄ շուկայում տեքստիլ արտադրանքի հիմնական արտահանողների համար գործող մաքսատուրքերը

Երկիր	ԵՄ-ում կիրառվող մաքսատուրքեր
Հայաստան	12%
Բանգլադեշ	0% (ՋԲԱԻ ¹²)
Կամբոջա	0% (ՋԲԱԻ)
Չինաստան	12%
Հնդկաստան	9.6% (ստանդարտ GSP ¹³)
Թունիս	12%
Թուրքիա	0% (մաքսային միության դրույքաչափ ¹⁴)
Ուզբեկստան	0% (GSP+)
Վիետնամ	9.6% (Ստանդարտ GSP)

Աղբյուր՝ wits.worldbank.org | trade.ec.europa.eu

Որպես ամփոփում, անհրաժեշտ է ընդգծել, որ

- Հայաստանը մրցունակ դիրքեր ունի ռուսական շուկայում՝ հաշվի առնելով, որ Հայաստանը ԵԱՏՄ անդամ է,
- Հայաստանը 2022 թվականին հունվարից չի օգտվում Եվրոպական ԵՄ GSP+ արտոնյալ առևտրային ռեժիմի հնարավորություններից,
- Ուզբեկստանն ու Վիետնամը համարվում են ռուսական շուկայում հիմնական մրցակիցները
- Հայաստանի արտահանման հիմնական երկու շուկաներում Ուզբեկստանն ունի արտոնություններ:

¹² ՋԲԱԻ (Ջենքից բացի ամեն ինչ)՝ հատուկ մոտեցում թույլ զարգացած երկրների համար, զենքից և զինամթերքից բացի բոլոր ապրանքների համար ապահովելով մուտք ԵՄ տարածք առանց մաքսատուրքերի և քանակական սահմանափակումների:

¹³ Ստանդարտ GSP ցածր կամ միջինից ցածր եկամուտ ունեցող երկրների համար: Սա նշանակում է ապրանքային խմբերի երկու երրորդ նկատմամբ կիրառվող ցածր մաքսատուրքեր կամ դրանց լրիվ բացակայություն:

¹⁴ 1963 թվականի Թուրքիան Եվրոպական տնտեսական համագործակցության հետ կնքեց Ասոցացման համաձայնագիր, ինչը նախատեսում էր երեք փուլ Թուրքիայի՝ ԵՄ ընդհանուր շուկային հետզհետե միանալու համար՝ Մաքսային միության ստեղծման միջոցով: 1973 թվականին ուժի մեջ մտավ Լրացուցիչ արձանագրությունը, որը երկու կողմերի միջև վերացրեց գործող մաքսատուրքերը:

5.9 Կայուն տեքստիլ արդյունաբերություն

Չնայած բազմաթիվ օգուտների, որոնցից երկուսն են նոր աշխատատեղերի ստեղծումն ու տնտեսության աջակցումը, ոլորտը սպառում է մեծ ծավալի էներգիա, աղտոտում է շրջակա միջավայրը, առաջացնում է թափոններ, իսկ նրա գործունեությունը ուղեկցվում է մարդու իրավունքների խախտման բազմաթիվ օրինակներով: Սոցիալական և շրջակա միջավայրի բացասական ազդեցությունը շարունակվում է տարիներ և միայն վերջերս նկատելի է սպառողների պահանջների փոփոխություն, որի կիզակետում է կայունության գաղափարը:

Ներկայումս Հայաստանի տեքստիլ ոլորտը համաշխարհային տեքստիլ արդյունաբերության շատ փոքր մասն է կազմում և հիմնականում ներկրված հումքից հագուստեղեն է արտադրում՝ ինչը չի պահանջում գործվածքի որևէ տեսակի մշակում: Այնուամենայնիվ, որոշ խոշոր ընկերություններ հայտարարել են իրենց բիզնեսի ընդլայնման ծրագրերի մասին, որոնց իրագործման արդյունքում կարող են արտադրվել գործվածքներ, իսկ այդ գործընթացը արդեն իսկ ներառում է ներկումը և վերջնական մշակումը: Դա կարող է բարձրացնել բնապահպանական ռիսկերի մակարդակը, ինչն իր հերթին կպահանջի արտադրական թափոնների համապատասխան կառավարում:

«Կայունությունը» բարդ հասկացություն է: Շատ հաճախ դրա մասին խոսելուց, առաջին հերթին մտածում ենք էկո-դիզայնի կամ շրջակա միջավայրի համար վնաս չներկայացնող նյութերի օգտագործման մասին: Իրականում այն ավելի լայն է և ներառում է այնպիսի կարևոր բաղադրիչ, ինչպես օրինակ սոցիալական կողմը (օրինակ՝ հումքի արտադրության երկրում աշխատանքային պայմանները, կանանց կամ երեխաների աշխատանքային իրավունքների պաշտպանությունը): Կենսակայուն արդյունաբերությունն ունի մեկ այլ բաղադրիչ ևս, տնտեսական, թե ինչքանով է արդյունաբերությունը զարգանում տեղական հումքի արտադրության խրախուսման և տեղական արտադրանքի վաճառքների ծավալների ընդլայնման աջակցության շնորհիվ:

2017 թ-ին Հայաստանի տեքստիլ և հագուստի ոլորտում անցկացրած հետազոտության հիման վրա, հայտնաբերված հիմնական խնդիրներից մեկն էր միջազգային որակի չափանիշներին արտադրանքի լիարժեք համապատասխանության բացակայությունը: Նորածնության և դիզայնի պալատի կողմից անցկացված 2020 թվականի հետազոտության արդյունքները ցույց են տալիս, որ Հայաստանի տեքստիլ և հագուստի ոլորտում աշխատողների ավելի քան 90% -ը կանայք են, և ինչպես նշվում է մեկ այլ՝ 2017թ-ի զեկույցում, իրավիճակը այդպիսին է արդեն երկար տարիներ: Սակայն, նույնիսկ լինելով տնտեսության գրեթե «կանացի» ոլորտ, այն գենդերային խնդիրների բացահայտման և լուծման կարիք ունի:

Մյուս հնարավոր լուծումը ոլորտի զարգացման ծրագրի և գործողությունների պլանի գենդերային ուղղորդումն է, իր բոլոր անհրաժեշտ քայլերով: Այդ քայլերի թվում են խնդիրների բացահայտումը ուսումնասիրությունների և սեռով տարանջատված տվյալների հավաքագրմամբ, ոլորտի գենդերային կարգավորման/ բարելավման առաջարկությունների նախապատրաստումը, դրանց գենդերային ազդեցության գնահատումը և մշտադիտարկման մեխանիզմների սահմանումը:

Կան մի շարք ստանդարտներ կամ հավաստագրման համակարգեր, որոնք նպաստում են ոչ միայն աշխատանքային իրավունքների պաշտպանությանը կամ խտրականության դեմ պայքարին, այլև ընկերություններին աջակցում են ռազմավարություններ մշակելու և իրենց ջանքերն աջակցող միջավայրի պահպանությանն ուղղելու, հումքի աղբյուրների վերաբերյալ ավելի պատասխանատու

որոշում ընդունելու նպատակով և այլն: Այդպիսի ստանդարտներից ու հավաստագրման համակարգերից են՝

- **Սոցիալական**

- Սոցիալական աուդիտ: SMETA, BSCI
- Սոցիալական հավաստագրում SA 8000. հիմնված է միջազգայնորեն ընդունված պարկեշտ աշխատանքի, ներառյալ Declaration of Human Rights, ILO Conventions և ազգային օրենքներում զետեղված չափանիշների վրա:
- Առողջության և անվտանգության կառավարման համակարգ ISO 45001՝ աշխատանքի անվտանգության և առողջության կառավարման համակարգ է: ISO 45001-ի նպատակը՝ աշխատանքի հետ կապված վնասվածքների և հիվանդությունների դեպքերի նվազեցումն է, ներառյալ ֆիզիկական և մտավոր առողջության խթանումն ու պահպանումը:
- WRAP: աշխարհում ամենամեծ անկախ սերտիֆիկացման ծրագիր է, որը վերաբերում է հագուստի, կոշիկեղենի և կարված ապրանքների ոլորտներին: Այն սերտիֆիկացնում է արտադրական հաստատությունները WRAP- ի 12 սկզբունքների հիման վրա, որոնք ունեն սոցիալական ուղղվածություն:

- **Բնապահպանական**

- *ISO 14001 Շրջակա միջավայրի կառավարման համակարգ.* Ստեղծված է՝ օժանդակելու կազմակերպություններին նվազագույնի հասցնել իրենց գործունեության հետևանքով առաջացող շրջակա միջավայրի վրա բացասական ազդեցությունը, համապատասխանել գործող օրենքներին, կանոնակարգերին և այլ բնապահպանական պահանջներին:
- *ISO 50001 էներգիայի կառավարման համակարգ.* Տրամադրում է էներգիայի օգտագործման բարելավմանն ուղղված գործնական ճանապարհներ՝ հեշտացնելով որակի և շրջակա միջավայրի կառավարման բարելավման նպատակով կազմակերպությունների կողմից էներգիայի կառավարման ինտեգրումը բիզնես գործընթացներում:

- **Սոցիալական և բնապահպանական**

- *B-Corp.* B վավերացում ստացած կազմակերպությունները հավասարակշռված մոտեցում են ցուցաբերում իրենց շահույթին ու նպատակներին՝ արագացնելով համաշխարհային մշակութային փոփոխությունները և վերասահմանելով բիզնեսում «հաջողություն» գաղափարը: Հավաստագրումը եռաստիճան գործընթաց է, որը ներառում է կազմակերպության գնահատումը, համադրումը այլ կազմակերպությունների գործելակերպի հետ և հնարավոր բարելավման ուղղությունների բացահայտումը:

- **Գենդերային**

- ԱՄԿ մասնակցային գենդերային աուդիտ գործիք (ILO Participatory Gender Audit tool)¹⁵
- Կանանց զորացման 7 սկզբունքները, ՄԱԿ Կանայք (UN Women, Women empowerment principles)¹⁶
- Գենդերային ուղղորդման սկզբունքներ և գործիքներ:

¹⁵ <https://www.itcilo.org/resources/ilo-participatory-gender-audit>

¹⁶ <https://www.weps.org/about>

- Այս ստանդարտներ, նախաձեռնություններ և պատշաճ գործելակերպեր, ինչպես օրինակ **Global Recycled Standard, Recycled Claim Standard (RCS 100), Bluesign, Oeko-Tex, Newlife, Bionic Yarn, Global Organic Textile Standard, Organic Content Standard, Global Recycled Standard, The Zero Discharge of Hazardous Chemicals** և այլն.

5.10 Կրթություն

Տեքստիլ արդյունաբերությունը Հայաստանի ամենադինամիկ զարգացող տնտեսական ենթաճյուղերից մեկն է, որը գործում է ստեղծագործական, բիզնեսի և տեխնոլոգիայի ոլորտների խաչմերուկում: Ոլորտի զարգացումն ապահովելու նպատակով անհրաժեշտ է լավ պատրաստված, ժամանակակից և «բազմակողմանի» մասնագետներ, որոնք կկարողանան համատեղել ստեղծագործությունը, տեխնիկական և մասնագիտական գիտելիքները և հմտությունները միջազգային շուկայի ներկայիս պահանջների հետ:

Ցավոք այսօր հետազոտական և կրթական համակարգը Հայաստանում հնարավորություն չի տալիս բավարարել թեթև արդյունաբերության հիմնական կարիքները, հատկապես, եթե դա դիտարկում ենք զարգացման տեսանկյունից: Թեթև արդյունաբերության առնչվող կրթությունը դեռևս չի մատուցում այն գիտելիքները, որոնք անհրաժեշտ է համակարգի զարգացման համար: Արդյունքում այս ոլորտի կրթությունը գրավիչ չէ երիտասարդների համար: Դա պայմանավորված է ինչպես կրթական մեթոդներով, այնպես էլ մատուցվող նյութերի որակով և ժամկետանց լինելու հանգամանքով:

Բացակայում է նորաձևության և դիզայնի արդի մոտեցումները, տեխնիկապես հագեցած դասասենյակներ և ժամանակակից ուսումնական պլանը, որը կարող է ապահովել համակարգային նորաձևության կրթություն: Չկա նաև բավարար թվով ինքնակայուն ուսումնական կենտրոններ՝ գործնական ուսուցման դասընթացների և հմտությունների բարձրացման համար: Ընդհանուր առմամբ, բիզնես մոտեցումը և գոյություն ունեցող կրթական հաստատությունների և տեքստիլ արդյունաբերության խաղացողների միջև կապը գործնականում բացակայում է, ինչը հանգեցրեց ոլորտի ձեռնարկությունների համար հմուտ աշխատուժի սահմանափակ հասանելիությանը:

Երկրում կան ոլորտի մի քանի բարձրագույն մասնագիտական հաստատություններ, բացի այդ միջին մասնագիտական կրթություն և ուսուցում տրամադրող կառույցներ, ինչպես նաև համապատասխան մարզային մասնաճյուղեր: Ոլորտի 2020-2021 թվականին իրականացված ուսումնասիրությունը բացահայտել է, որ բոլոր ուսումնական հաստատություններում առկա են նորաձևության և դիզայնի, հագուստի մոդելավորման, կարի արտադրության տեխնոլոգիայի ուսուցում:

Ըստ կրթական հաստատությունների, նորագույն սարքավորումների հետ աշխատանքը, օտար լեզուների իմացությունը և անձնական նախաձեռնողականության դրսևորման բացակայությունը այն հմտություններ են, որոնք անհրաժեշտ է բարելավել ուսանողների մոտ: Այս հարցերից բացի կրթական հաստատություններն ունեն այլ խնդիրներ ևս, որոնք վերաբերում են ժամանակակից սարքավորումներին և տեխնոլոգիաներին, ինչպես նաև միջազգային դասընթացներին և հմտությունների հզորացման միջոցառումներին մասնակցության կարողությունները: Դա բացատրվում է հայկական կրթական հաստատությունների և աշխարհի միջև փոխգործակցության,

գիտելիքի և փորձի (այդ թվում՝ համատեղ կրթական ծրագրերի) փոխանակման բացակայությամբ, ինչը հանգեցնում է հայկական կրթական մեթոդների և մոտեցումների ժամկետանց դառնալուն:

Հետազոտության արդյունքներով պարզվում է, որ արտադրողների մոտ 62%-ը չի համագործակցում կրթական հաստատությունների հետ: Ըստ մասնավոր հատվածի, կրթական հաստատություններում առկա խնդիրներից է .

- Ուսումնական հաստատություններում կիրառական գիտելիքներ չփոխանցելը
- Համագործակցությունը ոչ պատշաճ կազմակերպումը, մոտիվացիայի բացակայությունը
- Ուսումնական հաստատությունների հետ թույլ կապը
- Կրթության որակը

Ըստ ոլորտի մասնագետների, գործատուների, կրթական հաստատությունների և ուսանողների լրացուցիչ վերապատրաստման կարիք կա հետևյալ բնագավառներում՝

Գործատու	Կրթական հաստատություն	Ուսանող
Մարքեթինգային ծառայություններ (digital marketing)	Fashion Design	Մասնագիտական գործնական հմտություններ
Միասնական ձևման ծառայություն	Կոմպոզիցիա	Մոդելավորում
Միասնական դիզայնի ծառայություն	Հագուստի նախագծում	Կարուձև
Հագուստի նախագծման և մոդելավորման հմտություններ	Կարի տեխնոլոգիա	Մասնագիտական տեսական հմտություններ
Կառավարում	Բատիկ	Գրաֆիկ դիզայն
Թվայնացում «Assol» CAD	Ոճաբանություն	Պրոֆեսիոնալ լուսանկարչություն
Նորաձևության դիզայնի դասընթաց	Նյութագիտություն, հագուստի պատմություն	Հագուստի նախագծման և մոդելավորման հմտություններ
Կարի տեխնոլոգիա	Կրեատիվության զարգացում	Արդյունավետ կառավարում և թվայնացում
Արտադրության կառավարում	Մակետավորում	
Կարի օպերատորների պատրաստում	Կարի օպերատորներ պատրաստում	

5.11 Օրենսդրություն

2011 թվականին ՀՀ կառավարության կողմից ընդունված Արտահանմանն ուղղված արդյունաբերական քաղաքականության ռազմավարությունը նախանշում է զարգացման և արտահանման ներուժ ունեցող ոլորտները և սահմանում է կառավարության կողմից ձեռնարկվող գործողությունները կարգավորող դաշտի բարելավման, առևտրի խոչընդոտների վերացման, ենթակառուցվածքների արդիականացման, հայկական արտադրանքի մրցունակության բարձրացման և օտարերկրյա ներդրումների ներգրավման ուղղությամբ: Արդյունաբերական քաղաքականության ուղղորդող տեսլականն էր Հայաստանը դիրքավորել որպես բարձրարժեք և գիտելիքահեն ապրանքներ և ծառայություններ արտադրող երկիր, որի հիմքում ընկած է ստեղծագործ մարդկային կապիտալը:

Ռազմավարության փաստաթղթում տասնմեկ ոլորտներ նշված են որպես արտահանման զգալի ներուժ ունեցող ոլորտներ: Քաղաքականության իրականացման համար մշակվել են համապատասխան ռազմավարություններ և գործողությունների ծրագրեր յուրաքանչյուր ընտրված ոլորտի համար, ներառյալ տեքստիլ և հագուստի արտադրությունը:

Կան մի շարք իրավական ակտեր, որոնք ուղղակիորեն կամ անուղղակիորեն կարգավորում են ոլորտը: Այդ իրավական ակտերն են՝

- «Թեթև արդյունաբերության արտադրանքի անվտանգության մասին» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգ (ՄՄ ՏԿ 017/2011),
- «Երեխաների և դեռահասների համար նախատեսված արտադրանքի անվտանգության մասին» Մաքսային միության տեխնիկական կանոնակարգ (ՄՄ ՏԿ 007/2011)¹⁷
- Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2004 թվականի հուլիսի 15-ի «Արտադրական միջավայրում և աշխատանքային գործընթացի վնասակար ու վտանգավոր գործոնների ազդեցությանը ենթարկվող բնակչության առանձին խմբերի առողջական վիճակի պարտադիր նախնական (աշխատանքի ընդունվելիս) և պարբերական բժշկական զննության անցկացման կարգը, գործոնների, կատարվող աշխատանքների բնույթի, զննության ծավալի, բժշկական հակացուցումների ցանկերը և աշխատանքի պայմանների հիգիենիկ բնութագրման կարգը հաստատելու մասին» N 1089-Ն որոշում.
- Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2005 թվականի դեկտեմբերի 29-ի «Մինչև 18 տարեկան անձանց, հղի և մինչև մեկ տարեկան երեխա խնամող կանանց համար ծանր և վնասակար համարվող աշխատանքների ցանկը հաստատելու մասին» N 2308-Ն որոշում.
- Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2010 թվականի դեկտեմբերի 2-ի «Ծանր, վնասակար արտադրությունների, աշխատանքների, մասնագիտությունների և պաշտոնների, առանձնապես ծանր, առանձնապես վնասակար արտադրությունների, աշխատանքների, մասնագիտությունների և պաշտոնների ցանկերը հաստատելու, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2005 թվականի օգոստոսի 11-ի N 1599-Ն որոշման մեջ փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու, Հայաստանի Հանրապետության կառավարության 2006 թվականի հունիսի 16-ի N 876-Ն որոշման մեջ փոփոխություններ կատարելու և Հայաստանի Հանրապետության կառավարության մի շարք որոշումներ ուժը կորցրած ճանաչելու մասին» N 1698-Ն որոշում.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2002 թվականի մարտի 6-ի «Աղմուկն աշխատատեղերում բնակելի և հասարակական շենքերում և բնակելի կառուցապատման տարածքներում» N2-III-11.3 սանիտարական նորմերը հաստատելու մասին» N 138 հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2005 թվականի օգոստոսի 15-ի ««Աշխատանքի հիգիենիկ դասակարգումը ըստ արտադրական միջավայրի վնասակար և վտանգավոր գործոնների, աշխատանքային գործընթացի ծանրության և

¹⁷ <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/texnreg/deptexreg/tr/Pages/bezopDeti.aspx>

լարվածության ցուցանիշների» N2.2-002-05 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 756-Ն հրաման.

- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2005 թվականի սեպտեմբերի 16-ի ««Արտադրական սենքերի միկրոկլիմայի» ՍՆ N2.2.4-001-05 սանիտարական նորմերը հաստատելու մասին» N 842-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2006 թվականի մայիսի 17-ի ««Աշխատատեղերում, բնակելի և հասարակական շենքերում թրթռման (վիրբրացիայի) հիգիենիկ նորմերը» N2.2.4-009-06 հաստատելու մասին» N 533-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2009 թվականի հոկտեմբերի 29-ի ««Վտանգավոր քիմիական թափոնների գործածությանը և վտանգավոր քիմիական նյութերի պահպանմանը և փոխադրմանը ներկայացվող հիգիենիկ պահանջներ» N 2.1.7-001-09 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 20-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2010 թվականի դեկտեմբերի 6-ի ««Կազմակերպությունների աշխատատեղերում աշխատանքային գոտու օդում քիմիական նյութերի սահմանային թույլատրելի կոնցենտրացիաները» N2.2.5-004-10 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 27-Ն հրաման.
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2012 թվականի սեպտեմբերի 19-ի ««Կազմակերպություններում աշխատողների սանիտարակենցաղային սենքերի» N 2.2.8-003-12 սանիտարական կանոններ և նորմերը հաստատելու մասին» N 15-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2005 թվականի դեկտեմբերի 14-ի ««Մանուկների, դեռահասների և մեծահասակների հագուստին ներկայացվող հիգիենիկ պահանջներ» N 2.III.4-7 սանիտարական կանոնները հաստատելու մասին» N 1191-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության առողջապահության նախարարի 2014 թվականի հուլիսի 3-ի ««Մարդու մաշկի հետ շփվող արտադրատեսակների համար նյութերին (արտադրատեսակներին), հագուստին, կոշիկներին ներկայացվող սանիտարահամաճարակաբանական և հիգիենիկ պահանջներ» N 2.1.7.011-14 սանիտարական կանոնները և նորմերը հաստատելու մասին» N 41-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարի 2019 թվականի սեպտեմբերի 18-ի «Միջին մասնագիտական կրթության 0212.02.5 «Հագուստի մոդելավորում և նախագծում» մասնագիտության 0212.02.01.5 «մոդելավորող-նախագծող» որակավորման պետական կրթական չափորոշիչը հաստատելու մասին» N 09-Ն հրաման
- Հայաստանի Հանրապետության կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարի 2021 թվականի հունվարի 11-ի «Միջին մասնագիտական կրթության 0723.03.5 «Հագուստի պատրաստման տեխնոլոգիա» մասնագիտության 0723.03.01.5 «Տեխնոլոգ` հագուստի պատրաստման» որակավորման պետական կրթական չափորոշիչը հաստատելու մասին» N 15-Ն հրաման:

Ոլորտի աշխատանքը ճիշտ կազմակերպելու, խտրականությունը բացառելու և կանանց ու տղամարդկանց համապատասխան ներգրավվածությունը ապահովելու համար՝ ՀՀ-ում ընդունվել են և գործում են մի շարք ազգային և միջազգային իրավական ակտեր և ազգային ծրագրեր: Դրանց թվում են .

- ՀՀ Սահմանադրություն /հոդվածներ 29, 30, 86 /,
- Հայաստանի հանրապետության օրենքը կանանց և տղամարդկանց հավասար իրավունքների և հավասար հնարավորությունների ապահովման մասին,
- Գենդերային քաղաքականության հայեցակարգ,
- Հայաստանի հանրապետությունում գենդերային քաղաքականության իրականացման 2019-2023 թվականների ռազմավարությանը և միջոցառումների ծրագիր,
- Մարդու իրավունքների համընդհանուր հռչակագիր,
- Տնտեսական, սոցիալական և մշակութային իրավունքների միջազգային դաշնագիր
- Պեկինյան հռչակագիր,
- ՄԱԿ-ի Կոնվենցիա կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին,
- Կանանց նկատմամբ խտրականության բոլոր ձևերի վերացման մասին ՄԱԿ-ի կոնվենցիայի կամընտիր արձանագրություն,
- Կայուն զարգացման նպատակներ՝ օրակարգ 2030, նպատակ 5,
- ԱՄԿ Կոնվենցիա համարժեք աշխատանքի դիմաց տղամարդկանց և կանանց հավասար վարձատրման մասին (no.100),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա աշխատանքի և զբաղվածության բնագավառում խտրականության մասին(no.111),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա հարկադիր կամ պարտադիր աշխատանքի մասին (no.29),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա արդյունաբերությունում և առևտրում աշխատանքի տեսչության մասին (no.81),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա զբաղվածության բնագավառում քաղաքականության մասին (no.122),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա նվազագույն աշխատավարձի սահմանման մասին(no.131),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա վճարովի արձակուրդների մասին (վերանայված)(no.132),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա աշխատանքի վիճակագրության մասին(no.160),
- ԱՄԿ Կոնվենցիա երեխայի աշխատանքի վատթարագույն ձևերի մասին (no.182),
- Վերանայված Եվրոպական սոցիալական խարտիա 1996,
- Եվրոպայի խորհրդի կոնվենցիա մարդկանց շահագործման (թրաֆիկինգ) դեմ պայքարի մասին:

5.12 SWOT Վերլուծություն

<h1 style="font-size: 48px; color: #0056b3; margin: 0;">S</h1> <p style="color: #0056b3; font-weight: bold; margin: 5px 0;">STRENGTHS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Արտադրանքի բարձր որակ • Արտադրանքի բազմազանություն • Թիրախային շուկաներից առավել հարմար աշխարհագրական դիրք • Արտահանման բարձր ներուժ ունեցող արագ զարգացող ենթաոլորտ • Աշխարհահռչակ ապրանքանիշերի հետ առկա համագործակցություն • Մտավոր սեփականության պաշտպանության բարձր մակարդակ • Արտադրության տեխնիկական արդիականացման բարձր մակարդակ
---	--

W

WEAKNESSES

- Բարձր գործառնական ծախսեր
- Համապատասխան մասնագետների պակաս
- Կրթության ցածր մակարդակ՝ ընկերությունների համար անհրաժեշտ հմտությունների և կարողությունների ու կրթական համակարգի կողմից տրամադրվող հմտությունների միջև առկա է խիստ անհամապատասխանություն
- Այլ մրցակից երկրների հետ համեմատ, աշխատավարձի բարձր մակարդակ
- Տեղական հումքի սահմանափակ հասանելիություն
- Չդիվերսիֆիկացված արտահանման շուկաներ
- Հատվածավորված արժեշոթա
- ԵՄ GSP+ համակարգից Հայաստանի զրկում
- Արտահանման հիմնական շուկաներում մրցակցային առավելությունների կորուստ Ուզբեկստանի նման երկրների համեմատ
- Ուզբեկստանի համեմատ Հայաստանում ժողովրդագրական վիճակը գնալով վատթարանում է՝ ինչպես ընդհանուր բնակչության, այնպես էլ տնտեսապես ակտիվ մարդկանց թիվը նվազում է
- Լոգիստիկ ծախսերի աճ
- «Բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների բացակայություն

O

OPPORTUNITIES

- Պետական աջակցություն՝ Հայաստանի կառավարությունը ոլորտը համարում է առաջնային և տրամադրում է համապատասխան արտոնություններ
- Դեպի ԵՄ և նոր շուկաներ (մասնավորապես ԵԱՏՄ երկրներ) արտահանման բարձր ներուժ
- Տարածաշրջանային և երկկողմ ազատ առևտրի համաձայնագրեր, ինչպես նաև համաձայնագիր ԵՄ-ի հետ (CEPA)
- Հայկական տեքստիլ ընկերությունները հանդես են գալիս որպես ենթակապալառու աշխարհահռչակ ընկերությունների համար (i.e. Moncler, Max Mara, Prada, etc.)
- Ապրանքանիշի զարգացման ներուժ
- Մասնագիտական կրթության ոլորտի բարելավման լայն հնարավորություններ
- Կանանց և խոցելի խմբերի ներկայացուցիչների զբաղվածության պետական ծրագրեր¹⁸
- Նոր շուկաներ մուտք գործելու հնարավորություններ
- Ռուսական շուկայից խոշոր դերակատարների ելք

¹⁸ ԶԲԱՂՎԱԾՈՒԹՅԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐՄԱՆ 2022 ԹՎԱԿԱՆԻ ՊԵՏԱԿԱՆ ԾՐԱԳԻՐԸ, ընդունված ՀՀ կառավարության 2021 թվականի սեպտեմբերի 30-ի N 1589 - Լ որոշմամբ:

<https://employment.am/uploads/ZBAXVACUTYAN%20KARGAVORMAN%20PETAKAN%20CRAGIR%2020221.pdf>

T

THREATS

- Թիրախային շուկաներից մեկում (ԵՄ) համեմատաբար բարձր մաքսատուրքեր
- Ներքին ցածր սպառում: Հայաստանի առևտրային հոսքը կախված է այլ երկրների առևտրային հոսքերից
- Այլ ընկերություններին արտապատվիրակման մոդելը կայուն չէ, քանի որ պատվիրատուն կարող է պատվիրել այլ երկրներից, որոնք առաջարկում են ավելի լավ պայմաններ (հարկային արտոնություններ, աշխատանքի հմտություններ, ավելի լավ գներ, ավելի լավ որակ, ավելի կարճ ժամկետներ, լրացուցիչ ծառայություններ և այլն)
- Տնտեսական զարգացմանը խոչընդոտող անկանխատեսելի բիզնես և սոցիալական միջավայր (կառավարության և օրենսդրության հաճախակի փոփոխություններ, տարածաշրջանային կոնֆլիկտներ, կարծրատիպային մոտեցումներ և այլն)
- Ռուսաստանի նկատմամբ պատժամիջոցներ
- Համաշխարհային տնտեսական և քաղաքական ճգնաժամեր

6. ՆՈՐ ՏԵՍԼԱԿԱՆ

6.1 Ավելացված արժեքի շեմ

Հիմնական ռազմավարական նպատակն է ապահովել ոլորտի մրցունակության բարելավում՝ խթանելով ավելացված արժեքի և արտադրողականության աճը, ինչպես նաև սեփական ապրանքանիշով նոր շուկաներ մուտքը:

Այս նպատակում առանցքային դեր պետք է հատկացվի Ավելացված արժեքին, իսկ ավելի ստույգ՝ աշխատանքի մեկ ժամում ձևավորվող ավելացված արժեքին: Այս ցուցանիշը արտացոլում է արդյունաբերությունում մեկ ժամվա ընթացքում արտադրվող հավելյալ արժեքը, այլ կերպ ասած՝ արտադրողականությունը:

Ավելացված արժեքի հաշվարկի այս մեթոդաբանությունը տարբերվում է Կառավարության կողմից օգտագործվող արտադրողականության ստանդարտ հաշվարկից: Կազմակերպության ավելացված արժեքը 1 աշխատանքային ժամի համար հաշվարկվում է որպես կազմակերպության ավելացված արժեքի և աշխատած ժամերի քանակի հարաբերակցություն: Կազմակերպության ավելացված արժեքը հաշվարկվում է որպես աշխատավարձի ընդհանուր ծախսերի և մինչև հարկումը շահույթի հանրագումար:

Չնայած օգտագործվում են արտադրողականության տարբեր չափումներ, դրանք բոլորը չափում են ծախսերը օգտակար արդյունքների վերածելու արդյունավետությունը: Մեկ աշխատանքային ժամի համար ավելացված արժեքի հաշվարկի առաջարկվող մեթոդաբանության մեջ արտադրողականությունը համապատասխանում է ձեռնարկությունում զբաղված կապիտալի և աշխատուժի կողմից ստեղծված ընդհանուր տնտեսական արժեքին: Եթե արտադրողականությունը ժամանակի ընթացքում ավելանում է, ապա լրացուցիչ արժեք է ստեղծվում, և տնտեսական հարստությունն աճում է:

Շահույթը բաշխվում է տարբեր կողմերին, այդ թվում՝ ընկերության աշխատակիցներին, հաճախորդներին և սեփականատերերին: Օգտագործելով համապատասխան տվյալները՝ կարելի է որոշել տնտեսական արժեքի բաշխումը այս շահագրգիռ կողմերի միջև¹⁹: Որպես կանոն, կազմակերպության կողմից ստեղծված ընդհանուր արժեքի միայն չնչին մասն է շահույթի տեսքով գնում կազմակերպության սեփականատերերին: Հետևաբար, եկամուտի կամ նույնիսկ շահութաբերության չափումները դժվար թե կատարողականի ճշգրիտ չափում ապահովեն, հատկապես երիտասարդ կամ արագ զարգացող ընկերությունների համար:

Հետևաբար այս զարգացման ծրագիրը հիմնված է 1 աշխատանքային ժամի համար ավելացված արժեքի հաշվարկման վրա:

Որպես ինստիտուցիոնալ միջոց առաջարկվում է յուրաքանչյուր տարի հաշվարկել ոլորտի ընկերությունների համար մեկ աշխատանքային ժամի ավելացված արժեքի ցուցանիշը և սահմանել վերին շեմ: Շեմից բարձր գտնվող ընկերությունները կստանան հատուկ աջակցություն պետության կողմից:

¹⁹ Lieberman, M. B., & Dhawan, R. 2005. Assessing the resource base of Japanese and U.S. auto producers: a stochastic frontier production function approach. *Management Science*, 51(7): 1060-1075.

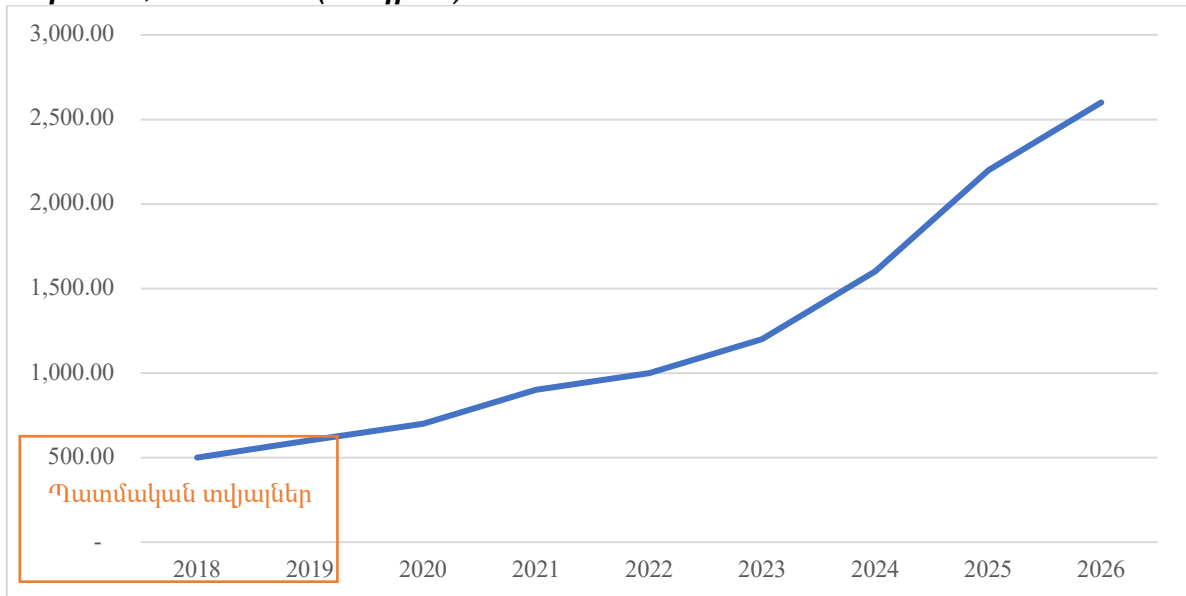
Ակնկալվում է, որ շեմը կաճի ամեն տարի՝ խթանելով արտադրողականությունը և ավելացված արժեքը:

ՀՀ պետական եկամուտների կոմիտեի կողմից տրված 2018-2020 թվականների պատմական տվյալների հիման վրա հաշվարկվել է մեկ աշխատանքային ժամի ավելացված արժեքը: Հարկ է նշել, որ 2021 թվականի տվյալները ներկայացված չեն, քանի որ այս նյութի պատրաստման պահին ոչ բոլոր ընկերություններն էին ներկայացրել 2021 թվականի ֆինանսական հաշվետվությունները:

Ավելին, որոշակի շեմ է սահմանվել այն ընկերությունների վերլուծության և գնահատման համար, որոնք հիպոթետիկորեն կարող են գերազանցել այդ շեմը 2018-2020 թվականների ընթացքում:

Արտահանման և արտադրողականության աճի կանխատեսման հիման վրա շեմի կանխատեսումները հաշվարկվել են մինչև 2026 թվականը:

Գծապատկեր 20 Ավելացված արժեքի սահմանված շեմ, պատմական տվյալներ և կանխատեսում, 2018-2026 (ՀՀ դրամ)

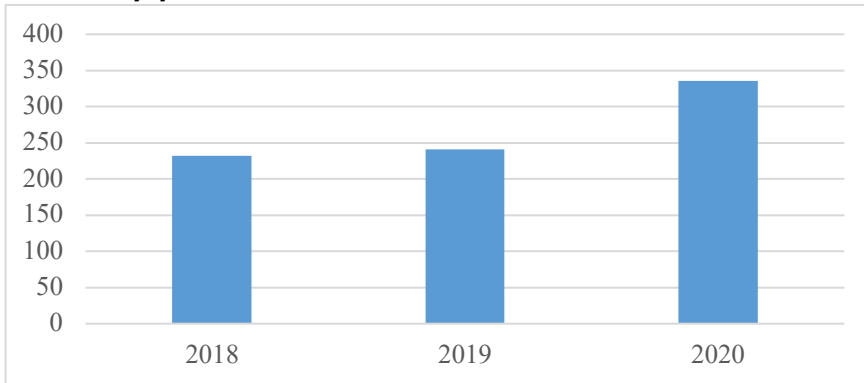


Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

6.2 Շեմից բարձր կազմակերպություններ

Հիմք ընդունելով մեկ աշխատանքային ժամի համար ավելացված արժեքի հաշվարկը, ինչպես նաև 2018-2020 թվականների պատմական վերլուծության համար սահմանված շեմերը, ուսումնասիրվել են այն ընկերությունները, որոնք հիպոթետիկորեն կարող էին հայտնվել կառավարության հատուկ աջակցության ներքո 2018-2020 թվականներին: Այդ վերլուծության արդյունքում ուսումնասիրված պատմական ժամանակահատվածում նման ընկերություններից մեկում աշխատողների միջին թվաքանակը 230-ից հասել է 336-ի:

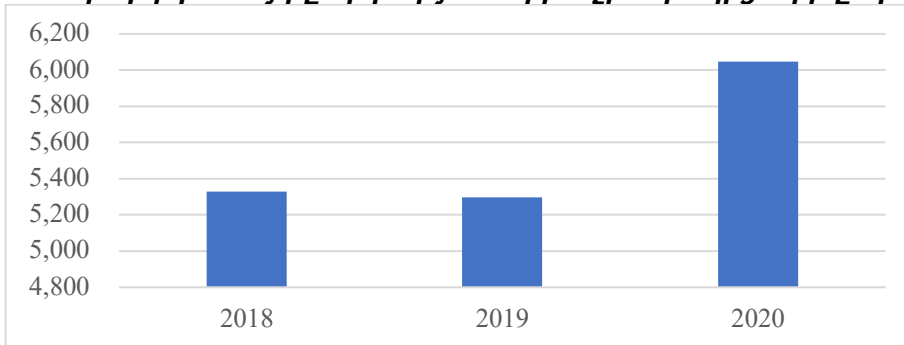
Գծապատկեր 21 Շեմից բարձր կազմակերպությունում աշխատակիցների միջին թիվը, 2018-2020, մարդ



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Ուսումնասիրված պատմական ժամանակահատվածում շեմից բարձր ընկերություններում աշխատողների ընդհանուր թիվը 5329-ից հասել է 6047-ի:

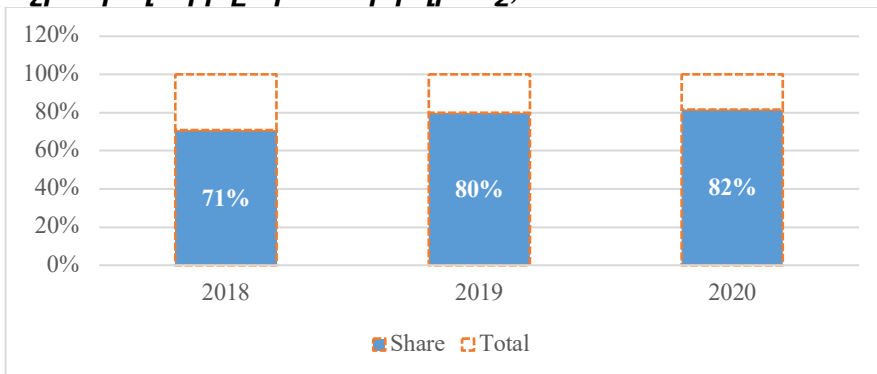
Գծապատկեր 22 Այդ ընկերությունների աշխատակիցների ընդհանուր թիվը, 2018-2020, մարդ



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Շեմից բարձր ընկերություններում զբաղված աշխատողների մասնաբաժինը 71%-ից հասել է 82%-ի:

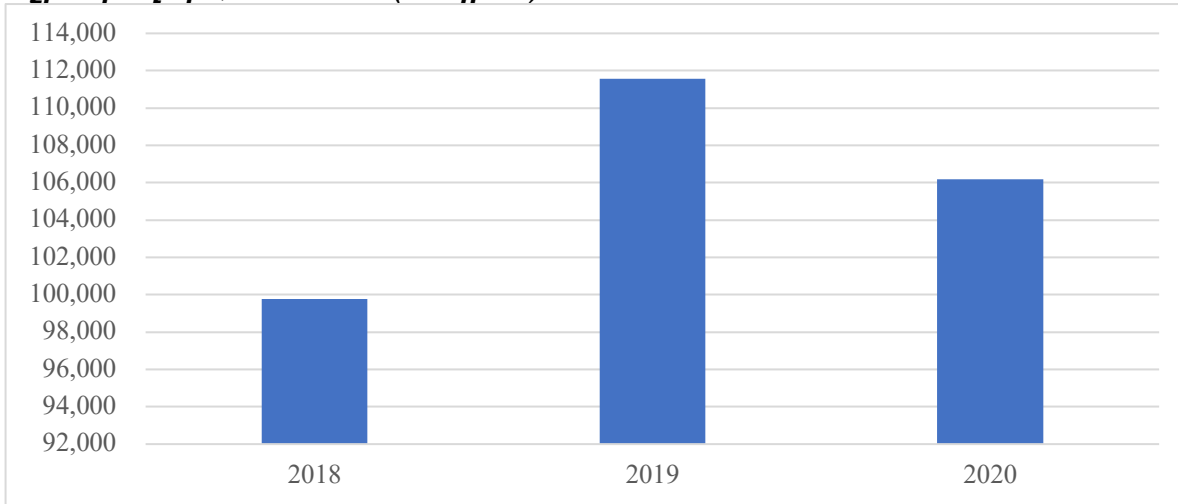
Գծապատկեր 23 Այդ ընկերությունների աշխատակիցների մասնաբաժինը ոլորտի աշխատողների ընդհանուր թվի մեջ, 2018-2020



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Նման ընկերության մեկ աշխատակցի միջին աշխատավարձը 2020 թվականին կազմել է ամսական 107 հազար դրամ:

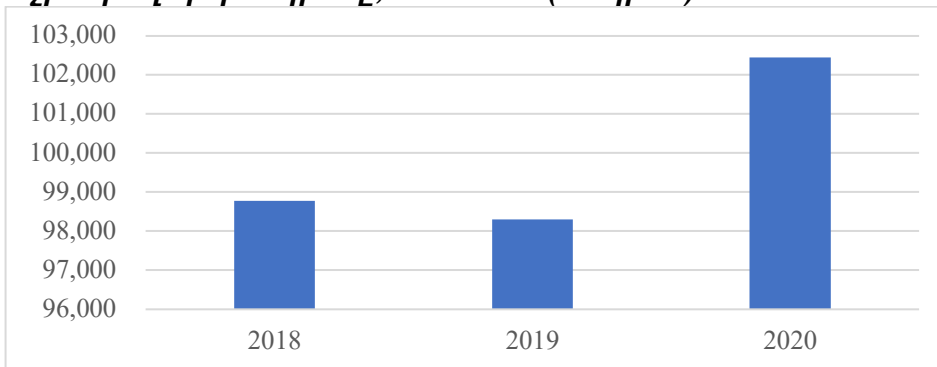
Գծապատկեր 24 Շեմից բարձր կազմակերպությունում մեկ աշխատողի միջին ամսական աշխատավարձ, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Նման ընկերության մեկ աշխատակցի ամսական աշխատավարձի մեդիանը²⁰ 2020 թվականին կազմել է 102 հազար դրամ: Այս ցուցանիշն ավելի ներկայացուցչական է, քանի որ արտացոլում է աշխատավարձի մակարդակը, որն ամենամոտն է արդյունաբերության աշխատավարձերի մեծամասնությանը:

Գծապատկեր 25 Շեմից բարձր կազմակերպությունում մեկ աշխատողի Ամսական աշխատավարձի մեդիանը, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)

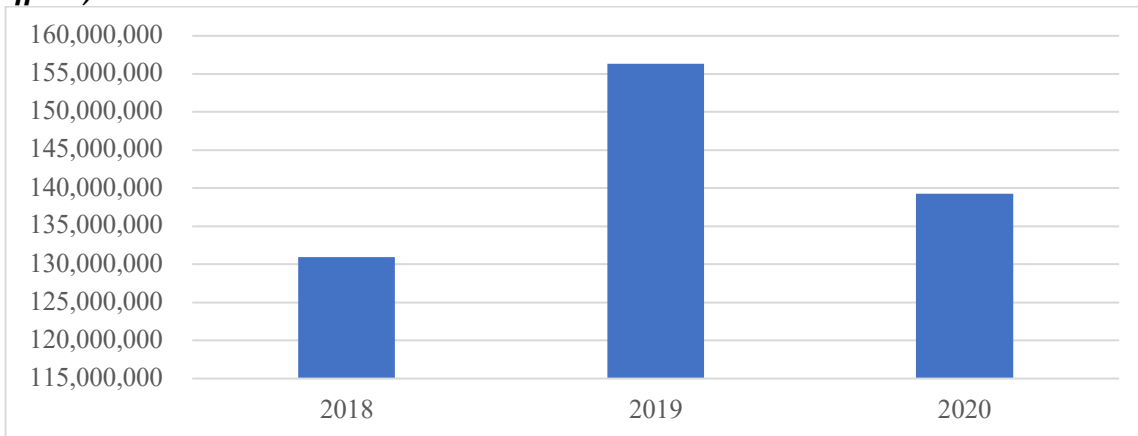


Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Նման մեկ ընկերության շահույթի միջին մակարդակը մինչև հարկումը 2020 թվականին կազմել է 139 մլն դրամ:

²⁰ Մեդիան - այն թիվը, որը գտնվում է հավաքածուի մեջտեղում, եթե հավաքածուն դասավորված է աճման կարգով: Մեդիանը ավելի ռեպրեզենտատիվ ցուցանիշ է միջին աշխատավարձը գնահատելու համար, քանի որ միջին ամսական աշխատավարձերի ավելի շատ ցուցանիշներ մոտ են Մեդիանին:

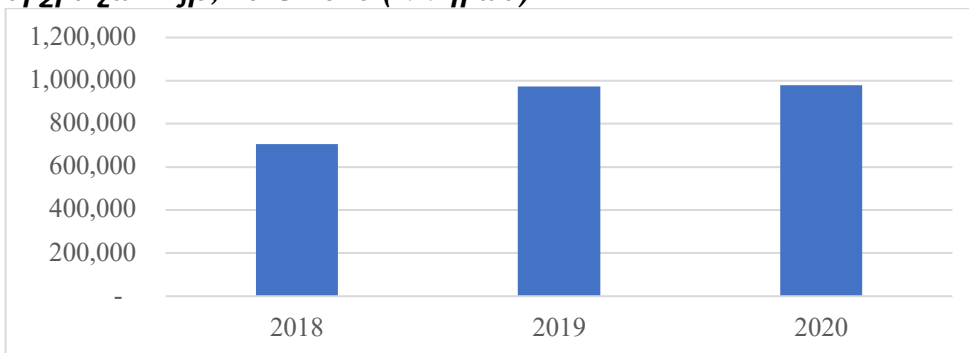
Գծապատկեր 26 Շենից բարձր մեկ ընկերության ստեղծված միջին շահույթ, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Մեկ աշխատողի ստեղծված միջին շահույթը 2020 թվականին կազմել է 978 հազար ՀՀ դրամ:

Գծապատկեր 27 Շենից բարձր կազմակերպությունների համար մեկ աշխատողի ստեղծած միջին շահույթ, 2018-2020 (ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ՝ հիմնվելով ՊԵԿ-ի տվյալների վրա

Այսպիսով, բնութագրելով պոտենցիալ ընկերությունները, որոնք կարող են գերազանցել ավելացված արժեքի շեմը և ընկնել կառավարության հատուկ աջակցության ներքո, կարող ենք նշել հետևյալ կարևոր բաղադրիչները.

- Կառավարության հատուկ աջակցությունը կտարածվի ոլորտի աշխատողների մեծ մասի վրա
- Միջինում, մեկ այդպիսի կազմակերպությունը կարող է ունենալ 200 աշխատակից
- Այդպիսի կազմակերպություններում աշխատավարձի մեդիանը կլինի 102 հազար ՀՀ դրամ
- Նման ընկերություններում շահույթը տնտեսության միջին մակարդակի վրա է:

7. Ճանապարհային քարտեզ

7.1 Չորս սկզբունքներ

Հիմնվելով ավելացված արժեքի նկարագրված հասկացողության վրա, մշակվել է պետական աջակցության մի շարք միջոցառումներ, որոնք ուղղված են Հայաստանում տեքստիլ արդյունաբերության որակական զարգացմանը: Այդ միջոցառումները մշակվել են հետևյալ հիմնարար սկզբունքների հիման վրա՝

- Բիզնեսի համաֆինանսավորում և ակտիվ ներգրավվածություն
- Հարկային աջակցություն՝ հիմնված ոչ թե հարկային քաղաքականության փոփոխության, այլ վճարված հարկերի վերադարձի սկզբունքի վրա
- Յուրաքանչյուր միջոցառման համար չափելի ցուցիչների առկայությունը, որը թույլ կտա վերահսկել կատարումը և փոփոխությունները
- Ռազմավարության ճկունություն, արդյունքների մշտական մոնիտորինգ և լրացումներ ու փոփոխություններ կատարելու անհրաժեշտություն.

Ճանապարհային քարտեզի կարևորագույն մաս է հանդիսանում նաև Մարդու իրավունքների և գենդերային հավասարության սկզբունքների պահպանումը, ինչպես նաև գենդերային ուղղորդման գործիքի կիրառումը ոլորտի բարելավման, ինչպես նաև կանանց և տղամարդկանց գենդերային կարիքների և ռազմավարական շահերի ապահովման նպատակով:

7.2 Ճանապարհային քարտեզի ուղղությունները

Հիմք ընդունելով տեքստիլ արդյունաբերության ներկա վիճակի վերլուծությունը, բացահայտված ռիսկերը և թույլ կողմեր, արդյունաբերության պահանջները (որոնք բացահայտվել են հարցումների ընթացքում), ինչպես նաև համաշխարհային միտումները և ռազմավարական նպատակն ու տեսլականը՝ առաջարկվում է 10 հիմնական խմբերից բաղկացած միջոցառումներ: Ընդհանուր առմամբ կանխատեսվում է աջակցություն 14,249.90 մլրդ ՀՀ դրամի չափով (այդ թվում՝ պետական և օրենքով չարգելված այլ միջոցներ):

Աղյուսակ 6 ճանապարհային քարտեզի հիմնական ուղղությունները և դրանց յուրաքանչյուրի ֆինանսական կանխատեսումները 2023-2026 թվականների համար (մլն ՀՀ դրամ)

N	Չարգացման ծրագրի հիմնական ուղղությունները	2023	2024	2025	2026	Ընդհանուր
1	Իրականացնել ինստիտուցիոնալ լուծումներ, որոնք կփոխեն տեքստիլ արդյունաբերության մակրոկառավարման և մոնիտորինգի գործընթացները:	132.50	120.35	114.20	108.05	475.10
2	Բարելավել տեքստիլ ոլորտի աշխատողների մրցունակությունը (հմտություններ, որակ և արտադրողականություն)	410.03	557.08	645.11	694.85	2,307.23
3	Օպտիմալացնել և արդիականացնել բիզնես գործընթացները՝ նպաստելով արդյունավետության և արտադրողականության բարձրացմանը:	39.00	34.00	79.85	95.87	248.72
4	Արդիականացնել տեքստիլ արդյունաբերության արտադրական օբյեկտները՝ ներդնելով բարձր տեխնոլոգիաներ, որոնք կնպաստեն ավելի բարդ և բարձր ավելացված արժեքով արտադրանքի ստեղծմանը	101.31	355.86	630.09	733.32	1,820.56
5	Նպաստել տեքստիլ ոլորտում կայունության զարգացմանը	177.17	31.04	42.68	46.29	297.17
6	Նպաստել և խթանել հայկական ապրանքանիշերի զարգացմանն ու արդյունավետ կառավարմանը	216.97	316.10	423.52	494.67	1,451.26
7	Դիվերսիֆիկացնել մատակարարման շղթան (հումքի շուկաներ)՝ շուկայի	65.25	136.00	162.63	187.75	551.63

	կայունությունը բարձրացնելու և այն հավասարակշռելու նպատակով					
8	Ապահովել և խրախուսել հայկական ապրանքանիշերի ներկայացվածությունը նոր սպառողական շուկաներում	293.77	830.90	1,610.58	2,742.09	5,477.36
9	Հավասարակշռել տեքստիլ արդյունաբերության զարգացումը Հայաստանի բոլոր մարզերում՝ մասնավորապես ռազմավարական նշանակություն ունեցող և սահմանամերձ տարածքներում՝ նպաստելով երկրի հավասարաչափ սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը:	65.01	160.84	263.65	307.00	796.50
10	Զարգացնել բարդ ապրանքների արտադրությունը՝ նպաստելով Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի բարդության ցուցանիշի (PCI) բարձրացմանը	92.83	168.43	241.76	321.51	824.53
	Ընդհանուր	1,593.83	2,710.60	4,214.07	5,731.4	14,249.90

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Առաջարկող միջոցառումներից յուրաքանչյուրն ունի գենդերային առանձնահատկություն և ենթադրում է նաև համապատասխան գործողություններ, սակայն ամենակարևորն են առաջին հինգ ուղղությունները, որտեղ և պետք է ի նկատի առնվեն գենդերային և սոցիալական առանձնահատկությունները: Այսպես,

- **Ինստիտուցիոնալ լուծումների իրականացումը (1 –ին ուղղություն)** ենթադրում է նաև ոլորտի գենդերային ուղղորդման գործընթացներ, որոնք հնարավորություն կտան ճիշտ և ճկուն գնատատել ռիսկերն ու իրականությունը և առաջարկել ոլորտի ընդհանուր բարելավման, ինչպես նաև ներգրավված կանանց և տղամարդկանց գենդերային կարիքների և ռազմավարական շահերի իրականացում:
- **Տեքստիլ ոլորտի աշխատողների որակավորման բարելավումը (2-րդ ուղղություն)** պետք է ներառի մասնագիտական ուսուցման և որակավորման բարձրացման այնպիսի ձևեր, որոնք նպաստավոր են ոլորտի հիմնական աշխատուժ հանդիսացող կանանց և աղջիկների համար: Այստեղ կարևորվում է մի քանի գործոն .
 - մասնագիտական և բուհական (նաև հետբուհական) կրթության մատչելիությունը
 - մարզերի ներկայացուցիչների համար տարածքային հասանելիությունը
 - մատչելիությունը բոլոր տարիքների ներկայացուցիչների համար, ներառյալ շարունակական կրթության սկզբունքը
 - մայրության / երեխայի խնամքի արձակուրդից հետո որակավորման բարձրացման դասընթացների արկայությունը և հասանելիությունը
- **Օպտիմալացնել և արդիականացնել բիզնես գործընթացները ուղղությունը (3-րդ ուղղություն)** ներառում է նաև «բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների ստեղծումը: Ելնելով այն փաստից, որ կանայք և աղջիկները կազմում են ոլորտի հիմնական աշխատուժը, բարեփոխումները պետք է ի նկատի առնեն իրենց գենդերային կարիքները և առանձնահատկությունները: Օրինակ՝ կանանց զբաղվածության նկարագրում մեծ նշանակություն ունի ոչ լրիվ օրով զբաղվածությունը քանզի կանայք իրականացնում են նաև ընտանեկան պարտականություններ կամ ընտանիքի մյուս անդամների (երեխաների, տարեցների, հաշմանդամություն ունեցող անձանց) խնամք: Ուստի, եթե արտադրամասում կամ արտադրամասին կից գործեն նորածին երեխայի կերակրման սենյակ,

մանկապարտեզ, ցերեկային կենտրոն դպրոցական երեխաների համար, ինչպես նաև ճաշարան, կիսապատրաստ ուտելիքի վաճառքի/գնման հնարավորությամբ, այս հարցերից շատերը կստանան իրենց լուծումը և կանայք չեն փնտրի ոչ լրիվ օրով զբաղվածություն, չեն հայցի աշխատանքային ժամերի կրճատում կամ երեխայի խնամքի հետ կապված արձակուրդի երկարացում: «Բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների ստեղծումը ենթադրում է նաև կանանց և տղամարդկանց ֆիզիոլոգիական առանձնահատկություններին համապատասխան սանիտարահիգիենիկ պայմանների ստեղծում և պահպանում: Կարևոր գործոն է նաև հաշմանդամություն ունեցող անձանց համար աշխատատեղի հարմարեցումը և հատուկ պայմանների ստեղծումը իրենց կարիքներին համապատասխան: Ավելին, « բարենպաստ» աշխատանքային պայմանների ստեղծումը անգամ վերոնշյալ պայմանների ապահովմամբ չի համարվի կայացած եթե աշխատանքի վայրում չապահովվեն մարդու իրավունքների, արժանապատվության և գենդերային հավասարության սկզբունքները: Ուստի, աշխատավայրը պետք է զերծ լինի խտրականությունից, սեռական ոտնձգություններից, չարաշահումներից և այլ բացասական երևույթներից, որոնք խանգարում են աշխատաքային պրոցեսի բնականոն ընթացքը:

- **Արդիականացնել տեքստիլ արդյունաբերության արտադրական օբյեկտները (4-րդ ուղղություն),** Այստեղ նույնպես կարևորվում է ոչ կարծրատիպային, ոչ խտրական մոտեցումները՝ ապահովելու կանանց ներգրավվածությունը արտադրության բարձր տեխնոլոգիաների կիրառման հատվածներում:
- **Նպաստել տեքստիլ ոլորտում կայունության զարգացմանը (5-րդ ուղղություն)** Շատ կարեոր է, որ ոլորտի համար մշակված կայուն զարգացման քաղաքականությունը հիմնված լինի ոչ միայն տնտեսական չափանիշներ և հաշվարկների վրա այլև (i) համահունչ լինի գենդերային հավասարության, խտրականության բացառման և մարդու իրավունքների միջազգային նորմերին և չափանիշներին, (ii) խթանի արժանապատիվ կանաչ աշխատատեղեր և համապատասխան աշխատավարձեր ոլորտի աշխատողների, հատկապես կանանց համար աշխատաշուկայի կարգավորման և գենդերային համապատասխան զբաղվածության քաղաքականության միջոցով, ինչպես նաև (iii) ապահովվի մասնագիտական և դիրքային աճի հնարավորություն:

7.3 Շահառուների հիմնական խմբերը

Աջակցության միջոցառումներն ուղղված են շահառուների 4 հիմնական խմբերի՝

- Տարեկան ընտրված ավելացված արժեքի շեմից բարձր գտնվող ընկերություններ (ունեն աջակցության ամենամեծ ծավալը),
- Տեքստիլ ոլորտի բոլոր ընկերություններ,
- Սահմանամերձ բնակավայրերում տեղակայված տեքստիլ ընկերություններ,
- Տեքստիլ ընկերություններ համար, որոնք մեծացնում են արտադրանքի բարդության ինդեքսը:

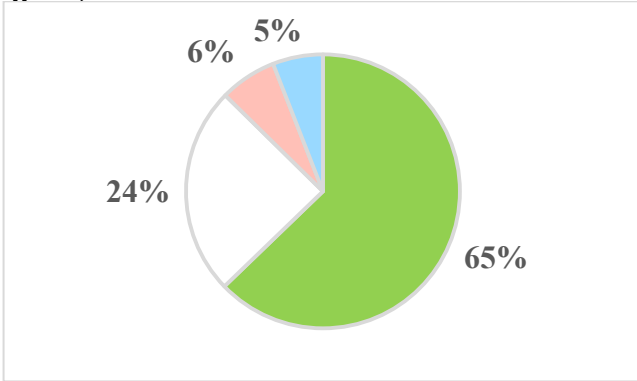
Աղյուսակ 7 Շահառուների հիմնական խմբերը և յուրաքանչյուր խմբի ֆինանսական ծախսերը, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)

	Տարեկան ընտրված ավելացված արժեքի շեմից բարձր գտնվող տեքստիլ ընկերությունների համար	8,624.15
	Տեքստիլ ոլորտի բոլոր ընկերությունների համար	3,939.91

	Սահմանամերձ բնակավայրերում տեղակայված տեքստիլ ընկերությունների համար	796.05
	Տեքստիլ ընկերությունների համար, որոնք մեծացնում են արտադրանքի բարդության ինդեքսը	824.53

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Գծապատկեր 28 Ֆինանսական ծախսերի համամասնությունը ըստ խմբերի, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

7.4 Հիմնական ֆինանսական մեխանիզմները

Աջակցությունը տրվելու է չորս հիմնական մեխանիզմներով՝

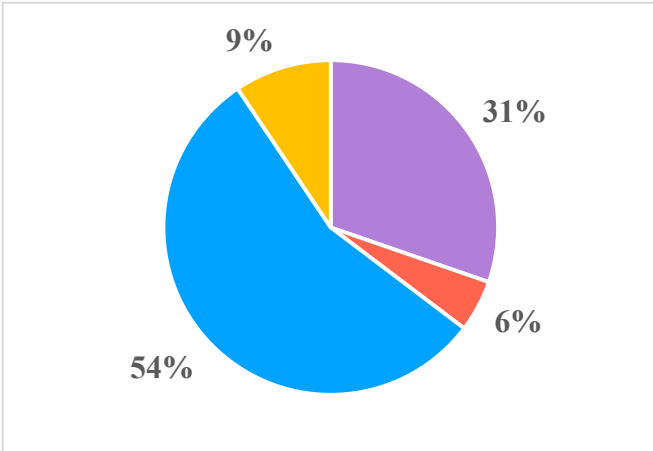
- Համաֆինանսավորում
- Վճարված հարկերի հետվերադարձ,
- Սուբսիդիա (ֆինանսավորման ամենամեծ ծավալով)
- Ուղղակի ֆինանսավորում:

Աղյուսակ 8 Հիմնական ֆինանսական մեխանիզմների խմբերը և յուրաքանչյուր մեխանիզմի ֆինանսական ծախսերը, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)

	Համաֆինանսավորում	4621.25
	Վճարված հարկի փոխհատուցում	556.82
	Սուբսիդավորում	7588.79
	Ուղղակի ֆինանսավորում	1,483.03

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Գծապարկեր 29 Ֆինանսական ծախսերի համամասնությունն ըստ յուրաքանչյուր մեխանիզմի, 2023-2026 (մլն ՀՀ դրամ)

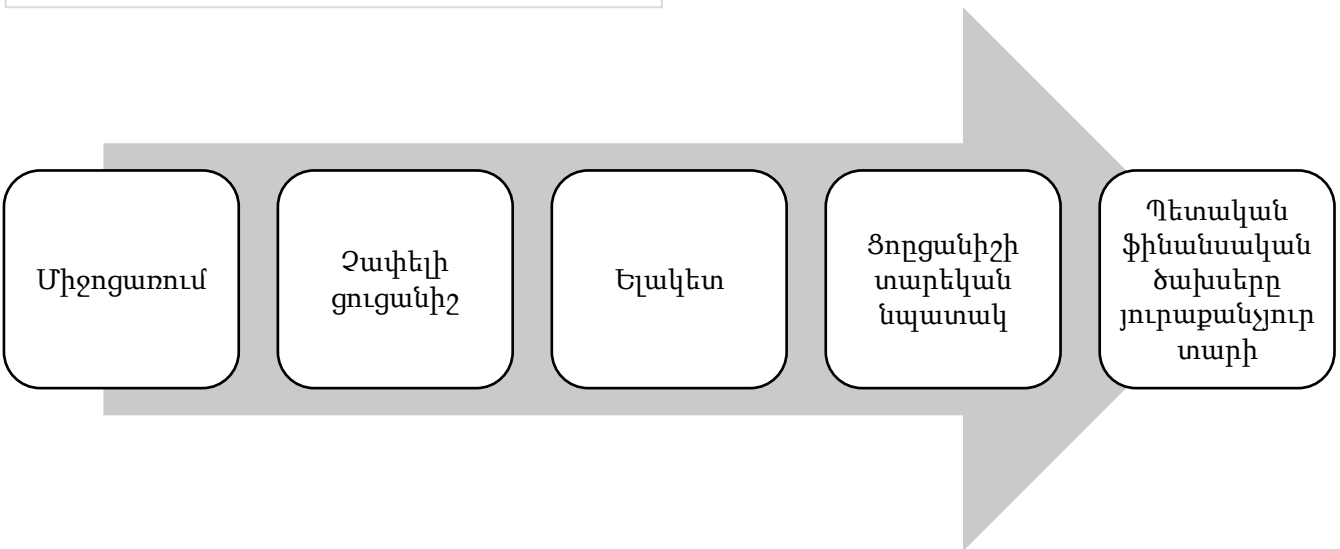


Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

7.5 Միջոցառման բաղադրիչները

Յուրաքանչյուր միջոցառում ձևավորվել է հետևյալ կառուցվածքի հիման վրա

Գծապարկեր 30 Յուրաքանչյուր միջոցառման կառուցվածք



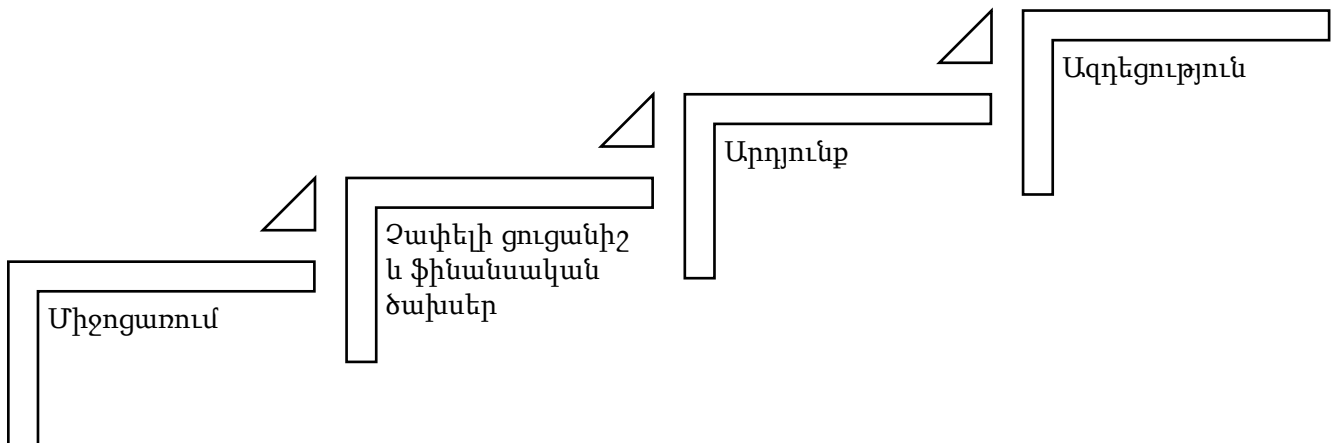
Այսպիսի կառուցվածքը հնարավորություն է տալիս՝

- Մի կողմից՝ հեշտությամբ կանխատեսել կառավարության ֆինանսական ծախսերը, ինչպես նաև միկրո և մակրո մակարդակներում արդյունաբերության վրա կոնկրետ ազդեցությունը,
- Մյուս կողմից՝ վերահսկել պատասխանատու կառույցների աշխատանքը,
- Երրորդ կողմից՝ տարեկան կտրվածքով գնահատել ծրագրի արդյունքները՝ ճկուն կերպով փոփոխություններ և լրացումներ կատարելու համար:

8. Արդյունքներ

Յուրաքանչյուր միջոցառում տեքստիլ հատվածի միկրո և մակրոտնտեսական ցուցանիշների վրա ազդեցության շղթայի մի մասն է:

Գծապատկեր 31 Ազդեցության շղթա



Ինչպես նախօրոք նշվել էր, միջոցառումը կոնկրետ գործողություն է՝ բնութագրերի, պատասխանատու մարմինների և ժամկետների ամբողջական նկարագրությամբ:

Ցուցանիշը չափելի տվյալ է, որը առաջարկվող միջոցառման ուղղակի արդյունք է:

Ելնելով միջոցառման տեսակից, ինչպես նաև ցուցանիշից՝ հաշվարկվում է տարեկան ֆինանսավորման ծավալը:

Միջոցառումները, հաշվի առնելով ցուցանիշները և ֆինանսավորման ծավալները, ունեն ներուլորտային տնտեսական արդյունքներ (միջին աշխատավարձի մակարդակ, ներմուծում, հարկային վճարումներ, PCI և այլն):

Ներուլորտային տնտեսական արդյունքներն ունեն մակրոազդեցություն, որոնք էական դեր ունեն պետական տնտեսական քաղաքականության մեջ և ռազմավարական նշանակություն տնտեսության համար (արտահանում, աշխատատեղեր, արտադրողականություն):

8.1 Արդյունքներ

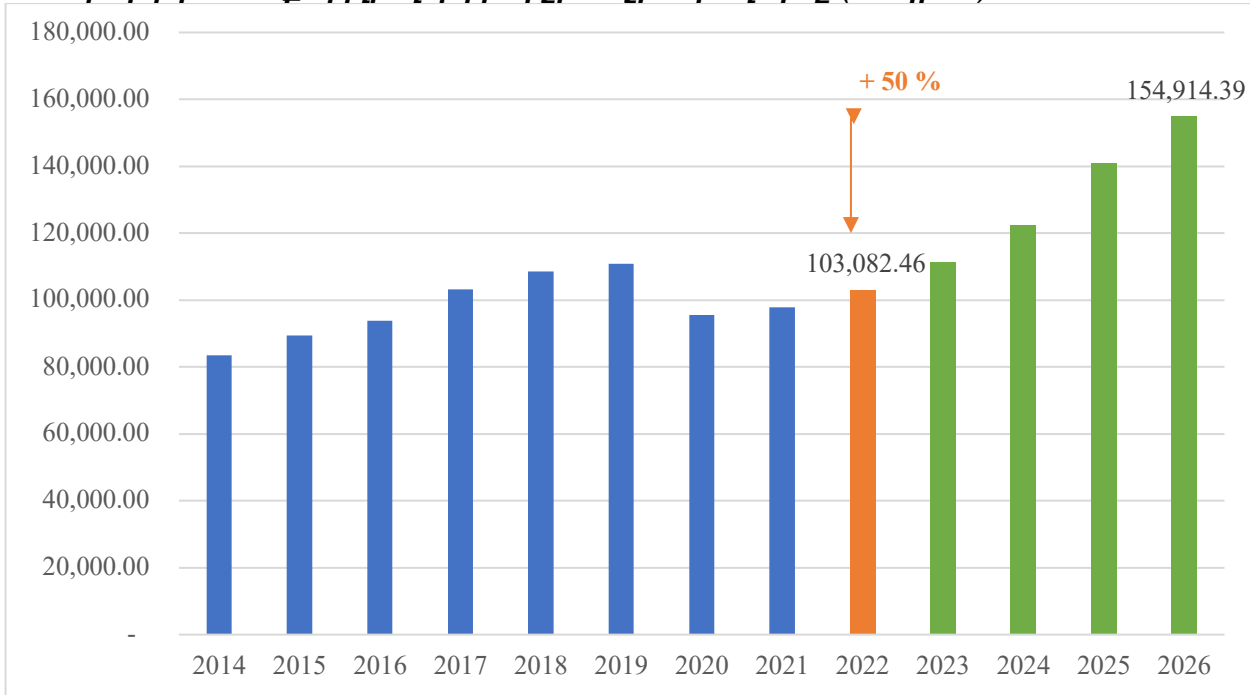
Որպես առաջարկվող միջոցառումների ներուլորտային տնտեսական հետևանք սահմանվել են վեց արդյունքներ:

- Տեքստիլի արդյունաբերության մեկ աշխատողի միջին աշխատավարձը,
- Տեքստիլ արդյունաբերության արտահանման դիվերսիֆիկացիա ըստ արտահանման շուկաների,
- Տեքստիլ արդյունաբերության հումքի ներմուծման դիվերսիֆիկացիա ըստ ներմուծման շուկաների,
- 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների վճարած հարկերի ծավալը,
- Ռազմավարական ծրագրերի տարեկան ծախսերի հարաբերակցությունը 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճի ծավալին,

- Տեքստիլ արդյունաբերության արտադրանքի բարդության ինդեքսը (PCI):

Աշխատավարձերի միջին մակարդակը ոլորտում կաճի 1.5 անգամ: Ոլորտում միջին աշխատավարձերի աճը ներկայացված է պատմական վիճակագրական տեմպի աճով, որին ավելացված է գնաճի և վերապատրաստման ծրագրերի ազդեցությունները (մասնավորապես՝ հավաստագրում և վերապատրաստում անցած աշխատողների թվաքանակի աճը)

Գծապատկեր 32 Տեքստիլի ոլորտի միջին աշխատավարձը (<< դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Ռուսական շուկան առաջատար դիրք կզբաղեցնի Հայաստանից տեքստիլի արտահանման մեջ, իսկ այլ շուկաները կաճեն ամենաբարձր տեմպերով:

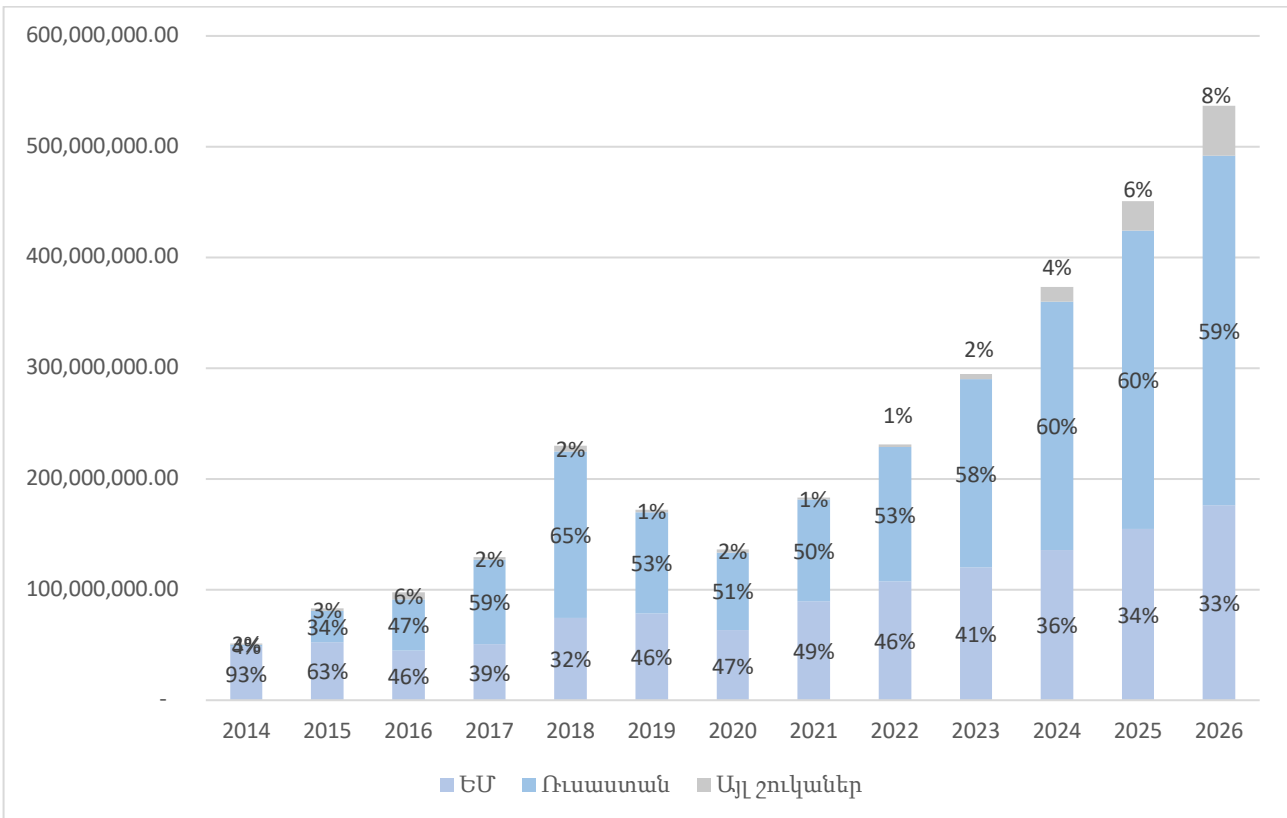
Արտահանման աճը գնահատված է հաշվի առնելով ընտրված սպառողական շուկաներ արտահանման աճը (ԵՄ, Ռուսաստան և այլ շուկաներ):

ԵՄ-ի համար՝ արտահանման աճը առաջին տարվա ընթացքում գնահատվել է հիմք ընդունելով Covid համաճարակից հետո շուկայի վերականգնման ազդեցությունը, այնուհետև՝ պատմական միջին աճի տվյալների համաձայն, մի շարք հավաստագրեր (ISO, CEN, ECO) ձեռք բերելու նպատակով համաֆինանսավորվող ծրագրերի ազդեցությունը:

Ռուսաստանի համար՝ արտահանման աճը գնահատվել է պատմական ցուցանիշների հիման վրա՝ պայմանավորված Ռուսական շուկա մուտք գործելու առավել բարենպաստ պայմանների առկայությամբ և շուկայից հիմնական խոշոր մրցակիցների դուրս գալով:

Այլ շուկաների համար՝ աճը գնահատվել է նախկինում արտահայտված աճի ցածր տեմպի հիման վրա, որին ավելացվել են մի շարք ծրագրեր, մասնավորապես՝ առևտրի ֆինանսավորման տոկոսադրույքի 10%-ի չափով սուբսիդավորումը այլ երկրներ արտահանման դեպքում, ինչը կապահովի զգալի մրցակցային առավելություն այդ շուկաներ արտահանելիս:

Գծապատկեր 33 Տեքստիլ ոլորտի արտահանման դիվերսիֆիկացիա (ԱՄՆ դոլար և %)



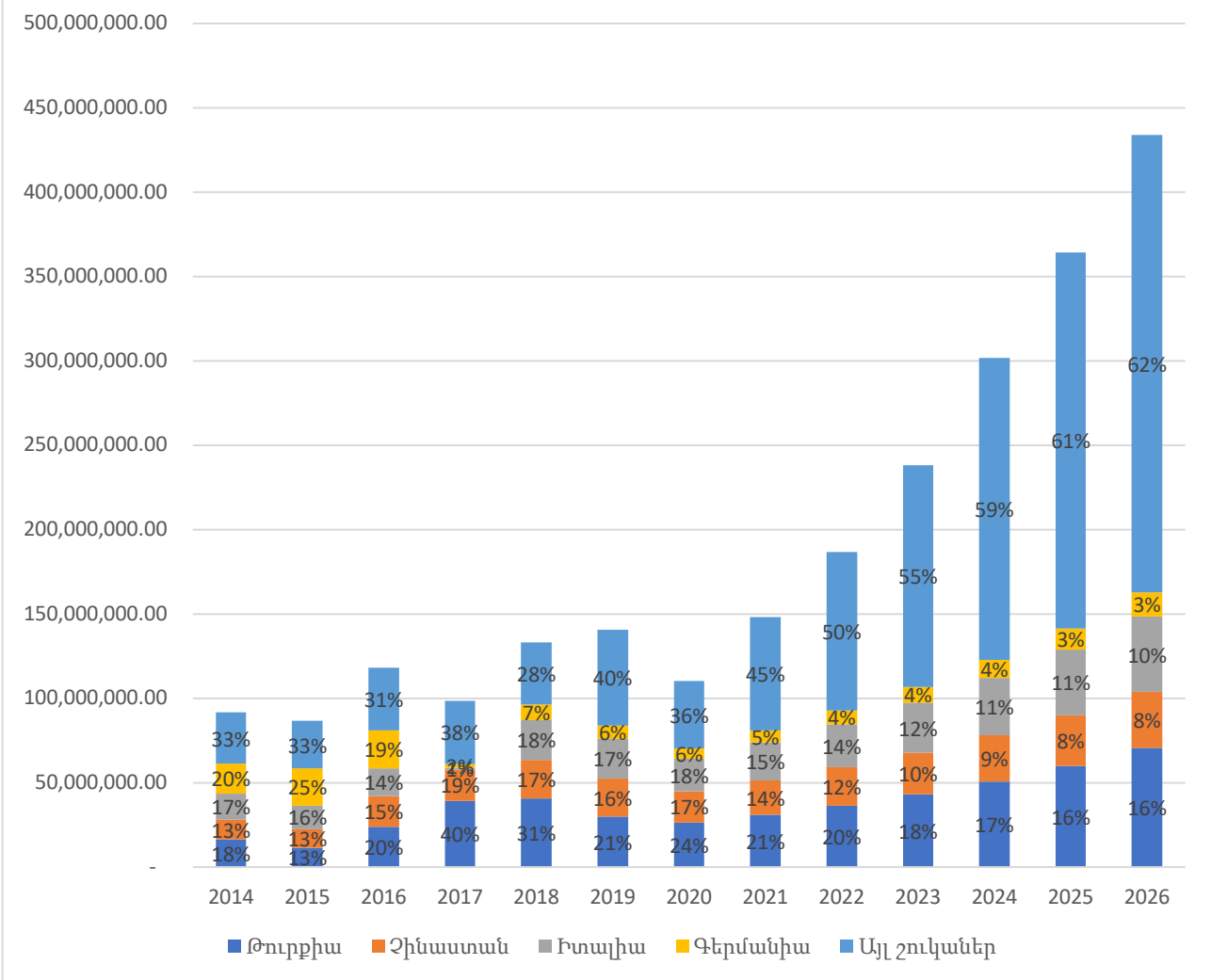
Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Տեքստիլ արտադրության հումքի ներմուծման մեջ կավելանա այլ շուկաների (Ռուսաստան, Ուզբեկստան և այլն) մասնաբաժինը:

Մատակարարման շուկայի դիվերսիֆիկացիան պայմանավորված է ինչպես տեքստիլի հումքի մատակարարներ հանդիսացող նոր երկրների հետ երկկողմ առևտրային հարաբերությունների զարգացմամբ, այնպես էլ այդ տարածաշրջաններում գործող ընկերությունների հետ առևտրի ֆինանսավորման սուբսիդավորմամբ:

Դիվերսիֆիկացիան հաշվարկված է հումքի ներմուծման այլ շուկաների մասնաբաժնի աճի հիման վրա՝ հաշվի առնելով պատմական աճի տեմպերը, որոնք ավելանում են առևտրի ֆինանսավորման սուբսիդավորման աճի արդյունքում:

Գծապատկեր 34 Տեքստիլ ոլորտի հումքի մատակարարման դիվերսիֆիկացիա (ԱՄՆ դոլար)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Խոշոր տեքստիլ հարկատուների հարկային վճարումները կեռապատկվեն են արտահանման աճի և շահութաբերության հաշվին:

Հարկային եկամուտների աճը գնահատվում է 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների վճարած հարկերի ծավալի հիման վրա:

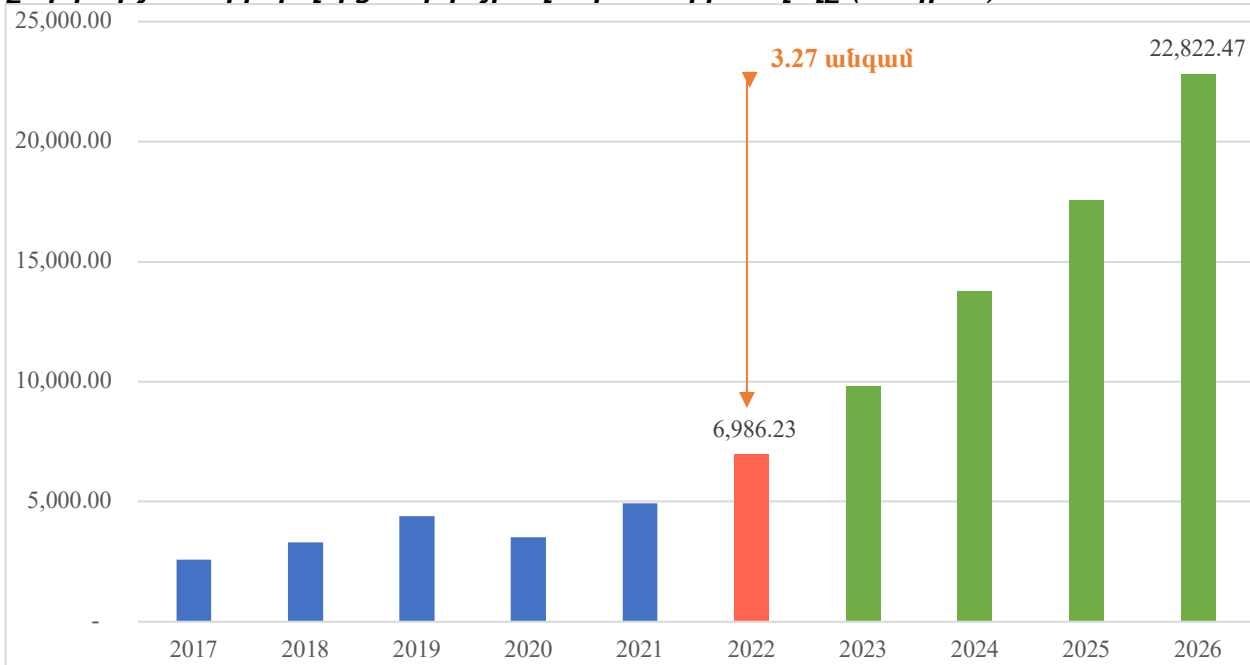
Կանխատեսումը կատարվել է՝ ելնելով տեքստիլի արտահանման աճի ցուցանիշներից՝ հաշվի առնելով Հայաստանից տեքստիլի արտադրության զգալի մասի արտահանումը

Ըստ կանխատեսումների՝ առաջի տարիների աճն արագանում է արտահանման աճի տեմպերի համեմատ աշխատավարձերի աճի ավելի ցածր տեմպերով պայմանավորված (և ընդհանրապես աշխատավարձերի ընդհանուր ծախսերի ցածր աճով՝ հաշվի առնելով աշխատողների թվի դանդաղ աճը): Աճի տեմպերի նման տարբերությունը նշանակում է շահույթի աճ, հետևաբար՝ ավելի մեծ վճարված շահութահարկ:

Վերջին 2 տարիներին կանխատեսվում է աշխատավարձերի աճ՝ պայմանավորված հմտությունների զարգացման ծրագրերի շնորհիվ, որը կապահովի ոլորտի եկամտաբերության աճ, միևնույն

ժամանակ աշխատողների թվի նվազում (արտադրողականության բարձրացմամբ պայմանավորված):

Գծապատկեր 35 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ներառված տեքստիլի ոլորտի ընկերությունների կողմից հարկային վճարումների ծավալը (<< դրամ)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

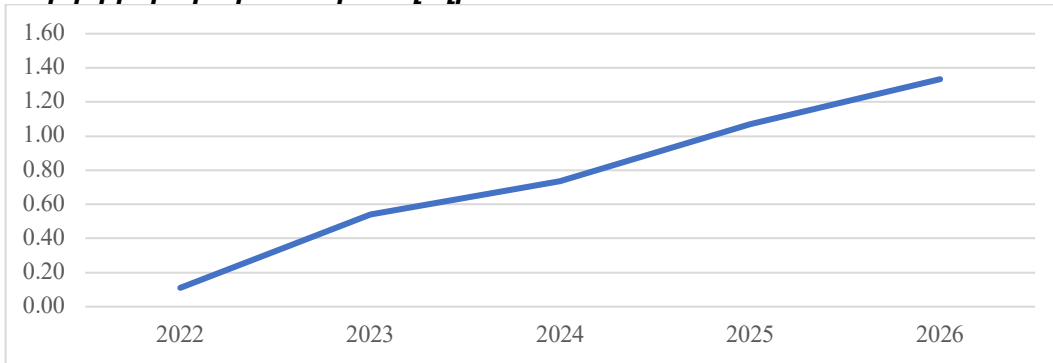
Շատ կարևոր էր նաև հաշվարկել ռազմավարական ծրագրերի տարեկան ծախսերի հարաբերակցությունը 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճի ծավալին:

Ծրագրի իրականացման կանխատեսվող տարիների տեքստիլ ընկերություններից (ներառյալ 1000 խոշոր հարկատուները) պետական բյուջեի լրացուցիչ հարկային մուտքերը կկազմեն մոտ 19 մլրդ դրամ և գրեթե 5 մլրդ դրամով կգերազանցեն ծրագրի ծախսերը:

Ընդհանուր առմամբ, կանխատեսվող տարիների համար հարաբերակցությունը դրական կլինի՝ ոլորտի հավելյալ հարկային եկամուտների տեսանկյունից:

2026 թվականին ռազմավարական ծրագրերի իրականացումը սկսում է լիարժեք ազդել արդյունաբերության զարգացման վրա, ինչի արդյունքում գործակիցը կրկին նվազում է, որը հանգեցնում է հարկային եկամուտների ավելի արագ աճի:

Գծապատկեր 36 Ռազմավարական ծրագրերի տարեկան ծախսերի հարաբերակցությունը 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճի ծավալին



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Աղյուսակ 9 1000 խոշոր հարկատուների ցանկում ընդգրկված տեքստիլ ընկերությունների կողմից վճարվող հարկերի տարեկան աճ, զարգացման ծրագրերի տարեկան ծախսեր, հարաբերակցություն (<< դրամ)

	2023	2024	2025	2026	
(1) Հարկային վճարումների ավելացման չափը	2,833.34	3,951.36	3,790.89	5,260.64	15,836.23
(2) Ռազմավարությամբ նախատեսված ծախսերը	1,593.83	2,710.60	4,214.07	5,731.4	14,249.90
(2)/(1) Հարաբերակցությունը	0.56	0.68	1.11	1.08	0.89

Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

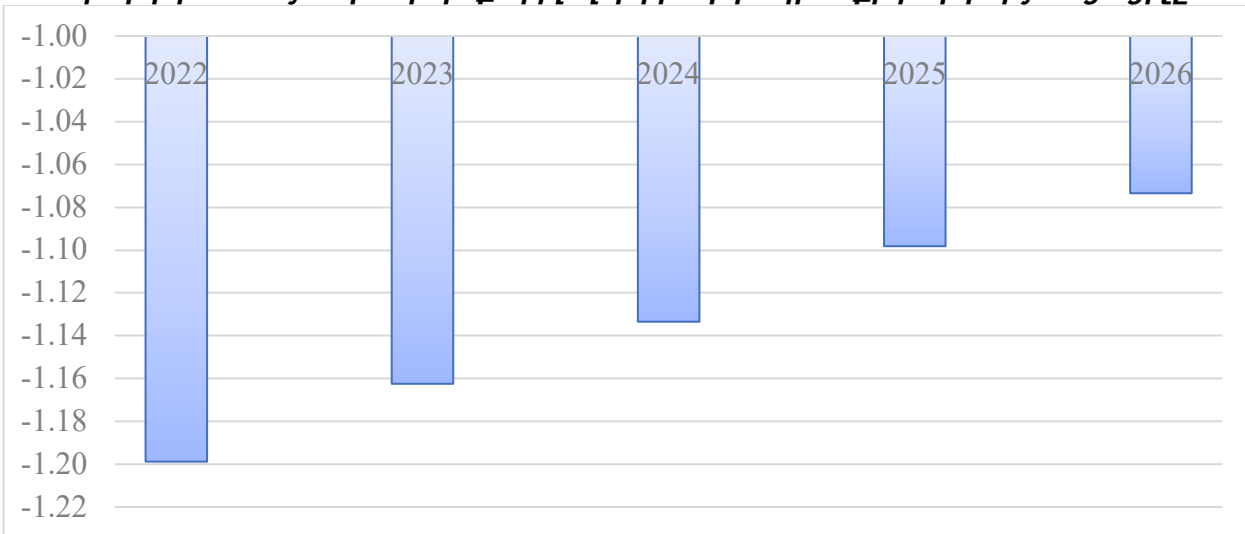
Հիմնվելով Հայաստանի տնտեսական բարդության ատլասի տվյալների վրա՝ տեքստիլի արտահանումը վերլուծվել է արտադրանքի հիմնական տեսակների համատեքստում՝ հաշվարկելով արտադրանքի բարդության ցուցանիշը (PCI) յուրաքանչյուր ապրանքատեսակի համար և յուրաքանչյուր արտադրանքի մասնաբաժինը ընդհանուր արտահանման մեջ:

Դեպի ավելի բարդ արտադրատեսակների արտադրության անցումը խթանող ռազմավարական ծրագրերի հիման վրա ուսումնասիրվել է արտադրության կառուցվածքի փոփոխությունը՝ ցածր PCI արժեք ունեցող արտադրանքի արտադրության կրճատմամբ և ավելի բարձր PCI արժեք ունեցող արտադրանքի արտադրության զարգացմամբ (օրինակ. ապրանքներ 6202, 6204, 6116, 5911)

Արտադրության կառուցվածքի փոփոխության հիման վրա հնարավոր դարձավ հաշվարկել PCI-ը ամբողջ արդյունաբերության համար՝ օգտագործելով արտադրված յուրաքանչյուր ապրանքի PCI քաշը:

Միջոցառումների արդյունքում Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի բարդության ինդեքսը կաճի՝ պայմանավորված ավելի բարդ ապրանքների արտադրության աճով:

Գծապատկեր 37 Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի արտադրանքի բարդության ցուցիչը



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

8.2 Ազդեցություն

Ինչպես արդեն նախօրոք նշվել էր, ներուլորտային տնտեսական արդյունքներն ունեն երեք ազդեցություն մակրո մակարդակում, որոնք էական դեր են խաղում պետական տնտեսական քաղաքականության մեջ և տնտեսության համար ունեն ռազմավարական նշանակություն՝

- Արտահանման ծավալ
- Զբաղվածություն
- Արտադրողականություն:

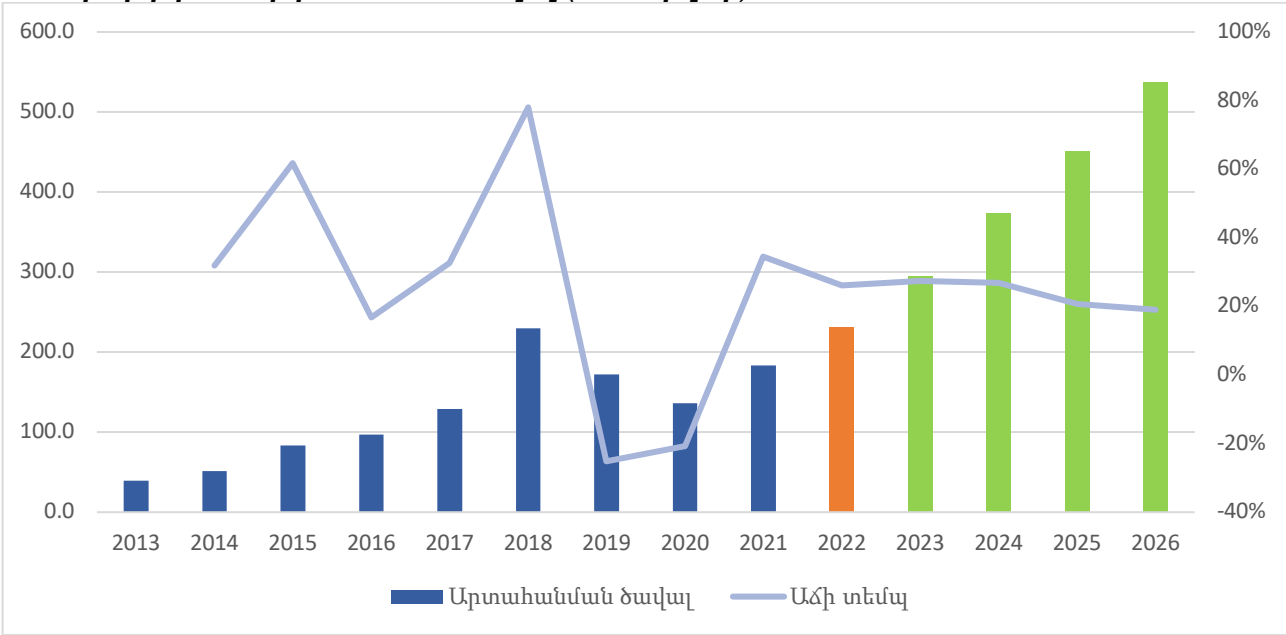
Արտահանման աճը հաշվարկվում է դեպի ընտրված շուկաներ (ԵՄ, Ռուսաստան, այլ շուկաներ) արտահանման աճի հիման վրա, ինչը ավելի մանրամասնորեն ներկայացված է այս փաստաթղթի «Արդյունքներ» բաժնում:

Աճի հիմնական շարժիչներն են՝

- մեկ աշխատանքային ժամի ընթացքում ավելացված արժեքի և արտադրողականության բարձրացումը, ինչին նպաստում է աշխատակիցների մասնագիտական հմտությունների աճը և ոլորտի արդիականացումը, ինչպես նաև արտադրվող ապրանքի բարդության ցուցանիշի բարձրացումը,
- սեփական ապրանքանիշերի զարգացումը և ակտիվ մուտքը ռուսական շուկա (առկա քաղաքական-տնտեսական իրադարձությունների հետևանքով պայմանավորված մուտքի ավելի ցածր շեմ և մրցակցային բարենպաստ պայմաններ) և այլ նոր շուկաներ,
- արտահանման որակական զարգացում՝ դեպի ԵՄ,
- առևտրի ֆինանսավորման սուբսիդավորումը՝ նոր շուկաներ արտահանման նպատակով:

Զարգացման ծրագրի իրականացման տարիների ընթացքում Հայաստանից տեքստիլի արտահանումը կկրկնապատկվի և մինչև 2026 թվականը կկազմի 536 մլն. ԱՄՆ դոլար:

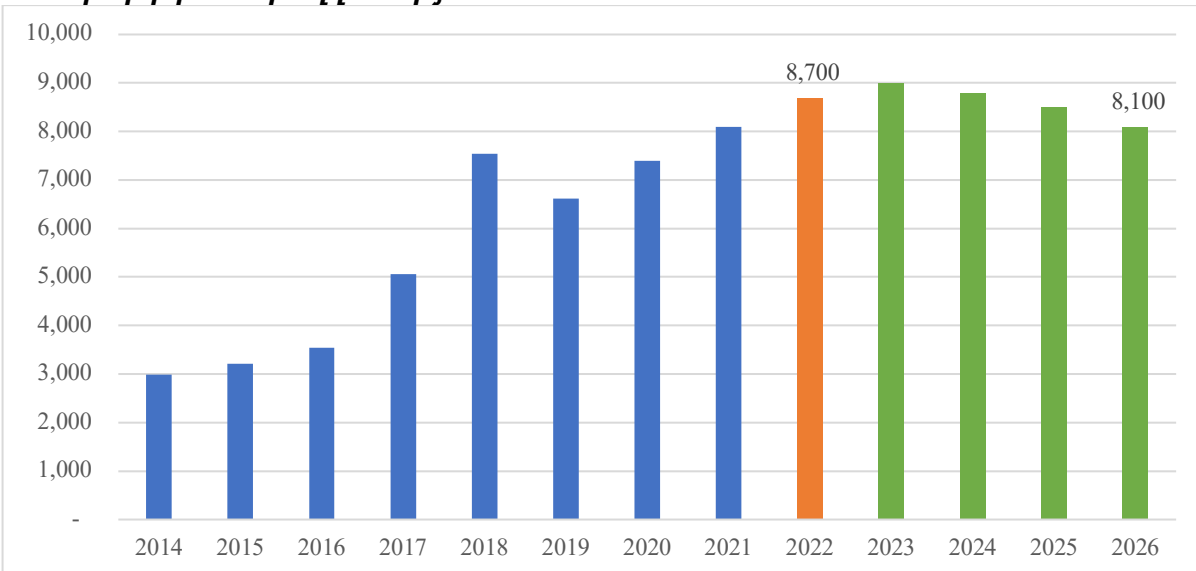
Գծապատկեր 38 Արտահանման ծավալ (ԱՄՆ դոլար)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Առաջին երեք տարիների ընթացքում ոլորտի աշխատողների թվի աճը պայմանավորված կլինի մոտիվացիոն տարբեր ծրագրերի միջոցով: Կանխատեսման տարիների ոլորտում աշխատողների թիվը կավելանա 1.6 անգամ: Սակայն, աշխատողների որակավորման և, հետևաբար, նրանց արտադրողականության բարձրացման, ինչպես նաև տեխնոլոգիաների արդիականացման հետևանքով (վերջինս պայմանավորված է սուբսիդավորվող լիզինգի հնարավորությամբ) ոլորտի աշխատողների թվաքանակի աճի տեմպը կնվազի:

Գծապատկեր 39 Զբաղվածություն



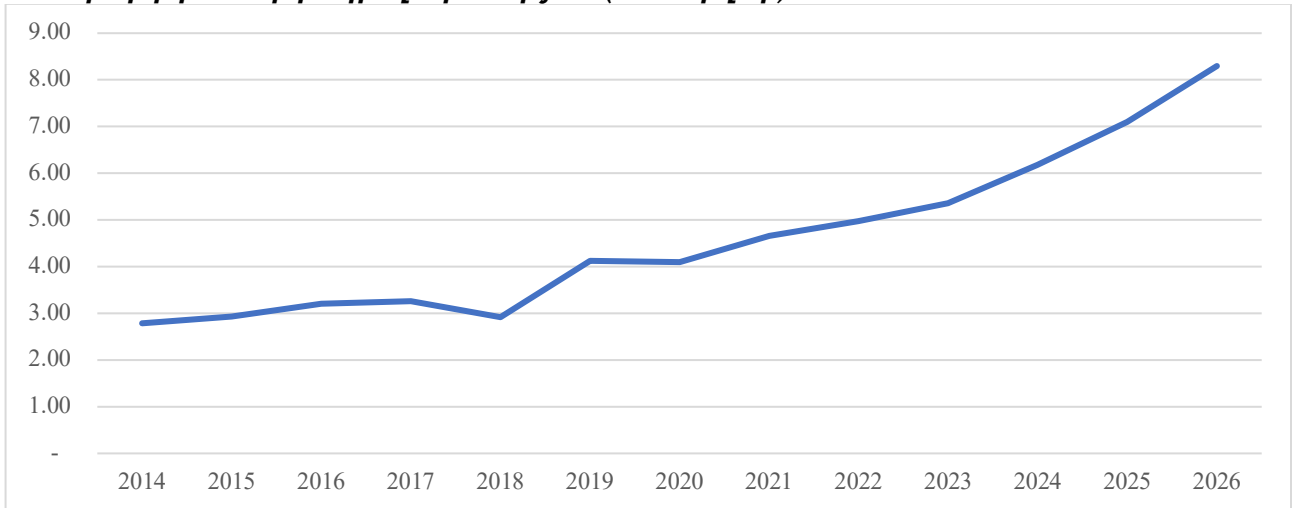
Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

Տեքստիլի ոլորտում արտադրողականությունը կանխատեսվող ժամանակահատվածում կաճի 1.8 անգամ:

Արտադրողականությունը մեկ աշխատանքային ժամում = արտադրության ծավալ (արտադրական եկամուտների փոխարեն՝ դրանց վերաբերյալ տեղեկատվության բացակայության պատճառով) / աշխատած ժամեր:

Հաշվարկման սույն մեթոդը օգտագործվում է Կառավարության կողմից իրականացվող ծրագրերում:

Գծապատկեր 40 Արտադրողականություն (ԱՄՆ դոլար)



Աղբյուր՝ սեփական հաշվարկներ

9. Հայաստանի տեքստիլի ապագան, հիմնական եզրահանգումներ

Ամփոփելով, կարևոր է նշել, որ այս զարգացման ծրագիրը թույլ է տալիս ճանապարհ կառուցել Հայաստանում տեքստիլ արդյունաբերության բարձրորակ աճի և զարգացման համար: Ակնհայտ է, որ վերջին տասնամյակների ընթացքում ձևավորված արդյունաբերությունը պետության համար ռազմավարական նշանակություն ունի՝ հիմք ընդունելով հետևյալ գործոնները՝

- զգալի թվով աշխատատեղեր (ներառյալ ոլորտում կանանց մեծ ներգրավվածությունը)
- երկրի խոշոր հարկատուների ցանկում ոլորտում ներգրավված շուրջ 10 խոշոր կազմակերպությունների ներկայություն
- վերջին տասնամյակների ընթացքում ոլորտում կատարված մեծ ներդրումներ և բարձր տեխնիկական հագեցվածություն և արդյունաբերության արդիականացում
- արդյունաբերության արտահանման ուղղվածություն և լուրջ միջազգային կապեր
- Համաաշխարհային ապրանքանիշերի արտադրանքի հետ աշխատելու մեծ փորձ:

Այնուամենայնիվ, դժվար է չտեսնել այն լուրջ ռիսկերն ու մարտահրավերները, որոնք պահանջում են փոփոխություններ՝ տասնամյակների ընթացքում ստեղծված ներուժը պահպանելու համար.

- Հայաստանի դուրս մնալը ԵՄ արտոնությունների ընդհանրացված համակարգից
- Ոլորտում միջին աշխատավարձերի և այլ գործառնական ծախսերի աճ
- Ուզբեկստանի նման երկրների համեմատ արտահանման հիմնական շուկաներում մրցակցային առավելությունների կորուստ
- Ուզբեկստանի համեմատ Հայաստանի դեմոգրաֆիկական վիճակ
- Լոգիստիկ ծախսերի աճ
- Արդյունաբերության ներկայիս մոդելի դեպքում զարգացման ցածր ներուժ:

Ունենալով այս նախապատմությունը, առկա ռիսկերն ու մարտահրավերները, գլոբալ միտումները և կառավարության ծրագրում առաջադրված խնդիրները, որոշվեց մշակել ռազմավարություն, որը կապահովի Հայաստանի թեթև արդյունաբերության որակական զարգացումը՝ ավելացված արժեքի և արտադրողականության աճի, ինչպես նաև նոր շուկաներ սեփական ապրանքանիշերով մուտք գործելու միջոցով՝ ներառյալ սույն զարգացման ծրագիրը:

Հիմնվելով ավելացված արժեքի շեմի բարձրացման մեթոդի վրա, զարգացման ծրագիրն առաջարկում է 10 հիմնական խմբերից բաղկացած միջոցառումներ, նպատակ ունենալով զարգացնել/բարելավել այնպիսի ուղղություններ, ինչպիսիք են

- ինստիտուցիոնալ լուծումները
- մարդկային ռեսուրսների որակավորումը
- բիզնես գործընթացները
- տեխնոլոգիական վերազինումը
- կայունությունը
- սեփական բրենդների զարգացումը և բրենդի արդյունավետ կառավարումը
- մատակարարման շղթայի դիվերսիֆիկացումը
- բրենդերի ներկայացվածությունն և տեսանելիությունը նոր սպառողական շուկաներում
- տարածաշրջանների հավասարակշռված զարգացումը
- բարդության գործակիցը (ինդեքսը)

Ընդհանուր առմամբ կանխատեսվում է աջակցություն 14,249.90 մլրդ ՀՀ դրամի չափով (այդ թվում՝ պետական աջակցություն և օրենքով չարգելված այլ միջոցներ):

Այս միջոցառումների արդյունքում կանխատեսվում է երեք մակրոազդեցություն՝

- 2026 թվականի Հայաստանից տեքստիլի արտահանումը կկրկնապատկվի՝ կազմելով 536 մլն ԱՄՆ դոլար
- կանխատեսվող ժամանակահատվածում տեքստիլ ոլորտի արտադրողականությունը կաճի 1,8 անգամ
- ոլորտը կպահպանի աշխատատեղերի մեծ մասը և կայուն կլինի աշխատուժի մասնակցության առումով՝ միջին որակավորման մակարդակի բարձրացմամբ: Կանխատեսվող ժամանակահատվածում տեքստիլ ոլորտում աշխատողների թիվը կավելանա 1.6 անգամ:

Այսպիսով, արդյունաբերությունում կձևավորվի նոր բիզնես մոդել՝ հիմնված բարձր արտադրողականությամբ, ապրանքների բարդությամբ և ավելացված արժեքով արտադրության զարգացման, սեփական բրենդների մշակման և նոր շուկաներ մուտք գործելու վրա: Այս մոդելը ռազմավարական հեռանկարում ունի կայուն զարգացման տեմպեր:

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅԱՆ
ՎԱՐՉԱՊԵՏԻ ԱՇԽԱՏԱԿԱԶՄԻ
ՂԵԿԱՎԱՐ

Ա. ՀԱՐՈՒԹՅՈՒՆՅԱՆ

ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՏԵՔՍՏԻԼ ԱՐԴՅՈՒՆԱԲԵՐՈՒԹՅԱՆ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ ԾՐԱԳՐԻՑ ԲԽՈՂ 2023-2026 ԹՎԱԿԱՆՆԵՐԻ ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ԾՐԱԳԻՐԸ

Ռազմավարական նպատակն է բարձրացնել Հայաստանի տեքստիլ ոլորտի մեկ աշխատանքային ժամում գոյացող Ավելացված արժեքի ցուցանիշը: Սա նշանակում է, որ հանրային քաղաքականությունը պետք է ուղղված լինի Ավելացված արժեքի բարձրացմանը և նպաստի ու խթանի ամենաբարձր արտադրողականություն և հաջողության հասնելու ամենամեծ ներուժ ունեցող ընկերությունների զարգացումը: Ստորև թվարկված բոլոր ծրագրերը վերաբերում են այն ընկերություններին, որոնք գերազանցում են Էկոնոմիկայի նախարարության կողմից սահմանված Ավելացված արժեքի ցուցանիշի տարեկան շեմը (բացառությունները հատուկ նշվում են):

**Սույն հավելվածով նախատեսված միջոցառումների ֆինանսավորումը կիրականացվի յուրաքանչյուր տարի հաստատվող պետական բյուջեի մասին օրենքով նախատեսված ծրագրերի շրջանակներում:*

***Շահառուի կողմից՝ սույն հավելվածի 3.6-րդ, 5.6-րդ, 5.7-րդ և 6.11-րդ կետերով սահմանված, շահութահարկի փոխհատուցում նախատեսող երկու և ավել միջոցառումներից օգտվելու դեպքում՝ փոխհատուցման հանրագումարը չպետք է գերազանցի վերջինիս կողմից վճարված շահութահարկի 100%-ը:*

Միջոցառումներ	Նկարագրություն	2023				2024				2025				2026				Պատասխանատու մարմին	Ցուցանիշ	Ելքային տվյալներ					Ֆինանսական կանխատեսումներ, մլն դրամ										
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV			Բազային տվյալ	2023	2024	2025	2026	2023	2024	2025	2026	Ընդհանուր	Ֆինանսական հաշվարկների պարզաբանում					
																															ՊԵՏ ԲՅՈՒՋԵ/ՕՐԵՆՔՈՎ ՉԱՐԳԵԼՎԱԿԱՆ ԱՅՆ ՄԻՋՈՑՆԵՐ*				
1	Իրականացնել հնստիտուցիոնալ լուծումներ, որոնք կփոխեն տեքստիլ արդյունաբերության մակրոկառավարման և մոնիտորինգի գործընթացները																													132.50	120.35	114.20	108.05	475.10	
1.1.	Ատեղծել տեքստիլ ոլորտի Օպերատոր, որը գործելով հանրային և մասնավոր գործընկերության սկզբունքի հիման վրա կնպաստի ոլորտի արդյունավետ և համակարգված զարգացմանը, նոր ռազմավարությունների և զարգացման ծրագրերի իրականացմանը:																		0%	0%	5%	10%	15%	2023 Այլ	2024 Պետ Բյուջե*	2025 Պետ Բյուջե*	2026 Պետ Բյուջե*	455.10					Օպերատորի տարեկան վարչական բյուջեի հաշվարկները հիմնված են մի քանի ենթադրությունների վրա: - մոտ 5 անձի միջին շուկայական աշխատավարձը՝ ամսական մինչև 500000 դրամ (Glassdoor Data) + բարձր որակավորում ունեցող միջազգային գործադիր տնօրենի աշխատավարձը մոտ 10000 ԱՄՆ դոլար, - առաջին տարում ներառվել են անձնակազմի համար սարքավորումների գնման ծախսերը (մինչև 5 նոսրությամբ՝ յուրաքանչյուրը մոտ 1500 ԱՄՆ դոլար, տպիչ՝ մոտ 700 ԱՄՆ դոլար, մոտ 5 աշխատատեղերի համար նախատեսված կահույք՝ մոտ 1,500 ԱՄՆ դոլար մեկ		

1.3.	<p>Տարեկան կտրվածքով հաշվարկել տեքստիլ ոլորտի բոլոր ընկերությունների մեկ աշխատանքային ժամում գոյացող ավելացված արժեքի ցուցանիշը, որի հիման վրա ընտրել սահմանված տարեկան շեմից բարձր ընկերությունների ցանկը: Պետության կողմից աջակցությունը տրամադրվում է հիմնականում այդ ընկերությունների համար: Գրապարակել սահմանված տարեկան շեմը և ընտրված ընկերությունների ցանկը:</p>	<p>1. Ավելացված արժեքի ցուցանիշը հաշվարկվում է հետևյալ տարրերակրով. Մեկ աշխատանքային ժամում ավելացված արժեքը = Ընկերության ընդհանուր ավելացված արժեք / Ընդհանուր աշխատանքային ժամեր Ընկերության Ընդհանուր ավելացված արժեք = Աշխատողներին վճարված ընդհանուր աշխատավարձ և փոխհատուցումներ + Գործառնական շահույթ մինչև հարկումը + Մաշվածություն</p> <p>2. Տվյալների հաշվարկը կիրականացվի ընթացիկ տարում՝ նախորդ տարվա տվյալների հիման վրա (ընկերության կողմից ներկայացված հատուկ հաշվետվության հիման վրա)՝ ընթացիկ տարում աջակցություն ցուցաբերելու նպատակով</p> <p>3. Պետական աջակցության ծրագրում ընդգրկվող ընկերությունների ընտրության համար նախատեսված ավելացված արժեքի շեմը պետք է յուրաքանչյուր տարի որոշվի՝ ելնելով ծրագրին պետության կողմից հատկացված բյուջեից, ինչպես նաև աջակցության համար ընկերությունների դիմումներից</p> <p>4. Ավելացված արժեքի շեմը պետք է տարեցտարի ավելանա</p> <p>5. Պետական աջակցությունը պետք է տրամադրվի մեկ ժամում ավելացված արժեքի հիման վրա՝ ամենաբարձր արտադրողականություն ունեցող ընկերություններին խթանելու համար</p>																																																																		
1.4.																																																																				
1.5.	<p>Հիմնվելով շարունակական մոնիթորինգի արդյունքների վրա պատրաստել տարեկան ներքին հաշվետվություններ՝ ոլորտում մեկ աշխատանքային ժամում գոյացող ավելացված արժեքի ցուցանիշի փոփոխությունների վերաբերյալ:</p>																																																																			
1.6.	<p>Հիմնվելով շարունակական մոնիթորինգի արդյունքների վրա պատրաստել տարեկան հաշվետվություններ ծրագրի արդյունքների վերաբերյալ:</p>																																																																			
1.7.	<p>Կազմակերպել ռազմավարության իրականացման ընթացքի վերաբերյալ տարեկան նիստեր, որտեղ քննարկվելու են Ավելացված արժեքի ցուցանիշի փոփոխության</p>																																																																			

	ընթացքը, ոլորտի միտումները և ծրագրի արդյունքները, ներառյալ գենդերային ուղղորդման արդյունքները: Անհրաժեշտության դեպքում ծրագրերում կատարվելու են փոփոխություններ և լրացումներ:																													
2	Բարելավել տեքստիլ ոլորտի աշխատողների մրցունակությունը (հմտություններ, որակ և արտադրողականություն),																													շուկայական գների վրա (աղբյուրը՝ SaagePR):
2.1.	Ստեղծել "ArmSkills" հարթակը (հիմք ընդունելով WorldSkills Int. ձևաչափը), որը ամեն տարի կանցկացնի տեքստիլ ոլորտում առկա տարբեր մասնագիտությունների համար մրցույթներ: Հաղթողների համար նախատեսվում են պարգևներ	1. ArmSkills հարթակի ստեղծումը կնպաստի տեքստիլի ոլորտում որակավորումների կարգավիճակի և չափանիշների բարձրացմանը, ինչպես նաև ոլորտում առկա մասնագիտությունների մասսայականացմանը: Հարթակի ստեղծման գործընթացը հետևյալն է. 2. Մրցույթների կազմակերպումը պետք է ֆինանսավորվի Օպերատորի մեխանիզմների միջոցով (PR-ի և 2LU-ների աջակցությամբ) : 3. Մրցույթների արդյունքների վերաբերյալ պետք է կազմվի տարեկան հաշվետվություն: 4. Հաղթողները կընտրվեն որակավորման 7 չափանիշների հիման վրա, որոնք սահմանվում են Fashion Technology WSOS-ի կողմից. 5. Մրցույթները պետք է անցկացվեն մարդու իրավունքների և գենդերային հավասարության սկզբունքների պահպանմամբ: 6. Հայաստանում տեքստիլ ոլորտի մասնագիտությունների պահանջարկը պարզելու համար անցկացվելու են տարեկան հարցումներ:												Օպերատոր	ArmSkills մասնակիցների թիվ	0	50	100	200	200	3.50	7.00	14.00	14.00						Հաշվարկված է Կառավարության կողմից ֆինանսավորվող նմանատիպ միջոցառումների ծախսերի հիման վրա. 2022 թվականին «Լավագույն մարզական ընտանիք» մրցույթի կազմակերպման պետական ծախսերը գնահատվել են 35 մլն. դրամ: Այս միջոցառման մասնակիցների թիվը մոտավոր համընկնում է ArmSkills-ի մասնակիցների թվի հետ, և գումարը տարեց տարի ինդեքսավորվում է՝ հաշվի առնելով մասնակիցների թվի աճը
2.2.	Ֆինանսավորել ArmSkills-ի հաղթողների ամենամյա մասնակցությունը WorldSkills միջազգային մրցույթներում												Օպերատոր	Հայաստանի մասնակիցների WorldSkills-ի վարկանիշը	30	25	20	20	15		6.00	6.48	7.00						Ճանապարհածախսեր (500 ԱՄՆ դոլար ավիատոմս մեկ անձի համար), գիշերակաց (1000 ԱՄՆ դոլար հյուրանոցի արժեքը մեկ անձի համար 5 գիշեր), մասնակցության վճար (3000 ԱՄՆ դոլար) - ընդհանուր առմամբ 3 անձի և 3 աջակցող անձի համար:	

2.3.	Ներդնել տեքստիլ ոլորտի բոլոր տեսակի մասնագիտությունների աշխատողների մասնագիտական մակարդակը գնահատելու հավաստագրման համակարգ	<p>1. Օպերատորը Էկոնոմիկայի նախարարության և ArmSkills հարթակի հետ միասին պետք է սահմանեն տեքստիլ ոլորտի յուրաքանչյուր մասնագիտության մասնագիտական հավաստագրման ընթացակարգերն ու պայմանները:</p> <p>2. Ոլորտում ավելի քան 3 տարի աշխատած աշխատակցի համար հավաստագրումը պետք է լինի պարզեցված կամ ավտոմատ կերպով՝ համաձայն ընդունված ընթացակարգերի և պայմանների:</p> <p>3. Մյուս աշխատակիցների համար հավաստագրումը պետք է կազմակերպվի տարեկան մի քանի անգամ անցկացվող հատուկ միասնական քննությունների հիման վրա:</p> <p>4. Հավաստագրումը պետք է անցկացվի մարդու իրավունքների և գենդերային հավասարության սկզբունքների պահպանմամբ:</p>		Օպերատոր Էկոնոմիկայի նախարարություն, Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն	Հավաստագրում անցած տեքստիլի ոլորտի աշխատակիցների մասնաբաժինը	0%	30%	40%	10%	10%	10.00	5.00	5.00	5.00	25.00	2023 թվականի համար՝ 6 ամիսների ընթացքում մատուցված խորհրդատվական ծառայությունների վճար: 2023-2026 թվականների՝ հավաստագրման համակարգի վերահսկման և դրա զարգացման ծառայությունների ծախսերը:
2.4.	Փոխհատուցել վերապատրաստման դասընթացներ իրականացնողի կապիտալ ծախսերի 70%-ը, եթե տարվա արդյունքներով վերապատրաստման մասնակիցների թիվը գերազանցել է 200 հոգին, և նրանց մեջ հավաստագրված մասնաբաժինը կազմում է 50%:			Էկոնոմիկայի նախարարություն	Տեքստիլ ոլորտի վերապատրաստում անցած մասնակիցների թիվը	740	1,350	1,320	1,275	1,377		35.00	21.00	5.25	61.25	Հաշվարկը կատարվել է 2024 թվականին 2 կենտրոնի հիմնադրման և 2025 թվականին 1 կենտրոնի հիմնադրման ծախսերի (Ներառյալ սարքավորումների գնում, տարածքների վերանորոգում, կահույքի գնում), ինչպես նաև 2025 թվականին 2 կենտրոնի և 2026 թվականին 3 կենտրոնի պահպանման ծախսերի հիման վրա:
2.5.	Փոխհատուցել տեքստիլ ոլորտի ընկերությունների կողմից անձնակազմի հմտությունների զարգացման դասընթացների համար վճարված վարձերի 30%-ը, եթե վերապատրաստում անցած աշխատողների տարեկան մասնաբաժինը 15%-ից ավելի է, և հավաստագրում անցածների մասնաբաժինը դասընթացներին մասնակցողների համեմատ ավելի է քան 70%-ը: Առավելագույն տարեկան փոխհատուցումը 1 աշխատակցի համար կազմում է 50.000 դրամ:			Էկոնոմիկայի նախարարություն	Վերապատրաստում անցած աշխատակիցների մասնաբաժինը	10%	15%	15%	15%	17%	67.50	66.00	61.20	64.72	259.42	Դասընթացն անցած աշխատակիցների թիվը (բացառությամբ 10-րդ ռազմավարական ուղղության մեջ տեղ գտած արտադրանքի բարդության ցուցանիշի (PCI) բարձր արժեք ունեցող ապրանքների հետ աշխատող վերապատրաստում անցած աշխատակիցների) բազմապատկած տարեկան կտրվածքով փոխհատուցվող առավելագույն գումարի չափով՝ ամսեկան 50.000 դրամ:

2.6.	100%-ով փոխհատուցել վերապատրաստման դասընթացների մասնակիցների աշխատավարձի գծով մեկ տարվա ընթացքում գոյացած եկամտահարկի գումարը, եթե մասնակիցը վերապատրաստումից հետո շարունակում է աշխատել ընկերությունում առնվազն 1 տարի: Առավելագույն փոխհատուցումը 1 աշխատակցի համար կազմում է ամսեկան 50.000 դրամ: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:		Էկոնոմիկայի Նախարարություն	Տեքստիլ ոլորտում Նոր աշխատողների թիվը	800	600	300	300	300	64.53	35.49	40.81	44.89	185.72	Նոր աշխատողների թիվը բազմապատկած 1 տարվա եկամտային հարկով (հիմք ընդունելով "Արդյունքներ" թերթիկում ներկայացված միջին աշխատավարձի կանխատեսումը: Ընդդրում 1 տարվա աշխատողի միջին աշխատավարձը հաշվարկվել է ներկայացված միջին աշխատավարձի 70%-ի չափով):
2.7.	Ոլորտում աշխատող կանանց համար ստեղծել հատուկ սոցիալական պայմաններ՝ հաշվի առնելով ոլորտի գենդերային առանձնահատկությունները: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:														
2.7.1.	Փոխհատուցել տեքստիլ ընկերության տարածքում երեխայի խնամքի տարածք ստեղծելու նպատակով իրականացված կապիտալ ծախսերի 50%-ը, եթե մինչև տարեվերջ այդ մանկապարտեզ կ/կամ ցերեկային կենտրոն հաճախող աշխատողների երեխաների թիվը 20-ից ավելի է: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:		Էկոնոմիկայի Նախարարություն	Մանկապարտեզների քանակը		1	3	4	4	25.00	50.00	25.00		100.00	Ենթադրվում է կառուցել 2023 թվականին՝ 1, 2024 թվականին՝ 2 և 2025 թվականին ևս 1 մանկապարտեզ: Կառուցման հաշվարկները հիմնված են աշխատողների թվի և դրա համար ֆինանսավորում տրամադրել ցանկացող ընկերությունների քանակի վրա: Մեկ մանկապարտեզի կապիտալ ծախսերի արժեքը հիմնված է Հայաստանի (մասնավորապես՝ Երևան քաղաքի) տեղական բյուջեներում ընդգրկված մանկապարտեզների վերակառուցման համար նախատեսված ծախսերի միջին արժեքի վրա՝ ներառյալ ՄԱԿ-ի ծրագրում ընդգրկված՝ 25 մլն. դրամ
2.7.2.	Փոխհատուցել ոլորտի ընկերության աշխատակիցների աշխատավարձի գծով վճարված եկամտային հարկի 10%-ը, եթե աշխատողը ընդգրկված է օրենքի սենյակի ապահովման ծրագրում: Ամսեկան գումարի փոխհատուցումը մեկ աշխատողի համար չպետք է գերազանցի 10000 դրամը: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:		Էկոնոմիկայի Նախարարություն	Սենյակի ապահովման ծրագրում ընդգրկված տեքստիլ ոլորտի աշխատողների մասնաբաժինը	8%		15%	20%	30%		68.09	109.62	184.49	362.19	Օրենքի սենյակի ապահովման ծրագրում ներառված ոլորտի աշխատակիցների մասնաբաժինը բազմապատկվել է յուրաքանչյուր տարվա աշխատողների թվով, յուրաքանչյուր տարվա միջին աշխատավարձի կանխատեսումով (տես "Արդյունքներ" թերթիկ) և եկամտային հարկի դրույթաչափով (20%): Հաշվարկները կատարվել են 1 տարվա համար:

2.8.	Փոխհատուցել ոլորտի ընկերության կողմից արտասահմանից ներգրավված բարձր որակավորում ունեցող տեքստիլ տեխնոլոգիաների և կոնստրուկտավորողների (տեխնիկական գծագրողների) աշխատավարձի 25%-ը : Տվյալ մասնագետները պետք է համապատասխանեն Էկոնոմիկայի նախարարության կողմից սահմանված չափանիշներին և Չայաստանում աշխատեն ոչ պակաս, քան 6 ամիս: Մեկ ընկերության համար փոխհատուցման տարեկան գումարների ֆիքսված սահմանաչափը նախապես հաստատվում է: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:	1. Էկոնոմիկայի նախարարությունը ամեն տարի սահմանում և հրապարակում է օտարերկրյա բարձր որակավորում ունեցող տեքստիլ տեխնոլոգիաների և կոնստրուկտավորողների վերաբերյալ չափանիշների ցանկը: 2. Էկոնոմիկայի նախարարությունը ամեն տարի հաստատում է մեկ ընկերության համար նախատեսված փոխհատուցման գումարի ֆիքսված սահմանաչափը:		Էկոնոմիկայի նախարարություն	Արտասահմանյան բարձր որակավորում ունեցող տեքստիլ տեխնոլոգիաների և կոնստրուկտավորողների թիվը	0	5	7	10	10	75.00	105.00	150.00	150.00	480.00	Փոխհատուցման չափը բազմապատկվել է բարձր որակավորում ունեցող օտարերկրյա տեքստիլ տեխնոլոգիաների և կոնստրուկտավորողների թվով և նրանց ամսական աշխատավարձով, որը ըստ Glassdoor-ի տվյալների կազմում է 10,000 ԱՄՆ դոլար
2.9.	Պատրաստել տեքստիլ ոլորտի մասնագիտությունների համար նախատեսված կրթական նոր ծրագիր, որը կիրականացվի տեքստիլի ոլորտում գործող S<24 կրթական հաստատությունների հետ համատեղ :	Համաձայն տեքստիլ ոլորտի ռազմավարության ուղղությունների և հետևելով ընթացիկ մարտահրավերներին Օպերատորը Կրթության, Էկոնոմիկայի նախարարության և անհրաժեշտության դեպքում նաև խորհրդատվական կազմակերպությունների հետ միասին պետք է վերլուծի համաշխարհային պրակտիկան և Չայաստանի տեքստիլ արդյունաբերության կառուցվածքը:		Օպերատոր Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն, Էկոնոմիկայի նախարարություն	Ուսումնական պլանի ամկայությունը մինչև 2023 թվականի հունիսի վերջ		+				35.00				35.00	Ծուկայական գներով հաշվարկված կրթության կառավարման վերաբերյալ խորհրդատվական ծառայությունների 6 ամսվա վճար
2.10.	Տեքստիլ ոլորտի մասնագիտությունների համար պատրաստված կրթական ծրագրի իրականացման ֆինանսավորում			Օպերատոր Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն, Էկոնոմիկայի նախարարություն	Նոր կրթական ծրագրի համաձայն ուսուցանվող տեքստիլ ոլորտի ուսանողների քանակը		10	20	25.00	30	40.00	80.00	100.00	120.00	340.00	Հաշվարկը կատարվել է Ռուսաստանի բուհերում համատեղ կրթական ծրագրերում ընդգրկված մեկ ուսանողի համար պահանջվող միջին ծախսերի հիման վրա, որը կազմում է 8000 ԱՄՆ դոլար
2.11.	Ներդնել դրամաշնորհային մրցակցային համակարգ, որի միջոցով յուրաքանչյուր տարի կընտրվեն լավագույն 3 երիտասարդ մասնագետներ, որոնք ընտրված մասնագիտությունների գծով կրթություն կստանան արտասահմանում՝ պարտադիր վերադարձի և Չայաստանում առնվազն 2 տարվա աշխատանքի շարունակության պայմանով:	1. Օպերատորը յուրաքանչյուր տարի կազմում է այն մասնագիտությունների ցանկը, որոնք հատուկ մասնագիտական գիտելիքներ են պահանջում: 2. Օպերատորը հիմնվելով առկա մասնագիտությունների ցանկի վրա, ամեն տարի կազմում է արտասահմանյան համալսարանների և ուսումնական կենտրոնների ցուցակը և նրանց հետ պատրաստում է գործընկերային ծրագրեր՝ անհրաժեշտ թվով տեղեր ապահովելու համար: 3. Օպերատորը տարեկան կտրվածքով հայտարարում է ներկայացված ծրագրերի		Օպերատոր	Մասնակիցների թիվ		20	30	40	40	64.50	64.50	64.50	64.50	258.00	Հաշվարկվել է Մանչեսթերի համալսարանի տեքստիլ տեխնոլոգիաների ուսումնասիրության դասընթացների միջազգային (Ներառյալ ԵՄ-ից), ուսանողների տարեկան վարձերի հիման վրա, որոնք կազմում են 26,000 ֆունտ ստեռլինգ.

		<p>շղջանակներում դրամաշնորհների մրցույթ և իրականացնում է համապատասխան ընտրությունը:</p> <p>4. Մրցույթը անցկացվում է մարդու իրավունքների և գենդերային հավասարության սկզբունքների պահպանմամբ:</p> <p>Օպերատորը լիարժեք կերպով աջակցում է դրամաշնորհի ստացած մասնագետներին ուսման ընթացքում և ուսման ավարտից հետո:</p>	<p>Yellow cells</p>													
2.12.	<p>Միանվագ գումար վճարել այն տեքստիլ ընկերություններին, որոնք դպրոցներում ստեղծում են տեքստիլ լաբորատորիաներ:</p> <p>Վճարումը իրականացվելու է, եթե լաբորատորիայում 1 տարվա ընթացքում վերապատրաստում անցած մասնակիցների թիվը գերազանցում է 50 հոգին:</p>	<p>Առաջարկվում է դպրոցներում ստեղծել տեքստիլ լաբորատորիաներ՝ "Արմաթ" լաբորատորիաների սկզբունքով:</p>	<p>Yellow cells</p>	<p>Էկոնոմիկայի Նախարարություն</p>	<p>Տեքստիլ լաբորատորիաների քանակը դպրոցներում</p>		1	3	5	5.00	10.00	10.00	25.00	<p>Հաշվարկը հիմնված է «Արմաթ» լաբորատորիայի ստեղծման համար պահանջվող նմանատիպ ծախսերի վրա, որը կազմում է 10000 ԱՄՆ դոլար: 2024 թվականին՝ 1 լաբորատորիա, 2025 թվականին՝ 2, 2026 թվականին՝ 2</p>		
2.13.	<p>Լճակցման ծրագրերի ներքո գտնվող ընկերություններից պահանջել կնքել 5 հուշագիր Էկոնոմիկայի նախարարության կողմից հաստատված ցանկում ընդգրկված կրթական հաստատությունների հետ՝ ծրագրի իրականացման ժամանակահատվածում ուսանողների համար էքսկուրսիաներ կազմակերպելու նպատակով:</p>	<p>1. Յուրաքանչյուր տարի Օպերատորը ը համագործակցելով Էկոնոմիկայի և Կրթության նախարարությունների հետ որոշում և իրապարակում է ընտրված կրթական հաստատությունների ցանկը:</p> <p>2. Օպերատորը պետք է միջնորդ հանդիսանա ընկերությունների և դպրոցների միջև հուշագրեր ստորագրելու և էքսկուրսիաներ իրականացնելու հարցում:</p>	<p>Yellow cells</p>	<p>Օպերատոր, Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն, Էկոնոմիկայի նախարարություն</p>	<p>Տեքստիլ արտադրող ընկերությունների և դպրոցների կողմից համատեղ գեկուցված էքսկուրսիաների թիվը</p>	20	28	40	40				-	<p>Ծախսերն ամբողջությամբ փակում է ընկերությունը</p>		
2.14.	<p>Փոխհատուցել 1 տարվա ընթացքում ոչ ավելի քան 3 ամսվա ընթացքում մատուցված խորհրդատվական ծառայությունների արժեքի 50%-ը (խորհրդատվական ընկերությունների ցանկը մրցութային հիմունքներով հաստատում է Էկոնոմիկայի նախարարությունը): Այդ ծառայությունները պետք է մատուցվեն հատուկ հմտությունների զարգացման ոլորտում, ներառյալ նոր սարքավորումների և տեխնիկական լուծումների կառավարում: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:</p>	<p>Yellow cells</p>	<p>Yellow cells</p>	<p>Էկոնոմիկայի Նախարարություն</p>	<p>Շահառու տեքստիլ ընկերությունների քանակը</p>	0.00	10	12	15	10	25.00	30.00	37.50	25.00	117.50	<p>Փոխհատուցման չափը բազմապատկվել է շահառու տեքստիլ ընկերությունների թվով և յուրաքանչյուր ընկերության համար մատուցված խորհրդատվության դիմաց վճարված միջին շուկայական արժեքով</p>
3		<p>Օպտիմալացնել և արդիականացնել բիզնես գործընթացները՝ նպաստելով արդյունավետության և արտադրողականության բարձրացմանը</p>	<p>Yellow cells</p>								39.00	34.00	79.85	95.87	248.72	

3.1.	Տեքստիլ ոլորտում արդյունավետ բիզնես գործընթացների զարգացման ուղեցույց ստեղծելու նպատակով ներգրավել համապատասխան խորհրդատվական ընկերություն: Ուղեցույցը կիրառարակվի ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության պաշտոնական կայքում՝ այն հասանելի դարձնելով տեքստիլ ընկերություններին և լայն հանրությանը:											Էկոնոմիկայի նախարարություն	«Տեքստիլ ոլորտում արդյունավետ բիզնես գործընթացների զարգացում» ուղեցույցը հրապարակվել է ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության կայքում	+					15.00	15.00	6 ամիս տևողությամբ խորհրդատվական ծառայությունների վարձավճար				
3.2.	Փոխհատուցել Հայաստանում գործող բոլոր տեքստիլ ընկերությունների համար բիզնես գործընթացների բարելավման խորհրդատվական ծառայությունների ծախսերի 50%-ը՝ եթե շահառու տեքստիլ ընկերությունն ապահովել է աշխատանքի մեկ ժամում ավելացված արժեքի առնվազն 10%-ի ան:											Էկոնոմիկայի նախարարություն	Տարվա ընթացքում շահառու տեքստիլ ընկերությունների քանակը	0	2	3	4	5	20.00	30.00	40.00	50.00	140.00	Շուկայական գների վրա հիմնված խորհրդատվական ծառայությունների վճար (20,000 ԱՄՆ դոլար) բազմապատկած յուրաքանչյուր տարվա շահառու տեքստիլ ընկերությունների քանակով	
3.3.	Աուբիտորիակտի սկզբունքով ներգրավել համապատասխան ընկերություն, որը կիրականացնի Հայաստանում և Թիրախային շուկաներում տեքստիլ ոլորտի հիմնական փոփոխությունների և միտումների մոնիթորինգ և կնեթկայացնի տարեկան թարմացումները: Փաստաթուղթը հրապարակվելու է ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության կայքում այն հասանելի դարձնելով տեքստիլ ընկերություններին և հանրությանը:											Էկոնոմիկայի նախարարություն	«Տեքստիլ ոլորտի հիմնական փոփոխություններն ու միտումները» թեմայով տարեկան թարմացումների հրապարակումը ՀՀ Էկոնոմիկայի նախարարության կայքում	+	+	+	+	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00	Ցուրաքանչյուր տարվա համար շուկայական գների վրա հիմնված խորհրդատվական ծառայությունների վճար		
3.4.	Կազմակերպել տեքստիլ ոլորտի բիզնես գործընթացներում գիտելիքների վրա հիմնված նորարարության և գիտահետազոտական մշակումների վերաբերյալ դրամաշնորհային մրցույթներ: Հետազոտության արդյունքները պետք է ունենան գործնական կիրառություն և կիրառվեն առնվազն մեկ տեքստիլ ընկերությունում:											Էկոնոմիկայի նախարարություն, Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն	Տարվա ընթացքում տրամադրված դրամաշնորհների քանակը	0				1	2					16.20	Դրամաշնորհի չափը հաշվարկվել է տրամադրված համաձայնագրի դրամաշնորհների (օր. Գյուլբենկյան Օպերատոր) մոտավոր գումարների հիման վրա և կազմում է 10,000 եվրո:
3.5.	Փոխհատուցել տեքստիլ ոլորտում կիրառելի գիտական արտադրող արտադրող լաբորատորիաների հիմնադրման ծախսերի 50%-ը											Էկոնոմիկայի նախարարություն	Հիմնադրված գիտական լաբորատորիաների քանակը 1 տարվա ընթացքում	0				1	1			30.00	30.00	60.00	Հաշվարկը հիմնված է նմանատիպ լաբորատորիաների հիմնադրման ծախսերի վրա (հաշվի առնելով մեքենաների և սարքավորումների գնումը, տարածքների վերանորոգումը և այլ կապիտալ ծախսերը) - 60,000 ԱՄՆ դոլար 1 լաբորատորիայի համար: 2025 թվականին՝ 1 լաբորատորիա, 2026 թվականին՝ 1:

	Նախապես սահմանված ցանկում: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:																															
5.2.	Փոխհատուցել SՅ24 երկրներից ցանկացած կազմակերպությունից ISO-ի կամ ոլորտին հատուկ հավաստագրերի ձեռք բերման հետ կապված ծախսերի 50%-ը, եթե առաջին տարում շահառու տեքստիլ ընկերության արտահանվող տեքստիլ արտադրանքի մասնաբաժինը SՅ24 որևէ երկիր կազմում է ընդհանուր արտահանման ծավալի առնվազն 25%, 2-րդ տարում՝ առնվազն 40%, 3-րդ տարում՝ առնվազն 60%: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:																															
																				Եկոնոմիկայի Նախարարություն	ISO կամ ոլորտին հատուկ հավաստագրեր ունեցող տեքստիլ արտադրող ընկերությունների ընդհանուր թիվը	11	13	15	18	21	2.50	2.50	3.75	3.75	12.50	Գումարը հաշվարկվում է ISO Update-ի կողմից տրամադրված "Տեղեկատվություն, ռեսուրսներ և թարմացումներ ստանդարտների և հավաստագրման ոլորտի համար" տեղեկատվական աղբյուրի հիման վրա, ըստ որի ISO հավաստագրման տարեկան ծախսերը տատանվում են 3000 ԱՄՆ դոլարից մինչև 5000 ԱՄՆ դոլար (հաշվարկը կատարվում է վերին սանդղակի հիման վրա):
5.3.	Բանակցել CEN Entity Affiliate կազմակերպության հետ՝ Հայաստանում իր ներկայացուցչությունը բացելու համար: Նախատեսվում է համաֆինանսավորել մասնաճյուղի բացման հետ կապված ծախսերի 50%-ը: CEN Entity Affiliate կազմակերպությունը պարտավորվելու է տարեկան առնվազն 3 ապրանքատեսակի համար տրամադրել CEN հավաստագրում: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:																		Եկոնոմիկայի Նախարարություն	CEN հավաստագրում անցած ապրանքատեսակների քանակը տարեկան կտրվածքով	0	4	6	8	10	155.00	5.00	5.00	5.00	170.00	Գումարը ներառում է 250,000 ԱՄՆ դոլար սարքավորումների ծախսեր, 50,000 ԱՄՆ դոլար վերանորոգման ծախսեր, 10,000 ԱՄՆ դոլար CEN Entity Affiliate լաբորատորիայի անդամավճարը	
5.4.	Փոխհատուցել CEN հավաստագրման ծախսերի 50%-ը, եթե 1-ին տարում շահառու տեքստիլ ընկերության կողմից CEN երկրներ (մասնավորապես ԵՄ) արտահանված տեքստիլ արտադրանքի մասնաբաժինը կազմում է ընդհանուր արտահանված ծավալի առնվազն 25%-ը, 2-րդ տարում՝ առնվազն 40%-ը, 3-րդ տարում՝ առնվազն 60%-ը: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:																		Եկոնոմիկայի Նախարարություն	ԵՄ արտահանվող տեքստիլ արտադրանքի աճի տեմպը	12%	12%	13%	14%	14%	5.00	7.50	10.00	12.50	35.00	Գումարը հաշվարկվում է տարեկան կտրվածքով ISO հավաստագրման ծախսերի հիման վրա՝ 5000 ԱՄՆ դոլար բազմապատկած CEN հավաստագրում ունեցող ապրանքատեսակների քանակով	
5.5.	Փոխհատուցել ECO հավաստագրման ծախսերի 50%-ը, եթե շահառու տեքստիլ ընկերությունը ձեռք բերի ECO հավաստագիր:																		Եկոնոմիկայի Նախարարություն	ECO հավաստագիր ունեցող տեքստիլ ոլորտի ընկերությունների ընդհանուր թիվը	4	5	6	7	8	0.61	0.61	0.61	0.61	2.42	Գումարը հաշվարկվել է՝ ելնելով ECO հավաստագրման ծախսերից (200 եվրոյից մինչև 2000 եվրո՝ կախված երկրից) :. Տվյալ դեպքում օգտագործվել է հավաստագրման ծախսի միջին արժեքը, բազմապատկած ECO հավաստագիր ունեցող	

																					տեքստիլ ընկերությունների քանակով				
5.6.**	Փոխհատուցել ECO հավաստագիր ունեցող տեքստիլ ընկերության վճարված շահութահարկի 30%-ը																				6.70	Ոլորտի 2020 թվականի շահույթի տվյալները բազմապատկվում են արտահանման աճի տեմպով մինչև հաշվարկի տարեթիվը, բազմապատկած շահառու ընկերությունների շուկայի մասնաբաժնով, հարկի դրույքաչափով և փոխհատուցման չափով:			
5.7.**	Փոխհատուցել տեքստիլ ընկերության կողմից վճարված շահութահարկի 20% -ը, եթե շահառու ընկերության էներգիայի ընդհանուր սպառման մեջ վերականգնվող էներգիայի մասնաբաժինը 50%-ից ավելի է:																				0.23	Ոլորտի 2020 թվականի շահույթի տվյալները բազմապատկվում են արտահանման աճի տեմպով մինչև հաշվարկի տարեթիվը, բազմապատկած շահառու ընկերությունների շուկայի մասնաբաժնով, հարկի դրույքաչափով և փոխհատուցման չափով:			
6	Նպաստել և խթանել հայկական ապրանքանիշերի զարգացմանն ու արդյունավետ կառավարմանը																				216.97	316.10	423.52	494.67	1,451.26
6.1.	Փոխհատուցել մտավոր սեփականության իրավունքների գրանցման և պաշտպանության ծախսերի 50%-ը (ամերիկյան նշան, արտոնագիր, արդյունաբերական դիզայն), եթե դա իրականացվել է հայկական ապրանքանիշի ստեղծման նպատակով: Փոխհատուցումը ներառում է նաև SՂ24 երկրներում հայկական ապրանքանիշերի մտավոր սեփականության իրավունքների վերաբերյալ դատական գործընթացի ծախսերը:	Մտավոր սեփականության իրավունքների պաշտպանությունը ենթադրում է մտավոր սեփականության իրավունքի վերաբերյալ դատական գործընթացի ծախսերի ծածկում																			5.50	Հաշվարկը հիմնված է ՀՀ էկոնոմիկայի նախարարության մտավոր սեփականության գրասենյակի տրամադրած տվյալների վրա: Այն ներառում է գրանցման (30.000 դրամ) և քննության (40.000 դրամ) փուլերը: Եվրոպական Միության մտավոր սեփականության գրասենյակ ներկայացված մեկ դասի ամերիկյան նշանի հայտի վճարը կազմում է 850 եվրո, որը համարժեք է մոտավորապես 990 ԱՄՆ դոլարի:			
6.2.	Կազմել և յուրաքանչյուր տարի հրապարակել մտավոր սեփականության իրավունքներ գրանցած հայկական ապրանքանիշերի ցանկը Օպերատոր ի պաշտոնական կայքում:																					-	Նշված տեխնիկական առաջադրանքները գտնվում են Օպերատորի կամ նախարարության պատասխանատվության գոտում և ծախսեր չեն նախատեսում		
6.3.	Աուսթրոսինգի սկզբունքով ընտրված մարքեթինգային ընկերության օգնությամբ կազմակերպել մարքեթինգային արշավներ (կարծ տեսանյութեր, հարցումներ և այլն) : Նշված ընկերությունը օգնելու նաև արդյունավետ իրականացնել հետազոտ գործողությունները	1. Լիազորված մարմինը պետք է կնքի 3 տարվա պայմանագիր աուսթրոսինգի սկզբունքով ընտրված մարքեթինգային ընկերության հետ: 2. Մարքեթինգային ընկերությունը պետք է ներկայացնի կազմակերպված արշավների վերաբերյալ հաշվետվություն																				180.00	Գումարը ներառում է շուկայական գների հիման վրա մարքեթինգային ընկերության աուսթրոսինգի (տարեկան 40 մլն դրամ) և հետազոտության (տարեկան 5 մլն դրամ) ծախսերը: Հարցման մասնակիցների կառուցվածքը՝ 800 անհատ՝ յուրաքանչյուրի համար 3000 դրամ և 200 ձեռնարկություն/ ընկերություն՝ յուրաքանչյուրի համար 12000 դրամ:		

6.4.	<p>Ընտրված մարքետինգային ընկերության օգնությամբ Հայաստանում կազմակերպել նորածնության ոլորտի առնվազն 2 միջոցառում, որից առնվազն 1 միջազգային նորածնության միջոցառում, ինչպիսիք են օրինակ նորածնության շաբաթները, նորածնության մրցանակաբաշխությունները և այլն: Եթե գրանցված տեքստիլ ընկերությունների քանակը համապատասխանում է պարտադիր նվազագույն թվին՝ ապա փոխհատուցվում են մասնակցության հետ առնչվող ծախսերը հետևյալ սկզբունքով՝ 10% տեղական և 35% միջազգային ապրանքանիշերի դեպքում:</p>	<p>1. Նորածնության միջոցառմանը մասնակից տեղական ապրանքանիշերի նվազագույն քանակը 8 է: 2. Փոխհատուցման ծածկումը կարող է ավելացվել մինչև 10%, եթե նորածնության միջոցառումը կազմակերպվում է մարզերում</p>		<p>Էկոնոմիկայի նախարարություն, Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն, Օպերատոր</p>	<p>Տարվա ընթացքում նորածնության միջոցառումների մասնակցած ապրանքանիշերի սեփականատերերի թիվը</p>	0	8	13	20	25	35.20	41.13	48.55	48.55	173.43	<p>Գումարը ներառում է նորածնության միջոցառումների համար նախատեսված բյուջեն (30 մլն դրամ 2 միջոցառման համար՝ հաշվի առնելով շուկայում նմանատիպ միջոցառումների կազմակերպման ծախսերը) և տեղական ու միջազգային ապրանքանիշերի համար ընդունված ծախսածածկման փաթեթը: Մասնակցության արժեքը մեկ ապրանքանիշի համար կազմում է 100.000 դրամ (Ներառյալ մոդելային գործակալության ծախսերը՝ 5.000.000 դրամ, մարքեթինգի ծախսերը՝ 1.500.000 դրամ, ճանապարհածախսը և կացության ծախսերը՝ 2.500.000 դրամ): Մասնակցության ծախսերը ծածկվում են հետևյալ սկզբունքով՝ 10% տեղական և 35% միջազգային ապրանքանիշերի համար: Նորածնության միջոցառմանը մասնակցելու տեղական ապրանքանիշերի նվազագույն թիվը 8-ն է:</p>
6.5.	<p>Եվրոպայի առաջատար նորածնության քոլեջներում և դպրոցներում առավելագույնը 1 տարի տևողությամբ վերապատրաստման դասընթացներին մասնակցելու համար մրցութային հիմունքներով տրամադրել առնվազն 3 կրթաթոշակ հայ դիզայներներին: Վերապատրաստումից հետո շահառու դիզայներները պետք է աշխատեն Հայաստանում նորածնության ոլորտում առնվազն 3 տարիների ընթացքում և/կամ ստեղծեն հայկական բրենդ:</p>	<p>1. Կրթաթոշակը ներառում է շահառուի կրթական ծախսերի 50%-ի չափով և ճանապարհածախսի ու կացության ծախսի 30%-ի չափով համաֆինանսավորում 2. Դիզայներների վերադարձը Հայաստան ապահովելու համար լիազոր մարմինը պետք է նրանց հետ կնքի համապատասխան պայմանագիր: 3. Պայմանագրի ավարտին դիզայներները պետք է ներկայացնեն հայկական տեքստիլ ոլորտի ցանկացած ընկերությունում աշխատանքի վերաբերյալ փաստաթղթային ապացույցներ և 3 տարվա ընթացքում համատեղ արտադրության արդյունքում ստեղծված ապրանքների և հավաքածուների մասին տեղեկություն: 4. Նորածնության առաջատար քոլեջներում և դպրոցներում անհրաժեշտ վերապատրաստման դասընթացների նկարագրությունը սահմանվում է Հայաստանի Նորածնության և Դիզայնի Պալատի կողմից</p>		<p>Էկոնոմիկայի նախարարություն, Կրթության, գիտության, մշակույթի և սպորտի նախարարություն</p>	<p>Տարվա ընթացքում կրթաթոշակի համար դիմումների քանակը</p>		20	40	60	80	57.09	59.94	62.94	66.09	246.07	<p>Կրթաթոշակը ներառում է ուսման վարձը (25.000 եվրո) և կացության ծախսերը (ամսական 800 եվրո): Ծախսերը տարեց տարի ավելացվել են 5%-ով:</p>

6.6.	Համաֆինանսավորել խոշոր շուկաներում նորաձևության լավագույն միջազգային միջոցառումներին մասնակցող հայկական ապրանքանիշերին՝ փոխատուցելով մասնակցության ծախսերի 50%-ը և ճանապարհածախսի ու կացության ծախսերի 30%-ը, եթե ապրանքանիշը համապատասխանում է սահմանված պահանջներին և եթե միջոցառումն ընդգրկված է առաջարկվող ցանկում:	1. Հայկական ապրանքանիշը կարող է օգտվել տվյալ արտոնությունից, եթե հաշվետու տարում արտահանել է առնվազն 500.000 ԱՄՆ դոլարի տեքստիլ արտադրանք իր ապրանքանիշի անվան տակ 2. Նորաձևության միջոցառումների առաջարկվող ցանկը սահմանվում է Էկոնոմիկայի նախարարության և ոլորտի Օպերատորի կողմից և հրապարակվում ԶՅ Էկոնոմիկայի նախարարության պաշտոնական կայքում:		Էկոնոմիկայի նախարարություն, Օպերատոր	Առաջարկված լավագույն միջազգային նորաձևության միջոցառումներին մասնակցած Հայկական ապրանքանիշերի քանակը տարեկան կտրվածքով	Մոտ 10 ապրանքանիշ 2 մոտակա տարիների ընթացքում	4	6	8	10	45.70	68.55	91.40	114.25	319.90	Ճանապարհածախս (500 ԱՄՆ դոլար ավիատոմս մեկ անձի համար), գիշերակաց (1400 ԱՄՆ դոլար հյուրանոց մեկ անձի համար, 7 գիշերվա համար), մասնակցության վճար (40000 ԱՄՆ դոլար) - ընդհանուր առմամբ 1 ընկերության/ապրանքանիշի կողմից 3 անձի համար
6.7.	Համաֆինանսավորել միջազգային նորաձևության ամսագրերում հայկական ապրանքանիշերի ներկայացուցչական ծախսերի 30%-ը , եթե ամսագիրը ներառված է առաջարկվող ցանկում, կամ եթե նորաձևության ամսագրի ազդեցության գործակիցը/ազդեցության միավորը, եթե այդպիսին գոյություն ունի, առնվազն 1,9 է; : Հայկական ապրանքանիշը պետք է համապատասխանի նախնական սահմանված պահանջներին:	1. Հայկական ապրանքանիշը կարող է օգտվել նշված արտոնությունից, եթե հաշվետու տարում արտահանել է առնվազն 500.000 ԱՄՆ դոլարի տեքստիլ արտադրանք տվյալ ապրանքանիշի անվան տակ: 2. Նորաձևության ամսագրերի առաջարկվող ցանկը սահմանվում է Էկոնոմիկայի նախարարության և Օպերատորի կողմից և հրապարակվում ԶՅ Էկոնոմիկայի նախարարության պաշտոնական կայքում		Էկոնոմիկայի նախարարություն, Օպերատոր	Առաջարկվող միջազգային նորաձևության ամսագրերում ներկայացված հայկական ապրանքանիշերի ընդհանուր թիվը	6		8	11	15		60.00	90.00	120.00	270.00	Գումարը հաշվարկվում է միջազգային նորաձևության ամսագրում գովազդ տեղադրելու ծախսերի հիման վրա (\$200.000 մեկ ամբողջական էջի համար):
6.8.	Ստեղծել դրամաշնորհային մրցանակաբաշխության համակարգ որով խրախուսվելու են Հայաստանի լավագույն 3 արտահանող ապրանքանիշերը: Մրցանակաբաշխությունը կանցկացվի յուրաքանչյուր տարի: Ապրանքանիշերը պետք է համապատասխանեն նախապես սահմանված պահանջներին	Հայկական ապրանքանիշը կարող է շահառու համարվել, եթե նախկինում գրանցել է իր մտավոր սեփականության իրավունքները		Էկոնոմիկայի նախարարություն, Օպերատոր	Հայկական ապրանքանիշի անվան տակ արտահանվող տեքստիլ արտադրանքի մասնաբաժինը տարեկան արտահանվող տեքստիլ արտադրանքի ընդհանուր ծավալում	0	3	7	11	15	15.00	15.00	15.00	15.00	60.00	Մեկ ապրանքանիշի համար նախատեսվող դրամաշնորհը կազմում է 5 մլն. դրամ
6.9.	Կազմակերպել և համաֆինանսավորել տեղական դիզայներների և ոլորտի այլ մասնագետների վերապատրաստման համար միջազգային փորձագետ հրավիրելու ծախսերի 50%-ը, եթե դասընթացների մասնակիցների թիվը համապատասխանում է սահմանված նվազագույն պահանջին:	1. Վերապատրաստման ծախսերի 50%-ը պետք է հոգա լիազոր մարմինը, իսկ 50%-ը՝ շահառու տեքստիլ ընկերությունները: 2. Տեքստիլ ընկերությունների և ապրանքանիշերի մասնակիցների նվազագույն թիվը՝ 20 է:		Էկոնոմիկայի նախարարություն, Օպերատոր	Տարվա ընթացքում մասնակցած տեքստիլ ոլորտի մասնագետների թիվը	0	20	20	20	20	2.60	2.60	2.60	2.60	10.40	Գումարը ներառում է տարածքի վարձակալության ծախսերը (200.000 դրամ) և միջազգային փորձագետի ամսեկան աշխատավարձի (5 մլն դրամ համաձայն Glassdoor Data-ի) 50%-ը
6.10.1.	Շահառու տեքստիլ ընկերություններին համաֆինանսավորել արդյունավետ բրենդային կառավարում իրականացնելու նպատակով հրավիրված միջազգային փորձագետի ծախսերի 50%-ի չափով: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար			Էկոնոմիկայի նախարարություն, Օպերատոր	Ներգրավված միջազգային փորձագետների թիվը	0	1	2	3	4	7.50	15.00	22.50	30.00	75.00	Գումարը ներառում է հայկական տեքստիլ ապրանքանիշերում / ընկերություններում բրենդային կառավարում իրականացնող միջազգային փորձագետի 3 ամսվա աշխատավարձը (ամսեկան 5 մլն դրամ), որը հաշվարկվել է Glassdoor-Data-ի տվյալների հիման վրա:

7.2.	Հայաստանի և Եկոնոմիկայի նախարարության կողմից հաստատված հատուկ ցանկում ընդգրկված երկրների հետ բանակցություններ սկսել տեքստիլ ոլորտում համագործակցության վերաբերյալ		Եկոնոմիկայի նախարարություն	Հատուկ ցանկի երկրների հետ տեքստիլ ոլորտի ամառի բարենպաստ պայմանների վերաբերյալ երկկողմ համաձայնագրերի քանակը՝ տարեկան կտրվածքով	0		1	2	3		7.50	8.10	8.75	24.35	Հայկական պատվիրակության արտասահմանյան ուղևորության ծախսերը (500 ԱՄՆ դոլար ավիատոմս մեկ անձի համար, 500 ԱՄՆ դոլար հյուրանոց 2 գիշեր մեկ անձի համար 10 հոգանոց պատվիրակության համար) և օտարերկրյա պատվիրակության ընդունելության ծախսերը (միջոցառման կազմակերպում և հյուրասիրություն՝ 2,500,000 դրամ) յուրաքանչյուր տարվա համար: Ծախսերը տարեց տարի ավելացվել են 8%-ով					
7.3.	Սուբսիդավորել տեքստիլ ընկերությունների կողմից ներգրավված ամառի ֆինանսավորման վարկային գործիքների տոկոսադրույքները համաձայն հաստատված բարենպաստ մակարդակի, եթե վարկն օգտագործվում է Եկոնոմիկայի նախարարության կողմից հաստատված հատուկ ցանկի երկրներից տեքստիլ հումքի ներմուծումը ֆինանսավորելու համար: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:	Տոկոսադրույքի բարենպաստ մակարդակը հաստատում է Եկոնոմիկայի նախարարությունը՝ ելնելով ծրագրի բյուջեից և տեքստիլ ոլորտի կարիքներից	Եկոնոմիկայի նախարարություն	Ամառի ֆինանսավորման սուբսիդավորվող վարկերի ծավալը	0	850.00	2,040.00	2,448.00	2,937.60	42.50	102.00	122.40	146.88	413.78	Հաշվարկը հիմնված է ոչ հիմնական շուկաներից տեքստիլ հումքի ներմուծման վերաբերյալ վիճակագրական կոմիտեի հրապարակված տվյալների վրա (2021 թվական) Ուղեկատան՝ 1500 մլն. դրամ)՝ հաշվի առնելով նաև ամառի ֆինանսավորման վարկերի 5% սուբսիդավորումը:					
7.4.	Փոխհատուցել Եկոնոմիկայի նախարարության կողմից հաստատված երկրների հատուկ ցանկից նոր մատակարարներ ներգրավելու նպատակով տեքստիլ ընկերությունների ճանապարհածախսերի և միջազգային միջոցառումներին մասնակցելու ծախսերի 50%-ը: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:	Միջոցառումների ցանկը, որտեղ մասնակցում են հումքի նոր մատակարարները յուրաքանչյուր տարի հաստատում և հրապարակումը է Եկոնոմիկայի նախարարությունը	Եկոնոմիկայի նախարարություն	Հաստատված ցանկում ընդգրկված միջոցառումներին մասնակցած տեքստիլ ընկերությունների քանակը	0	10	12	15	15	18.75	22.50	28.13	28.13	97.50	Ճանապարհածախսը (500 ԱՄՆ դոլար ավիատոմսի համար մեկ անձի համար), գիշերակաց (800 ԱՄՆ դոլար հյուրանոցի արժեքը մեկ անձի համար 4 գիշերվա համար), մասնակցության վճար (3000 ԱՄՆ դոլար) - ընդհանուր առմամբ 3 անձ 1 ընկերության կողմից					
8	Ապահովել և խրախուսել հայկական ապրանքանիշերի ներկայացվածությունը նոր սպառողական շուկաներում															293.77	830.90	1,610.58	2,742.09	5,477.36
8.1.	Ապահովել և խրախուսել հայկական ապրանքանիշերի ներկայացվածությունը նոր սպառողական շուկաներում		Օպերատոր, Եկոնոմիկայի նախարարություն	Հայկական ապրանքանիշերի կողմից գրանցված վաճառակետերի թիվը	0	2	5	7	13	42.00	105.00	147.00	273.00	567.00	Գումարը ծածկում է 1 տարվա վարձավճարի 50%-ը՝ հիմնված հաստատված տարածքով մեկ բուտիկի համար 7000 ԱՄՆ դոլար միջին ամսական վարձավճարի վրա: Հաշվարկում օգտագործվել է ԵՄ մանրածախ գույքի վարձակալության շուկայական գների վերաբերյալ աղբյուրը՝ https://search.savills.com/list/commercial/property-to-let/retail/europe :					
8.2.	Փոխհատուցել հայկական տեքստիլ ընկերություններին/ապրանքանիշերին միջազգային էլեկտրոնային ամառի հարթակներում, ինչպիսիք են e-Bay-ը, Amazon-ը, Wildberries-ը գործելու նպատակով տրամադրված խորհրդատվական ծախսերի 50%-ը, եթե էլեկտրոնային ամառի հարթակների միջոցով վաճառքի աճի տեմպը		Օպերատոր, Եկոնոմիկայի նախարարություն	Էլեկտրոնային ամառի հարթակների միջոցով իրականացվող վաճառքի աճի տեմպերը	0.00	300.00	100.00	80.00	50.00	15.00	30.00	45.00	60.00	150.00	Գումարը ծածկում է Էլեկտրոնային ամառի մասնագետի տարեկան աշխատավարձի 50%-ը, որը 1 մասնագետի համար կազմում է ամսական 5000 ԱՄՆ դոլար: Կիրառվել է հետևյալ ենթադրությունը՝ 2023-ին՝ 1 մասնագետ 1 ընկերության համար, 2024-ին՝ 2 մասնագետ 2 ընկերության համար, 2025-ին՝ 3 մասնագետ 3 ընկերության համար, 2026-ին՝ 4 մասնագետ 4 ընկերության համար:					

կազմում է առնվազն 30% և խորհրդատուները ընդգրկված են նախապես սահմանված ցանկում:																																																		
8.3. Սփյուռքահայ դիզայներների համար ստեղծել դրամաշնորհային համակարգ՝ համաֆինանսավորելով ճանապարհածախսի և 6 ամիսների կացության ծախսերի 80%-ը , եթե նրանք 3 տարի կաշխատեն հայկական տեքստիլ ոլորտի ցանկացած ընկերության կամ հայկական ապրանքանիշի հետ:	Լիազորված մարմինը պայմանագիր է կնքում սփյուռքահայ դիզայներների հետ հետևյալ պայմաններով. 1. Շահառու դիզայներները պետք է աշխատեն հայկական ցանկացած տեքստիլ ընկերությունում կամ հայկական որևէ ապրանքանիշի համար առնվազն 3 տարի: 2. Պայմանագրի ավարտին դիզայներները պետք է ներկայացնեն ցանկացած հայկական տեքստիլ ընկերությունում աշխատանքի ապացույցներ և 3 տարվա ընթացքում համատեղ արտադրության արդյունքում ստեղծած արդյունքների և հավաքածուների մասին տեղեկություններ:																																																	
8.4. Համաֆինանսավորել միջազգային ցուցահանդեսներում տեքստիլ ընկերությունների մասնակցության ծախսերի 50%-ը և ճանապարհածախսի 30%-ը, եթե շահառու ընկերության կողմից արտահանվող տեքստիլ արտադրանքի աճի տեմպը կազմել է առնվազն 10%: Միջոցառումը նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:																																																		
8.5. Փոխհատուցել տեքստիլ ընկերությունների կողմից պահեստային տարածքներ օգտագործելու հետ առնչվող ծախսերի 30%-ը, եթե հայկական ապրանքանիշի անվան տակ արտահանվող արտադրանքի մասնաբաժինը 50%-ից ավելի է:																																																		
8.6. Սուբսիդավորել տեքստիլ ընկերությունների կողմից ներգրավված առևտրի ֆինանսավորման վարկային գործիքների տոկոսադրույքի 10%-ը, եթե վարկն օգտագործվում է Էկոնոմիկայի նախարարության կողմից հաստատված հատուկ ցանկում ընդգրկված երկրներից դեպի այլ երկրներ (ոչ ԵՄ և ոչ Ռուսաստան) տեքստիլի արտահանումը ֆինանսավորելու համար: Միջոցառումը																																																		

	Նախատեսված է շեմից բարձր ընկերությունների համար:																																														
8.7.	GS1 Global-ի կողմից Հայաստանում միակ լիազորված կազմակերպության՝ GS1 Armenia-ի վերաբերյալ հայտ ներկայացնել Հայաստանի Տնտեսական մրցակցության պաշտպանության պետական հանձնաժողովին (ՏՄԴԴՀ)՝ շուկայի մենաշնորհային ռիսկերը կանխելու նպատակով հետաքննություն սկսելու համար:(GS1 Global-ը ամբողջ աշխարհում շտրիխ կոդավորումը վերահսկող համաշխարհային մենաշնորհ է)																																														
9	Հավասարակշռել տեքստիլ արդյունաբերության զարգացումը Հայաստանի բոլոր մարզերում՝ մասնավորապես ռազմավարական նշանակություն ունեցող և սահմանամերձ տարածքներում՝ նպաստելով երկրի հավասարաչափ սոցիալ-տնտեսական զարգացմանը:																																														
9.1.	Հայաստանի սահմանամերձ և հատուկ տարածքներում գործող տեքստիլ արտադրությունների համար սահմանել ավելի ցածր մակարդակի նվելացված արժեքի տարեկան շեմը																																														
9.2.	Համաֆինանսավորել Հայաստանի սահմանամերձ բնակավայրերում գործող տեքստիլ արտադրություններին բիզնեսի ընդհատման և ակտիվների կորստի ապահովագրական վճարների 70%-ի չափով																																														
9.3.	Սահմանել Հայաստանի սահմանամերձ և հատուկ տարածքներում գործող տեքստիլ ընկերությունների սարքավորումների վարձակալության սուբսիդավորման հաստատված ծրագրի առավել բարենպաստ պայմաններ. - սուբսիդավորել լիզինգի տարեկան տոկոսադրույքը 12%-ով. - վարձակալության հնարավոր ժամկետը ավելացնել մինչև 5 տարի																																														

